

मीडिया के सामाजिक दायित्व के सिद्धान्त का आज की भारतीय मीडिया से तुलनात्मक अध्ययन: भारत के वर्तमान टेलीविजन चैनलों के विशेष संदर्भ में

डॉ. अजय कुमार सिंह*

सार

प्रस्तुत शोध पत्र में मीडिया के सामाजिक दायित्व के विशेष संदर्भ में ये जानने का प्रयास किया गया है कि मीडिया का उद्देश्य क्या है? मीडिया की स्वतंत्रता का आशय क्या है? क्या टेलीविजन चैनलों की आजादी का मतलब सिर्फ सरकार के नियंत्रण से मुक्त होना है। इस शोध पत्र में इस बात की भी पड़ताल की गयी है कि टीवी न्यूज चैनलों ने खबरों को दिखाते समय अपने सामाजिक दायित्व का ध्यान सबसे पहले रखा है या फिर साबुन, तेल या अन्य उत्पाद बेचने वाले व्यापारियों की तरह सिर्फ खबरें बेचकर मुनाफा कमा रहे हैं। टेलीविजन चैनलों में विदेशी पूंजी निवेश के दौर में मीडिया के लिए बनाई गई संस्थाएं उसे रेगुलेट नहीं कर पा रही हैं क्योंकि उनके पास कोई अधिकार ही नहीं है या उन संस्थाओं में उनके जानने वाले पत्रकार हैं। मीडिया रेगुलेशन के लिए बहुत सख्त और प्रभावशाली नियम बनाने की आवश्यकता है और उसका पालन ना करने पर कठोर दंड का प्रावधान करना होगा। आज टीवी चैनलों में कार्य करने वाले संपादक स्तर के बहुत सारे लोगों ने अपने खुद के यू ट्यूब चैनल शुरू कर दिये हैं, जिनके दर्शकों की संख्या लाखों में है। इसलिए टीवी चैनलों को अपनी विश्वसनीयता बनाए रखते हुए निरन्तर सामाजिक दायित्वों का निर्वहन करना होगा, क्योंकि ये मीडिया का अनिवार्य और सबसे पहला उद्देश्य है, वरना वो दिन दूर नहीं जब अपनी विश्वसनीयता बरकरार रखने वाले ये यू ट्यूब चैनल इन्हें कड़ी टक्कर देंगे।

मुख्य शब्द: टेलीविजन चैनल, सामाजिक दायित्व, मीडिया रेगुलेशन, आचार-संहिता, यू ट्यूब चैनल।

प्रस्तावना

पत्रकारिता के इतिहास पर नजर डालें तो अमेरिका में सन 1920 से ही विभिन्न समाचार पत्रों में पीत पत्रकारिता की शुरुआत हो गई थी। अपने सरकुलेशन को बढ़ाने के लिए वहां के अखबार पूंजीपतियों, राजनेताओं और धनाढ्य वर्ग के पक्ष में खबरें छाप रहे थे, ब्रिटेन में भी कमोबेश यही स्थिति थी। मीडिया की इस स्थिति को देखते हुए अमेरिका में इस पर वाद-विवाद और परिचर्चा शुरू हो गयी और मीडिया को रेगुलेट करने की आवश्यकता महसूस की जाने लगी। उस समय के विचारकों का मत था कि मीडिया क्योंकि आम जनमानस को प्रभावित करती है और राजनीतिज्ञों तथा धनाढ्य वर्ग के लोगों का छवि निर्माण करती है इसलिए मीडिया का रेगुलेट होना बहुत आवश्यक हो गया है। मीडिया रेगुलेशन की आवश्यकता को समझते हुए द्वितीय विश्व युद्ध के बाद सन 1949 में अमेरिका की शिकागो यूनिवर्सिटी के चांसलर रॉबर्ट एम हचिंग्स ने "कमीशन ऑन फ्रीडम ऑफ द प्रेस" को स्थापित किया और इस तरह से मीडिया के सामाजिक दायित्व का सिद्धांत अस्तित्व में आया। इस

* डीन, जनसंचार संकाय, हरिदेव जोशी पत्रकारिता और जनसंचार विश्वविद्यालय, जयपुर, राजस्थान।

सिद्धांत की संकल्पना इस बात पर आधारित थी कि मीडिया की स्वतंत्रता से किसी भी तरह का समझौता नहीं होना चाहिए, लेकिन इसके साथ ही मीडिया को जनता की सेवा करने का दायित्व भी निभाना चाहिए। मीडिया के सामाजिक दायित्व के सिद्धांत में मीडिया को रेगुलेट करने के लिए जो बातें कही गई हैं, वह आज भी पूरी तरह से प्रासंगिक हैं।

मीडिया के सामाजिक दायित्व के सिद्धांत के प्रकाश में भारत के टेलीविजन न्यूज चैनलों का तुलनात्मक अध्ययन

मीडिया के सामाजिक दायित्व के सिद्धांत में यह कहा गया था कि मीडिया को अपनी विश्वसनीयता बनाए रखनी चाहिए और इसके लिए मीडिया समूह का स्वामित्व एक पब्लिक ट्रस्ट को बनाना चाहिए, जिससे कि इस बात की निगरानी हो सके कि मीडिया सामाजिक सरोकारों के लिए कार्य कर रहा है या नहीं। निजी स्वामित्व होने की स्थिति में खबरों से समझौते की स्थिति बन सकती है या कोई व्यक्तिगत स्वार्थ आड़े आ सकता है, जिससे कि खबरों की विश्वसनीयता प्रभावित हो सकती है। भारत के टीवी न्यूज चैनलों की बात की जाए तो बड़े-बड़े पूंजीपति, राजनेता इत्यादि अपने परिवार और विश्वास पात्र लोगों का ट्रस्ट बनाकर अपने टेलीविजन न्यूज चैनल चला रहे हैं, जिससे कि उन्हें अपने व्यक्तिगत स्वार्थ (विज्ञापन, राजनीतिक दबाव इत्यादि) के कारण समझौता करना पड़ रहा है। जिससे कि खबरों की विश्वसनीयता प्रभावित हो रही है। अगर मीडिया में सरकारी दखल की बात की जाए तो सरकारी एजेंसियों का इस्तेमाल भी स्वतंत्र पत्रकारिता को दबाने के लिए किया जा रहा है। सरकार की आलोचना करने वाले मीडिया घरानों को डराने के उद्देश्य से आयकर छपा तथा अन्य प्रकार की जांच करा कर परेशान किया जाता है। इस तरह किसी एक न्यूज चैनल पर कार्यवाही होती देख अन्य बहुत से मीडिया संस्थान डर जाते हैं और सरकार की गलत नीतियों के प्रति आवाज उठाने से बचते हैं, इस कारण भी मीडिया समाज के प्रति अपने दायित्वों का निर्वहन नहीं कर पा रहा है। एडिटर्स गिल्ड जैसे संस्थान भी मीडिया की दशा पर चिंता व्यक्त कर रह जाते हैं।

मीडिया के सामाजिक दायित्व के सिद्धांत में यह भी कहा गया कि मीडिया का उद्देश्य सच्ची, निष्पक्ष और प्रासंगिक खबरें दिखाना है। खबरों के विश्लेषण में भी पूरी ईमानदारी बरती जानी चाहिए परंतु आज के टीवी चैनलों के परिप्रेक्ष्य में बात करें तो वे किसी न किसी राजनैतिक विचारधारा से न सिर्फ प्रेरित हैं बल्कि उनका गुणगान करते दिखाई पड़ते हैं। कुछ टीवी न्यूज चैनलों के मालिक और एंकर तो ऐसे भी हैं जो सत्ता पक्ष के लिए लड़ने को तयार हो जाते हैं, यहाँ तक की विपक्ष को बोलने का मौका तक नहीं देते हैं। ये स्थिति बहुत ही दुखद और भयावह है। आज टेलीविजन न्यूज चैनल इस हद तक जा चुके हैं कि बड़े और सर्वोच्च पदों पर आसीन व्यक्तियों की छवि निर्माण और महिमामंडन कर जनमानस को प्रभावित कर रहे हैं। जो टीवी चैनल 2014 में तत्कालीन सरकार से पेट्रोल के दाम और महंगाई इत्यादि के मुद्दे पर इतने प्रश्न पूछ रहे थे, परंतु 2014 में सरकार बदलने के बाद लगभग 90 फीसदी चैनल इस बात पर मौन साधे हैं। उदाहरण के लिए 2014 में पेट्रोल के दाम लगभग 70 रुपये प्रति लीटर के आसपास पहुँच गए थे जिसे अधिकांश टेलीविजन चैनल मुद्दा बनाकर प्रमुखता से दिखा रहे थे, क्योंकि पेट्रोल के दाम बढ़ने से समाज के हर तबके के लोग प्रभावित हो रहे थे। उस समय चुनाव के दौरान अधिकांश टीवी न्यूज चैनलों ने कुछ चुनिंदा राजनेताओं की ऐसी छवि बनाई जैसे कि उनकी सरकार आने के बाद पेट्रोल के दाम आधे हो जाएंगे, जिसका आम जनमानस पर व्यापक प्रभाव भी पड़ा। लेकिन नई सरकार आने के बाद पेट्रोल के दाम 70 रुपये प्रति लीटर से बढ़कर लगभग 107 रुपये प्रति लीटर तक पहुँच जाने के बाद भी वही टीवी न्यूज चैनल शांत बैठे हैं, जिससे ऐसा लगता है कि ये निष्पक्ष पत्रकार न होकर राजनीतिक दलों के पक्षकार हो गए हैं और अपने सामाजिक दायित्व नहीं निभा रहे हैं जो कि पत्रकारिता की अनिवार्य शर्त है।

मीडिया के सामाजिक दायित्व के सिद्धांत में यह कहा गया है कि मीडिया स्वतंत्र होने के साथ ही सेल्फ रेगुलेट होना चाहिए। सेल्फ रेगुलेशन की बात की जाए तो कुछ रेगुलेटर जैसे कि भारतीय प्रेस परिषद, एडवर्टाइजिंग स्टैंडर्ड्स काउंसिल ऑफ इंडिया, एडिटर्स गिल्ड और टेलीविजन चैनलों के लिए खास तौर पर बनाया गया न्यूज ब्रॉडकास्टिंग एसोसिएशन भी कुछ ज्यादा प्रभाव नहीं डाल सका। अपनी टीआरपी बढ़ाने के

लिए रिपब्लिक टीवी चैनल द्वारा अन्य चैनलों का नाम लेकर कोसना हलकेपन को दर्शाता है। मीडिया को रेगुलेट करने के लिए टाइम्स ऑफ इंडिया ने जस्टिस पीएन भगवती को ऑबड्समैन (लोकपाल) रीडर्स एडिटर नियुक्त किया, जो कि मीडिया के सामाजिक दायित्व के सिद्धान्त को आगे बढ़ाने की एक अच्छी पहल थी। इस कड़ी में द हिंदू, राजस्थान पत्रिका और सकाल ने भी रीडर्स एडिटर की परंपरा को आगे बढ़ाया जिससे कि सामाजिक सरोकारों को ध्यान में रखकर कितनी खबरें की जा रही हैं इसका पता लगाया जा सके परंतु न्यूज चैनलों के संबंध में एनबीए कुछ खास नहीं कर सका। इसलिए यह कहा जा सकता है कि सेल्फ रेगुलेशन के मामले में मीडिया अधिक सफल नहीं हो सका है।

मीडिया के सामाजिक दायित्व के सिद्धान्त में यह भी कहा गया कि समाज एवं राजनीति के सभी वर्गों के विचारों का सम्मान होना चाहिए और किसी भी मुद्दे की सच्चाई जानने के लिए स्वस्थ वाद-विवाद होना चाहिए परंतु आज के टीवी न्यूज चैनलों के संदर्भ में बात की जाए तो चैनल के मालिक और उसमें होने वाली डिबेट के एंकर जिस राजनीतिक पार्टी से प्रभावित होते हैं उसी के पक्षकार बन जाते हैं। दूसरी बात यह कि वरिष्ठ पत्रकार के नाम पर जिन तटस्थ लोगों को बुलाते हैं, वह भी किसी ना किसी राजनीतिक पार्टी की विचारधारा से ताल्लुक रखते हैं ऐसे में स्वस्थ डिबेट हो पाना संभव नहीं हो पाता। यदि सत्ता पक्ष के किसी व्यक्ति के पास किसी प्रासंगिक मुद्दे का संतोषजनक उत्तर नहीं होता है, तो वह उत्तर देने के बजाय विपक्षी पार्टी के समय हुई घटनाओं का आरोप लगाने लगता है। ऐसे में डिबेट असल मुद्दे से भटककर चीखने चिल्लाने में बदल जाता है। जिससे कारण वह चैनल इस बात को सुनिश्चित नहीं कर पाता कि उस प्रासंगिक मुद्दे का सही उत्तर जनता को मिल सके।

मीडिया के सामाजिक दायित्व के सिद्धान्त में यह भी कहा गया है कि मीडिया को कुछ आचार संहिता और पेशेवर मानकों का भी पालन करना चाहिए। जैसे कि बलात्कार से पीड़ित महिला का नाम व फोटो नहीं दिखाना, किसी नाबालिग की पहचान को छुपाना, आरोपी और अपराधी में फर्क समझना, न्यायालय रक्षा इत्यादि खबरों का कवरेज करते समय विशेष सावधानी बरतना इत्यादि। आज के न्यूज चैनलों की बात की जाए तो ऐसे ढेरों उदाहरण भरे पड़े हैं जिसमें कि मीडिया ने पेशेवर मानकों, नैतिकता और आचार संहिता की धज्जियां उड़ा दी हैं। आज मीडिया जज की भूमिका निभाने की कोशिश कर रहा है। प्रश्न यह है कि मीडिया को जज और अदालत की भूमिका किसने दे दी। टीवी समाचार चैनल मीडिया ट्रायल के जरिये अपनी खुद की ही अदालत चला रहे हैं। स्वयं ही जज बनकर फैसला भी सुना दे रहे हैं। इनको यह हक किसने दिया। उदाहरण के लिए अभिनेता सुशांत सिंह राजपूत की मौत पर सुशांत के पिता ने एफआईआर दर्ज करवाई थी जिसमें उन्होंने रिया चक्रवर्ती और उनके परिवार पर कई तरह के आरोप लगाए थे। ये आरोप सही हैं या गलत, ये तो अदालत में साबित होना था। लेकिन कंटेंट की कमी से जूझते टीवी समाचार चैनलों ने इस केस का मीडिया ट्रायल इस तरह किया की लोगों को लगा कि इसके अलावा देश में कोई खबर या समस्या ही नहीं है। देश के अन्य हिस्सों की समस्याएं जैसे असम और बिहार की बाढ़, किसानों की बुरी हालत, भुखमरी, देश में बढ़ता भ्रष्टाचार और अपराध जैसे सामाजिक सरोकारों की खबरें हैं ही नहीं।

प्रमुख टीवी समाचार चैनलों ने भी 'रिया का काला जादू, सुशांत के पैसों पर रिया की अय्याशी, लव सेक्स और धोखा, सुशांत, रिया और 15 करोड़, ऐसे न जाने कितने ही शो बना डाले। सुशांत सिंह राजपूत की मौत से जुड़ी हर खबर ने समाज में बस एक ही संदेश पहुंचाया— 'रिया चक्रवर्ती ही सुशांत की मौत की वजह हैं।' मीडिया हर रोज रिया से जुड़े नए-नए एंगल निकालकर ला रहा था। उनके पुराने वीडियोज निकाले जा रहे थे, जिनका संदर्भ तब शायद कुछ और रहा होगा लेकिन उसे अब प्रसारित कर रिया को एक अपराधी साबित करने की पूरी कोशिश की गयी। जिससे कि वो न्यायालय के फैसले से पहले ही न सिर्फ अपराधी घोषित हो गयी बल्कि समाज की भी मुजरिम बन गयी। इस मामले में जिस तरीके से मीडिया ने रिया की छवि पेश की उसे शर्मनाक और आपराधिक कृत्य से कम नहीं कहा जा सकता। इस तरह के ढेरों उदाहरण भरे पड़े हैं।

जी न्यूज के सुधीर चौधरी और समीर अहलूवालिया केस, इंडिया टीवी का भूतों का डिनर कार्यक्रम, आजतक न्यूज चैनल का बिना ड्राइवर की कार, सहारा समय न्यूज चैनल की पुनर्जन्म की कहानियां इत्यादि टीआरपी बटोरने वाली घटनाएं खबरें बनाकर न्यूज चैनलों पर प्रसारित की गईं। यदि निर्मल बाबा प्रकरण की बात करें तो देश के अधिकतर प्रमुख न्यूज चैनलों ने उनके कार्यक्रमों को प्रमुखता से दिखाया। यद्यपि ये प्रायोजित कार्यक्रम था, फिर भी आज के वैज्ञानिक युग में किसी भी समस्या के समाधान के लिए उनके ऊट-पटांग उपाय दिखाकर लोगों में जो अंधविश्वास फैलाया गया, उसे कभी माफ नहीं किया जा सकेगा। मीडिया के इस कृत्य से भारत में ही नहीं विदेशों में भी भारतीय टेलीविजन चैनलों की छवि धूमिल हुई है।

निष्कर्ष रूप में यह कहा जा सकता है कि बहुत सारी कमियों के बावजूद भारतीय टेलीविजन न्यूज चैनल कुछ हद तक सामाजिक दायित्व का निर्वहन कर रहा है। परंतु यह भी कड़वा सच है कि लगातार इसका स्तर बहुत तेजी से नीचे गिर रहा है, इसलिए जल्दी ही मीडिया रेगुलेशन के लिए बहुत सख्त और प्रभावशाली नियम बनाने की आवश्यकता है। नियमों का पालन ना करने पर कठोर दंड के प्रावधान की भी व्यवस्था की जानी चाहिए साथ ही मीडिया रेगुलेशन के लिए जो संस्थाएं बनाई जाएं उनके पास इतने अधिकार होने चाहिए कि वह मीडिया संस्थानों को इन रेगुलेशन का पालन करने पर बाध्य कर सकें। मीडिया की सख्त आचार संहिता बनाने की भी आवश्यकता है, जो यह बता सके कि मीडिया की समाज के प्रति जिम्मेदारी से बढ़कर कुछ भी नहीं है। मीडिया का उद्देश्य न्यूज चैनलों के माध्यम से मुनाफा कमाना नहीं बल्कि सामाजिक प्रति अपने दायित्व का निर्वहन करना है। वर्तमान समय कि मीडिया में खबरों से समझौते जैसी स्थिति दिखाई दे रही है। सशक्त पूंजीपति एवं सत्ता पक्ष के विरुद्ध खबरें दिखाने में मीडिया उतना सफल नहीं हो पा रहा है जितना उसे होना चाहिए।

सुझाव

मेरी राय में आज मीडिया को रेगुलेट करने के लिए सुप्रीम कोर्ट के सेवानिवृत्त जजों की एक स्वतंत्र और प्रभावी संस्था बनाई जाए और उसको पर्याप्त शक्तियां दी जाएं जिससे की वो न्यूज चैनलों के कंटेंट पर नजर रखे और दोषी पाये जाने पर बड़े से बड़े मीडिया घरानों पर कड़ी कार्यवाही कर सके। खबरों से समझौता किसी भी कीमत पर नहीं होना चाहिए। मीडिया में स्थापित और बड़े घरानों के एकाधिकार को खत्म करने के लिए छोटे और मझोले मीडिया संस्थानों को सरकारी मदद मुहैया कराई जा सकती है। मीडिया का पहला काम सामाजिक विकास के लिए होना चाहिए, उसके बाद व्यापार के लिए। आज टीवी चैनलों में कार्य करने वाले संपादक स्तर के बहुत सारे लोगों ने नौकरी छोड़कर अपने खुद के यू ट्यूब चैनल शुरू कर दिये हैं, जिनके दर्शकों की संख्या लाखों में है। टीवी न्यूज चैनलों को अपनी विश्वसनीयता बनाएं रखते हुए निरन्तर सामाजिक दायित्वों का निर्वहन करना होगा।

संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. रेमंड विलियम्स : मीडिया पॉलिटिक्स ऐंड सोसाइटी
2. एफ.सी. इरियन : पब्लिक ओपिनियन ऐंड प्रोपेगंडा ।
3. जवाहरलाल कौल : हिन्दी पत्रकारिता का बाजार भाव ।
4. जेपी आहुवालिया : इन्टरनेशनल मीडिया ।
5. के. पी. यादव : मीडिया मैनेजमेन्ट
6. डॉ. जॉन सी मेरिल : इम्पेरेटिव ऑफ फ्रीडम
7. न्यूज चैनल-एनडीटीवी, आज तक, सहारा समय, न्यूज 24, एबीपी न्यूज
8. जी न्यूज रिपब्लिक भारत, इंडिया टीवी, जी न्यूज, जी बिजनेस,

