

मीडिया व्यवसाय और पेड न्यूज: सैद्धांतिक विवेचन  
Media Profession & Paid News: Theoretical Investigation



रणजीत कुमार

पीएच. डी. शोध छात्र , संचार एवं मीडिया अध्ययन केंद्र , म. गां. अं. हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा (महाराष्ट्र)



व्यवसाय, पेड न्यूज

**सारांश:**

मीडिया किसी वस्तु के उत्पादन का साधन नहीं है। यह समाज को वैचारिक रूप से समृद्ध बनाने का साधन है। इसकी तटस्थता और निष्पक्षता एक स्वस्थ समाज के निर्माण में अहम भूमिका निभाता है। मीडिया व्यवसाय (Profession) से जुड़े हुए लोग अत्यंत ही संवेदनशील होते हैं। प्रस्तुत शोध आलेख के माध्यम से मीडिया व्यवसाय के अवधारणा को स्पष्ट करने के साथ पेड न्यूज जैसी समस्या पर प्रकाश डालने का प्रयास किया है।

**शोध केंद्रित शब्द (Key Words):** मीडिया, प्रेस,

**प्रस्तावना:**

किसी भी सामाजिक व्यवस्था (सामंतवादी, राजतंत्र, लोकतंत्र आदि) के संचालन में मीडिया की महती भूमिका से इनकार नहीं किया जा सकता है। मीडिया जनसंचार का साधन है। “वास्तव में प्रेस या मीडिया या अन्य संचार के माध्यम अपने समय का प्रतिनिधित्व करते हैं। काल कोई भी रहे देश कोई भी रहे तत्कालीन सामाजिक-आर्थिक सांस्कृतिक- राजनीतिक घटनाओं व प्रभावों का संचार माध्यम में प्रतिबिंबन होता आया है।”<sup>1</sup> समाचार पत्र, रेडियो, समाचार चैनल आदि मीडिया के मुख्य प्रतिरूप हैं। लोकतांत्रिक व्यवस्था में मीडिया का कार्य सत्य, वस्तुनिष्ठ, तथ्यपरक और निष्पक्ष सूचना समाचार के रूप में प्रेषित करना है। लेकिन लाभ के उद्देश्य को पूरा करने के लिए मीडिया ने व्यावसायिक प्रतिबद्धता को छोड़कर पेड न्यूज जैसे कदाचार को अपना लिया। “आमतौर पर व्यवसाय एक आयामी होते हैं और उनके प्रभाव क्षेत्र भी सीमित होते हैं। औसत व्यवसाय का चरित्र, कर्मक्षेत्र और लक्ष्य बिंदु निर्धारित होते हैं। अपवादस्वरूप ही रेखांकित मर्यादाओं का अतिक्रमण व्यवसाय करते हैं। लेकिन व्यवसायों की दुनिया में मीडिया एक ऐसा व्यवसाय या प्रोफेशन है जिसका कोई सीमांकन नहीं किया जा सका है।”<sup>2</sup>

**व्यवसाय की अवधारणा:**

मानव सभ्यता के विकास के साथ ही व्यवसाय की अवधारणा का अविर्भाव हुआ। समाज की इकाई परिवार के भरण-पोषण के लिए व्यवसाय एक साधन के रूप में प्रयुक्त होता है। इससे होने वाले आय से जीवन की जरूरतों को पूरा किया जाता है। “व्यवसाय को अंग्रेजी में प्रोफेशन (Profession) कहा जाता है। प्रोफेशन (Profession) की उत्पत्ति लैटिन भाषा के प्रोफिटेरी (Profiteri) से हुआ है। जिसका अर्थ उस भाषा में ‘सार्वजनिक रूप से घोषणा करना’ या ‘प्रतिज्ञा करना’ होता है। “तेरहवीं शताब्दी में इस शब्द का अर्थ ‘धार्मिक परायणता’ और चौदहवीं शताब्दी में ‘शूरवीरों (Knights) की वीरता के आदर्श की ओर परायणता’ के अर्थों में लिया जाता था।”<sup>3</sup>

**अर्थ:**

हिंदी शब्द कोश के अनुसार व्यवसाय का अर्थ “1 काम धंधा, पेशा, 2 व्यापार, रोजगार 3 अभिप्राय, मतलब 4 उद्योगा”<sup>4</sup> है। आक्सफोर्ड के अंग्रेजी शब्दकोश के अनुसार “प्रोफेशन (Profession) जीविका, पेशा और व्यवसाय है। इसके लिए उच्च प्रशिक्षण या शिक्षा अपेक्षित है।”<sup>5</sup>

हिंदी में व्यवसाय शब्द का अनेक अर्थों में प्रयोग होता है। “जीविका के संदर्भ में व्यवसाय शब्द का प्रयोग सोलहवीं और सत्रहवीं शताब्दी से ही किया जाने लगा। ऐसा उल्लेख मिलता है कि उन्नीसवीं शताब्दी में तीन महत्वपूर्ण व्यवसाय क्रमशः दैवत्व, वकालत एवं औषधिशास्त्र था। समाज में इसे ही व्यवसाय के रूप में मान्यता प्राप्त था। व्यवसाय शब्द का अर्थ आधुनिक युग में ‘संगठित जीविका’ के लिए किए जानेवाले कार्य से लिया जाता है। जिसमें विशेष औपचारिक ज्ञान की आवश्यकता होती है। इस ज्ञान का प्रयोग कार्य करनेवाले संगठित लोग व्यवसाय के उद्देश्य को पूरा करने के लिए करते हैं।”<sup>6</sup>

प्रत्येक व्यवसाय का अपना गुण होता है। वह गुण ही जीविकोपार्जन के लिए किए जानेवाले कार्य को व्यवसाय का स्वरूप प्रदान करता है। व्यवसाय के लिए कई विद्वानों ने अलग-अलग मानक तय किए हैं। “कार-सैंडर्सन एवं विल्सन ने अपनी पुस्तक ‘द प्रोफेशन’ में यह मत प्रकट किया है कि व्यवसाय के लिए आवश्यक है कि उसमें एक बौद्धिक प्रविधि हो जो एक विशेष प्रशिक्षण द्वारा प्राप्त की जा सकती हो और जिसका दैनिक जीवन के कुछ पहलुओं में प्रयोग किया जा सकता हो। इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि कार-सैंडर्सन एवं विल्सन ने एक व्यवसाय के दो गुणों पर बल दिया जो क्रमशः एक विशेष प्रविधि और इस प्रविधि का व्यावहारिक प्रयोग है।”<sup>7</sup>

व्यवसाय (Profession) के उपर्युक्त मानक मीडिया के लिए भी एक कसौटी है। इसके व्यवसाय की भी एक प्रविधि है जिसका व्यावहारिक प्रयोग होता है। “जनसंचार की स्थितियों में संचारक एक व्यक्ति नहीं होता। यह एक शिक्षित-प्रशिक्षित समूह होता है, जो तेजी से लोगों के समूह तक मीडिया के द्वारा संप्रेषण करता है।”<sup>8</sup>

**मीडिया व्यवसाय:**

मीडिया व्यवसाय एक सार्वजनिक हित से संबंधित व्यवसाय है। “सिद्धांत के हिसाब से वकालत या पत्रकारिता के पेशे का चरित्र सार्वजनिक होता है यानि समाज के प्रति उसमें समर्पण अंतर्निहित होता है। वकील राज्य और नागरिक के बीच एक कड़ी का काम करता है यानी वह एक प्रजातांत्रिक, उदारवादी और विमुक्तिकर्ता की भूमिका मंरहता है न कि मात्र निजी व्यवसाय के पोषक के रूप में।”<sup>9</sup>

मीडिया की संकल्पना समाचार पत्र के आगमन के साथ हुआ। तकनीकी विकास के परिणाम-स्वरूप इसमें रेडियो, समाचार चैनल, इंटरनेट से संचालित वेब पोर्टल आदि सम्मिलित हो गए। ये सभी माध्यम जनसंचार की दिशा में अपना प्रभुत्व रखते हैं। सभी माध्यमों की सामाजिक उपयोगिता है। लेकिन समय के साथ इसके व्यावसायिक प्रतिबद्धता में भी हास होता है। “जब मीडिया (प्रेस) के विरुद्ध कई आलोचनाएं आने लगीं यहाँ तक कि जो लोग रूढ़िवादी थे वे भी इसकी आलोचना करने लगे, तब 1947 में प्रेस की स्वतंत्रता के लिए शिकागो विश्वविद्यालय के प्रेसिडेंट रॉबर्ट एम. हचिंस की अध्यक्षता में एक आयोग का गठन किया गया। जिसने मीडिया के सामाजिक उत्तरदायित्व को रेखांकित किया।”<sup>10</sup> चिकित्सा और वकालत के व्यवसाय (Profession) की ही भांति मीडिया व्यवसाय (Media Profession) का स्वरूप है। जिस प्रकार चिकित्सा में मानव सेवा की जाती है, वकालत के माध्यम से न्याय को संभव बनाया जाता है उसी प्रकार मीडिया के माध्यम से सामाजिक चेतना जागृत की जाती है। “प्रेस (मीडिया) का कम्युनिष्ठ सिद्धांत यह प्रतिपादित करता है कि मीडिया सामूहिक रूप में आंदोलन करता है, वह प्रचार तथा शिक्षक है और इसके द्वारा समानतावादी समाज की रचना की गई है।”<sup>11</sup>

व्यवसाय का अपना सिद्धांत ही गुण होता है। जिसका पालन करके उस व्यवसाय को मूर्त रूप प्रदान किया जाता है। मीडिया व्यवसाय के भी सिद्धांत और नियम हैं जो इसे जनोन्मुख बनाने के लिए प्रेरित करते हैं। आरंभ में मीडिया का स्वरूप प्रेस के रूप में था। लोकतांत्रिक समाज में प्रेस परिषद के माध्यम से मीडिया के रूप में समाचार पत्र, पत्रिकाओं को व्यावसायिक स्वतंत्रता प्राप्त हुआ। “सर्वप्रथम प्रेस परिषद की अवधारणा ने स्वीडन में सन 1916 में मूर्त रूप लिया।”<sup>12</sup> इसके पूर्व भी प्रेस कार्य करता था। लेकिन भारत सहित दुनिया के तमाम औपनिवेशिक देशों में प्रेस को आजादी नहीं थी। अमेरिका और इंग्लैंड जैसे स्वतंत्र देशों में भी इसकी स्थिति अच्छी नहीं थी। “प्रेस की आजादी को लेकर सन् 1945-47 में अमेरिकी आयोग, प्रेस के लिए सन् 1947-49 में रॉयल कमीशन ऑफ इंग्लैंड, सन् 1951-52 में दक्षिण अफ्रिका प्रेस कमीशन तथा सन 1952-54 में भारतीय प्रेस कमीशन आदि अनेक आयोग विश्व भर में गठित किए गए। इन आयोगों ने ये सुझाव दिए कि प्रेस का आचरण सुधारने उसके दुरुपयोग को रोकने तथा इसे रचनात्मक स्वतंत्रता देने के लिए स्वशाषी संस्था का गठन किया जाना चाहिए।”<sup>13</sup> स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद हमारे देश में समाचार पत्रों को सामाजिक दायित्व का निर्वहन करना था। “यह अकारण नहीं था। सरकार चाहती थी कि भारतीय प्रेस परिषद राष्ट्र राज्य की आकांक्षाओं को समझे और राज्य व जनता के बीच उत्तरदायित्वपूर्ण सेतु की भूमिका निभाए।”<sup>14</sup> प्रथम इसके लिए प्रेस की स्वतंत्रता अत्यंत आवश्यक थी। क्योंकि आजादी के पूर्व प्रेस पर विभिन्न प्रकार के प्रतिबंध से लोग अवगत थे। “प्रेस आयोग अपनी रिपोर्ट में कहा

था कि संपादकीय स्वतंत्रता, समाचारों के प्रस्तुतिकरण व प्रेस के विकास को प्रोत्साहित करने तथा बाह्य दबावों से बचाने के लिए प्रेस परिषद के गठन की आवश्यकता है।<sup>15</sup>

भारत में मीडिया ने सामाजिक उत्तरदायित्व के निर्वहन के साथ ही अपना कदम रखा। जेम्स आगस्त हिक्की ने प्रथम समाचार पत्र हिक्की गजट (1780) के माध्यम से ब्रिटिश सरकार की निरंकुशता और शोषण के विरुद्ध अभियान से किया। इस समाचार पत्र ने निष्पक्षता और विपक्ष की अवधारणा को आधार प्रदान किया। हिक्की गजट में 'यह पत्र खुला तो सभी के लिए है लेकिन प्रभावित किसी नहीं है' प्रकाशित भी होता था। "पत्र जनता की भावनाओं को अभिव्यक्ति देने का पक्षधर था। साथ ही जनता की समस्याओं और सोच को उजागर कर विचारों के आदान-प्रदान को महत्त्व देता था। यह एक प्रजातांत्रिक सोच थी।"<sup>16</sup> स्वतंत्रता आंदोलन में मीडिया की भूमिका जगजाहिर है। अमेरिका में मीडिया को संवैधानिक अधिकार प्राप्त है। मीडिया के व्यावसायिक प्रतिबद्धता को अक्षुण्ण बनाए रखने के लिए "सन् 1791 में संविधान के प्रथम संशोधन द्वारा प्रेस की आजादी प्रदान की गई, उस समय प्रेस के व्यावसायिक स्वरूप के विकसित होने में एक शताब्दी से अधिक का समय शेष था। उस समय पत्रकारिता केवल मिशन थी। यह समाज सेवा का पवित्र साधन मात्र था और इसलिए अमेरिका के संविधान इसे अधिनियमित करते समय इस पर किसी प्रकार के प्रतिबंध का निषेध किया गया।"<sup>17</sup> हमारे देश में मीडिया को अलग से अथवा विशेष तौर पर संवैधानिक अधिकार प्राप्त नहीं है। नागरिकों के मूल अधिकार 'वॉक एवं अभिव्यक्ति' की स्वतंत्रता के तहत यहाँ का मीडिया कार्य करता है। संविधान के अनुच्छेद 19 (1) क के अंतर्गत 'प्रेस (मीडिया) की आजादी के दो पहलू हैं। उसका पहला पहलू अभिव्यक्ति की आजादी का है जिसमें नागरिकों को विचार, विनिमय, विचारों का प्रचार-प्रसार तथा जानकारी देने तथा हासिल करने जैसे अधिकार शामिल हैं। इसका दूसरा पहलू उद्योग धंधे का भी है जिसमें पूंजी लगाने वाला व्यक्ति मुनाफा कमाता है।"<sup>18</sup> लेकिन इसका उद्देश्य केवल मुनाफा कमाना नहीं है। "प्रेस की आजादी एक महत्वपूर्ण स्वतंत्रता है। सत्य की तलाश के लिए विचारों के प्रचार हेतु भावनाओं के विनिमय के हित में तथा बेहतर समाज के वास्ते यह आजादी अत्यंत महत्वपूर्ण है। किंतु व्यक्तिगत आजादी को पल्लवित-पुष्पित होने के लिए यह जरूरी है कि उसे सुगठित और मजबूत समाज की उर्वर भूमि उपलब्ध हो इसलिए हमारे संविधान के अनुच्छेद 19 में व्यक्तिगत आजादी और सामाजिक हित के बीच सामंजस्य रखा गया है। प्रेस की आजादी पर लोक व्यवस्था, राज्य की सुरक्षा, शालीनता और नैतिकता जैसे आधारों पर युक्तियुक्त प्रतिबंध लगाए जा सकते हैं।"<sup>19</sup>

मीडिया के विभिन्न प्रतिरूपों के व्यावसायिक प्रतिबद्धता के लिए अलग-अलग आचार संहिता है। प्रिंट मीडिया के लिए भारतीय प्रेस परिषद, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए समाचार प्रसारण मानक संस्था (NBSA) तथा दूरदर्शन और ऑल इंडिया रेडियो के लिए प्रसार भारती का आचार संहिता लागू होता है। इन सभी संस्थाओं का उद्देश्य मीडिया को जनोन्मुख बनाए रखने की दिशा में कार्य करना है तथा इससे विमुख होने पर उसे रोकना है। "अभिव्यक्ति की आजादी का उपयोग नैतिकता और संतुलन की परिधियों में होना आवश्यक है। सबको जानने और परखने के अधिकार का जितना रिश्ता कानून से है, उससे कहीं ज्यादा रिश्ता मानवीय सरोकारों से होता है। एक स्वस्थ पत्रकारिता की सबसे बड़ी शर्त मानवीय सरोकार और मानवीय मूल्य है।"<sup>20</sup> इस मूल्य को बनाए रखने के लिए मीडिया स्वनियमन का पालन करता है। स्वनियमन का सिद्धांत 'विवेक' पर आधारित है। अधिकांश लोकतांत्रिक देशों में इसका पालन किया जाता है। भारत में भी मीडिया स्वनियमन तहत कार्य करता है। समाचार पत्र हो या समाचार चैनल दोनों स्वनियमन का स्वतंत्र पालन करते हैं। सैद्धांतिक रूप से ये कार्य करने के लिए स्वतंत्र होते हैं। लेकिन व्यवहार में ऐसा नहीं है। अनेक मौकों पर यह बात प्रकाश में आई है कि मीडिया अपने प्रभाव और स्वतंत्रता का स्वच्छंदता के रूप में दुरुपयोग भी करता है। "स्वतंत्रता और स्वच्छंदता दोनों अलग-अलग अवधारणाएँ हैं। स्वतंत्रता व्यक्ति के व्यक्तित्व को विकसित करने का माध्यम है जबकि स्वच्छंदता एक स्वार्थपूर्ण मनःस्थिति है। व्यक्ति को इकाई मानकर प्रदान की गई स्वतंत्रता, सामाजिक हितों के प्रति संवेदनशील होनी चाहिए अतः समाज के हित में उस पर युक्तियुक्त प्रतिबंध लगाए जा सकते हैं। भारत के संविधान के अनुच्छेद 19 (1) क प्रदत्त अभिव्यक्ति की आजादी पर अनुच्छेद 19 (2) में उल्लिखित आधारों पर युक्तियुक्त प्रतिबंध लगाए जा सकते हैं।"<sup>21</sup>

### पेड न्यूज:

आम नागरिक के मूल अधिकार की आड़ में मीडिया व्यक्तिगत हित के लिए भी कार्य करता है। यह कार्य उसके मूल भावना के विपरीत होता है। "यह सर्व विदित है कि प्रेस सामंत और क्षेत्रीय प्रेसपति किस प्रकार केंद्र व राज्य सरकारों पर विभिन्न प्रकार के दबाव डालकर अनगिनत सुविधाएं हथियाते हैं। दूसरे आयोग के बाद इस प्रकार की गतिविधियों में तेजी आई है। एक प्रकार से चुनिंदा तरीके से प्रेस की स्वतंत्रता पर सौदेबाजी की जाती है। इस खेल के खिलाड़ी हैं प्रेस प्रभु वर्ग, राजनीतिक दल कॉरपोरेट घराने, नौकरशाह, बिल्डर, कांट्रैक्टर, भू-माफिया तथा अन्य नवउदित संगठित धनिक व प्रोफेशनल वर्ग। इन तत्त्वों के कारण लोकहित व जनकल्याण के समाचारों को या तो रोका जाता है या किसी मामूली कोने में प्रकाशित कर दिया जाता है।"<sup>22</sup> जिस पर शायद ही किसी की नज़र पड़े। मीडिया जनसंचार के माध्यम से जनमत निर्माण करता है। यह जनमत किसी मुद्दे, व्यक्ति विशेष के पक्ष और विपक्ष किसी में भी हो सकता है। "किसी भी लोकतांत्रिक समाज में एक स्वतंत्र प्रेस (मीडिया) विशिष्ट विशेषता है। यह कुशासन के खिलाफ ढाल का कार्य करता है। मीडिया के रूप में समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट आदि आस-

पास की घटनाओं की जानकारी मुहैया कराते हैं। तथा विभिन्न अवसरों पर पुरुष और महिलाओं को इन घटनाओं के आधार पर जनमत बनाने में मदद करता है। ऐसे जनमत चुनाव में मतदान को भी प्रभावित करते हैं। इस प्रकार मीडिया देश के शासन में उनकी भागीदारी को भी सुनिश्चित करता है।<sup>23</sup> मीडिया के द्वारा यही भागीदारी सुनिश्चित कराने का मामला सर्वप्रथम 2009 में पेड न्यूज के रूप में प्रकाश में आया। चुनाव में लोकसभा के प्रत्याशियों से समाचार प्रकाशित करने के लिए पैसे मांग की मांग हुई। इस मांग को जिसने पूरा किया उसके पक्ष में अथवा उसके अनुसार समाचार पत्रों में समाचार प्रकाशित हुआ। और जिसने पैसे देने से मनाही की उसके पक्ष में समाचार प्रकाशित न करने की धमकी के साथ उसकी छवि खराब करने के लिए भी धमकाया गया। मीडिया के इस छद्म रूप के खिलाफ कोई सामने आने को तैयार नहीं था। “...अखबारों के पैकेज रूपी खुले खेल का विरोध शुरू हुआ। विरोध की शुरुआत कुछ दमदार प्रत्याशियों ने की। ये प्रत्याशी शाबाशी के पात्र हैं। चुनावों के दौरान अखबारों के खिलाफ मोर्चा खोलना कोई हंसी-खेल नहीं था। फिर भी, दुखद बात यह थी कि पार्टी लाइन पर किसी राजनीतिक दल ने, चाहे वह राष्ट्रीय हो या क्षेत्रीय, मीडिया के इस गोरखधंधे पर अपना रूख स्पष्ट नहीं किया, जबकि भारतीय जनता पार्टी, कांग्रेस, बहुजन समाज पार्टी, समाजवादी पार्टी से लेकर अन्य क्षेत्रीय पार्टियों के प्रत्याशी अखबारों के इस खेल का शिकार हुए।”<sup>24</sup> लेकिन यह प्रकरण इतना भयावह और व्यापक था कि इसे दबाना मुश्किल हो गया। अनेक प्रत्याशियों ने मीडिया की शिकायत चुनाव आयोग से की। “कई वरिष्ठ पत्रकारों और एडीटर्स गिल्ड ऑफ इंडिया ने भारतीय प्रेस परिषद और निर्वाचन आयोग से ‘भुगतानशुदा खबरों’ की घटना के बारे औपचारिक रूप से शिकायत की है। दिल्ली यूनिवर्सिटी ऑफ जर्नलिस्ट सहित विभिन्न पत्रकार संघों ने मीडिया में इस तरह के भ्रष्टाचार की निंदा की है।”<sup>25</sup> जब इस पर देशव्यापी बहस होने लगी तो पता चला यह प्रकरण बहुत पहले से मीडिया में विद्यमान है। चुनाव आयोग ने उस समय मामले को संज्ञान में लेकर भारतीय प्रेस परिषद को अवगत कराया। जिसकी जांच के लिए प्रेस परिषद ने एक कमेटी का गठन किया। परांजय गुहा ठकुरता और के. श्रीनिवास रेड्डी के नेतृत्वाले इस कमेटी ने ‘पेड न्यूज’ के असीमित दायरे के बारे में बताया। “पेड न्यूज को किसी मीडिया (प्रिंट या इलेक्ट्रॉनिक) में प्रतिफल के रूप में नकद या वस्तु देकर कोई समाचार या विश्लेषण प्रकाशित करने के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। पेड न्यूज एक जटिल प्रवृत्ति है और पिछले 6 दशकों से उसने कई रूप धारण कर लिए हैं। ये विभिन्न अवसरों पर धन की सीधी अदायगी करने के अलावा दान स्वीकार करने, विदेशी या स्वदेशी दौरे करवाने, विभिन्न आर्थिक या गैर आर्थिक लाभ लेने के रूप में हो सकते हैं। भारतीय प्रतिभूति और विनियम बोर्ड (सेबी) द्वारा भारतीय प्रेस परिषद के ध्यान में पेड न्यूज का एक और रूप लाया गया है जो मीडिया कंपनियों और कॉरपोरेट एंटीटी के बीच प्राइवेट संधि के रूप में है। प्राइवेट संधि एक औपचारिक करार है, जो मीडिया कंपनी और अन्य गैर मीडिया कंपनी के बीच किया जाता है और जिसमें विज्ञापन के स्थान और पक्षपातपूर्ण समाचार छापने के बदले गैर-मीडिया कंपनी के कुछ शेयर कंपनी में अंतरित कर देता है।”<sup>26</sup>

पेड न्यूज केवल चुनाव तक ही सीमित नहीं है। “...अब तो पेड न्यूज बारहो महीने का खेल हो गया है। यह नहीं कि सिर्फ चुनाव के समय और सिर्फ राजनीतिक खबरों के ही बाबत। इस वक्त अगर किसी धोखाधड़ी करनी है तो वह मीडिया के कंधे पर ही बैठ कर करता है। वह चाहे धार्मिक धोखाधड़ी हो, या राजनीतिक धोखाधड़ी या औद्योगिक धोखाधड़ी या छोटी-मोटी धोखाधड़ी, सब कुछ मीडिया के ही कंधे पर बैठ कर संभव है।”<sup>27</sup>

स्वतंत्रता आंदोलन के समय कई ऐसे संपादक थे जो राजनीति में भी दखल रखते थे। इनमें महात्मा गांधी, जवाहर लाल नेहरू, लोकमान्य तिलक, बाबा साहेब अंबेडकर जैसे महानायक भी थे। इस प्रकार मीडिया और राजनीति का संबंध आजादी के भी बाद भी कायम रहा। “भारत में राजनीतिज्ञों और पत्रकारों के बीच रिश्तों की संहिता आजतक नहीं बन पाई। स्वतंत्रता प्राप्ति से पहले और बाद के प्रारंभिक वर्षों में कई नेताओं ने आजादी की अलख जगाने के लिए अखबार निकाले। अखबारों की व्यावसायिकता बढ़ने लगी और उसी नजरिए से रिश्ते बनते बिगड़ते रहे। कभी राजनीतिज्ञ संपादक का पद पा गए तो कभी अच्छे पत्रकार राजनीतिज्ञ बन गए। कुछ लोग इस चक्कर में मालिकों और मंत्रियों के बीच कड़ी मात्र बनकर रह गए। चतुर अखबार मालिकों ने ऐसे पत्रकारों का लाभ उठाया, लेकिन राजनीतिक नक्सा बदलने पर उन्हें मक्खी की तरह निकाल फेंकने में देरी नहीं की।”<sup>28</sup> निश्चय ही इस कार्य में पत्रकारों को भी क्षणिक लाभ तो मिलता रहा है लेकिन कई मामलों में इसका संबद्ध प्रेस परिषद के नियमों की अवहेलना से भी जुड़ा होता है। “...भुगतानशुदा खबरों की घटना का विस्तार मीडिया संगठनों में संपादकों की भूमिका और हैसियत कम होने और श्रमजीवी कानून के तहत पत्रकारों को मिली आजादी के क्षरण से सीधे जुड़ी हुई है। चूंकि ज्यादातर वरिष्ठ पत्रकार निश्चित अवधि वाले कॉन्ट्रैक्ट पर अपने नियोक्ताओं के साथ कार्य करते हैं, इसलिए वे श्रमजीवी पत्रकार कानून के तहत मिलने वाली सुरक्षा से वंचित रहते हैं। 1970 और 1980 के दशक तक कई संपादक कंपनी के हस्तक्षेप को बर्दाश्त नहीं करते थे। लेकिन बाद में इस तरह के संपादकों की संख्या कम होती गई क्योंकि अधिक से अधिक वरिष्ठ पत्रकारों ने संपादकों के बजाय अपने प्रबंधकों और नियोक्ताओं के कहे अनुसार काम करना शुरू कर दिया।”<sup>29</sup>

स्वार्थ की यह परंपरा केवल राजनीति तक ही सीमित नहीं रह गई। पेड न्यूज की जांच के लिए भारतीय प्रेस परिषद की गठित कमेटी ने अपनी रिपोर्ट में कहा- “भुगतानशुदा खबरों की घटना केवल कुछेक पत्रकारों और मीडिया कंपनियों तक सीमित नहीं है। यह बेहद विकृत, संस्थागत और संगठित रूप ले चुकी है और यह कुप्रथा भारतीय लोकतंत्र की जड़ें कमजोर कर रही है।”<sup>30</sup>



उपर्युक्त आरोप और तर्क के बावजूद पेड को प्रमाणित करना एक अत्यंत कठिन कार्य है। “इस संदर्भ में वरिष्ठ पत्रकार कमाल का कहना है कि कोई समाचार किसी पाठक अथवा दर्शक को पेड न्यूज प्रतीत होने पर भी संकलनकर्ता या प्रस्तोता यह स्पष्टीकरण दे सकता है कि उसने संबंधित पेड न्यूज का संकलन समाचार के रूप में किया है।”<sup>31</sup>

### निष्कर्ष:

व्यवसाय का सिद्धांत मीडिया पर पूर्ण रूपेण लागू होता है। इसमें वे सभी तत्त्व विद्यमान हैं जो व्यवसाय के अनिवार्य शर्त हैं। मीडिया का व्यावसायिक प्रतिबद्धता जनसरोकार है। जनसंचार के इस माध्यम को चिकित्सा और वकालत जैसे व्यवसाय के साथ जोड़कर देखने के पश्चात यह कहा जा सकता है कि जिस प्रकार चिकित्सक चिकित्सा के माध्यम से रोगी का ईलाज कर, वकील अपने वकालत के माध्यम से न्याय दिलाकर समाज सेवा करता है, उसी प्रकार मीडिया समाचार के रूप में सूचना प्रदान कर लोगों को जागरूक करने का कार्य करता है। यही इसका व्यवसाय है। इस व्यवसाय को मूर्त रूप प्रदान करने में समाज के सुशिक्षित और प्रशिक्षित व्यक्ति अथवा व्यक्तियों के समूह का अहम योगदान होता है। अपने व्यवसाय के प्रति समर्पित लोग अपने विवेक से यह निर्णय करते हैं कि कौन सी सूचना समाज के लिए लाभदायक अथवा आवश्यक है। क्योंकि समाज में अनेक प्रकार की सूचनाएं हैं। सभी सूचनाएं जनसंचार दृष्टि से महत्वपूर्ण नहीं हो सकती है। मीडिया की भी अपनी सीमाएं हैं। उसे एक निश्चित समय और सीमित स्थान में सूचना रूपी समाचार को लोगों तक पहुंचाने की जिम्मेदारी होती है। यह जिम्मेदारी मीडिया स्वनियमन के माध्यम से तय करता है। उसकी इस स्वतंत्रता को मीडिया के विभिन्न निकाय यथा- भारतीय प्रेस परिषद, समाचार प्रसारण मानक संस्था और प्रसार भारती अक्षुण्य बनाए रखने में मदद करती है।

पेड न्यूज एक विशुद्ध व्यापार (Commercialism) है। जिसका उद्देश्य मीडिया व्यवसाय के आड़ में केवल प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष लाभ कमाना है। मीडिया को इस अनैतिक व्यापार की इजाजत नहीं है। पेड न्यूज न केवल मीडिया की व्यावसायिक प्रतिबद्धता के विपरीत है, अपितु यह नागरिक अधिकार के भी खिलाफ है। जिसके तहत मीडिया कार्य करता है। पेड न्यूज जैसे कदाचार पर रोकथाम के लिए सार्थक प्रयास नहीं किए गए तो राष्ट्र-राज्य की अवधारणा पर संकट के बादल मंडराने लगेंगे। क्योंकि आम जनमानस मीडिया की दृष्टि से ही दुनिया को देखती और समझती है।

### सुझाव:

- समाचार के प्रकाशन और प्रसारण में सभी पहलुओं को स्पष्ट होना चाहिए।
- पेड न्यूज संबंधि शिकायतों के निवारण हेतु तात्कालिक व्यवस्था हो।
- पेड न्यूज के लिए गठित विभिन्न कमेटियों के सुझाव पर अमल किया जाना चाहिए।

### संदर्भ एवं टिप्पणी

1. जोशी, रामशरण. (2011, सितंबर ) तीसरे प्रेस आयोग की जरूरत. *समयांतर*. पृष्ठ संख्या 29.
2. जोशी, रामशरण. (2008). *मीडिया: मिशन से बाजारीकरण तक*. बीकानेर: वाग्देवी प्रकाशन. पृष्ठ संख्या 57.
3. सिंह, डॉ. कृपाल सूदन (1983, 2004). *समाज कार्य सिद्धांत एवं अभ्यास*. लखनऊ: नव ज्योति-सिमरन पब्लिकेशंस. पृष्ठ संख्या 86.
4. हरदेव, डॉ. बाहरी. (2002). *राजपाल हिंदी शब्दकोश*. दिल्ली: राजपाल एंड संज. पृष्ठ संख्या 764.
5. कुमार, सुरेश. व साही, रामनाथ. (संपादक) (2013) *अंग्रेजी-अंग्रेजी-हिंदी शब्दकोश*. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस 942.
6. सिंह, कृपाल सूदन. (1983, 2004). *समाज कार्य सिद्धांत एवं अभ्यास*. लखनऊ: नव ज्योति-सिमरन पब्लिकेशंस. पृष्ठ संख्या 86.
7. वही. पृष्ठ संख्या 86.
8. विलानिलम, जे. वी. (2003). *जनसंचार: सिद्धांत और व्यवहार*. (शशिकांत शुक्ल, अनु). भोपाल: मध्य प्रदेश हिंदी ग्रंथ अकादमी. पृष्ठ संख्या 04.
9. सिंह, एन. के. (2014, अप्रैल 2). गरीबों की पहुंच से दूर हो रहा न्याय. *लोकमत समाचार*. पृष्ठ संख्या 04.
10. विलानिलम, जे. वी. (2003). *जनसंचार: सिद्धांत और व्यवहार*. (शशिकांत शुक्ल, अनु). भोपाल: मध्य प्रदेश हिंदी ग्रंथ अकादमी. पृष्ठ-35.
11. वही. पृष्ठ संख्या 37.
12. पंकज, विष्णु. (2014). *विश्व मीडिया*. जयपुर: नेशनल पब्लिकेशंस. पृष्ठ-137.
13. वही. पृष्ठ संख्या 137.

14. जोशी, रामशरण. (2011, सितंबर) तीसरे प्रेस आयोग की जरूरत. *समयांतर*. पृष्ठ संख्या 29.
  15. यादव, अवधेश कुमार. (2013). *भारत में जनसंचार एवं पत्रकारिता*. पंचकूला: हरियाणा ग्रंथ अकादमी. पृष्ठ संख्या 289.
  16. श्रीधर, विजयदत्त. (2010). *भारतीय पत्रकारिता कोश. खंड-एक*. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन. पृष्ठ संख्या 15
  17. दीक्षित, हरबंश. (2007). *प्रेस विधि एवं अभिव्यक्ति स्वातंत्र्य*. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन. पृष्ठ संख्या 115.
  18. वही पृष्ठ संख्या 115.
  19. वही. पृष्ठ संख्या 82.
  20. मेहता, आलोक. (2008). *भारत में पत्रकारिता*. नई दिल्ली: नेशनल बुक ट्रस्ट, इंडिया. पृष्ठ संख्या 04.
  21. दीक्षित, हरबंश. (2007). *प्रेस विधि एवं अभिव्यक्ति स्वातंत्र्य*. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन. पृष्ठ संख्या 82.
  22. जोशी, रामशरण. (2011, सितंबर) तीसरे प्रेस आयोग की जरूरत. *समयांतर*. पृष्ठ संख्या 32.
  23. Joglekar, K.G. (2005). *Press Freedom : The Indian Story*. New Delhi: Ministry of Information and Broadcasting. Government of India. Page 08.
- A free press is a distinctive feature of a democratic society. It act as a shield against misrule. The press, which earlier meant only the print medium, and now includes radio, television and internet is almost the only source on which the citizen depends for news about what is happening around him. This help him in forming his opinion about men, women and matters. On the basis of the opinion that he forms, the reader or listener decides how and for whom he would vote when the time comes. The press thus helps the citizen play his role of participating in the governance of the country.
24. पांडेय, संजीव. (2012). *पेड न्यूज: मीडिया का काला चेहरा*. नई दिल्ली: संवाद मीडिया प्रा.लि. पृष्ठ संख्या 47.
  25. राय, रामबहादुर. (संपादक) (2010). *काली खबरों की कहानी ...रिपोर्ट जो दबा दी गई*. गाजियाबाद: रेमाधव पब्लिकेशंस प्रा. लि. पृष्ठ संख्या 27.
  26. मिसिल स. 28/54/ RTI/13-14- पी. सी. आई.
  27. पांडेय, दयानंद. (2013). *मीडिया तो अब काले धन की गोद में*. दिल्ली: सर्वोदय प्रकाशन. पृष्ठ संख्या 21, 22.
  28. मेहता, आलोक. (2008). *भारत में पत्रकारिता*. नई दिल्ली: नेशनल बुक ट्रस्ट, इंडिया. पृष्ठ संख्या 73.
  29. राय, रामबहादुर. (संपादक) (2010). *काली खबरों की कहानी: ...रिपोर्ट जो दबा दी गई*. गाजियाबाद: रेमाधव पब्लिकेशंस प्राइवेट लिमिटेड. पृष्ठ संख्या 26.
  30. वही. पृष्ठ संख्या 19.
  31. कमाल खान से साक्षात्कार पर आधारित.