

समाचार माध्यमों की आचार संहिताओं के प्रति पत्रकारों की धारणा का अध्ययन (भोपाल के हिंदी मीडिया के पत्रकारों के विशेष संदर्भ में)

मो. हुसैन ताबिश

सारांश :- जन माध्यमों की अपार प्रभावी क्षमता और शक्ति में विकास और विस्तार के साथ ही वैश्विक स्तर पर इसमें नैतिकता का घोर संकट उत्पन्न हो गया है। विशेषरूप से समाचार माध्यमों में नैतिकता का संकट दुनिया भर के पत्रकारों, लेखकों, मीडिया आलोचकों, शिक्षाविदों और बुद्धिजीवियों के लिए चिंता का कारण बनकर उभरा है। चिंता इस बात की है कि अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के नाम पर प्रेस एक तरफ जहां अपने अधिकारों का भरपूर उपभोग कर रहा है, वहीं वह अपनी जिम्मेदारियों और उद्देश्यों से भटक गया है। प्रेस अपने जनसरोकारी दायित्वों से मुंह मोड़ रहा है। यह पूरी तरह व्यावसायिक हो गया है और बाजार की शक्तियों से संचालित होकर अपनी सीमाएं लांघ रहा है। मीडिया के इस आचरण पर अगर कोई बाहरी नियंत्रण लगाया जाता है, तो उसके भी गंभीर खतरे हैं। इसलिए यह अपेक्षा की जाती है कि मीडिया स्वःनियंत्रण का तरीका अपनाए और अपनी निगरानी स्वयं करे। इसके लिए यह आवश्यक है कि पत्रकार अपने पेशे के प्रति ईमानदार और कतव्यनिष्ठ बने रहें। वह जीवन में नैतिक मूल्यों और पेशे की पवित्रता का सम्मान करें और प्रेस की व्यावसायिक आचार संहिताओं का पालन करें। प्रस्तुत शोध में सर्वेक्षण पद्धति से यह जानने का प्रयास किया गया है कि पत्रकारिता के पेशे में आने के लिए पत्रकारों को कौन-सा कारक प्रेरित करता है? खबरों के चयन में उनकी स्वतंत्रता कितनी है? अध्ययन में शामिल आचार संहिताओं के विभिन्न सिद्धांतों के प्रति पत्रकारों की धारणा क्या है? वह इन सिद्धांतों से किस हद तक सहमत और असहमत है? कार्य के दौरान आचार संहिता के सिद्धांतों की अवहेलना और उल्लंघन पर उनकी प्रतिक्रियाएं क्या होती हैं और एक पत्रकार स्वयं प्रेस की निगरानी के कौन से तरीके को सर्वश्रेष्ठ मानता है ?

महत्वपूर्ण शब्द :- वैश्विक समाचार माध्यम, आचार-संहिता, हिंदी मीडिया

परिचय

विगत दो दशकों में देश में समाचार माध्यमों का तेजी से विकास और विस्तार हुआ है। विकास एवं विस्तार की यह प्रक्रिया अनवरत जारी है। भविष्य में इसमें और भी परिवर्तन की संभावनाएं जताई जा रही हैं। बदलाव और विकास का यह स्वरूप वैश्विक है। सूचना क्रांति के इस युग में सूचना और समाचारों का एक असीम प्रवाह और अनंत क्षैतिज है। विश्वभर में हर क्षण लाखों-करोड़ों सूचनाओं का आदान-प्रदान हो रहा है। हम दुनिया के किसी एक कोने में बैठकर पूरी दुनिया की खबर रखने लगे हैं। उन सूचनाओं और खबरों का शेष विश्व पर पड़नेवाले प्रभावों का आकलन करने लगे हैं और स्वयं उससे प्रभावित भी हो रहे हैं। सूचना के इस संसार में समाचार माध्यम सूचना का वाहक हैं। समाचार पत्र, न्यूज चैनल,

रेडियो और इंटरनेट आज मावन जीवन का अभिन्न अंग बना गया है। समाचार माध्यम और उनसे प्रसारित होने वाली सूचनाएं आज रोटी, कपड़ा, मकान, शिक्षा और स्वास्थ्य जैसी मूलभूत मानवीय आवश्यकताओं की सूची में शामिल हो गए हैं। सूचनातंत्र आज डेस्कटॉप, लैपटॉप, टैबलेट, फ़ैबलेट और स्मार्ट फोन के जरिए 24 घंटे इंसानों की जिंदगी में दखल दे रहा है। इसके बिना जीवन की कल्पना भी अब व्यर्थ प्रतीत होती है। समाचार माध्यम आज न सिर्फ सूचनाओं और समाचारों के प्रसारण का कार्य कर रहा है बल्कि यह मानव, उसके सामाजिक जीवन और राजनीतिक व्यवस्थाओं तक को गहराई से प्रभावित कर रहा है। यह हमारे विश्वास, परंपरा, व्यवहार, मूल्यों, चिंतन और निर्णय की प्रक्रिया को प्रभावित कर रहा है। प्रभावी क्षमता के कारण जनमाध्यम आज

□ पीएच. डी. शोधार्थी, जनसंचार विभाग, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

मीडिया मीमांसा
Media Mimansa

July - September 2016

शक्ति के एक स्रोत के रूप में उभरकर सामने आया है। हर कोई इस शक्ति पर नियंत्रण करना चाहता है। इसे अपने अनुसार चलाना चाहता है। आज सूचनाओं पर जिसकी जितनी और शीघ्र पहुंच है, वही सक्षम और सामर्थ्यवान है। ऐसे में समाचार माध्यमों की जिम्मेदारियां और उसके सरोकारों में भी वृद्धि होना लाजिमी है। प्रेस किसी समाज और देश में होने वाले तमाम तरह की गतिविधियों पर नजर रखता है, और उससे आम जनता को रूबरू कराता है। प्रेस की इसी भूमिका एवं महत्व के कारण एडमंड बर्क ने प्रेस को 'चौथे स्तंभ' की संज्ञा दी थी। यानी एक ऐसा मजबूत स्तंभ जो शासन व्यवस्था के शेष तीन स्तंभों विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका पर नजर रख सके। उनके कर्तव्यच्युत होने पर उनकी आलोचना कर सके। बहुत हद तक मीडिया ने अपनी इस जिम्मेदारी को निभाया भी है। भारत में पत्रकारिता के आरंभ से लेकर वर्ष 1990 के दशक तक इसे एक विशुद्ध व्यवसाय के बजाए सेवा के तौर पर ही देखा जाता रहा है। लेकिन उदारीकरण और वैश्वीकरण के बाद पत्रकारिता के चरित्र में बदलाव आ गया। पत्रकारिता ने सेवा का अपना लिबास उतारकर व्यवसाय का लबादा ओढ़ लिया। समाचार माध्यमों का यह व्यावसायिक आचरण काफी, स्याह, डरावना और बौद्धिक दिवालियेपन का है, जहां आर्थिक लाभ के आगे राष्ट्र, समाज और जनहित के मुद्दे पीछे छूट रहे हैं। वहीं मीडिया अपनी जिम्मेदारियों का निर्वहन करते समय अपने सामान्य व्यवहार या आदर्श स्थितियों के विपरीत कार्य कर रहा है, जिसकी आशा कभी इससे नहीं की जाती। समाचार माध्यम खबरों को तोड़-मरोड़ कर पेश करते हैं। झूठी, फर्जी, मनगढ़ंत और वास्तविकता से उलट अतिरंजित खबरों का प्रकाशन और प्रसारण करते हैं। समाचार माध्यम खबरों और प्रेस की स्वतंत्रता की आड़ में दूसरों की निजता में अनुचित हस्तक्षेप करते हैं। न्यूज मीडिया के इस आचरण पर नियंत्रण रखने के लिए कोई कानूनी अंकुश नहीं है। इसे केवल नैतिकता के ऊंचे आदर्शों और समाचार माध्यमों की व्यावसायिक आचार संहिताओं का पालन करके ही नियंत्रित किया जा सकता है, लेकिन दुर्भाग्यवश ऐसा हो नहीं रहा है। मीडिया आलोचकों द्वारा पत्रकारों पर दायित्वहीनता का आरोप लगाया जा रहा है। उन्हें संदेहास्पद निगाहों से देखा जा रहा है। 2012 में प्रेस काउंसिल के तत्कालीन अध्यक्ष मार्कंडेय काटजू ने पत्रकारों की योग्यता पर भी सवाल खड़े करते हुए कहा कि- पत्रकारों को देश के इतिहास, कला-संस्कृति और साहित्य की समझ नहीं है। उन्होंने कहा कि मीडिया ने खबरों की प्राथमिकताओं, विषय-वस्तु तय

करने और रिपोर्टिंग पर अपना सेंस खो दिया है। 'दि हिन्दू' (19 अप्रैल 2012)। वरिष्ठ पत्रकार और मीडिया आलोचक मुकेश कुमार कहते हैं कि- आज मीडिया आराजकता और दायित्वहीनता से गुजर रहा है। इसकी सबसे बड़ी वजह स्वार्थ सिद्धि है, उद्देश्य बदल चुके हैं, जनसरोकारों से रिश्ता टूट चुका है। इसलिए जरूरी है कि मीडिया उद्योग द्वारा आत्मनियमन कर खुद को दुरुस्त करने के भ्रमजाल से निकलकर नियमन की दिशा में कदम उठाए जाएं, क्योंकि अब मीडिया और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का इस्तेमाल मीडिया घरानों के मालिकान अपने व्यापारिक हितों को साधने के लिए करते हैं (तहलका अगस्त 2015)। आज समाचार माध्यमों की प्रत्येक गलती या लापरवाही का दोष बाजार और प्रतिस्पर्द्धा को दिया जा रहा है। वहीं कुछ मीडिया विश्लेषक और आलोचक पत्रकारिता की इन खामियों का जिम्मेदार सीधे तौर पर पत्रकारों को मान रहे हैं। वरिष्ठ राजनीतिक विश्लेषक और चिंतक और सीएसडीएस फेलो योगेन्द्र यादव कहते हैं- 2 जी स्पेक्ट्रम नीलामी मामले में, नीरा राडिया टेप प्रकरण से पत्रकार बिरादरी पर ही सवाल उठे हैं। इसे सिर्फ कुछ पत्रकारों की नैतिकता के सवाल से आगे, पूरे मीडिया तंत्र के ढांचे से जोड़ना होगा। इसका मतलब होगा मीडिया और पूंजी, मीडिया और राजनीति तथा मीडिया और समाज के रिश्तों की शिनाख्त करना। ऐसे में पत्रकार खुद दुविधा और अंतर्द्वंद में हैं। एक पत्रकार पहले अपनी नौकरी बचाए या पत्रकारिता की साख बचाए, ये बड़ा सवाल है? कई पत्रकार आचार संहिता को स्वतंत्र पत्रकारिता में एक रूकावट और बाधा मानते हैं, तो कुछ पत्रकार आचार संहिता को पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण घटक मानते हैं। प्रेस की इसी आचार संहिताओं को लेकर पत्रकारों की धारणा और विभिन्न मुद्दों की पहचान करने का प्रस्तुत शोध में प्रयास किया गया है।

शोध की प्रासंगिकता

वर्तमान युग रफ्तार का युग है और जहां एक ओर तेजी से आगे बढ़ने की होड़ है वहीं प्रतिस्पर्द्धा भी अपने चरम पर है। ऐसे में जहां एक ओर समाचार माध्यम एक-दूसरे से आगे बढ़ने की होड़ और ज्यादा से ज्यादा टीआरपी बटोरने को लालायित दिख रहे हैं वहीं दूसरी ओर मूल्य एवं आचार के प्रश्न जन-माध्यमों एवं पत्रकारों के समक्ष यक्ष प्रश्न की तरह खड़े हैं। व्यक्ति से लेकर समाज और मीडिया तक में मूल्यों का क्षरण तेजी से हो रहा है और आचार संहिता जैसे विषय पृष्ठभूमि में जबरन धकेले जा रहे हैं। कई बार

मीडिया द्वारा यह कहकर अपना बचाव किया जाता है कि अभी भारत में जनमाध्यम और खासतौर पर टेलीविजन अपने बालपन में है। इस कारण से कुछ गलतियां हो रही हैं, परंतु इस विषय को लेकर पत्रकारों की क्या सोच है?

वे आचार संहिता के पालन को लेकर कितने जागरूक एवं इच्छुक हैं?

वे आचार संहिता को लेकर क्या राय रखते हैं? इन प्रश्नों की पड़ताल करना वर्तमान दौर में बहुत अधिक प्रासंगिक प्रतीत होता है। इस अध्ययन के माध्यम से उपरोक्त प्रश्नों का उत्तर तलाशने का प्रयास किया गया है। इसके आधार पर आचार संहिताओं के पालन और उसके उल्लंघन को रोकने की दिशा में नीतियां बनाने में सहायता मिलेगी।

शोध के उद्देश्य

- आचार संहिता के पालन को लेकर पत्रकारों के अभिमत एवं जागरूकता का अध्ययन करना।
- खबरों की प्राथमिकता तय करने के आधार और कारकों का पता लगाना।
- आचार संहिता के प्रति पत्रकारों की धारणा का अध्ययन करना।
- मीडिया की स्वरोपित आचार संहिता बनाम सरकारी आचार नियमों के प्रति पत्रकारों की राय जानना।

शोध प्रविधि

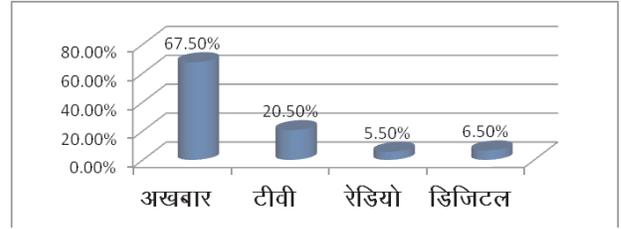
सर्वेक्षण आधारित इस अध्ययन में वर्णनात्मक शोध प्ररचना का प्रयोग किया गया है। आंकड़ों के संग्रह के लिए भोपाल शहर के विभिन्न हिन्दी मीडिया संस्थानों में कार्यरत 400 पूर्णकालिक पत्रकारों का सर्वेक्षण प्रश्नावली सह-अनुसूची के माध्यम से किया गया है। प्रतिदर्श का चयन उद्देश्यपूर्ण निदर्शन विधि द्वारा किया गया है, जिसमें प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और ऑनलाइन मीडिया संस्थानों में कार्यरत पत्रकारों को शामिल किया गया है। प्रिंट माध्यम में दैनिक भास्कर, पत्रिका, दैनिक जागरण, राज एक्सप्रेस, हरिभूमि, पीपुल्स समाचार और प्रदेश टुडे के पत्रकारों को प्रतिदर्श के तौर पर लिया गया है। वहीं न्यूज चैनलों में बंसल न्यूज, ईटीवी, जी न्यूज, न्यूज 24, इंडिया न्यूज, न्यूज एक्सप्रेस और आइएनडी जैसे चैनलों से प्रतिदर्श का उद्देश्यपूर्ण निदर्शन पद्धति से चयन किया गया। अध्ययन में इन्हीं प्रिंट और न्यूज चैनलों के ऑनलाइन सेक्शन में कार्यरत पत्रकारों को भी सम्मिलित किया गया है।

विवेचना एवं विश्लेषण

सर्वेक्षण विधि के माध्यम से भोपाल के चयनित पत्रकारों से आचार संहिता के विविध पहलुओं को दृष्टिगत करते हुए प्रश्न पूछे गए। विविध प्रश्नों पर अलग-अलग मीडिया संस्थानों में कार्यरत पत्रकारों ने अपनी राय रखी।

ग्राफ संख्या-1

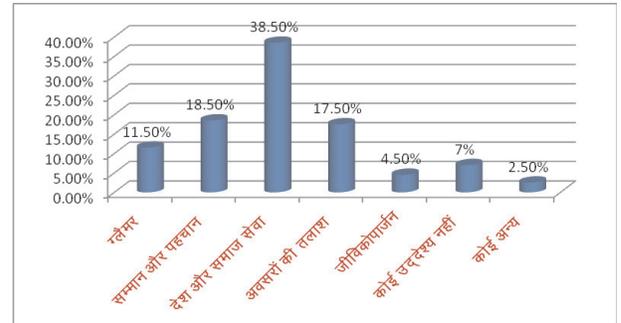
मीडिया संस्थान, जहां उत्तरदाता अपनी सेवाएं दे रहे हैं



ग्राफ संख्या-1 के अनुसार, कुल उत्तरदाताओं में 67.5 प्रतिशत प्रिंट मीडिया में विभिन्न पदों पर कार्यरत हैं, जबकि 20.5 प्रतिशत उत्तरदाता टीवी न्यूज चैनलों में अपनी सेवाएं दे रहे हैं। वहीं, 5.5 प्रतिशत उत्तरदाता रेडियो से जुड़े हैं जबकि 6.5 प्रतिशत उत्तरदाता ऑनलाइन या डिजिटल माध्यम में कार्यरत हैं। प्रिंट माध्यम में कार्य करने वाले पत्रकारों की संख्या दूसरे माध्यमों की तुलना में अधिक है। वहीं रेडियो और ऑनलाइन मीडिया में कार्यरत पत्रकारों की संख्या अपेक्षाकृत कम है।

ग्राफ संख्या- 2

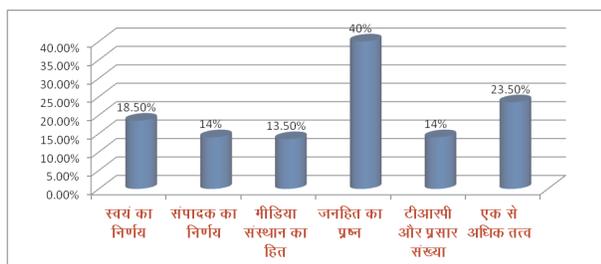
पत्रकारिता के पेशे में आने का मुख्य कारण



ग्राफ संख्या- 2 के अनुसार, पत्रकारिता का पेशा अपनाने के पीछे के कारणों पर उत्तरदाताओं ने अलग-अलग तरह के जवाब दिए हैं। कुल 400 उत्तरदाताओं में सिर्फ 46 उत्तरदाता यानी 11.5 प्रतिशत ने कहा कि उन्होंने पत्रकारिता में इसके ग्लैमर से प्रभावित होकर कदम रखा है। 74 यानी 18.5 प्रतिशत ने कहा कि उन्होंने

समाज में विशेष पहचान और सम्मान पाने की लालसा के कारण पत्रकारिता में आने का निश्चय किया है। वहीं सर्वाधिक 154 उत्तरदाता यानी 38.5 प्रतिशत पत्रकारों ने कहा कि उन्होंने देश और समाज के लिए कुछ विशेष योगदान देने और सेवा के उद्देश्य से पत्रकारिता को एक पेशे के तौर पर अपनाया है, जबकि 70 उत्तरदाता यानी 17.5 प्रतिशत ने कहा कि वे वह पत्रकारिता में इसलिए आए हैं ताकि पत्रकारिता के जरिए और उसे सीढ़ी बनाकर वह नए अवसरों की तलाश करके जीवन में आगे बढ़ सकें। 18 उत्तरदाता यानी 4.5 प्रतिशत लोग ऐसे हैं जिन्होंने स्वीकार किया है कि वह केवल जीविकोपार्जन के लिए पत्रकारिता करते हैं, इसके इतर उनका कोई अन्य उद्देश्य नहीं है। वहीं 28 उत्तरदाता यानी 7 प्रतिशत लोग ऐसे हैं, जो बिना किसी पूर्व उद्देश्य के पत्रकारिता में आ गए हैं। उत्तरदाताओं में 2.5 प्रतिशत यानी 10 लोग ऐसे भी हैं, जिनके पत्रकारिता में आने के पीछे उपरोक्त कारणों में से कोई भी नहीं है। इनमें से कुछ लोगों ने पढ़ने-लिखने के शौक के कारण पत्रकारिता को आजीविका के साधन के तौर पर अपनाया है, वहीं कुछ लोगों ने जीवन में कुछ रचनात्मक करने के उद्देश्य से इस तरफ रुख किया है।

ग्राफ संख्या-3
समाचारों के चयन का आधार



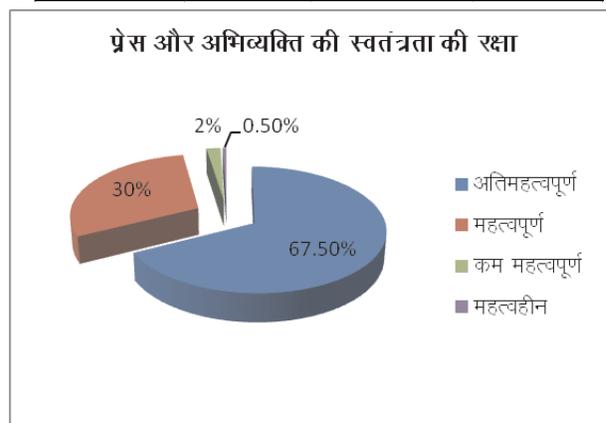
ग्राफ संख्या- 3 के अनुसार, समाचारों के चयन, प्रकाशन-प्रसारण और उसकी स्वतंत्रता को प्रभावित करने वाले तत्वों या आधारों पर उत्तरदाताओं की राय भिन्न रही है। 74 उत्तरदाता यानी 18.5 प्रतिशत पत्रकारों का मानना है कि खबरों के चयन के लिए वह पूरी तरह स्वतंत्र हैं और स्वयं के निर्णय के आधार पर समाचारों का चयन करते हैं। वहीं 56 यानी 14 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि समाचारों का चयन और उसे किसी विशेष कोण से संपादित करने में संपादक का निर्णय सर्वोपरि होता है। उत्तरदाताओं में 54 यानी 13.5 प्रतिशत का मानना है कि खबरों के चयन और उसके प्रसारण-प्रकाशन में मीडिया संस्थान का

हित देखना सबसे प्रमुख प्रभावकारी तत्व है। वहीं सर्वाधिक 160 यानी 40 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि खबरों के चयन में जनहित का प्रश्न सबसे महत्वपूर्ण प्रभावशाली आधार होता है। यानी खबरों का चुनाव जनहित के मुद्दे को ध्यान में रखकर किया जाता है। इसके अलावा 56 उत्तरदाताओं यानी 14 प्रतिशत पत्रकारों का मानना है कि टीआरपी और अखबारों के प्रसारण संख्या का प्रश्न खबरों के चयन का सबसे प्रभावशाली आधार है। वहीं 94 यानी 23.5 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि किसी एक आधार पर खबरों का चयन नहीं किया जाता है बल्कि इसके पीछे कई तत्व और आधार काम करते हैं। इनका मानना है कि खबरों के चयन के लिए खुद के निर्णय के अलावा संपादक का निर्णय, संस्थान का हित तो कभी टीआरपी और प्रसारण संख्या को आधार बनाया जाता है, हालांकि ये उत्तरदाता ये भी मानते हैं कि जनहित का प्रश्न सबसे अधिक प्रभावकारी तत्व होता है।

सारणी और ग्राफ संख्या -4

प्रेस और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की रक्षा का सिद्धांत

अतिमहत्वपूर्ण	महत्वपूर्ण	कम महत्वपूर्ण	महत्वहीन
67.5%	30%	2%	.50%



सारणी और ग्राफ संख्या-4 के अनुसार 67.5 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि आचार संहिताओं के तहत प्रेस और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की रक्षा का सिद्धांत एक अति महत्वपूर्ण पहलू है, जबकि 30 प्रतिशत का मानना है कि यह केवल महत्वपूर्ण है।

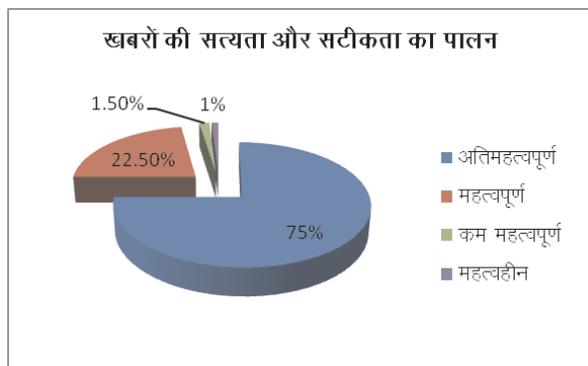
आंकड़ों से प्राप्त तथ्यों से सिद्ध होता है कि लगभग 98 प्रतिशत पत्रकार प्रेस की स्वतंत्रता की रक्षा के सिद्धांत को आवश्यक मानते हैं। यानी वह स्वतंत्रता से किसी तरह का समझौता करना नहीं चाहते हैं, वहीं 2 प्रतिशत उत्तरदाता इस बिंदु को कम

महत्वपूर्ण मानते हैं, जबकि .50 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मत है कि वर्तमान समय में ये एक महत्वहीन बिंदु है और अब इसकी कोई प्रासंगिकता नहीं है।

सारणी और ग्राफ संख्या-5

खबरों की सत्यता और सटीकता के सिद्धांत का पालन

अतिमहत्वपूर्ण	महत्वपूर्ण	कम महत्वपूर्ण	महत्वहीन
75%	22.5%	1.5%	1%

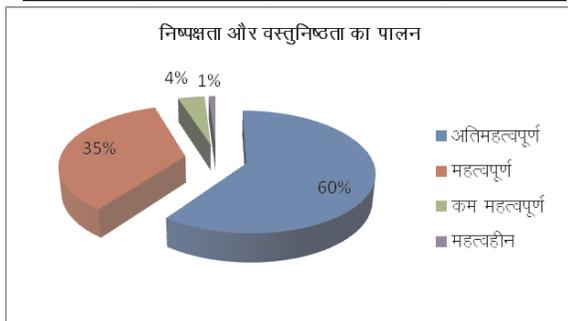


सारणी और ग्राफ संख्या- 5 के अनुसार खबरों की सत्यता और सटीकता का पालन करने के सवाल पर 75 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मत है कि यह अति महत्वपूर्ण बिंदु है और इसका पालन हर हाल में किया जाना चाहिए, वहीं 22.5 प्रतिशत उत्तरदाता भी इसे महत्वपूर्ण बिंदु स्वीकार करते हैं। इस तरह कुल मिलाकर लगभग 97 प्रतिशत उत्तरदाताओं का राय है कि पत्रकारिता में खबरों की सत्यता और सटीकता के नियमों का पालन करना जरूरी है। हालांकि 1.5 प्रतिशत उत्तरदाता ऐसे भी हैं, जो खबरों की सत्यता और सटीकता के सिद्धांत को कम महत्वपूर्ण मानते हैं, वहीं 1 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मत है कि यह नियम वर्तमान परिप्रेक्ष्य में महत्वहीन है और इसका कोई औचित्य नहीं है।

सारणी और ग्राफ संख्या-6

खबरों में निष्पक्षता और वस्तुनिष्ठता के सिद्धांत का पालन

अतिमहत्वपूर्ण	महत्वपूर्ण	कम महत्वपूर्ण	महत्वहीन
60%	35%	4%	1%

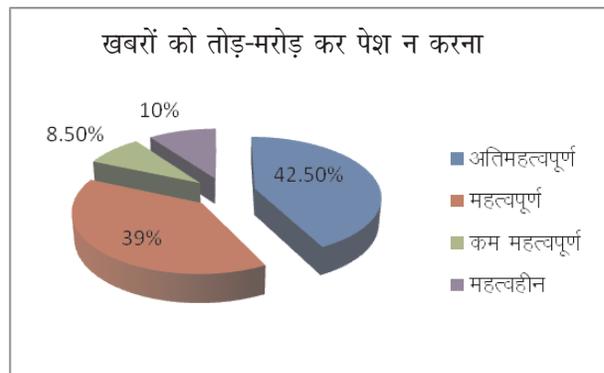


सारणी और ग्राफ संख्या-6 के अनुसार, समाचारों की निष्पक्षता और वस्तुनिष्ठता का पालन करना 60 प्रतिशत उत्तरदाता की दृष्टिकोण में अतिमहत्वपूर्ण बिंदु है, जबकि 35 प्रतिशत इसे महत्वपूर्ण मानते हैं। यानी 95 प्रतिशत उत्तरदाता इस बात पर एक राय रखते हैं कि समाचारों में निष्पक्षता और वस्तुनिष्ठता होना आवश्यक है। इन तथ्यों के आधार पर कहा जा सकता है कि अधिकतर पत्रकार अपने व्यवसाय में निष्पक्षता और वस्तुनिष्ठता के मानदंडों के प्रति गंभीर और संवेदनशील हैं। वहीं 4 प्रतिशत उत्तरदाता खबरों में निष्पक्षता और वस्तुनिष्ठता के मुद्दे को कम महत्वपूर्ण मानते हैं, जबकि 1 प्रतिशत लोग ऐसे भी हैं, जिनके अनुसार खबरों में निष्पक्षता और वस्तुनिष्ठता का सिद्धांत अब किसी महत्व का नहीं है। यह एक महत्वहीन चीज है।

सारणी और ग्राफ संख्या-7

खबरों में तोड़-मरोड़ कर प्रस्तुतिकरण से निषेध का सिद्धांत

अतिमहत्वपूर्ण	महत्वपूर्ण	कम महत्वपूर्ण	महत्वहीन
42.5%	39%	8.5%	10%

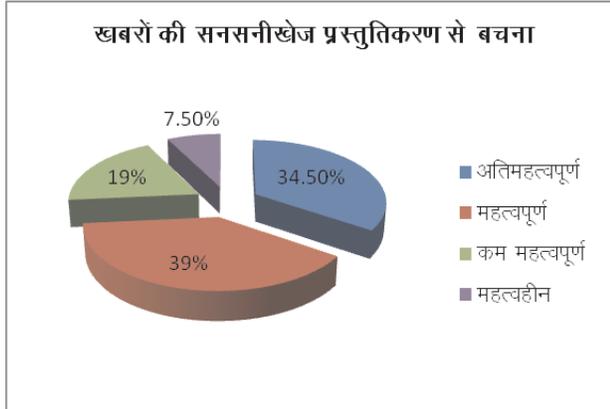


सारणी और ग्राफ संख्या-7 के अनुसार, खबरों को तोड़-मरोड़ कर प्रकाशित और प्रसारित न करने के मामले में 42.5 प्रतिशत उत्तरदाता आचार संहिता के इस सिद्धांत को अतिमहत्वपूर्ण मानते हैं, जबकि 39 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मत है कि यह एक महत्वपूर्ण बिंदु है और इसका पालन किया जाना चाहिए।

इस प्रकार लगभग 82 प्रतिशत उत्तरदाता किसी पूर्वाग्रह के कारण समाचारों को तोड़-मरोड़ कर प्रकाशित या प्रसारित करने के पक्ष में नहीं हैं, और वे उसे उचित नहीं समझते हैं। वहीं 8.5 प्रतिशत लोगों का मानना है कि यह उतना महत्वपूर्ण बिंदु नहीं है जबकि 10 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मत है कि यह एक महत्वहीन सिद्धांत है और वर्तमान समय में इसकी कोई उपयोगिता नहीं है।

सारणी और ग्राफ संख्या- 8
खबरों की सनसनीखेज प्रस्तुतिकरण से निषेध का सिद्धांत

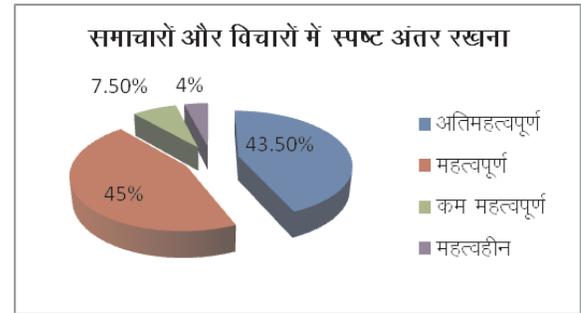
अतिमहत्वपूर्ण	महत्वपूर्ण	कम महत्वपूर्ण	महत्वहीन
34.5%	39%	19%	7.5%



सारणी और ग्राफ संख्या-8 की विवेचना के बाद, खबरों की सनसनीखेज प्रस्तुतिकरण से दूर रहने और बचने के सिद्धांत पर 34.5 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मत है कि यह निहायत ही जरूरी नियम है, जबकि 39 प्रतिशत का मानना है कि यह महत्वपूर्ण सिद्धांत है। समाचारों को सनसनीखेज बनाना किसी भी तरह से उचित नहीं है। वहीं 19 प्रतिशत पत्रकार इसे कम महत्वपूर्ण बिंदु मानते हैं, जबकि 7.5 प्रतिशत लोग ऐसे भी हैं जो इसे महत्वहीन मानते हैं। उनका मानना है कि खबरों को सनसनीखेज बनाए बिना काम ही नहीं हो सकता है और ऐसे करना पत्रकारों की मजबूरी है। फिर भी अध्ययन से यह साबित होता है कि अधिकतर पत्रकार समाचारों में सनसनी पैदा करने के पक्ष में नहीं है, जो लोग ऐसा करने का समर्थन करते हैं, वह भी इसके पीछे कई तर्क देते हैं कि ऐसा करना क्यों आवश्यक है। उनके अनुसार, दर्शक, पाठक और श्रोताओं का ध्यान आकृष्ट कराने के लिए ऐसा किया जाता है, और यह संस्थान का नीतिगत मामला भी हो सकता है।

सारणी और ग्राफ संख्या- 9
समाचारों और विचारों में स्पष्ट विभेद करने का सिद्धांत

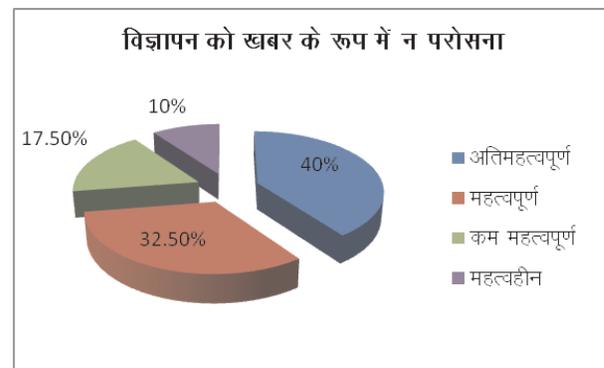
अतिमहत्वपूर्ण	महत्वपूर्ण	कम महत्वपूर्ण	महत्वहीन
43.5%	45%	7.5%	4%



सारणी और ग्राफ संख्या-9 के अनुसार, समाचारों और विचारों में स्पष्ट अंतर रखने के आचार संहिता के सिद्धांत पर 43.5 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मत है कि यह अतिमहत्वपूर्ण सिद्धांत है। इसका पालन किया जाना चाहिए, वहीं 45 प्रतिशत का मानना है कि यह महत्वपूर्ण सिद्धांत है और इसका पालन जरूरी है। इस प्रकार आंकड़ों के विश्लेषण से ये स्पष्ट होता है कि लगभग 89 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि समाचारों के साथ विचारों का घालमेल नहीं करना चाहिए। दोनों बिल्कुल अलग-अलग चीजें हैं, और इनके बीच स्पष्ट विभेद रखना आवश्यक है। दूसरी ओर 7.5 प्रतिशत उत्तरदाता समाचारों और विचारों में अंतर रखने को कम महत्वपूर्ण विषय मानते हैं, जबकि 4 प्रतिशत उत्तरदाता ऐसे हैं, जो इसे महत्वहीन सिद्धांत करार देते हैं, उनके अनुसार, समाचारों और विचारों में विभेद करना कोई जरूरी नहीं है। इस श्रेणी के उत्तरदाताओं में वैसे लोग हैं, जो पत्रकारिता में समाचारों और विचारों के अंतर को ही नहीं समझते हैं।

सारणी और ग्राफ संख्या-10
विज्ञापन को खबर के रूप में न परोसने का सिद्धांत

अतिमहत्वपूर्ण	महत्वपूर्ण	कम महत्वपूर्ण	महत्वहीन
40%	32.5%	17.5%	10%

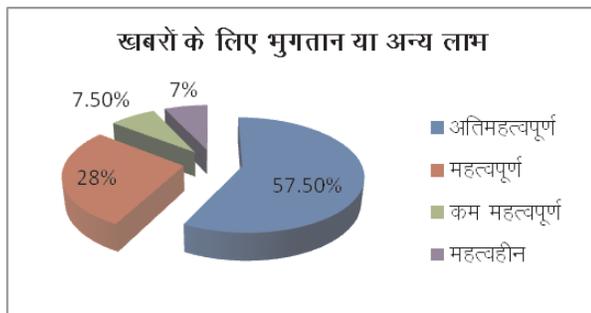


विज्ञापन और समाचार के बीच स्पष्ट अंतर रखने और समाचारों की आड़ में विज्ञापन न परोसने के प्रश्न पर, 40 प्रतिशत उत्तरदाताओं का कहना है कि यह अतिमहत्वपूर्ण मसला है और ऐसा नहीं करना चाहिए, जबकि 32.5 प्रतिशत उत्तरदाता भी इस प्रश्न पर पहले वाले उत्तरदाताओं जैसी ही राय रखते हैं। उनके अनुसार ये एक महत्वपूर्ण सिद्धांत है और विज्ञापन के रूप में समाचार परोसने से बचना चाहिए। इस प्रकार लगभग 72 प्रतिशत उत्तरदाता विज्ञापन और समाचारों के घालमेल या समाचारों की आड़ में विज्ञापन परोसने को गलत मानते हैं, और इन दोनों के मध्य स्पष्ट विभेद करने के पैरोकार हैं। वहीं दूसरी ओर 17.5 प्रतिशत उत्तरदाता इसे गंभीरतापूर्वक नहीं लेते हैं, उनके अनुसार यह एक कम महत्वपूर्ण मसला है जबकि 10 प्रतिशत उत्तरदाता इसे कोई समस्या ही नहीं मानते। उनके अनुसार विज्ञापन के रूप में समाचारों की प्रस्तुति न करने का सिद्धांत एक महत्वहीन सिद्धांत है। इसकी कोई प्रासंगिकता ही नहीं है। यहां ये जानना बेहद जरूरी है कि विज्ञापन को खबरों के रूप में पाठकों और दर्शकों को न परोसने के सिद्धांत को जिन लगभग 30 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने कम महत्वपूर्ण या महत्वहीन बताया है, ये वे लोग हैं, जो विज्ञापन और खबरों के मध्य भेद को स्वयं नहीं समझ पाते हैं। ऐसे उत्तरदाता इस मसले को पत्रकारिता में अनैतिक व्यवहार नहीं मानते हैं।

सारणी और ग्राफ-11

खबरों के लिए भुगतान या अन्य लाभ लेने से निषेध का सिद्धांत

अतिमहत्वपूर्ण	महत्वपूर्ण	कम महत्वपूर्ण	महत्वहीन
57.5%	28%	7.5%	7%



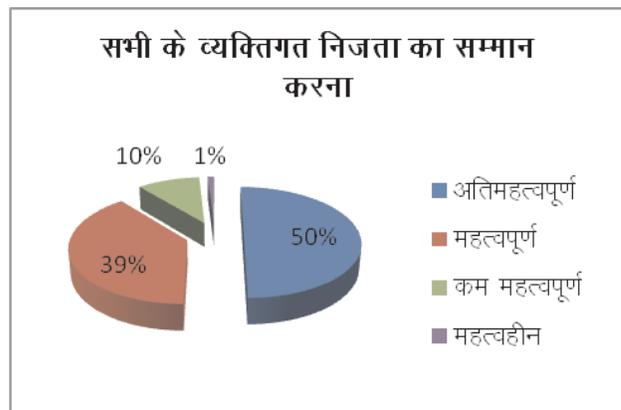
सारणी और ग्राफ संख्या-11 के अनुसार, खबरें छापने के लिए पैसे या कोई अन्य लाभ लेने या किसी खबर को न छापने के लिए पैसे लेने के सवाल पर, सर्वाधिक 57.7 प्रतिशत उत्तरदाताओं का कहना है कि यह एक अतिमहत्वपूर्ण सिद्धांत है और इसका हर स्थिति में पत्रकारों को पालन करना चाहिए, जबकि 28 प्रतिशत

उत्तरदाता भी ऐसी ही राय रखते हैं और वह भी इसे महत्वपूर्ण मानते हैं। यानी लगभग 85 प्रतिशत उत्तरदाता इस मसले को लेकर ईमानदार, गंभीर या संवेदनशील दिखाई दे रहे हैं। उनके अनुसार, ऐसा करना उचित नहीं है और इस सिद्धांत का पालन आवश्यक है। वहीं, 7.5 प्रतिशत उत्तरदाता पैसे लेकर खबरें छापने या दबाने के मसले को कम महत्वपूर्ण मानते हैं, यानी उनकी नजर में ये कोई बड़ी समस्या नहीं है। वहीं, 10 प्रतिशत उत्तरदाता ऐसे हैं, जो इसे एक महत्वहीन सिद्धांत मानते हैं यानी उनके दृष्टिकोण में पैसे लेकर खबरें छापना या न छापना कोई अनैतिक कार्य नहीं है। वे वर्तमान में इसे पत्रकारों के लिए एक स्वीकार्य आचारण मानते हैं।

सारणी और ग्राफ संख्या-12

व्यक्तिगत निजता के सम्मान का सिद्धांत

अतिमहत्वपूर्ण	महत्वपूर्ण	कम महत्वपूर्ण	महत्वहीन
50%	39%	10%	1%



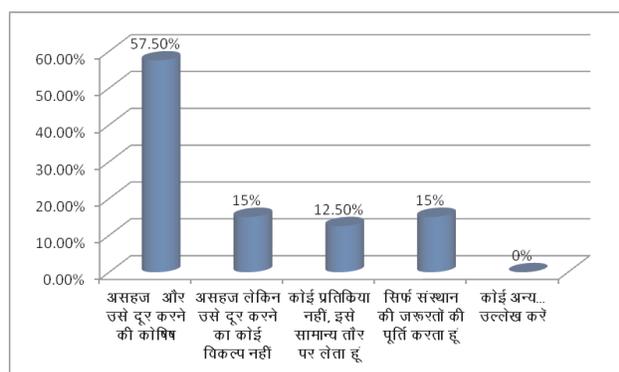
सारणी और ग्राफ संख्या-12, के अनुसार, सभी की व्यक्तिगत निजता का सम्मान करने के प्रश्न पर 50 प्रतिशत उत्तरदाताओं की राय है कि आचार संहिता का यह नियम अतिमहत्वपूर्ण है, जबकि 39 प्रतिशत उत्तरदाता भी इसे जरूरी स्वीकार करते हुए इस नियम को महत्वपूर्ण मानते हैं। यानी सर्वाधिक 89 प्रतिशत उत्तरदाता समाचारों के नाम पर व्यक्तिगत निजता में हस्तक्षेप न करने का समर्थन करते हैं। इससे प्रतीत होता है कि अधिकांश पत्रकार इस मामले में संवेदनशील और इस नियम के पालन को लेकर गंभीर हैं। वहीं 10 प्रतिशत की राय है कि यह एक कम महत्वपूर्ण नियम है। यानी इसका पालन करना उतना महत्वपूर्ण नहीं है। दूसरी ओर सिर्फ 1 प्रतिशत ऐसे उत्तरदाता हैं जिनकी नजर में पत्रकारिता में व्यक्तिगत निजता का सम्मान करना

एक महत्वहीन सिद्धांत है। इस प्रकार यह स्पष्ट है कि व्यक्तिगत निजता को लेकर अधिकांश पत्रकारों का रुख सकारात्मक है। इस सिद्धांत को कम महत्वपूर्ण या महत्वहीन बताने वाले उत्तरदाता निजता के अधिकारों को ही सही ढंग से नहीं समझ पाते हैं। पत्रकारिता और निजता के अधिकारों में होने वाले टकरावों को लेकर उनकी धारणा स्पष्ट नहीं है।

सारणी और ग्राफ संख्या-13

कार्य के दौरान आचार संहिताओं का उल्लंघन होने पर पत्रकारों की प्रतिक्रियाएं

प्रतिक्रियाओं का प्रकार	उत्तर अंकों में	उत्तर प्रतिशत में
असहज और उसे दूर करने की कोशिश	230	57.5%
असहज लेकिन उसे दूर करने का कोई विकल्प नहीं	60	15%
कोई प्रतिक्रिया नहीं, इसे सामान्य तौर पर लेता हूँ	50	12.5%
सिर्फ संस्थान की जरूरतों की पूर्ति करता हूँ	60	15%
कोई अन्य... उल्लेख करें	00	00

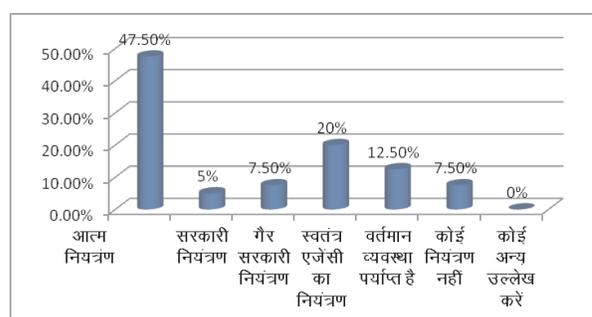


सारणी और ग्राफ संख्या-13 के मुताबिक, कार्य के दौरान आचार संहिताओं के उल्लंघन वाली खबरों पर पत्रकारों की प्रतिक्रियाएं क्या होती है? इस सवाल पर 230 पत्रकारों यानी 57.5 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने कहा कि आचार संहिताओं का उल्लंघन होने पर वे असहज महसूस करते हैं, और उनकी कोशिश होती है कि खबरों से आचार संहिता के उल्लंघन के तत्व को दूर करें। वहीं 60 पत्रकारों ने यानी 15 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि ऐसी खबरों से वह असहज तो महसूस करते हैं, लेकिन आचार संहिता उल्लंघन के तत्व को दूर करने का उनके पास कोई विकल्प नहीं होता है। इस प्रकार लगभग 72 प्रतिशत उत्तरदाता आचार संहिताओं के उल्लंघन पर संवेदनशील दिखते हैं। उन्हें अगर आचार संहिताओं के उल्लंघन के मुद्दे को दूर करने का अवसर उपलब्ध कराया जाए, तो ऐसे लोग आचार संहिता उल्लंघन के मामले को रोक सकते हैं। इसी प्रकार 50 लोगों यानी 12.5 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने कहा कि खबरों से आचार संहिताओं का उल्लंघन

होने पर उनकी कोई प्रतिक्रिया नहीं होती है। वे इसे सामान्य तौर पर लेते हैं, वहीं 60 लोगों ने यानी 15 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने कहा कि वे इन मुद्दों में कभी उलझते नहीं हैं, वे सिर्फ संस्थान की जरूरतों की पूर्ति करते हैं। कुल मिलाकर लगभग 27 प्रतिशत लोग ऐसे हैं, जिन्हें आचार संहिताओं का उल्लंघन होने पर कोई बड़ा नुकसान नहीं लगता है और वह ऐसे उल्लंघन को सामान्य तौर पर लेते हैं।

ग्राफ संख्या-14

आपकी नजर में मीडिया पर नियंत्रण के सर्वश्रेष्ठ तरीके क्या हैं



ग्राफ संख्या-14 के मुताबिक, समाचार माध्यमों पर नियंत्रण के सर्वश्रेष्ठ तरीकों के सवाल पर 190 लोगों यानी 47.5 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि मीडिया पर नियंत्रण रखने के लिए आत्म नियंत्रण सर्वश्रेष्ठ विधि है, मीडिया स्वयं पर नियंत्रण लगाए। इसमें किसी तरह का बाहरी हस्तक्षेप उचित नहीं है। इसी प्रकार 30 लोगों ने यानी 7.5 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि समाचार माध्यमों पर गैर सरकारी नियंत्रण, नियंत्रण का सर्वश्रेष्ठ तरीका होगा। वहीं 80 लोगों यानी 20 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि समाचार माध्यमों पर आत्म नियंत्रण और गैर सरकारी नियंत्रण के बजाए किसी स्वतंत्र एजेंसी का नियंत्रण लगाना सबसे अच्छा तरीका साबित होगा। इनमें 50 लोग यानी 12.5 प्रतिशत उत्तरदाता ऐसे भी हैं, जो नियंत्रण के वर्तमान व्यवस्था को पर्याप्त मानते हैं और इसमें किसी तरह के बदलाव की हिमायत नहीं करते हैं, जबकि 20 पत्रकार यानी 5 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने कहा कि मीडिया पर नियंत्रण के सारे तरीके विफल साबित हो रहे हैं और अब इस पर सरकारी नियंत्रण लगाना ही एक मात्र उपाय है। दूसरी तरफ इन सारे जवाबों के ठीक विपरीत 30 लोग यानी 7.5 प्रतिशत उत्तरदाता ऐसे भी हैं, जो मीडिया पर किसी तरह का नियंत्रण नहीं चाहते हैं। वह चाहते हैं कि मीडिया को सभी

तरह के नियंत्रणों से मुक्त होना चाहिए।

निष्कर्ष

- अध्ययन से प्राप्त तथ्यों से स्पष्ट है कि पत्रकारिता में आने वाले लगभग 82 प्रतिशत लोगों के इरादे नेक हैं। देश और समाज सेवा का जज्बा, समाज में विशेष सम्मान या पहचान पाने की लालसा और इस पेशे का ग्लैमर अधिकतर लोगों को पत्रकारिता में खींच लाया है। कुछ रोजी-रोटी चलाने तो कुछ बिना किसी पूर्व उद्देश्य या फिर रचनात्मक लेखन करने के विचार से पत्रकारिता में आ गए हैं। ऐसे तमाम लोगों से इतनी अपेक्षा तो की ही जा सकती है कि ये पत्रकारिता के स्थापित नैतिक मूल्यों और मर्यादाओं का पालन करेंगे। ऐसे आचार और व्यवहार से बचेंगे जिससे पत्रकारिता और पत्रकारों की साख और चरित्र पर उंगली उठाई जाए। लेकिन यहां 17 प्रतिशत ऐसे भी लोग हैं, जिन्होंने कहा कि वे पत्रकारिता में इसलिए आए हैं ताकि पत्रकारिता के जरिए और उसे सीढ़ी बनाकर वह नए अवसरों की तलाश करके जीवन में आगे बढ़ सकें। ये वे लोग हैं, जिनसे पत्रकारिता के नैतिक मूल्यों और मर्यादाओं का अक्षरशः पालन करने की आशा नहीं की जा सकती है। हालांकि अध्ययन परिणामों से स्पष्ट होता है कि अधिकतर पत्रकार अच्छे उद्देश्य लेकर ही पत्रकारिता करने आते हैं, भले ही बाद में चलकर हालात से उन्हें समझौता करना पड़ जाता हो। लेकिन उन्हें यदि समुचित अवसर प्रदान किया जाए तो वह पत्रकारिता के मूल्य और मर्यादाओं का सम्मान करेंगे। इससे यह तथ्य धराशायी हो जाता है कि वर्तमान पत्रकारों के उद्देश्यों में भटकाव है। वह सिर्फ अवसरवादी है, और पत्रकारिता स्वयं का हित साधने के लिए करते हैं।
- समाचारों के प्रकाशन और प्रसारण के पूर्व खबरों के चयन और उसे विशेष तरीका देने में प्रभावकारी तत्वों या आधार पर उत्तरदाता पत्रकारों की राय से स्पष्ट है कि खबरों के चयन के लिए कुछ हद तक पत्रकार स्वतंत्र है। सर्वाधिक मामलों में जनहित को आधार बनाकर खबरों का चयन किया जाता है। लेकिन खबरों के चयन के लगभग आधे मामलों में संस्थान का हित, टीआरपी,

प्रसारण संख्या या संपादक का हस्तक्षेप शामिल होता है। ऐसे मामलों में यदि कभी आचार संहिता के उल्लंघन का भी कोई मामला हो तो, एक पत्रकार चाहकर भी उसे दूर नहीं कर सकता है। इससे ये स्पष्ट है कि न्यूज मीडिया के स्तरहीन कंटेंट और आचार संहिताओं के उल्लंघन के लिए केवल व्यक्तिगत तौर पर पत्रकारों को ही दोषी ठहराना उचित नहीं है। इसके दूसरे पहलुओं पर भी विचार किया जाना समीचीन है।

- अभिव्यक्ति और प्रेस की स्वतंत्रता की रक्षा, खबरों में सत्यता और सटीकता, निष्पक्षता और वस्तुनिष्ठता, समाचारों और विचारों में स्पष्ट विभेद और दूसरों की निजता का सम्मान करने जैसे आचार संहिताओं के सिद्धांतों पर सर्वाधिक यानी 85 से 98 प्रतिशत तक पत्रकार एकमत हैं कि ये नियम पत्रकारिता और पत्रकारों के लिए जरूरी हैं और इन दिशा-निर्देशों का सख्ती से पालन किया जाना चाहिए। वहीं इन सिद्धांतों को कम महत्वपूर्ण बताने वाले लोगों की संख्या काफी कम है, जबकि इन नियमों को महत्वहीन बताने वाले पत्रकारों की संख्या न के बराबर है।
- खबरों में तोड़-मरोड़, सनसनीखेज प्रस्तुति, खबरों के रूप में विज्ञापन परोसना और खबरों के लिए किसी प्रकार का भुगतान या अन्य लाभ न लेने के आचार संहिता के सिद्धांत पर भी 72 से लेकर 85 प्रतिशत तक पत्रकार एकमत हैं कि इन दिशा-निर्देशों का पालन पत्रकारों के लिए आवश्यक है। उन्हें हर हाल में इसका पालन करना चाहिए। वहीं इन नियमों को कम महत्वपूर्ण बताने वाले पत्रकारों की संख्या काफी कम है, जबकि लगभग 10 प्रतिशत पत्रकार ऐसे हैं जो उपरोक्त बिंदुओं पर बनाई गई आचार संहिता को महत्वहीन बताते हुए इसे वर्तमान परिप्रेक्ष्य में अप्रासंगिक सिद्धांत बताते हैं। फिर भी पत्रकारों का बहुमत इन आचार संहिताओं का समर्थक हैं, जिससे ये कहा जा सकता है कि अधिकांश पत्रकार आचार संहिताओं के पालन को लेकर संवेदनशील हैं। इसके बावजूद अगर वह स्वयं आचार संहिताओं का उल्लंघन करते हैं, तो इसके लिए स्वयं पत्रकार अकेले दोषी नहीं हो सकते हैं बल्कि इसके लिए मीडिया संस्थानों की नीतियां और अन्य परिस्थितियां भी जिम्मेदार हो

सकती है।

- कार्य के दौरान आचार संहिताओं का उल्लंघन होने पर अधिकांश यानी लगभग 72 प्रतिशत पत्रकार असहज महसूस करते हैं और उसे दूर करने या रोकने की कोशिश करते हैं। अगर उन्हें स्वतंत्र तौर पर निर्णय लेने और अवसर उपलब्ध कराया जाए, तो वे आचार संहिता उल्लंघन के मामले को दूर कर सकते हैं। शेष जो लोग आचार संहिता के मुद्दे पर गंभीर या संवेदनशील नहीं भी

हैं, उन्हें इस संबंध में शिक्षण-प्रशिक्षण देकर, इसकी उपयोगिता और महत्व बताकर उन्हें संवेदनशील बनाया जा सकता है।

- समाचार माध्यमों पर नियंत्रण लगाने के सर्वश्रेष्ठ तरीकों के सवाल पर अधिकांश पत्रकार मीडिया के आत्म नियंत्रण या किसी स्वतंत्र एजेंसी के नियंत्रण के हिमायती हैं और किसी तरह के सरकारी हस्तक्षेप से प्रेस की आजादी को दूर रखना चाहते हैं।

सन्दर्भ-

- श्रीधर, विजयदत्त (2006) खबरपालिका की अचार संहिता, माधवराव सप्रे समृति समाचारपत्र संग्रहालय एवं शोध संस्थान, भोपाल
- काटजू, मार्कंडेय, दी हिन्दू, 19 अप्रैल 2012, नई दिल्ली संस्करण
- कुमार, मुकेश, तहलका, अगस्त 2015, नई दिल्ली संस्करण।
- Bandyopadhyay, P.K. (1998), Journalistic Ethics, D.K. Publishers Distributors (P) Ltd.
- Dass, B.K. (2009), Ethics in Media Communication, Sumit Enterprises,
- Aggarwal, Virbala & V.S. Gupta, (2001) Handbook of Journalism, Concept Publishing Company, Delhi
- Agarwal, S.K. (2010) Media & ethics, Shipra Publication, Delhi.
- Jha, Dr. Shyamanand (2011) Journalism and Mass Communication, Ramesh Publishing House, Delhi
- Neelamalar M. (2010) Media Law & Ethics, PHI Learning PVT. LTD. New Delhi
- Singh, Shrikant, T.V. Journalism, Porvasha Prakashan, Bhopal.
- Ojha, N.N. (2013) Chronical magazine, Hindi, September, October, November, issues 1, 23, year-23, Chronical publication Pvt. Ltd. Noida, U.P.
- Johnson, N. (2001). Media and ethics: defining the land of the Fourth Estate. Electronic Journal of the US Department of State, 16:1
- Kamath M.A. (2001) Professional journalism. New Delhi: Vikas Publishing House PVT Ltd.
- Louis, A.D. (2000). Ethics in media communication. (3rd ed.) Canada: Thomas Learning
- Richards, I. (2005). Quagmires and quandries: exploring journalism ethics. Australia: University of New South Wales, Press.
- Roberto, H. (2002). A Universal Code of Journalism Ethics: Problems, Limitations; and Proposal. Journal of Mass Media Ethics, 17 (4), 277 & Palgrave. Chris, F. (2007).