



सोशल मीडिया और नैतिकता

KEYWORDS

सोशल मीडिया, नैतिकता एवं जवाबदेही

Dr. Subodh Kumar

Associate Professor & Convener, Department of Journalism Vardhman Mahaveer Open University, Kota (Raj.)

ABSTRACT

नैतिकता का सीधा सरोकार जवाबदेही से है। जब हम जवाबदेही की बात करते हैं तो सबसे पहला प्रश्न यह उठता है कि जवाबदेही किसके प्रति चाहिए – स्वयं के प्रति, अपने बच्चों के प्रति, समाज के प्रति, देश के प्रति, दुनिया के प्रति, आखिर किसके प्रति? समाज व्यवस्था के सुचारु संचालन हेतु कुछ व्यवस्थाएं बनी हुई हैं। यदि वे व्यवस्थाएं कहीं से भी कमजोर पड़ती हैं तो उससे न केवल समाज का नाना-बाना बिखरता है, बल्कि अशान्ति, हिंसा, अनैतिकता, असत्य तथा अनाचार का बोलबाला बढ़ता है। इसलिए जब हम जवाबदेही की बात करते हैं तो हमारे मन में अपने लोकतंत्र, अहिंसा, सत्य, नैतिकता, देश की सुरक्षा, संप्रभुता, सामाजिक मान्यताओं व अपनी आजादी को सुरक्षित व अक्षुण्ण बनाए रखने का भाव रहता है। इन्हें सुरक्षित रखना पूरे समाज की जिम्मेदारी है। सोशल मीडिया का प्रयोग करते समय यदि जिम्मेदारी का यह भाव हमारे मस्तिष्क में नहीं रहता है तो हम स्वयं अपने सामाजिक ताने-बाने को नुकसान पहुंचाने का काम करते हैं। कई बार आतंकवादी तथा देश विरोधी तत्व भी सुनिश्चित तरीके से अनर्गल बातें फैलाकर लोगों को अपनी साजिश का हिस्सा बना लेते हैं। प्रस्तुत शोध में सोशल मीडिया की नैतिकता के बारे में पड़ताल की गई है तथा सोशल मीडिया की समाज के प्रति क्या जवाबदेही है इस बात पर मंथन किया गया है।

भूमिका

सोशल मीडिया न केवल तानाशाहों व निर्वाचित सरकारों को सता से बेदखल करने की ताकत रखता है, बल्कि किसी भी महत्वपूर्ण मुद्दे पर लोगों को एकजुटकर आन्दोलन करने के लिए सड़कों पर उतार सकता है। इसका अहसास पिछले कुछ वर्षों में कई देशों में हुआ है। चाहे वह वर्ष २०१०-११ में ट्यूनिशिया के राष्ट्रपति जाइन एल अबेदिन बेन अली को त्यागपत्र देने के लिए बाध्य करने वाली जैसमिन क्रांति हो, वर्ष २०११-१२ में 'अरब स्प्रिंग' नाम से चला आन्दोलन तथा लोकतंत्र की मांग को लेकर चीन में हुए प्रचंड प्रदर्शन या फिर वर्ष २०१२ में अग्ना हजारे के नेतृत्व में भ्रष्टाचार के विरुद्ध भारत में हुआ जनान्दोलन अथवा दक्षिण दिल्ली में मेडिकल की एक छात्रा के साथ १६ दिसम्बर, २०१२ को हुई बलात्कार की वीभत्स घटना के बाद देशभर में सड़कों पर उतरा जन सैलाब। इन सभी घटनाओं के पीछे सोशल मीडिया उत्प्रेरक की भूमिका में था। ऐसा माना जाता है कि परम्परागत मीडिया जब किसी सच को छुपाने का प्रयास करता है तो सोशल मीडिया प्रभावी ढंग से उस सच को उजागर करता है। युवा तो इस जादुई तकनीक के दीवाने हैं। इसलिए अधिकतर न्यूज चैनल व अखबार सोशल मीडिया ट्रेंड्स को ध्यान में रखते हुए ही अपनी खबरों की प्राथमिकता तय करने लगे हैं।

सोशल मीडिया का एक दूसरा पहलू भी है जो इसमें परोसी जा रही सामग्री पर कई तरह के सवाल खड़े करता है। अक्सर देखा जाता है कि सोशल मीडिया में लोगों की भाषा भी बहुत असंवेदीय हो जाती है। फेसबुक फ्रेंड्स पर भरोसा करके अनेक लोगों ने परेशानियां झेली हैं। युवतियों से दुष्कर्म के मामले भी कम नहीं हैं। 'व्हाट्स एप' और फेसबुक पर तो गुमराह करने वाली सामग्री की भरमार रहती है। बहुत लोग बिना सोच-समझे उस भ्रामक सामग्री को अपने 'ग्रुप' में 'फारवर्ड' करते रहते हैं। आपको याद होगा पिछले दिनों एक संदेश बहुत तेजी से 'व्हाट्स एप' पर प्रसारित हुआ कि 'व्हाट्स एप' अमेरिकी सांघट्येय है, इसलिए इसका बहिष्कार कर 'टेलीग्राम' नाम से आए नये 'भारतीय सांघट्येय' का प्रयोग करें। इस कारण करोड़ों लोगों ने फटाफट 'टेलीग्राम' डाउनलोड कर लिया। किसी ने यह पता करने का प्रयास नहीं किया कि 'टेलीग्राम' भारतीय सांघट्येय है भी या नहीं। बाद में जब पता चला कि यह तो रूसी सांघट्येय है तो अनेक लोगों ने खुद को ठगा सा महसूस किया। सभी जानते हैं कि दुनिया के अनेक नेता सोशल मीडिया का प्रयोग करते हैं। भारत के प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी भी उनमें से एक हैं। इसलिए वर्ष २०१४ के अंत में एक दिन 'खबर' चली कि नरेन्द्र मोदी के ट्वीटर अकाउंट को देश के एक बड़े उद्योगपति की पत्नी संचालित करती हैं। जब तक मोदी की तरफ से इसका खंडन आया तब तक वह 'खबर' पूरी दुनिया में फैल चुकी थी। हालांकि मोदी का वह खंडन पूरी दुनिया में नहीं फैला। ऐसी बहुत ही घटनाएं प्रतिदिन सामने आती हैं।

वर्ष २०१२ में उत्तर पूर्वांचल के लोगों को सोशल मीडिया के माध्यम से इतना डराया गया कि हजारों की संख्या में लोग हैदराबाद, मुम्बई तथा बंगलौर से अपने घरों की तरफ भागने लगे। रेलों में पांव रखने की जगह नहीं बची। अफरातफरी का वह सिलसिला करीब तीन सप्ताह तक चला। इसके कारण उत्तर पूर्वांचल के लोगों में जो खौफ पैदा हुआ उसका असर करीब एक साल तक महसूस किया गया। प्रश्न उठता है कि सोशल मीडिया के प्रयोगकर्ताओं की अपनी कोई जवाबदेही है या नहीं, या फिर मोबाइल फोन पर अथवा फेसबुक अकाउंट में आई किसी भी जानकारी को आंख मूंदकर आगे 'फारवर्ड' करना ही उनके लिए 'जागरूक' होने का प्रमाण है? कई बार यह 'जागरूकता' आतंकी संसूओं को पूरा करने का माध्यम भी बन जाती है।

जवाबदेही से अभिप्राय

'जवाबदेही' अंग्रेजी भाषा के शब्द 'अकाउंटबिलिटी' (लॉरेंपरिलअर्थर्ली) का हिन्दी अनुवाद है। लॉरेंपरिलअर्थर्ली लैटिन भाषा के रल्लेगोसिथ से निकला है, जिसका अर्थ होता है हिसाब करना। इसमें लॉरेंगोसिथ (गिनती करना) का एक उपसर्ग है, जो गिरीश (गिरीशलेप) से निकला है। अंग्रेजी में इस शब्द का प्रयोग १३वीं शताब्दी में नॉर्मन इंग्लैंड में शुरू हुआ। वैसे यह संकल्पना पहली बार प्राचीन इजरायल, बेबिलोन, मिस्र, यूनान और रोम में प्रचलन में आई। साधारण शब्दों में कहें तो जवाबदेही से अभिप्राय जिम्मेदारी के उस भाव से है जो कोई भी काम करते समय हम अपने मन-मस्तिष्क में रखते हैं। जवाबदेही का यह भाव ही समाज को एक व्यवस्था में बांधकर रखता है। देश व समाज के प्रति जिम्मेदारी की यह भावना समाज में अनुशासन कायम करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है।

जब हम मीडिया जवाबदेही की बात करते हैं तो उसका संबंध मीडिया में परोसी जा रही सामग्री से होता है।

चाहे वह समाचार पत्रों में प्रकाशित सामग्री हो या फिर न्यूज चैनलों व सोशल मीडिया में प्रसारित किसी घटना का विवरण, फोटो, ऑडियो, वीडियो, रेखाचित्र आदि। मीडिया जवाबदेही पर टिप्पणी करते हुए मैकेल कहते हैं, "मीडिया में जो कुछ प्रकाशित अथवा प्रसारित होता है उसकी गुणवत्ता और परिणाम को लेकर मीडिया प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से अपने पाठकों/श्रोताओं के प्रति जवाबदेह है।" मैकेल जोर देकर कहते हैं कि मीडिया और पाठकों के बीच सतत संवाद मीडिया को जवाबदेह बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। मीडिया जवाबदेही पर वर्ष २०वीं शताब्दी के प्रारंभ में उस समय शुरू हुई जब अमेरिका में पीत पत्रकारिता अपने चरम पर थी। 'मीडिया की स्वतंत्रता' को लेकर उस समय चली लंबी बहस में से ही "स्वतंत्र एवं जिम्मेदार मीडिया" की बात सामने आयी। उस बहस को ठोस आधार मिला १९४७ में आयी 'हचिन्स आयोग' की रिपोर्ट से। उसके बाद मीडिया की स्वतंत्रता में "सामाजिक उत्तरदायित्व" तथा "जनता के प्रति जवाबदेही" शब्द भी जोड़ दिये गये। वर्ष १९९२ में पार्लियामेंट्री असेंबली काउंसिल ऑफ यूरोप ने अपने एक प्रस्ताव में कहा कि नागरिकों तथा समाज के प्रति अपनी नैतिक जिम्मेदारी से मीडिया बच नहीं सकता।

साइबर कानूनों का सिंकेगा

साइबर अपराधों को नियंत्रित करने के उद्देश्य से भारत सरकार ने वर्ष २००० में सूचना तकनीक कानून बनाया। उस समय यह कानून ई-कामर्स, इलेक्ट्रॉनिक रूप में पैसे के लेन-देन, ई-प्रशासन सहित कम्प्यूटर से जुड़े अपराधों को ध्यान में रखकर बनाया गया था। लेकिन कुछ समय बाद ही इसमें उपलब्ध प्रावधान अपर्याप्त महसूस होने लगे। इसलिए सरकार ने वर्ष २००८ में इसमें व्यापक संशोधन किया। इस समय इस कानून में कुल ७२ धाराएं हैं, जिनमें साइबर अपराध के हर पहलू को शामिल करने का प्रयास किया गया है। गोपनीयता भंग करके सूचना जारी करने को लेकर धारा ७२ए शामिल की गयी है। इस अपराध के लिए तीन साल तक की कैद का प्रावधान है और यह संश्लेष्य अपराध की श्रेणी में रखा गया है। धारा ६६ए सीधे-सीधे सोशल मीडिया के उपयोग से संबंधित है। इसमें आपतजनक, अपमानजनक, धमकीपूर्ण संदेश भेजने या फिर समाज में नफरत फैलाने और किसी को गुमराह करने की कोशिश करने संबंधी प्रावधान हैं। इन अपराधों के लिए तीन साल की सजा और जुर्माने का प्रावधान है। पर इस धारा के अनावश्यक प्रयोग के चलते सुप्रीम कोर्ट ने इसे खत्म करने के आदेश जारी कर दिए हैं अतः ६६ए को साइबर एक्ट से हटा दिया गया है। जै-जे-जैसे सूचना तकनीक में सुधार हो रहा है वैसे-वैसे इस कानून के मौजूदा प्रावधान अपर्याप्त सिद्ध हो रहे हैं। इसीलिए मई २०१४ में राष्ट्रीय विधि आयोग ने सूचना तकनीक कानून को और मजबूत बनाने के लिए आम जनता से राय मांगी थी। आयोग ने साफ कहा कि सूचना तकनीक कानून में उपलब्ध मौजूदा प्रावधान सोशल मीडिया में परोसी जा रही आपतजनक सामग्री को नियंत्रित करने में अपर्याप्त हैं। आपतजनक सामग्री हटाने का प्रावधान तो है लेकिन आपतजनक सामग्री की पहचान करने हेतु अभी तक साफ दिशा-निर्देश नहीं हैं। इसीलिए कई बार देखने में आता है कि इस प्रावधान का राजनीतिक स्तर पर दुरुपयोग किया जाता है। कुछ समय पहले पश्चिम बंगाल में दो प्रोफेसरों द्वारा एक राजनीतिक नेता के कार्टून तथा महाराष्ट्र में दो युवतियों द्वारा फेसबुक पर एक वरिष्ठ राजनेता के निधन पर की गयी टिप्पणी के कारण उन्हें गिरफ्तार कर लिया गया था। इस संबंध में उच्चतम न्यायालय ने वर्ष २०१४ में निर्देश दिया कि इंटरनेट पर आने वाले आपतजनक बयानों पर गिरफ्तारी वरिष्ठ पुलिस अधिकारियों की अनुमति के बगैर न की जाए।

सारांश

सोशल मीडिया दुनिया में सबसे ताकतवर जनसंचार माध्यम के रूप में उभरा है। मोबाइल फोन ने इसे और भी मजबूत बना दिया है। लेकिन बीच-बीच में इसके दुरुपयोग की घटनाएं भी चर्चा में रहती हैं। वर्ष २०१२ में उत्तर पूर्वांचल के छात्रों को भ्रष्टाचार करने के लिए जिस प्रकार सोशल मीडिया का दुरुपयोग किया गया उससे इस संचार माध्यम के संबंध में सरकार से लेकर विशेषज्ञों तक सभी के कान खड़े कर दिए। इसके अलावा जिसे थोड़ा सा भी फोटोशॉप का नाम है वह अपनी मर्जी से किसी बड़ी हस्त की फोटो में बदलाव करता है और अभिव्यक्ति की आजादी के नाम पर उसके बारे में कुछ भी उटपटपन बातें फैलाना शुरू कर देता है। वर्ष २०१४ में प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी के नाम पर दीपावली से सप्ताहभर पहले खबर फैला दी गयी कि मोदी ने दीवाली पर चीनी सामान न खरीदने की अपील की है। जबकि इस प्रकार की अपील नरेन्द्र मोदी की तरफ से आई ही नहीं थी। जब ऐसी खबर आती है तो सोशल मीडिया पिटा हुआ नजर आता है। इससे उसकी अपनी ताकत है 'बूमरैंग' हो जाती है। यहाँ आकर सोशल मीडिया की विध्वंसनीयता पर सवाल खड़े होने लगते हैं। सोशल मीडिया के माध्यम से आज कोई भी अवांछित तत्व आपके ईमेल 'इनबॉक्स'

में सेंध लगा सकता है।

'व्हाट्स एप' पर जो खबरें चलती हैं उनमें सूचना का स्रोत अज्ञात रहता है और जवाबदेही कोई नहीं। दूसरे लोगों की शरारतों से परेशान होकर अनेक लोग सोशल मीडिया पर अपना झूठा बंद करते हैं। वर्तमान में अधिकतर संचारशास्त्रियों की राय है कि जवाबदेही सुनिश्चित करने के लिए सोशल मीडिया को स्वनिंत्रण का रास्ता अपनाना चाहिए। यदि सरकार ने एक बार सोशल मीडिया को नियंत्रित करना शुरू कर दिया तो वह नियंत्रण किस हद तक जाएगा कोई नहीं जानता। शुरू में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया जितना बैर जिम्मेदार दिखता था उसने अब स्वनिंत्रण का मार्ग पकड़कर स्वयं में काफी सुधार किया है। हालांकि वहां अभी भी बहुत सुधार किये जाने की जरूरत है। किन्तु उसने कम से कम पहल तो की। सोशल मीडिया को भी इसी प्रकार जिम्मेदारी का परिचय देते हुए अपने अंदर आए विकारों को स्वयं ही दूर करना चाहिए। सरकार सूचना तकनीक कानून २००० के माध्यम से सोशल मीडिया पर निगरानी रखती है और अब वह उस कानून को और भी सख्त बनाने की प्रक्रिया में है। इसलिए सोशल मीडिया प्रयोगकर्ताओं को अब और अधिक जागरूक होकर जिम्मेदारी के भाव से इस तकनीक का देश व समाज की बेहतरी के लिए उपयोग करना चाहिए।

REFERENCE

- पुस्तकें 1. चतुर्वेदी, जगदीश्वर (2013). मीडिया समझ (भाग -10) ब्लॉग संस्कृति तमाशबीनों की दुनिया. दिल्ली: स्वराज प्रकाशन। 2. सरदाना, चन्द्रकान्त, एवं मेहता, कृ.सि. (2004). जनसंचार: कल, आज और कल. दिल्ली: हाननंगा। 3. शर्मा, कुमुद. (2009). समाचार बाजार की नैतिकता. नई दिल्ली: सामयिक बुक्स। 4. जोशी, शालनी, जोशी. शिवप्रसाद (2012). वेब पत्रकारिता नया मीडिया नये रुझान. नई दिल्ली: राधाकृष्ण प्रकाशन प्राइवेट लिमिटेड। 5. शर्मा, विजय (2011). आधुनिक पत्रकारिता प्रभाव एवं कार्य. जयपुर: इशिका पब्लिशिंग हाउस। 6. सिंह, सुखीत (2012). मीडिया अतीवर्स. जयपुर: हार्सविक पब्लिकेशनों। 7. कुमार, राकेश (2009). इलेक्ट्रॉनिक मीडिया एवं साइबर संचार पत्रकारिता. नई दिल्ली: श्री नटराज प्रकाशन। 8. डॉ. सोनी, सुधीर (2009). नवीन मीडिया प्रविधियां : जयपुर: बुक एक्वलेवो। 9. कुमार, सुरेश (2004). इंटरनेट पत्रकारिता. नई दिल्ली: तन्त्रशिला प्रकाशन। शोध पत्र 1. माधुर, श्याम. (Oct-Dec., 2011). ऑनलाइन आजादी का सवाल. कम्युनिकेशन टुडे, 88-92. | 2. Gupta, Komal. (Oct-Dec., 2013). ICT Vision 2020 : Milestone. Communication Today, 44-53 | 3. Pankaj Dr., charya, kunjan. (Oct-Dec., 2013). Social Networking : Youth in New Millennium. Communication Today, 75-86. | 4. Dr. Nayak, S. Chandra. (Oct-Dec., 2013). Social Media : Connecting One and II. Communication Today, 66-74 | वेबसाइट्स 1. http://en.wikipedia.org/wiki/Social_networking_service. (19/08/15. 10:15 PM) | 2. <http://en.wikipedia.org/wiki/Newsmedia>. (20/08/15. 01:23 PM) | 3. <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/global-media-ethics>. (20/08/15. 01:30 PM) | 4. catindia.gov.in/writereaddata/evsrnrvb111912012.pdf. (20/08/15. 06:55 PM) |