

समाचार पत्रों में वैश्वीकरण और प्रेस संबंधी प्रमुख कानून का अध्ययन

विनय मोहन^{1*}, डॉ. स्नेहलता गोस्वामी²

¹ रिसर्च स्कॉलर, वेंकटेश्वर विश्वविद्यालय

² सहायक प्रोफेसर, मानविकी, भाषा और सामाजिक विज्ञान स्कूल, वेंकटेश्वर विश्वविद्यालय

सार - यह अध्ययन समाचार पत्रों में वैश्वीकरण और प्रेस संबंधी प्रमुख कानून का अध्ययन है। इसलिए पत्रकारिता ने भी स्वयं को बदल लिया। विदेशी पूंजी का सैलाब पत्रकारिता में भी घुसा और अपने पक्ष के वातावरण निर्माण के लिए उसने पत्रकारिता को आज अपना परम मित्र बना लिया है। स्पष्टतारू एक अच्छे समाचार की भाषा सरल, सहज और स्पष्ट होनी चाहिये। किसी समाचार में दी गयी सूचना कितनी ही नई, कितनी ही असाधारण, कितनी ही प्रभावशाली क्यों न हो, लेकिन अगर वह सूचना सरल और स्पष्ट भाषा में न हो तो वह सूचना बेकार साबित होगी।

मुख्यशब्द - समाचार पत्र, प्रेस, कानून

-----X-----

प्रस्तावना

समाचार पत्र शांति, अहिंसा, निरस्त्रीकरण का माहौल बना सकते हैं और जाति, पंथ, रंग, नस्ल, सेक्स, धर्म, समूह या भाषा के बावजूद सभी के लिए मानवाधिकार सुनिश्चित कर सकते हैं। अखबारों को लगता है कि पाठकों का ध्यान आकर्षित करने के लिए उन्हें लोगों की गरिमा और अधिकारों के सकल उल्लंघन के लिए सूचित करने और शिक्षित करने के लिए टार्चबियर लगता है; लेकिन इन दिनों यह माना जाता है कि यह जन संचार के बजाय बड़े पैमाने पर जानकारी में परिवर्तित हो गया है। इस प्रकार, मीडिया की भूमिका समाज की सेवा करने के बजाय लाभ-निर्माण में बदल जाती है।

भारत में, सैकड़ों हजारों अखबारों की प्रतियों का डंपिंग जो सीधे राधी में जाती है या हर रोज रीसाइक्लिंग के लिए उपयोग की जाती है, इसके उपयोग के बाद भी अखबारों के लिए विशाल बाजार-स्थान बना रही है। इन दिनों, अधिक से अधिक लोग डिजिटल रूप से समाचार पत्र पढ़ रहे हैं; अखबार डंपिंग और रीसाइक्लिंग के बाजार ने पत्रकारिता में एक व्यवहार्य राजस्व और व्यवसाय मॉडल भी प्राप्त किया है। दूसरे शब्दों में, समाचार मीडिया सरकार को अपनी शिकायतों को दूर करने के लिए जनता को सूचित, शिक्षित और प्रबुद्ध कर सकता है। मीडिया की

प्राथमिकताएं जनता की प्राथमिकताओं को दृढ़ता से प्रभावित करती हैं। मीडिया एजेंडा जनता के दिमाग पर अमित छाप छोड़ देता है और एक लोकतांत्रिक रूप से निर्वाचित सरकार और उसके उत्थान के लिए उसकी नीतियों के प्रति अपनी राय को आकार देता है। समाचार मीडिया की सामूहिक जागृति भूमिका को समझने के लिए, भारत के सबसे प्रमुख और प्रतिष्ठित दैनिक समाचार पत्रों संज्ञान में लिया गया है।

भारत में समाचार पत्र का आरंभ

भारत में अंग्रेजों के आने से पहले समाचार पत्रों का प्रचलन नहीं था। अंग्रेजों ने ही भारत में समाचार पत्रों का विकास किया था। सन् 1780 में कोलकाता में भारत का सबसे पहला समाचार पत्र प्रकाशित किया गया जिसका नाम दी बंगाल गैजेट था और इसका संपादन जेम्स हिक्की ने किया था। यही वो पल था जिसके बाद से समाचार पत्रों का विकास हुआ था।

भारत में सबसे पहले समाचार दर्पण का प्रकाशन आरंभ हुआ था। समाचार दर्पण के बाद उदंत मार्तंड का प्रकाशन भी आरंभ हुआ था। उसके तुरंत बाद, 1850 में राजा शिवप्रसाद

सितारेहिंद ने बनारस अखबार को प्रकाशित किया था। इसके बाद भारत में बहुत सी पत्रिकाओं का संपादन किया गया था।

जिस तरह से मुद्रण कला का विकास होने लगा उसी तरह से समाचार पत्रों की भी संख्या बढ़ने लगी थी। आज देश के प्रत्येक भाग में समाचार पत्रों का प्रकाशन हो रहा है। कुछ ऐसे राष्ट्रिय स्तर के समाचार भी होते हैं जिनका प्रकाशन नियमित रूप से होता है।

दैनिक हिंदुस्तान, नवभारत टाइम्स, दैनिक ट्रिब्यून, पंजाब केसरी हिंदी भाषा में प्रकाशित कुछ प्रसिद्ध समाचार पत्र होते हैं। इसी तरह से अंग्रेजी में बहुत से ऐसे प्रसिद्ध समाचार पत्र हैं जो पूरे भारतवर्ष में पढ़े जाते हैं। आज के समय में समाचार पत्रों का उद्योग एक स्थानीय उद्योग बन चुका है क्योंकि इससे लाखों लोग प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से जुड़े होते हैं।

समाचार-मूल्य

समाचार-मूल्य से तात्पर्य है - समाचार की गरिमा, महत्व एवं मान्यताएँ। समाचार के तत्व और विशेषताओं के मूल्य को पहचानना समान्यतः समाचार बोध (छमूे ैमदेम) कहलाता है। समाचार को बड़ा या छोटा यानी कम या अधिक महत्व का बनाने के लिए निम्न तत्व महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, इन्हें समाचार का मूल्य कहा जाता है।

- ❖ **यापकता:** समाचार का विषय जितनी व्यापकता लिये होगा, उतने ही अधिक लोग उस समाचार में रुचि लेंगे। जैसे- देशहित से जुड़ा कोई भी विषय।
- ❖ **नवीनता:** जिन बातों को मनुष्य पहले से जानता है वे बातें समाचार नहीं बनती। ऐसी बातें समाचार बनती हैं जिनमें कोई नई सूचना , कोई नई जानकारी हो। इस प्रकार समाचार का बड़ा गुण है- नई सूचना , यानी समाचार में नवीनता होनी चाहिये। कोई समाचार कितना नया या तत्काल प्राप्त हुआ हो , उसे जानने की उतनी ही अधिक चाहत होती है। कोई भी पुरानी या पहले से पता जानकारी को दुबारा नहीं लेना चाहता। समाचार पत्रों के मामले में एक दिन पुराने समाचार को 'रद्दी' कहा जाता है , और उसका कोई मोल नहीं होता। वहीं टीवी के मामले में एक सेकेंड पहले प्राप्त समाचार अगले सेकेंड में ही बासी हो जाता है।
- ❖ **असाधारणता:** हर समाचार एक नई सूचना होता है , परंतु यह भी सच है कि हर नई सूचना समाचार नहीं होती। जिस नई सूचना में कुछ असाधारणता

होगी वही समाचार कहलायेगी। अर्थात नई सूचना में कुछ ऐसी असाधारणता होनी चाहिये जो उसमें समाचार बनने की अंतरनिहित शक्ति पैदा होती है। काटना कुत्ते का स्वभाव है। यह सभी जानते हैं। मगर किसी मनुष्य द्वारा कुत्ते को काटा जाना समाचार है। क्योंकि कुत्ते को काटना मनुष्य का स्वभाव नहीं है। जिस नई सूचना में असाधारणता नहीं होती वह समाचार नहीं लोकाचार कहलाता है।

- ❖ **सत्यता और प्रमाणिकता:** समाचार में किसी घटना की सत्यता या तथ्यात्मकता होनी चाहिये। समाचार अफवाहों या उड़ी-उड़ायी बातों पर आधारित नहीं होते हैं। वे सत्य घटनाओं की तथ्यात्मक जानकारी होते हैं। सत्यता या तथ्यता होने से ही कोई समाचार विश्वसनीय और प्रमाणिक होते हैं।
- ❖ **रुचिपूर्णता:** किसी नई सूचना में सत्यता होने से ही वह समाचार नहीं बन जाती है। उसमें अधिक लोगों की दिलचस्पी भी होनी चाहिये। कोई सूचना कितनी ही आसाधारण क्यों न हो अगर उसमें लोगों की रुचि न हो , तो वह सूचना समाचार नहीं बन पायेगी। कुत्ते द्वारा किसी सामान्य व्यक्ति को काटे जाने की सूचना समाचार नहीं बन पायेगी। कुत्ते द्वारा काटे गये व्यक्ति को होने वाले गंभीर बीमारी की सूचना समाचार बन जायेगी क्योंकि उस महत्वपूर्ण व्यक्ति में अधिकाधिक लोगों की दिलचस्पी हो सकती है।
- ❖ **प्रभावशीलता:** समाचार दिलचस्प ही नहीं प्रभावशील भी होने चाहिये। हर सूचना व्यक्तियों के किसी न किसी बड़े समूह, बड़े वर्ग से सीधे या अप्रत्यक्ष रूप से जुड़ी होती है। अगर किसी घटना की सूचना समाज के किसी समूह या वर्ग को प्रभावित नहीं करती तो उस घटना की सूचना का उनके लिये कोई मतलब नहीं होगा।

स्पष्टता एक अच्छे समाचार की भाषा सरल, सहज और स्पष्ट होनी चाहिये। किसी समाचार में दी गयी सूचना कितनी ही नई, कितनी ही असाधारण, कितनी ही प्रभावशाली क्यों न हो, लेकिन अगर वह सूचना सरल और स्पष्ट भाषा में न हो तो वह सूचना बेकार साबित होगी। क्योंकि ज्यादातर लोग उसे समझ नहीं पायेंगे। इसलिये समाचार की भाषा सीधी और स्पष्ट होनी चाहिये।

संवाददाता की योग्यता और दायित्व

समाचारों का शीघ्र संकलन, उनकी सुस्पष्ट व्याख्या तथा शुद्धता के साथ पाठकों के लिए उसे बोधगम्य बनाने का कार्य संवादाता करता है। वह गुप्तचर, मनोवैज्ञानिक एवं वकील के गुणों से संपन्न होकर अपनी प्रतिभा के बल पर समाज सेवा करता है। यह कार्य बड़ा कठिन है। व्यवहारिक ज्ञान और भाषा पर अधिकार यह संवादाता के मूल गुण होते हैं साथ ही उसमें श्रेष्ठ मानवीय मूल्यों का भी समावेश होना आवश्यक है। किसी भी संवादाता को पर्याप्त सहनशील, परिश्रमी, दूरदर्शी होने के साथ-साथ वाकपटुता में भी निपुण होना आवश्यक है। संवाददाता बनने के लिए निम्न योग्यताएं होना का आवश्यक है-

संवाददाता के अंदर समाचार का बोध होना आवश्यक है। जैसे- किसी घटना को एक अच्छे समाचार का रूप कैसे दें तथा आस-पास घटित होने वाली अनेक घटनाओं के इस ढेर में से पाठक या श्रोता के महत्व और रुचि के अनुसार समाचारों का वर्गीकरण कर उन्हें किस प्रकार संप्रेषित किया जाए।

- 1- पैनी दृष्टि तथा विस्तृत श्रवण शक्ति।
- 2- मुद्र लेखन, आशु लेखन एवं टंकण का ज्ञान।
- 3- सत्यनिष्ठा और निर्भीकता।
- 4- जटिल घटनाओं, विविध समस्याओं को समझने की शक्ति।
- 5- समाचार की गहराई में जाने के लिए, नए-नए तथ्यों तथा सत्य को उद्घाटित करने के लिए जिज्ञासु-वृत्ति का होना आवश्यक है।
- 6- संवाददाता में कल्पना शक्ति साथ ही गतिशीलता, यथार्थता, वस्तुनिष्ठता भी होना महत्वपूर्ण है।

तकनीकी विकास को साथ-साथ जनसंचार माध्यमों यथा हिन्दी पत्रकारिता के रूख में तेजी से परिवर्तन देखने को मिला है। तकनीकी के विस्तार से हिन्दी पत्रकारिता के विस्तार में मदद मिली है। हिन्दी समाचार चैनल, समाचार पत्रों के साथ-साथ हिन्दी में समाचार वेबसाइट के कारण हिन्दी पत्रकारिता का दायरा बढ़ा है। हिन्दी पत्रकारिता को व्यवसायिक कलेवर में ढाला जा चुका है। वहीं तमाम समानान्तर माध्यम भी कार्य कर रहे हैं, जो व्यवसायिकता से अभी परे हैं। यह समय के साथ लगातार विकसित हो रहा है। तकनीकी के कारण सूचनाओं पर लगने वाली बंदिशें कम हुई हैं और लोगों तक अबाध सूचना का मार्ग प्रशस्त हुआ है। इन सबके चलते हिन्दी पत्रकारिता ने नये दौर में प्रवेश किया है।

21वीं शताब्दी सूचना प्रौद्योगिकी का युग है। आधुनिक संचार तकनीकी का मूल आधार इंटरनेट है। कलमविहीन पत्रकारिता के

इस युग में इंटरनेट पत्रकारिता ने एक नए युग का सूत्रपात किया है। वेब पत्रकारिता को हम इंटरनेट पत्रकारिता, ऑनलाइन पत्रकारिता, साइबर पत्रकारिता के नाम के जानते हैं। यह कम्प्यूटर और इंटरनेट द्वारा संचालित एक ऐसी पत्रकारिता है, जिसकी पहुँच किसी एक पाठक, एक गाँव, एक प्रखण्ड, एक प्रदेश, एक देश तक नहीं अपितु समूचे विश्व तक है।

उद्देश्य

1. समाचार पत्रों में वैश्वीकरण का अध्ययन करना।
2. प्रेस संबंधी प्रमुख कानून का अध्ययन करना।

समाचार पत्रों में वैश्वीकरण

समाचार पत्रों और टेलीविजन की तुलना में इंटरनेट पत्रकारिता की उम्र बहुत कम है लेकिन उसका विस्तार बहुत तेजी से हुआ है। उल्लेखनीय है कि भारत में इंटरनेट की सुविधा 1990 के मध्य में मिलने लगी। इस विधा में कुछ समय पहले तक अंग्रेजी का एकाधिकार था लेकिन विगत दशकों में हिन्दी ने भी अपनी प्रभावी उपस्थिति दर्ज की है। इंदौर से प्रकाशित समाचार पत्र शनई दुनियाश् ने हिन्दी का पहला वेब पोर्टल श्वेब दुनियाश् के नाम से शुरू किया। अब तो लगभग सभी समाचार पत्रों का इंटरनेट संस्करण उपलब्ध है। चेन्नई का श्वेब दुनियाश् पहला ऐसा भारतीय अखबार है जिसने अपना इंटरनेट संस्करण वर्ष 1995 ई. में शुरू किया। इसके तीन साल के भीतर यानी वर्ष 1998 ई. तक लगभग 48 समाचार पत्र ऑन-लाइन हो चुके थे। ये समाचार पत्र केवल अंग्रेजी में ही नहीं अपितु हिन्दी सहित अन्य भारतीय भाषाओं जैसे मलयालम, तमिल, मराठी, गुजराती आदि में थे। आकाशवाणी ने 02 मई 1996 श्वेब दुनियाश् ऑन-लाइन सूचना सेवाश् का अपना प्रायोगिक संस्करण इंटरनेट पर उतारा था। एक रिपोर्ट के मुताबिक वर्ष 2006 ई. के अन्त तक देश के लगभग सभी प्रतिष्ठित समाचार पत्रों एवं टेलीविजन चैनलों के पास अपना इंटरनेट संस्करण भी है जिसके माध्यम से वे पाठकों को ऑन-लाइन समाचार उपलब्ध करा रहे हैं।

वैश्वीकरण की एक प्रमुख विशेषता यह है कि उसमें वस्तुओं की 'फेस वैल्यूश् बहुत महत्वपूर्ण है। यानि श्वेबरे की कीमतश् और श्वीजों की प्रस्तुति का ढंगश् महत्वपूर्ण है। वस्तु को किस तरह प्रस्तुत किया जाना है, किस तरह उनकी पैकेजिंग करनी है, इस पर काफी ध्यान दिया जाता है उसी के लिए यह पूरी व्यूह रचना की जाती है। लोगों को लुभाया जाता है। वैश्वीकरण के दौर में हम देखते हैं कि मानवीय भावनाओं, संवेदनाओं, मूल्यों, खुशी, पीड़ा सभी को प्रकट करने के माध्यमों के रूप में

उपभोग की वस्तुओं और उपभोग की संस्कृति को लाया गया है और उन वस्तुओं की बहुत अच्छी पैकिंग करके पूरी चकाचैंध के साथ बाजारों में सजाया गया है। स्वयं मानव को भी एक वस्तु की तरह ही प्रस्तुत किया जा रहा है।

समाचार जो मनुष्य की जिज्ञासाओं को शांत करने का माध्यम होते थे, वे भी अब वस्तु हैं। और समाचार पत्र अब माल बन गए हैं जिनसे मुनाफा कमाया जा रहा है। इसी चीज का अध्ययन हम यहां समाचार पत्रों के बदले हुए क्लेवर के अध्ययन से करेंगे। पिछले दो-तीन दशकों में हमने समाचार पत्रों के प्रस्तुतीकरण के तरीकों में भारी बदलाव देखे हैं। समाचारों को लिखने की कला में शब्दावली का चुनाव बदल गया है। मुख्य शीर्षक के अलावा 'सब लीडज़श् दी जाने लगी है जो कि समाचार को प्रथम दृश्य में ही समझने में मदद करती है। उच्च प्रौद्योगिकी के प्रयोग ने समाचार पत्रों के रूप-स्वरूप को निश्चित तौर पर बदल दिया है। अखबार ज्यादा रंगीन हो गए हैं। समाचार के विवरण की मदद के लिए चित्रों का प्रयोग बढ़ गया है। शानदार, चिकने कागज पर जानदार छपाई, पृष्ठों की भारी भरकम संख्या और सामग्री की विभिन्नता ने समाचार पत्रों को अन्तर्राष्ट्रीय समाचार पत्रों से तुलना के लायक बनाने की कोशिश की है। ऑफसेट मशीनों और डिजिटल तस्वीरों ने समाचार पत्र की छपाई को काफी सुगम बना दिया है। अब एक ही समय पर इन मशीनों को कमांड देकर कितनी भी कापियां प्रिंट की जा सकती हैं। यह एक पूरे युग का बदलना है जिसे मशीनों के इस्तेमाल ने सम्भव किया है। यहां एक उदाहरण द्वारा इस बदले हुए समय पर एक दृष्टि डाली जा सकती है।

आज पत्रकारिता केवल प्रकाशित होने वाले समाचारपत्रों पत्र-पत्रिकाओं तक ही सीमित नहीं रह गई है, प्रिंट मीडिया के अलावा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, इंटरनेट और यहां तक कि मोबाइल सेवा में भी पत्रकारिता का हस्तक्षेप शुरू हो गया है। इससे भी आगे जहां तक अभी हमारी सोच व नजर नहीं पहुंची है, पत्रकारिता के विस्तार की सम्भावनायें बढ़ी हैं, जैसा कि पहले कहा जा चुका है कि पूर्व में मिशन भावना से शुरू हुई पत्रकारिता जहां सामाजिक, राजनैतिक आदि समाचारों का संकलन, साहित्य का सृजन आदि तक ही सीमित थी वहीं अब पत्रकारिता के साथ जुड़ी व्यावसायिकता और विज्ञान के बढ़ते चरणों ने सम्भावनाओं को भी विस्तार दे दिया है। अपनी मनोवृत्ति, अभिरुचि के अनुसार इस क्षेत्र में सबके लिए द्वार खुले पड़े हैं। क्योंकि पत्रकारिता के साथ वाणिज्य व्यापार और व्यवसाय से जुड़े तमाम विषय, खेल, संस्कृति, भाषा, कला, सिनेमा, फोटोग्राफी, कार्टून, साहित्य, सामान्य राजनीति, अन्तर्राष्ट्रीय राजनीति, कूटनीति, विश्वव्यापी हलचलें, पर्यावरण, पर्यटन व साहसिक पर्यटन सहित आदि विषय जुड़ गए हैं। पूर्व में युद्ध के समाचारों का

संकलन बहुत बड़े जोखिम का काम था। आज भी जोखिम के रहते हुए उसमें तकनीक भी जुड़ गई है।

विज्ञापन और समाचार का मिश्रण

अखबारों के क्लेवर में अगला बदलाव हम यह देखते हैं कि अखबारों के प्रथम पृष्ठ पर पूरे विज्ञापन छपने लगे हैं। देश की राजनीति और समाज का संज्ञान लेने के लिए समाचारपत्र की ओर बढ़े हुए हाथ और मस्तिष्क को अचानक किसी कोचिंग सेंटर के फीचर टटोलते या किसी महान बाबा के चमत्कारों से अभीभूत या किसी डिसकाउंटिड बाजार इजी डे, बिग बाजार, रिलायन्स फ्रैश में सामान खरीदने की प्लानिंग करते हुए पाया जा सकता है। इस सब के बाद ही आप समाचारों के पृष्ठ तक पहुंचेंगे। पूर्ण विज्ञापन वाले मुख्य पृष्ठ का चलन पिछले कुछ ही वर्षों का बदलाव है। हालांकि आधा और एक चैथाई मुख्य पृष्ठीय विज्ञापन काफी समय से चल रहा है। श्द हिन्दुश् मुख्य पृष्ठ विज्ञापन को अपने कुल पृष्ठ संख्या का हिस्सा नहीं बनाता। जबकि हिन्दी के ज्यादातर अखबार इस विज्ञापन को कुल पृष्ठ संख्या के बीच ही गिनते हैं। यह अखबारों के और पत्रिकाओं के स्वरूप से सम्बन्धित आज का एक महत्त्वपूर्ण तथ्य है कि विज्ञापनों या किन्हीं अन्य कारणों से इनके पृष्ठों की संख्या कभी भी कम ज्यादा हो सकती है।

समाचार पत्रों का नया चलन है विज्ञापन और विज्ञापित वस्तु से जोड़ कर समाचार लेखन। दैनिक जागरण के मुख्य पृष्ठ पर "बदलते मौसम में मच्छर वाली बिमारियों से सावधानशीर्षक से खबर बनाई गई और उसके साथ सजाया गया शऑल आउटश् मच्छर प्रतिरोधक लीक्विड फॉयल का विज्ञापन। जैसा कि चित्र में देखा जा सकता है। यदि लिखित सामग्री और विज्ञापन की जगह अलग-अलग होती तो दोनों की स्वतंत्र उपस्थिति रहती और लिखित सामग्री की साख बची रहती। परन्तु यहां वह अब विज्ञापन के हिस्से के तौर पर नज़र आ रही है। बदलते मौसम में मच्छर वाली बीमारियों से सावधान गर्मा ने दस्तक दे दी है। मौसम में बदलाव और रहा है।

हिन्दी समाचार पत्रों को मोटे तौर पर जब हम देखते हैं तो हम पाते हैं कि विज्ञापन ने पत्र का काफी हिस्सा घेर लिया है। बचे हुए हिस्से में एक या दो पृष्ठों पर राष्ट्रीय स्तरीय बड़ी खबरें छपती हैं और आखिरी पृष्ठ पर अन्तर्राष्ट्रीय और विदेशी खबरें छाप दी जाती हैं। बीच के चार-पांच पृष्ठ क्षेत्रीय और जिला स्तरीय खबरों के लिए रखे जाते हैं। जिस के स्थान को काफी कुछ पत्र के कार्यालयों में पहुंची हुई प्रेस विज्ञापितियों से भर दिया जाता है। एक पृष्ठ खेल और एक पृष्ठ शेयर बाजार और मंडियों के भावों के लिए रख दिया जाता है। जिसके लिए भी समाचार पत्र कार्यालय से किसी को भाग दौड़ नहीं करनी पड़ती। अब

बचता है सम्पादकीय पृष्ठ। जिसे कभी पत्र की जान और पत्र की विचारधारा का आईना कहा जाता था।

प्रेस संबंधी प्रमुख कानून

प्रेस के कानून पत्रकारों के लिए कुछ विशेषाधिकारों का प्रावधान करते हैं और उन्हें कुछ कर्तव्यों के लिए बाध्य भी करते हैं। समाज के सुचारू रूप से संचालन के लिए सरकार को अनेक कानून बनाने पड़ते हैं। भारत के संविधान में सभी नागरिकों को प्रेस की आजादी का गारंटी दी गई है। परन्तु देश की सुरक्षा और एकता के हित में और विदेशों से सम्बन्धों तथा कानून और व्यवस्था, शालीनता और नैतिकता या अदालत अवमानना, मानहानि या अपराध को प्रोत्साहन के मामलों में इस अधिकार पर राज्य द्वारा अंकुश लगाया जा सकता है। जो कानून प्रेस पर लागू होते हैं, वे इस प्रकार हैं-

मानहानि

भारतीय दण्ड संहिता (1860) की धारा 399 के अनुसार राष्ट्र के प्रत्येक नागरिक के अपना ईमानदारी, यश, प्रसिद्धि, प्रतिष्ठा, मान-सम्मान आदि के सुरक्षित रखने का पूरा अधिकार प्राप्त है। इस कानून के अनुसार जो कोई या तो बोले गए या पढ़े जाने के आशय से शब्दों या संकेतों द्वारा किसी व्यक्ति के बारे में इस हदसे से लांछन लगता है तथा ऐसे लांछन से व्यक्ति की ख्याति की हानि होगी तो वह मानहानि का दावा कर सकता है। दावा साबित होने पर दोषी को 2 वर्ष की साधारण कैद या जुर्माना या दोनों सजा दी जा सकती है।

इसलिए पत्रकारों को इस मामले में सचेत रहना जरूरी है। अब प्रमाणित कथा सुनी सुनाई बातों के आधार पर किसी पर आरोप नहीं लगाया जाना चाहिए। कुछ ऐसी परिस्थितियाँ हैं, जिनमें पत्रकार मानहानि के दोषों से बच सकता है। सार्वजनिक हित में किसी संस्था या व्यक्ति के आचरण पर टिप्पणी की जा सकती है। इसमें निजी स्वार्थ या बदला लेने की भावना ना हो

संसद तथा विधान मंडलों के सदस्यों के विशेषाधिकार

विश्व के प्रायः सभी देशों के संसद तथा विधान मंडलों के सदस्यों को कुछ विशेष अधिकार प्राप्त हैं। भारत में यह विशेषाधिकार हमारी शासन व्यवस्था में सन् 1833 से किसी न किसी रूप में विद्यमान है। इस विशेषाधिकार के अनुसार यदि संसद की

कार्यवाही को तोड़-मरोड़ कर उस पर अनुचित या निंदाजनक टिप्पणी करके संसद की कार्यवाही से निकाली गई बातों को प्रकाशित करने पर विशेषाधिकार हनन का मामला बनता है।

न्यायालय की अवमानना

सन् 1971 में न्यायालय की अवमानना का नया कानून पारित किया गया। यह कानून अत्यंत व्यापक है तथा थोड़ी भी असावधानी संपादकों और पत्रकारों को मुसीबत में डाल सकती है। न्याय प्रणाली की पवित्रता और विश्वसनीयताको बनाए रखने के लिए यह कानून बनाया गया है। अवमानना की परिस्थितियाँ निम्नलिखित हैं-

1. अगर न्यायालय के न्यायाधीश पर अनौचित्य और अयोग्यता का आरोप लगाया जाए अथवा उनके चरित्र के हनन का प्रयास किया जाए तो यह न्यायालय की अवमानना है।
2. न्यायपालिका की प्रतिष्ठा, गरिमा, अधिकार अथवा निष्पक्षता पर संदेह प्रकट करना।
3. विचाराधीन मामलों में संबंधित जज, पक्षकारों तथा साक्षियों को प्रभावित करने का प्रयास करना अथवा उन पर किसी प्रकार के आक्षेप लगाना।
4. अदालत की कार्यवाही की रिपोर्ट चोरी-छिपे प्रकाशित करना।

प्रेस परिषद अधिनियम

भारत में समाचार पत्रों तथा समाचार समितियों के स्तर में सुधार एवं विकास तथा प्रेस की स्वतंत्रता को बनाए रखने की आवश्यकता महसूस करते हुए भारतीय संसद ने सन् 1978 में प्रेस परिषद अधिनियम पारित किया। इसके उद्देश्य इस प्रकार हैं-

1. समाचार पत्र तथा समाचार समितियों की स्वतंत्रता को कायम रखना।
2. महत्वपूर्ण तथा जनरुचि के समाचारों के प्रेषण पर, संभावित अवरोधों पर दृष्टि रखना।
3. उच्च स्तर के अनुरूप पत्रकारों के लिए आचार संहिता तैयार करना।

4. भारतीय समाचार पत्र तथा समाचार समितियों को मिलने वाली विदेशी सहायता का मूल्यांकन करना।
5. पत्रकारिता से संबंधित व्यक्तियों में उत्तरदायित्व की भावना तथा जनसेवा की भावना को विकसित करना।
7. वैश्विक पत्रकारिता में जॉन हर्बर्ट अभ्यास, फोकल प्रेस, 2001. पृष्ठ 80.
8. वर्मा, देव नन्दकुमार: पत्र सम्पादन कला, एस0 आर0 वेरी एण्ड कम्पनी, कलकत्ता।
9. तिवारी, डॉ० अर्जुन: आधुनिक पत्रकारिता, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी। पृष्ठ 22.
10. पंत, एन0सी0: पत्रकारिता एवं सम्पादन कला, राधा पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली, 2013। पृष्ठ 45.
11. नलिनी राजन भारत में 21वीं सदी की पत्रकारिता, सेज प्रकाशन, नई दिल्ली, 2007. पृष्ठ 50.
12. माया रंगनाथन ग्लोबलाइज्ड वर्ल्ड में इंडियन मीडिया, सेज पब्लिकेशन, और उषा एम. रॉड्रिक्स नई दिल्ली, 2010. पृष्ठ 60.

उपसंहार

हिन्दी पत्रकारिता को व्यवसायिक कलेवर में ढाला जा चुका है। वहीं तमाम समानान्तर माध्यम भी कार्य कर रहे हैं, जो व्यवसायिकता से अभी परे हैं। यह समय के साथ लगातार विकसित हो रहा है। तकनीकी के कारण सूचनाओं पर लगने वाली बंदिशें कम हुई हैं और लोगों तक अबाध सूचना का मार्ग प्रशस्त हुआ है। इन सबके चलते हिन्दी पत्रकारिता ने नये दौर में प्रवेश किया है। दैनिक हिंदुस्तान, नवभारत टाइम्स, दैनिक ट्रिब्यून, पंजाब केसरी हिंदी भाषा में प्रकाशित कुछ प्रसिद्ध समाचार पत्र होते हैं। इसी तरह से अंग्रेजी में बहुत से ऐसे प्रसिद्ध समाचार पत्र हैं भारत में समाचार पत्रों तथा समाचार समितियों के स्तर में सुधार एवं विकास तथा प्रेस की स्वतंत्रता को बनाए रखने की आवश्यकता महसूस करते हुए इस विवरण को ही मुद्रण रेखा के नाम से जाना जाता है। इसके अलावा भी कई प्रेस संबंधित कानून हैं। जिन्हें ध्यान में रखकर पत्रकारिता करनी पड़ती है।

संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. विनोद कुमार शर्मा (2021) लोकतांत्रिक समाजों में विचारों पर नियंत्रण, अनु. चन्द्रभूषण ग्रन्थ शिल्पी, नई दिल्ली, पृष्ठ 12.
2. हरिचंद तिवारी (2021) पुस्तक शर्जर्नलिज्म एंड मास मीडिया ऐजुकेशनश् पोइन्टर पब्लिशर्स, जयपुर, 2021 पृष्ठ 44.
3. डॉ. कृष्ण कुमार रत्त ू(2017) मानव अधिकार समिति और व्यक्तिगत संचार कानून और अभ्यास का अधिकार पी.आर. गांधी द्वारा, द्वारा प्रकाशित, 2017 पृष्ठ 53।
4. यादव, चंद्रदेव: हिंदी पत्रकारिता, स्वरूप और संरचना उत्तर प्रदेश शासन लखनऊ। पृष्ठ 70.
5. सिंह, डा0 निशांत: पत्रकारिता की विभिन्न धाराएं उत्तर प्रदेश शासन लखनऊ। पृष्ठ 66.
6. त्रिखा, नन्द किशोर: समाचार संकलन और लेखन, हिन्दी समिति, उत्तर प्रदेश शासन लखनऊ। पृष्ठ 88.

Corresponding Author

विनय मोहन*

रिसर्च स्कॉलर, वेंकटेश्वर विश्वविद्यालय