

Vol 4 Issue 8 Feb 2015

ISSN No :2231-5063

International Multidisciplinary
Research Journal

Golden Research
Thoughts

Chief Editor
Dr.Tukaram Narayan Shinde

Publisher
Mrs.Laxmi Ashok Yakkaldevi

Associate Editor
Dr.Rajani Dalvi

Honorary
Mr.Ashok Yakkaldevi

Welcome to GRT

RNI MAHMUL/2011/38595

ISSN No.2231-5063

Golden Research Thoughts Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial board. Readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

International Advisory Board

Flávio de São Pedro Filho Federal University of Rondonia, Brazil	Mohammad Hailat Dept. of Mathematical Sciences, University of South Carolina Aiken	Hasan Baktir English Language and Literature Department, Kayseri
Kamani Perera Regional Center For Strategic Studies, Sri Lanka	Abdullah Sabbagh Engineering Studies, Sydney	Ghayoor Abbas Chotana Dept of Chemistry, Lahore University of Management Sciences[PK]
Janaki Sinnasamy Librarian, University of Malaya	Ecaterina Patrascu Spiru Haret University, Bucharest	Anna Maria Constantinovici AL. I. Cuza University, Romania
Romona Mihaila Spiru Haret University, Romania	Loredana Bosca Spiru Haret University, Romania	Ilie Pinteau, Spiru Haret University, Romania
Delia Serbescu Spiru Haret University, Bucharest, Romania	Fabricio Moraes de Almeida Federal University of Rondonia, Brazil	Xiaohua Yang PhD, USA
Anurag Misra DBS College, Kanpur	George - Calin SERITAN Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences AL. I. Cuza University, IasiMore
Titus PopPhD, Partium Christian University, Oradea,Romania		

Editorial Board

Pratap Vyamktrao Naikwade ASP College Devrukh,Ratnagiri,MS India	Iresh Swami Ex - VC. Solapur University, Solapur	Rajendra Shendge Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur
R. R. Patil Head Geology Department Solapur University,Solapur	N.S. Dhaygude Ex. Prin. Dayanand College, Solapur	R. R. Yaliker Director Managment Institute, Solapur
Rama Bhosale Prin. and Jt. Director Higher Education, Panvel	Narendra Kadu Jt. Director Higher Education, Pune	Umesh Rajderkar Head Humanities & Social Science YCMOU,Nashik
Salve R. N. Department of Sociology, Shivaji University,Kolhapur	K. M. Bhandarkar Praful Patel College of Education, Gondia	S. R. Pandya Head Education Dept. Mumbai University, Mumbai
Govind P. Shinde Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai	Sonal Singh Vikram University, Ujjain	Alka Darshan Shrivastava Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar
Chakane Sanjay Dnyaneshwar Arts, Science & Commerce College, Indapur, Pune	G. P. Patankar S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka	Rahul Shriram Sudke Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore
Awadhesh Kumar Shirotriya Secretary,Play India Play,Meerut(U.P.)	Maj. S. Bakhtiar Choudhary Director,Hyderabad AP India.	S.KANNAN Annamalai University,TN
	S.Parvathi Devi Ph.D.-University of Allahabad	Satish Kumar Kalhotra Maulana Azad National Urdu University
	Sonal Singh, Vikram University, Ujjain	

Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India
Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.aygrt.isrj.org



GRT

हिंदी समाचारपत्रों में 'पेड न्यूज़' : प्रकरण अध्ययन

राज पॉल

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग,
हिमाचल प्रदेश विश्वविद्यालय, क्षेत्रीय केंद्र, धर्मशाला, हि.प्र.

सारांश : वे सभी खबरें जो अखबारों में छपती हैं या टीवी चैनलों पर प्रसारित होती हैं, उनका मकसद न केवल ऐसी सूचनाएं उपलब्ध कराना होता है जो आम जनता की रुचि की हो बल्कि उन खबरों का सत्य, तथ्यगत रूप से सही, संतुलित, वस्तुनिष्ठ होना भी जरूरी होता है। प्रायः इसी अर्थ में खबर के रूप में प्रसारित सूचना को संपादकीय लेखों के व्यक्त विचारों से अलग समझा जा सकता है। खासतौर पर इन सूचनाओं को विज्ञापनों से पूरी तरह भिन्न माना जाता है जो व्यावसायिक जगत के लोगों, सरकारों, संगठन व व्यक्तियों द्वारा प्रायोजित होते हैं। हालांकि, जब खबर व विज्ञापन के बीच का अंतर खत्म होने लगता है, जब विज्ञापन ही खबर के रूप में सामने आने लगते हैं जिनके लिए कीमत वसूली जाती है या जब खबर का प्रकाशन या प्रसारण किसी खास कीमत के बदले किसी खास राजनेता या राजनीतिक दल को फायदा पहुंचाने के लिए होता है, तब पाठक या दर्शक को यह भरोसा दिलाकर गुमराह किया जाता है कि अमुक विज्ञापन या प्रायोजित कार्यक्रम अपने में खबर है और पूरी तरह से सत्य, निष्पक्ष और वस्तुनिष्ठ है। 'पेड न्यूज़' के बारे में प्रेस काउंसिल के दो सदस्यों वाली सब कमेटी द्वारा तैयार रिपोर्ट खबर व विज्ञापन या कहें कि एडवर्टोरियल के बीच खत्म होते अंतर को सामने लाती है। यह कुछ व्यक्तियों व संगठन के प्रतिनिधियों द्वारा किए गए प्रयासों को भी सामने लाती है। उदाहरण के तौर पर यह कुछ व्यक्तियों व संगठन के प्रतिनिधियों द्वारा किए गए प्रयासों को भी सामने लाती है जिन्होंने समाचार माध्यमों में आर्थिक लेनदेन के बदले खबर छापने व दिखाने, खासतौर पर देश में अप्रैल-मई २००६ के आम चुनावों या सितंबर-अक्टूबर २००६ के महाराष्ट्र व हरियाणा के चुनावों के दौरान इस बारे में हुई सौदेबाजी का पूरा ब्यौरा तैयार किया गया। भारत में अन्य जगहों पर मीडिया उद्योग को कई कारणों से नियंत्रित करना लगातार मुश्किल होता जा रहा है। क्योंकि, इनमें तकनीकी विकास, मीडिया का वैश्वीकरण या मीडिया में विभिन्न हित समूहों, विज्ञापनदाताओं व जन संपर्क से जुड़े लोगों की बढ़ती निर्भरता व संबंधों को भी शामिल किया जा सकता है। मीडिया उद्योग की सक्रियता के अलावा मीडिया के द्वारा आम लोगों की मानसिकता को जिस तरह से प्रभावित किया जाता है, वह भी मीडिया संगठनों के कामकाज व कारोबार संबंधी गतिविधियों पर चौकसी रखने की जरूरत को चिन्हित करता है, रेखांकित करता है।

प्रस्तावना :

विगत कई दशकों से भारतीय संपादकों और भारतीय प्रेस परिषद् ने समय-समय पर पत्रकारिता के लिए न्यूनतम आदर्शों को रेखांकित किया है। किसी भी व्यवसाय या व्यक्ति या संस्था के विरोध में गंभीर आरोप वाली सामग्री तब तक प्रकाशित नहीं होनी चाहिए जबतक कि उनकी समुचित जांच-पड़ताल न कर ली गई हो। खबरों को सनसनीखेज बनाने के लिए बढ़ा-चढ़ाकर की गई टिप्पणियां घातक व प्रायोजित होती हैं। इधर के कुछ सालों में मीडिया में बढ़ रही 'पेड न्यूज़' की प्रवृत्ति एवं चलन ने लोकतांत्रिक मूल्यों को पूरी तरह से तिरोहित करने में लगा है, खासकर राजनीतिक मामलों में। इससे किसी संस्थान को क्षणिक लाभ भले ही मिलता दिखे, लेकिन पत्रकारिता के दूरगामी हितों को क्षति पहुंचती है। क्योंकि, प्रेस की स्वतंत्रता यदि संपादक या पत्रकार की स्वतंत्रता है तो वह पाठकों, श्रोताओं व दर्शकों की भी स्वतंत्रता है।

प्रकरण अध्ययन एवं विश्लेषण:

विश्लेषणात्मक संदर्भ में यहां हिन्दी भाषी प्रेस से उदाहरणों का चयन किया गया है, जिन्हें ‘पेड न्यूज’ के उदाहरणों के रूप में माना जा सकता है। उदाहरणस्वरूप दैनिक जागरण के रांची संस्करण ने 15 अप्रैल, 2009 को पेज तीन पर एक समाचार प्रकाशित किया। यह झारखंड मुक्ति मोर्चा के उम्मीदवार कामेश्वर बैठा के समर्थन में था। इस समाचार में कहा गया कि श्री बैठा को समाज के हर वर्ग का समर्थन मिल रहा है और वह पलामू लोकसभा क्षेत्र से चुनाव जीत जाएंगे। इस समाचार में कोई क्रेडिट लाइन यानी कि रिपोर्टर या अखबार को अपनी समाचार सेवा के हवाले से नहीं लिखा गया था, नहीं दी गई थी। इस समाचार के लिए उपयोग किया गया फॉन्ट इस अखबार में प्रकाशित अन्य समाचारों के लिए इस्तेमाल फॉन्ट से अलग था। इसी पृष्ठ पर इस अखबार ने एक और समाचार प्रकाशित किया था। इस समाचार में जे.एम.एम., झारखंड विकास मोर्चा और निर्दलीय उम्मीदवार के बीच त्रिकोणीय मुकाबले की बात कही गई थी। यह खबर अखबार ने अपने रिपोर्टर के हवाले से दी थी।

एक अन्य मामले में 13 अप्रैल, 2009 को दैनिक जागरण के रांची संस्करण में पृष्ठ सात पर दो समाचार छापे गए। ये दोनों समाचार छतरा लोकसभा क्षेत्र से संबंध रखते थे। पहले समाचार राष्ट्रीय जनता दल के उम्मीदवार श्री नागमणि के समर्थन में था। इसका शीर्षक था—‘नागमणि को मिल रहा है हर वर्ग और समुदाय का समर्थन’। असल में उन्हें निर्विवाद रूप से विजेता के तौर पर दिखाया जा रहा था। इसी पेज पर एक और समाचार था जो कि जनता दल यूनाइटेड के उम्मीदवार अरुण कुमार यादव के बारे में था। यह भी छतरा लोकसभा क्षेत्र से ही संबंधित था। इस समाचार में अरुण कुमार यादव को स्पष्ट तौर पर विजेता के रूप में लिखा गया था। सबसे खास बात यह थी कि इन दोनों समाचारों में कोई बाईलाइन नहीं थी। इन दोनों समाचारों का भी फॉन्ट इस पेज पर अन्य समाचारों के फॉन्ट से अलग था। इतना ही नहीं, रांची से ही प्रकाशित होने वाले दो अन्य समाचार पत्रों ‘प्रभात खबर’ और ‘हिन्दुस्तान’ ने लोकसभा चुनावों से पहले विभिन्न उम्मीदवारों की प्रशंसा में कई लेख छापे। लेकिन, ‘प्रभात खबर’ ने इस तरह के प्रत्येक आइटम के ऊपर पी.के. मीडिया मार्केटिंग इनिशिएटिव लिखा, जबकि ‘हिन्दुस्तान’ ने एच.टी. मीडिया मार्केटिंग इनिशिएटिव लिखा।

‘प्रथम प्रवक्ता’ पत्रिका के 16 जुलाई, 2009 के अंक में पूर्व नागरिक उड़्डयन मंत्री हरमोहन धवन के हवाले से इस प्रकार कहा गया कि ‘मैं 2009 का चुनाव बसपा के टिकट पर चंडीगढ़ से लड़ रहा था। प्रिंट मीडिया के प्रतिनिधि मेरे पास आए और उन्होंने पैसे की मांग की। उन्होंने कहा कि हमारा अखबार उनको कवरेज देंगे, यदि मैं उन्हें पैसा दूँ। उन्होंने मेरे सामने एक पैकेज का प्रस्ताव रखा और इस तरह के एक पैकेज में मुझसे कहा गया कि संपादकीय मेरे पक्ष में लिखे जाएंगे। उल्लेखनीय है कि मैं 1974 से ही आम चुनाव लड़ रहा हूँ, लेकिन इससे पहले कभी भी किसी अखबार ने मुझसे पैसे की मांग नहीं की। मेरे सामने पैकेज का प्रस्ताव रखने वाले समाचारपत्रों में ‘पंजाब केसरी’ भी था। चुनाव से बीस दिन पहले मेरे पास दैनिक जागरण का एक प्रतिनिधि आया और उसने मुझसे साफ तौर पर कहा कि यदि आप इस चुनाव में कवरेज चाहते हैं तो आपको पैकेज खरीदना होगा। ये पैकेज लाखों रुपए के थे। इसके बाद मेरे घर में ‘दैनिक भास्कर’ का एक प्रतिनिधि आया। उसने भी मेरे सामने एक पैकेज का प्रस्ताव रखा। हालांकि, मैंने इन प्रस्तावों को ठुकरा दिया। मुझे ऐसा लगा कि जहां बड़ी चुनावी सभाओं में बड़ी संख्या में लोग एकत्रित हैं, वहां अखबार इसके बारे में तो प्रकाशित करेंगे। लेकिन जो रैलियों मेरे समर्थन में आयोजित की गई थीं, उनका इन अखबारों ने कोई उल्लेख नहीं था। वहीं दूसरी ओर दूसरे उम्मीदवारों की रैलियों के बारे में काफी विस्तार के साथ लिखा गया था। जब मैंने इन अखबारों के प्रबंधन के प्रतिनिधियों के सामने इस ज्वलंत मुद्दे को उठाया तो उन्होंने मुझसे कहा कि जब तक मैं एक पैकेज के लिए आर्थिक मदद नहीं करूंगा, तब तक कुछ नहीं किया जा सकता। 28 अप्रैल, 2009 को मैंने बी.एस.पी. की प्रमुख और उत्तर प्रदेश की तत्कालीन मुख्यमंत्री कुमारी मायावती की मौजूदगी में सार्वजनिक रूप से इस ‘पेड न्यूज’ के धंधे के बारे में बात की। 30 अप्रैल, 2009 को मेरे पास ‘दैनिक भास्कर’ के महाप्रबंधक आए और उन्होंने कहा कि वह स्वयं यह मानते हैं कि बी.एस.पी. और उसके सभा प्रतिनिधियों की चुनाव पूर्व गतिविधियों को पूर्ण रूप से उनके अखबार में पूरी कवरेज मिलनी चाहिए, लेकिन वह इस मामले में असहाय हैं, क्योंकि अखबार के प्रबंधन ने यह तय किया है कि वे किसी भी दल के या उम्मीदवारों के विषय में अपने अखबार में तब तक कुछ नहीं प्रकाशित करेंगे जब तक वे अखबार को धनराशि नहीं देते। उन्होंने मेरे सामने पांच लाख के पैकेज का प्रस्ताव रखा, लेकिन मैंने उसे ठुकरा दिया। कुछ रिपोर्टरों ने भी मुझे बताया कि उन्होंने जो भी मेरे चुनाव प्रचार के बारे में लिखा था, वह कुछ भी नहीं छपा। मुझे अहसास हुआ कि अखबार रिपोर्टर को अपने औजार के रूप इस्तेमाल कर रहे हैं।

‘प्रथम प्रवक्ता’ पत्रिका के 16 जुलाई 2009 के अंक में दिए एक साक्षात्कार में उत्तर प्रदेश के आजमगढ़ से कांग्रेस के उम्मीदवार डाक्टर संतोष सिंह ने कहा कि मेरे नामांकन दाखिल करने के बाद ‘दैनिक जागरण’ के वाराणसी संस्करण के एक प्रतिनिधि ने मुझसे संपर्क किया और मुझसे दस लाख और पांच लाख के दो पैकेजों में से एक को खरीदने को कहा, जहां मेरे चुनाव प्रचार-प्रसार का व्यापक कवरेज करने का प्रस्ताव था। एक और समाचार पत्र ‘आज’ ने मुझसे पचास हजार से लेकर पांच लाख तक की धनराशि की मांग की। इन अखबारों के जो प्रतिनिधि मुझसे मिले, उन्होंने मुझसे कहा कि उनके प्रबंधकों ने उन्हें जो आदेश दिए हैं, वे उसका पालन कर रहे हैं.... इन प्रतिनिधियों ने मुझे बताया कि वे केवल प्रबंधन के आदेश का पालन कर रहे हैं। और, मैंने उन्हें कोई पैसा नहीं दिया। एक अन्य मामले में उत्तर प्रदेश में लालगंज से भाजपा की उम्मीदवार नीलम सोनकर ने ‘प्रथम प्रवक्ता’ के 16 जुलाई 2009 अंक में दिए साक्षात्कार में कहा कि ‘आज’, ‘दैनिक जागरण’ और ‘अमर उजाला’ के प्रतिनिधि मेरे पास आए और अपने अखबारों में कवरेज के लिए मेरे सामने दस लाख रुपए के पैकेज का प्रस्ताव रखा। जब मैंने किसी भी पैकेज के लिए पैसा देने से इनकार कर दिया तो इन अखबारों में काम करने वाले वरिष्ठ एक्जीक्यूटिव ने मुझसे संपर्क किया और कहा कि वे अपने पैकेजों की दरों में मेरे लिए कटौती कर देंगे।

‘हिन्दुस्तान’ के पटना संस्करण में 16 अप्रैल, 2009 को बैनर शीर्षक लगाया गया जिसमें कहा गया—‘बिहार में इतिहास रचने के लिए कांग्रेस तैयार’। लेकिन विचित्र बात यह है कि इस शीर्षक से संबंधित कोई समाचार नहीं था। चंडीगढ़ स्थित एक

स्वतंत्र पत्रकार संजीव पांडेय ने भारतीय प्रेस परिषद को 70 से अधिक कटिंग प्रस्तुत की। ये कटिंग हरियाणा से प्रकाशित होने वाले अलग-अलग अखबारों की थीं। ये सभी कटिंग्स हरियाणा में विधानसभा चुनावों में अखबारों के संस्करणों में प्रकाशित हुई थीं और ‘पेड न्यूज’ समाचारों के तहत प्रकाशित की गई थीं।

‘हरिभूमि’ के रोहतक संस्करण में 8 अक्टूबर 2009 को कांग्रेस उम्मीदवार वीरेंद्र सिंह के पक्ष में एक समाचार प्रकाशित किया गया। ध्यातव्य है कि श्री सिंह उछाना क्षेत्र में विधानसभा चुनाव लड़ रहे थे। यद्यपि, इस न्यूज आइटम में कोई बाईलाइन नहीं थी। इस न्यूज आइटम में दावा किया गया था कि श्री सिंह को समाज में हर वर्ग का समर्थन मिल रहा है। उनके चुनाव प्रचार की योजना का विस्तृत विवरण भी इसमें दिया गया था। इसी प्रारूप का इस्तेमाल करते हुए 09 अक्टूबर, 2009 को ‘हरिभूमि’ में भाजपा उम्मीदवार मेवा सिंह के पक्ष में एक न्यूज आइटम प्रकाशित किया गया था। उल्लेखनीय है कि इसमें भाजपा के राष्ट्रीय अध्यक्ष राजनाथ सिंह की रैली को काफी महत्त्व दिया गया था। इस न्यूज आइटम में दावा किया गया था कि इस रैली के बाद मेवा को समाज के हर एक तबके का समर्थन मिला है। ‘दैनिक जागरण’ के पानीपत संस्करण ने अपने 08 अक्टूबर, 2009 के अंक में पृष्ठ नौ पर एक समाचार प्रकाशित किया। यह समाचार कांग्रेस की चुनावी संभावनाओं के बारे में था। इस समाचार में भी कोई बाईलाइन नहीं थी। इस समाचार के शीर्षक में कहा गया था कि ‘कांग्रेस द्वारा किए गए अच्छे काम ने राज्य के विपक्ष के नेता की चुनावी संभावनाओं को हाशिए पर कर दिया है। इस न्यूज आइटम में एक-एक वाक्य कांग्रेस पार्टी के पक्ष में था। इसमें गैर कांग्रेसी दल के नेताओं की आलोचना की गई थी और कहा गया था कि वे चुनाव में खाता खोलने के लायक भी नहीं हैं, क्योंकि कांग्रेस ने समाज के हर वर्ग के लिए बहुत ही बेहतरीन कार्य किए हैं। इस समाचार में यह भी जोड़ा गया था कि भजनलाल के नेतृत्व वाली हरियाणा जनहित कांग्रेस पार्टी के उम्मीदवार कांग्रेस से जुड़े उम्मीदवारों की चुनावी संभावनाओं को नुकसान पहुंचाने की स्थिति में नहीं हैं।

हालांकि, एकदम इसके विपरीत इसी अखबार के ‘लुधियाना’ संस्करण में 11 अक्टूबर, 2009 को हरियाणा जनहित कांग्रेस के पक्ष में एक समाचार प्रकाशित किया गया जिसका शीर्षक था –‘हरियाणा जनहित कांग्रेस चुनाव के बाद किंग या किंगमेकर की भूमिका अदा करेगी’। सबसे खास बात यह है कि इस समाचार की हर पंक्ति में हरियाणा जनहित कांग्रेस की प्रशंसा में विजय गीत गाये गए थे और यह भविष्यवाणी की गई थी कि चुनाव परिणाम घोषित होने के बाद पार्टी सरकार के गठन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाएगी। आश्चर्यजनक रूप से अगले ही दिन यानी कि 12 अक्टूबर, 2009 को इसी अखबार के लुधियाना संस्करण में एक समाचार प्रकाशित किया गया था जो कि स्पष्ट रूप से हरियाणा के ओमप्रकाश चौटाला की पार्टी इंडियन नेशनल लोकदल के पक्ष में ‘पेड’ था। इस खबर के शुरु में रिपोर्टर लिखा गया था। इस खबर के शीर्षक में कहा गया था कि आई.एन.एल.डी. सत्तारूढ़ पार्टी के खिलाफ चुनावी फायदा हासिल करेगी। इसमें दावा किया गया था कि आई.एन.एल.डी. 46 विधानसभा सीटों के जादुई अंको को आसानी से हासिल करने में सक्षम है जो कि सरकार गठन के लिए राज्य विधानसभा में बहुमत हासिल करने के लिए जरूरी होंगे। इसमें यह भी कहा गया था कि आंतरिक झगड़ों के चलते कांग्रेस पार्टी संघर्ष कर रही है और यह आई.एन.एल.डी. के लिए लाभकारी होगा।

यह कहानी यहीं खत्म नहीं होती है। अगले दिन यानी 13 अक्टूबर, 2009 को ‘दैनिक जागरण’ के लुधियाना संस्करण में एक दूसरे न्यूज आइटम में एकदम विपरीत कांग्रेस पार्टी की प्रशंसा की गई। इस स्टोरी में इस बात का उल्लेख नहीं था कि यह अखबार के संवाददाता ने लिखी है या अखबार के न्यूज नेटवर्क की है। इसके शीर्षक में दावा किया गया था कि कांग्रेस इतिहास दोहराने के लिए तैयार है जैसा कि उसने लोकसभा चुनाव के दौरान किया था जब वह शानदार तरीके से जीती थी। खासतौर से इस समाचार की हर एक पंक्ति में कांग्रेस पार्टी और मुख्यमंत्री भूपिंदर सिंह हुड्डा की तारीफ की गई थी। इस समाचार में दावा किया गया था कि इस चुनाव में गैर कांग्रेसी दलों का प्रदर्शन बहुत ही कमजोर रहेगा और उनके उम्मीदवारों की जमानतें जब्त हो जाएंगी। इतना ही नहीं, यह भी भविष्यवाणी की गई थी कि राज्य विधानसभा में कांग्रेस 90 सीटों में से 75 सीटें जीतेगी। इस परिप्रेक्ष्य में ‘इंडियन नेशनल लोकदल’ के तत्कालीन राष्ट्रीय अध्यक्ष ओमप्रकाश चौटाला ने 02 दिसंबर 2009 को भारतीय प्रेस परिषद को एक पत्र लिखा। उन्होंने ‘पेड न्यूज’ की इस प्रवृत्ति पर अपनी घृणा का इजहार किया और ‘दैनिक भास्कर’ के हरियाणा संस्करण के 13 अक्टूबर 2009 अंक के प्रथम पृष्ठ का उदाहरण दिया। यह राज्य विधानसभा चुनावों के लिए मतदान का दिन था। इस अखबार ने केवल कांग्रेस पार्टी का ही विज्ञापन प्रकाशित किया। चौटाला ने इसके साथ यह भी जोड़ा कि इस अखबार के इस अंक में पृष्ठ दो पर आधे पेज का एक विज्ञापन प्रकाशित हुआ है जिसमें कुछ समाचार भी थे जो कि जाहिर है कि ‘पेड’ थे। इन समाचारों के शीर्षकों में यह दावा किया गया था कि कांग्रेस राज्य में इतिहास रचने जा रही है। चौटाला का मानना था कि यदि मीडिया की ताकत का इतने खुल्लम-खुल्ला तरीके से गलत इस्तेमाल किया जाएगा और विरोधी स्वयं को दबाने का काम किया जाएगा तो देश के लोग भारत में अपना विश्वास खो देंगे जो कि स्वतंत्र और निष्पक्ष चुनावों की गारंटी देता है। इसी संदर्भ में 23 दिसंबर 2009 को उत्तर प्रदेश पत्रकार एसोसिएशन, फैजाबाद, ने भारतीय प्रेस परिषद को एक पत्र लिखा। इसमें ‘पेड न्यूज’ की प्रवृत्ति की निंदा की गई। साथ ही इसमें यह भी कहा गया कि इस तरह का कदाचार पत्रकारिता की स्वतंत्रता को तबाह करेगा और साथ में देश के लोकतंत्र को भी। इस प्रकार आंध्र प्रदेश और महाराष्ट्र तथा दूसरे अन्य राज्यों से प्रकाशित होने वाले अखबारों के ‘पेड न्यूज’ के ऐसे बहुत सारे उदाहरण हैं जो कि भारतीय प्रेस परिषद के सामने प्रस्तुत किए गए। परिस्थितिजन्य और स्वीकार योग्य सबूतों की मौजूदगी के बावजूद अखबारों के प्रतिनिधियों ने इस बात से इन्कार किया कि उन्होंने उम्मीदवारों से उनकी गतिविधियों पर समाचार प्रकाशित करने के लिए पैसे की मांग की थी। ऐसे उदाहरण देने से पहले वह निर्दोषतात्मक रहेगा कि देश के कानून की नज़र में इस संबंध में वे कहां पर खड़े होते हैं।

निष्कर्ष :

'द हिन्दू' के रूरल अफेयर्स (ग्रामीण मामलों) संपादक पगलुम्मी साईनाथ मुख्यधारा के अखबारों के उन पत्रकारों में एक हैं जिन्होंने 'पेड न्यूज' के पतित रूझानों की ओर ध्यानांकित करते हुए कई लेख लिखे हैं। भारतीय प्रेस परिषद के समक्ष 13 दिसम्बर 2009 और दोबारा 27 जनवरी, 2010 को अपने प्रतिवेदन में उन्होंने कई महत्वपूर्ण निष्कर्षों का उल्लेख किया है। उनका मतव्य है कि अपने पत्रकारीय करियर के दौरान उन्होंने देखा है कि किस तरह धनबल और भ्रष्ट पत्रकारिता हमेशा से किसी भी चुनाव के परिणामों को प्रभावित करने के पीछे प्रमुख कारक रहे हैं। क्योंकि, यह अचानक या एकदम से पैदा हो जाने वाला कोई रूझान नहीं है, प्रवृत्ति नहीं है। उन्होंने स्पष्ट किया कि उदाहरण के तौर पर 2009 का लोकसभा चुनाव ऐसा सातवां चुनाव था जिससे उन्होंने ने कवर किया और अपने करियर में उन्होंने कभी भी चुनाव प्रचार पर इतना पैसा खर्च करते नहीं देखा। हालांकि, उन्होंने यह भी स्वीकार किया है कि उनके पास ऐसे साक्ष्य नहीं हैं जिनसे वे साबित कर सकें कि उम्मीदवार जो खर्च कर रहे थे, वह भारत के निर्वाचन आयोग द्वारा मंजूर खर्च की राशि से कहीं ज्यादा है। वैसे यह तो नंगी आंखों से भी देखा जा सकता है। लेकिन इसे प्रमाणिक साक्ष्यों ने सिद्ध करना एक अलग बात है। मीडिया में 'पेड न्यूज' की प्रवृत्ति के आलोक में पी. साईनाथ के कुछ महत्वपूर्ण तथ्य उल्लेखनीय हैं, जैसे –

- ❖ 'पेड न्यूज' के बाजार का आकार बहुत बड़ा है। आंध्र प्रदेश में पत्रकार यूनियनों का आंकलन है कि 'पेड न्यूज' का बाजार 300 करोड़ से 1000 करोड़ रुपए के बीच है।
- ❖ उत्तर प्रदेश में राजनेताओं ने शिकायत की है कि कैसे प्रमुख अखबार उनके पक्ष में खबर छापने और/या उनके विरोधियों की खबर को पूरी तरह गोल करने के लिए विभिन्न "पैकेज" या "रेट कार्ड" बेच रहे थे।
- ❖ पंजाब और हरियाणा में नेताओं की ओर से मिली शिकायतों में यह कहा गया है कि चुनावों की घोषणा होने से काफी पहले कैसे अखबारों ने एजेंडा तय कर दिया था। एक ओर जहां भाषाई अखबारों ने दावा किया कि राष्ट्रीय अखबार अपने स्थानीय संस्करणों और राजनीतिक परिशिष्टों के माध्यम से संपादकीय स्पेस को बेचने का प्रस्ताव दे रहे थे तो दूसरी ओर राष्ट्रीय दैनिकों ने इस आरोप को खारिज किया। यहां तक कि राष्ट्रीय राजधानी के मीडिया प्रतिष्ठान भी इस कलंक से अछूते नहीं रहे हैं।
- ❖ 'न्यूज' अब एक संगठित 'उद्योग' का रूप ले चुके हैं। यह पूरा मामला कॉरपोरेट द्वारा नियंत्रित है और यह देश के कुछ बड़े मीडिया समूहों के पूर्ण संरक्षण और भागीदारी से काम कर रहा है। इस उद्योग में एक पत्रकार की निजी हैसियत कोई नहीं है, क्योंकि जिसे 'खबर' के रूप में छापा जाता है, वह संवाददाताओं या पत्रकारों द्वारा एकत्रित नहीं की जाती, बल्कि संबद्ध राजनीतिक दल या उम्मीदवार की इच्छा के मुताबिक लिखी जाती है। और, जिसके प्रकाशन या मीडिया हाउस को उसके लिए पैसा दिया जाता है। कुछ मामलों में तो इसमें पत्रकारों की जरूरत ही नहीं पड़ती, क्योंकि नेता के पीछे खड़ा उसका जनसंपर्क ही इस काम को अंजाम दे देता है। गुजरात के कुछ अखबारों के संवाददाताओं ने शिकायत की कि उन्हें राजनीतिक रिपोर्ट लिखने से ही मना किया गया था।
- ❖ यह उद्योग इतना ज्यादा संगठित हो चुका है, विकसित हो चुका है कि विशाल जनसंपर्क फर्म, पेशेवर डिजाइनर और विज्ञापन एजेंसियों ने करोड़ों की रकम के ठेकों को संभाला—न सिर्फ विज्ञापन लगवाने के लिए, बल्कि 'खबर' लिखने के लिए भी। 'खबर' के रूप में इन एजेंसियों द्वारा किया गया प्रचार 'एक्सक्लूसिव खबर' के रूप में प्रस्तुत किया गया जो प्रतिद्वंद्वी अखबारों में शब्दशः एक ही रूप में अलग-अलग बाईलाइन से छपा। इन विशाल कॉरपोरेट पी.आर. संस्थानों के उपयोग से संसाधन संपन्न राजनीतिक पार्टियों को अपने विरोधियों पर बढ़त मिल गई।

समग्रतः किसी भी व्यवसाय में आचार संहिता के दो ही रूप हो सकते हैं। एक यह कि वह जीवन व्यवहार के सामान्य और प्राकृतिक सिद्धांतों पर आधारित हों और दूसरा यह कि उसे बाकायदा नियम—कानून के रूप में लिपिबद्ध कर दिया जाए। किसी भी व्यवसाय के व्यक्ति पर मनुष्यता, नैतिकता, इमानदारी और सच्चाई के सामान्य सिद्धांत लागू होते हैं तथा यह हिंदी समाचारपत्रों सहित अन्य मीडिया संस्थानों पर भी लागू होने चाहिए। हालांकि, अगर कोई आचार संहिता हो सकती है तो वह स्वयं पत्रकार ही तय कर सकते हैं। इसके लिए सरकार द्वारा थोपे गए किसी नए कानून की आवश्यकता नहीं है। क्योंकि, 'पेड न्यूज' का मामला भी एक प्रकार की नैतिकता का मामला है, आचरण का विषय है। साथ ही पाठक को यह विश्वास होना चाहिए कि प्रकाशित प्रत्येक शब्द ईमानदारी से लिखा गया है और उसके पीछे कोई दुराग्रह नहीं है।

सहायक ग्रंथ सूची:

- ❖ कश्यप, सुभाष, : हमारा संविधान, नेशनल बुक ट्रस्ट, नई दिल्ली.
- ❖ कश्यप, सुभाष, : हमारी संसद, नेशनल बुक ट्रस्ट, नई दिल्ली.
- ❖ त्रिखा, नंदकिशोर : प्रेस विधि.
- ❖ भनावत, संजीव : प्रेस कानून और पत्रकारिता, राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर.

सहायक पत्र-पत्रिकाएं:

- ❖ अमर उजाला
- ❖ आउटलुक
- ❖ इंडिया टुडे
- ❖ पंजाब केसरी
- ❖ प्रथम प्रवक्ता
- ❖ द हिंदु
- ❖ दैनिक जागरण
- ❖ दैनिक हिंदुस्तान
- ❖ हरिभूमि

Publish Research Article International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper, Summary of Research Project, Theses, Books and Book Review for publication, you will be pleased to know that our journals are

Associated and Indexed, India

- * International Scientific Journal Consortium
- * OPEN J-GATE

Associated and Indexed, USA

- EBSCO
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Database
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database
- Directory Of Research Journal Indexing

Golden Research Thoughts
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005, Maharashtra
Contact-9595359435
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com
Website : www.aygrt.isrj.org