चतुर्थ अध्याय
पेड न्यूज के खतरे

सौजन्य : अमल कुमार श्रीयास्तव, संवादसंगठन पत्रिका

1. बिकाज न्यूज, लोकतंत्र के लिए खतरा
2. अपने दाग नजर नहीं आते
3. पेड न्यूज पर मीडिया को अभ्ययदान
4. सिर्फ दिखाये की चिंता
5. पेड न्यूज के प्रभावों के अध्ययन के लिए सर्वेक्षण
चतुर्थ अध्याय
मैनेज्ड/पेड न्यूज़ के खतरे

4.1 विकास न्यूज़ स्पेस, लोकतंत्र के लिए खतरा
मैनेज्ड/पेड न्यूज़ की विभिन्न को समझने के लिए इसके संबंध में कुछ प्रमुख पत्रकारों के अनुभवों, विचारों और दुनिया के प्रमुख अखबारों में हमारे देश की पत्रकारिता पर प्रकाशित टिप्पणियों का अध्ययन आवश्यक है। प्रसिद्ध पत्रकार श्री प्रभाष जोशी ने वर्ष 2009 के लोकसभा चुनाव के बाद अपने अनुभव कुछ गंभीर अंदाज में साझा किये। "हमारी राजनीति का जो भी पतन हुआ हो, प्रेस परिषद का पतन भी कम दुखद और खतरनाक नहीं है। सच्चाई यह है कि हमारी प्रेस ने अपनी स्वतंत्रता बेचकर जनता के भरोसे के साथ धोखाधड़ी की है। पूरे चुनाव की शायद ही कोई खबर ऐसी हो, जो अखबार ने अपनी पहल और जिम्मेदारी के साथ लिखकर और स्वतंत्र रहकर खोजी, बनायी और छपी हो। हिंदी इलाके के सभी प्रदेशों के बड़े अखबारों ने पैकेज बनाकर हर उम्मीदवार को बेचे हैं। इक्की- दुक्की के अपवाद जसूर हैं। यानि कि हर बार अखबारों ने पत्रकारिता का अपना धर्म पूरा नहीं किया। सबने उम्मीदवारों का प्रचार, खबरें बनाकर ऐसे छा जाएं जैसे वे अखबार न होकर प्रिंटिंग प्रेस के बुलेटिन हों। प्रभाष जोशी ने साफ तौर पर घोषणा की- चुनाव की जो भी खबरें आपने पढ़ीं, सब झूठी थीं। लोकतंत्र की रक्षक प्रेस ने इसे झूठा बना दिया।"  

प्रभाष जोशी ने प्रेस परिषद के पतन का जिक्र अकारण नहीं किया। दरअसल, देश के मीडिया में वर्ष 2009 तक पेड न्यूज़ को लेकर इस कदर हंगामा बरपा, जितना किसी अन्य घोटाले को लेकर नहीं मचा था। लोकसभा चुनाव और फिर महाराष्ट्र विधानसभा के चुनावों में इसे लेकर तीखी चर्चाएं हो रही थीं कि प्रमुख अखबारों और न्यूज़ चैनलों ने न्यूज एवेज बेचकर करोड़ों रुपये कमाये हैं। इसके मद्देनजर प्रेस कोर्सिल ऑफ इंडिया ने पेड न्यूज़ के मामलों की जांच के लिए एक उप समिति गठित कर दी-
श्रीमन सय डण्डी इस दो सदस्यीय
उपसमिति ने अद्वितीय रिपोर्ट प्रस्तुत की। रिपोर्ट पूरी निष्पक्षता और ईमानदारी से लिखी गई थी। इसमें कोई भी आरोप सत्यी तौर पर नहीं लगाया गया था।

समिति ने स्टिंग ऑपरेशन का रास्ता नहीं अपनाया, बल्कि पूरी तरह से जांच की। इसलिए भुगतानशुदा खबरों के खेल खेलने के आरोपी समूहों की प्रतिक्रिया हासिल करने की पूरी कोशिश की। इसलिए उनके सामने आरोपों को रखते हुए उन्हें जवाब देने का पूरा समय दिया। उपसमिति ने कई व्यक्तियों के बयान दर्ज किए। एक मामले में एक मीडिया संगठन ने माफी भी मांगी।...यह पी .सी.आई. के सामने इतिहास बनाने का मौका था, लेकिन उसने सब-कुछ गड़बड़ कर दिया। उसने पेड न्यूज की चुनौतियों के सामने घुटने टेक दिया। उसने 30 जुलाई को के कारण है उप समिति की रिपोर्ट को दर्शाता करने का फैसला किया, जिसमें पेड न्यूज में शामिल लोगों के नाम दिए गये थे और उन्हें शर्मसार किया गया था।...यह ऐसा अव्याय है जिसने धन बल के जरिए मीडिया को खसीदने की साजिश के खिलाफ संघर्ष से पीसीआई को भाग देखा है।

पेड न्यूज को लेकर मीडिया के लिए शर्ममात्री का कारण बनने वाली चर्चाएं और बहस सात समुंदर पार करके विदेशी मीडिया की सुबिंदुयां बनने लगी थी। ब्रिटेन के प्रमुख दैनिक द गाडियल ने भारतीय राजनीति में न्यूज मैनेज करने के इस कल्पित घंटे का जिक्र करते हुए आईना दिखाने का प्रयास किया।

“दुनिया के सबसे बड़े लोकतंत्र में शाम की खबरों में स्थान प्राप्त करना बेहद आसान काम बल गया है ? वास्तव में तब तक नहीं, जब तक उम्मीदवार टी.वी. न्यूज चैनल को बदलने में एक बड़ी धनराशि चुकाने को तैयार न हो।

इसी दौर से अमेरिका के प्रमुख समाचार पत्र वाशिंगटन पोस्ट ने सत्ता के दलालों से मिलकर अरबों रुपये के घोटाले में भारतीय पत्रकारों के नाम आने का उल्लेख करते हुए पत्रकारिता में आई घिसाव पर चिंता जाहिर की। “लेकिन हाल के दिनों में भारतीय पत्रकारों पर गलत कार्यों के आरोप लगे हैं। एक कई मिलियन के एक दृष्टांतिक स्केल के जारी की गई रिकॉर्ड ने कोर्पोरेट लॉबिस्ट से अनुचित बातचीत और सत्ता के दलाल के रूप में उनकी शून्यका भी इसमें शामिल हैं।"
भारतीय मीडिया के गौरवशाली अतीत को देख चुके युरोप के अखबार पेड न्यूज का प्रचलन लगातार बढ़ते रहे। द न्यूयॉर्क टाइम्स भी भारतीय मीडिया के बदले हुए अंदाज़ से हैरत में था। "पेड न्यूज कई रूप में सामने आती है। नस्ल, संदिग्ध सांख्यिकीय परिषार दर्शावे और अग्रिंधित पोल, राजनीतिक उम्मीदवारों के चापलूसी भरे साक्षात्कार और ऐसी न्यूज स्टोरी, जो उम्मीदवारों की प्रेस विज्ञापन से न्याय नहीं होती। कई बार अनेक अखबारों में एक ही दिन प्रेस विज्ञापन इस तरह छपती हैं कि एक-एक शब्द समाप्त होता है।" 5

देश के कई वरिष्ठ पत्रकार इससे व्यक्त हैं। प्रारम्भिक दौर में मिशन रहे पत्रकारिता को पत्रकारों ने भले ही आजीविका के रूप में अपनाया हो, लेकिन वे इस आजीविका को ईमानदार पत्रकारिता से जुड़े सरकारों से अनग नहीं कर सकते। मनुष्य होते हुए भी पत्रकारिता समाज के प्रति अपने गंभीर उत्साहित्वों से जुड़ी हैं। आज ऐसा लगता है कि उन से मजबूत दिखने वाला लोकतंत्र का यह चौथा स्तर अन्दर ही अन्दर खोज़ा होता जा रहा है। पत्रकारिता के इस बदलाव से लोकतंत्र पर मंडराता खतरा साफ़ झलकने लगा-

"खबरों के धंधे से लोकतंत्र पर खतरा है। पत्रकारिता लोकतंत्र की कोश से निकली है। यह भी कह सकते हैं कि भारत में पत्रकारिता ने लोकतंत्र को संवारा और सार्वजनिक किया। जिस पत्रकारिता ने लोकतंत्र को उसके पैरों पर खड़ा किया, चलना सिखाया और जो आदमी को उसकी गरिमा दिलायी , वह इस धंधे में पड़कर बीमार हो गयी है। इस तरह बीमारी दोलों को लग गयी है- लोकतंत्र और पत्रकारिता को।" 6

प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया के सदस्य रहे एन. त्यागराजन को वर्ष 2003 में पेड न्यूज रूपी इस बुराई के गंभीर रूप लेने का अहसास हो गया था। उन्होंने इस समस्या की ओर प्रेस परिषद का ध्यान खींचने की काफी कोशिशें की, लेकिन तब केवल इतना हुआ कि प्रेस काउंसिल ने इस मामले में मीडिया को आत्मनिरीक्षण करने की सलाह दी थी। इसके बाद देश के प्रमुख पत्रकारों प्रभाष जोशी, बी.जो. वर्माजी, कुलदीप नैयर और अजित भट्टाचार्जी ने प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया को सापन देकर पेड न्यूज की शिकायत की। इन पत्रकारों
ने आरोप लगाया कि मीडिया से जुड़े कई लोगों ने चुनावों में उम्मीदवारों के पक्ष में खबरें छापने के लिए मैरकानूनी तरीके से धन वसूल किया है।

“2009 के आम चुनाव में बिहार में प्रभाव जी जब पूर्व विदेश राज्यमंत्री दिव्येश सिंह के चुनाव क्षेत्र में थे, उन्हें प्रायोजित चुनावी कार्यक्रम के लिए नामी अखबारों के रेड-कार्ड मिले। मेरे मित्र अनुराग चनूर्वंडी ने उन्हें मनचाही खबरें और तस्वीरें छपाने के लिए तय दरों के ‘पैकेज’ और ‘रीचर्ड पैकेज’ की पुष्टा जानकारी दी। विभिन्न लोट कर उन्होंने इस बान्धवार के खिलाफ जिहाद कहा। धुआंधाय लिखा, प्रेस काउंसिल गये, सरकार से मिले।”

सरकार और विभिन्न राजनीतिक दलों ने इस मसले पर गम्भीरता जतन दिखाई, लेकिन इससे आगे नहीं बढ़े। हालांकि उन्हें इस बुराई पर रोक लगाने के लिए पत्रकारों के संगठनों का भरसपूर समर्थन मिला था। “एडिटर्स गिल्ड ऑफ इंडिया और इंडियन जुमल्स प्रेस कार्यक्रम की ओर से एक न्यूज सिंगल पर यहां आयोजित एक समारोह में माकपा महासचिव प्रकाश करार ने कहा, एक न्यूज को चुनावी कदाचार दोषित किया जाना चाहिए। करार के सुझाव का समर्थन करते हुए भाजपा की वरिष्ठ नेता तथा विषयक की नेता सुषमा स्वराज ने कहा कि चूंकि इस विषय से लिपटने के लिए चुनाव आयोग के पास पर्याप्त शक्ति नहीं है , इसलिए इस विषय पर कानून में संशोधन करने के लिए एक विषयवस्तु संसद में पेश किया जाना चाहिए। उन्होंने कहा , आदर्श आचार संहिता के दायरे में चुनावी कदाचार नहीं आता है। ऐसा किया जाना चाहिए और मैं इसका समर्थन करती हूं।” मध्यप्रदेश के विदिशा सीट पर चुनाव आयोग के समय को याद करते हुए सुषमा स्वराज ने कहा कि उन्हें एक मीडिया संगठन की ओर अपने पक्ष में लिखने के लिए एक करोड़ रुपये के पैकेज की पेशकश की गई थी जिसमें विभिन्न स्थानों पर उनके दौरे और उससे जुड़े चित्र शामिल थे। उन्होंने कहा कि इन वर्ष में इस चलन को संस्थागत रूप दिया जा चुका है और पार्टी उन प्रकाशनों का नाम उजागर करने को तैयार है।”

मैनेजर/पेड न्यूज के काफी मामले वर्ष 2009 में लोकसभा चुनाव के दौरान सामने आये। इससे सरकार के साथ ही अन्य राजनीतिक दल भी चिंतित नजर आये, लेकिन जल्द ही लगाने लगा कि यह चिंता भी लोगों को गुमराह करने का हथियार भर थी।
“संसद की बहस में राजनीतिक दलों के जो बयान आये उससे एक बनम का निर्माण हुआ। इस मसले पर जो लोग चितित थे, वे समझने लगे कि खबरों के धंधे से राजनीतिक दल भी उतने ही परेशान हैं, जितने की दूसरे। यह बनम उस दिन चूर-चूर हो गया जब चुनाव आयोग की सर्वदलीय बैठक में दलों के प्रतिनिधियों ने कहा कि चुनाव खर्च की जो सीमा तय की गई है और प्रचार पर पाबंदी लगाई गई है, उसे ठीक करना चाहिए। इससे यह साफ हो जाता है कि राजनीतिक दल खबरों के धंधे को चुनाव आयोग के नियमों से जोड़ रहे हैं।”

अधिकांश राजनीतिक दल पेड न्यूज के मामले में भले ही महज चिता जाहिर करके कल्नी काटते रहे हों, लेकिन मीडिया का एक वर्ग मीडिया में पांच पसारती इस बुराई से जुड़ता नजर आता रहा। नई दिल्ली में 22 जुलाई, 2010 को रामनाथ गोयनका जनतिलिम अवार्ड समारोह के मौके पर पेड न्यूज पर परिचारी हुई। “सवाल उठे कि क्या इस मसले पर खामोशी की राजनीति चल रही है। वकालों ने एक सुर में पेड न्यूज को पत्रकारिता के लिए घातक करार दिया। कहा गया कि यह जारी रहा तो पत्रकारिता की मौत तय है। पेड न्यूज पत्रकारिता की मौत बन जायेगी, इससे बड़ी चेतावनी और क्या हो सकती है। इसके खबरों के बारे में विचार विभाजन का यह सिलसिला लगातार जारी है। इसी संगोद्धी में सवाल किया गया कि खबरों के इस धंधे के खिलाफ पत्रकार कुछ क्यों नहीं कर रहे हैं। अखबारों और दीवारों में खबरों के साथ उसके प्रायोजक का नाम भी क्यों नहीं दे दिया जाता।”

आम लोग सबसे ज्यादा मीडिया के बदलते मानकों से ही प्रभावित हो रहे हैं। मीडिया के सैद्धांतिक मानकों और व्यावहारिक मानकों में काफी अंतर आ गया है। आमजन है अखबारों की प्रसार संख्या और चैनलों की टी.आर.पी. बढ़ते या घटाने की शक्ति रखते हैं। इसके बावजूद मीडिया के मानकों के निर्धारण में आम लोगों की भूमिका लगातार कम हो रही है।

“बात मीडिया की मानकों की करें तो सबसे बड़ा बदलाव तो यह है कि मानक, लोक और लोकहित से शिफ्ट कर गये हैं। अब बाजार और उपभोक्ता नए मानक बन गये हैं। नई परिभाषा- जो बाजार को भाग वही खबर है। जो मूल्यांकन पूरे वाही खबर है। जो वित्तपनदाताओं के हितों का पौष्पण करे, वाही खबर है। ऐसे
में खबरों के मानक तय करने की शक्ति सम्पादकों के हाथ से फिसलकर मार्केटिंग डिवीजन के हाथ में जा रही है, तो कैसा अचारज़?

मीडिया के खुलेआम बिकने के सवाल पर लम्बी बाहर छिड़ी हुई है। अखबारों के पाठक और ल्यूज चैनलों के दर्शक आज भी मीडिया को जनतहतों के सजग प्रदर्शी के रुप में देखना चाहते हैं। भाले ही मीडिया खुद को इस काले धंधे से दूर और पाक साफ बताता रहे, लेकिन उसी मीडिया के भीतर से ही इस काले धंधे के खिलाफ आवाज उठ रही है। आंध्र प्रदेश श्रमीजीवी पत्रकार संघ (एपीयूडल्यूज़) ने भुगतानशुद्ध खबरों के खिलाफ एक यूनियन के रूप में आवाज बुलंद की। कहते हैं कि ‘पेड न्यूज’ को यह नाम भी इसी यूनियन ने दिया।

"आंध्र प्रदेश श्रमजीवी पत्रकार यूनियन (एपीयूडल्यूज), जो कि पहली यूनियन है जिसने पेड न्यूज के खिलाफ आवाज उठाई और वास्तव में जिसके "पेड न्यूज" शब्द गढ़ा, उसने 9 फरवरी 2010 को प्रेस काउंसिल को जारी एक नाथन में कहा कि "पेड न्यूज 2004 के आम चुनावों में चलन में आया जब आंध्र प्रदेश और गुजराट के कुछ छोटे और स्थानीय अखबारों ने संगठित रूप से इस काल को शुरू किया। इस छोटे अखबारों ने, जिनके संपादक और मालिक एक ही थे, विभिन्न दलों के स्थानीय लोगों या उम्मीदवारों के साथ एक समझौता किया और इन दलों या उम्मीदवारों की प्रचार सामग्री को प्रकाशित करना बनाया।" यूनियन ने कहा कि 2009 में जब आम चुनाव और आंध्र प्रदेश विधानसभा के चुनाव एक साथ हो रहे थे, विजापुर की कॉनिया "पेड न्यूज" के साथ आती थी जिस पर एक स्टाफ की बाईलाइन होती थी ताकि पाठकों को भ्रमित किया जा सके और वे विचार कर सके कि कॉनिया अखबार के रिपोर्टर ने ही लिखी है।"12

पहले राजनीतिक दल, नेता, कोरपोरेट घराने अपना प्रचार करने और छवि बनाने के लिए विज्ञापन प्रकाशित या प्रसारित करते थे। विज्ञापनों के लिए मीडिया पैसे लेता था। छवि बनाने, हित साधने आदि के लिए कुछ खबरों प्लांट करने का भी धन वसूल किया जाता था, लेकिन मोटी कमाई के लाभ में वर्ष 2009 के चुनावों में मीडिया ने सारी सीमाएं तोड़ डाली।

"पहली बार चुनावी कवरेज देने के लिए मीडिया पैकेज लेकर सामने आया। पैकेज भी ठीक उसी तरह जैसे तीन दिन की मलेशिया या थाइलैंड की
यात्रा का विस्तार अखबारों में आता हो। अखबारों ने चुनावों के दौरान स्टीट की कवरेज और प्रत्याशियों के पक्ष में सम्पादकीय लिखे जाने के लिए पैसे भागे। प्रत्याशियों से कहा गया कि उनके पक्ष में सम्पादकीय लिखे जाएंगे। इसके एवं में प्रत्याशियों से पैसे चाहिए किये जाएंगे। सम्पादकीय का स्टाइल कुछ इस तरीके से होगा, जिससे कि पैसे देने वाला प्रत्याशी जीतता मालूम पड़े। इसके लिए दिन के हिसाब से पैसे तय किये गये। पूरे चुनाव के दौरान कवरेज या सम्पादकीय लिखे जाने के लिए एक प्रत्याशी के सामने आठ से दस लाख रुपये के पैकेज का प्रस्ताव अखबारों ने रखा।13

पैकेज के बदले प्रकाशित होने वाले समाचार निष्पक्ष नहीं, बल्कि धन देने वाले को लाभ पहुंचाने की नीति से लिखे जाएंगे। किसी को लाभ पहुंचाने की यह कोशिश सच को बहुत पीछे छोड़ देगी और सच के स्थान पर आस्थिय सच या झूठ अधिक परोसो जाएंगा। इस तरह पेड़ न्यूज निष्पक्षता और सच, जो पत्रकारिता की दुनियादी जरूरत हैं, को तिलांजलि देकर की जा सकती है। ऐसी स्थिति में पत्रकारी की स्वतंत्रता की बात सोचना बेमानी होगा क्योंकि यहां सीधे-सीधे समाचार पत्र या न्यूज चैनल के स्वामी के हित और अनुचित लाभ बीच में आ जाते हैं।

"हाल के वर्षों में मीडिया-चैनल का अनेक कारणों और साधनों से तीव्र गति से विस्तार हुआ है। जिसका एक मुख्य कारण पेड़ न्यूज भी है , जो संभवतः एक दृष्टि से चैनल के दबदबे के चलते मीडिया की रंग-रंग में समा चुका है। जिसका नकारात्मक असर कम करना मीडिया के लिए चुरानी है। इसके पेड़ न्यूज कोई नई तकनीक नहीं है। इसका जिक्र इतिहास के पन्नों में भी मिलता है। पहले यह लुक-छिल कर होता था , परंतु वैधिककरण के दौर में यह खुलेआम हो रहा है। ... भटकाव के इस दौर में मीडिया उच्च समूह की पूर्ति अपनी आवश्यकताओं के साथ-साथ करता रहता है , क्योंकि ये उच्च वर्ग मीडिया पर ही निर्भर रहते हैं। चाहे वोटर को बुझाना हो, किसी खास मुद्दे पर जनमत तैयार करना हो या अपने उत्पादकों को बाजार में बेचना।"14

यह स्थिति सिफ्टे भारत में नहीं है। दुनिया के अधिकांश देशों में भी पत्रकारिता, राजनीति और कॉर्पोरेट घरानों का खतरनाक गठबंधन मीडिया की आजादी को निगल रहा है। अमेरिका के प्रसिद्ध उपन्यासकार अप्टन सिंक्लेर खुलकर यह
बताते हैं, “राजनीति, पत्रकारिता तथा बड़े पृथ्वीपति हाथ में हाथ मिलाकर जनता तथा मजदूरों को बुझते तथा धोखा देते हैं।”

उपन्यासकार सिंकलेयर मानते हैं कि देश जनमत से नियंत्रित होता है और सामान्य रूप से जनमत समाचार पत्रों के माध्यम से ही नियंत्रित होता है। समाचार पत्रों को कौन नियंत्रित करता है, इसका जवाब यह खुद देते हैं। “यह प्रचार-प्रसार की व्यवस्था जो विज्ञापनों के बदले मिलती है, सैद्धांतिक रूप से एक वेंटिलेटर है लेकिन लाभ कमाने के लिए किये जाने वाले समाचार प्रकाशन के व्यवसाय का अविभाज्य अंग है। ध्येय और अध्येय हतावने धीरे से एक-दूसरे में विलीन हो जाते हैं कि किसी भी ईमानदार सम्पादक के लिए यह बहुत मुश्किल हो जाता है कि वह कहां पर सीमा रेखा निर्धारित करे। व्यावसायिक पत्रकारिता की दिखावटी निपटस्ता इसी तरीके से प्रत्यक्ष हो जाती है, जब यह पृथ्वीवाद-विरोधी सामाजिक आंदोलनों का विवरण देती है। व्यावसायिक पत्रकारिता के अन्तर्गत व्यापार को समाचार का एक सहज परिचारक, जबकि मजदूर को एक कम उदार (युद्धवित्तक) ताकत की तरह देखा जाता है। लव्बोलुआब यह कि पूर्ती की ताकत से संचालित मीडिया का काम ही है व्यवस्था के पक्ष में जनमत तैयार करना।”

पेड न्यूज के लिए धन का भुगतान होता है, इसलिए धन देने वाले की इच्छा के अनुरूप समाचार की दिखावट दिया जाते हैं, ऐसे समाचारों में सच से अधिक अहमियत धन देने वाले की इच्छा और जरूरत को दी जाती है। यह समाचारों को सच मानने वाले पाठकों और दर्शकों के साथ धोखा है। यही वजह है कि संसद की स्टेडिंग कमेटी इस मामले में जल्द कार्यवाही चाहती है। “स्टेडिंग कमेटी ने सुझाव दिया है कि खास तौर पर पेड न्यूज रोकने को लेकर उसने जो सुझाव दिया है उन्हें दो सहकार चौंदी में होने वाले लोकसभा चुनाव से पहले पूरा कर लिया जाना चाहिए। यह एक आम तथ्य है कि जब भी किसी राज्य में विधान सभा के चुनाव होते हैं और देश में आम चुनाव होने होते हैं तो अचानक कई नए अखबार और टीवी चैनल कुकुरमुक्त की तरह उग आते हैं। इन अखबारों/ चैनलों को चुनाव बताते वाले लोग अच्छी तरह जानते हैं कि चुनावों में मीडिया खड़ा करना सबसे फायदे का सौदा है। चुनाव के दौरान नेताओं के अवध धन का प्रबंध उनकी तरफ बड़ी तंजी से आता है। ऐसी हालत में कुछ मीडिया संगठन अपने लिए कुछ और वक्त तक
बाजार में टिके रहने लायक स्थिति पैदा कर लेते हैं और कुछ वक्त के साथ दम तोड़ देते हैं। ऐसा नहीं कि सरकार चुनाव के दौरान खुलने वाले ऐसे मीडिया कंपनियों के धंधों से अनजान रहती है कि जानबुझकर उन्हें फलने-फूलने का मौका देती है और जहां तक समंद हो उन्हें अपने अपने पक्ष में इतने लोग ज्यादा अपने अखबार और चैनल करने हैं। इस तरह भारतीय मीडिया के मालिकाने के कई रंग देखने को मिलते हैं जिसका दायरा बड़े-बड़े पृष्ठभंडारियों से लेकर राजनीतिक पार्टियों/नेताओं और छोटे-मोटे धर्मेश्वरों तक फैला है। जब भी जन दबाव में मीडिया के नियमन की बात की जाती है तो ये सभी एकजुट होकर अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के हनन और मीडिया पर सरकारी नियंत्रण का इर दिखाने लगते हैं।

पेड न्यूज के इस खतरे को लोकसभा की सूचना प्रोचारनीकी संबंधी स्थायी समिति ने भी महसूस किया था। स्थायी समिति की 47 वीं रिपोर्ट में इस खतरे के गहराई का उल्लेख किया गया है। “समिति को यह बात अत्यंत परेशान करने वाली लगी कि पेड न्यूज का कदाचार, जो कि 2009 के आम चुनावों के दौरान उभरकर समान आयाम, बड़े हवा है और इसने समूहों देश पर प्रभाव डाला है।

2009 आम चुनाव के समबंध में पीसीआई की उपसमिति की रिपोर्ट में कुछ विस्मयकारी रहस्योद्धाता हुए, जिनमें यह संकेत दिया गया कि मीडिया, जो कि लोकतंत्र का चौथा स्तंभ है, पेड न्यूज सहित विभिन्न गुस्सा प्रचारितों में काफी हद तक संलिप है। समिति गुजरात चुनाव (2012) के समबंध में पीसीआई के ‘तत्व अन्वेषक दल’ के रहस्योद्धाता से आश्चर्यचकित है, जिसमें उसने चुनावी दौड़ में 61 उम्मीदवार, जिन्होंने ऐसे समाचारों के लिए किया गया जाने की बात स्वीकार की, के पेड न्यूज के 126 प्रामाणिक मामलों के उदरण दिए हैं। यह स्थित जिला स्तरीय मीडिया प्रमाणण एवं निगरानी समिति की इस दिशण के आलोक में और अधिक खतरनाक हो जाती है कि गुजरात चुनाव के दौरान पेड न्यूज के 414 मामलों की पुष्टि की गई।

पेड न्यूज की खतरनाक प्रवृति बढ़ने के लिए अर्कवे पत्रकारों को दोषी मान लिया जाता है, लेकिन इसमें राजनेताओं का भी पत्रकारों से कम कसूर नहीं है। दोनों
ही इसके लिए दोषी हैं- “वैसे अगर कॉर्पोरेट पीआर बांस नीरा राहिया, मीडिया की नामवर हस्तियों और राजनीति के दिग्गजों की टेलीफोन की बातचीत को आधार बनाया जाए तो यह कहने में संकोच नहीं होगा कि आधुनिक भारतीय राजनीति मीडिया-चालित हो चुकी है जो महत्वपूर्ण नीतियों के मामलों में जनता की समझ को गडती या परिवर्तित करती है। यो राजनीति निम्नक्षण नीति-निर्माण और देश के साहित्य-प्राकृतिक संसाधनों के आवंटन के इर्द-गिर्द अंदाज़े में स्थायी वेदन लगाने हेतु। आधुनिक उदारवाद के जनक और प्रवर्तक जौन लोंक अगर जिन्दा होते, तो मीडिया के इस प्राप्त को देखकर कभी भी यह नहीं कहते कि शासन की आच्छादन को सुनिश्चित करने का सबसे अच्छा तरीका है एक स्वतंत्र मीडिया की मौजूदगी, जो निर्वाचित जन-प्रतिनिधियों के कार्यों की जांच-परख करे।”

राजनेता लाभ उठाने के लिए मीडिया को उपकृत करते हैं। वे मीडिया घरानों को लाभ पहुंचाते हैं और खुद मीडिया में मनमानिक सुर्खियों व्यापक अपने स्वार्थ पूरे करते हैं। सता में रहने वालों लोगों के सारे अंतरराष्ट्रीय अक्कल अखबार मालिकों से एक गठन कर लेते हैं और दोनों एक दूसरे के स्वार्थ पूरे करने का जरिया बनाने से संकोच नहीं करते। ऐसे रिश्ते बनने के बाद कभी मनमानिक समाचार प्रवाहित नहीं होते, तो ये गठन आरोप प्रत्ययोग के रूप में चुनौति सामने आ जाता है।

“बताते हैं, उत्तर प्रदेश के भाजपा नेता लालजी पटने ने एक अखबार को कोसते हुए कहा कि कानपुर में उनके दल ने अखबार के दिग्गज के नाम पर पुल का नाम रखवाया, जमीनों दिलवाये। उसी अखबार ने खबरों के लिए पैसे मांगे, ‘ऐसी निर्लज्जता?’ कोई पूछे कि भाजपा ने पुल का नामकरण पत्र के मालिक के नाम पर किस मकसद से किया होगा? किस भाव से नेता अखबारों को सस्ती जमीनें देते हैं?”
4.2 अपने दाग नजर नहीं आते

मीडिया को आईना माना जाता है। एक ऐसा आईना जो हर किसी को उसके चेहरे के दाग दिखा देता है। लेकिन दूसरों के दामन के दाग तलाशने और एक-एक शब्द, एक-एक कदम पर घंटों चढ़ाएं करने वाले मीडिया को अपने दामन में लगे दाग नजर नहीं आते। पेड न्यूज का काला धंधा करने वाले मीडिया को जब भी आईना दिखाने की कोशिश होती है, तो वह इसे उस भावना से नहीं लेता, जिस भावना से वह दूसरों के दाग गिनताता है। हर आलोचना पर मीडिया

तिलमिला उठता है। 2009 के बाद प्रेस काउंसिल की ऊप समिति की रिपोर्ट आई, अपने दाग नुमांत्री होते हैं देखकर मीडिया से जुड़े तमाम लोग हाय-तौबा मचाने लगे। इसका परिणाम यह निकला कि कोई प्रभावी और सर्वथा कदम उठने की उम्मीद पर पानी फिर गया।

आरोप तो यह है कि मीडिया घरों के द्वार से आकर इस रिपोर्ट र पर कोई कदम उठाने के बजाय प्रेस परिषद ने रिपोर्ट पर ‘अंतिम रिपोर्ट’ तैयार करने का काम पूर्ण मसौदा समिति के सुपुर्द कर दिया।

“पीसीआई के कुछ सदस्यों, मुख्यतः मीडिया मालिकों का प्रतिनिधित्व करने वाले सदस्यों ने विस्फोटक मूल रिपोर्ट को दबाने की कोशिश की। उनके पास दो अच्छी सुझाव थे। पहला, रिपोर्ट में लोगों का नाम क्या देना ? दूसरा, इस तरह की फूडटेंट में क्या पढ़ना ? ताज़ा ब्रज है। इस तरह की बात। यह भी ऐसे समय में जब मीडिया राष्ट्रमंडल खेलों के घोटालों में शामिल लोगों के खुल की प्यारी हो।”

21 दूसरों के घपने-घोटालों पर बढ़ चढ़कर हमला बोलने वाला मीडिया अपनी और ऊंगली उठने पर असह महसूस करने लगता है और खुद को पाक-साफ दिखाने की कोशिश में जुट जाता है। पत्तकार ओम थानवी ऐसी ही स्थिति का उल्लेख करते हैं।

“भुपेंद्र सिंह हुड्डा एक अखबार वाले से मुख़ातिब थे, शहीद इसलिए भीतर की टीस छलक आयी होगी। बोले, अखबारों की तादाद (हरियाणा में) बहुत बढ़ गयी है, लेकिन पता नहीं किस दिशा में जा रहे हैं। इससर पर बगैर झिंक उन्होंने बताया- रोहताक में निरोधी दल की छोटी-सी समा थी। उसकी खबर एक हिन्दी

दैनिक में पहले पेज पर छपी, जिसमें सभा की बीड की तादाद कई गुना बढ़कर
बतायी गयी थी। मैंने अखबार के मालिक को फोन किया। उन्होंने जवाब दिया कि वह तो विज्ञापन था। जिसने पैसा दिया, उसका मजबूत छप गया। यह जवाब सुनकर हुड़ड़ा हैरान हुए और पूछा कि पैसा देकर क्या कोई कुछ भी छपवा सकता है? जवाब मिला - बिलकुल, सामान्य का जिम्मा उसी का होता है। मैं सकते मैं आ गया - हुड़ड़ा बता रहे थे - और उनसे कहा, कल के अंत में पहला पूरा पृष्ठ हमारे लिए बुक कीजिए और एक पंक्ति बड़े-बड़े हफ्तों में हमारे खर्च पर छापिए: ‘यह अखबार झूठा है’। छापेंगे न? अखबार के मालिक बोले, आप कैसी बात कर रहे हैं?

22
4.3 पेड़ न्यूज़ पर मीडिया को अभयारण

पेड़ न्यूज़ उस विश्वास के साथ निर्मम छल है, जिसे मीडिया ने सैकड़ों साल की तपस्या और बलिदानों से अर्जित किया है। हमारे देश में समाचार पत्रों का इतिहास दो सौ साल से ज्ञादा पुराना है। इस इतिहास के शुरुआती पन्ने, सच की रचना की कठिन तपस्या, अत्याचार के खिलाफ संघर्ष और शासकों व सता प्रतिष्ठाओं के दमन के विरुद्ध आवाज बनकर पत्रकारों द्वारा दिये गए बलिदानों की गौरवपूर्ण गाथा से भरे हुए हैं।

देश में गुलामी की जंजीरे तोडने के लिए चली लंबी लड़ाई में समाचार पत्र और पत्रकार, जिस तरह आम आदमी की आवाज बने और इसकी एक बड़ी कीमत चुकाकर पत्रकारिता को मिशन के रूप में प्रतिष्ठित कराया, वह एक दिन या एक साल की दास्तान नहीं है। सात दर साल... डेड शाताडी से अधिक की इस गौरवपूर्ण दास्तान को पूरे देश ने नंगी आंखों से देखा है... लाखों लोग इस सच्चाई से साथ जिये हैं। पत्रकारिता पर जनमानस का विश्वास इसी का सुपरिणाम है। पेड़ न्यूज़ इसी विश्वास के साथ कूर छल, बेड़मानी और व्यापार के सामान्य नियमों की दृष्टि से अपराधी दुष्कृत्य है। पेड़ न्यूज़ के प्रभावों की भयावहता को देखते हुए प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया ने इसे लोकतंत्र के लिए घातक माना है। “भारत में मीडिया वर्ग इसमें स्वेच्छा से या बिना स्वेच्छा से प्रतिभागी बन जाता है और इस व्यवसाय में खिलाड़ी बन जाता है जिसके राजनीतिक धर्म में धन की शक्त का योगदान बढ़ जाता है। जिसके लोकतांत्रिक प्रक्रिया और मापदंड घट जाते हैं जबकि उनसे अपेक्षा की जाती है कि वे उच्च नैतिक आधार बनाएं। उससे भारत में लोकतंत्र ही कमजोर नहीं हो रहा है अपितु देश की प्रतिष्ठा भी धूपमिल हो रही है”

पेड़ न्यूज़ की अवधारणा एकदम नई नहीं है, लेकिन भल राजनीति और जीवन में नैतिक मूल्यों के हास ने पिछले कुछ वर्षों में, जिस तेजी और शिर्त के इसका पोषण किया है, उससे यह एक बड़ी गंभीर समस्या के रूप में मिश्रित हुई है। जिस तरह सारे नैतिक, सामाजिक और व्यावसायिक मूल्यों को नजरअंदाज करके राजनेता, ऐश्वर्यिक परामर्श और मीडिया पेड़ न्यूज़ को प्रोत्साहन दे रहे हैं, उसे देखकर यह आशंका प्रवचन होने लगती है कि इस पर शीघ्र अंकुश नहीं लगाया
गया, तो कहीं मीडिया उस विश्वसनीयता से हाथ ही न धो बैठे , जिस पर
लोकतंत्रिक प्रणाली में मीडिया का भविष्य निर्धार करता है। “इस प्रकार , नया और अधिक विघटनकारी आयाम प्राप्त कर लिया है। इसने चुनाव में खड़े
उनमीडियारों के संबंध में समाचार या रिपोर्टिंग की राजनीतिक परिभाषा ही बदल दी है। इस प्रकार बढ़त सी समाचार रिपोर्ट संबंधत : पैसों के लेन-देन करने के
बाद प्रकाशित या प्रसारित की जाती हैं। …ऐसे विज्ञापन, समाचार के रूप में
dोगुने हो गए हैं, जिनके लिए अदायगी की जाती है या जब समाचार को
सम्पादकीय स्थान की विक्री करके राजनीतिज्ञ विशेष के पक्ष में प्रकाशित किया
जाता है?”

dेश में पेड न्यूज की समस्या इतना गंभीर रूप ले चुकी है कि राष्ट्रपति डा. प्रणव
मुखर्जी ने भी इस विषय पर अपनी चिता जाहिर की है। राष्ट्रपति डा. मुखर्जी ने कहा है “यह नौट करता दुःखःदायी है कि कुछ प्रकाशन ‘पेड न्यूज’ और अपना
मुनाफा बढ़ाने के लिए ‘अन्य मार्केटिंग नीतियों’ का सहारा ले रहे हैं, ऐसी ‘अन्यक
विसंगतियों को रोकने के लिए आत्मस हिरोक्षण की आवश्य करता”

पेड न्यूज के इस हमार में देश के कई बड़े मीडिया घराने नंगे नजर आते हैं।
प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया ने वर्ष 2009-10 से लेकर अब तक पेड न्यूज से
संबंधित 134 मामले दर्ज करके उनकी विध्वंस जांच पड़ताल की है। यह एक
हैरत अंगेज सच्चाई है कि पेड न्यूज को लेकर सबसे ज्यादा चितित नजर आने
वाली प्रेस काउंसिल ने करीब पाँच साल की इस अवधि में इनमें से केवल 19
मामलों में ही अपना फैसला घोषित किया है, इनमें से भी दस प्रकार
शिकायतकर्ताओं के सुनवाई में न आने या पैरेटी न करने के कारण खारिज कर
dिए गए। शेष बचे 09 में से 08 मामलों में समाचार पत्रों को पेड न्यूज के
लिए दोषी पाया गया है। दोषी पाये जाने वालों में देश के पाँच बड़े मीडिया
घरानों के हिंदी दैनिक और एक प्रमुख अंगेज अखबार भी शामिल हैं।”

ये आंकड़े स्थिति की गंभीरता का अहसास जस्ता करते हैं, लेकिन सर्वाधिक स्तर
पर चिता जाहिर किए जाने के बावजूद देश का कानून पेड न्यूज को अभी किसी
tरह के अपराध की श्रेणी में नहीं रखता। केंद्र सरकार का विधि विरोध तथा नयां
मंत्रालय पेड न्यूज को अपने कार्यक्षेत्र से बाहर का विषय मानता है। भारत
सरकार के विधि और न्याय मंत्रालय का कहना है "यह विषय सूचना और प्रसारण मंत्रालय से संबंधित है"।

भारत सरकार का सूचना और प्रसारण मंत्रालय पेड न्यूज से जुड़े मसलों को प्रेस परिषद से संबंधित करार देता है। इस मंत्रालय के अधिकारी स्पष्ट तौर पर कहते हैं "मंत्रालय केबल टेलीविजन नेटवर्क अधिनियम 1995 की संहिताओं और उसके अधीन बनाए गए नियमों का उल्लंघन करने पर कार्रवाई करता है और पेड न्यूज इस अधिनियम के अनतर्गत नहीं आती है"।

देश भर के अपराधों का व्यौरा रखने वाला गृह मंत्रालय का राष्ट्रीय अपराध रिकार्ड व्यौरा और पेड न्यूज की शिकायतों से संबंधित आंकड़ों का निरीक्षण लेता है और इस मंत्रालय के अधीन फसल ए गए निरीक्षण करते हैं। इस अधीन फसल अपने आंकड़ों का निरीक्षण लेता है।

देश में प्रेस काउंसिल अकेले ऐसी संवैधानिक संस्था है, जो पेड न्यूज की शिकायतों दर्ज करने और उनकी जांच की जिम्मेदारी लिखा रहें है, लेकिन प्रेस काउंसिल भी सिर्फ अखबारों से संबंधित पेड न्यूज की शिकायतों की ही जांच कर सकता है। प्रेस काउंसिल को इलेक्ट्रानिक मीडिया से जुड़ी किसी शिकायत को सुनने का कोई अधिकार नहीं है। कोई मीडिया घराना या सम्पादक अपने समाचार पत्र में पेड न्यूज प्रकाशित करने का दावा नहीं कर सकता है। प्रेस काउंसिल उसे केवल चैतन्यदाता देने, फटकार लगाने और निर्देश देने से ज्यादा कुछ नहीं कर सकता है।

“प्रेस काउंसिल अंजिन इंडिया उल्लंघनकर्ताओं या गलत व्यवहार करने के दोषी पारे गए व्यक्तियों को कोई दंड नहीं दे सकती। इसके अलावा प्रेस काउंसिल का निर्णय इलेक्ट्रानिक मीडिया पर लागू नहीं होता है क्योंकि यह काउंसिल के अधिकार क्षेत्र से बाहर है।”

लोकतंत्र के लिए खतरनाक मानी जाने वाली पेड न्यूज के मामले में देश का निर्णाय आयोग दोषी पाये जाने पर भी मीडिया के खिलाफ कोई कार्रवाई नहीं करता। निर्णाय आयोग ने बड़ी बेबाक से यह स्पष्ट किया है कि “पेड न्यूज के निर्णय मामलों में निर्णाय आयोग समाचार पत्रों और चैनलों पर कोई कार्यवाही नहीं करता।”
ये हालात साफ कर रहे हैं कि पेड़ न्यूज के मामले में दोषी पाए जाने पर भी प्रिंट मीडिया से जुड़े किसी व्यक्ति को सजा दिलाने की कोई कानूनी व्यवस्था नहीं है। प्रेस काउंसिल दोषी पाकर भी किसी को कोई दंड नहीं दे सकती, सर्वप्रथम निदान कर सकती है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को पूरी तरह से अभयावंत मिला हुआ है। कोई ऐसा कानून या व्यवस्था नहीं है, जिसके तहत इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से जुड़े किसी व्यक्ति के खिलाफ पेड न्यूज के मामले में कोई कार्रवाई की जा सके।

एक साथ पांच बड़े मीडिया घरों का पेड न्यूज के मामलों में दोषी पाया जाना, इस छल को रोकने के लिए गंभीर कदम उठाने की आवश्यकता की ओर इशारा कर रहा है। प्रेस काउंसिल ऐसे मामलों में सजा देना का अधिकार उसे देने के लिए कानून में बदलाव चाहती है। “प्रेस काउंसिल ने भारतीय प्रेस परिषद अधिनियम 1978 की धारा 15 (4) में संशोधन करने और जन प्रतिनिधित्व अधिनियम 1951 की धारा 123 में संशोधन करके इसे दंडनीय अपराध बनाने की सिफारिश की है।”

लोकसभा की स्टैंडिंग कमेटी की सिफारिशें और प्रेस काउंसिल की यह सिफारिश मामला लंबे समय से किसी तरह के सरकारी निर्णय का इंतजार कर रही है, लेकिन इस लम्बूदर प्रकरण में सरकार कोई निर्णय करती नजर नहीं आ रही है। राजनीतिक नेता जब विपक्ष में रहते हैं, तो पेड न्यूज पर अंकूश लगाने के लिए कानून बनाने की मांग उठाते हैं, लेकिन सता में पुरुषता ही ये दूसरी सरकार की तरह पेड न्यूज की ओर से युक्त मोडकर बैठ जाते हैं। लिहाजा, जिम्मेदार संवैधानिक संस्था और समृद्धि की सिफारिशें पर सरकार कोई फैसला करने की इच्छुक नजर नहीं आती।
4.4 सिर्फ दिखावे की चिंता

वक़्त के साथ पेड न्यूज का स्वरूप भी काफी बदला है। बदलते हुए स्वरूप में पेड
न्यूज की पहचान करना और कठिन हो गया है। पेड न्यूज के काले कारोबार में लगे
मीडिया हाउस और उनका स्टाफ इस बुराई को ऐसा रूप देकर प्रस्तुत करने लगे हैं
कि आसानी से पेड न्यूज को पहचाना न जा सके। प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया ने भी
इस बदलाव को महसूस किया है। प्रेस काउंसिल ने अपनी रिपोर्ट में कहा है “पेड न्यूज
की प्रवृत्ति के विभिन्न आयाम हो गए हैं। आज यह वैज्ञानिक पत्रकारों और मीडिया
कम्पनियों के श्रद्धासार से अधिक हो गया है और काफी व्यापक दांगागत और संगठित
हो गया है। यह प्रक्रिया भारत के लोकतंत्र की प्रतिभा को कम कर रही है। इससे
समाज का अभिज्ञात्य वर्ग, जिसमें राजनीतिक नेता, विचारक, पत्रकार और मीडिया के
मालिक भी शामिल हैं, बहुत दुखी हैं।”

पेड न्यूज को लेकर राज्यपाल की चिंता से लेकर सुप्रीम कोर्ट के सबसे रवाने तक, सब
बड़ी चिंता से यह अहसास करा रहे हैं कि देश मीडिया की ईमानदारी को कर्नकित
करने वाले इस बातार से विचलित हो रहा है। सच के नाम पर झूठ और छब फरेब
पर टिकी ऐसी दुकानदारी का हर स्तर पर विरोध होने लगा है। यही बजह है कि पेड
न्यूज के विरोध में आवाज उठने वालों की संख्या में भी वृद्धि हुई है। “वर्ष 2010 में
प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया में जहां पेड न्यूज की रक्षल 02 शिकायतें दर्ज हुई थी।
वहीं वर्ष 2014-15 में दर्ज हो चुकी ऐसी शिकायतों की संख्या इन्की 45 तक पुंच
गई है। पिछले साल यात्रा 2013-14 में प्रेस काउंसिल में पेड न्यूज के 50 मामले
पलीकृत हुए थे।”

प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया, पेड न्यूज के मामले में काफी संवेदनशील और चिंतित
जनर आती है। खुद प्रेस काउंसिल ने पेड न्यूज पर 30 जुलाई, 2010 को अपनी
पहली रिपोर्ट जारी की। इस रिपोर्ट में पेड न्यूज के लिए तथाकथित रेट कार या
पैकेज बाँटे जाने का जिक्र करते हुए बताया गया है कि इनमें प्रायः : समाचारों के
प्रकाशन की दर्जे शामिल होते हैं। इस रिपोर्ट में प्रेस काउंसिल ने पेड न्यूज की प्रवृत्ति
को रोकने का कई सुझाव दिए। इसके बाद वर्ष 2012 में गुजरात के विधानसभा
चुनाव के दौरान प्रेस काउंसिल ने पेड न्यूज की मॉनिटरिंग के लिए एक उप समिति
का गठन किया। मई, 2013 में कर्नाटक विधानसभा चुनाव के दौरान प्रेस काउंसिल ने फिर पेड न्यूज़ की निगरानी के लिए कमेटी का गठन किया।

प्रेस काउंसिल और इसके तत्कालीन अध्यक्ष जस्टिस जार्जन आर्केंड्रेड काट्जु पेड न्यूज़ को लेकर कई बार अपनी चिंता जाहिर करते हुए अपने स्तर पर कई कदम उठा चुके हैं, लेकिन यह सिक्के का वह पहलू है, जो पेड न्यूज़ पर प्रेस काउंसिल की केवल संजीवनी दिखाता है। प्रेस काउंसिल का रिकार्ड सिक्के के उस दूसरे पहलू को भी उजागर करता है, जो पेड न्यूज़ पर कारबाही करते दिखाने के प्रेस काउंसिल के चमकदार प्रयासों के बीच कहीं धूमिल पड़ जाता है। सिक्के का यह दूसरा पक्ष, पेड न्यूज़ के मामलों में प्रेस काउंसिल की साल दर साल की उपेक्षा पूर्ण खामोशी की ओर इशारा करता है।

प्रेस काउंसिल में पंजीकृत होने वाली पेड न्यूज़ की शिकायतों का रिकार्ड उस स्थान पक्ष पर रोशनी डालता है, जो प्राय: सामने नहीं आ पाता। आर.टी.आई. से पता चलता है कि प्रेस काउंसिल में वर्ष 2009-10 से लेकर वर्ष 2014-15 के बीच पेड न्यूज़ की कुल मिलाकर 134 शिकायतें पंजीकृत हुई हैं। यह तथ्य चौकाने वाला है कि प्रेस काउंसिल ने पेड न्यूज़ रोकने के लिए भले ही कई राज्यों के विधानसभा चुनावों के दौरान कमेटियाँ बना दी हों, लेकिन खुद काउंसिल ने पेड न्यूज़ की शिकायतों का निस्तारण करने में कोई रुचि नहीं ली। प्रेस काउंसिल ने वर्ष 2009 से अब तक ऐसी केवल चार शिकायतों पर सुनवाई/जांच पूरी करके कोई निर्णय किया है।

वर्ष 2009-10 में दर्ज 17 में से चार में ही परिषद किसी निर्णय तक पहुँच सकी और नौ को पैरवी न होने के आधार पर समाप्त कर दिया गया। उस समय की चार शिकायतों पर पूरी सुनवाई करने के बाद भी अब तक काउंसिल अपने निर्णय की घोषणा नहीं कर सकी है। ये प्रकरण तब से न्याय की आस में लम्बित है। “वर्ष 2010-11 में पंजीकृत दो शिकायतों में से एक क्षेत्राधिकार से बाहर होने के कारण रद्द हो गई और दूसरी पैरवी के अभाव में खत्म कर दी गई। इससे अगले साल यादि वर्ष 2011-12 में प्रेस काउंसिल में पेड न्यूज़ की 11 शिकायतें सुनवाई के लिए पंजीकृत की गईं, इनमें से एक शिकायत को किसी अदालत में विचाराधीन होने के कारण रद्द कर दिया गया। जिन दस शिकायतों को रद्द नहीं किया गया, काउंसिल ने उनमें से किसी पर अब तक कोई निर्णय नहीं सुनाया है। यादि ये सभी मामले फेसले के इंतजार में
लंबित पड़े हैं। वर्ष 2012-13 में दर्ज 9 शिकायतों में से एक को समय सीमा से बाहर होने के कारण समाप्त कर दिया गया और बाकी बची सभी आठ शिकायतों पर अव तक प्रेस काउंसिल का निर्णय सामने नहीं आया है। इसके बाद के वर्षों में पंजीकृत होने वाली शिकायतें भी प्रेस काउंसिल की लम्बी प्रक्रियाओं में फंसी हुई हैं। वर्ष 2013-14 में दर्ज सभी 50 शिकायतें और वर्ष 2014-15 में दर्ज सभी 45 शिकायतें अभी प्रेस काउंसिल की प्रक्रियाओं से ही गुजर रही हैं। 35

पेड न्यूज पर रोक लगाने की दिशा में सबसे ज्यादा सक्रिय दिखाई देने और कई वार कमेटियाँ बनाने वाली प्रेस काउंसिल में दर्ज शिकायतों का यह हार किसी को भी हैैरत में डाल सकता है। प्रेस काउंसिल के यह आंकड़े इसके गवाइ हैं कि पेड न्यूज पर रोक लगाने की दिशा में व्यापारी करने और कमेटियाँ के गठन के अलावा अभी तक किसी स्तर पर ऐसा कुछ नहीं हुआ है, जिससे प्रेस को इस बड़े कलंक से बचाने की आशा की जा सके।

प्रेस काउंसिल में पहुंच वाली तमाम शिकायतों पर पांच साल बीतने के बाद भी कोई निर्णय न आना लाघ व्यवस्था की ओर संकेत कर रहा है। "जिन शिकायतों की जांच भी सालों पहले पूरी हो चुकी है, उन पर भी प्रेस काउंसिल ने अपने फैसले की घोषणा नहीं की है।" 36

पेड न्यूज को रोकने के लिए किसी स्तर पर कोई गंभीर प्रयास नहीं किया जा रहा है। पेड न्यूज पर रोक लगाने की दिशा में सबसे ज्यादा सक्रियता दशने वाली प्रेस काउंसिल भी पंजीकृत शिकायतों पर फैसले करने में बहुत ज्यादा इतनाहूँ रहेगी अपनाने वाली सरकारी संस्था बनती जा रही है। मौजूदा स्थिति में पेड न्यूज की बुराई को बढ़ाने से रोकना और समाज को इस बुराई से बचाने के लिए नाकाफी से भी कम है। जिस तरह से पेड न्यूज को लेकर विभिन्न स्तरों पर चिंता बढ़ी है, उसके महेंद्रजय नरमत न्यूज को रोकने की तंगता नगण्य प्रतीत होती है।
4.5 पेड न्यूज के प्रभावों के अध्ययन के लिए सर्वेक्षण

पेड न्यूज का असर केवल अखबारों के पाठकों और न्यूज चैनल के दर्शकों पर ही होता है, या ये विकास खबरें बाजार से लेकर लोकतंत्र तक को सीधे तीर पर प्रभावित करती हैं? पेड न्यूज किस पर और कितना प्रभाव डालती है, वह जानने के लिए इस अध्ययन के दौरान मैंने सैम्पल सर्वेक्षण का साहाय किया। इस सैम्पल सर्वेक्षण में सरल भाषा में स्पष्ट रूप से हां या ना में उतर देने लायक प्रश्नों का शामिल किया गया। सर्वेक्षण में पाठकों और दर्शकों को स्वतंत्र रूप से और पूरी निष्पक्षता से अपनी राय जाहिर करने का अवसर देने के लिए ऑनलाइन सर्वेक्षण का अनुशासन हुआ।

इसके लिए गूगल पर एक सर्वेक्षण फार्म बनाकर विभिन्न वर्गों, विचारधाराओं, व्यावसायिक और राज्यों के तीन सौ से के ज्यादा पाठकों और दर्शकों को इस सर्वेक्षण में शामिल होने के अनुरोध के साथ सर्वोत्तम का लिंक भेजा गया। पाठकों और दर्शकों के साथ ही अखबारों और न्यूज चैनल के संवाददाताओं, उप सम्पादकों से लेकर प्रतिष्ठित सम्पादकों तक ने इस सर्वेक्षण में शामिल होकर अपनी स्पष्ट राय दी। सर्वेक्षण में शामिल होने वाले लोगों में दो आई ए एस अधिकारी, एक उच्च न्यायिक सेवा के अधिकारी, सात प्रमुख दैनिक समाचार पत्रों के प्रतिष्ठित सम्पादक और 57 पुस्तकांक लिख चुके सूचना व लॉकसम्पर्क विभाग के एक से स्फुरित मूल अधिकारी भी शामिल हुए हैं।

इस सर्वेक्षण का क्षेत्र सम्पूर्ण भारत वर्ष था। देश के विभिन्न राज्यों के लोग सर्वेक्षण में सम्मिलित हुए।

सर्वेक्षण का विवरण

- सर्वेक्षण में शामिल व्यक्ति 260

सर्वेक्षण में पूछे गए सवालों का उत्तर हां या न में देने का विकल्प दिया गया था, ताकि स्पष्ट उत्तर प्राप्त हो सके और इन प्राथमिक प्रदर्शन का सांध्यिकीय विश्लेषण सरल व स्पष्ट हो। पूछे गए प्रश्न निम्न हैं-

1. पेड न्यूज से कम शिक्षित और निरक्षर लोग ज्यादा प्रभावित और श्रमित होते हैं।
2. पेड न्यूज से शिक्षित लोग ज्ञान प्रभावित व भ्रामित होते हैं।

3. पेड न्यूज के कारण चुनावों में अयोग्य और अपराधिक छिपे वाले उम्मीदवार आगे निकल जाते हैं।

4. पेड न्यूज के कारण चुनावों में योग्य उम्मीदवारों को कोई नुकसान नहीं होता।

5. पेड न्यूज के कारण गलत उत्तराप्त बिक जाते हैं और बाद में उपभोक्ता को अहसास होता कि गलत छिप्पे प्रस्तुत की गई।

6. पेड न्यूज के प्रभाव में आने के कारण लोग पूरे तथ्य नहीं जान पाते और अन्जाले में गलत निर्णय करते हैं।

7. जो लोग एक से ज्ञाना चैनल देखते या एक से अधिक अखबार पढ़ते हैं, उन्हें पेड न्यूज से प्रभावित करता आसान नहीं है।

8. पेड न्यूज से अखबारों और न्यूज चैनलों की विश्वसनीयता पर दुरा असर पड़ा है।

9. पेड न्यूज को पहचानना आसान है।

10. पेड न्यूज के बारे में जानने से पहले लोग अखबार और न्यूज चैनल के हर शब्द को सही मानते थे।

11. अब प्रकाशित- प्रसारित होने वाले कई समाचारों को लोग पढ़ने या देखने-मुनने के बाद भी सच नहीं मानते।
सर्वेक्षण का विश्लेषण

पेड न्यूज पर 260 लोगों के सैम्पल सर्वेक्षण के नतीजे स्पष्ट करते हैं कि पेड न्यूज के व्यापक प्रभाव होते हैं। एक भी व्यक्ति ने पेड न्यूज के व्यापक कुप्रभावों से इंकार नहीं किया है। इस सर्वेक्षण से इस निष्कर्ष की पुष्टि होती है कि पेड न्यूज पाठकों और दर्शकों को भ्रमित करके गलत निर्णय की ओर ले जाती हैं। हर व्यक्ति पर पेड न्यूज का प्रभाव एक समान नहीं होता। बिदुवार पेड न्यूज पर किए गए सर्वेक्षण का विश्लेषण लिम्ब प्रकार किया जा सकता है।

सर्वेक्षण में शामिल 88.5 लोगों का स्पष्ट मत है कि पेड न्यूज का ज्यादा प्रभाव कम शिक्षित और निरक्षर लोगों पर पड़ता है। विभिन्न उपमादि, सेवाओं, राजनीतिक दलों, नेताओं, कॉर्पोरेट हाउस आदि के बारे में प्रकाशित और प्रसारित होने वाले पेड न्यूज से ऐसे लोग जल्द और ज्यादा प्रभावित होते हैं। इस कारण ऐसे लोगों के निर्णय सत्य पर आधारित होने के स्थान पर सत्य के रूप में प्रचारित पेड न्यूज पर आधारित होते हैं। इससे कम शिक्षित और अशिक्षित लोगों के साथ ही पूरे समाज को नुकसान उठाना पड़ता है क्योंकि समाज में ऐसे लोगों की संख्या अपेक्षाकृत अधिक है। इसके विपरीत 11.5 लोगों का मानना है कि पेड न्यूज से कम शिक्षित और निरक्षर लोग ज्यादा प्रभावित नहीं होते। सर्वेक्षण में शामिल 75 प्रतिशत लोगों ने स्वीकार किया है कि पेड न्यूज से शिक्षित लोग ज्यादा प्रभावित नहीं होते। 25 प्रतिशत लोग मानते हैं कि शिक्षित लोग पेड न्यूज से ज्यादा प्रभावित होते हैं। इसका एक अर्थ यह है कि पेड न्यूज के दुष्प्रभावों से शिक्षित लोग भी नहीं बच पाते।

चुनावों पर पेड न्यूज के प्रभावों के आंकलन के लिए पूछे गए प्रश्न के उत्तर में 90 प्रतिशत लोगों ने कहा कि पेड न्यूज के कारण चुनावों में अयोग्य और अपराधिक छवि वाले उम्मीदवार आगे निकल जाते हैं। केवल 10 प्रतिशत लोग ऐसा नहीं मानते। सर्वेक्षण में 76.9 प्रतिशत लोगों ने स्वीकार किया हैं कि पेड न्यूज के कारण चुनावों में योग्य उम्मीदवारों को नुकसान होता है। केवल 23.1 प्रतिशत लोग मानते हैं कि पेड न्यूज से योग्य उम्मीदवारों को नुकसान नहीं होता।
उपभोग की वस्तुओं की विक्री पर रैड न्यूज का प्रभाव बहुत अधिक पड़ता है।

सर्वकाल में शामिल लोगों में 93.8 प्रतिशत का मत है कि रैड न्यूज के कारण गलत उत्पाद बिक जाते हैं और उपयोग करने के बाद उपभोक्ता को आहसास होता है कि उत्पादों के बारे में उन्हें गलत जानकारी दी गई थी। इस तरह रैड न्यूज लोगों की युक्ति दस्ताने की कमाई गलत उत्पादों पर अंबार कराकर उन्हें आधिक नुकसान पहुँचाती है। इस तरह अच्छी गुणवत्ता वाले उत्पाद रैड न्यूज के कारण बाजार की प्रतिस्पर्धा में पीछे छूट जाते हैं और गुणवत्ता पर ज्यादा ध्यान देने वाले उत्पादक हतोत्साहित होते हैं। सिफ़ 6.2 प्रतिशत लोग मानते हैं कि ऐसा नहीं होता।

सर्वकाल के दौरान सबसे अधिक 95.8 प्रतिशत लोगों ने माना कि रैड न्यूज के प्रभाव में आने के कारण लोग पूरे तत्व नहीं जान पाते और भाँजने में गलत निर्णय करते हैं। सिफ 4.2 प्रतिशत लोगों ने इसके विपरीत मत दिया है।

समाचार पत्रों और रैड चैनलों का मुख्य कार्य लोगों को सही जानकारी और सभी पक्षों की जानकारी देकर उनकी तात्किक क्षमता को विकसित करना और सही निर्णय तक पहुँचने में लोगों की मदद करना होता है। लेकिन सर्वकाल के नतीजे दर्शाते हैं कि रैड न्यूज अवकाशों और न्यूज चैनलों को इस मुख्य करत्व से विमुक्त कर रही है। रैड न्यूज देने वाले समाचार पत्र और न्यूज चैनल लोगों को गलत निर्णयों की ओर अवस्थाकर कर रहे हैं। क्षेत्र चाहे उत्पादों का हो, विचारधाराओं का, विभिन्न विषयों पर निर्णय का या संसदीय प्रणाली और लोकतंत्र को पोषित करने वाले चुनावों का, पेड न्यूज पाठकों और दर्शकों को गलत निर्णय तक पहुँचाने का कार्य कर रही हैं। यह पेड न्यूज का सबसे अधिक हानिकारक प्रभाव है, जिसका असर वर्तनाल के साथ ही देश के भविष्य पर भी पड़ता है।

एक से अधिक समाचार पत्र पढ़ने और एक से अधिक न्यूज चैनल देखने वालों को पेड न्यूज के माध्यम से भेज करना आसान नहीं है। सर्वकाल में शामिल 81.9 प्रतिशत लोगों ने यह माना है। इसके पीछे मुख्य कारण यह है कि सभी चैनल और समाचार पत्र बिकार खबरें प्रसारित — प्रकाशित नहीं करते। एक चैनल या समाचार पत्र में किसी कॉरपोरेट, राजनीतिक दल, व्यक्ति या उत्पाद के विषय में पेड न्यूज का प्रसारण या प्रकाशन होता भी है, तो दूसरे से लोगों को
सही जानकारी मिल सकती है। किसी भी दल, व्यक्ति या उत्पाद के विषय में अलग - अलग तरह के विचार और सूचनाएं पाकर लोग सावधान हो जाते हैं और खबर सोच विचार कर निर्णय करते हैं। इसके विपरीत यदि वे सभी सूचनाओं के लिए एक ही समाचार पत्र या न्यूज चैनल पर निर्भर रहते हैं, तो उनके भ्रम होने की संभावना अधिक है। 18.1 प्रतिशत लोगों का मानना है कि एक से ज्यादा न्यूज चैनल देखने या एक से अधिक समाचार पत्र पढ़ने वालों को भी पेड न्यूज के जरिये भ्रमित किया जा सकता है।

पेड न्यूज से पाठकों और दर्शकों को ही नुकसान नहीं होता। पेड न्यूज के कारण समाचार पत्रों और न्यूज चैनलों को जो सबसे बड़ा नुकसान पहुँचा है, वह है उनकी विश्वसनीयता में गिरावट होना। सर्वकालिक उन 93.1 प्रतिशत लोगों ने कहा है कि पेड न्यूज के कारण अखबारों और न्यूज चैनलों की विश्वसनीयता पर बुरा असर पड़ा है। केवल 6.9 प्रतिशत लोगों को लगता है कि पेड न्यूज छपने और प्रसारित होने के बाद भी अखबारों और न्यूज चैनलों की विश्वसनीयता पर बुरा असर नहीं पड़ा है।

समाचारों के रूप में दिए जाने वाले विज्ञापन यानि पेड न्यूज के स्वरूपों में भले ही कितने बदलाव क्यों न आ गए हों, 32 प्रतिशत लोगों का मत है कि पेड न्यूज को पहचानना आसान है। सर्वानुपात में शामिल 68 प्रतिशत पाठकों और टी.वी. दर्शकों ने कहा है कि पेड न्यूज को पहचानना आसान नहीं होता। इसका अर्थ यह है कि पेड न्यूज प्रकाशित और प्रसारित करने वाले समाचार पत्रों और न्यूज चैनलों के 32 प्रतिशत पाठक उनकी इस वेबसाइट को पहचान लेते हैं। यानि जिन्हें गुमराह करने के लिए विकास खबरें प्रकाशित की जाती हैं, उनका एक बड़ा हिस्सा विकास खबरों के बारे में जान जाता है।

सर्वकालिक के दौरान 83.5 प्रतिशत लोगों ने कहा है कि अब लोग अखबारों में प्रकाशित और न्यूज चैनलों पर प्रसारित कई समाचारों को पढ़ने- देखने के बाद भी सच नहीं मानते। केवल 16.5 प्रतिशत लोगों ने इससे इंकार किया है।

समाचार पत्रों और न्यूज चैनलों पर प्रकाशित/ प्रसारित समाचारों को झूठ मानने की यह प्रवृत्ति मीडिया से समाज के बढ़ते बढ़े वर्ग का भरोसा डिगने की ओर इशारा कर रही है। हालांकि 83.5 प्रतिशत लोगों का मानना है कि पेड न्यूज के
बारे में जानने से पहले वे समाचार पत्रों और न्यूज चैनलों के एक एक शब्द को सही मानते थे। इससे जाहिर है कि एप्ड न्यूज के पनपने के कारण मीडिया को सबसे बड़ा नुकसान यह हुआ है कि उसने पाठकों और दर्शकों बहुत बड़े वर्ग का भरोसा खो दिया है।

* * *

-107-
संदर्भ सूची

1. जनसता, 01 जून, 2009
2. पी. साईनाथ, रिपोर्ट निहित स्वार्थ का घृणित नमूना, काली खबरों की कहानी , 2010
3. इंडिया: एप न्यूज स्कैंडल हिट्स बेजर न्यूजपेपर्स, मसीह रहमान, द गाड्डियन, यू. के. एडीशन, 4.01.2010
4. इंडियन जर्नलिस्ट्स एक्यूज़ ऑफ सीक्रेटली हैल्टिंग पोलिटिशियन, विजनेसेज, एमली वैक्स, वाशिंगटन पोस्ट, अमेरिका, 22.11.2010
5. इलेक्शन वार्डिंग फाइट लोनली बैटल ऑफ पेट न्यूज कवरेज, मालविका व्यावहारे, द न्यूयॉर्क टाइम्स, अमेरिका, 25.04.2014
6. रामबहादुर राय, काली खबरों की कहानी (सम्प्रदायकीय भूमिका से), 2010
9. रामबहादुर राय, काली खबरों की कहानी (सम्प्रदायकीय भूमिका से), 2010
10. अभिषेक मनु सिंधवी (कांग्रेस नेता), जनसता, 23 जुलाई, 2010
11. पशुपति शर्मा, khoyachand.blogspot.com (Viewed on 18 June, 2014)
12. रोशन सूराह, पेड न्यूज़:एक दस्तावेज, http://suchanroshan.blogspot.in (Viewed on 7 June, 2014)
13. संजीव पाण्डेय, जब मिट गई खबर और विज्ञापन के बीच की दूरी, प्रथम प्रकाश, 16 जुलाई, 2009
14. डा. राम लखन मैत्रा, जनसंघारी:सिद्धांत और अनुप्रयोग, http:// profrlmeena.blogspot.in/2012/10/blogpost_974.html (Viewed on 7 June, 2014)
17. भूपेंद्र सिंह, मीडिया:नियंत्रण बनाम लियमन, समयांतर, जून 2013
18. पेड न्यूज पर संसद के इंद्रजीत सिंह समिति की रिपोर्ट, मई, 2013
19. अमित गुप्ता, पेड ल्यूज की काली बिल्ली, http://www.jankalyantime.in (Viewed on 11 June, 2014)

20. ओम गाने, मेरा फन मुझे बाजार में ले आया, mohllalive.com (Viewed on 16 June, 2014)

21. पी. साईनाथ, रिपोर्ट लिंहित स्वार्थ का घृणित नमूना, काली खबरों की कहानी, 2010

22. ओम गाने, मेरा फन मुझे बाजार में ले आया,

23. पेड ल्यूज संबंधी रिपोर्ट, भारतीय प्रेस परिषद, पृ. 3, 30.07.2010

24. पेड ल्यूज संबंधी रिपोर्ट, भारतीय प्रेस परिषद, पृष्ठ - 2, दिनांक 30.07.2010

25. ‘मीडिया राजस्थान संपत्ता है’, किंतु पेड ल्यूज/ज दुखद ',स्वतंत्र आवाज डोट कॉम
(Viewed on 22 March, 2014)

26. आशा गोगिया, अपर सचिव, प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया के पत्र का सार, मिसिल
28/51/आरटीआई/14-15

27. एस.के.चिटकारा, उप सचिव, बिचि और न्याय मंत्रालय, भारत सरकार, सं.-
7(67)2012-आर टी आई, 01 अगस्त, 2014

28. श्री नाविल कपूर, अवर सचिव, सुवना एवं प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार, लं.
3105/16/2014 बीसी 3, 02 सितंबर, 2014

29. श्री के.पी.उदय शर्मा, जन सुवना अधिकारी, राष्ट्रीय आपार रिकार्ड व्यूरो, गृह
मंत्रालय, भारत सरकार, सं. एसटीटी(200)/आर टी आई/293/14/1863, 12
सितंबर, 2014

30. सूची आशा गोगिया, अपर सचिव, प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया, पृष्ठ 1, मिसिल सं.
28/51/आर टी आई/14-15

31. श्री प्रभोद कुमार शर्मा, अवर सचिव, भारत निर्वाचन आयोग, सं.4/आर टी
आई/15/2014-संचार/200, 21 अगस्त,2014

32. सूची आशा गोगिया, अपर सचिव, प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया, पृष्ठ 2,मिसिल सं.
28/51/आर टी आई/14-15

33. पेड ल्यूज संबंधी रिपोर्ट, पृ.1, भारतीय प्रेस परिषद, नई दिल्ली, 30.07.2010
34. आशा गोगिया, अपर सचिव (शिन), मिसिल संख्या 28/51/13-14-आर.टी.आई.
(दिनांक 04.08.2014) प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया, नई दिल्ली।
35. आशा गोगिया, अपर सचिव (शिन), मिसिल संख्या 28/51/13-14-आर.टी.आई.
(दिनांक 04.08.2014)
36. आशा गोगिया, अपर सचिव (शिन), भारतीय प्रेस परिषद को पेड न्यूज पर प्राप्त शिकायतें, मिसिल संख्या 28/51/13-14-आर.टी.आई. (दिनांक 04.08.2014)

* * * * *

-110-