

## रिसर्च पेपर

### नैतिकता की आढ़ में भारत में पीत पत्रकारिता

डॉ रूपेश शर्मा  
अतिथि सहायक आचार्य,  
जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग  
उत्तराखण्ड संस्कृत विश्वविद्यालय, हरिद्वार।

### **Abstract**

इस शोध का उद्देश्य यह जानना है कि पीत पत्रकारिता में भारत की जनता की सोच को कैसे प्रभावित किया है। भारत के मीडिया हाउस पीत पत्रकारिता से अनभिज्ञ नहीं हैं। भारत में पीत पत्रकारिता ने अचानक से जोर नहीं पकड़ा है अपितु पिछले तीन दशकों से पीत पत्रकारिता ने भारत के पाठकों व दर्शकों को व्यापक रूप से प्रभावित किया है। आज टी.वी. चैनलों, समाचार पत्रों और पत्रिकाओं के विकास का एक ही उद्देश्य है कि हमने सबसे पहले खबर को प्रकाशित किया है या टी.वी. पर हमने सबसे पहले खबर को ब्रेक किया गया है। इन्ही सब कारणों ने भारत में ऐसे समाचार पत्रों का प्रसार अन्य समाचार पत्रों की तुलना में बढ़ जाता है, यह भी कह सकते हैं कि टी.वी. पर उस चैनल की टीआरपी अन्य चैनलों की तुलना में कई गुणा बढ़ जाती है। पीत पत्रकारिता शुद्ध रूप से वाणिज्य, कमर्शियल पत्रकारिता कहलाती है। मगर इसके संपादक इस प्रकार की पत्रकारिता को वैध पत्रकारिता का आवरण पहनाने में लगे हुए हैं।

यहाँ पर शोध का लक्ष्य यह पता लगाना है कि भारत में कितने समाचार और मीडिया हाउस सनसनीखेज खबरों पर आधारित हैं तथा बाकी के देश पीत पत्रकारिता का आभास कैसे कर रहे हैं। मीडिया हाउस को कुछ मानकों, नियमों और नियंत्रणों का पालन कैसे किया जाना आवश्यक है। मीडिया समूह के विचारों के लिए दिशा –निर्देश और मानक बनाने के लिए दुनिया भर में प्रयास किए जा रहे हैं।

### **Keyword:-**

भारती मीडिया हाउस, नैतिकता, पीत पत्रकारिता, समाज।

## परिचय :-

पत्रकारों का कार्य समाचारों का संकलन करना, सत्य और नैतिकता, सटीकता, निष्पक्षता, वस्तुनष्ठिता तथा स्थिरता प्रस्तुत करना है। जबकि पीत पत्रकारिता को एक ऐसी हैडिंग के रूप में जाना जाता है जिसमें खबर को बढ़ा-चढ़ाकर उसका प्रस्तुतीकरण किया जाता है और उस खबर को जोर-शोर से समाज के बीच स्थापित करने का प्रयास भी किया जाता है। कुछ समाचार पत्र लगभग सच्ची-अच्छी खबरों को प्रस्तुत नहीं करते हैं। इस प्रकार की सभी खबरे या पत्रकार पीत पत्रकारिता की श्रेणी में आता है। इसे पीत प्रेस के रूप में भी समझा जा सकता है। अपने समाचार पत्रों या प्रकाशन के बढ़ते प्रसार के लिए कुछ पत्रकार और मीडिया संस्थान ऐसी कार्यशैली का ही प्रयोग करते हैं। जिसमें समाचारों को घटित घटनाओं को सनसनी बनाकर समाज के समाने प्रस्तुत किया जाता है। खबरों को बढ़ा-चढ़ाकर लिखे जाने से समाचार के पाठक ऐसे समाचारों को हाथों-हाथ लेते हैं। वर्ष 1900 के दौरान पीत पत्रकारिता शब्द का व्यापक रूप से न्यूयॉर्क शहर के बड़े-बड़े समाचार पत्रों को टारगेट करने के लिए इसे इस्तेमाल किया गया था। क्योंकि उस समय समाचार पत्रों के प्रयास की अच्छी-खासी प्रतिस्पर्धा देखने को मिलती थी। पीत पत्रकारिता को स्थापित करने में जोसेफ पुलित्जर का भी योगदान है।

हास्ट और पुलित्जर दोनों ने न्यूयॉर्क जर्नल और न्यूयॉर्क वर्ल्ड की होड़ द्वारा इसका परिचय समाज को करवाया था। पुलित्जर येलो किड नामक कार्टून का प्रकाशन एक महत्वपूर्ण कड़ी के रूप में देखा जाता था जोकि उस दौर में काफी लोकप्रियता बटौरता था। रिचर्ड ऑफ आउट कॉट द्वारा रचित इस कार्टून ने पीत पत्रकारिता शब्द का प्रचलन करवाया। पुलित्जर के प्रतिद्वंदी हर्स्ट ने इस कार्टून की लोकप्रियता को भांपते हुए कार्टुनिस्ट रिचर्ड ऑफ आउट कॉट को धनबल से जोड़ दिया। पुलित्जर ने भी एक नए कार्टुनिस्ट जार्ड लुक्स को नियुक्त कर येलो किड कार्टून को जारी रखा। इस प्रकार दोनों समाचारों पत्रों ने प्रसार संख्या बढ़ाने, पत्रकारों को अपनी ओर लाने तथा उन्हें कुछ अलग कर दिखाने की सीख दी।

पीत पत्रकारिता को **5 गुणों** द्वारा परिभाषित किया जाता रहा है—

1. छोटे-छोटे समाचारों को बड़ी हैडिंग के रूप में पेस्ट करना ताकि उस समाचार को सुर्खियां बनाया जा सके।
2. चित्रों की जादुगरी से काल्पनिक चित्रों का चित्रण कर उसे उस रूप में उपयोग करना ताकि वह भव्य लगे।
3. झूठे साक्षात्कार करना और तथा-कथित विशेषज्ञों की झूठी बातों को प्रमाणित करना। ताकि भ्रामक सुर्खियां बनाई जा सकें।
4. कॉमिक स्ट्रिप्स के साथ पूरी तरह रंगीन रविवारीय सामग्री पर बल देना।

## 5. शोषितों के प्रति नाटकीय सहानुभूति प्रकट करना और व्यवस्था के प्रति उपेक्षित बने रहना।

भारतीय पत्रकारिता के अनेक रूप देखने को मिलते हैं। कुछ पत्रकार राजनैतिक खबरों में लगे रहते हैं जहाँ पर इन्हें सभी राजनीतिक पार्टियों पर अपनी नजर बनाए रखनी होती है। उसी प्रकार कुछ पत्रकार देश की अर्थव्यवस्था पर नजर रखते हैं व वाणिज्य से जुड़ी सभी खबरों का संकलन करते हैं। वहीं खेल पत्रकारिता से जुड़े पत्रकार खेल जगत में घट रही खबरों पर अपना ध्यान बनाकर रखते हैं, उसी प्रकार फिल्मों से जुड़े पत्रकार, खोजी पत्रकार विभिन्न रूपों में निष्पक्ष संतुलित खबरों को करने में दिनरात एक किए होते हैं। जहाँ पर कुछ ऐसे पत्रकार भी हैं जो अपनी छवि व आदर्शों से समझौता नहीं करते वहीं कुछ ऐसे भी पत्रकार हैं जो आदर्श और ईमानदार पत्रकारिता की छवि को खण्ड-खण्ड कर देते हैं। ऐसा नहीं है कि जनमानस खबरों को पढ़कर या देखकर-सुनकर समझता नहीं है, तभी तो उनके पाठक व इनके दर्शक इनकी खबरों में रूची लेना बन्द कर देते हैं। लेकिन इन सबके बावजूद ऐसे ही पत्रकार नाम और शौहरत हासिल करते जा रहे हैं। समाज में ऐसे पत्रकारों का प्रभाव भी बढ़ता जा रहा है। पीत पत्रकारिता को हम इसी कड़ी में गिन सकते हैं। आज सोशल मीडिया और टेलिविनि का जमाना है। जहाँ पर आपको कई समाचार व खबरों के वीडियो आपको दिख जाएंगे जिनका लक्ष्य सिर्फ समाज में सनसनी फैलाना ही होता है। ऐसे समाचारों व वीडियो को इस प्रकार से प्रस्तुत किया जाता है जिससे उसकी वास्तविकता का जो स्वरूप होता है वह ऐसी खबरों के आगे बौना दिखाई पड़ता है। ऐसा नहीं है कि समाज के लोग ऐसी खबरों की चपेट में नहीं आते। समाज का एक वर्ग ऐसी खबरों से प्रभावित होकर अपनी एक अलग ही राय रखने लगता है। जब ऐसी खबरों का विश्लेषण होता है, इनकी गहनता से तहकीकात होती है तब ऐसी कई खबरें फर्जी पाई जाती हैं जिन्हें फेक न्यूज कहते हैं। ऐसी खबरों की हकीकत तो यह है कि यह व्यवसायिक उद्देश्य की पूर्ति के लिए इसका निर्माण किया जाता है जो पत्रकारिता का विकृत रूप है। जिसका लक्ष्य समाज में हलचल पैदा करना होता है साथ ही अपने पत्र संख्या में इजाफा करना या चैनलों की टीआरपी को बढ़ाना होता है। समाज के एक बड़े वर्ग को अपनी ओर आकर्षित करना होता है।

### विश्लेषण के आधार पर पीत पत्रकारिता के स्वरूप का वर्णन—

**(1)–** कोई समाचार पूर्वाग्रह से लिखा गया हो या उसे बहुत ही बढ़ा-चढ़ा कर प्रस्तुत किया गया हो तो यह खबर एक पक्षिय होती है। इसमें पत्रकार का अपना अन्तः प्रेरित उत्साह या पेशेगत कर्तव्य बोध नहीं होता सिर्फ मनोविकार ही होता है। ऐसी खबरों पर न तो किसी प्रकार का विश्वास किया जा सकता है और न ही किसी पाठक वर्ग पर कोई असर छोड़ा जा सकता है। पत्रकार की प्रस्तुत इस खबर में स्पष्ट रूप से पत्रकार का या समाचार पत्र का हित दिखाई पड़ता है। इस प्रकार की खबरें समाज में सनसनी तो फैला सकती हैं परन्तु समाज का कोई भला नहीं कर सकती। इस प्रकार की खबरें व्यवस्था परिवर्तन में दूर-दूर तक कोई मायने नहीं रखती हैं। इस ऐसा भी कह सकते हैं कि ऐसे समाचारों का संकलन करने वाला पत्रकार आने वाले समय में तिरस्कार का पात्र बन जाता है। इस प्रकार की पत्रकारिता को करके वह पत्रकारिता के मूल सिद्धांतों का गला घोट रहा होता है। महात्मा गांधी ने अपने पूरे जीवन समाचार पत्रों

और पत्रकारिता को संचार या लाभ के साधन के बजाए एक जिम्मेदारी के रूप में देखा। गाँधी जी के दृष्टिकोण से समाचार पाठकों की आवाज होता है परन्तु आज पीत पत्रकारिता को बढ़ावा देने वाले समाचार पत्रों का ध्येय शुद्ध लाभ कमाना होता है। जिसमें पत्रकार का स्वार्थ ही सर्वोपरि होता है। जब पत्रकार स्वार्थ से पूर्वाग्रसित होकर समाचारों का संकलन व लेखन करता है तब उसकी मानसिकता बेहद संकुचित और उसकी लेखनी मिथ्या में डूबी होती है। तब वह मनघडत रूप से उन खबरों को घड़ने का काम करता है। ऐसी खबरें सच्चाई से कोसों दूर होती हैं परन्तु इस प्रकार की खबरें किसी के चरित्र का हनन कर देती हैं। ताकि उसमें डर पैदा हो सके। यही पीत पत्रकारिता का मुख्य बिन्दु होता है। इस प्रकार की पत्रकारिता किसी भी समाज के लिए किसी चुनौती से कम नहीं है।

**(2)–** समाचारों को सनसनी स्वरूप देना, रसूखदार लोगों की निजी जिंदगी के किस्से, सेक्स व घृणित अपराधों के किस्सों को नमक-मिर्च लगाकर परोसना 'न्यूज ऑफ द वर्ल्ड' जोकि ब्रिटिश साप्ताहिक अखबार टौल्लायड था। जोकि इस प्रकार के विचारों व समाचारों के लिए ही जाना जाता था। लेकिन उसके पढ़ने वाले कभी भी उस अखबार को सम्मान की दृष्टि से नहीं देखते थे। इस अखबार को लोग चटखारे लेने के लिए ही पढ़ते थे। इस अखबार को कभी पाठकों ने गम्भीरता से नहीं लिया। जिसका परिणाम यह हुआ कि यह अखबार जल्द बन्द हो गया, जबकि इसकी प्रसार संख्या काफी अधिक थी। इस अखबार में स्टिंग ऑपरेशन को तवज्जो दी जाती थी, जहाँ पर व्यक्ति विशेष की ऑडियो-वीडियो बना ली जाती जोकि इस अखबार के लिए वह सबूत का रूप होती थी। इन्हीं वीडियो व ऑडियो से सम्बन्धित लोगों को ब्लैकमेल तक किया जाता था। यही कुछ कारण थे जिन्होंने इस अखबार को बन्दी के दरवाजे पर लाकर खड़ा कर दिया। यह अखबार पीत पत्रकारिता का सबसे बड़ा उदारहण रहा। जबकि यह अखबार 168 साल तक चला और 2021 में इसे बन्द करना पड़ा। इस अखबार के बन्द हो जाने से यह साबित होता है कि किसी भी अखबार का सर्कुलेशन या धन की ताकत अखबार को श्रेष्ठ नहीं बनाती, अखबार को श्रेष्ठता हमेशा समाज की रोचकता तथा उसकी आदर्श दृष्टि ही समाज की नजर में सम्मान तथा प्रतिष्ठा दिलवाती है।

आज समाज में खबरों का प्रस्तुतीकरण इतना सनसनीपूर्ण व चटपटा बनाया जाने लगा है जिससे यह अभास होता है कि समाज में लोगों को किस प्रकार की खबरों को जानने व देखने में अधिक रुचि है तथा उन्हें किस प्रकार की खबरों को जानना है। इस प्रकार की खबरें समाज से जुड़े मुद्दों की भ्रुण हत्या कर देती है। अखबार में समाज से जुड़ी खबरों की जगह नग्न हो जाती है। समाचार पत्रों में या टीवी चैनलों पर ऐसी खबरों की भरमार आ गई है जिसमें फिल्मी अभिनेता व अभिनेत्रियों का प्रेम प्रसंग किससे चल रहा है या कौन सा अभिनेता किस अभिनेत्री से कब शादी करने वाला है या किस अभिनेता का किस अभिनेत्री से ब्रेकअप हो गया है। ऐसी खबरें समाज से जुड़े मुद्दों को बौना साबित कर देती हैं। मगर समाचार पत्र व टीवी चैनल इसे राष्ट्र से जुड़ी खबरों के रूप में अखबार में प्रस्तुत करते हैं। अपराध जगत से जुड़ी खबरों को बढ़ा-चढ़ाकर दिखाने के चक्कर में पत्रकार खबरों की सच्चाई तक नहीं जाते और अपुष्ट तथा भ्रामक खबरों को समाज के समाने प्रस्तुत कर देते हैं।



ऐसे कई उदारहण हैं जो ऐसी अपुष्ट खबरों से जुड़े हुए हैं। जिसमें भारत क मोस्ट वांटेड आंतकवादी दाऊद इब्राहिम से जुड़ी खबरें हैं, जिसमें उसे कई बार मरा हुआ दिखा चुके हैं लेकिन बाद में वही खबर मिथ्या साबित हुई है।

अपराध जगत की सबसे बड़ी मिस्ट्री आरूषि हत्याकाण्ड थी। जिसमें अनेकों मनघडंत कहानियां बनाई गईं लेकिन आज तक यह सच्चाई समाज के सामने साबित नहीं हो पाई कि आरूषि को किसने मारा। ऐसी खबरें समाज के सामने पीत पत्रकारिता की मिशाल बनती हैं।

पीत पत्रकारिता और खबरों को मसालेदार बनाने के लिए 'द वॉयर' सबसे ज्यादा बदनाम हैं। 'द वायर' की पत्रकार नरेन्द्र मोदी व अमित शाह की छवि को धूमिल करने के चक्कर में इतनी आगे निकल गई कि इन्होंने माननीय उच्चतम न्यायालय में याचिका तक दायर कर दी थी। जोकि 'द वायर' बनाम जयशाह के रूप में जानी जाती है। जिसे पत्रकार रोहिणी सिंह, उस याचिका को वापिस भी ले लेती हैं। जिसका संज्ञान स्वतः माननीय उच्चतम न्यायालय ने लिया। उन्होंने अपनी टिप्पणी में कहा कि याचिका को वापिस लेना आश्चर्य प्रकट करता है और अपने सख्त लहजे में कहा कि प्रेस की आजादी सर्वोपरि है। अपितु यह वन वे ट्रैफिक नहीं हो सकता है। यह साफ-साफ पीत पत्रकारिता को दर्शाता है। यहाँ पर भारत सरकार ने कोर्ट का निर्माण जनता के सम्मुख सच्चाई रखने के लिए किया है। कोर्ट न्याय का मंदिर कहलाता है। उसके बाद भी याचिका को वापिस लिया जा रहा है। इस मामले में 'द वॉयर' ने प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी व अमित शाह की तस्वीरों को भी वायरल किया था। जबकि हकीकत में इन दोनों का इस खबर से लेना-देना तक नहीं था। इस याचिका में जय शाह के कारोबार के आंकड़े इतने बढ़ा-चढ़ा कर पेश किए गए थे जिससे देश में सनसनी का महौन बनाया जा सके। ऐसा उस समय हुआ था।

**(3)**— अखबरों में ऐसे फोटो को छापना जिससे युवा वर्ग में उत्तेजना बढ़ती हो, जो मुम्बई के कई फिल्मी कलाकारों के अति उत्तेजक फोटो को छापकर समाज के एक बड़े वर्ग को चिन्हित करते हैं। उन्हीं अखबारों में पंजाब केसरी, मिड डे आदि अखबार शामिल हैं। जिसमें फिल्मी कलाकारों के हॉट फोटोज को छपा जाता है। कबीर सिंह फिल्म में शाहिद कपूर व कियारा आड़वानी के बीच हुए कई चुम्बन सीन की फोटोज को प्रकाशित किया गया था। ऐसी खबरों को कवर करने वाले पत्रकारों का मानना होता है कि इस प्रकार की फोटोज को छापकर वह अखबार का सर्कुलेशन बढ़ा देते हैं और साथ ही छायाकार के रूप में उस पत्रकार का नाम भी काफी चर्चा बटौर लेता है। लेकिन टीवी चैनल ऐसी फिल्मों का जमकर फायदा उठाते हैं। वह उस बोल्लड सीन को सैंकड़ों बार बड़ी स्क्रीन पर प्ले कर दर्शकों को दिखाते हैं। चुम्बन व बोल्लड सीन को बार-बार दिखाकर टीआरपी बढ़ाने का काम यह न्यूज चैनल करते हैं। पीत पत्रकारिता की सीमा तब पार हो जाती है जब यह न्यूज चैनल उन दृश्यों को बड़ी स्क्रीन पर दिखाकर उन दृश्यों पर झूठ-मूठ की चर्चा या बहस के प्रोग्राम्स का भी आयोजन करते हैं। सब जानते हैं यह न्यूज चैनल जो नग्नता को परोस रहे हैं वह सिर्फ अपनी रेटिंग बढ़ाने के लिए करते हैं।

**(4)**– वर्तमान की पत्रकारिता कहीं न कहीं प्रभावित होकर की जा रही है। इसमें आपको देखने को मिल सकता है जैसे– पत्रकार या मीडिया हाउस किसी राजनीतिक पार्टी से प्रभावित होकर रिपोर्टिंग कर रहे हैं या किसी उद्योग घराने से प्रभावित होकर।

अब तो धर्म के आधार पर भी पत्रकारिता देखने को मिल जाएगी। ऐसी पत्रकारिता में मीडिया हाउस का अपना निजी लाभ होता है। इस प्रकार की पीत पत्रकारिता बड़े-बड़े संस्थानों का औजार बनकर रह गई है और बड़े-बड़े पत्रकार इस नामचीन पत्रकारिता का हिस्सा बनते जा रहे हैं। यह नामचीन पत्रकार जिनकी समाज में बहुत बड़ी फेस वैल्यू है वह इनके निजी हितों को साधने का कार्य करते हैं। साथ ही उन समाचार पत्रों, सोशल साइट्स के मालिकों को भी लाभ पहुंचाते हैं। यह नामचीन पत्रकार पीत पत्रकारिता को बढ़ावा देने के बावजूद खुद को व अपने मीडिया हाउस को ईमानदारी का लेबल लगावा देते हैं। आज अधिकांश हिन्दी राष्ट्रीय न्यूज चैनल देश की भाजपा सरकार के समर्थन में खबरों का प्रसारण करते हैं। इसी प्रकार कुछ चुन्दि चैनल भी हैं जो भाजपा सरकार के विरोध में समाचारों का प्रस्तुतीकरण करते हैं।

यहाँ पर सबसे बड़ी बात यह है कि दोनों चैनलों के मालिक या पत्रकार किसी न किसी प्रकार से प्रभावित होकर खबरों का प्रसारण कर रहे हैं। पीत पत्रकारिता का सबसे बड़ा उदाहरण तब देखने को मिला जब 'जिन्दल ग्रुप' से 'जी न्यूज' के सम्पादकों ने जिन्दल ग्रुप की खबरों को छिपाने के एवज में 100 करोड़ रुपये की रिश्वत मांगी। उसके बाद जिन्दल ग्रुप ने इन दोनों सम्पादकों की शिकायत पुलिस में की और उसके बाद दोनों सम्पादकों को जेल तक जाना पड़ा। जब इन सम्पादकों से पूछा गया कि यह कार्य किस के कहने पर आप लोगों ने कि तो पता चला कि यह कार्य मीडिया संस्थान के मालिक के इशारे पर उन्हें करना पड़ा। बड़े मीडिया संस्थान स्वस्थ पत्रकारिता की दिशा में आगे बढ़ने की अपेक्षा पीत पत्रकारिता को बढ़ावा देना जारी रखे हैं।

**(5)**– पीत पत्रकारिता को बढ़ावा देने में सबसे महत्वपूर्ण बिन्दु विज्ञापन की पत्रकारिता है। जो किसी भी संस्थान का आर्थिक स्तम्भ कहलाता है। इस प्रकार की पत्रकारिता ने पत्रकारिता को व्यवसाय बनाकर रख दिया है। मीडिया संस्थान का आर्थिक दबाव पत्रकारों को पीत पत्रकारिता करने के लिए मजबूर करता है। वह समाचार पत्र व पत्रिकाएं जिनके मालिक स्वयं पत्रकार होते हैं एक मात्र वही सर्वेसर्वा भी होते हैं। ऐसे पत्रकारों में यह प्रवृत्ति देखी गई है जो पीत पत्रकारिता के सहारे अपने पत्र-पत्रिकाओं की आड़ में धन का संचय करते घूमते हैं। प्रायः लघु पत्र-पत्रिकाएं ऐसे लोगों के हाथों में होते हैं जहाँ एक व्यक्ति ही सर्वेसर्वा होता है। इसे एकतंत्रिय व्यवस्था भी बोल सकते हैं। जहाँ पर मालिक भी वही सम्पादक भी वही प्रकाशक भी वही। अमूमन ऐसे लोगों की रोजी-रोटी का एकमात्र सहारा पीत पत्रकारिता ही है। क्योंकि विज्ञापन तथा उस समाचार पत्र के माध्यम से इतनी आय नहीं होती जिससे उसका गुजारा चल सके। नतीजन उसे इस प्रकार के कार्य करने ही पड़ते हैं जो स्वस्थ पत्रकारिता में कहीं तक उचित नहीं नहीं है।

(6)– आज अधिकांश लोग पत्रकारिता जगत में जल्दी से जल्दी धनवान बनने की इच्छा से आ रहे हैं। धन प्राप्ति के लिए विवादित समाचारों को प्रकाशित करना उसके बाद उस समाचार के माध्यम से ब्लैकमेल करने को दौर शुरू हो जाता है। हकीकत तो यह है कि ऐसे लोगों का पत्रकारिता जगत में काफी चिंताजनक हैं। जिनका एक ही लक्ष्य है वह अपने अखबार की आड़ में अपने हितों को साधते हैं तथा समाज विरोधी कार्यों को बढ़ावा देते हैं। ऐसे लोग पत्रकारिता का चोला पहनकर उसे बदनाम करने का कार्य करने कर रहे हैं। कुछ लोगों ने तो अखबार की दुनिया में एक नई प्रकार की उलझन पैदा कर दी है। ऐसे पत्रकार समाज में कुकुरमुत्तों की तरह पत्रकारिता का 'क' तक नहीं पता। वह इस पवित्र पेशे के आदर्शों को चकानाचूर किए जा रहे हैं। अब तो सोशल मीडिया का जमाना है जहाँ पर हर आदमी स्वयं को पत्रकार से कम नहीं समझता। सोशल मीडिया पीत पत्रकारिता का अड़्डा बनता जा रहा है। जहाँ पर कुछ लोग अपना यूट्यूब चैनल बना लेते हैं वह उसकी आड़ में समाचारों व वीडियो में एडिटिंग करके उसे अपलोड कर देते हैं जोकि पूरी तरह से प्रयोजित होती है। इस प्रकार के लोग पत्रकारिता को मुखौटा लगाकर इसकी आड़ में कई नाजायज काम करते हैं। अपने वाहनों पर बड़ा-बड़ा पत्रकार लिखकर समाज व प्रशासन में अपना भौकाल बनाते हुए नजर आ जाएंगे। इस पेशे की सबसे बड़ी कमी यह है कि इसमें अनपढ़ भी पत्रकारिता कर सकता है और पढ़ा-लिखा व्यक्ति भी पत्रकार बन सकता है। अनपढ़ लोगों के इस पेशे में आ जाने से इस पेशे की विश्वसनीयता पर प्रश्न चिन्ह लगने लगे हैं। कई अनपढ़ पत्रकार सिर्फ नेताओं व प्रशासन की चाटुकारिता करते हैं। आप इसे दलाली भी कह सकते हैं। जिनका उद्देश्य धन की प्राप्ति तक सीमित है। जो पढ़े-लिखे पत्रकार हैं जिन्होंने पत्रकारिता को ही अपना कैरियर चुना है उनका शोषण, साधन-सम्पन्न मीडिया संस्थान जमकर करते हैं। वैसे इस प्रकार के मीडिया संस्थान साफ सुथरी पत्रकारिता करने का दवा तो करते हैं जबकि हकीकत इससे अलग होती है। इस प्रकार के मीडिया संस्थानों को अपने पत्रकार की काबिलियत से कुछ भी लेना-देना नहीं होता उन्हें सिर्फ अपने व्यवसाय और अपने मुनाफे से मतलब होता है। अपने मुनाफे को बढ़ाने के लिए इस प्रकार के मीडिया संस्थान नए-नए तरीकों की खोज करते रहते हैं जोकि जाने अनजाने पीत पत्रकारिता को ही बढ़ावा देते हैं। इस प्रकार की पत्रकारिता नैतिक मूल्यों की हत्या कर देती है। आज सभी चैनलों पर एक प्रकार का रंग चढ़ा हुआ है। यह पत्रकारिता को निष्पक्ष संतुलित नहीं होने देना चाहता सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय को इस और ध्यान देने की अति आवश्यकता है, जो ऐसे मीडिया संस्थानों पर नजर रखें और सबसे सशक्त कार्यवाही करके ताकि पत्रकारिता की गरिमा को बनाए रखा जा सके।

## निष्कर्ष

मीडिया के दिग्गजों का मानना है कि भारत में मीडिया का भविष्य काफी मुश्किल भरा होने वाला है क्योंकि यहाँ पर दिशाहीन रिपोर्टिंग होती है। वास्तविक पत्रकार के लिए कोई फंड नहीं होता पेड न्यूज और राजनीतिक हस्तक्षेप के कारण मीडिया हाउस पर कई बार प्रश्न चिन्ह लगते हैं। भारत जैसे देश में पत्रकारों का भविष्य इस बात पर निर्भर करता है कि मीडिया संस्थान बाहरी दबाव का कितना सामना कर सकते हैं। इस दबाव में वह अपने संस्थान को कैसे व्यवस्थित रूप से इसका संचालन कर पाते हैं। इन सभी बातों का

निर्धारण करने का एक सामान्य तरीका है कि कोई समाचार तथ्यात्मक है या गलत इसकी तुलना वास्तविकता से होने अत्यन्त आवश्यक है ताकि देश की जनता यह समझने में सक्षम हो कि कौन सी खबर किस राजनीतिक दल द्वारा प्रभावित है और कौन सी खबर बगैर दबाव के सच का उजागर कर रही है। अधिकतर मीडिया घराने संपादकों को संकेत करके रखते हैं कि किस प्रकार की खबरों को प्रथमिकता देनी है और अन्य खबरों को कितनी जगह देनी है।

आज के जनसंचार की परिभाषा बदल गई है उसके माध्यमों का उद्देश्य व्यक्तिगत और सामाजिक आनंद और आनंद के लिए संकेतों, प्रतिकों को ध्वनियों और छवियों के माध्यमों से सूचना का प्रसारण करना होता है। इस शोध के माध्यम से यह पता लगता है कि पीत पत्रकारिता से भारत की नहीं अपितु अमेरिका भारत चीन पाकिस्तान इंडोनेशिया जैसे— अन्य देशों में पीत पत्रकारिता ने एक बीमारी का रूप धारण कर लिया है। मीडिया में दिशा—निर्देशों को विकसित करने के लिए सभी देशों को एकजुट होकर प्रयास करने की आवश्यकता है। समाचारों को छापने और उसको प्रसारित करने की स्वतंत्रता होने के बाद भी मीडिया को कुछ मानकों का कुछ कानून का और कुछ प्रतिबंधों का पालन अवश्य करना चाहिए। मीडिया ही वह ताकत है जो समाज के लोगों को एक—दूसरे से जोड़कर रख सकती है और समाज व देश की खातिर कुछ करने के लिए प्रोत्साहित व संगठित भी कर सकती है।

### संदर्भ—

1. मिश्र, देवेन्द्र (24 अप्रैल 2020). उद्धृत, विलियम; रैंडोल्फ, हर्स्ट के बहाने पीत पत्रकारिता का सफर.
2. कुमार, राजेश (27.3.2017). पीत पत्रकारिता ऐतिहासिक परिपेक्ष्य.
3. <https://en.wikipedia.org>
4. सिंह, बच्चन (1989). हिन्दी पत्रकारिता के नए प्रतिमान. विश्वविद्यालय प्रकाशन चौक, वाराणसी.
5. (10 जुलाई 2011). पीत पत्रकारिता के एक युग का अंत.
6. सिंह, गोविन्द, पत्रकारिता की सीमाएं
7. वही पृ. -4
8. कुमार, राजेश. पीत पत्रकारिता: दांव पर पत्रकारीय सिद्धांतों की साख.