



प्रिन्ट व इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की विश्वसनीयता : एक तुलनात्मक अध्ययन (वाराणसी क्षेत्र के विशेष सन्दर्भ में)

डॉ. अमिता

सहायक प्राध्यापक, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, वाराणसी

परिचय :-

मीडिया का तात्पर्य संचार के ऐसे माध्यम से है, जिसमें टेलीविजन, रेडियो, समाचार पत्र आदि सम्मिलित है। मीडिया के ये विभिन्न माध्यम यहां उपकरण की भूमिका निभाते हैं, जिनके माध्यम से ये डेटा लेते हैं, अपने पास एकत्र करते हैं व प्रस्तुतीकरण करते हैं। मीडिया के सन्दर्भ में जब हम समाचार चैनलों को देखते हैं, तो पाते हैं कि आज के समय में समाचार चैनलों पर भी अलग-अलग वर्गों के दर्शकों के लिये विभिन्न कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। मीडिया का प्रभाव लोगों की मानसिकता को बहुत हद तक प्रभावित करने लगा है। क्या सही है और क्या गलत है, क्या अच्छा है और क्या बुरा है, क्या नैतिक है और क्या अनैतिक है, इन सभी का निर्णय भी मीडिया द्वारा प्रसारित सूचनाओं के आधार पर होने लगा है। वर्तमान में मीडिया का इतना प्रभाव हो चुका है कि वह शक्तियुक्त व शक्तिविहीन को स्वयं ही परिभाषित करने लगा है।



पब्लिक मीडिया का प्रमुख कार्य सूचना, शिक्षा, मनोरंजनपरक कार्यक्रमों का प्रस्तुतीकरण करना है। किसी भी माध्यम की विश्वसनीयता का मतलब माध्यम विशेष पर लोगों के भरोसे या विश्वास से है। मीडिया माध्यम की विश्वसनीयता को उस मीडिया माध्यम द्वारा सही सूचनायें एकत्रित करने व उनके सही रूप में प्रस्तुतीकरण पर देखा जाता है। बहुत से अवसरों पर यह देखने को मिलता है कि एक ही घटना या सूचना अलग-अलग माध्यमों द्वारा अलग-अलग तथ्यों द्वारा प्रस्तुत की जाती है, जिसके कारण दर्शकों में अविश्वसनीयता का माहौल बनता है।

भारत में मीडिया :-

पिछले कई वर्षों में मीडिया व्यवसाय ने भारत में दो अंकों में तेज वार्षिक वृद्धि दिखाई है, जो कि देश की जीडीपी वृद्धि दर से भी अधिक है। मीडिया आज एक बड़ा बिजनेस सेक्टर बन चुका है। भारतीय मीडिया सेक्टर विश्व का सबसे तीव्र वृद्धि करने वाला मीडिया सेक्टर है। वर्तमान भारत के परिप्रेक्ष्य में मीडिया की भूमिका दर्शकों की राजनैतिक राय निर्धारित करने में व चुनावों के परिणामों को प्रभावित करने में भी बन चुकी है। हाल ही में हुये नीरा राडिया प्रकरण से खुलासा हुआ है कि मीडिया व्यवसाय में ऊँचे पदों पर बैठे लोग कॉरपोरेट लॉबी व राजनीतिक लॉबी से सांठगांठ कर नीतिगत निर्णयों को भी प्रभावित करते हैं।

हमारे देश में आज हजारों पत्र-पत्रिकाएँ प्रकाशित होती हैं, सैंकड़ों समाचार चैनलों का 24 घन्टे प्रसारण होता है, परन्तु एक भी पत्रिका या समाचार चैनल ऐसा नहीं है, जिसे विश्वस्तरीय माना जा सके। यहां तक कि मीडिया अपने प्राथमिक कार्य जैसे कि लोगों को सूचनाएं उपलब्ध कराना, सच दिखाना, सामाजिक-आर्थिक-

राजनैतिक विषयों का विश्लेषण करना, लोगों को वाद-विवाद हेतु अवसर प्रदान करना, लोकतांत्रिक देश में वॉच डॉग की भूमिका को निभाना आदि को भी सही तरीके से नहीं निभा रहा है।

प्रिन्ट मीडिया के समक्ष वर्तमान में कई चुनौतियाँ मौजूद हैं, जैसे— प्रिन्ट मीडिया की विविधता में कमी, बड़े समाचार पत्रों द्वारा छोटे समाचार पत्रों का अधिग्रहण, अलग-अलग भाषाओं के संस्करणों की अनुपलब्धता, इसके अतिरिक्त इस प्रतिस्पर्धी वातावरण ने इनके विज्ञापन व अन्य आमदनी को भी प्रभावित किया है। आज मीडिया का कार्य रिपोर्ट करना व सूचनाएँ उपलब्ध कराने तक ही सीमित नहीं रह गया है, बल्कि इसका कार्य देश में सामाजिक मूल्यों के साथ-साथ विभिन्न राजनीतिक व आर्थिक समूहों के मध्य सामंजस्य बनाना भी हो गया है।

वर्तमान समय में भारतीय मीडिया की विश्वसनीयता :-

जैसा कि ज्ञात है कि भारतीय लोकतंत्र में मीडिया को चौथे स्तम्भ की संज्ञा दी गई है। आज के डिजिटल युग व इन्टरनेट आधारित जीवन शैली में मीडिया की संभावनायें बहुत अधिक बढ़ गई हैं। आज विश्व में घटित किसी भी घटना की जानकारी इंटरनेट पर तुरन्त प्राप्त हो जाती है। मीडिया ने भी अपने दर्शकों व पाठकों को जल्द व सटीक जानकारी उपलब्ध करवाने हेतु अपनी कार्यप्रणाली में बहुत से आधारभूत परिवर्तन किये हैं। आज भारत में हजारों पत्र-पत्रिकाएँ दैनिक, साप्ताहिक व मासिक रूप से प्रकाशित किये जा रहे हैं, सैकड़ों समाचार चैनल विभिन्न भाषाओं में प्रसारित हो रहे हैं, परन्तु न्यूज कवरेज की गुणवत्ता में अंतर्राष्ट्रीय मानकों का प्रयोग न के बराबर है। इन कारणों की वजह से फ्रांस के एक NGO “Reporters Without Borders” ने भारतीय मीडिया का स्थान कुल 180 देशों में से 136 वां दिया है, जो कि कतई सम्मानजनक नहीं है। भारत के पूर्व राष्ट्रपति श्री प्रणव मुखर्जी का एक कथन जो कि उन्होंने “रामनाथ गोयनका अवार्ड” समारोह में दिया था, को यहां बताना सार्थक होगा। उन्होंने कहा था कि भारत में अधिकतर मीडिया सिर्फ कुछ लोगों के हाथों में रह गयी है और ऐसा रहा तो यह आम आदमी की समस्याओं को ठोस रूप से नहीं उठा पायेगी। उन्होंने कहा था कि मीडिया को गार्ड डॉग होना चाहिये और उसे अग्रणी व आम-आदमी के मध्यस्थ की भूमिका निभानी चाहिये।

जब हम ग्रामीण भारत को देखते हैं तो वहां रेडियो माध्यम आज भी मीडिया के रूप में सर्वाधिक प्रचलित है, क्योंकि यह देश के सुदूरवर्ती क्षेत्रों को जोड़ता है। हमारे देश के प्रधानमंत्री भी मीडिया के रूप में रेडियो माध्यम का उपयोग अपने कार्यक्रम “मन की बात” में करते हैं, जिसके माध्यम से वे देश के प्रत्येक कोने में उपस्थित आम-आदमी से संवाद स्थापित करते हैं। प्रशासनिक निर्णयों व कार्यक्रमों के बारे में जानकारी भी “ऑल इण्डिया रेडियो” के माध्यम से आमजन तक पहुंचायी जाती है। यहां तक की आपदा प्रबंधन में भी रेडियो महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, जिसका उदाहरण हाल ही में देखने को मिला – जब उड़ीसा राज्य के तटवर्ती जिलों में मई-2019 में आये चक्रवाती तूफान “फैनी” के बारे में नवीनतम अपडेट वहां के स्थानीय निवासियों को रेडियो के माध्यम से पहुंचाई गई, जिससे की जानमाल का बड़ा नुकसान होने से बचा जा सका।

शहरी भारत में प्रिन्ट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया दोनों ने अपनी अलग-अलग जगह बनाई हुई है। और साथ ही न्यू मीडिया, जिसमें इंटरनेट आधारित मीडिया, सोशल मीडिया शामिल हैं, के द्वारा भी प्रत्येक घटना पर पैनी निगाह रखी जाती है। इस न्यू मीडिया को एडवॉकैट मीडिया की संज्ञा भी दी गई है। वर्तमान समय में एक आम आदमी की जीवन शैली सरकार द्वारा बनायी गई नीतियों व आदेशों से भी प्रभावित होती है व मीडिया द्वारा इन नीतियों को आमजन तक पहुंचाने का काम भी किया जा रहा है। आज कहीं न कहीं आवश्यकता महसूस होती है कि सरकार द्वारा लिये गये निर्णयों की तथ्यात्मक समीक्षा होनी चाहिये। साथ ही नागरिकों से जो कि इन निर्णयों से सर्वाधिक प्रभावित होते हैं, के विचार भी सुना जाना चाहिये, जिससे कि जो निर्णय सरकार द्वारा लिये गये हैं, उनका प्रभावी ढंग से पालन हो सके। परन्तु वर्तमान में हमारे देश की अधिकतर मीडिया जो कि सिर्फ कुछ व्यवसायिक घरानों के हाथों में है, कहीं न कहीं अपनी विश्वसनीयता खोती जा रही है। इस कारण न्यू मीडिया की अवधारणा लोगों के मध्य लोकप्रिय हो रही है और यह लोगों की आवाज बनकर उभर रही है। यह शोध प्रिन्ट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की विश्वसनीयता पर केन्द्रित गहन अध्ययन है।

साहित्य पुनरावलोकन

न्यू हेगन एंड नॉस (1987) के अनुसार टीवी समाचारों को अखबारों की अपेक्षा कम गंभीर प्रकृति का माना गया है क्योंकि यह माध्यम प्राथमिक तौर पर समाचारों से नहीं जुड़ा रहा है। विश्वसनीयता अध्ययनों से यह ज्ञात होता है कि टीवी की विश्वसनीयता प्रारंभ में उस व्यक्ति या व्यक्तित्वों पर निर्भर रही है जो कि न्यूज एंकर होते थे। इसमें उस स्टेशन एवं समाचार संगठन का बहुत ज्यादा प्रभाव नहीं होता। हालांकि वर्तमान परिदृश्य को देखे तो टीवी माध्यम आज समाचार का सबसे प्रमुख प्रदाता है और दृश्य-श्रव्य की सुविधा के कारण सबसे लोकप्रिय साधन भी। भारतीय परिप्रेक्ष्य में देखे तो जहां न्यूज एंकर प्रमुख है वहीं समाचार संगठन का भी समान महत्व है। कई बार लोग अमुक चैनल को इस कारण देखते हैं कि इस पर एक विशेष रिपोर्टर या एंकर समाचार प्रस्तुत करता है।

अब्दुल्ला, ए. राशा एवं अन्य द्वारा मीडिया विश्वसनीयता को लेकर अमेरिका में किए गए अध्ययन से टीवी समाचारों की विश्वसनीयता को लेकर अमेरिकी जनता की सोच का पता लगता है। ज्यादातर अमेरिकी टीवी समाचारों को त्वरित तो मानते हैं परंतु उनका यह भी मानना है कि समाचारों को और अधिक अपडेट एवं समयबद्ध होना चाहिए। ज्यादातर उत्तरदाताओं की राय में टीवी समाचारों की विश्वसनीयता उनके फेयरनेस पर निर्भर करती है। लोग वैसे समाचारों पर ज्यादा भरोसा करते हैं जो साफ-सुथरे एवं संतुलित प्रकृति के होते हैं। दर्शक भरोसा, सटीकता, वस्तुनिष्ठता, संपूर्णता, ईमानदारी एवं गैर-पक्षपातपूर्ण होने को समाचार की स्वच्छता एवं विश्वसनीयता के लिए अनिवार्य मानते हैं।

शोध के उद्देश्य :-

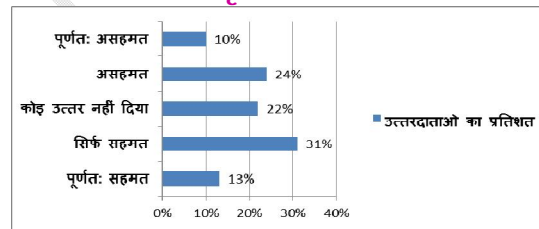
- विभिन्न उम्र समूह के व्यक्तियों में प्रिन्ट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया माध्यमों की विश्वसनीयता स्तर का अध्ययन।
- प्रिन्ट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विश्वसनीयता स्तर का तुलनात्मक अध्ययन करना।

शोध प्रविधि :-

शोधकर्ता द्वारा शोध समस्या का अध्ययन करने हेतु "सैम्पल सर्वे" विधि अपनाई गई है। इस शोध अध्ययन में 200 उत्तरदाताओं से प्रश्नावली के माध्यम से डाटा एकत्र किया गया है। शोधकर्ता द्वारा 25 वर्ष से 65 वर्ष की आयु के मध्य के 200 उत्तरदाताओं से संगठित प्रश्नावली के माध्यम से डाटा एकत्र किया गया है। सभी 200 उत्तरदाता वाराणसी (उत्तरप्रदेश) के निवासी हैं।

विवेचना एवं परिणाम :-

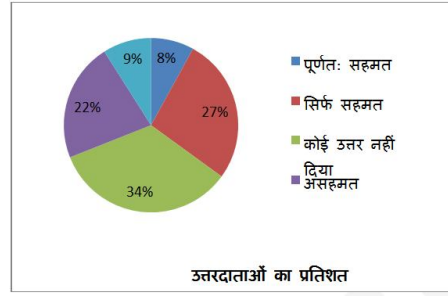
1. मीडिया माध्यमों के विश्वसनीयता स्तर में वृद्धि :-



ग्राफ-1

ग्राफ-1 के विश्लेषण से पता चलता है कि कुल उत्तरदाताओं में से 13 प्रतिशत उत्तरदाता मीडिया की विश्वसनीयता में वृद्धि से पूर्णतः सहमत दिखे, जबकि 31 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने सिर्फ सहमति दिखाई। वहीं 22 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इस प्रश्न का कोई उत्तर नहीं दिया। 24 प्रतिशत उत्तरदाता मीडिया की विश्वसनीयता में वृद्धि से असहमत नजर आये। वहीं 10 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने मीडिया की विश्वसनीयता में वृद्धि को पूर्णतः नकार दिया। इस तरह ग्राफ-1 मीडिया की विश्वसनीयता में वृद्धि को दर्शाता है।

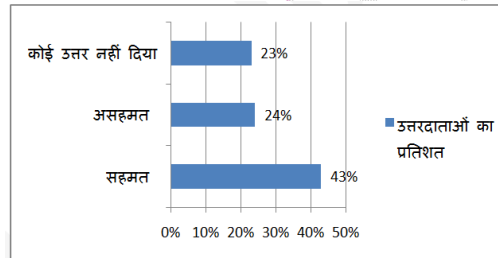
2. मीडिया माध्यमों के विश्वसनीयता स्तर में कमी :-



ग्राफ-2

ग्राफ-2 प्रदर्शित करता है कि मीडिया माध्यमों की विश्वसनीयता स्तर में कमी से 8 प्रतिशत उत्तरदाता पूर्णतः सहमत व 27 प्रतिशत उत्तरदाता सिर्फ सहमत है, जबकि 34 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इस पर कोई जवाब नहीं दिया। 22 प्रतिशत उत्तरदाता मीडिया माध्यमों के विश्वसनीयता स्तर में कमी से असहमत थे, जबकि 9 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने विश्वसनीयता स्तर में कमी को पूर्णतः नकार दिया। जब हम ग्राफ-1 से ग्राफ-2 की तुलना करते हैं, तो इस निष्कर्ष पर पहुंचते हैं कि मीडिया के माध्यमों के विश्वसनीयता स्तर में वृद्धि पर अधिकांश उत्तरदाताओं ने अपनी सहमति जताई है।

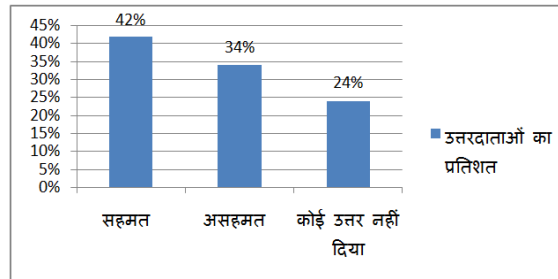
3. प्रिंट मीडिया की इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से ज्यादा पहुंच :-



ग्राफ-3

43 प्रतिशत उत्तरदाता इस बात से सहमत थे कि देश में आज भी प्रिंट मीडिया की पहुंच इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की तुलना में अधिक है, वहीं 24 प्रतिशत उत्तरदाता इस बिन्दु पर असहमत थे, जबकि 23 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने कुछ भी कहने से इन्कार किया।

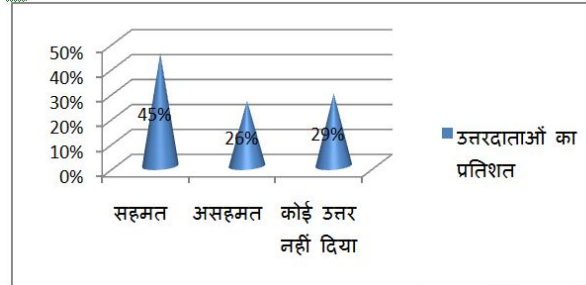
4. प्रिंट मीडिया द्वारा निष्पक्ष एवं सही समाचार प्रकाशित करना :-



ग्राफ-4

इस प्रश्न के जवाब में 42 प्रतिशत उत्तरदाता इस बात पर सहमत थे कि प्रिंट मीडिया द्वारा निष्पक्ष एवं सही समाचार प्रकाशित किये जाते हैं, जबकि 34 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इस पर असहमति व्यक्त की। 24 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इस प्रश्न पर अपनी कोई राय जाहिर नहीं की।

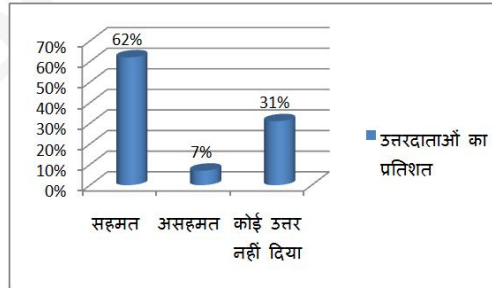
5.इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा निष्पक्ष समाचार प्रकाशित करना :-



ग्राफ-5

45 प्रतिशत उत्तरदाता इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के निष्पक्ष प्रसारण पर सहमत थे, वहीं 26 प्रतिशत ने निष्पक्ष प्रसारण पर अपनी असहमति जताई, जबकि 29 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इस पर कुछ भी कहने से इन्कार किया।

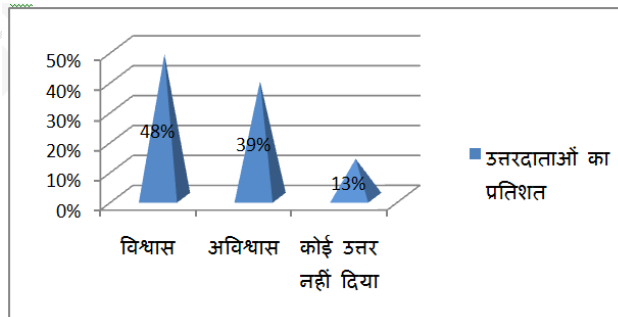
6.प्रिंट मीडिया द्वारा प्रकाशित समाचारों पर भरोसा :-



ग्राफ-6

बहुत अधिक लगभग 62 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने बताया कि वे प्रिंट मीडिया में प्रकाशित समाचारों पर भरोसा करते हैं, जबकि सिर्फ 7 प्रतिशत ने इस पर असहमति व्यक्त की। लगभग 31 प्रतिशत लोगों ने इस पर कोई उत्तर नहीं दिया।

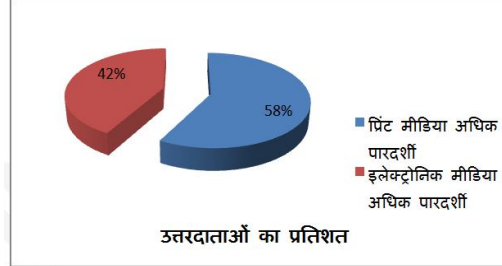
7.इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा प्रसारित समाचारों पर भरोसा :-



ग्राफ-7

ग्राफ-7 का विश्लेषण करने पर ज्ञात होता है कि 48 प्रतिशत उत्तरदाता इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा प्रसारित समाचारों पर विश्वास करते हैं, जबकि 39 प्रतिशत लोग कहीं ने कहीं इन पर पूरा भरोसा नहीं करते, जबकि 13 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने कुछ भी कहने से इंकार किया।

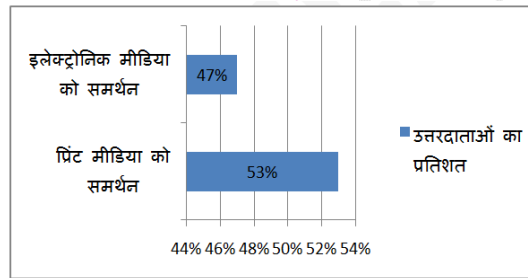
8. प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में न्यूज कवरेज के संदर्भ में पारदर्शिता :-



ग्राफ-8

इस प्रश्न के जवाब में 58 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने प्रिंट मीडिया की न्यूज कवरेज को अधिक पारदर्शी माना, जबकि 42 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के पक्ष में अपनी राय व्यक्त की।

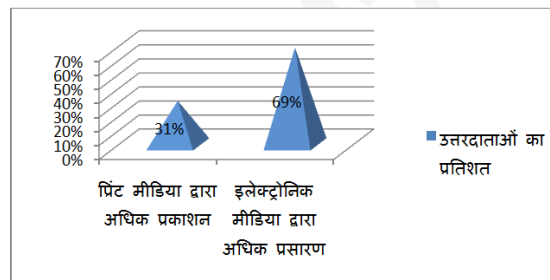
9. प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के मध्य न्यूज कवरेज में सटीकता और शुद्धता:-



ग्राफ-9

ग्राफ-9 के अनुसार सटीकता और शुद्धता के बिन्दु पर 53 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने प्रिंट मीडिया का समर्थन दिया, जबकि 47 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के समर्थन में अपनी सहमति जताई।

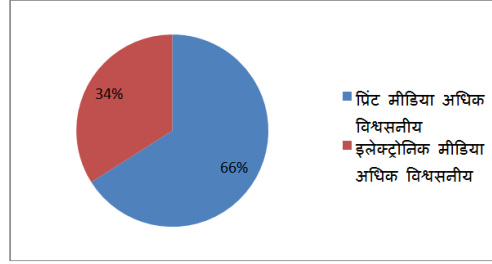
10. त्रुटिपूर्ण समाचारों का अधिक प्रकाशित या प्रसारित होना :-



ग्राफ-10

ग्राफ-10 का विश्लेषण करने पर ज्ञात होता है कि 31 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना कि प्रिंट मीडिया द्वारा त्रुटिपूर्ण समाचारों का अधिक प्रकाशन किया जाता है, जबकि 69 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने त्रुटिपूर्ण समाचारों के अधिक प्रसारण के लिये इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को जिम्मेदार बताया

11.वर्तमान परिप्रेक्ष्य में प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की विश्वसनीयता में तुलना :-



ग्राफ-11

इस प्रश्न के जवाब में लगभग दो-तिहाई (66 प्रतिशत) उत्तरदाताओं ने प्रिंट मीडिया को इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की तुलना में अधिक विश्वसनीय बताया, जबकि सिर्फ एक-तिहाई (34 प्रतिशत) उत्तरदाता इस बात पर सहमत थे कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रिंट मीडिया की तुलना में अधिक विश्वसनीय है।

निष्कर्ष :-

उत्तरदाताओं के जवाबों व ऊपरवर्णित ग्राफों का अध्ययन एवं वि लेषण करने पर यह स्पष्ट होता है कि अधिकांश लोग मानते हैं कि मीडिया के विश्वसनीयता स्तर में वृद्धि जरूर हुई है व लोगों का यह भी विश्वास है कि प्रिंट मीडिया एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया दोनों माध्यमों द्वारा समाचारों की कवरेज करने में व उनका प्रकाशन व प्रसारण करने में निष्पक्षता रखी जाती है। यद्यपि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया आज के समय में लोगों की नई आवाज बनकर उभरा है, परन्तु आज भी प्रिंट मीडिया की पहुँच इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की तुलना में अधिक है। प्रिंट मीडिया द्वारा प्रकाशित समाचारों पर इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा प्रसारित समाचारों की तुलना में अधिक भरोसा किया जाता है। इसका एक मुख्य कारण यह भी हो सकता है कि देश में आज भी अधिकांश लोगों के पास समाचारों व सूचना प्राप्त करने के स्रोत सीमित हैं। देश के अधिकांश लोग समाचारों व सूचनाओं की प्राप्ति के लिये मीडिया माध्यमों पर ही निर्भर हैं। आज सोशल मीडिया के आने से प्रिंट व इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को अपने कार्य में अधिक पारदर्शिता लाने की जरूरत महसूस हो चुकी है। अध्ययन से यह भी सामने आया है कि अधिकांश लोगों का मत है कि प्रिंट मीडिया द्वारा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की तुलना में अधिक तथ्यपरक, सटीक व विश्वसनीय सूचनाएँ प्रकाशित की जाती हैं।

संदर्भ ग्रंथ सूची:-

डेविस, एम.एम. एंड मॉसडेल, निक (2006) प्रेक्टिकल रिसर्च मेथड्स फॉर मीडिया एंड कल्चरल स्टडीज, रावत पब्लिकेशन, नई दिल्ली।

मिश्रा, आनंद (1993) टेलीविजन एंड पॉपुलर कल्चर इन इंडिया, सेज पब्लिकेशन, नई दिल्ली।

रमण साकेत एवं अमिता (2016) भारतीय संचार दर्शन : एक नई दृष्टि, तरुण प्रकाशन, गाजियाबाद।

रिमार, टी एंड वीवर, डी., डिफरेंट क्वेश्चन डिफरेंट ऑन्सर? मीडिया यूज एंड मीडिया क्रेडिबिलिटी, जर्नलिज्म क्वार्टरलि, 64(1) 1987, 28-36।

सिंह देवव्रत (2007) भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रभात प्रकाशन, दिल्ली।

सिंह, देवव्रत (2012) इंडियन टेलीविजन-कंटेंट, इश्यू एंड डिबेट, हर-आनंद पब्लिकेशन प्रा. लि., नई दिल्ली।

<http://www.samachar4media.com/media-have-to-do-some-introspection-for-truth-says-cbi-former-director-joginder-singh>

<http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/185390/study-newspapers-had-steep-drop-in-credibility-in-last-decade/>