

पत्रकारिता एवं भाषा कौशल

(Correspondence and Language Skills)

टि्वंकल जैन

पत्रकारिता एवं भाषा कौशल

पत्रकारिता एवं भाषा कौशल

(Correspondence and Language Skills)

दिवंकल जैन

भाषा प्रकाशन
नई दिल्ली - 110002

© प्रकाशक

I.S.B.N. : 978-81-323-6165-7

प्रथम संस्करण : 2022

भाषा प्रकाशन

22, प्रकाशदीप बिल्डिंग, अंसारी रोड,
दरियागंज, नई दिल्ली - 110002

द्वारा वर्ल्ड टेक्नोलॉजीज नई दिल्ली के सहयोग से प्रकाशित

प्रस्तावना

पत्रकारिता आधुनिक सभ्यता का एक प्रमुख व्यवसाय है जिसमें समाचारों का एकत्रीकरण, लिखना, जानकारी एकत्रित करके पहुँचाना, सम्पादित करना और सम्यक् प्रस्तुतीकरण आदि सम्मिलित हैं। आज के युग में पत्रकारिता के भी अनेक माध्यम हो गये हैं, जैसे-अखबार, पत्रिकायें, रेडियो, दूरदर्शन, वेब-पत्रकारिता आदि। बदलते वक्त के साथ बाजारवाद और पत्रकारिता के अंतर्संबंधों ने पत्रकारिता की विषय-वस्तु तथा प्रस्तुति शैली में व्यापक परिवर्तन किए।

इंटरनेट और सूचना के अधिकार (आर.टी.आई.) ने आज की पत्रकारिता को बहुआयामी और अनंत बना दिया है। आज कोई भी जानकारी पलक झपकते उपलब्ध की और कराई जा सकती है। मीडिया आज काफी सशक्त, स्वतंत्र और प्रभावकारी हो गया है। पत्रकारिता की पहुँच और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का व्यापक इस्तेमाल आमतौर पर सामाजिक सरोकारों और भलाई से ही जुड़ा है, किंतु कभी-कभार इसका दुरुपयोग भी होने लगा है।

संचार क्रांति तथा सूचना के अधिकार के अलावा आर्थिक उदारीकरण ने पत्रकारिता के चेहरे को पूरी तरह बदलकर रख दिया है। विज्ञापनों से होनेवाली अथाह कमाई ने पत्रकारिता को काफी हद तक व्यावसायिक बना दिया है। आज मीडिया का लक्ष्य अधिक से अधिक कमाई करने का हो गया है। मीडिया के इसी व्यावसायिक दृष्टिकोण का नतीजा है कि उसका

ध्यान सामाजिक सरोकारों से कहीं भटक गया है। मुद्दों पर आधारित पत्रकारिता के बजाय आज इन्फोटेमेंट ही मीडिया की सुर्खियों में रहता है।

पुस्तक लेखन में कई लिखित व अलिखित स्रोतों से मदद ली गई है; मैं उन सभी विज्ञ लेखकों के प्रति अपना आभार प्रकट करती हूँ। आशा करती हूँ कि पुस्तक पाठकों के लिए उपयोगी होगी।

—लेखिका

अनुक्रम

प्रस्तावना	v
1. पत्रकारिता : परिचय	1
पत्रकारिता का अर्थ	2
पत्रकारिता की परिभाषा	5
पत्रकारिता का इतिहास	6
भारत में पत्रकारिता का आरंभ	6
भारतीय चिन्तन	8
पत्रकारिता में कैरियर	10
पत्रकारिता का स्वरूप और विशेषतायें	13
2. पत्रकारिता का मूल्य एवं क्षेत्र	15
पत्रकारिता और पत्रकार	17
पत्रकारिता के क्षेत्र	21
3. पत्रकारिता के प्रकार	25
राजनैतिक पत्रकारिता	25
अपराध पत्रकारिता	26
खोजी पत्रकारिता	26
वॉचडाग पत्रकारिता	28
खेल पत्रकारिता	29

महिला पत्रकारिता	32
बाल पत्रकारिता	33
4. पत्रकारिता के कार्य एवं सिद्धांत	42
पत्रकारिता के कार्य	42
5. पत्रकारिता की शैलियाँ	52
वक्त के साथ बदलती है भाषा	54
भाषा और निष्पक्षता	55
पत्रकारिता और भाषा	55
सेलिब्रिटी पत्रकारिता	59
6. पत्रकारीय लेखन के विभिन्न रूप और लेखन प्रक्रिया	62
पत्रकार के प्रकार	63
7. हिन्दी पत्रकारिता का इतिहास	69
भारतीय भाषाओं में पत्रकारिता का आरम्भ और हिन्दी पत्रकारिता	69
हिंदी पत्रकारिता का पहला चरण	70
भारतेन्दु के बाद	73
आधुनिक युग	76
1990 के बाद	79
हिन्दी पत्रकारिता का इतिहास	80
प्रतिबंधित पत्र-पत्रिकाएँ	84
गवर्नर जनरल वेलेजली	85
8. हिंदी पत्रकारिता की भाषा	87
9. पत्रकारिता के विविध आयाम	95
रेडियो पत्रकारिता	98
इलेक्ट्रॉनिक मीडिया	99
समाज पर पड़ रहा नकारात्मक प्रभाव	101
विज्ञापन और पत्रकारिता	104
हिंदी के प्रमुख पत्रकार	108
10. पत्रकारिता के क्षेत्र एवं उनकी रिपोर्टिंग	115
अपराध रिपोर्टिंग	116
राजनैतिक रिपोर्टिंग	118
न्यायिक रिपोर्टिंग	120

खेल रिपोर्टिंग	121
कला, संस्कृति व फिल्म रिपोर्टिंग	122
शिक्षा रिपोर्टिंग	124
बाल पत्रकारिता की रिपोर्टिंग	125
खोजी पत्रकारिता की रिपोर्टिंग	126
विकास पत्रकारिता की रिपोर्टिंग	127
11. पत्रकारिता एवं अनुवाद	129
पत्रकारिता और अनुवाद का सामान्य परिचय	131
पत्रकारिता में अनुवाद की समस्याएँ	132
शैली की समस्या	135
निर्माण के सिद्धांत	139
12. पत्रकारिता का महत्त्व एवं उद्देश्य	151
पत्रकारिता के मकसद	161
13. प्रेस परिषद् की शक्तियाँ एवं कार्य प्रणाली	165
संरचना एवं उद्देश्य	166
परिषद् का इतिहास	167
परिषद् की शक्तियाँ	168
जन प्राधिकरण के कर्तव्य	175
आचार संहिता	176
प्रेस की स्वतंत्रता	178
अनुचितता और प्रेस स्वतंत्रता	181
विशेष जाँच	188
मतदान पूर्व और पश्चात मतदान सर्वेक्षण पर मार्ग निर्देश	192
विधानों का परीक्षण	196
सूचना के गोपनीय स्रोत की सुरक्षा	198
परिषद् की शक्तियाँ और कृत्य	203

1

पत्रकारिता : परिचय

आज 'पत्रकारिता' शब्द हमारे लिए कोई नया शब्द नहीं है। सुबह होते ही हमें अखबार की आवश्यकता होती है, फिर सारे दिन रेडियो, दूरदर्शन, इंटरनेट एवं सोशल मीडिया के माध्यम से समाचार प्राप्त करते रहते हैं। साथ ही साथ रेडियो, टीवी और सोशल मीडिया सुबह से लेकर रात तक हमारे मनोरंजन के अतिरिक्त अन्य कई जानकारियों से परिचित कराते हैं। इसके साथ ही विज्ञापन ने हमें उपभोक्ता संस्कृति से जोड़ दिया है। कुल मिलाकर पत्रकारिता के विभिन्न माध्यम जैसे समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट, सोशल मीडिया ने व्यक्ति से लेकर समूह तक और देश से लेकर सारे विश्व को एकसूत्र में बांध दिया है। इसके परिणाम स्वरूप पत्रकारिता आज राष्ट्रीय स्तर पर विचार, अर्थ, राजनीति और यहां तक कि संस्कृति को भी प्रभावित करने में सक्षम हो गई है।

पत्रकारिता आधुनिक सभ्यता का एक प्रमुख व्यवसाय है जिसमें समाचारों का एकत्रीकरण, लिखना, जानकारी एकत्रित करके पहुँचाना, सम्पादित करना और सम्यक प्रस्तुतीकरण आदि सम्मिलित हैं। आज के युग में पत्रकारिता के भी अनेक माध्यम हो गये हैं, जैसे - अखबार, पत्रिकायें, रेडियो, दूरदर्शन, वेब-पत्रकारिता आदि। बदलते वक्त के साथ बाजारवाद और पत्रकारिता के अंतर्संबंधों ने पत्रकारिता की विषय-वस्तु तथा प्रस्तुति शैली में व्यापक परिवर्तन किए।

जनता की आवाज को उठाना, निष्पक्ष पत्रकारिता करना, सरकार की गलत नीतियों को जनता के समक्ष लाना, सच क्या है जनता को बताना, लोगों के हक के लिए सरकार से टकराना, भ्रष्टाचार को उजागर करना, समाज के मुद्दों के लिए लड़ना। वास्तव में पत्रकारिता एक ऐसी ताकत है जो सत्ता को हिला कर रख सकती है। सत्ता की नींद हराम कर सकती है। अगर आज हमारा देश लोकतांत्रिक देश कहा जाता है तो इसका पूरा श्रेय पत्रकारिता को ही दिया जाएगा। क्योंकि भारत को आजादी दिलाने में अहम भूमिका पत्रकारों की ही रही है।

जितने भी क्रांतिकारी थे वह किसी न किसी तरीके से पत्रकारिता के साथ जुड़े हुए थे। महात्मा गांधी खुद एक पत्रकार ही थे। वह पत्रकार जिन्होंने पत्रकारिता को एक मिशन माना, जिनका मुख्य मकसद केवल देश की आजादी था, जिन्होंने कभी भी धन कमाने के लिए एक बार भी नहीं सोचा और देश की आजादी के लिए अनेकों यातनाएं झेलीं। इन्हीं पत्रकारों की वजह से आज हमारा देश आजाद है, क्योंकि भारत की जनता को आजादी को उकसाने के लिए उस समय का मुख्य माध्यम केवल पत्र ही थे। जिनके लेखों से प्रभावित होकर जनता में आजादी के लिए संघर्ष छिड़ने लगा। पर आज हम सब आजाद हैं, असली पत्रकारिता तो यही है।

मगर मौजूदा स्थिति की बात की जाए तो इनमें से एक काम भी मीडिया द्वारा बिल्कुल भी नहीं किया जा रहा है। भ्रमित करने वाली खबरें चलाकर लोगों को भ्रम की स्थिति में रखा जा रहा है आज का मीडिया एक ही पक्ष का हो गया है। और वह सिर्फ सरकार की भाषा बोलने लगा है। जिस वजह से आज समाज का बहुत बड़ा वर्ग सच्चाई से दूर जा चुका है आज मीडिया प्रोपेगेंडा कर रहा है और वह खुद तय करता है कि कब क्या होना चाहिए।

पत्रकारिता का अर्थ

अपने रोजमर्रा के जीवन की स्थिति के बारे में थोड़ा गौर कीजिए। दो लोग आस-पास रहते हैं और कभी बाजार में, कभी राह चलते और कभी एक-दूसरे के घर पर रोज मिलते हैं। आपस में जब वार्तालाप करते हैं उनका पहला सवाल क्या होता है? क्या हालचाल है? या कैसे हैं? या क्या समाचार है? रोजमर्रा के ऐसे सहज प्रश्नों में कोई खास बात नहीं दिखा देती

है, लेकिन इस पर थोड़ा विचार किया जाए तो पता चलता है कि इस प्रश्न में एक इच्छा या जिज्ञासा दिखाई देगी और वह है नया और ताजा समाचार जानने की। वे दोनों पिछले कुछ घंटे या कल रात से आज के बीच में आए बदलाव या हाल की जानकारी प्राप्त करना चाहते हैं। कहने का तात्पर्य यह है कि हम अपने मित्रों, पड़ोसियों, रिश्तेदारों और सहकर्मियों से हमेशा उनकी आस-पास की घटनाओं के बारे में जानना चाहते हैं।

मनुष्य की सहज प्रवृत्ति है कि वह अपने आस-पास की चीजों, घटनाओं और लोगों के बारे में ताजा जानकारी रखना चाहता है। उसमें जिज्ञासा का भाव प्रबल होता है। यही जिज्ञासा समाचार और व्यापक अर्थ में पत्रकारिता का मूल तत्त्व है। जिज्ञासा नहीं रहेगी तो समाचार की जरूरत नहीं रहेगी। पत्रकारिता का विकास इसी जिज्ञासा को शांत करने के प्रयास के रूप में हुआ है जो आज भी अपने मूल सिद्धांत के आधार पर काम करती आ रही है।

इस जिज्ञासा से हमें अपने पास-पड़ोस, शहर, राज्य और देश दुनिया के बारे में बहुत कुछ सूचनाएँ प्राप्त होती हैं। ये सूचनाएँ हमारे दैनिक जीवन के साथ-साथ पूरे समाज को प्रभावित करती हैं। ये सूचनाएँ हमारा अगला कदम क्या होगा तय करने में सहायता करती हैं। यही कारण है कि आधुनिक समाज में सूचना और संचार माध्यमों का महत्त्व बहुत बढ़ गया है। आज देश दुनिया में क्या घटित हो रहा है उसकी अधिकांश जानकारियाँ हमें समाचार माध्यमों से मिलती हैं।

विभिन्न समाचार माध्यमों के जरिए दुनियाभर के समाचार हमारे घरों तक पहुँचते हैं चाहे वह समाचार पत्र हो या टेलीविजन और रेडियो या इंटरनेट या सोशल मीडिया। समाचार संगठनों में काम करने वाले पत्रकार देश-दुनिया में घटनेवाली घटनाओं को समाचार के रूप में परिवर्तित कर हम तक पहुँचाते हैं। इसके लिए वे रोज सूचनाओं का संकलन करते हैं और उन्हें समाचार के प्रारूप में ढालकर पेश करते हैं। इस पूरी प्रक्रिया को ही 'पत्रकारिता' कहते हैं।

व्यक्ति को, समाज को, देश-दुनिया को प्रभावित करने वाली हर सूचना समाचार है। यानी कि किसी घटना की रिपोर्ट ही समाचार है। या यूँ कहें कि समाचार जल्दी में लिखा गया इतिहास होता है।

पत्रकारिता शब्द अंग्रेजी के 'जर्नलिज्म' का हिन्दी रूपांतर है। शब्दार्थ की दृष्टि से 'जर्नलिज्म' शब्द 'जर्नल' से निर्मित है और इसका अर्थ है 'दैनिकी', 'दैनैन्दिनी', 'रोजनामचा' अर्थात् जिसमें दैनिक कार्यों का विवरण हो। आज जर्नल शब्द 'मैगजीन', 'समाचार पत्र', 'दैनिक अखबार' का द्योतक हो गया है। 'जर्नलिज्म' यानी पत्रकारिता का अर्थ समाचार पत्र, पत्रिका से जुड़ा व्यवसाय, समाचार संकलन, लेखन, संपादन, प्रस्तुतीकरण, वितरण आदि होगा। आज के युग में पत्रकारिता के अभी अनेक माध्यम हो गये हैं, जैसे-अखबार, पत्रिकाएँ, रेडियो, दूरदर्शन, वेब-पत्रकारिता, सोशल मीडिया, इंटरनेट आदि।

हिन्दी में भी पत्रकारिता का अर्थ भी लगभग यही है। 'पत्र' से 'पत्रकार' और फिर 'पत्रकारिता' से इसे समझा जा सकता है। वृहत हिन्दी शब्दकोश के अनुसार 'पत्र' का अर्थ चिट्ठी, कागज, वह कागज जिस पर कोई बात लिखी या छपी हो, वह कागज या धातु की पट्टी जिस पर किसी व्यवहार के विषय में कोई प्रामाणिक लेख लिखा या खुदवाया गया हो (दानपत्र, ताम्रपत्र), किसी व्यवहार या घटना के विषय का प्रमाण रूप लेख (पट्टा, दस्तावेज), यान, वाहन, समाचार पत्र, अखबार है। 'पत्रकार' का अर्थ समाचार पत्र का संपादक या लेखक। और 'पत्रकारिता' का अर्थ पत्रकार का काम या पेशा, समाचार के संपादन, समाचार इकट्ठे करने आदि का विवेचन करनेवाली विद्या। वृहत शब्दकोश में साफ है कि पत्र का अर्थ वह कागज या साधन जिस पर कोई बात लिखी या छपी हो जो प्रामाणिक हो, जो किसी घटना के विषय को प्रमाण रूप-पेश करता है। और पत्रकार का अर्थ उस पत्र, कागज को लिखने वाला, संपादन करनेवाला। और पत्रकारिता का अर्थ उसका विवेचन करने वाली विद्या।

उल्लेखनीय है कि इन सभी माध्यमों से संदेशों या सूचना का प्रसार एक तरफा होता है। सूचना के प्राप्तकर्ता से इनका फीडबैक नहीं के बराबर है। यानी सभी माध्यमों में प्रचारक या प्रसारक के संदेश प्राप्तकर्ता में दोहरा संपर्क नहीं स्थापित कर पाते हैं। प्राप्तकर्ता से मिलने वाली प्रतिक्रिया, चिट्ठियों आदि के माध्यम से संपर्क नहीं के बराबर है। पिछले कुछ सालों में जनसंचार के अत्याधुनिक पद्धतियों के प्रचलन दोहरा संपर्क राखा जाने लगा है।

पत्रकारिता की परिभाषा

किसी घटना की रिपोर्ट समाचार है जो व्यक्ति, समाज एवं देश दुनिया को प्रभावित करती है। इसके साथ ही इसका उपरोक्त से सीधा संबंध होता है। इस कर्म से जुड़े मर्मज्ञ विभिन्न मनीषियों द्वारा पत्रकारिता को अलग-अलग शब्दों में परिभाषित किए हैं। पत्रकारिता के स्वरूप को समझने के लिए यहाँ कुछ महत्वपूर्ण परिभाषाओं का उल्लेख किया जा रहा है—

पाश्चात्य चिन्तन

न्यू वेबस्टर्स डिक्शनरी — प्रकाशन, सम्पादन, लेखन एवं प्रसारणयुक्त समाचार माध्यम का व्यवसाय ही पत्रकारिता है।

विल्वर श्रम — जनसंचार माध्यम दुनिया का नक्शा बदल सकता है।

सी.जी. मूलर — सामयिक ज्ञान का व्यवसाय ही पत्रकारिता है। इसमें तथ्यों की प्राप्ति उनका मूल्यांकन एवं ठीक-ठाक प्रस्तुतीकरण होता है।

जेम्स मैकडोनल्ड — पत्रकारिता को मैं रणभूमि से ज्यादा बड़ी चीज समझता हूँ। यह कोई पेशा नहीं वरन पेशे से ऊँची कोई चीज है। यह एक जीवन है, जिसे मैंने अपने को स्वेच्छापूर्वक समर्पित किया।

विखेम स्टीड — मैं समझता हूँ कि पत्रकारिता कला भी है, वृत्ति भी और जनसेवा भी। जब कोई यह नहीं समझता कि मेरा कर्तव्य अपने पत्र के द्वारा लोगों का ज्ञान बढ़ाना, उनका मार्गदर्शन करना है, तब तक से पत्रकारिता की चाहे जितनी ट्रेनिंग दी जाए, वह पूर्ण रूपेण पत्रकार नहीं बन सकता।

इस प्रकार न्यू वेबस्टर्स डिक्शनरी में उस माध्यम को जिसमें समाचार का प्रकाशन, संपादन एवं प्रसारण विषय से संबंधित को पत्रकारिता कहा गया है।

विल्वर श्रम का कहना है कि जनसंचार माध्यम उसे कहा जा सकता है जो व्यक्ति से लेकर समूह तक और देश से लेकर विश्व तक को विचार, अर्थ, राजनीति और यहां तक कि संस्कृति को भी प्रभावित करने में सक्षम है। सीजी मूलर ने तथ्य एवं उसका मूल्यांकन के प्रस्तुतीकरण और सामयिक ज्ञान से जुड़े व्यापार को पत्रकारिता के दायरे में रखते हैं। जेम्स मैकडोनल्ड के विचार अनुसार पत्रकारिता दर्शन है जिसकी क्षमता युद्ध से भी ताकवर है। विखेम स्टीड पत्रकारिता को कला, पेशा और जनसेवा का संगम मानते हैं।

पत्रकारिता का इतिहास

पत्रकारिता का इतिहास, प्रौद्योगिकी और व्यापार के विकास के साथ आरम्भ हुआ। लगता है कि विश्व में पत्रकारिता का आरंभ सन 131 ईस्वीं पूर्व रोम में हुआ था। उस साल पहला दैनिक समाचार-पत्र निकलने लगा। उस का नाम था – ‘Acta Diurna’ (दिन की घटनाएं)। वास्तव में यह पत्थर की या धातु की पट्टी होता था जिस पर समाचार अंकित होते थे। ये पट्टियां रोम के मुख्य स्थानों पर रखी जाती थीं और इन में वरिष्ठ अधिकारियों की नियुक्ति, नागरिकों की सभाओं के निर्णयों और ग्लेडिएट्रों की लड़ाइयों के परिणामों के बारे में सूचनाएं मिलती थीं।

मध्यकाल में यूरोप के व्यापारिक केंद्रों में ‘सूचना-पत्र’ निकलने लगे। उन में कारोबार, क्रय-विक्रय और मुद्रा के मूल्य में उतार-चढ़ाव के समाचार लिखे जाते थे। लेकिन ये सारे ‘सूचना-पत्र’ हाथ से ही लिखे जाते थे।

15वीं शताब्दी के मध्य में योहन गूटनबर्ग ने छापने की मशीन का आविष्कार किया। असल में उन्होंने धातु के अक्षरों का आविष्कार किया। इस के फलस्वरूप किताबों का ही नहीं, अखबारों का भी प्रकाशन संभव हो गया।

16वीं शताब्दी के अंत में, यूरोप के शहर स्त्रस्बुर्ग में, योहन कारोलूस नाम का कारोबारी धनवान ग्राहकों के लिये सूचना-पत्र लिखवा कर प्रकाशित करता था। लेकिन हाथ से बहुत सी प्रतियों की नकल करने का काम महंगा भी था और धीमा भी। तब वह छापे की मशीन खरीद कर 1605 में समाचार-पत्र छापने लगा। समाचार-पत्र का नाम था ‘रिलेशन’। यह विश्व का प्रथम मुद्रित समाचार-पत्र माना जाता है।

भारत में पत्रकारिता का आरंभ

छापे की पहली मशीन भारत में 1674 में पहुँचायी गयी थी। मगर भारत का पहला अखबार इस के 100 साल बाद, 1776 में प्रकाशित हुआ। इस का प्रकाशक ईस्ट इंडिया कंपनी का भूतपूर्व अधिकारी विलेम बॉल्ट्स था। यह अखबार स्वभावतः अंग्रेजी भाषा में निकलता था तथा कंपनी व सरकार के समाचार फैलाता था।

सब से पहला अखबार, जिस में विचार स्वतंत्र रूप से व्यक्त किये गये, वह 1780 में जेम्स ओगस्टस हीकी का अखबार 'बंगाल गजेट' था। अखबार में दो पन्ने थे और इस में ईस्ट इंडिया कंपनी के वरिष्ठ अधिकारियों की व्यक्तिगत जीवन पर लेख छपते थे। जब हीकी ने अपने अखबार में गवर्नर की पत्नी का आक्षेप किया तो उसे 4 महीने के लिये जेल भेजा गया और 500 रुपये का जुर्माना लगा दिया गया। लेकिन हीकी शासकों की आलोचना करने से परहेज नहीं किया। और जब उस ने गवर्नर और सर्वोच्च न्यायाधीश की आलोचना की तो उस पर 5000 रुपये का जुर्माना लगाया गया और एक साल के लिये जेल में डाला गया। इस तरह उस का अखबार भी बंद हो गया।

सन् 1790 के बाद भारत में अंग्रेजी भाषा के और कुछ अखबार स्थापित हुए जो अधिकतर शासन के मुखपत्र थे। पर भारत में प्रकाशित होने वाले समाचार-पत्र थोड़े-थोड़े दिनों तक ही जीवित रह सके।

सन् 1819 में भारतीय भाषा में पहला समाचार-पत्र प्रकाशित हुआ था। वह बंगाली भाषा का पत्र - 'संवाद कौमुदी' (बुद्धि का चांद) था। उस के प्रकाशक राजा राममोहन राय थे।

सन् 1822 में गुजराती भाषा का साप्ताहिक 'मुंबईना समाचार' प्रकाशित होने लगा, जो दस वर्ष बाद दैनिक हो गया और गुजराती के प्रमुख दैनिक के रूप में आज तक विद्यमान है। भारतीय भाषा का यह सब से पुराना समाचार-पत्र है।

सन् 1826 में 'उदंत मार्टेड' नाम से हिंदी के प्रथम समाचार-पत्र का प्रकाशन प्रारंभ हुआ। यह साप्ताहिक पत्र 1827 तक चला और पैसे की कमी के कारण बंद हो गया।

सन् 1830 में राममोहन राय ने बड़ा हिंदी साप्ताहिक 'बंगदूत' का प्रकाशन शुरू किया। वैसे यह बहुभाषीय पत्र था, जो अंग्रेजी, बंगला, हिंदी और फारसी में निकलता था। यह कोलकाता से निकलता था जो अहिंदी क्षेत्र था। इस से पता चलता है कि राममोहन राय हिंदी को कितना महत्त्व देते थे।

सन् 1833 में भारत में 20 समाचार-पत्र थे, 1850 में 28 हो गए और 1953 में 35 हो गये। इस तरह अखबारों की संख्या तो बढ़ी, पर नाममात्र को ही बढ़ी। बहुत से पत्र जल्द ही बंद हो गये। उन की जगह नये

निकले। प्रायः समाचार-पत्र कई महीनों से ले कर दो-तीन साल तक जीवित रहे। उस समय भारतीय समाचार-पत्रों की समस्याएं समान थीं। वे नया ज्ञान अपने पाठकों को देना चाहते थे और उसके साथ समाज-सुधार की भावना भी थी। सामाजिक सुधारों को लेकर नये और पुराने विचारवालों में अंतर भी होते थे। इस के कारण नये-नये पत्र निकले। उन के सामने यह समस्या भी थी कि अपने पाठकों को किस भाषा में समाचार और विचार दें। समस्या थी — भाषा शुद्ध हो या सब के लिये सुलभ हो? 1846 में राजा शिव प्रसाद ने हिंदी पत्र 'बनारस अखबार' का प्रकाशन शुरू किया।

राजा शिव प्रसाद शुद्ध हिंदी का प्रचार करते थे और अपने पत्र के पृष्ठों पर उन लोगों की कड़ी आलोचना की जो बोल-चाल की हिंदुस्तानी के पक्ष में थे। लेकिन उसी समय के हिंदी लखक भरतेंदु हरिश्चंद्र ने ऐसी रचनाएं रचीं जिन की भाषा समृद्ध भी थी और सरल भी। इस तरह उन्होंने आधुनिक हिंदी की नींव रखी है और हिंदी के भविष्य के बारे में हो रहे विवाद को समाप्त कर दिया। 1868 में भरतेंदु हरिश्चंद्र ने साहित्यिक पत्रिका 'कविवच सुधा' निकालना प्रारंभ किया। 1854 में हिंदी का पहला दैनिक 'समाचार सुधा वर्षण' निकला।

भारतीय चिन्तन

हिन्दी शब्द सागर—पत्रकार का काम या व्यवसाय ही पत्रकारिता है।

डा. अर्जुन—ज्ञान और विचारों को समीक्षात्मक टिप्पणियों के साथ शब्द, ध्वनि तथा चित्रों के माध्यम से जन-जन तक पहुँचाना ही पत्रकारिता है। यह वह विद्या है जिसमें सभी प्रकार के पत्रकारों के कार्यों, कर्तव्यों और लक्ष्यों का विवेचन होता है। पत्रकारिता समय के साथ-साथ समाज की दिग्दर्शिका और नियामिका है।

रामकृष्ण रघुनाथ खाडिलकर—ज्ञान और विचार शब्दों तथा चित्रों के रूप में दूसरे तक पहुँचाना ही पत्रकला है। छपने वाले लेख-समाचार तैयार करना ही पत्रकारी नहीं है। आकर्षक शीर्षक देना, पृष्ठों का आकर्षक बनाव-ठनाव, जल्दी से जल्दी समाचार देने की त्वरा, देश-विदेश के प्रमुख उद्योग-धन्धों के विज्ञापन प्राप्त करने की चतुरा, सुन्दर छपा और पाठक के हाथ में सबसे जल्दी पत्र पहुँचा देने की त्वरा, ये सब पत्रकार कला के अंतर्गत रखे गए।

डा.बद्रीनाथ—पत्रकारिता पत्र-पत्रिकाओं के लिए समाचार लेख आदि एकत्रित करने, सम्पादित करने, प्रकाशन आदेश देने का कार्य है।

डा. शंकरदयाल—पत्रकारिता एक पेशा नहीं है, बल्कि यह तो जनता की सेवा का माध्यम है। पत्रकारों को केवल घटनाओं का विवरण ही पेश नहीं करना चाहिए, आम जनता के सामने उसका विश्लेषण भी करना चाहिए। पत्रकारों पर लोकतांत्रिक परम्पराओं की रक्षा करने और शांति एवं भाईचारा बनाए रखने की भी जिम्मेदारी आती है।

इन्द्रविद्यावाचस्पति—पत्रकारिता पांचवां वेद है, जिसके द्वारा हम ज्ञान-विज्ञान संबंधी बातों को जानकर अपना बंद मस्तिष्क खोलते हैं।

हिन्दी शब्द सागर में पत्रकार के कार्य एवं उससे जुड़े व्यवसाय को पत्रकारिता कहा गया है। डा. अर्जुन के अनुसार ज्ञान और विचार को कलात्मक ढंग से लोगों तक पहुँचाना ही पत्रकारिता है। यह समाज का मार्गदर्शन भी करता है। इससे जुड़े कार्य का तात्त्विक विवेचन करना ही पत्रकारिता विद्या है। रामकृष्ण रघुनाथ खाडिलकर मानते हैं कि यह एक कला है जिसके माध्यम से पत्रकार ज्ञान और विचारों को शब्द एवं चित्रों के माध्यम से आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करता है।

डा. बद्रीनाथ कपूर का कहना है कि समाचार माध्यमों के लिए किए जानेवाले कार्य समाचार संकलन, लेखन एवं संपादन, प्रकाशन कार्य ही पत्रकारिता है। डा.शंकर दयाल शर्मा मानते हैं कि यह सेवा का माध्यम है। यह एक ऐसी सेवा है जो घटनाओं का विश्लेषण करके लोकतांत्रिक परंपराओं की रक्षा करने के साथ ही शांति एवं भाईचारा कायम रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह करती है। इंद्र विद्या वाचस्पति का मानना है कि पत्रकारिता वेदों की तरह जो ज्ञान-विज्ञान के जरिए लोगों के मस्तिष्क को खोलने में काम करता है। इन सभी परिभाषाओं के आधार पर पत्रकारिता को निम्नलिखित शब्दों में परिभाषित किया जा सकता है —

यह एक ऐसा कलात्मक सेवा कार्य है जिसमें सामयिक घटनाओं को शब्द एवं चित्र के माध्यम से जन जन तक आकर्षक ढंग से पेश किया गया हो और जो व्यक्ति से लेकर समूह तक और देश से लेकर विश्व तक के विचार, अर्थ, राजनीति और यहां तक कि संस्कृति को भी प्रभावित करने में सक्षम हो। उस कला का विवेचन ही पत्रकारिता है।

पत्रकारिता में करियर

भारत में विकास तथा गवर्नेंस का क्षेत्र हाल ही में एक नया उदाहरण बना है, जिसका मुख्य आधार नई नीतिगत व्यवस्था, परिवर्तित व्यवसाय परिवेश और सार्वभौमिकरण है। इन समसामयिक स्थितियों के कारण पत्रकारिता की प्रासंगिकता व्यापक रूप से बढ़ गई है। पत्रकारिता के बढ़ रहे महत्त्व को देखते हुए, कई मीडिया संस्थाएं शैक्षिक संस्थाएं और इलेक्ट्रॉनिक चैनल स्थापित किए गए हैं। मीडिया समाज तथा शासन का वास्तविक दर्पण बन गया है और जन-साधारण की समस्याओं उनकी मांगों को उठाने तथा उन्हें न्याय दिलाने का एक प्रभावी साधन (प्लेट फार्म) बन गया है।

बदलते परिवेश में प्रायः प्रत्येक करियर की संभावनाओं में आमूल परिवर्तन कर दिया है। पत्रकारिता में करियर एक प्रतिष्ठित व्यवसाय है और कुछ मामलों में एक उच्च वेतन देने वाला व्यवसाय है, जो युवाओं की बड़ी संख्या को आकर्षित कर रहा है। किसी भी राष्ट्र के विकास में पत्रकारिता एक अहम भूमिका निभाती है। पत्रकारिता ही वह साधन है, जिसके माध्यम से हमें समाज की दैनिक घटनाओं के बारे में सूचना प्राप्त होती है। वास्तव में पत्रकारिता का उद्देश्य जनता को सूचना देना, समझाना, शिक्षा देना और उन्हें प्रबुद्ध करना है।

पत्रकारों के लिए अवसर अनंत है। किंतु साथ ही साथ किसी भी पत्रकार का कार्य अधिक चुनौतीपूर्ण है, क्योंकि नया विश्व, इस कहावत को चरितार्थ कर रहा है कि “कलम (और कैमरा) तलवार से कहीं अधिक प्रभावशाली है।” अब घटनाओं की मात्र साधारण रिपोर्ट देना ही पर्याप्त नहीं है, बल्कि रिपोर्टिंग में अधिक विशेषज्ञता और व्यावसायिकता होना आवश्यक है। यही कारण है कि पत्रकार समाचारपत्रों एवं आवधिक पत्र-पत्रिकाओं के लिए राजनीति शास्त्र, वित्त एवं अर्थशास्त्र, जांच, संस्कृति एवं खेल जैसे विविध क्षेत्रों में विशेषज्ञता प्राप्त करते हैं।

एक करियर के रूप में तीन ऐसे मुख्य क्षेत्र हैं जिनमें पत्रकारिता के इच्छुक व्यक्ति रोजगार ढूँढ़ सकते हैं—

- अनुसंधान एवं अध्यापन,
- प्रिंट पत्रकारिता,
- इलेक्ट्रॉनिक (श्रव्य/दृश्य) पत्रकारिता।

अनुसंधान एवं अध्यापन: यद्यपि उच्च शिक्षा, पत्रकारों के लिए रोजगार का एक महत्वपूर्ण स्रोत है, किंतु अनुसंधान भी पत्रकारिता में एक सामान्य करियर विकल्प है। पत्रकारिता में पी.एच.डी. प्राप्त व्यक्ति कॉलेजों विश्वविद्यालयों और अनुसंधान संस्थाओं में रोजगार तलाशते हैं। कई अध्यापन पदों पर विशेष रूप से विश्वविद्यालयों और संस्थानों में अनुसंधान कार्यकलाप अपेक्षित होते हैं। शैक्षिक छापाखानों का यह आधार है “प्रकाशित करो या नष्ट हो जाओ”। अधिकांश छापाखानों की तरह इसका भी एक सत्य और विरूपण है। यद्यपि यह निश्चित तौर पर सत्य है कि पुस्तकों अथवा लेखों को प्रकाशित करना कार्य - सुरक्षा तथा पदोन्नति का मुख्य मार्ग है और अधिकांश विश्वविद्यालयों में वेतन वृद्धि होती है, यह अपेक्षा ऐसी स्थापनाओं में अधिक लागू होती है जहां मूल छात्रवृत्ति को महत्त्व तथा समर्थन दिया जाता है। तथापि कई संस्थाएं उन्नति के एक प्रारंभिक मार्ग के रूप में अनुसंधान अथवा अध्यापन पर अधिक बल देती हैं। कुछ संस्थाएं एक पर दूसरे को महत्त्व देती हैं तो कई संस्थाओं का प्रयास अनुसंधान तथा अध्यापन के बीच अधिकतम संतुलन बनाए रखना रहा है।

इसके परिणामस्वरूप यद्यपि कुछ व्यवसायों में पत्रकारिता में कोई डिग्री विशेष रूप से अपेक्षित होती है, तथापि, ऐसा शैक्षिक प्रशिक्षण विविध प्रकार के व्यवसायों में जाने की एक महत्त्वपूर्ण योग्यता हो सकती है। पत्रकारिता में कला-स्नातक या मास्टर ऑफ आर्ट्स अथवा अनुसंधान (पीएच. डी.) डिग्रियों के लिए, गैर-लाभ भोगी क्षेत्र में, कोई विश्वविद्यालय, कोई संस्थान कोई व्यावसायिक या मीडिया फर्म रोजगार का क्षेत्र हो सकती है। कुछ ऐसे डिग्रीधारी स्व-रोजगार वाले होते हैं और अपनी निजी अनुसंधान अथवा परामर्श-फर्मों के प्रमुख होते हैं। तथापि, इस तथ्य पर बल दिया जाना चाहिए कि उनकी पद्धतियों तथा परिप्रेक्ष्यों को उपयोगिता देते हुए पत्रकारों ने उनके विकास में सहायता की है और वे ऐसे कई क्षेत्रों तथा करियर के पदों पर फैले हो जहां अनुसंधान का न केवल उपयोग किया जाता हो, बल्कि अनुसंधान कार्यों से भी कहीं आगे जाते हो।

प्रिंट पत्रकारिता- प्रिंट पत्रकारिता समाचार पत्रों पत्रिकाओं तथा दैनिक पत्रों के लिए समाचारों को एकत्र करने एवं उनके सम्पादन से संबद्ध है। समाचार पत्र एवं पत्रिकाएं, वे बड़ी हों या छोटी, हमेशा विश्वभर में समाचारों तथा सूचना का मुख्य स्रोत रही हैं और लाखों व्यक्ति उन्हें प्रतिदिन

पढ़ते हैं। कई वर्षों से प्रिंट पत्रकारिता बड़े परिवर्तन की साक्षी रही है। आज समाचार-पत्र एवं पत्रिकाएं विविध विशेषज्ञतापूर्ण वर्गों जैसे राजनीतिक घटनाओं व्यवसाय समाचारों, सिनेमा, खेल, स्वास्थ्य तथा कई अन्य विषयों पर समाचार प्रकाशित करते हैं, जिनके लिए व्यावसायिक रूप से योग्य पत्रकारों की मांग होती है। प्रिंट पत्रकारिता में कोई भी व्यक्ति सम्पादक, संवाददाता, रिपोर्टर, आदि के रूप में कार्य कर सकता है।

इलेक्ट्रॉनिक पत्रकारिता— इलेक्ट्रॉनिक पत्रकारिता का विशेष रूप से प्रसारण के माध्यम से जन-समुदाय पर पर्याप्त प्रभाव है। दूरदर्शन, रेडियो, श्रव्य, दृश्य (ऑडियो, वीडियो) और वेब जैसे इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने दूर-दराज के स्थानों में समाचार, मनोरंजन एवं सूचनाएं पहुँचाने का कार्य किया है। वेब में, कुशल व्यक्तियों को वेब समाचार पत्रों (जो केवल वेब की पूर्ति करते हैं और इनमें प्रिंट संस्करण नहीं होते और लोक प्रिय समाचारपत्रों तथा पत्रिकाओं को जिनके अपने वेब संस्करण होते हैं, साइट रखनी होती है। इलेक्ट्रॉनिक पत्रकारिता में कोई भी व्यक्ति रिपोर्टर, लेखक, सम्पादक, अनुसंधानकर्ता, संवाददाता और एंकर बन सकता है।

व्यक्तिगत गुण/कौशल—पत्रकारिता के क्षेत्र में एक सफल करियर के रूप में किसी भी व्यक्ति को जिज्ञासु दृढ़ इच्छा शक्ति वाला, सूचना को वास्तविक, संक्षिप्त तथा प्रभावी रूप में प्रस्तुत करने की अभिरुचि रखने वाला, किसी के विचारों को सुव्यवस्थित करने तथा उन्हें भाषा तथा लिखित-दोनों रूपों में स्पष्ट रूप से अभिव्यक्त करने में कुशल होना चाहिए। दबाव में कार्य करने के दौरान भी नम्र एवं शांत चित्त बने रहना एक अतिरिक्त योग्यता होती है। जीवन के सभी क्षेत्रों से व्यक्तियों का साक्षात्कार लेते समय पत्रकार को व्यावहारिक, आत्मविश्वासपूर्ण तथा सुनियोजित रहना चाहिए। उसे प्रासंगिक तथ्यों को अप्रासंगिक तथ्यों से अलग करने में सक्षम होना चाहिए। अनुसंधान तथा सूचना की व्याख्या करने के लिए विश्लेषण कुशलता होनी चाहिए।

शिक्षा—यद्यपि स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम एवं अनुसंधान चलाने वाले कई विश्वविद्यालय तथा संस्थान हैं, उनमें कुछ निम्नलिखित हैं—

- लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ,
- बनारस हिंदू विश्वविद्यालय, वाराणसी,
- जामिया मिल्लिया इस्लामिया, नई दिल्ली,

- भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली,
- मुद्रा संचार संस्थान,
- सिम्बियोसिस पत्रकारिता एवं संचार संस्थान,
- इंदिरा गांधी राष्ट्रीय खुला विश्वविद्यालय, नई दिल्ली।

तैनाती—पत्रकारिता में कोई पाठ्यक्रम पूरा करने के बाद, कोई भी व्यक्ति किसी मीडिया अनुसंधान संस्थान या किसी सरकारी संगठन में एक अनुसंधान वैज्ञानिक बन सकता है। अनुसंधान कार्य के दौरान भी कोई व्यक्ति अन्य अनुदानों तथा सुविधाओं के अतिरिक्त, मासिक वृत्तिका प्राप्त कर सकता है। कोई भी व्यक्ति किसी समाचारपत्र में या इलेक्ट्रॉनिक चैनल में एक पत्रकार के रूप में कार्यग्रहण कर सकता है और अच्छा वेतन अर्जित कर सकता है।

पत्रकारिता का स्वरूप और विशेषतायें

इंटरनेट और सूचना के अधिकार (आर.टी.आई.) ने आज की पत्रकारिता को बहुआयामी और अनंत बना दिया है। आज कोई भी जानकारी पलक झपकते उपलब्ध की और कराई जा सकती है। मीडिया आज काफी सशक्त, स्वतंत्र और प्रभावकारी हो गया है। पत्रकारिता की पहुँच और आभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का व्यापक इस्तेमाल आमतौर पर सामाजिक सरोकारों और भलाई से ही जुड़ा है, किंतु कभी कभार इसका दुरुपयोग भी होने लगा है।

संचार क्रांति तथा सूचना के अधिकार के अलावा आर्थिक उदारीकरण ने पत्रकारिता के चेहरे को पूरी तरह बदलकर रख दिया है। विज्ञापनों से होनेवाली अथाह कमाई ने पत्रकारिता को काफी हद तक व्यावसायिक बना दिया है। मीडिया का लक्ष्य आज अधिक से अधिक कमाई का हो चला है। मीडिया के इसी व्यावसायिक दृष्टिकोण का नतीजा है कि उसका ध्यान सामाजिक सरोकारों से कहीं भटक गया है। मुद्दों पर आधारित पत्रकारिता के बजाय आज इन्फोटेमेंट ही मीडिया की सुखियों में रहता है।

इंटरनेट की व्यापकता और उस तक सार्वजनिक पहुँच के कारण उसका दुष्प्रयोग भी होने लगा है। इंटरनेट के उपयोगकर्ता निजी भड़ास निकालने और अतंगत तथा आपत्तिजनक प्रलाप करने के लिए इस उपयोगी साधन का गलत इस्तेमाल करने लगे हैं। यही कारण है कि यदा-कदा मीडिया के इन बहुपयोगी साधनों पर अंकुश लगाने की बहस भी छिड़

जाती है। गनीमत है कि यह बहस सुझावों और शिकायतों तक ही सीमित रहती है। उस पर अमल की नौबत नहीं आने पाती। लोकतंत्र के हित में यही है कि जहाँ तक हो सके पत्रकारिता हो स्वतंत्र और निर्बाध रहने दिया जाए, और पत्रकारिता का अपना हित इसमें है कि वह अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का उपयोग समाज और सामाजिक सरोकारों के प्रति अपने दायित्वों के ईमानदार निर्वहन के लिए करती रहे।

2

पत्रकारिता का मूल्य एवं क्षेत्र

चूँकि यह एक ऐसा कलात्मक सेवा कार्य है जिसमें सामयिक घटनाओं को शब्द एवं चित्र के माध्यम से पत्रकार रोज दर्ज करते चलते हैं तो इसे एक तरह से दैनिक इतिहास लेखन कहा जाएगा। यह काम ऊपरी तौर पर बहुत आसान लगता है, लेकिन यह इतना आसान होता नहीं है। अपनी पूरी स्वतंत्रता के बावजूद पत्रकारिता सामाजिक और नैतिक मूल्यों से जुड़ी रहती है।

उदाहरण के लिए सांप्रदायिक दंगों का समाचार लिखते समय पत्रकार प्रयास करता है कि उसके समाचार से आग न भड़के। वह सच्चा जानते हुए भी दंगों में मारे गए या घायल लोगों के समुदाय की पहचान नहीं करता। बलात्कार के मामलों में वह महिला का नाम या चित्र नहीं प्रकाशित करता है ताकि उसकी सामाजिक प्रतिष्ठा को धक्का न पहुँचे। पत्रकारों से अपेक्षा की जाती है कि वे पत्रकारिता की आचार संहिता का पालन करें ताकि उनके समाचारों से बेवजह और बिना ठोस सबूत के किसी की व्यक्तिगत प्रतिष्ठा को नुकसान न हो और न ही समाज में अराजकता और अशांति फैले सामाजिक सरोकारों को व्यवस्था की दहलीज तक पहुँचाने और प्रशासन की जनहितकारी नीतियों तथा योजनाओं को समाज के सबसे निचले तबके तक ले जाने के दायित्व का निर्वाह ही सार्थक पत्रकारिता है।

पत्रकारिता को लोकतंत्र का चौथा स्तंभ भी कहा जाता है। इसने लोकतंत्र में यह महत्वपूर्ण स्थान अपने आप हासिल नहीं किया है, बल्कि सामाजिक जिम्मेदारियों के प्रति पत्रकारिता के दायित्वों के महत्त्व को देखते हुए समाज ने ही यह दर्जा दिया है। लोकतंत्र तभी सशक्त होगा जब पत्रकारिता सामाजिक जिम्मेदारियों के प्रति अपनी सार्थक भूमिका निर्वाह करे। पत्रकारिता का उद्देश्य ही यह होना चाहिए कि वह प्रशासन और समाज के बीच एक महत्वपूर्ण कड़ी की भूमिका निर्वाह करे।

समय के साथ पत्रकारिता का मूल्य बदलता गया है। इतिहास पर नजर डाले तो स्वतंत्रता के पूर्व की पत्रकारिता का मुख्य उद्देश्य स्वतंत्रता प्राप्ति ही लक्ष्य था। स्वतंत्रता के लिए चले आंदोलन और स्वतंत्रता संग्राम में पत्रकारिता ने अहम और सार्थक भूमिका निभाई है। उस दौर में पत्रकारिता ने पूरे देश को एकता के सूत्र में बांधने के साथ-साथ पूरे समाज को स्वाधीनता की प्राप्ति के लक्ष्य से जोड़े रखा।

आजादी के बाद निश्चित रूप से इसमें बदलाव आना ही था। आज इंटरनेट और सूचना अधिकार ने पत्रकारिता को बहु आयामी और अनंत बना दिया है। आज को भी जानकारी पलक झपकते उपलब्ध करा जा सकती है। पत्रकारिता वर्तमान समय में पहले से कई गुना सशक्त, स्वतंत्र और प्रभावकारी हो गया है। अभिव्यक्ति की आजादी और पत्रकारिता की पहुँच का उपयोग सामाजिक सरोकारों और समाज की भलाई के लिए हो रहा है, लेकिन कभी-कभार इसका दुरुपयोग भी होने लगा है।

आर्थिक उदारीकरण का प्रभाव भी पत्रकारिता पर खूब पड़ा है। विज्ञापनों से होनेवाली अथाह कमी ने पत्रकारिता को एक व्यवसाय बना दिया है। और इसी व्यवसायिक दृष्टिकोण का नतीजा यह हो चला है कि उसका ध्यान सामाजिक जिम्मेदारियों से कहीं भटक गया है। आज पत्रकारिता मुद्दा के बदले सूचनाधर्मी होता चला गया है। इंटरनेट एवं सोशल मीडिया की व्यापकता के चलते उस तक सार्वजनिक पहुँच के कारण उसका दुष्प्रयोग भी होने लगा है। इसके कुछ उपयोगकर्ता निजी भड़ास निकालने और आपत्तिजनक प्रलाप करने के लिए इस माध्यम का गलत इस्तेमाल करने लगे हैं। यही कारण है कि इस पर अंकुश लगाने की बहस छिड़ जाती है। लोकतंत्र के हित में यही है कि जहां तक हो सके पत्रकारिता को स्वतंत्र और निर्बाध रहने दिया जाए। पत्रकारिता के हित में यही है कि वह

अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का उपयोग समाज और सामाजिक जिम्मेदारी निर्वाह के लिए मानदारी से निर्वहन करती रहे।

पत्रकारिता और पत्रकार

अब तक हमने जान लिया है कि पत्रकारिता एक ऐसी कला है जिसे शब्द और चित्र के माध्यम से पेश किया जाता है। इसे आकार देनेवाला पत्रकार होता है। ऊपर से देखने से यह एक आसान काम लगता है, लेकिन यह उतना आसान नहीं होता है। उस पर कई तरह के दबाव हो सकते हैं। अपनी पूरी स्वतंत्रता के बावजूद उस पर सामाजिक और नैतिक मूल्यों की जवाबदेही होती है।

लोकतंत्र में पत्रकारिता को चौथा स्तंभ माना गया है। इस हिसाब से न्यायपालिका, कार्यपालिका, विधायिका जैसे तीन स्तंभ को बांधे रखने के लिए पत्रकारिता एक कड़ी के रूप में काम करती है। इस कारण पत्रकार की भूमिका महत्वपूर्ण होती है। उसके सामने कई चुनौतियाँ होती हैं और दबाव भी। सामाजिक सरोकारों को व्यवस्था की दहलीज तक पहुँचाने और प्रशासन की जनहितकारी नीतियों तथा योजनाओं को समाज के सबसे निचले तबके तक ले जाने के दायित्व का निर्वहन करना पत्रकार और पत्रकारिता का कार्य है।

एक समय था भारत में कुछ लोग प्रतिष्ठित संस्था एवं व्यवस्था को समाज के विकास में सहायक नहीं समझते थे यह लोग अपने नए विचारों के प्रचार प्रसार के लिए पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन करते थे यह उनकी प्रकृति एवं प्रवृत्ति को लोगों तक पहुँचाने का माध्यम बना था। तकनीकी विकास एवं उद्योग एवं वाणिज्य के प्रसार के कारण एक दिन यह एक कमाऊ व्यवसाय में परिवर्तित हो जाएगा की बात उन्होंने सपनों में भी नहीं सोचा था। समाज के कल्याण, नए विचार के प्रचार प्रसार के लिए पत्रकारिता को समर्पित माना जाता था। यह एक दिन पेशा में बदला जाएगा और इसके लिए डिग्री, डिप्लोमा के पैमाने पर योग्यता एवं दक्षता मापा जाएगा यह को सोचा भी नहीं होगा।

लोकतंत्र व्यवस्था में पत्रकारिता भाव की अभिव्यक्ति के लिए आवश्यक माध्यम के रूप में स्वीकृत है। इसलिए पत्रकारिता या मीडिया को राष्ट्र का

चौथा स्तंभ कहा जा रहा है। लेकिन खुली हवा के अभाव में इसका विकास भी अवरुद्ध हो सकता है।

आजादी के बाद लोकतांत्रिक राष्ट्र के रूप में भारत आगे बढ़ने के कारण समाचार पत्र-पत्रिकाओं के प्रकाशन, प्रसारण में वृद्धि हुई है। इसका सामाजिक सरोकार होने के बावजूद यह एक उद्योग के रूप में परिवर्तित हो चुकी है। पत्रकारिता ने एक विकसित पेशा के रूप में शिक्षित युवाओं को आकर्षित किया है। देश में जिन कुछ क्षेत्रों में प्रवृत्ति एवं वृत्ति यानी पेशा में मिलान एवं जुड़ाव की आवश्यकता है उनमें से पत्रकारिता अन्यतम है।

पत्रकारिता के लिए किताबी ज्ञान की तुलना में कुशल साधना की जरूरत अधिक होती है। क्योंकि यह एक कला है। साधना के बल पर ही कुशलता हासिल की जा सकती है। किताब पढ़कर डिग्री तो हासिल की जा सकती है, लेकिन कुशलता के लिए अनुभव की जरूरत होती है। इसके बावजूद चूंकि यह अब पेशे में बदल चुकी है इसलिए योग्यता का पैमाना विचारणीय है। उस प्राथमिक योग्यता एवं सामान्य ज्ञान के लिए इस विषय में कुछ सामान्य नीति नियम जानना और समझना अत्यंत जरूरी है।

एक बात और अतीत में जितने भी पत्रकारों ने श्रेष्ठ पत्रकार के रूप में ख्याति प्राप्त की है उन्होंने किसी विश्वविद्यालय से पत्रकारिता विषय में को डिग्री या डिप्लोमा हासिल नहीं किया है। प्रवृत्ति के आधार पर साधना के बल पर पत्रकारिता के क्षेत्र में शीर्ष में पहुंचे हैं। कक्षाओं में कुछ व्याख्यान सुनकर या पाठ्यपुस्तक पढ़ने से पत्रकार के रूप में जीवन आरंभ करने के लिए यह सहायक हो सकता है। इसे एक पेशा के रूप में अपनाने में क्या सुविधा, असुविधा है उस पर उन्हें मार्गदर्शन मिल सकता है। पत्रकारिता को नए पेशा के रूप में अपनाने वाले युवाओं को पत्रकार की जिम्मेदारी एवं समस्या पर जानकारी हासिल हो सकती है।

पत्रकार की योग्यता और उत्तरदायित्व

समाचार पत्र-पत्रिकाएँ हो या अन्य माध्यम में कार्य कर रहे पत्रकारों को दोहरी भूमिका निर्वाह करनी पड़ती है। उसे अपने स्तर पर समाचार भी संकलन करना होता है और उसे लिखना भी पड़ता है। समाचारों के संकलन, व्याख्या और प्रस्तुतीकरण के लिए पत्रकार में गुप्तचर, मनोवैज्ञानिक और वकील के साथ-साथ एक अच्छे लेखक के गुण होने चाहिए। प्रत्येक

पत्रकार को अपने समाचार का क्षेत्र निर्धारित कर लेना चाहिए ताकि विशेषता हासिल होने पर वह समाचार को सही ढंग से पेश कर सकता है। पत्रकार में कुछ गुण ऐसे होने चाहिए जो उसे सफल पत्रकार बना सकता है उसमें सक्रियता, विश्वासपात्रता, वस्तुनिष्ठता, विश्लेषणात्मक क्षमता, भाषा पर अधिकार।

सक्रियता

एक सफल पत्रकार के लिए अत्यंत जरूरी है कि वह हर स्तर पर सक्रिय रहे। यह सक्रियता उसे समाचार संकलन और लेखन दोनों में दृष्टिगोचर होनी चाहिए। सक्रियता होगी तो समाचार में नयापन और ताजगी आएगी। अनुभवी पत्रकार अपने परिश्रम और निजी सूत्रों से सूचनाएँ प्राप्त करते हैं और उन्हें समाचार के रूप में परिवर्तित करते हैं। वह पत्र और पत्रकार सम्मानित होते हैं जिसके पत्रकार जासूसों की तरह सक्रिय रहते हैं और अपने संपर्क सूत्रों को जिदा रखते हैं।

विश्वासपात्रता

विश्वासपात्रता पत्रकार का ऐसा गुण है जिसे प्रयत्नपूर्वक प्राप्त किया जा सकता है। संपर्क सूत्र से पत्रकार को समाचार प्राप्त होते हैं। पत्रकार को हमेशा उसका विश्वासपात्र बने रहने से ही समाचार नियमित रूप से मिल सकता है। संपर्क सूत्र हमेशा यह ध्यान रखता है कि उसका जिस पत्रकार के साथ संबंध है वह उसके विश्वास को कायम रखता है या नहीं। अगर सूत्र का संकेत देने से उस व्यक्ति का नुकसान होता है तो उसे कभी भी उससे संपर्क नहीं रखना चाहेगा।

वस्तुनिष्ठता

वस्तुनिष्ठता का गुण पत्रकार के कर्तव्य से जुड़ा है। पत्रकार का कर्तव्य है कि वह समाचार को ऐसा पेश करे कि पाठक उसे समझते हुए उससे अपना लगाव महसूस करे। चूंकि समाचार लेखन संपादकीय लेखन नहीं होता है तो लेखक को अपनी राय प्रकट करने की छूट नहीं मिल पाती है। उसे वस्तुनिष्ठता होना अनिवार्य है। लेकिन यह ध्यान रखना होता है कि वस्तुनिष्ठता से उसकी जिम्मेदारी भी जुड़ी हुई है। पत्रकार के उत्तरदायित्व की परख तब होती है जब उसके पास को विस्फोटक समाचार आता है।

आज के संदर्भ में दंगे को ही लें। किसी स्थान पर दो समुदायों के बीच दंगा हो जाता है और पत्रकार सबकुछ खुलासा करके नमक-मिर्च लगाकर समाचार पेश करता है तो समाचार का परिणाम विध्वंसात्मक ही होगा। ऐसी स्थिति में अनुभवी पत्रकार अपने विवेक का सहारा लेते हैं और समाचार इस रूप से पेश करते हैं कि उससे दंगाइयों को बल न मिले। ऐसे समाचार के लेखन में वस्तुनिष्ठता और भी अनिवार्य जान पड़ती है।

विश्लेषणात्मक क्षमता

पत्रकार में विश्लेषण करने की क्षमता नहीं है तो वह समाचार को रोचक ढंग से पेश नहीं कर पाता है। आज के पाठक केवल तथ्य पेश करने से संतुष्ट नहीं होता है। समाचार का विश्लेषण चाहता है। पाठक समाचार की व्याख्या चाहता है। समाचार के साथ विश्लेषण दूध में पानी मिलाने की तरह गुंथा हुआ रहता है। लेकिन व्याख्या में भी संतुलन होना चाहिए। पत्रकार की विश्लेषण क्षमता दो स्तर पर होती है - समाचार संकलन के स्तर पर और लेखन के स्तर पर। समाचार संकलन में पत्रकार की विश्लेषण क्षमता का उपयोग सूचनाओं और घटनाओं को एकत्र करने के समय होता है। इसके अलावा पत्रकार सम्मेलन, साक्षात्कार आदि में भी उसकी यह क्षमता उपयोग में आती है। दूसरा स्तर लेखन के समय दिखा देती है। जो पत्रकार समाचार को समझने और प्रस्तुत करने में जितना ज्यादा अपनी विश्लेषण क्षमता का उपयोग कर सकेगा, उसका समाचार उतना ही ज्यादा दमदार होगा। इसे व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग भी कहा जाता है।

उदाहरण के लिए, सीधी खबर है कि भारत सरकार ने किसानों का कर्ज माफ करने का निर्णय लिया है। योजना लागू करने की तिथि की घोषणा अभी नहीं की गई है। किंतु पत्रकार अपने स्रोतों से पता करता है कि यह कर्ज माफी किस दबाव के तहत किया जा रहा है और इससे देश की अर्थ व्यवस्था पर क्या असर पड़ेगा। समाचार का यह रूप व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग का रूप होगा।

भारत सरकार ने चुनावी वादा निभाने और किसानों का विकास ध्यान में रखते हुए उनका कर्ज माफ करने का निर्णय लिया है। इससे राजकोष पर अतिरिक्त बोझ पड़ेगा। सूत्रों के अनुसार यह निर्णय पार्टी द्वारा चुनाव के समय किए गए वायदे को पूरा करने के लिए लिया गया है।

भाषा पर अधिकार

समाचार लेखन एक कला है। ऐसे में पत्रकार को लेखन कला में माहिर होना होगा। उसे भाषा पर अधिकार होना चाहिए। इसके साथ ही पत्रकार को यह भी ध्यान रखना होगा कि उसके पाठक वर्ग किस प्रकार के हैं। समाचारपत्र में अलग-अलग समाचार के लिए अलग-अलग भाषा दिखाई पड़ते हैं। जैसे कि अपराध के समाचार, खेल समाचार या वाणिज्य समाचार की भाषा अलग-अलग होती है। लेकिन उन सबमें एक समानता होती है वह यह है कि सभी प्रकार के समाचारों में सीधी, सरल और बोधगम्य भाषा का प्रयोग किया जाता है। इसमें एक बात और है कि पत्रकार को एक क्षेत्र में अपनी विशेषज्ञता निर्धारित कर लेनी चाहिए। इससे उससे संबंधित शब्दावली से पत्रकार परिचित हो जाता है और जरूरत पड़ने पर नए शब्दों का निर्माण करना आसान हो जाता है। इस बारे में विस्तृत रूप से आगे चर्चा की गई है।

पत्रकारिता के क्षेत्र

आज की दुनिया में पत्रकारिता का क्षेत्र बहुत व्यापक हो गया है। शायद ही कोई क्षेत्र बचा हो जिसमें पत्रकारिता की उपादेयता को सिद्ध न किया जा सके। इसलिए यह कहना अतिशयोक्ति न होगी कि आधुनिक युग में जितने भी क्षेत्र हैं सबके सब पत्रकारिता के भी क्षेत्र हैं, चाहे वह राजनीति हो या न्यायालय या कार्यालय, विज्ञान हो या प्रौद्योगिकी हो या शिक्षा, साहित्य हो या संस्कृति या खेल हो या अपराध, विकास हो या कृषि या गांव, महिला हो या बाल या समाज, पर्यावरण हो या अंतरिक्ष या खोज। इन सभी क्षेत्रों में पत्रकारिता की महत्ता एवं उपादेयता को सहज ही महसूस किया जा सकता है। दूसरी बात यह कि लोकतंत्र में इसे चौथा स्तंभ कहा जाता है। ऐसे में इसकी पहुँच हर क्षेत्र में हो जाती है।

आज हमारे जीवन में विविधता आ गयी है साथ ही संचार साधनों की भी बहुलता हो गयी है। इसने पत्रकारिता को भी बहुआयामी बना दिया है। जीवन जगत के हर क्षेत्र में आज पत्रकारिता की घुसपैठ है। उसका विस्तार हर ओर है।

आर्थिक पत्रकारिता – आर्थिक जगत से जुड़ी खबरें इसके तहत आती हैं। भारत में पत्रकारिता की शुरुआत व्यापारिक सूचनाओं के आदान-प्रदान

के लिए ही हुई थी। 29 जनवरी 1780 को कलकत्ता से प्रकाशित होने वाले भारत के पहले अखबार हिक्की गजट ने अपने पत्र के उद्देश्य के विषय में लिखा था- राजनीतिक और व्यापारिक साप्ताहिक, सभी पार्टियों के लिए खुला है, लेकिन किसी से प्रभावित नहीं है। इससे स्पष्ट है कि अखबार का उद्देश्य व्यापारिक गतिविधियों की सूचना देना भी था।

आज आर्थिक मुद्दे लोगों के जीवन में अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। पाठक और दर्शक भी आर्थिक गतिविधियों संबंधित खबरों में अत्यंत रूचि लेते हैं। इसलिए न सिर्फ अंग्रेजी बल्कि हिंदी में भी आर्थिक परिशिष्टों का प्रकाशन हो रहा है। देश के विभिन्न भागों से आज इकोनॉमिक टाइम्स, बिजनेस इंडिया, बिजनेस टूडे, दलाल, आदि जैसे आर्थिक दैनिक, साप्ताहिक अथवा मासिक का प्रकाशन होता है। खासकर व्यापार जगत की खबरों के लिए टाइम्स नाउ, जी बिजनेस आदि समाचार चैनल हैं। इसके अलावा नियमित खबरों में चाहे वे प्रिंट मीडिया हों या इलेक्ट्रॉनिक सबमें आर्थिक जगत से जुड़ी खबरों के लिए विशेष स्थान होता है।

अपराध पत्रकारिता- अपराध जगत से जुड़ी खबरों के बारे में लिखना अपराध पत्रकारिता के तहत आता है। जो पत्रकार पुलिस बीट, आपराधिक मामलों को देखता है क्राइम रिपोर्टर कहलाता है। हत्या, चोरी -डकैती, लूटपाट की घटनाओं की खबर अपराध पत्रकारिता के तहत आती है।

संसदीय पत्रकारिता- संसद के दोनों सदनों, प्रादेशिक विधान सभाओं, परिषदों की कार्यवाही की खबर इसके तहत आते हैं। संसदीय पत्रकारिता करते हुए काफी सावधानी बरती जाती है, ताकि अवमानना का कोई प्रश्न न उठे। अधिकतर अनुभवी पत्रकारों को ही यह जिम्मेदारी दी जाती है। संसद की पत्रकार दीर्घा में देश के प्रतिष्ठित पत्रकार मौजूद रहते हैं।

महिला पत्रकारिता - महिलाओं से संबंधित सूचना, शिक्षा, एवं मनोरंजन या उनके हित से जुड़ी कोई खबर महिला पत्रकारिता है। आज नारी जगत से संबंधित पत्र-पत्रिकाएं हैं। अखबारों में भी उनके लिए अलग से परिशिष्ट दिए जाते हैं। लेकिन अक्सर यह समय काटने या मनोरंजन का साधन ही बनकर रह जाता है। क्योंकि इनमें शृंगार, फैशन, घर सजाने, पतियों को खुश रखने की कला आदि पर ही जोर रहता है। लेकिन इन सबके अलावा विज्ञान, खेल, राजनीति, साहित्य आदि में महिलाओं की

बढ़ती भागीदारी और उनसे संबंधित कृपथाओं, उनके उत्पीड़न, शोषण आदि की खबर रखना ही सही मायने में महिला पत्रकारिता है।

बाल पत्रकारिता – बच्चों से जुड़ी गतिविधियों की पत्रकारिता बाल पत्रकारिता है। उनकी जिज्ञासाओं की शांति के लिए रंग-बिरंगे मनोरंजक रूप में, उन्हीं की भाषा में पत्र-पत्रिकाएं होनी चाहिए। बच्चों के लिए हमेशा से पत्रिकाएं निकलती रहीं हैं। बालक, सुमन सौरभ, चंपक, नन्दन, चन्दामामा, पराग, बालभारती आदि कई पत्रिकाएं विभिन्न आयुवर्ग के बच्चों की रुचि को ध्यान में रखते हुए निकाली जाती रहीं हैं। लगभग सभी पत्र पत्रिकाओं में इनके लिए साप्ताहिक/मासिक परिशिष्ट निकाले जाते हैं।

स्वास्थ्य पत्रकारिता – जन स्वास्थ्य से जुड़े मुद्दे लोगों के लिए अहम होते हैं। स्वास्थ्य पत्रकारिता केवल मेडिकल की ही नहीं बल्कि मेडिको सोशल पत्रकारिता भी कही जाती है। यहां सिर्फ समाचार ही नहीं बल्कि विचार और पुनर्विचार का भी काफी महत्त्व होता है। स्वास्थ्य पत्रकारिता के लिए तकनीकी और सही जानकारी बहुत जरूरी है। चिकित्सा क्षेत्र की कोई भी अधूरी या गलत जानकारी जानलेवा या भयावह साबित हो सकती है।

खेल पत्रकारिता – खेल जगत में लोगों की रुचि रहती है। इसके अद्यतन जानकारी के लिए लोग मीडिया पर नजर गड़ाए रहते हैं। राष्ट्रीय-अन्तर्राष्ट्रीय और स्थानीय स्तर के खेल और खिलाड़ियों की खबर देने के साथ-साथ इस क्षेत्र में चल रहे पहल, परिवर्तन, वाद-विवाद की खबर देना भी खेल पत्रकारों का काम है। यही नहीं खेल से जुड़े संगठनों आदि की खबर पर भी खेल पत्रकारों की नजर होती है। अधिकांश पत्र-पत्रिकाओं में खेल के लिए अलग स्थान सुनिश्चित होता है।

विज्ञान पत्रकारिता – विज्ञान मानव जीवन के प्रत्येक क्षेत्र को प्रभावित करता है। इसलिए विज्ञान पत्रकारिता का क्षेत्र व्यापक हुआ है। लोगों के विकास से जुटकर यह पत्रकारिता मानव जीवन को उन्नत बनाने को प्रयासरत है। थल, जल और वायु और इसमें होने वाली नित नई खोजों, हलचलों की खबरें देना विज्ञान पत्रकारिता के तहत आता है।

कला, संस्कृति और साहित्यिक पत्रकारिता – कला संस्कृति और साहित्य जगत से जुड़ी खबरें इसके तहत आती हैं। साहित्य और पत्रकारिता का संबंध पुराना है। सभी मीडिया इनके लिए स्थान सुनिश्चित रखती है। मनोरंजन जगत के लिए ढेर सारी पत्र-पत्रिकाएं निकलती हैं।

ग्राम्य पत्रकारिता – हमारा देश गांवों का देश कहा जाता है। गांव की और गांव के लिए खबर हमारे पूरे देश के लिए मायने रखता है। उनकी जरूरतों और विकास से जुड़े मुद्दे सबके लिए महत्वपूर्ण हैं। गांवों से जुड़ी खबरों की जरूरत के बावजूद आज के बाजारवाद में ग्राम्य पत्रकारिता का स्थान मीडिया में धीरे-धीरे कम गया है।

राजनीतिक पत्रकारिता – हमारा देश लोकतंत्र है और इसका चौथा खंभा कहा जाता है पत्रकारिता। राजनीति से जुड़ी खबरें आम लोगों के लिए भी काफी मायने रखती हैं। आज मीडिया की घुसपैठ हर राजनीतिक दल में है। हर मीडिया हाउस में न सिर्फ राजनीति एक अलग बीट होता है, बल्कि बड़े प्रकाशनों में तो महत्वपूर्ण दलों के अलग-अलग बीट होते हैं। इनसे जुड़ी खबरें देना और उससे जुड़ी बातों का विश्लेषण करना भी पालिटिकल रिपोर्टर का काम होता है।

3

पत्रकारिता के प्रकार

संसार में पत्रकारिता का इतिहास बहुत पुराना नहीं है, लेकिन इक्कसवीं शताब्दी में यह एक ऐसा सशक्त विषय के रूप में उभरा है जिसकी कल्पना नहीं की जा सकती है। आज इसका क्षेत्र बहुत व्यापक हो चुका है और विविधता भी लिए हुए है। शायद ही कोई क्षेत्र बचा हो जिसमें पत्रकारिता की उपादेयता को सिद्ध न किया जा सके। इसलिए यह कहना अतिशयोक्ति न होगी कि आधुनिक युग में जितने भी क्षेत्र हैं सबके सब पत्रकारिता के भी क्षेत्र हैं, चाहे वह राजनीति हो या न्यायालय या कार्यालय, विज्ञान हो या प्रौद्योगिकी हो या शिक्षा, साहित्य हो या संस्कृति या खेल हो या अपराध, विकास हो या कृषि या गांव, महिला हो या बाल या समाज, पर्यावरण हो या अंतरिक्ष या खोज।

इन सभी क्षेत्रों में पत्रकारिता की महत्ता एवं उपादेयता को सहज ही महसूस किया जा सकता है। दूसरी बात यह कि लोकतंत्र में इसे चौथा स्तंभ कहा जाता है। ऐसे में इसकी पहुँच हर क्षेत्र में हो जाता है। इस बहु आयामी पत्रकारिता के कितने प्रकार हैं उस पर विस्तृत रूप से चर्चा की जा रही है।

राजनैतिक पत्रकारिता

समाचार पत्रों में सबसे अधिक पढ़े जानेवाले और चैनलों पर सर्वाधिक देखे सुने जानेवाले समाचार राजनीति से जुड़े होते हैं। राजनीति की उठा-पटक,

लटके-झटके, आरोप-प्रत्यारोप, रोचक रोमांचक, झूठ-सच, आना-जाना आदि से जुड़े समाचार सुर्खियों में होते हैं। राजनीति से जुड़े समाचारों का पूरा का पूरा बाजार विकसित हो चुका है।

राजनीतिक समाचारों के बाजार में समाचार पत्र और समाचार चैनल अपने उपभोक्ताओं को रिझाने के लिए नित नये प्रयोग करते नजर आ रहे हैं। चुनाव के मौसम में तो प्रयोगों की झड़ी लग जाती है और हर कोई एक-दूसरे को पछाड़कर आगे निकल जाने की होड़ में शामिल हो जाता है। राजनीतिक समाचारों की प्रस्तुति में पहले से अधिक बेबाकी आयी है। लोकतंत्र की दुहाई के साथ जीवन के लगभग हर क्षेत्र में राजनीति की दखल बढ़ा है और इस कारण राजनीतिक समाचारों की भी संख्या बढ़ी है। ऐसे में इन समाचारों को नजरअंदाज कर जाना संभव नहीं है। राजनीतिक समाचारों की आकर्षक प्रस्तुति लोकप्रिय हासिल करने का बहुत बड़ा साधन बन चुकी है।

अपराध पत्रकारिता

राजनीतिक समाचार के बाद अपराध समाचार ही महत्वपूर्ण होते हैं। बहुत से पाठकों व दर्शकों को अपराध समाचार जानने की भूख होती है। इसी भूख को शांत करने के लिए ही समाचारपत्रों व चैनलों में अपराध डायरी, सनसनी, वारदात, क्राइम फाइल जैसे समाचार कार्यक्रम प्रकाशित एवं प्रसारित किए जा रहे हैं। एक अनुमान के अनुसार किसी समाचार पत्र में लगभग पैंतीस प्रतिशत समाचार अपराध से जुड़े होते हैं। इसी से अपराध पत्रकारिता को बल मिला है। दूसरी बात यह कि अपराधिक घटनाओं का सीधा संबंध व्यक्ति, समाज, संप्रदाय, धर्म और देश से होता है। अपराधिक घटनाओं का प्रभाव व्यापक होता है। यही कारण है कि समाचार संगठन बड़े पाठक दर्शक वर्ग का ख्याल रखते हुए इस पर विशेष फोकस करते हैं।

खोजी पत्रकारिता

मनुष्य स्वभाव से ही जिज्ञासु होता है। उसे वह सब जानना अच्छा लगता है जो सार्वजनिक नहीं हो अथवा जिसे छिपाने की कोशिश की जा रही हो। मनुष्य यदि पत्रकार हो तो उसकी यही कोशिश रहती है कि वह ऐसी गूढ़ बातें या सच उजागर करे जो रहस्य की गहराइयों में कैद हो। सच

की तह तक जाकर उसे सतह पर लाने या उजागर करने को ही हम अन्वेषी या खोजी पत्रकारिता कहते हैं।

खोजी पत्रकारिता एक तरह से जासूसी का ही दूसरा रूप है जिसमें जोखिम भी बहुत है। यह सामान्य पत्रकारिता से कई मायनों में अलग और अधिक श्रमसाध्य है। इसमें एक-एक तथ्य और कड़ियों को एक-दूसरे से जोड़ना होता है तब कहीं जाकर वांछित लक्ष्य की प्राप्ति होती है। कई बार तो पत्रकारों द्वारा की गई कड़ी मेहनत और खोज को बीच में ही छोड़ देना पड़ता है, क्योंकि आगे के रास्ते बंद हो चुके होते हैं।

पत्रकारिता से जुड़ी पुरानी घटनाओं पर नजर दौड़ाये तो माई लाई कोड, वाटरगेट कांड, जैक एंडर्सन का पेंटागन पेपर्स जैसे आंतरराष्ट्रीय कांड तथा सीमेंट घोटाला कांड, बोफोर्स कांड, ताबूत घोटाला कांड तथा जैसे राष्ट्रीय घोटाले खोजी पत्रकारिता के चर्चित उदाहरण हैं। ये घटनायें खोजी पत्रकारिता के उस दौर की हैं जब संचार क्रांति, इंटरनेट या सूचना का अधिकार (आर.टी.आई) जैसे प्रभावशाली अस्त्र पत्रकारों के पास नहीं थे। इन प्रभावशाली हथियारों के अस्तित्व में आने के बाद तो घोटाले उजागर होने का जैसे एक दौर ही शुरु हो गया हाल के कुछ चर्चित घोटालों में 2जी स्पेक्ट्रम घोटाला, कॉमनवेल्थ गेम्स घोटाला, आदर्श घोटाला, ताज कारीडोर घोटाला आदि उल्लेखनीय हैं। जाने-माने पत्रकार जुलियन असांज के 'विकीलिक्स' ने तो ऐसे-ऐसे रहस्योद्घाटन किये जिनसे कई देशों की सरकारें तक हिल गईं।

इंटरनेट और सूचना के अधिकार ने पत्रकारों और पत्रकारिता की धार को अत्यंत पैना बना दिया लेकिन इसका दूसरा पहलू यह भी है कि पत्रकारिता की आड़ में इन हथियारों का इस्तेमाल 'ब्लैकमेलिंग' जैसे गलत उद्देश्य के लिए भी होने लगा है। समय-समय पर हुये कुछ 'स्टिंग ऑपरेशन' और कई बहुचर्चित सी. डी. कांड इसके उदाहरण हैं।

स्टिंग पत्रकारिता के संदर्भ में फोटो जर्नलिज्म या फोटो पत्रकारिता से जुड़े जासूसों जिन्हें 'पापारात्सी' (Paparazzi) कहते हैं, की चर्चा भी जरूरी है। प्रिंसेस डायना की मौत के जिम्मेदार 'पैदराजा' ही थे। समाज की बेहतरी और उसकी भलाई के लिए खोजी पत्रकारिता का एक आवश्यक अंग जरूर है, लेकिन इसे भी अपनी मर्यादाओं के घेरे में रहना चाहिए। खोजी पत्रकारिता

साहसिक तक तो ठीक है, लेकिन इसका दुस्साहस न तो पत्रकारिता के हित में है और न ही समाज के।

खोजी पत्रकारिता वह है जिसमें आमतौर पर सार्वजनिक महत्त्व के मामले जैसे भ्रष्टाचार, अनियमितताओं और गड़बड़ियों की गहराई से छानबीन कर सामने लाने की कोशिश की जाती है। स्टिंग ऑपरेशन खोजी पत्रकारिता का ही एक नया रूप है। खोजपरक पत्रकारिता भारत में अभी भी अपने शैशवकाल में है। इस तरह की पत्रकारिता में ऐसे तथ्य जुटाकर सामने लाए जाते हैं, जिन्हें आमतौर पर सार्वजनिक नहीं किया जाता। लेकिन एक वर्ग यह मानता है कि खोजपरक पत्रकारिता कुछ है ही नहीं क्योंकि कोई भी समाचार खोजी दृष्टि के बिना लिखा ही नहीं जा सकता है। लोकतंत्र में जब जरूरत से ज्यादा गोपनीयता बरती जाने लगे और भ्रष्टाचार चरम पर हो तो खोजी पत्रकारिता ही उसे सामने लाने का एकमात्र विकल्प होती है।

संचार क्रांति, इंटरनेट या सूचना अधिकार जैसे प्रभावशाली अस्त्र अस्तित्व में आने के बाद तो घोटाले उजागर होने का जैसे दौर शुरू हो गया। इसका नतीजा है कि पिछले दिनों 2जी स्पेक्ट्रम घोटाला, क मनवेलथ गोम्स घोटाला, आदर्श घोटाला आदि उल्लेखनीय हैं। समाज की भलाई के लिए खोजी पत्रकारिता अवश्य एक अंग है, लेकिन इसे भी अपनी मर्यादा के घेरे में रहना चाहिए।

वाचडॉग पत्रकारिता

लोकतंत्र में पत्रकारिता को चौथा स्तंभ माना गया है। इस लिहाज से इसका मुख्य कार्य सरकार के कामकाज पर निगाह रखना है और कहीं भी कोई गड़बड़ी हो तो उसका पर्दाफाश करना है। इसे परंपरागत रूप से वाचडॉग पत्रकारिता कहा जा सकता है। दूसरी आरे सरकारी सूत्रों पर आधारित पत्रकारिता है। इसके तहत मीडिया केवल वही समाचार देता है जो सरकार चाहती है और अपने आलोचनापरक पक्ष का परित्याग कर देता है। इन दो बिंदुओं के बीच तालमेल के जरिए ही मीडिया और इसके तहत काम करनेवाले विभिन्न समाचार संगठनों की पत्रकारिता का निर्धारण होता है।

एडवोकेसी पत्रकारिता

एडवोकेसी यानि पैरवी करना। किसी खास मुद्दे या विचारधारा के पक्ष में जनमत बनाने के लिए लगातार अभियान चलानेवाली पत्रकारिता को एडवोकेसी पत्रकारिता कहा जाता है। मीडिया व्यवस्था का ही एक अंग है। और व्यवस्था के साथ तालमेल बिठाकर चलनेवाले मीडिया को मुख्यधारा मीडिया कहा जाता है। दूसरी ओर कुछ ऐसे वैकल्पिक सोच रखनेवाला मीडिया होते हैं जो किसी विचारधारा या किसी खास उद्देश्य की पूर्ति के लिए निकाले जाते हैं। इस तरह की पत्रकारिता को एडवोकेसी (पैरवी) पत्रकारिता कहा जाता है। जैसे राष्ट्रीय विचारधारा, धार्मिक विचारधारा से जुड़े पत्र पत्रिकाएँ।

पीत पत्रकारिता

पाठकों को लुभाने के लिए झूठी अफवाहों, आरोपों प्रत्यारोपों प्रमे संबंधों आदि से संबंधित सनसनीखेज समाचारों से संबंधित पत्रकारिता को पीत पत्रकारिता कहा जाता है। इसमें सही समाचारों की उपेक्षा करके सनीसनी फैलानेवाले समाचार या ध्यान खींचनेवाला शीर्षकों का बहुतायत में प्रयोग किया जाता है। इसे समाचार पत्रों की बिक्री बढ़ाने, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की टीआरपी बढ़ाने का घटिया तरीका माना जाता है। इसमें किसी समाचार खासकर ऐसे सार्वजनिक क्षेत्र से जुड़े व्यक्ति द्वारा किया गया कुछ आपत्तिजनक कार्य, घोटाले आदि को बढ़ा-चढ़ाकर सनसनी बनाया जाता है। इसके अलावा पत्रकार द्वारा अव्यवसायिक तरीके अपनाए जाते हैं।

पेज श्री पत्रकारिता

पेज श्री पत्रकारिता उसे कहते हैं जिसमें फैशन, अमीरों की पार्टियों महिलाओं और जानेमाने लोगों के निजी जीवन के बारे में बताया जाता है।

खेल पत्रकारिता

खेल से जुड़ी पत्रकारिता को खेल पत्रकारिता कहा जाता है। खेल आधुनिक हों या प्राचीन खेलों में हानेवाले अद्भूत कारनामों को जग जाहिर करने तथा उसका व्यापक प्रचार-प्रसार करने में खेल पत्रकारिता का महत्वपूर्ण

योगदान रहा है। आज पूरी दुनिया में खेल यदि लोकप्रियता के शिखर पर है तो उसका काफी कुछ श्रेय खेल पत्रकारिता को भी जाता है। खेल केवल मनोरंजन का साधन ही नहीं बल्कि अच्छे स्वास्थ्य, शारीरिक दमखम और बौद्धिक क्षमता का भी प्रतीक है। यही कारण है कि पूरी दुनिया में अति प्राचीनकाल से खेलों का प्रचलन रहा है। आज आधुनिक काल में पुराने खेलों के अलावा इनसे मिलते-जुलते खेलों तथा अन्य आधुनिक स्पर्धात्मक खेलों ने पूरी दुनिया में अपना वर्चस्व कायम कर रखा है। आज स्थिति यह है कि समाचार पत्र तथा पत्रिकाओं के अलावा किसी भी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का स्वरूप भी तब तक परिपूर्ण नहीं माना जाता जब तक उसमें खेल का भरपूर कवरेज नहीं हो।

दूसरी बात यह है कि आज भारत ही नहीं पूरी दुनिया में आबादी का एक बड़ा हिस्सा युवा वर्ग का है जिसकी पहली पसंद विभिन्न खेल स्पर्धाएं हैं। शायद यही कारण है कि पत्र-पत्रिकाओं में अगर सबसे अधिक कोई पन्ने पढ़े जाते हैं तो वह खेल से संबोधित होते हैं। प्रिंट मीडिया के अलावा टीवी चैनलों भी एक बड़ा हिस्सा खेल प्रसारण से जुड़ा होता है। दूसरी ओर कुछ खेल चैनल हैं जो चौबीसों घंटे कोई न कोई खेल लेकर हाजिर ही रहते हैं। पाठकों और दर्शकों की खेल के प्रति दीवानगी का ही नतीजा है कि आज खेल की दुनिया में अकूत धन बरस रहा है। आज धन चाहे विज्ञापन के रूप में हो चाहे पुरस्कार राशि के रूप में न लुटाने वालों की कमी है और पाने वालों की। खेलों में धन वर्षा का प्रारंभ कर्पोरेट जगत के इसमें प्रवेश से हुआ।

खेलों में धन की बरसात में कोई बुराई नहीं है, लेकिन उसका बदसूरत पहलू भी है। खेलों में गलाकाट स्पर्धा के कारण इसमें फिक्सिंग और डोपिंग जैसी बुराइयों का प्रचलन भी बढ़ने लगा है। फिक्सिंग और डोपिंग जैसी बुराइयां न खिलाड़ियों के हित में है और न खेलों के। खेल पत्रकारिता की यह जिम्मेदारी है कि वह खेलों में पनप रही उन बुराइयों के खिलाफ लगातार आवाज उठाती रहे। खेल पत्रकारिता से यह अपेक्षा की जाती है कि खेल में खेल भावना की रक्षा हर कीमत पर होनी चाहिए। खेल पत्रकारिता से यह उम्मीद भी की जानी चाहिए कि आम लोगों से जुड़े खेलों को भी उतना ही महत्त्व और प्रोत्साहन मिले जितना अन्य लोकप्रिय खेलों को मिल रहा है।

खेल केवल मनोरंजन का साधन नहीं बल्कि वह अच्छे स्वास्थ्य, शारीरिक दमखम और बौद्धिक क्षमता का भी प्रतीक है। यही कारण है कि पूरी दुनिया में अति प्राचीनकाल से खेलों का प्रचलन रहा है। मल्ल-युद्ध, तीरंदाजी, घुड़सवारी, तैराकी, गुल्ली डंडा, पोलो रस्साकशी, मलखंभ, वॉल गेम्स, जैसे आउटडोर या मैदानी खेलों के अलावा चौपड़, चौसर या शतरंज जैसे इन्डोर खेल प्राचीनकाल से ही लोकप्रिय रहे हैं। आधुनिक काल में इन पुराने खेलों के अलावा इनसे मिलते-जुलते खेलों तथा अन्य आधुनिक स्पर्धात्मक खेलों ने पूरी दुनिया में अपना वर्चस्व कायम कर रखा है। खेल आधुनिक हों या प्राचीन, खेलों में होने वाले अद्भुत कारनामों को जगजाहिर करने तथा उसका व्यापक प्रचार-प्रसार करने में खेल पत्रकारिता का महत्त्वपूर्ण योगदान रहा है। आज पूरी दुनिया में खेल यदि लोकप्रियता के शिखर पर हैं तो उसका काफी कुछ श्रेय खेल पत्रकारिता को भी है।

आज स्थिति यह है कि समाचार पत्रों या पत्रिकाओं के अलावा किसी भी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का स्कोर तब तक परिपूर्ण नहीं माना जाता जब तक उसमें खेलों का भरपूर कवरेज नहीं हो। खेलों के प्रति मीडिया का यह रुझान 'डिमांड' और 'सप्लाई' पर आधारित है। आज भारत ही नहीं पूरी दुनिया में आबादी का एक बड़ा हिस्सा युवा वर्ग का है जिसकी पहली पसंद विभिन्न खेल स्पर्धायें हैं, शायद यही कारण है कि पत्र-पत्रिकाओं में अगर सबसे अधिक कोई पन्ने पढ़ जाते हैं तो वह खेल से संबंधित होते हैं।

प्रिंट मीडिया के अलावा टी. वी. चैनलों का भी एक बड़ा हिस्सा खेलों प्रसारण से जुड़ा होता है। खेल चैनल तो चौबीसों घंटे कोई न कोई खेल लेकर हाजिर ही रहते हैं। लाइव कवरेज या सीधा प्रसारण की बात तो छोड़िये रिकॉर्डेड पुराने मैचों के प्रति भी दर्शकों का रझान कहीं कम नहीं दिखाई देता। पाठकों और दर्शकों की खेलों के प्रति दीवन्गी का ही नतीजा है कि आज खेल की दुनिया में अकूत धन बरस रहा है। धन, जो विज्ञापन के रूप में हो चाहे पुरस्कार राशि के रूप में न लुटानेवालों की कमी है न पानेवालों की। यह स्थिति आज की है। लेकिन एक समय ऐसा भी था जब खेलों में धनदौलत को कोई नामोनिशान नहीं था। प्राचीन ओलिम्पिक खेलों जैसी विख्यात खेल स्पर्धा में भी विजेता को जैतून की पत्तियों के मुकुट का पुरस्कार दिया जाता था लेकिन वह ताज भी अनमोल हुआ करता था।

खेलों में धन-वर्षा का प्रारंभ कार्पोरेट जगत के इसमें प्रवेश से हुआ। कार्पोरेट जगत के प्रोत्साहन से कई खेल और खिलाड़ी प्रोफेशनल होने-लगे और खेल-स्पर्धाओं से लाखों करोड़ों कमाने लगे। आज टेनिस, फुटबॉल, बास्केट बॉल, बॉक्सिंग, स्क्वाश, गोल्फ जैसे खेलों में पैसों की बरसात हो रही है।

खेलों की लोकप्रियता और खिलाड़ियों की कमाई की बात करें तो आज क्रिकेट ने, जो दुनिया के गिने-चुने ही देशों में खेला जाता है, लोकप्रियता की नई ऊँचाइयाँ हासिल की हैं। क्रिकेट में कारपोरेट जगत के रझान के कारण नवोदित क्रिकेटर भी अन्य खिलाड़ियों की तुलना में अच्छी खासी कमाई कर रहे हैं।

खेलों में धन की बरसात में कोई बुराई नहीं है। इससे खेलों और खिलाड़ियों के स्तर में सुधार ही होता है, लेकिन उसका बदसूरत पहलू यह भी है कि खेलों में गलाकाट स्पर्धा के कारण इसमें फिक्सिंग और डोपिंग जैसी बुराईयों का प्रचलन भी बढ़ने लगा है। फिक्सिंग और डोपिंग जैसी बुराईयाँ न खिलाड़ियों के हित में हैं और न खेलों के। खेल-पत्रकारिता की यह जिम्मेदारी है कि वह खेलों में पनप रही उन बुराईयों के विरुद्ध लगातार आवाज उठाती रहे। खेलों में खेल भावना की रक्षा हर कीमत पर होनी चाहिए। खेल पत्रकारिता से यह उम्मीद भी की जानी चाहिए कि आम लोगों से जुड़े खेलों को भी उतना ही महत्त्व और प्रोत्साहन मिले जितना अन्य लोकप्रिय खेलों को मिल रहा है।

महिला पत्रकारिता

महिला पुरुष समानता के इस दौर में महिलाएं अब घर की दहलीज लांघ कर बाहर आ चुकी हैं। प्रायः हर क्षेत्र में महिलाओं की उपस्थिति और भागीदारी नजर आ रही हैं। ऐसे में पत्रकारिता के क्षेत्र में महिलाओं की भागीदारी भी देखी जाने लगी है। दूसरी बात यह है कि शिक्षा ने महिलाओं को अपने अधिकारों के प्रति जागरूक बनाया है। अब महिलाएं भी अपने करियर के प्रति सचेत हैं। महिला जागरण के साथ-साथ महिलाओं के प्रति अत्याचार और अपराध के मामले भी बढ़े हैं। महिलाओं की सामाजिक सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए बहुत सारे कानून बने हैं। महिलाओं को सामाजिक सुरक्षा दिलाने में महिला पत्रकारिता की अहम भूमिका रही है। आज महिला

पत्रकारिता की अलग से जरूरत ही इसलिए है कि उसमें महिलाओं से जुड़े हर पहलू पर गौर किया जाए और महिलाओं के सर्वांगीण विकास में यह महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा सके।

वर्तमान दौर में राजनीति, प्रशासन, सेना, शिक्षण, चिकित्सा, विज्ञान, तकनीकी, उद्योग, व्यापार, समाजसेवा आदि सभी क्षेत्रों में महिलाओं ने अपनी प्रतिभा और दक्षता के बलबूते अपनी राह खुद बनाई है। कई क्षेत्रों में तो कड़ी स्पर्धा और चुनौती के बावजूद महिलाओं ने अपना शीर्ष मुकाम बनाया है। विकास के निरंतर तेज गति से बदलते दौर ने महिलाओं को प्रगति का समान अवसर प्रदान किया लेकिन पुरुषों की तुलना में अपनी प्रतिभा और लगन के बलबूते पर समाज के हर क्षेत्र में अपनी अमिट छाप छोड़ने का जो सिलसिला शुरू किया है वह लगातार जारी है।

इसका उदाहरण भारत की इंदिरा नूई, नैना किदवई, चंदा कोचर, नंदिनी भट्टाचार्य, साक्षी मलिक, पीवी सिंधु आदि के रूप में देखा जा सकता है। आज के दौर में कोई भी ऐसा क्षेत्र नहीं जहां महिलाओं की उपस्थिति महसूस नहीं की जा रही हो। ऐसे में पत्रकारिता भी कहां पीछे रहेगी। मृणाल पांडे, विमला पाटील, बरखा दत्त, सीमा मुस्तफा, तवलीन सिंह, मीनल बहोल, सत्य शरण, दीना वकील, सुनीता ऐरन, कुमुद संघवी चावरे, स्वेता सिंह, पूर्णिमा मिश्रा, मीमांसा मल्लिक, अंजना ओम कश्यप, नेहा बाथम, मिनाक्षी कंडवाल आदि महिला पत्रकारों के आने से देश के हर लड़की को अपने जीवन में आगे बढ़ने की प्रेरणा मिल रही है।

महिला पत्रकारिता की सार्थकता महिला सशक्तिकरण से जुड़ी है, क्योंकि नारी स्वातंत्र्य और समानता के इस युग में भी आधी दुनिया से जुड़े ऐसे अनेक पहलू हैं जिनके महत्त्व को देखते हुए महिला पत्रकारिता की अलग विधा की जरूरत महसूस की जा रही है।

बाल पत्रकारिता

एक समय था जब बच्चों को परीकथाओं, लोककथाओं पौराणिक, ऐतिहासिक, धार्मिक कथाओं के माध्यम से बहलाने फुसलाने के साथ-साथ उनका ज्ञानवर्धन किया जाता था। इन कथाओं का बच्चों के चारित्रिक विकास पर भी गहरा प्रभाव होता था। लेकिन आज संचार क्रांति के इस युग में बच्चों के लिए सूचनातंत्र काफी विस्तृत और अनंत हो गया है। कंप्यूटर

और इंटरनेट तक पहुँच ने उनके बाल मन स्वभाव के अनुसार जिज्ञासा को असीमित बना दिया है। ऐसे में इस बात की आशंका और गुंजाइश बनी रहती है कि बच्चों तक वे सूचनाएं भी पहुँच सकती है जिससे उनके बालमन के भटकाव या विकृति भी संभव है।

ऐसी स्थिति में बाल पत्रकारिता की सार्थक सोच बच्चों को सही दिशा की ओर अग्रसर कर सकती है। क्योंकि बाल मन स्वभावतः जिज्ञासु और सरल होता है। जीवन की यह वह अवस्था है जिसमें बच्चा अपने माता-पिता, शिक्षक और चारों तरफ के परिवेश से ही सीखता है। बच्चे पर किसी भी घटना या सूचना की अमिट छाप पड़ती है। बच्चे के आस-पास का परिवेश उसके व्यक्तित्व निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। ऐसे में उसे सही दिशा दिखाना का काम पत्रकारिता ही कर सकता है। इसलिए बाल पत्रकारिता की जरूरत महसूस की जाती है।

बाल-मन स्वभावतः जिज्ञासु और सरल होता है। जीवन की यह वह अवस्था है जिसमें बच्चा अपने माता-पिता, शिक्षक और चारों तरफ के परिवेश से ही सीखता है। यही वह उम्र होती है जिसमें बच्चे के मस्तिष्क पर किसी भी घटना या सूचना की अमिट छाप पड़ जाती है। बच्चे के आस-पास का परिवेश उसके व्यक्तित्व निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। आज संचार क्रांति के इस युग में बच्चों के लिए सूचनातंत्र काफी विस्तृत और अनंत हो गया है। कंप्यूटर और इंटरनेट तक उनकी पहुँच ने उनकी जिज्ञासा को असीमित बना दिया है। ऐसे में इस बात की भी आशंका और गुंजाइश बनी रहती है कि बच्चों तक वे सूचनायें भी पहुँच सकती हैं, जिससे उनके बालमन के भटकाव या विकृति भी संभव है। ऐसी स्थिति में बाल पत्रकारिता की सार्थक सोच और दिशा बच्चों को सही दिशा की ओर अग्रसर कर सकती है। बाल पत्रकारिता की दिशा में प्रिंट और विजुअल मीडिया (दृश्य-माध्यम) के साथ-साथ इंटरनेट की भी अहम और जिम्मेदार भूमिका हो सकती है।

आर्थिक पत्रकारिता

आर्थिक पत्रकारिता में व्यक्तियों संस्थानों राज्यों या देशों के बीच होनेवाले आर्थिक या व्यापारिक संबंध के गुण-दोषों की समीक्षा और विवेचन की जाती है। जिस प्रकार आमतौर पर पत्रकारिता का उद्देश्य किसी भी

व्यवस्था के गुण दोषों को व्यापक आधार पर प्रचारित प्रसारित करना है ठीक उसी तरह आर्थिक पत्रकारिता अर्थ व्यवस्था के हर पहलू पर सूक्ष्म नजर रखते हुए उसका विश्लेषण कर समाज पर पड़नेवाले उसके प्रभावों का प्रचार-प्रसार करना होना चाहिए। दूसरी बात यह भी है कि आर्थिक पत्रकारिता को आर्थिक व्यवस्था और उपभोक्ता के बीच सेतू की भूमिका निभानी पड़ती है।

आर्थिक उदारीकरण और विभिन्न देशों के बीच आपसी व्यापारिक संबंधों ने पूरी दुनिया के आर्थिक परिदृश्य को बहुत ही व्यापक बना दिया है। आज किसी भी देश की अर्थ व्यवस्था बहुत कुछ अंतर्राष्ट्रीय व्यापार संबंधों पर निर्भर हो गई है। दुनिया के किसी कोने में मची आर्थिक हलचल या उथल-पुथल अन्य देशों की अर्थ व्यवस्था को प्रभावित करने लगी है। सोने और चांदी जैसी बहुमूल्य धातुओं कच्चे तेल, यूरो, डालर, पांड, येन जैसी मुद्राओं की कीमतों में उतार-चढ़ाव का प्रभाव पूरी दुनिया पड़ने लगी है। कहने का मतलब यह है कि हर देश अपनी अर्थ व्यवस्थाओं के स्वयं नियामक एवं नियंत्रक हों लेकिन विश्व के आर्थिक हलचलों से अछूते नहीं हैं। पूरा विश्व एक बड़ा बाजार बन गया है। इसलिए उसकी गतिविधियों से देश की अर्थ व्यवस्था निर्धारित होने लगी है।

ऐसे में पत्रकारिता एक प्रमुख भूमिका निर्वाह कर रही है। उस पर एक बड़ी जिम्मेदारी है कि विश्व की अर्थ व्यवस्था को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का निरंतर विश्लेषण करने के साथ-साथ उसके गुण दोषों के आधार पर एहतियाती उपायों की चर्चा करे। इसमें लेकिन विश्व का आर्थिक परिवेश को जानने समझने की एक बड़ी चुनौती होती है। इसके अलावा कर चोरी, कालाधन और जाली नोट की समस्या को उजागर करना भी एक चुनौती होती है। विकसित और विकासशील देशों में कालाधन सबसे बड़ी चुनौती है। कालाधन भ्रष्टाचार से उपजता है और भ्रष्टाचार को ही बढ़ावा देता है। भ्रष्टाचार देश के विकास में बाधक बनता है। इसलिए आर्थिक पत्रकारिता की जिम्मेदारी है कि कालाधन और आर्थिक अपराधों को उजागर करने वाली खबरों का व्यापक प्रचार प्रसार करे। दूसरी आरे व्यापार के परंपरागत क्षेत्रों के अलावा रिटेल, बीमा, संचार, विज्ञान एवं तकनीकी व्यापार जैसे आधुनिक क्षेत्रों ने आर्थिक पत्रकारिता को नया आयाम दिया है।

ग्रामीण एवं कृषि पत्रकारिता

भारत जैसे कृषि प्रधान देश में हमारी अर्थ व्यवस्था काफी कुछ कृषि और कृषि उत्पादों पर निर्भर है। भारत में आज भी लगभग 70 प्रतिशत आबादी गांवों में बसती है। देश के बजट प्रावधानों का बड़ा हिस्सा कृषि एवं ग्रामीण विकास पर खर्च होता है। ग्रामीण विकास के बिना देश का विकास अधूरा है। ऐसे में आर्थिक पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण जिम्मेदारी है कि वह कृषि एवं कृषि आधारित योजनाओं तथा ग्रामीण भारत में चल रहे विकास कार्यक्रम का सटीक आकलन कर तस्वीर पेश करे।

विशेषज्ञ पत्रकारिता

पत्रकारिता केवल घटनाओं की सूचना देना नहीं है। पत्रकार से अपेक्षा की जाती है कि वह घटनाओं की तह तक जाकर उसका अर्थ स्पष्ट करे और आम पाठक को बताए कि उस समाचार का क्या महत्व है। इसलिए पत्रकार को भी विशेषज्ञ बनने की जरूरत पड़ती है। पत्रकारिता में विषय के आधार पर सात प्रमुख क्षेत्र हैं। इसमें संसदीय पत्रकारिता, न्यायालय पत्रकारिता, अर्थिक पत्रकारिता, खेल पत्रकारिता, विज्ञान और विकास पत्रकारिता, अपराध पत्रकारिता तथा फैशन और फिल्म पत्रकारिता शामिल हैं। इन क्षेत्रों के समाचार उन विषयों में विशेषज्ञता हासिल किए बिना देना कठिन होता है। ऐसे में इन विषयों के जानकार ही विषय की समस्या, विषय के गुण दोष आदि पर सटिक जानकारी हासिल कर सकता है।

रेडियो पत्रकारिता

इसी से रेडियो का जन्म हुआ। रेडियो के आविष्कार के जरिए आवाज एक ही समय में असंख्य लोगों तक उनके घरों को पहुँचने लगा। इस प्रकार श्रव्य माध्यम के रूप में जनसंचार को रेडियो ने नये आयाम दिए। आगे चलकर रेडियो को सिनेमा और टेलीविजन और इंटरनेट से कड़ी चुनौतियाँ मिली लेकिन रेडियो अपनी विशिष्टता के कारण आगे बढ़ता गया और आज इसका स्थान सुरक्षित है। रेडियो की विशेषता यह है कि यह सार्वजनिक भी है और व्यक्तिगत भी। रेडियो में लचीलापन है, क्योंकि इसे किसी भी स्थान पर किसी भी अवस्था में सुना जा सकता है। दूसरा रेडियो समाचार और सूचना तत्परता से प्रसारित करता है। मौसम संबंधी चेतावनी

और प्राघटिक विपत्तियों के समय रेडियो का यह गुण शक्तिशाली बन पाता है।

आज भारत के कोने-कोने में देश की 97 प्रतिशत जनसंख्या रेडियो सुन पा रही है। रेडियो समाचार ने जहां दिन प्रतिदिन घटित घटनाओं की तुरंत जानकारी का कार्यभार संभाल रखा है वहीं श्रोताओं के विभिन्न वर्गों के लिए विविध कार्यक्रमों की मदद से सूचना और शिक्षा दी जाती है। जैसे युवाओं, महिलाओं, बच्चों किसान, गृहिणी, विद्यार्थियों के लिए अलग-अलग समय में कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। इस तरह हर वर्ग जोड़े रखने में यह एक सशक्त माध्यम के रूप में उभरकर सामने आया है।

व्याख्यात्मक पत्रकारिता

पत्रकारिता केवल घटनाओं की सूचना देना नहीं है। पत्रकार से अपेक्षा की जाती है कि वह घटनाओं की तह तक जाकर उसका अर्थ स्पष्ट करें और आम पाठक को बताए कि उस समाचार का क्या महत्त्व है। पत्रकार इस महत्त्व को बताने के लिए विभिन्न प्रकार से उसकी व्याख्या करता है। इसके पीछे क्या कारण है। इसके पीछे कौन था और किसका हाथ है। इसका परिणाम क्या होगा। इसके प्रभाव से क्या होगा आदि की व्याख्या की जाती है। साप्ताहिक पत्रिकाओं संपादकीय लेखों में इस तरह किसी घटना की जांच पड़ताल कर व्याख्यात्मक समाचार पेश किए जाते हैं। टीवी चैनलों में तो आजकल यह ट्रेंड बन गया है कि किसी भी छोटी सी छोटी घटनाओं के लिए भी विशेषज्ञ पेनल बिठाकर उसकी सकारात्मक एवं नकारात्मक व्याख्या की जाने लगी है।

विकास पत्रकारिता

लोकतंत्र का मूल उद्देश्य है लोगों के लिए शासन लोगों के द्वारा शासन। इस लोकतंत्र में तीन मुख्य स्तंभ हैं। इसमें संसदीय व्यवस्था, शासन व्यवस्था एवं कानून व्यवस्था। इन तीनों की निगरानी रखता है चौथा स्तंभ – पत्रकारिता। लोकतंत्र का मूल उद्देश्य है लोगों के लिए। शासन द्वारा लोगों का जीवन स्तर सुधारने के लिए सही ढंग से काम किया जा रहा है या नहीं इसका लेखा जोखा पेश करने की जिम्मेदारी मीडिया पर है। इसका खासकर भारत जैसे विकासशील देशों के लिए और भी अहम भूमिका है। देश में

शिक्षा, स्वास्थ्य, बेरोजगारी, कृषि एवं किसान, सिंचाई, परिवहन, भुखमरी, जनसंख्या बढ़ने प्राकृतिक आपदा जैसी समस्याएं हैं। इन समस्याओं से निपटने सरकार द्वारा क्या-क्या कदम उठाए जा रहे हैं। कोई योजना बनी तो उसका फायदा लोगों तक पहुँच पा रहा या नहीं या उसे सही ढंग से लागू किया जा रहा है या नहीं उस बारे में पत्रकार विश्लेषण कर समाचार पेश करने से शासक की आखें खुल सकती हैं। कहने का तात्पर्य यह कि क्या इन सरकारी योजनाओं से देश का विकास हो रहा है या नहीं उसका आकलन करना ही विकास पत्रकारिता का कार्य है। विकास पत्रकारिता के जरिए ही इसमें यथा संभव सुधार लाने का मार्ग प्रशस्त होगा।

संसदीय पत्रकारिता

लोकतंत्र में संसदीय व्यवस्था की प्रमुख भूमिका है। संसदीय व्यवस्था के तहत संसद में जनता द्वारा चुने हुए प्रतिनिधि पहुँचते हैं। बहुमत हासिल करने वाला शासन करता है तो दूसरा विपक्ष में बैठता है। दोनों की अपनी अपनी अहम भूमिका होती है। इनके द्वारा किए जा रहे कार्य पर नजर रखना पत्रकारिता की अहम जिम्मेदारी है, क्योंकि लोकतंत्र में यही एक कड़ी है जो जनता एवं नेता के बीच काम करता है। जनता किसी का चुनाव इसलिए करते हैं तो वह लोगों की सुख सुविधा तथा जीवनस्तर सुधारने में कार्य करे। लेकिन चुना हुआ प्रतिनिधि या सरकार अगर अपने मार्ग पर नहीं चलते हैं तो उसको चेताने का कार्य पत्रकारिता करती है। इनकी गतिविधि, इनके कार्य की निगरानी करने का कार्य पत्रकारिता करती है।

टेलीविजन पत्रकारिता

समाचार पत्र एवं पत्रिका के बाद श्रव्य माध्यम का विकास हुआ। और इसके बाद श्रव्य दृश्य माध्यम का विकास हुआ। दूर संचार क्रांति में सेटलाईट, इंटरनेट के विकास के साथ ही इस माध्यम का इतनी तेजी से विकास हुआ कि आज इसके बिना चलना मुश्किल सा हो गया है। इसे मुख्यतः तीन वर्गों में रखा जा सकता है जिसमें सूचना, मनोरंजन और शिक्षा। सूचना में समाचार, सामयिक विषय और जनसंचार उद्घोषणाएं आते हैं। मनोरंजन के क्षेत्र में फिल्मों से संबंधित कार्यक्रम, नाटक, धारावाहिक, नृत्य, संगीत तथा मनोरंजन के विविध कार्यक्रम शामिल हैं। इन कार्यक्रमों

का प्रमुख उद्देश्य लोगों का मनोरंजन करना है। शिक्षा क्षेत्र में टेलीविजन की महत्वपूर्ण जिम्मेदारी है। पाठ्य सामग्री पर आधारित और सामान्य ज्ञान पर आधारित दो वर्गों में शैक्षिक कार्यक्रमों को बांटा जा सकता है।

आज उपग्रह के विकास के साथ ही समाचार चैनलों के बीच गलाकाट प्रतिस्पर्धा चल पड़ी है। इसके चलते छोटी सी छोटी घटनाओं का भी लाइव कवरेज होने लगा है।

विधि पत्रकारिता

लोकतंत्र के चार स्तंभ में विधि व्यवस्था की भूमिका महत्वपूर्ण है। नए कानून, उनके अनुपालन और उसके प्रभाव से लोगों को परिचित कराना बहुत ही जरूरी है। कानून व्यवस्था बनाए रखना, अपराधी को सजा देना से लेकर शासन व्यवस्था में अपराध रोकने, लोगों को न्याय प्रदान करना इसका मुख्य कार्य है। इसके लिए निचली अदालत से लेकर उच्च न्यायालय, सर्वोच्च न्यायालय तक व्यवस्था है। इसमें रोजाना कुछ न कुछ महत्वपूर्ण फैसले सुनाए जाते हैं। कई बड़ी-बड़ी घटनाओं के निर्णय, उसकी सुनवाई की प्रक्रिया चलती रहती है। इस बारे में लोग जानने की इच्छुक रहते हैं, क्योंकि कुछ मुकदमे ऐसे होते हैं जिनका प्रभाव समाज, संप्रदाय, प्रदेश एवं देश पर पड़ता है। दूसरी बात यह है कि दबाव के चलते कानून व्यवस्था अपराधी को छोड़कर निर्दोष को सजा तो नहीं दे रही है इसकी निगरानी भी विधि पत्रकारिता करती है।

फोटो पत्रकारिता

फोटो पत्रकारिता ने छपाई तकनीक के विकास के साथ ही समाचार पत्रों में अहम स्थान बना लिया है। कहा जाता है कि जो बात हजार शब्दों में लिखकर नहीं की जा सकती है वह एक तस्वीर कह देती है। फोटो टिप्पणियों का असर व्यापक और सीधा होता है। दूसरी बात ऐसी घटना जिसमें सबूत की जरूरत होती है वैसे समाचारों के साथ फोटो के साथ समाचार पेश करने से उसकी विश्वसनीयता बढ़ जाती है।

विज्ञान पत्रकारिता

इक्कीसवीं शताब्दी को विज्ञान का युग कहा गया है। वर्तमान में विज्ञान ने काफी तरक्की कर ली है। इसकी हर जगह पहुंच हो चली है। विज्ञान में

हमारी जीवन शैली को बदलकर रख दिया है। वैज्ञानिकों द्वारा रोजाना नई-नई खोज की जा रही है। इसमें कुछ तो जनकल्याणकारी हैं तो कुछ विध्वंसकारी भी हैं। जैसे परमाणु की खोज से कई बदलाव ला दिया है, लेकिन इसका विध्वंसकारी पक्ष भी है। इसे परमाणु बम बनाकर उपयोग करने से विध्वंस होगा। इस तरह विज्ञान पत्रकारिता दोनों पक्षों का विश्लेषण कर उसे पेश करने का कार्य करता है। जहां विज्ञान के उपयोग से कैसे जीवन शैली में सुधार आ सकता है तो उसके गलत उपयोग से संसार ध्वंस हो सकता है।

विज्ञान पत्रकारों को विस्तृत तकनीकी और कभी-कभी शब्दजाल को दिलचस्प रिपोर्ट में बदलकर समाचार पाठक दर्शक की समझ के आधार पर प्रस्तुत करना होता है। वैज्ञानिक पत्रकारों को यह निश्चय करना होगा कि किस वैज्ञानिक घटनाक्रम में विस्तृत सूचना की योग्यता है। साथ ही वैज्ञानिक समुदाय के भीतर होने वाले विवादों को बिना पक्षपात के और तथ्यों के साथ पेश करना चाहिए।

शैक्षिक पत्रकारिता

शिक्षा के बिना कुछ भी कल्पना करना संभव नहीं है। पत्रकारिता सभी नई सूचना को लोगों तक पहुँचाकर ज्ञान में वृद्धि करती है। जब से शिक्षा को औपचारिक बनाया गया है तब से पत्रकारिता का महत्व और बढ़ गया है। जब तक हमें नई सूचना नहीं मिलेगी हमें तब तक अज्ञानता घेर कर रखी रहेगी। उस अज्ञानता को दूर करने का सबसे बड़ा माध्यम है पत्रकारिता। चाहे वह रेडियो हो या टेलीविजन या समाचार पत्र या पत्रिकाएं सभी में नई सूचना हमें प्राप्त होती है जिससे हमें नई शिक्षा मिलती है। एक बात और कि शिक्षित व्यक्ति एक माध्यम में संतुष्ट नहीं होता है। वह अन्य माध्यम को भी देखना चाहता है। यह जिज्ञासा ही पत्रकारिता को बढ़ावा देता है तो पत्रकारिता उसकी जिज्ञासा के अनुरूप शिक्षा एवं ज्ञान प्रदान कर उसकी जिज्ञासा को शांत करने का प्रयास करता है। इसे पहुँचाना ही शैक्षिक पत्रकारिता का कार्य है।

सांस्कृतिक-साहित्यिक पत्रकारिता

मनुष्य में कला, संस्कृति एवं साहित्य की भूमिका निर्विवादित है। मनुष्य में छिपी प्रतिभा, कला चाहे वह किसी भी रूप में हो उसे देखने से

मन को तृप्ति मिलती है। इसलिए मनुष्य हमेशा नई नई कला, प्रतिभा की खोज में लगा रहता है। इस कला प्रतिभा को उजागर करने का एक सशक्त माध्यम है पत्रकारिता। कला प्रतिभाओं के बारे में जानकारी रखना, उसके बारे में लोगों को पहुँचाने का काम पत्रकारिता करता है।

इस सांस्कृतिक साहित्यिक पत्रकारिता के कारण आज कई विलुप्त प्राचीन कला जैसे लोकनृत्य, लोक संगीत, स्थापत्य कला को खोज निकाला गया है और फिर से जीवित हो उठे हैं। दूसरी ओर भारत जैसे विशाल और बहु सांस्कृति वाले देश में सांस्कृतिक साहित्यिक पत्रकारिता के कारण देश की एक अलग पहचान बन गई है। कुछ आंचलिक लोक नृत्य, लोक संगीत ने एक अंचल से निकलकर देश, दुनिया तक पहचान बना ली है। समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं ने प्रारंभ से ही नियमित रूप से सांस्कृतिक साहित्यिक कलम को जगह दी है। इसी तरह चैनलों पर भी सांस्कृतिक, साहित्यिक समाचारों का चलन बढ़ा है।

एक अध्ययन के अनुसार दर्शकों के एक वर्ग ने अपराध व राजनीति के समाचार कार्यक्रमों से कहीं अधिक अपनी सांस्कृति से जुड़े समाचारों व समाचार कार्यक्रमों से जुड़ना पसंद किया है। साहित्य व सांस्कृति पर उपभोक्तावादी सांस्कृति व बाजार का प्रहार देखकर केंद्र व प्रदेश की सरकारें बहुत बड़ा बजट इन्हें संरक्षित करने व प्रचारित प्रसारित करने में खर्च कर रही हैं। साहित्य एवं सांस्कृति के नाम पर चलनेवाली बड़ी-बड़ी साहित्यिक व सांस्कृति संस्थाओं के बीच वाद-प्रतिवाद, आरोप-प्रत्यारोप और गुटबाजी ने साहित्य सांस्कृति में मसाला समाचारों की संभावनाओं को बहुत बढ़ाया है।

4

पत्रकारिता के कार्य एवं सिद्धान्त

‘पत्रकारिता’ के मुख्य कार्य सूचना, शिक्षा, मनोरंजन, लोकतंत्र का रक्षक एवं जनमत से आशय एवं पत्रकारिता के सिद्धान्त की चर्चा की गई है। इसके साथ ही पत्रकारिता के विभिन्न प्रकार की चर्चा भी सविस्तार से की गई है।

पत्रकारिता के कार्य

प्रारंभिक अवस्था में पत्रकारिता को एक उद्योग के रूप में नहीं गिना जाता था। इसका मुख्य कार्य था नए विचार का प्रचार प्रसार करना। तकनीकी, विकास, परिवहन व्यवस्था में विकास, उद्योग एवं वाणिज्य के प्रसार के कारण आज पत्रकारिता एक उद्योग बन चुका है। इसका कार्य भी समय के अनुसार बदल गया है। आज पत्रकारिता का तीन मुख्य कार्य हो चला है। पहला-सूचना प्रदान करना, दूसरा-शिक्षा और तीसरा-मनोरंजन करना। इसके अलावा लोकतंत्र की रक्षा एवं जनमत संग्रह करना इसका मुख्य कार्य में शामिल है।

सूचना

अपने आस-पास की चीजों घटनाओं और लोगों के बारे में ताजा जानकारी रखना मनुष्य का सहज स्वभाव है। उसमें जिज्ञासा का भाव बहुत

प्रबल होता है। जिज्ञासा नहीं रहेगी तो समाचार की भी जरूरत नहीं रहेगी। पत्रकारिता का विकास ही इसी सहज जिज्ञासा को शांत करने के प्रयास के रूप में हुआ। यह मूल सिद्धान्त के आधार पर ही यह काम करती है। पत्रकारिता का मुख्य कार्य घटनाओं को लोगों तक पहुँचाना है। समाचार अपने समय के विचार, घटना और समस्याओं के बारे में सूचना प्रदान करता है। यानी कि समाचार के माध्यम से देश दुनिया की समसामयिक घटनाओं समस्याओं और विचारों की सूचना लोगों तक पहुँचाया जाता है। इस सूचना का सीधे-सीधे अधिक से अधिक लोगों पर प्रभाव पड़ता है। जैसे भारत में नोटबंदी हो या किसानों का ऋण माफी या जीएसटी लागू करने का निर्णय। यह सब सूचनाएँ लोगों को प्रभावित करती है। ये सूचनाएँ हमारे दैनिक जीवन के साथ-साथ पूरे समाज को प्रभावित करती हैं।

यही कारण है कि आधुनिक समाज में सूचना और संचार माध्यमों का महत्त्व बहुत बढ़ गया है। आज देश दुनिया में जो कुछ हो रहा है, उसकी अधिकांश जानकारियाँ हमें समाचार माध्यमों से ही मिलती हैं। सच तो यह है कि हमारे प्रत्यक्ष अनुभव से बाहर की दुनिया के बारे में हमें अधिकांश जानकारियाँ समाचार माध्यमों द्वारा दिए जानेवाले समाचारों से ही मिलती हैं। तो इस तरह पत्रकारिता आज के जमाने में सूचना प्रदान करने का सबसे बड़ा माध्यम बन गया है।

शिक्षा

समाचार के माध्यम से हमें देश दुनिया की तमाम घटनाओं विचार, समस्याओं की जानकारी मिलती है। यह समाचार हमें विभिन्न समाचार माध्यमों के जरिए हमारे घरों में पहुँचते हैं। समाचार सगंठनों में काम करनेवाले पत्रकार देश दुनिया में घटनेवाली घटनाओं को समाचार के रूप में परिवर्तित करके हम तक पहुँचाते हैं। यह हमें विभिन्न विषय में शिक्षा प्रदान करते हैं। हमें विद्यालय से लेकर विश्वविद्यालय तक डिग्री प्राप्त करने के लिए औपचारिक पढ़ाई के लिए पुस्तक पढ़नी पड़ती हैं।

उन पुस्तकों में इतिहास, भूगोल, विज्ञान, वाणिज्य, साहित्य, समाज, संस्कृति आदि का उल्लेख रहता है। उनमें समाज में घटित हुई घटनाओं को लेखकों द्वारा लिखी गई बातों को पढ़कर शिक्षा प्राप्त करते हैं। लेकिन संचार माध्यम चाहे वह समाचार पत्र-पत्रिकाएँ हों या रेडियो या दूरदर्शन या फिर

इंटरनेट या फिर सोशल मीडिया भी लोगों को वर्तमान में घटित हो रही घटनाओं को समाचार के रूप में परिवर्तित करके पेश करते हैं। यह समाचार सम सामयिक घटनाओं विचारों की पूरी जानकारी प्रदान करती है जो अनौपचारिक रूप से व्यक्ति को, पाठक को या दर्शक को शिक्षा प्रदान करती है।

जैसे कि अंतरिक्ष में भारत ने क्या उपग्रह छोड़ा, भूकंप से बचाव के लिए पहले जानकारी प्राप्त करने कौन सी नई तकनीकी बनाई गई है, स्वास्थ्य सेवा में क्या बदलाव लाया गया, राजनीति में क्या परिवर्तन हो रहा है, प्रसिद्ध साहित्यकारों ने समाज की समस्याओं पर क्या लेखनी चलाई आदि। समाचार पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित फीचर के जरिए कई ऐसे पहलू पर मार्गदर्शन दिया जाता है जो पाठ्यपुस्तकों जैसे औपचारिक पढ़ाई में नहीं मिल पाती है। दूसरी बात यह कि समाचार पत्र पत्रिकाओं में स्वास्थ्य, समाज, नारी, विज्ञान, ज्योतिष, वाणिज्य में नित्य हो रहे बदलाव और उसका प्रभाव पर विश्लेषण, समीक्षा आदि समाज का मार्गदर्शन करता है। विभिन्न क्षेत्र के सफल व्यक्तियों के साक्षात्कार से जहां समाज को उनका संघर्ष का पता चलता है तो उनके विचार, मूल्य के बारे में जानकारी मिलती है। इस तरह पत्रकारिता न केवल सूचना प्रदान करता है, बल्कि पाठक, दर्शक को सीधे एवं अनौपचारिक रूप से शिक्षा प्रदान करने का कार्य करती है।

मनोरंजन

पत्रकारिता का आयाम बहुत ही विस्तृत हो चला है। यह केवल सूचना और शिक्षा प्रदान करने तक सीमित न रहकर लोगों का मनोरंजन करने के लिए भी सशक्त माध्यम के रूप में उभर कर सामने आया है। समाचार पत्र में जैसे कथा, कहानी, जीवनी, व्यंग्य आदि लेख प्रकाशित होते हैं। इस तरह के साहित्यिक लेखों से लोगों का मनोरंजन होता है। इसके अलावा समाज में नित्य प्रतिदिन घटित हो रही घटनाओं पर कार्टून तथा व्यंग्य चित्र पेश किए जाते हैं। समाचार पत्र पत्रिकाओं तथा श्रव्य दृश्य माध्यमों में सिनेमा, दूरदर्शन, नाटक आदि से जुड़ी खबरें लेख प्रकाशित किये जाते हैं जो पाठकों तथा दर्शकों का पूरा मनोरंजन करते हैं। हम कहीं ट्रेन में बस में या हवाई जहाज में सफर कर रहे होते हैं तो समय काटना बड़ा कठिन होता है।

इस समय पर दिल को बहलाने के लिए लोगों को अक्सर समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं को पढ़ते देखा जाता है। ऐसे वक्त में लोगों का दिल

बहलाने के साथ-साथ शिक्षा एवं सूचनाएं भी प्रदान करते हैं। आज कल तो समाचार पत्र-पत्रिकाएं बच्चों को खास ध्यान में रखकर बाल पत्रिकाओं का प्रकाशन कर रहे हैं साथ ही बड़े समाचार पत्र समूह बाल मनोविज्ञान से संबंधित कथा, कहानियां सचित्र प्रकाशित कर बाल मनोरंजन कर रहे हैं। यहां तक कि टेलीविजन पर अनेक चैनल भी हैं जो केवल बाल मनोविज्ञान पर आधारित कार्यक्रम पेश करते हैं। दर्शकों, श्रोताओं, पाठकों को केवल समाचार से मन उब न जाए इसलिए मन बहलाने के लिए हर समाचार माध्यमों द्वारा समाचारों के प्रसारण के साथ ही मनोरंजन का भी यथासंभव प्रसारण एवं प्रकाशन किया जा रहा है।

लोकतंत्र का रक्षक

राजनैतिक परिदृश्य में मीडिया की भूमिका सबसे अहम है। पत्रकारिता की पहुँच का सीधा अर्थ है जनमत की पहुँच। इसलिए कहा गया है कि पत्रकारिता लोकतंत्र की सुरक्षा एवं बचाव का सबसे बड़ा माध्यम है। यह दोनों नेता एवं जनता के लिए लाभकारी है। नेता जनता तक अपनी सुविधा अनुसार पहुँच पाते हैं, लेकिन खासकर के इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से नेता एक ही समय में काफी लोगों तक पहुँच पाने में सक्षम हो जाते हैं। मीडिया में पहुँच का फायदा यह होता है कि उन्हें तथ्य, विचार एवं व्यवहार में सुधारने का मौका मिलता है। रेडियो एवं टीवी के कारण अब दूरी मिट गई है। इस तरह नेता इसके माध्यम से जनता तक पहुँच जाते हैं। और मीडिया के माध्यम से उनके द्वारा किए गए कार्य का विश्लेषण कर उन्हें चेताया जाता है।

जनमत

पत्रकारिता का कार्य में सबसे प्रमुख है जनमत को आकार देना, उसको दिशा निर्देश देना और जनमत का प्रचार प्रसार करना। पत्रकारिता का यह कार्य लोकतंत्र को स्थापित करता है। लोकतांत्रिक शासन व्यवस्था में पत्रकारिता यानि मीडिया लोगों के मध्य जागरुकता लाने का एक सशक्त माध्यम है। और यह शासक पर सामूहिक सतर्कता बनाए रखने के लिए सबसे बड़ा अस्त्र है। और यह तभी संभव है जब बड़ी आबादी तक मीडिया की पहुँच हो।

एजेंडा निर्धारण

इन कार्यों के अलावा पत्रकारिता यानी मीडिया अब एजेंडा निर्धारण करने के कार्य में भी शामिल हो चुका है। इसका अर्थ यह है कि मीडिया ही सरकार और जनता का एजेंडा तय करता है- मीडिया में जो होगा वह मुद्दा है और जो मीडिया से नदारद है वह मुद्दा नहीं रह जाता। एजेंडा निर्धारण में मीडिया की यह भूमिका बहुत महत्वपूर्ण हो गयी है। मीडिया में कौन सी बात उठ रही है उसे सरकार प्राथमिकता देने लगी है और उस पर त्वरित कार्रवाई कर रही है। दूसरी ओर जनता भी मीडिया के माध्यम से जो दिशा-निर्देश मिलते हैं उसी हिसाब से अपना कामकाज करने लगी है। मीडिया में खबर आने के बाद सरकार एवं जनता यह तय करते हैं कि उनका अगला कदम क्या होगा। जैसे कि मीडिया में खबर आई कि आनेवाले दिनों में जीएसटी लागू हो जाएगी। व्यापारी उसी हिसाब से अपनी तैयारी शुरू कर देते हैं।

पत्रकारिता के मुख्य कार्यों पर नजर डालें तो हम यह कह सकते हैं कि समाचार के माध्यम से लोगों को घटित घटनाओं को सूचित करना है। सूचित करने की इस प्रक्रिया में लोग शिक्षित भी होते हैं दूसरे पक्ष पर अगर हम विचार को लें तो इसका संपादकीय और लेख हमें जागरूक बनाते हैं। इसके अलावा खेल, सिनेमा की खबरें और विभिन्न विषयों पर आधारित फीचर का उद्देश्य ही लोगों का मनोरंजन करना होता है राजनैतिक परिदृश्य में इसका मुख्य कार्य लोकतंत्र की सुरक्षा एवं बचाव करना है।

जहां इसके माध्यम से नेता सीधे जनता तक पहुँच जाते हैं वहां इसके माध्यम से उनके द्वारा किए गए कार्य का विश्लेषण कर उन्हें चेताया जाता है। लोकतंत्र में जनमत ही सर्वोपरि होती है। वर्तमान में मीडिया ही जनमत का सबसे बड़ा माध्यम बन गया है। शासक पर सामूहिक सतर्कता बनाए रखने के लिए सबसे बड़ा अस्त्र बन गया है। पत्रकारिता के कार्य में अब एक और नया कार्य जुड़ गया है वह है सत्ता एवं जनता का एजेंडा निर्धारण करना।

पत्रकारिता के सिद्धांत

पत्रकारिता और पत्रकार एवं पत्रकारिता के मूल्य पर चर्चा करते समय हमने देखा कि अपनी पूरी स्वतंत्रता के बावजूद उस पर सामाजिक और

नैतिक मूल्यों की जवाबदेही होती है। यह सामाजिक और नैतिक मूल्य की जवाबदेही उसे एक नियम कानून के दायरे में चलने को मजबूर करता है।

इस दृष्टि से देखा जाए तो अन्य विषय की तरह पत्रकारिता भी कुछ सिद्धान्त पर चलती है। एक पत्रकार से यह अपेक्षा की जाती है कि वह इसका पालन करे। यह पत्रकारिता का आदर्श है। इस आदर्श को पालन कर एक पत्रकार पाठकों का विश्वास जीत सकता है। और यह विश्वसनीयता समाचार संगठन की पूंजी है। पत्रकारिता की साख बनाए रखने के लिए निम्नलिखित सिद्धान्तों का पालन करना जरूरी है-

यथार्थता

पत्रकार पर सामाजिक और नैतिक मूल्य की जवाबदेही है। यह वास्तविकता या यथार्थता की ओर इशारा करती है। एक पत्रकार संगठन को अपनी साख बनाए रखने के लिए समाज के यथार्थ को दिखाना होगा। यहां पर कल्पना की कोई जगह नहीं होती है। यह पत्रकारिता की पहली कसौटी है। समाचार समाज के किसी न किसी व्यक्ति, समूह या देश का प्रतिनिधित्व करता है। इसलिए इसका जुड़ाव सीधे समाज की सच्चाई यानी वास्तविकता से हो जाता है। यानी कि यह कह सकते हैं कि समाचार समाज का प्रतिबिंब होता है।

पत्रकार हमेशा समाचार यथार्थ को पेश करने की कोशिश करता है। यह अपने आप में एक जटिल प्रक्रिया है। दरअसल मनुष्य यथार्थ की नहीं यथार्थ की छवियों की दुनिया में रहता है। किसी भी घटना के बारे में हमें जो भी जानकारीयां प्राप्त होती हैं उसी के अनुसार हम उस यथार्थ की एक छवि अपने मस्तिष्क में बना लेते हैं। और यही छवि हमारे लिए वास्तविक यथार्थ का काम करती है। दूसरे शब्दों में कहा जाए कि हम संचार माध्यमों द्वारा सृजित छवियों की दुनिया में रहते हैं।

संपूर्ण यथार्थ को प्रतिबिंबित करने के लिए सबसे बड़ी चुनौती है कि तथ्यों के चयन में संपूर्णता का ध्यान रखना होगा। समाचार लिखते समय यह ध्यान रखना होगा कि कौन सी सूचनाएं और कौन सा तथ्य संपूर्ण घटना का प्रतिनिधित्व कर सकता है, ऐसे तथ्य एवं सूचनाओं का चयन करना होगा। जैसे कि एक नस्ली, जातीय या धार्मिक हिंसा की घटना का समाचार कई तरह से लिखा जा सकता है।

इसे तथ्यपरक ढंग से इस तरह भी लिखा जा सकता है कि किसी एक पक्ष की शैतान की छवि सृजित कर दी जाए और दूसरे पक्ष को इसके कारनामों का शिकार। घटना के किसी एक पक्ष को अधिक उजागर कर एक अलग ही तरह की छवि का सृजन किया जा सकता है। या फिर इस घटना में आम लोगों के दुःख दर्द को उजागर कर इस तरह की हिंसा के अमानवीय और बर्बर चेहरे को भी उजागर किया जा सकता है। एक रोती विधवा, बिलखते अनाथ बच्चे या तो मात्र विधवा और अनाथ बच्चों के बारे में पेश करके यह दिखाना कि जातीय या धार्मिक हिंसा ने यह हालत की है। या फिर यह पेश किया जा सकता है कि चूंकि ये किसी खास जाति या धर्म के हैं इसलिए ये विधवा और अनाथ हैं। इस तरह समाचार को वास्तव में हकीकत के करीब रखने के लिए एक पत्रकार को प्रोफेशनल और बौद्धिक कौशल में महारथ हासिल करना जरूरी है।

वस्तुपरकता

वस्तु की अवधारणा हमें सामाजिक माहौल से मिलते हैं। बचपन से ही हम घर में, स्कूल में, सड़क पर चलते समय हर कदम, हर पल सूचनाएँ प्राप्त करते हैं और दुनिया भर के स्थानों लोगों संस्कृतियों आदि सैकड़ों विषय के बारे में अपनी एक धारणा या छवि बना लेते हैं। हमारे मस्तिष्क में अनेक मौकों पर इस तरह छवियाँ वास्तविक भी हो सकती हैं और वास्तविकता से दूर भी हो सकती है। वस्तुपरकता का संबंध सीधे-सीधे पत्रकार के कर्तव्य से जुड़ा है। जहां तक वस्तुपरकता की बात है पत्रकार समाचार के लिए तथ्यों का संकलन और उसे प्रस्तुत करते हुए अपने आकलन को अपनी धारणाओं या विचारों से प्रभावित नहीं हाने देना चाहिए क्योंकि वस्तुपरकता का संबंध हमारे सामाजिक-सांस्कृतिक, आर्थिक मूल्यों से कहीं अधिक है।

वैसे भी दुनिया में हर चीज को देखने का नजरिया हर व्यक्ति में अलग-अलग होता है। ऐसे में पत्रकार का कर्तव्य है कि वह समाचार को ऐसा पेश करे कि पाठक उसे समझते हुए उससे अपना लगाव महसूस करे। समाचार लेखन में लेखक को अपनी राय प्रकट करने की छूट नहीं मिल पाती है। उसे वस्तुपरक होना अनिवार्य है। लेकिन यह ध्यान रखना होता है कि वस्तुपरकता से उसकी जिम्मेदारी भी जुड़ी हुई है।

पत्रकार के उत्तरदायित्व की परख तब होती है जब उसके पास कोई विस्फोटक समाचार आता है। आज के संदर्भ में दंगे को ही लें किसी स्थान पर दो समुदायों के बीच दंगा हो जाता है और पत्रकार सबकुछ खुलासा करके नमक-मिर्च लगाकर समाचार पेश करता है तो समाचार का परिणाम विध्वंसात्मक ही होगा। ऐसी स्थिति में अनुभवी पत्रकार अपने विवेक का सहारा लेते हैं और समाचार इस रूप से पेश करते हैं कि उससे दंगाइयों को बल न मिले ऐसे समाचार के लेखन में वस्तुपरकता और भी अनिवार्य जान पड़ती है।

इसलिए कोई भी समाचार एक साथ वस्तुपरक नहीं हो सकता है। एक ही समाचार को एक पत्रकार वस्तुपरक बना सकता है तो दूसरा पूर्वाग्रह से प्रभावित होकर बना सकता है। चाहे जो भी हो एक पत्रकार को जहां तक संभव हो अपने समाचार प्रस्तुतीकरण में वस्तुपरकता को अवश्य ध्यान में रखना चाहिए। यही कारण है कि वस्तुपरकता को भी तथ्यपरकता से आंकना जरूरी है। क्योंकि वस्तुपरकता और यथार्थता के बीच काफी कुछ समानताएं भी हैं और दोनों के बीच अंतर भी है। यथार्थता का संबंध अधिकाधिक तथ्यों से है वहीं वस्तुपरकता का संबंध इस बात से है कि कोई व्यक्ति उस तथ्य को कैसे देखता है।

जैसे कि किसी विषय या मुद्दे के बारे में हमारे मस्तिष्क में पहले से सृजित छवियां समाचार के मूल्यांकन की हमारी क्षमता को प्रभावित करती हैं और हम इस यथार्थ को उन छवियों के अनुरूप देखने का प्रयास करते हैं। लेकिन पत्रकार को जहां तक संभव हो अपने लेख में वस्तुपरकता का अवश्य ध्यान रखना चाहिए।

निष्पक्षता

चूंकि पत्रकारिता लोकतंत्र का चौथा स्तंभ है इसलिए राष्ट्रीय एवं सामाजिक जीवन में इसकी अहम भूमिका है। इसलिए पत्रकारिता सही और गलत, न्याय और अन्याय जैसे मसलों के बीच तटस्थ नहीं होना चाहिए बल्कि वह निष्पक्ष होते हुए सही एवं न्याय के साथ होना चाहिए। इसलिए पत्रकारिता का प्रमुख सिद्धान्त है उसका निष्पक्ष होना। पत्रकार को उसका शतप्रतिशत पालन करना जरूरी है तभी उसके समाचार संगठन की साख बनी रहेगी। पत्रकार को समाचार लिखते समय न किसी से दोस्ती न किसी

से बैर वाले सिद्धांत को अपनाना चाहिए तभी वह समाचार के साथ न्याय कर पाएगा। और जब पत्रकारिता की आजादी की बात आती है तो इसमें न्यायसंगत होने का तत्त्व अधिक अहम होता है।

आज मीडिया की ताकत बढ़ी है। एक ही झटके में वह किसी को सर आखों पर बिठा सकता है तो किसी को जमीन के नीचे गिरा सकता है। इसलिए किसी के बारे में समाचार लिखते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि कहीं किसी को अनजाने में ही सही उसे बिना सुनवाई के फांसी पर तो नहीं लटकवाया जा रहा है। इसलिए पत्रकार एवं पत्रकार संगठन की जिम्मेदारी है कि वह निष्पक्ष होकर हमेशा सच्चाई को सामने रखे और सही एवं न्याय का साथ दे।

संतुलन

पत्रकारिता में निष्पक्षता के साथ संतुलन की बात भी जुड़ी हुई है। जब किसी समाचार के कवरेज पर यह आरोप लगाया जाता है कि वह संतुलित नहीं है तो यहां यह बात सामने आती है कि समाचार किसी एक पक्ष की ओर झुका हुआ है। यह ऐसे समाचार में सामने आती है जब किसी घटना में अनेक पक्ष शामिल हों और उनका आपस में किसी न किसी रूप में टकराव हो ऐसी स्थिति में पत्रकार को चाहिए कि संबद्ध पक्षों की बात समाचार में अपने-अपने समाचारीय महत्त्व के अनुसार स्थान देकर समाचार को संतुलित बनाना होगा। एक और स्थिति में जब किसी पर कोई किसी तरह के आरोप लगाए गए हों या इससे मिलती-जुलती कोई स्थिति हो।

उस स्थिति में निष्पक्षता और संतुलन की बात आती है। ऐसे समाचारों में हर पक्ष की बात को रखना अनिवार्य हो जाता है अन्यथा एक पक्ष के लिए चरित्र हनन का हथियार बन सकता है। तीसरी स्थिति में व्यक्तिगत किस्म के आरोपों में आरोपित व्यक्ति के पक्ष को भी स्थान मिलना चाहिए। यह स्थिति तभी संभव हो सकती है जब आरोपित व्यक्ति सार्वजनिक जीवन में है और आरोपों के पक्ष में पक्के सबूत नहीं हैं। लेकिन उस तरह के समाचार में इसकी जरूरत नहीं होती है जो घोषित अपराधी हों या गंभीर अपराध के आरोपी। संतुलन के नाम पर मीडिया इस तरह के तत्त्वों का मंच नहीं बन सकता है। दूसरी बात यह कि यह सिद्धांत सार्वजनिक मसलों पर

व्यक्त किए जानेवाले विचारों और दृष्टिकोणों पर लागू नहीं किया जाना चाहिए।

स्रोत

पत्रकारिता के मूल में समाचार है। समाचार में कोई सूचना या जानकारी होती है। पत्रकार उस सूचना एवं जानकारी के आधार पर समाचार तैयार करता है, लेकिन किसी सूचना का प्रारंभिक स्रोत पत्रकार नहीं होता है। आमतौर पर वह किसी घटना के घटित होने के समय घटनास्थल पर उपस्थित नहीं होता है। वह घटना के घटने के बाद घटनास्थल पर पहुँचता है इसलिए यह सब कैसे हुआ यह जानने के लिए उसे दूसरे स्रोतों पर निर्भर रहना पड़ता है। उस सूचना एवं जानकारी में क्या सही है, क्या असली घटना है, कौन शामिल है उसकी पूरी जानकारी के बिना यह अधूरी एवं एक पक्ष होती है जो हमने पत्रकारिता के सिद्धांतों में यथार्थता, वस्तुपरकता, निष्पक्षता और संतुलन पर चर्चा करते हुए देखा है। किसी भी समाचार के लिए जरूरी सूचना एवं जानकारी प्राप्त करने के लिए समाचार संगठन एवं पत्रकार को कोई न कोई स्रोत की आवश्यकता होती है। यह समाचार स्रोत समाचार संगठन के या पत्रकार के अपने हाते हैं। स्रोतों में समाचार एजेंसियां भी आती हैं।

समाचार की साख बनाए रखने के लिए उसमें शामिल की गई सूचना या जानकारी का क्या स्रोत है उसका उल्लेख करना आवश्यक हो जाता है। खासकर ऐसे समाचार जो सामान्य के दायरे से निकलकर खास श्रेणी में आते हैं। स्रोत के बिना समाचार का महत्त्व कम हो जाता है। इसलिए समाचार में समाहित सूचनाओं का स्रोत होना आवश्यक है। हाँ जिस सूचना का कोई स्रोत नहीं है उसका स्रोत या तो पत्रकार स्वयं है या फिर यह एक सामान्य जानकारी है जिसका स्रोत देने की जरूरत नहीं होती है।

5

पत्रकारिता की शैलियाँ

पत्रकारिता में घटनाओं का लिखित रूप में वर्णन करने के लिये बहुत-सी शैलियों का प्रयोग किया जाता है जिन्हें 'पत्रकारिता शैलियाँ' कहते हैं। समाचार पत्रों और पत्र-पत्रिकाओं में प्रायः विशेषज्ञ पत्रकारों द्वारा लिखे गए विचारशील लेख प्रकाशित होते हैं जिसे 'फीचर कहानी' (रूपक) का नाम दिया गया है। फीचर लेख ज्यादातर लम्बे प्रकार के लेख होते हैं जहाँ सीधे समाचार सूचना से अधिक शैली पर ध्यान दिया जाता है। अधिकतर लेख तस्वीर, चित्र या अन्य प्रकार के 'कला' के साथ संयुक्त किये जाते हैं। कभी-कभी ये मुद्रण प्रभाव या रंगों से भी प्रकशित किये जाते हैं।

एक पत्रकार के लिए रूपक (फीचर स्टोरी) की लिखाई अन्य सीधे समाचार सूचना की लिखाई से कई ज्यादा श्रमसाध्य हो सकती है। एक तरफ जहाँ उन पर कहानी के तथ्यों को सही रूप से इकट्ठा और प्रस्तुत करने का भार है वहीं दूसरी तरफ कहानी को पेश करने के लिये एक रचनात्मक और दिलचस्प तरीका खोजने का दबाव है। लीड (या कहानी के पहले दो अनुच्छेद) पाठक का ध्यान खींचने और लेख के विचारों को यथार्थ रूप से प्रकट करने में सक्षम होना चाहिए।

20 वीं सदी के अंतिम छमाही से सीधे समाचार रिपोर्टिंग और फीचर लेखन के बीच की रेखा धुंधली हो गई है। पत्रकारों और प्रकाशन आज अलग-अलग दृष्टिकोण के साथ लेखन पर प्रयोजन कर रहे हैं। टॉम वोल्फ,

गे टलेस, हंटर एस. थॉम्पसन आदि इन उदाहरणों में से कुछ हैं। शहरी और वैकल्पिक साप्ताहिक समाचार पत्रों इस विशिष्टता को और भी धुंधला कर रहे हैं। कई पत्रिकाओं में सीधी खबर से ज्यादा फीचर लेख पाए जाते हैं।

कुछ टेलीविजन समाचार प्रदर्शनों ने वैकल्पिक स्वरूपों के साथ प्रयोग किया, और इस वजह से कई टेलीविजन प्रदर्शनों को पत्रकारिता के मानकों के अनुसार न होने के वजह से समाचार प्रदर्शन नहीं माना गया।

पत्रकारिता की भाषा को सीधा, सरल और सहज होना चाहिए। ये ध्यान रखा जाना चाहिए कि इसका मूल उद्देश्य भाषाज्ञान का प्रदर्शन नहीं बल्कि एक खबर को अधिक-से-अधिक लोगों तक पहुँचाना है। पत्रकारिता और साहित्य की भाषा अलग होती है, पत्रकारिता की अच्छी भाषा वही है जिससे बात साफ, सरल और सहज तरीके से लोगों तक पहुँच सके।

साहित्य की भाषा के मामले में लेखक स्वतंत्र है, क्योंकि यह उसकी अपनी निजी कृति होती है, लेकिन मीडिया के लेखन में एक संस्थान की ओर से एक व्यापक जनसमुदाय को संबोधित किया जाता है। पत्रकार का उद्देश्य यही होता है कि उसकी बात लाखों लोगों तक पहुँच सके, वे उसे समझ सकें, भाषा के ज्ञान का प्रदर्शन करने की जगह पत्रकारिता नहीं है।

पत्रकारिता के अच्छे और सुंदर शब्द वही हैं जो पाठकों, दर्शकों या श्रोताओं की समझ में आते हैं, वो नहीं जिन्हें पत्रकार निजी तौर पर अच्छे और सुंदर शब्दों में गिनता है। भाषा बहुत बारीक चीज है, जिसकी समझ आते-आते ही आती है, पत्रकारिता की भाषा में हमेशा सटीक और सरल होने के बीच द्वंद्व बना रहता है। हमेशा छोटे और स्पष्ट वाक्य लिखें, एक वाक्य में ढेर सारे विचार न डालें। सिर्फ जरूरी बात कहें और शब्दजाल न रचें। आप सरल होने के चक्कर में गलत शब्द नहीं लिख सकते, और सटीक होने की कोशिश में ऐसा शब्द नहीं लिख सकते जो किसी को मालूम ही न हो।

पंडिताऊ भाषा की जगह आम बोलचाल के शब्दों का प्रयोग करने की बात अक्सर की जाती है जो कि ठीक भी है, लेकिन मीडिया की भाषा इतनी चलताऊ भी नहीं होनी चाहिए आपकी विश्वसनीयता और स्तरीयता खतरे में पड़ जाए।

मसलन, 'विपक्षी सांसदों ने बहिर्गमन किया', यह कम लोगों की समझ में आएगा और 'विपक्षी सांसद उठकर चले गए' ज्यादातर लोग समझेंगे,

अब बोलचाल की भाषा के नाम पर कहेंगे कि 'पार्लियामेंट में पंगा हो गया', तो सही नहीं होगा।

पत्रकारिता की भाषा हमेशा बहुत मेहनत और सजगता से गढ़ी हुई भाषा होती है जिसका सिवाय अपनी बात अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचाने के कोई और उद्देश्य नहीं होता।

टेलीविजन पत्रकारिता पर आई एक नई किताब में भाषाई प्रयोग को समझाने की कोशिश की गई है। किताब में किताबी नहीं, व्यावहारिक बातें बताई हैं। किताब में टेलीविजन की दुनिया के अनुरूप शब्दों और वाक्यों के बारे में बताया गया है। स्लग, टॉपिक, प्रोमो, हेडलाइंस, एंकर या फिर रिपोर्टर की भाषा पर अलग-अलग चैप्टर बनाकर विस्तारपूर्वक बताया गया है। नए पत्रकार इस किताब से टेलीविजन पत्रकारिता की दुनिया से वाकिफ हो सकेंगे। वे टीवी की दुनिया की भाषा से परिचित हो सकेंगे। इसमें स्क्रीप्टिंग के बारे में विस्तार से बताया गया है। स्क्रिप्ट, एंकर की भाषा और रिपोर्टर की जुबान पर अलग-अलग चर्चा की गई है। किताब के आमुख को टेलीविजन की दुनिया के वरिष्ठतम पत्रकारों में से एक राजदीप सरदेसाई ने लिखा है। उनका कहना है कि टेलीविजन न्यूज मीडिया में लोगों का भरोसा फिर से कैसे बहाल किया जाए, इसके लिए सही भाषा की समझ जरूरी है।

वक्त के साथ बदलती है भाषा

भाषा हमेशा स्थायी नहीं रहती, वो वक्त की जरूरतों के हिसाब से बदलती रहती है, इस बदलाव के साथ संघर्ष करने की जगह उसे समझने का प्रयास जरूरी है। भाषा जैसी दस साल पहले थी, अब नहीं है, न ही आने वाले दिनों में वैसी रहेगी जैसी अब है। मनोरंजन, खेल, खानपान, हर क्षेत्र से नए नए शब्द आते हैं, लाखों लोग जिन शब्दों को पसंद करते हैं वे टिकते हैं, बाकी खत्म हो जाते हैं।

पहले हर नई पीढ़ी, पिछली पीढ़ी से अलग तरह की भाषा लिखती-बोलती थी, अब यह बदलाव कहीं तेजी से हो रहा है।

सोशल मीडिया, मोबाइल फोन और इंटरनेट की वजह से भाषा बदली है। इस बदलाव को समझना चाहिए और उसके साथ चलना चाहिए, इस बदलाव से संघर्ष करने की जगह उसे समझना चाहिए।

मसलन, कंप्यूटर और इंटरनेट से जुड़े सारे शब्द अँगरेजी के ही हैं, उनका अनुवाद करने की जरूरत नहीं समझी गई, कंप्यूटर के लिए संगणक और इंटरनेट के लिए अंतर्जाल जैसे शब्द कुछ लोगों ने चलाने की कोशिश की लेकिन बात नहीं बनी।

अब बारीक बात, संतुलन और सावधानी की। 'परदे पर विद्यमान कुंजीपटल का प्रयोग करके इच्छित भाषा में टंकण करें' जैसे वाक्य लिखने से बेहतर होगा—'ऑनस्क्रीन कीबोर्ड से मनचाही भाषा में टाइप करें।'

मगर साथ ही ध्यान रखें कि ज्यादा 'कूल' होने की कोशिश में ऐसी भाषा लिखने से बचें जो इन दिनों कई लोग एसएमएस में लिख रहे हैं, मसलन, 'ठीक है' की जगह जा या 'ग्रेट' की जगह ग्रे।

संक्षेप में, पत्रकार को भाषा के बारे में खूब सोचना चाहिए, हमेशा अपना दिमाग खुला रखना चाहिए, और याद रखना चाहिए भाषा जरिया है, मकसद नहीं, मकसद तो है अधिक से अधिक लोगों तक अपनी बात पहुँचाना।

भाषा और निष्पक्षता

पत्रकार खुलकर पक्षपात ना भी करे, तो भी उसकी भाषा से उसकी पोल खुल जा सकती है। कोई कितना निष्पक्ष है, इसका पता सबसे पहले भाषा से चल जाता है। पत्रकार खुलकर पक्षपात ना भी करें, तो भी उसकी भाषा से उसकी पोल खुल जा सकती है। बीबीसी हिन्दी सेवा के डिजिटल संपादक राजेश प्रियदर्शी इसे कुछ उदाहरणों के साथ समझा रहे हैं।

पत्रकारिता और भाषा

पत्रकारिता समाज का एक ऐसा विभाग है जिसमें दैनंदिन पिछले 24 घंटों के विभिन्न घटनाओं का उल्लेख होता है। पत्रकारिता मौखिक लैखिक व ट्रैशियक तीनों तरह की होती हैं। रेडियो पर केवल खबरों की मौखिक जानकारी मिलती है और अखबारों में कुछ चित्रों में और कुछ लिखित जानकारी होती है। टी.वी. में चलचित्रों सहित विस्तृत ट्रैशियक जानकारी होती है। पर सँजोने के लिए अखबार सबसे आसान तरीका है।

घटनाओं का विवरण देने के लिए भाषा की जरूरत होती है। विवरण देने वाले को भाषा पर पकड़ होना जरूरी है ताकि वह घटना को आसानी

से, कम से कम शब्दों में सँजो सकें। भाषा सौम्य और सभ्य होनी चाहिए और समाज के बहुत बड़े तबके को समझ में आनी चाहिए। इसमें शालीनता भी अत्यंत आवश्यक अंग है। पढ़े-लिखे लोग तो थोड़ी बहुत इधर-उधर भी समझ ही जाते हैं, किंतु कम - पढ़ों (अनपढ़ नहीं) को कुछ स्थानीय भाषा का पुट भी चाहिए। कुछ प्रमुख विषयों पर संपादक अपनी राय संपादकीय में देते हैं और कुछ विशिष्ट व्यक्तियों के लेख व आलेख खास विषयों पर दिए जाते हैं ताकि समाज को उस विषय के बारे में विस्तृत जानकारी दी जा सके।

कुल मिला कर पत्रकारिता के लिए संपादक को घटनाओं के अलावा भाषा पर विशेष ध्यान देना होता है। अलग - अलग घटनाओं को भाषा में पिरोना व उसे संपादित करने के लिए, विषय विशेष से संबंधित पदावली की जानकारी वाले शब्द भी तो चाहिए। इसी खासियत के कारण समाचार पत्रों को भाषा का एक स्तंभ माना जाता था। करीब 50 वर्ष पूर्व जब एक जानकार के घर में जब दो रिश्तेदारों के बीच भाषा की पकड़ पर जिरह हुआ कि कौन बेहतर है - बड़ों ने दोनों को पुराने अखबार की प्रतियों से एक ही अंश के हर शब्द के प्रयुक्त अर्थ का समानार्थी लिखने को कहा। साथ में हिदायत दी कि शब्द जितनी बार आएगा, उतनी बार उसका वह अर्थ लिखा जाए, जिसके लिए वह प्रयुक्त हुआ है, क्योंकि अनेकार्थी शब्द भी होते हैं। जिसको ज्यादा शब्दों के सही अर्थ पता थे, उसकी पकड़ को ज्यादा आँका गया। कहने का तात्पर्य यह कि उस जमाने में भी भाषा के मानकीकरण के लिए अखबार की तरफ देखा जाता था। आज अखबारों की भाषा का स्तर कम गया है, फिर भी साधारणतया देखा जाए तो अखबार जन साधारण से तो बेहतर भाषा ही देते हैं।

ऐसे में जब विभिन्न घटनाओं को विस्तृत रूप में वर्णन करते हैं तो ऐसे बहुत से मौके आते होंगे जहां नए हालातों के लिए नए शब्द खोजने पड़ते होंगे। इसी तरह प्रयोग में लाए गए ये शब्द, धीरे धीरे प्रचलन में आते हैं और कुछ समय बाद भाषा में अपना लिए जाते हैं। इससे भाषा भी समृद्ध होती रहती है। इसी लेख के शुरु में प्रयोग किया गया शब्द “ट्रैशियक” बहुत ही कम उपयोग किया जाता है।

शब्दों को प्रचलित करने में पत्रकारिता का बड़ा ही महत्त्व है। क्रिकेट की शब्दावली के लिए क्रिकेट कामेंट्रेटर को बहुत छूट या कहीं मौके होते

हैं। नए शाट खेले जाते हैं और नई तरह की बौलिंग की जाती है तो उनके लिए नए शब्दों को लाना ही पड़ेगा। पहले पहल तो विस्तृत विवरण दिया जा सकता है, किंतु कुछ एक अंतराल के बाद उसके लिए कोई उचित शब्द तो गढ़ना ही होगा। आज से 25-30 बरस पहले दूसरा नामका को कोई भॉल होता ही नहीं था। पहली बाकर यॉर्कर भागवत चंद्रशेखर की बॉल पर सुना था। बाउंसर पहले भी थे किंतु हेजिंग अभी आई है। इस तरह हर खेल में और जीवन की हर विधा में नए-नए परिवर्तनों की वजह से नए शब्दों को लाना ही पड़ता है। इस मकसद से पत्रकारिता में भाषा का विकास बहुत अच्छी तरह संभव है।

यदि पत्रकारिता में भाषा का ध्यान न रखा गया, तो पत्रकारिता ही खराब हो जाती है। इसलिए पत्रकारों को भाषा पर विशेष ध्यान भी देना पड़ता है। मुसीबतों के साथ खुशीबतें और गलतफहमी को साथ सहीफहमी या खुशफहमी, दुखफहमी इत्यादि शब्द तो हो ही सकते हैं उनका प्रयोग में न आना आश्चर्यकारक लगता है। शब्दों के अर्थों में जाएं तो लगता है कि फहमी यानी एक प्रकार का विश्वास हो जाना, गलत फहमी यानी गलत विश्वास हो जाना जैसे “ सॉरी, मुझे गलत फहमी हो गई थी कि वह तुम्हारी बीवी है।”

एक जमाना था जब पत्रकारिता की भाषा को साहित्य का एक स्वरूप माना जाता था। बहुत बार तो पत्रकारिता में प्रयुक्त नए शब्द या शब्द युग्म आधुनिक भाषा की नींव बनते हैं। नई तरह के घटना के रूप में विवरण के लिए नए शब्द बना लिए, तो अगली बार के लिए आसान हो जाता है। यही शब्द जब जन साधारण में चला जाता है तो वहीं भाषा का अंग बन जाता है।

समाचार पत्र हर दिन प्रकाशित होता है और उसमें बिना किसी प्रतिबंध के हर तरह की खबरें छपती हैं इसलिए विषयों की भरमार होती है। आए दिन की घटनाओं को नए तरह से पेश करने के लिए साहित्य में पकड़ तो होनी ही चाहिए ताकि विवरण दिलचस्प और सटीक भी हो। ऐसी हालातों में नए परिस्थितियों में नए शब्दों की आवश्यकता होती है, और तदनुसार शब्द गढ़ लिए जाते हैं। अन्यथा वही भाषा वही विवरण से लोग पक जाते हैं। अखबार की भी साख कमने लगती है। इस तरह पत्रकारिता में भाषा को धनी बनाने के असंख्य अवसर होते हैं। किंतु आज की पत्रकारिता को देखने से पता लगता है कि प्रकाशक या संपादक खर्च कम करने के लिए

अनुपयुक्त कामगारों को रखकर निचली श्रेणी की भाषा में खबर परोस देता है। उसे शायद एहसास नहीं होता कि कुछेक दिन के लिए तो ठीक है, किंतु लंबे समय में यह घाटे का ही सौदा साबित होता है।

आज की पत्रकारिता में अधिकतर खरोंचने और भड़काने वाली भाषा का प्रयोग होता है। 30-35 साल पहले चंडीगढ़ से प्रकाशित (पं जगतनारायण जी का) पंजाब केसरी ही ऐसी खबरों की भाषा का प्रयोग करता था। जैसे - “बस सड़क से उतरी और घर में घुसी”। आज कल यह आम बात हो गई है। खबर होगी - “हिंदू ने मारी टक्कर - दो मुसलमान मौके पर ही मारे गए”। सीधी सादी खबर है कि वाहन के टकराव से दो व्यक्ति मारे गए। असमें हिंदू या मुसलमान होने की बात कहकर अखबार वाला क्या कहना चाहता है? या फिर “पाकिस्तान का विमान गुरुद्वारे पर गिरा”। ऐसी खबरें माहौल को खराब करने के अलावा और कुछ नहीं करती। अखबारों का काम खबर देना है, भड़काना नहीं। लगता है नेताओं का काम अब अखबारों ने ले लिया है।

हाल ही में बंगलादेश से क्रिकेट में मिली हार के बाद अखबारों में - भारतीय खिलाड़ी आधे मुंडे सर के साथ दिखाए गए और कंप्शन लिखा - “स्टेडियम के बाजार में मुर्तिज र ब्लेड भी मिलते हैं”। कितना घिनौना था यह मजाक। लेकिन तकलीफ तभी होती है जब हम पर कोई वार करता है। जब हम वार करते हैं तो मजा ही आता है, उनके तकलीफ की तरफ तो हमारी सोच जा ही नहीं सकती। हमारी मानसिकता ही ऐसी हो गई है।

हममें इंसानियत का नाता भी बचा नहीं रह गया है। इन दिनों बेगलूरु में SHE transport शुरू की गई है। पता नहीं कहाँ दुबक गए वे जो नारी उत्थान की बात करते अनथके कहते हैं कि आज नारी को किसी प्रकार का आरक्षण नहीं चाहिए, किसी प्रकार की विशेष सुविधा नहीं चाहिए। किसी भी विधा में देखिए, वह हर नर के समकक्ष नहीं तो आगे व ऊपर खड़ी है। “चित भी अपना, पट भी अपना और अंटा मेरे बाप का” - कहावत सोलह आने सच साबित हो रही है। और इसी तरह अखबार वाले भी सरकार व समाज के उन्हीं लोगों के साथ हाँ में हाँ मिलाते चापलूसी करते नजर आते हैं। चलो कुछ लोग तो करेंगे ही, लेकिन यहाँ तो ढर्रा ही हो गया है। इन सबके बाद भी, भाषा की शैली पुराने घिसे-पिटे शब्दों में ही हो रही है। नए

मौके हैं, नई पीढ़ी है। नए इरादे हैं। उन सबके साथ भाषा का नवीनीकरण भी तो हो सकता है।

यह बात सही है कि समाचारों को सब तक पहुँचाने के लिए साहित्यिक भाषा का प्रयोग नहीं हो सकता। इसके लिए रोजमर्रा की बोलचाल की भाषा का ही प्रयोग करना पड़ेगा। किंतु उस रोजमर्रा की भाषा का भी तो उत्थान हो सकता है। साहित्यिक न सही, सही भाषा तो लिखी जा सकती है। इसका यह भी तो मतलब नहीं कि बुद्ध जीवी अखबार पढ़ना ही छोड़ दें। उनके लिए भी तो कुछ हो। पहले अखबारों में संपादकीय पृष्ठ बुद्धजीवियों के लिए होता था। होता तो अब भी है, किंतु फर्क इतना जरूर हो गया है कि कुछ विशिष्टों को छोड़कर साधारणतः संपादकीय पृष्ठ की भाषा ही कमजोर हो गई है। विषयों का चयन भी कमजोर हो गया है। और इसीलिए लोगों में भाषा की उन्नति का रास्ता भी बंद हो गया है।

सेलिब्रिटी पत्रकारिता

सेलिब्रिटी पत्रकारिता, पत्रकारिता की वो शैली है जो 20वीं सदी से प्रमुखता में आयी। इसे सेलिब्रिटी पत्रकारिता भी कहा जाता है। यह लोगों के निजी जीवन पर केंद्रित है, मुख्य रूप से हस्तियों, फिल्म और रंगमंच अभिनेता, संगीत कलाकार, मॉडल और फोटोग्राफर, मनोरंजन उद्योग में अन्य उल्लेखनीय लोग और राजनेताओं जो सुर्खियों में रहना चाहते हैं। अखबार गपशप स्तंभकार और गपशप पत्रिकाओं के प्रांत बार, सेलिब्रिटी पत्रकारिता, राष्ट्रीय एनक्वायर तरह राष्ट्रीय अखबार समाचार पत्रों का ध्यान केंद्रित हो गया है। पीपल और यू एस वीकली जैसे पत्रिकाओं, सिडिकेटेड टेलीविजन नाटकों जैसे - एनटरटेनमेंट टूनाईट, इनसाईड एडीशन, दी इनसाईडर, एक्सेस हॉलीवुड और अतिरिक्त केबल नेटवर्क्स जैसे कि ई, ए एन्ड ई नेटवर्क और जीवनी चैनल और हजारों वेबसाइटों के कई अन्य टीवी प्रस्तुतियों। अधिकांश अन्य समाचार मीडिया हस्तियों और लोगों में से कुछ कवरेज प्रदान करते हैं। हाल के वर्षों में, मीडिया यह हस्तियों पर रिपोर्ट के रूप में बहुत ही रास्ते में विभिन्न शाही परिवारों के सदस्यों को सूचना दी गई है अभिनेताओं या नेताओं के रूप में हालांकि एक ही हमेशा नहीं।

रॉयल्टी का समाचार कवरेज शाही परिवारों के सदस्यों के जीवन की झलक पर अधिक केंद्रित किया गया। सूत्रों का कहना है कि रॉयल्टी पर

इस तरह की रिपोर्ट है जैसे - दी टेलीग्राफ, दी डेली मेल और प्रकाशनों जो रॉयल्टी पर विशेष रूप से रिपोर्ट करते हैं जैसे कि रॉयल सेंट्रल। सेलिब्रिटी पत्रकारिता, फीचर लेखन से अलग है, इसमें उन लोगों पर केंद्रित करता है जो पहले से ही मशहूर है या विशेष रूप से आकर्षक है और ज्यादातर उन पीढी हस्तियों को शामिल करते हैं जो अनैतिक व्यवहार का उपयोग करने में अक्सर कवरेज प्रदान करते हैं। पापाराजी, संभावित शर्मनाक तस्वीरें प्राप्त करने के लिए लगातार हस्तियों का पालन करें जो फोटोग्राफर, सेलिब्रिटी पत्रकारिता चिह्नित करने के लिए आए हैं।

कन्वर्जेस पत्रकारिता

यह पत्रकारिता का एक उभरता प्रकार है। कन्वर्जेन्स पत्रकारिता प्रिंट, फोटो और वीडियो जैसे विभिन्न रूपों के पत्रकारिताओं को एक भाग में जोड़ता है।

गोंजो पत्रकारिता

गोंजो पत्रकारिता, अमेरिका के लेखन हंटर एस थॉम्पसन द्वारा लोकप्रिय पत्रकारिता का एक प्रकार है जो फियर एन्ड लोतिंग इन लास वेगस, फियर एन्ड लोतिंग ऑन दी कामपेन ट्रेल 72, दी केनटुकी डरबी इज डिपरेवड और अन्य किताबों और कहानियों का लेखन है। गोंजो पत्रकारिता अपनी असरदार शैली, असभ्य भाषा और पारंपरिक पत्रकारिता लेखन रूपों और सीमा शुल्क के लिए प्रकट उपेक्षा की विशेषता है।

इससे भी महत्वपूर्ण बात, पत्रकार की पारंपरिक निष्पक्षता कहानी में ही विसर्जित दिया जाता है। नई संवाददाता के रूप में और रिपोर्ताज एसे थॉम्पसन राउल ड्यूक के रूप में कभी-कभी एक लेखक सरोगेट का उपयोग करते हुए, एक पहली हाथ, भागीदारी के नजरिए से लिया जाता है। गोंजो पत्रकारिता लोकप्रिय संस्कृति, खेल, राजनीतिक, दार्शनिक और साहित्यिक स्रोतों से ड्राइंग, एक विशेष रूप से कहानी पर एक बहु अनुशासनिक परिप्रेक्ष्य पेश करने के लिए प्रयास करता है। गोंजो पत्रकारिता को उदार स्टाइल दिया गया है। यह इस तरह के रॉलिंग स्टोन पत्रिका के रूप में लोकप्रिय पत्रिकाओं कि एक विशेषता बनी हुई है। यह नई पत्रकारिता और ऑन लाइन पत्रकारिता के साथ आम में एक अच्छा सौदा है।

विज्ञान पत्रकारिता

विज्ञान पत्रकारों को विस्तृत, तकनीकी और कभी-कभी शब्दजाल से लड़ी जानकारी को दिलचस्प रिपोर्ट में बदलकर समाचार मीडिया के उपभोगताओं की समझ के आधार पर प्रस्तुत करना होता है।

वैज्ञानिक पत्रकारों को यह निश्चय करना होगा कि किस वैज्ञानिक घटनाक्रम में विस्तृत सूचना की योग्यता है। साथ ही वैज्ञानिक समुदाय के भीतर होने वाले विवादों को बिना पक्षपात किये और तथ्यों के साथ पेश करना चाहिए। विज्ञान पत्रकारिता को भूमंडलीय ऊष्मीकरण (ग्लोबल वॉर्मिंग) जैसे विषयों पर वैज्ञानिक समुदाय के भीतरी मतबेधों को अतिशयोक्तिपूर्ण ढंग से पेश करने के लिए आलोचित किया गया है।

6

पत्रकारीय लेखन के विभिन्न रूप और लेखन प्रक्रिया

पत्रकारीय लेखन- समाचार माध्यमों में काम करने वाले पत्रकार अपने पाठकों तथा श्रोताओं तक सूचनाएँ पहुँचाने के लिए लेखन के विभिन्न रूपों का इस्तेमाल करते हैं, इसे ही पत्रकारीय लेखन कहते हैं। पत्रकारिता या पत्रकारीय लेखन के अन्तर्गत सम्पादकीय, समाचार, आलेख, रिपोर्ट, फीचर, स्तम्भ तथा कार्टून आदि आते हैं। पत्रकारीय लेखन का प्रमुख उद्देश्य है- सूचना देना, शिक्षित करना तथा मनोरंजन आदि करना। इसके कई प्रकार हैं यथा- खोज परक पत्रकारिता', वॉचडॉग पत्रकारिता और एडवोकेसी पत्रकारिता आदि। पत्रकारीय लेखन का संबंध समसामयिक विषयों, विचारों व घटनाओं से है।

पत्रकार को लिखते समय यह ध्यान रखना चाहिए वह सामान्य जनता के लिए लिख रहा है, इसलिए उसकी भाषा सरल व रोचक होनी चाहिए। वाक्य छोटे व सहज हों। कठिन भाषा का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए। भाषा को प्रभावी बनाने के लिए अनावश्यक विशेषणों, जार्गन्स(अरचलित शब्दावली) और क्लीशे (पिष्टोक्ति, दोहराव) का प्रयोग नहीं होना चाहिए।

पत्रकार के प्रकार

पत्रकार तीन प्रकार के होते हैं—

1. पूर्ण कालिक,
2. अंशकालिक (स्ट्रिंगर),
3. फ्रीलांसर या स्वतंत्र पत्रकार।

समाचार लेखन— समाचार उलटा पिरामिड शैली में लिखे जाते हैं, यह समाचार लेखन की सबसे उपयोगी और लोकप्रिय शैली है। इस शैली का विकास अमेरिका में गृह युद्ध के दौरान हुआ। इसमें महत्वपूर्ण घटना का वर्णन पहले प्रस्तुत किया जाता है, उसके बाद महत्व की दृष्टि से घटते क्रम में घटनाओं को प्रस्तुत कर समाचार का अंत किया जाता है। समाचार में इंट्रो, बॉडी और समापन के क्रम में घटनाएँ प्रस्तुत की जाती हैं।

समाचार के छः ककार— समाचार लिखते समय मुख्य रूप से छः प्रश्नों— क्या, कौन, कहाँ, कब, क्यों और कैसे का उत्तर देने की कोशिश की जाती है। इन्हें समाचार के छः ककार कहा जाता है। प्रथम चार प्रश्नों के उत्तर इंट्रो में तथा अन्य दो के उत्तर समापन से पूर्व बॉडी वाले भाग में दिए जाते हैं।

फीचर— फीचर एक सुव्यवस्थित, सृजनात्मक और आत्मनिष्ठ लेखन है।

फीचर लेखन का उद्देश्य— फीचर का उद्देश्य मुख्य रूप से पाठकों को सूचना देना, शिक्षित करना तथा उनका मनोरंजन करना होता है।

फीचर और समाचार में अंतर— समाचार में रिपोर्टर को अपने विचारों को डालने की स्वतंत्रता नहीं होती, जबकि फीचर में लेखक को अपनी राय, दृष्टिकोण और भवनाओं को जाहिर करने का अवसर होता है। समाचार उल्टे पिरामिड शैली में लिखे जाते हैं, जबकि फीचर लेखन की कोई सुनिश्चित शैली नहीं होती। फीचर में समाचारों की तरह शब्दों की सीमा नहीं होती। आमतौर पर फीचर, समाचार रिपोर्ट से बड़े होते हैं। पत्र-पत्रिकाओं में प्रायः 250 से 2000 शब्दों तक के फीचर छपते हैं।

विशेष रिपोर्ट— सामान्य समाचारों से अलग वे विशेष समाचार जो गहरी छान-बीन, विश्लेषण और व्याख्या के आधार पर प्रकाशित किये जाते हैं, विशेष रिपोर्ट कहलाते हैं।

विशेष रिपोर्ट के प्रकार

(1) **खोजी रिपोर्ट** – इसमें अनुपलब्ध तथ्यों को गहरी छान-बीन कर सार्वजनिक किया जाता है।

(2) **इन्डेप्ट रिपोर्ट**– सार्वजनिक रूप से प्राप्त तथ्यों की गहरी छान-बीन कर उसके महत्वपूर्ण पक्षों को पाठकों के सामने लाया जाता है।

(3) **विश्लेषणात्मक रिपोर्ट** – इसमें किसी घटना या समस्या का विवरण सूक्ष्मता के साथ विस्तार से दिया जाता है। रिपोर्ट अधिक विस्तृत होने पर कई दिनों तक किस्तों में प्रकाशित की जाती है।

(4) **विवरणात्मक रिपोर्ट** – इसमें किसी घटना या समस्या को विस्तार एवं बारीकी के साथ प्रस्तुत किया जाता है।

विचारपरक लेखन – समाचार-पत्रों में समाचार एवं फीचर के अतिरिक्त संपादकीय, लेख, पत्र, टिप्पणी, वरिष्ठ पत्रकारों व विशेषज्ञों के स्तम्भ छपते हैं। ये सभी विचारपरक लेखन के अन्तर्गत आते हैं।

संपादकीय – संपादक द्वारा किसी प्रमुख घटना या समस्या पर लिखे गए विचारात्मक लेख को, जिसे संबंधित समाचारपत्र की राय भी कहा जाता है, संपादकीय कहते हैं। संपादकीय किसी एक व्यक्ति का विचार या राय न होकर समग्र पत्र-समूह की राय होता है, इसलिए संपादकीय में संपादक अथवा लेखक का नाम नहीं लिखा जाता।

स्तम्भ लेखन– एक प्रकार का विचारत्मक लेखन है। कुछ महत्वपूर्ण लेखक अपने खास वैचारिक रुझान एवं लेखन शैली के लिए जाने जाते हैं। ऐसे लेखकों की लोकप्रियता को देखकर समाचारपत्र उन्हें अपने पत्र में नियमित स्तम्भ – लेखन की जिम्मेदारी प्रदान करते हैं। इस प्रकार किसी समाचार-पत्र में किसी ऐसे लेखक द्वारा किया गया विशिष्ट एवम नियमित लेखन जो अपनी विशिष्ट शैली एवम वैचारिक रुझान के कारण समाज में ख्याति प्राप्त हो, स्तम्भ लेखन कहा जाता है।

संपादक के नाम पत्र – समाचार पत्रों में संपादकीय पृष्ठ पर तथा पत्रिकाओं की शुरुआत में संपादक के नाम आए पत्र प्रकाशित किए जाते हैं। यह प्रत्येक समाचारपत्र का नियमित स्तम्भ होता है। इसके माध्यम से समाचार-पत्र अपने पाठकों को जनसमस्याओं तथा मुद्दों पर अपने विचार एवम राय व्यक्त करने का अवसर प्रदान करता है।

साक्षात्कार/इंटरव्यू— किसी पत्रकार के द्वारा अपने समाचारपत्र में प्रकाशित करने के लिए, किसी व्यक्ति विशेष से उसके विषय में अथवा किसी विषय या मुद्दे पर किया गया प्रश्नोत्तरात्मक संवाद साक्षात्कार कहलाता है।

विशेष लेखन— स्वरूप और प्रकार

विशेष लेखन किसी खास विषय पर सामान्य लेखन से हट कर किया गया लेखन है। जिसमें राजनीतिक, आर्थिक, अपराध, खेल, फिल्म, कृषि, कानून विज्ञान और अन्य किसी भी मत्त्वपूर्ण विषय से संबंधित विस्तृत सूचनाएँ प्रदान की जाती हैं।

डेस्क — समाचारपत्र, पत्रिकाओं, टीवी और रेडियो चैनलों में अलग-अलग विषयों पर विशेष लेखन के लिए निर्धारित स्थल को डेस्क कहते हैं। और उस विशेष डेस्क पर काम करने वाले पत्रकारों का भी अलग समूह होता है। यथा, व्यापार तथा कारोबार के लिए अलग तथा खेल की खबरों के लिए अलग डेस्क निर्धारित होता है।

बीट — विभिन्न विषयों से जुड़े समाचारों के लिए संवाददाताओं के बीच काम का विभाजन आम तौर पर उनकी दिलचस्पी और ज्ञान को ध्यान में रख कर किया जाता है। मीडिया की भाषा में इसे बीट कहते हैं।

बीट रिपोर्टिंग तथा विशेषीकृत रिपोर्टिंग में अन्तर— बीट रिपोर्टिंग के लिए संवाददाता में उस क्षेत्र के बारे में जानकारी व दिलचस्पी का होना पर्याप्त है, साथ ही उसे आम तौर पर अपनी बीट से जुड़ी सामान्य खबरें ही लिखनी होती हैं। किन्तु विशेषीकृत रिपोर्टिंग में सामान्य समाचारों से आगे बढ़कर संबंधित विशेष क्षेत्र या विषय से जुड़ी घटनाओं, समस्याओं और मुद्दों का बारीकी से विश्लेषण कर प्रस्तुतीकरण किया जाता है। बीट कवर करने वाले रिपोर्टर को संवाददाता तथा विशेषीकृत रिपोर्टिंग करने वाले रिपोर्टर को विशेष संवाददाता कहा जाता है।

विशेष लेखन की भाषा-शैली— विशेष लेखन की भाषा-शैली सामान्य लेखन से अलग होती है। इसमें संवाददाता को संबंधित विषय की तकनीकी शब्दावली का ज्ञान होना आवश्यक होता है, साथ ही यह भी आवश्यक होता है कि वह पाठकों को उस शब्दावली से परिचित कराए जिससे पाठक रिपोर्ट को समझ सकें। विशेष लेखन की कोई निश्चित शैली नहीं होती।

विशेष लेखन के क्षेत्र – विशेष लेखन के अनेक क्षेत्र होते हैं, यथा- अर्थ-व्यापार, खेल, विज्ञान-प्रौद्योगिकी, कृषि, विदेश, रक्षा, पर्यावरण शिक्षा, स्वास्थ्य, फिल्म-मनोरंजन, अपराध, कानून व सामाजिक मुद्दे आदि।

निबंध-लेखन

निबंध-लेखन एक कला है,। इससे लेखक के ज्ञान की परख होती है। इसे लेखक के ज्ञान की कसौटी कह सकते हैं। निबंध एक प्रकार की बंधनहीन स्वच्छंद रचना होती है, किंतु उसकी भाषा, विचार एवम अभिव्यक्ति में कसावट की अपेक्षा रखी जाती है। इसके लिए शब्दों तथा समय की कोई सीमा नहीं होती किंतु परीक्षा में समय एवं शब्द-सीमा दोनों का ही ध्यान रखना आवश्यक होता है। सामान्यतः 5 अंक का निबंध लगभग 250 शब्दों में तथा 10 अंक का निबंध लगभग 350 शब्दों में लिखा जाना चाहिए। दिए गए विषयों में से अपनी रुचि तथा विशेषज्ञता के आधार पर विषय का चुनाव करें।

निबंध लिखते समय ध्यान देने योग्य सामान्य बातें-

- निबंध प्रस्तावना, विषय-विस्तार एवम उपसंहार के क्रम में लिखें।
- विषय का क्रमबद्ध ब्यौरा प्रस्तुत करें।
- निबंध दिए गए विषय के अनुरूप होना चाहिए।
- निबंध का प्रारंभ किसी काव्यांश, सूक्ति अथवा उद्धरण से करने पर निबंध की रोचकता बढ़ जाती है।
- शुद्ध तथा रोचक विषयानुरूप भाषा का प्रयोग किया जाना चाहिए।
- लेख साफ-सुथरा, सुपाठ्य तथा सुन्दर हो।

पत्र-लेखन

विचारों, भावों, संदेशों एवं सूचनाओं के संप्रेषण के लिए पत्र सहज, सरल तथा पारंपरिक माध्यम है। पत्र अनेक प्रकार के हो सकते हैं, पर प्रायः परीक्षाओं में शिकायती-पत्र, आवेदन-पत्र तथा संपादक के नाम पत्र पूछे जाते हैं। इन पत्रों को लिखते समय निम्न बातों का ध्यान रखा जाना चाहिए-

- पत्र के स्वरूप (फॉर्मेट) का ध्यान रखें।
- पत्र-प्रेषक, दिनांक, प्रेषती, विषय, संबोधन, विषय-सामग्री, समापन, स्व-निर्देश व हस्ताक्षर के क्रम में लिखा जाना चाहिए।
- भाषा शुद्ध, सरल, स्पष्ट, विषयानुरूप तथा प्रभावकारी होनी चाहिए।

विभिन्न माध्यमों के लिए लेखन

1. प्रमुख जनसंचार माध्यम- प्रिंट, टी.वी., रेडियो और इंटरनेट

(1) प्रिंट माध्यम (मुद्रित माध्यम)-

- जनसंचार के आधुनिक माध्यमों में सबसे पुराना माध्यम है।
- आधुनिक छापाखाने का आविष्कार जर्मनी के गुटेनबर्ग ने किया।
- भारत में पहला छापाखाना सन 1556 में गोवा में खुला, इसे ईसाई मिशनरियों ने धर्म-प्रचार की पुस्तकें छापने के लिए खोला था
- मुद्रित माध्यमों के अन्तर्गत अखबार, पत्रिकाएँ, पुस्तकें आदि आती हैं।

मुद्रित माध्यम की विशेषताएँ

- छपे हुए शब्दों में स्थायित्व होता है, इन्हें सुविधा अनुसार किसी भी प्रकार से पढ़ा जा सकता है।
- यह माध्यम लिखित भाषा का विस्तार है।
- यह चिंतन, विचार- विश्लेषण का माध्यम है। मुद्रित माध्यम की सीमाएँ
- निरक्षरों के लिए मुद्रित माध्यम किसी काम के नहीं होते।
- ये तुरंत घटी घटनाओं को संचालित नहीं कर सकते।
- इसमें स्पेस तथा शब्द सीमा का ध्यान रखना पड़ता है।
- इसमें एक बार समाचार छप जाने के बाद अशुद्धि-सुधार नहीं किया जा सकता।

मुद्रित माध्यमों में लेखन के लिए ध्यान रखने योग्य बातें

- भाषागत शुद्धता का ध्यान रखा जाना चाहिए।
- प्रचलित भाषा का प्रयोग किया जाए।
- समय, शब्द व स्थान की सीमा का ध्यान रखा जाना चाहिए।
- लेखन में तारतम्यता एवं सहज प्रवाह होना चाहिए।

2. रेडियो (आकाशवाणी)

रेडियो एक श्रव्य माध्यम है। इसमें शब्द एवं आवाज का महत्व होता है। रेडियो एक रेखीय माध्यम है। रेडियो समाचर की संरचना उल्टापिरामिड शैली पर आधारित होती है। उल्टापिरामिड शैली में समाचर को तीन भागों में

बाँटा जाता है-इंट्रो, बॉडी और समापन। इसमें तथ्यों को महत्त्व के क्रम से प्रस्तुत किया जाता है, सर्वप्रथम सबसे ज्यादा महत्त्वपूर्ण तथ्य को तथा उसके उपरांत महत्त्व की दृष्टि से घटते क्रम में तथ्यों को रखा जाता है।

रेडियो समाचार-लेखन के लिए बुनियादी बातें

- समाचार वाचन के लिए तैयार की गई कापी साफ-सुथरी ओ टाइपड कॉपी हो।
- कापी को ट्रिपल स्पेस में टाइप किया जाना चाहिए।
- पर्याप्त हाशिया छोड़ा जाना चाहिए।
- अंकों को लिखने में सावधानी रखनी चाहिए।
- संक्षिप्ताक्षरों के प्रयोग से बचा जाना चाहिए।

3. **टेलीविजन(दूरदर्शन)** – जनसंचार का सबसे लोकप्रिय व सशक्त माध्यम है। इसमें ध्वनियों के साथ-साथ दृश्यों का भी समावेश होता है। इसके लिए समाचार लिखते समय इस बात का ध्यान रखा जाता है कि शब्द व पर्दे पर दिखने वाले दृश्य में समानता हो।

टी.वी. खबरों के विभिन्न चरण

दूरदर्शन में कोई भी सूचना निम्न चरणों या सोपानों को पार कर दर्शकों तक पहुँचती है -

(1) फ्लैश या ब्रेकिंग न्यूज (2) ड्राई एंकर (3) फोन इन (4) एंकर-विजुअल (5) एंकर-बाइट (6) लाइव (7) एंकर-पैकेज

4. इंटरनेट-संसार का सबसे नवीन व लोकप्रिय माध्यम है। इसमें जनसंचार के सभी माध्यमों के गुण समाहित हैं। यह जहाँ सूचना, मनोरंजन, ज्ञान और व्यक्तिगत एवं सार्वजनिक संवादों के आदान-प्रदान के लिए श्रेष्ठ माध्यम है, वहीं अश्लीलता, दुष्प्रचार व गंदगी फैलाने का भी जरिया है।

7

हिन्दी पत्रकारिता का इतिहास

हिन्दी पत्रकारिता की कहानी भारतीय राष्ट्रीयता की कहानी है। हिन्दी पत्रकारिता के आदि उन्नायक जातीय चेतना, युगबोध और अपने महत् दायित्व के प्रति पूर्ण सचेत थे। कदाचित् इसलिए विदेशी सरकार की दमन-नीति का उन्हें शिकार होना पड़ा था, उसके नृशंस व्यवहार की यातना झेलनी पड़ी थी। उन्नीसवीं शताब्दी में हिन्दी गद्य-निर्माण की चेष्टा और हिन्दी-प्रचार आन्दोलन अत्यन्त प्रतिकूल परिस्थितियों में भयंकर कठिनाइयों का सामना करते हुए भी कितना तेज और पुष्ट था इसका साक्ष्य 'भारतमित्र' (सन् 1878 ई, में) 'सार सुधानिधि' (सन् 1879 ई.) और 'उचित वक्ता' (सन् 1880 ई.) के जीर्ण पृष्ठों पर मुखर हैं।

वर्तमान में हिन्दी पत्रकारिता ने अंग्रेजी पत्रकारिता के दबदबे को खत्म कर दिया है। पहले देश-विदेश में अंग्रेजी पत्रकारिता का दबदबा था लेकिन आज हिन्दी भाषा का झण्डा चहुँदिस लहरा रहा है। 30 मई को 'हिन्दी पत्रकारिता दिवस' के रूप में मनाया जाता है।

भारतीय भाषाओं में पत्रकारिता का आरम्भ और हिन्दी पत्रकारिता

भारतवर्ष में आधुनिक ढंग की पत्रकारिता का जन्म अठारहवीं शताब्दी के चतुर्थ चरण में कलकत्ता, बंबई और मद्रास में हुआ। 1780 ई. में प्रकाशित हिके (Hickey) का 'कलकत्ता गजट' कदाचित् इस ओर पहला

प्रयत्न था। हिंदी के पहले पत्र उदंत मार्तण्ड (1826) के प्रकाशित होने तक इन नगरों की एंग्लोइंडियन अंग्रेजी पत्रकारिता काफी विकसित हो गई थी।

इन अंतिम वर्षों में फारसी भाषा में भी पत्रकारिता का जन्म हो चुका था। 18वीं शताब्दी के फारसी पत्र कदाचित् हस्तलिखित पत्र थे। 1801 में 'हिंदुस्थान इंटेलिजेंस ओरिएंटल ऐंथॉलॉजी' (Hindusthan Intelligence Oriental Anthology) नाम का जो संकलन प्रकाशित हुआ उसमें उत्तर भारत के कितने ही 'अखबारों' के उद्धरण थे। 1810 में मौलवी इकराम अली ने कलकत्ता से लीथो पत्र 'हिंदोस्तानी' प्रकाशित करना आरंभ किया। 1816 में गंगाकिशोर भट्टाचार्य ने 'बंगाल गजट' का प्रवर्तन किया। यह पहला बंगला पत्र था। बाद में श्रीरामपुर के पादरियों ने प्रसिद्ध प्रचारपत्र 'समाचार दर्पण' को (27 मई 1818) जन्म दिया। इन प्रारंभिक पत्रों के बाद 1823 में हमें बँगला भाषा के 'समाचारचंद्रिका' और 'संवाद कौमुदी', फारसी उर्दू के 'जामे जहाँनुमा' और 'शमसुल अखबार' तथा गुजराती के 'मुंबई समाचार' के दर्शन होते हैं।

यह स्पष्ट है कि हिंदी पत्रकारिता बहुत बाद की चीज नहीं है। दिल्ली का 'उर्दू अखबार' (1833) और मराठी का 'दिग्दर्शन' (1837) हिंदी के पहले पत्र 'उदंत मार्तण्ड' (1826) के बाद ही आए। 'उदंत मार्तण्ड' के संपादक पंडित जुगलकिशोर थे। यह साप्ताहिक पत्र था। पत्र की भाषा पछाँही हिंदी रहती थी, जिसे पत्र के संपादकों ने 'मध्यदेशीय भाषा' कहा है। यह पत्र 1827 में बंद हो गया। उन दिनों सरकारी सहायता के बिना किसी भी पत्र का चलना असंभव था। कंपनी सरकार ने मिशनरियों के पत्र को डाक आदि की सुविधा दे रखी थी, परंतु चेष्टा करने पर भी 'उदंत मार्तण्ड' को यह सुविधा प्राप्त नहीं हो सकी।

हिंदी पत्रकारिता का पहला चरण

1826 ई. से 1873 ई. तक को हम हिंदी पत्रकारिता का पहला चरण कह सकते हैं। 1873 ई. में भारतेन्दु ने 'हरिश्चंद्र मैगजीन' की स्थापना की। एक वर्ष बाद यह पत्र 'हरिश्चंद्र चंद्रिका' नाम से प्रसिद्ध हुआ। वैसे भारतेन्दु का 'कविवचन सुधा' पत्र 1867 में ही सामने आ गया था और उसने पत्रकारिता के विकास में महत्वपूर्ण भाग लिया था, परंतु नई भाषाशैली का प्रवर्तन 1873 में 'हरिश्चंद्र मैगजीन' से ही हुआ। इस बीच के अधिकांश पत्र

प्रयोग मात्र कहे जा सकते हैं और उनके पीछे पत्रकला का ज्ञान अथवा नए विचारों के प्रचार की भावना नहीं है। 'उदन्त मार्तण्ड' के बाद प्रमुख पत्र हैं—

बंगदूत (1829), प्रजामित्र (1834), बनारस अखबार (1845), मार्तंड पंचभाषीय (1846), ज्ञानदीप (1846), मालवा अखबार (1849), जगदीप भास्कर (1849), सुधाकर (1850), साम्यदन्त मार्तंड (1850), मजहरुलसरूर (1850), बुद्धिप्रकाश (1852), ग्वालियर गजेट (1853), समाचार सुधावर्षण (1854), दैनिक कलकत्ता, प्रजाहितैषी (1855), सर्वहितकारक (1855), सूरजप्रकाश (1861), जगलाभचिंतक (1861), सर्वोपकारक (1861), प्रजाहित (1861), लोकमित्र (1835), भारतखंडामृत (1864), तत्त्वबोधिनी पत्रिका (1865), ज्ञानप्रदायिनी पत्रिका (1866), सोमप्रकाश (1866), सत्यदीपक (1866), वृत्तांतविलास (1867), ज्ञानदीपक (1867), कविवचनसुधा (1867), धर्मप्रकाश (1867), विद्याविलास (1867), वृत्तांतदर्पण (1867), विद्यादर्श (1869), ब्रह्मज्ञानप्रकाश (1869), अलमोड़ा अखबार (1870), आगरा अखबार (1870), बुद्धिविलास (1870), हिंदू प्रकाश (1871), प्रयागदूत (1871), बुंदेलखंड अखबार (1871), प्रेमपत्र (1872) और बोधा समाचार (1872)।

इन पत्रों में से कुछ मासिक थे, कुछ साप्ताहिक। दैनिक पत्र केवल एक था 'समाचार सुधावर्षण' जो द्विभाषीय (बंगला हिंदी) था और कलकत्ता से प्रकाशित होता था। यह दैनिक पत्र 1871 तक चलता रहा। अधिकांश पत्र आगरा से प्रकाशित होते थे जो उन दिनों एक बड़ा शिक्षाकेंद्र था और विद्यार्थी समाज की आवश्यकताओं की पूर्ति करते थे। शेष ब्रह्मसमाज, सनातन धर्म और मिशनरियों के प्रचार कार्य से संबंधित थे। बहुत से पत्र द्विभाषीय (हिंदी उर्दू) थे और कुछ तो पंचभाषीय तक थे। इससे भी पत्रकारिता की अपरिपक्व दशा ही सूचित होती है।

हिंदीप्रदेश के प्रारंभिक पत्रों में 'बनारस अखबार' (1845) काफी प्रभावशाली था और उसी की भाषानीति के विरोध में 1850 में तारामोहन मैत्र ने काशी से साप्ताहिक 'सुधाकर' और 1855 में राजा लक्ष्मणसिंह ने आगरा से 'प्रजाहितैषी' का प्रकाशन आरंभ किया था। राजा शिवप्रसाद का 'बनारस अखबार' उर्दू भाषाशैली को अपनाता था तो ये दोनों पत्र पंडिताऊ तत्समप्रधान शैली की ओर झुकते थे। इस प्रकार हम देखते हैं कि 1867 से पहले भाषाशैली के संबंध में हिंदी पत्रकार किसी निश्चित शैली का अनुसरण

नहीं कर सके थे। इस वर्ष 'कवि वचनसुधा' का प्रकाशन हुआ और एक तरह से हम उसे पहला महत्वपूर्ण पत्र कह सकते हैं। पहले यह मासिक था, फिर पाक्षिक हुआ और अंत में साप्ताहिक। भारतेन्दु के बहुविध व्यक्तित्व का प्रकाशन इस पत्र के माध्यम से हुआ, परंतु सच तो यह है कि 'हरिश्चंद्र मैगजीन' के प्रकाशन (1873) तक वे भी भाषाशैली और विचारों के क्षेत्र में मार्ग ही खोजते दिखाई देते हैं।

हिंदी पत्रकारिता का दूसरा युग – भारतेन्दु युग

हिंदी पत्रकारिता का दूसरा युग 1873 से 1900 तक चलता है। इस युग के एक छोर पर भारतेन्दु का 'हरिश्चंद्र मैगजीन' था और नागरीप्रचारिणी सभा द्वारा अनुमोदनप्राप्त 'सरस्वती'। इन 27 वर्षों में प्रकाशित पत्रों की संख्या 300-350 से ऊपर है और ये नागपुर तक फैले हुए हैं। अधिकांश पत्र मासिक या साप्ताहिक थे। मासिक पत्रों में निबंध, नवल कथा (उपन्यास), वार्ता आदि के रूप में कुछ अधिक स्थायी संपत्ति रहती थी, परन्तु अधिकांश पत्र 10-15 पृष्ठों से अधिक नहीं जाते थे और उन्हें हम आज के शब्दों में 'विचारपत्र' ही कह सकते हैं। साप्ताहिक पत्रों में समाचारों और उनपर टिप्पणियों का भी महत्वपूर्ण स्थान था। वास्तव में दैनिक समाचार के प्रति उस समय विशेष आग्रह नहीं था और कदाचित् इसीलिए उन दिनों साप्ताहिक और मासिक पत्र कहीं अधिक महत्वपूर्ण थे। उन्होंने जनजागरण में अत्यंत महत्वपूर्ण भाग लिया था।

उन्नीसवीं शताब्दी के इन 25 वर्षों का आदर्श भारतेन्दु की पत्रकारिता थी। 'कविवचनसुधा' (1867), 'हरिश्चंद्र मैगजीन' (1874), 'श्री हरिश्चंद्र चंद्रिका' (1874), बालबोधिनी (स्त्रीजन की पत्रिका, 1874) के रूप में भारतेन्दु ने इस दिशा में पथप्रदर्शन किया था। उनकी टीकाटिप्पणियों से अधिकारी तक घबराते थे और 'कविवचनसुधा' के 'पंच' पर रुष्ट होकर काशी के मजिस्ट्रेट ने भारतेन्दु के पत्रों को शिक्षा विभाग के लिए लेना भी बंद करा दिया था। इसमें संदेह नहीं कि पत्रकारिता के क्षेत्र भी भारतेन्दु पूर्णतया निर्भीक थे और उन्होंने नए-नए पत्रों के लिए प्रोत्साहन दिया। 'हिंदी प्रदीप', 'भारतजीवन' आदि अनेक पत्रों का नामकरण भी उन्होंने ही किया था। उनके युग के सभी पत्रकार उन्हें अग्रणी मानते थे।

भारतेन्दु के बाद

भारतेन्दु के बाद इस क्षेत्र में जो पत्रकार आए उनमें प्रमुख थे पंडित रुद्रदत्त शर्मा, (भारतमित्र, 1877), बालकृष्ण भट्ट (हिंदी प्रदीप, 1877), दुर्गाप्रसाद मिश्र (उचित वक्ता, 1878), पंडित सदानंद मिश्र (सारसुधानिधि, 1878), पंडित वंशीधर (सज्जन-कीर्ति-सुधाकर, 1878), बदरीनारायण चौधरी 'प्रेमधन' (आनंदकादंबिनी, 1881), देवकीनंदन त्रिपाठी (प्रयाग समाचार, 1882), राधाचरण गोस्वामी (भारतेन्दु, 1882), पंडित गौरीदत्त (देवनागरी प्रचारक, 1882), राज रामपाल सिंह (हिंदुस्तान, 1883), प्रतापनारायण मिश्र (ब्राह्मण, 1883), अंबिकादत्त व्यास, (पीयूषप्रवाह, 1884), बाबू रामकृष्ण वर्मा (भारतजीवन, 1884), पं. रामगुलाम अवस्थी (शुभचिंतक, 1888), योगेशचंद्र वसु (हिंदी बंगवासी, 1890), पं. कुंदनलाल (कवि व चित्रकार, 1891) और बाबू देवकीनंदन खत्री एवं बाबू जगन्नाथदास (साहित्य सुधानिधि, 1894)। 1895 ई. में 'नागरीप्रचारिणी पत्रिका' का प्रकाशन आरंभ होता है। इस पत्रिका से गंभीर साहित्यसमीक्षा का आरंभ हुआ और इसलिए हम इसे एक निश्चित प्रकाशस्तंभ मान सकते हैं। 1900 ई. में 'सरस्वती' और 'सुदर्शन' के अवतरण के साथ हिंदी पत्रकारिता के इस दूसरे युग पर पटाक्षेप हो जाता है।

इन 25 वर्षों में हिन्दी पत्रकारिता अनेक दिशाओं में विकसित हुई। प्रारंभिक पत्र शिक्षाप्रसार और धर्मप्रचार तक सीमित थे। भारतेन्दु ने सामाजिक, राजनीतिक और साहित्यिक दिशाएँ भी विकसित कीं। उन्होंने ही 'बालाबोधिनी' (1874) नाम से पहला स्त्री-मासिक-पत्र चलाया। कुछ वर्ष बाद महिलाओं को स्वयं इस क्षेत्र में उतरते देखते हैं - 'भारतभगिनी' (हरदेवी, 1888), 'सुगृहिणी' (हेमंतकुमारी, 1889)।

इन वर्षों में धर्म के क्षेत्र में आर्यसमाज और सनातन धर्म के प्रचारक विशेष सक्रिय थे। ब्रह्मसमाज और राधास्वामी मत से संबंधित कुछ पत्र और मिर्जापुर जैसे ईसाई केंद्रों से कुछ ईसाई धर्म संबंधी पत्र भी सामने आते हैं, परंतु युग की धार्मिक प्रतिक्रियाओं को हम आर्यसमाज के और पौराणिकों के पत्रों में ही पाते हैं। आज ये पत्र कदाचित् उतने महत्वपूर्ण नहीं जान पड़ते, परंतु इसमें संदेह नहीं कि उन्होंने हिन्दी की गद्यशैली को पुष्ट किया और जनता में नए विचारों की ज्योति भी। इन धार्मिक वादविवादों के फलस्वरूप

समाज के विभिन्न वर्ग और संप्रदाय सुधार की ओर अग्रसर हुए और बहुत शीघ्र ही सांप्रदायिक पत्रों की बाढ़ आ गई। सैकड़ों की संख्या में विभिन्न जातीय और वर्गीय पत्र प्रकाशित हुए और उन्होंने असंख्य जनो को वाणी दी।

आज वही पत्र हमारी इतिहासचेतना में विशेष महत्त्वपूर्ण हैं जिन्होंने भाषा शैली, साहित्य अथवा राजनीति के क्षेत्र में कोई अप्रतिम कार्य किया हो। साहित्यिक दृष्टि से 'हिंदी प्रदीप' (1877), ब्राह्मण (1883), क्षत्रियपत्रिका (1880), आनंदकादंबिनी (1881), भारतेन्दु (1882), देवनागरी प्रचारक (1882), वैष्णव पत्रिका (पश्चात् पीयूषप्रवाह, 1883), कवि के चित्रकार (1891), नागरी नीरद (1883), साहित्य सुधानिधि (1894) और राजनीतिक दृष्टि से भारतमित्र (1877), उचित वक्ता (1878), सार सुधानिधि (1878), भारतोदय (दैनिक, 1883), भारत जीवन (1884), भारतोदय (दैनिक, 1885), शुभचिंतक (1887) और हिंदी बंगवासी (1890) विशेष महत्त्वपूर्ण हैं। इन पत्रों में हमारे 19वीं शताब्दी के साहित्यरसिकों, हिंदी के कर्मठ उपासकों, शैलीकारों और चिंतकों की सर्वश्रेष्ठ निधि सुरक्षित है।

यह क्षोभ का विषय है कि हम इस महत्त्वपूर्ण सामग्री का पत्रों की फाइलों से उद्धार नहीं कर सके। बालकृष्ण भट्ट, प्रतापनारायण मिश्र, सदानं मिश्र, रुद्रदत्त शर्मा, अंबिकादत्त व्यास और बालमुकुंद गुप्त जैसे सजीव लेखकों की कलम से निकले हुए न जाने कितने निबंध, टिप्पणी, लेख, पंच, हास परिहास औप स्केच आज में हमें अलभ्य हो रहे हैं। आज भी हमारे पत्रकार उनसे बहुत कुछ सीख सकते हैं। अपने समय में तो वे अग्रणी थे ही।

तीसरा चरण – बीसवीं शताब्दी के प्रथम बीस वर्ष

बीसवीं शताब्दी की पत्रकारिता हमारे लिए अपेक्षाकृत निकट है और उसमें बहुत कुछ पिछले युग की पत्रकारिता की ही विविधता और बहुरूपता मिलती है। 19वीं शती के पत्रकारों को भाषा-शैलीक्षेत्र में अव्यवस्था का सामना करना पड़ा था। उन्हें एक ओर अंग्रेजी और दूसरी ओर उर्दू के पत्रों के सामने अपनी वस्तु रखनी थी। अभी हिंदी में रुचि रखनेवाली जनता बहुत छोटी थी। धीरे-धीरे परिस्थिति बदली और हम हिंदी पत्रों को साहित्य और राजनीति के क्षेत्र में नेतृत्व करते पाते हैं।

इस शताब्दी से धर्म और समाजसुधार के आंदोलन कुछ पीछे पड़ गए और जातीय चेतना ने धीरे-धीरे राष्ट्रीय चेतना का रूप ग्रहण कर लिया।

फलतः अधिकांश पत्र, साहित्य और राजनीति को ही लेकर चले। साहित्यिक पत्रों के क्षेत्र में पहले दो दशकों में आचार्य द्विवेदी द्वारा संपादित 'सरस्वती' (1903-1918) का नेतृत्व रहा। वस्तुतः इन बीस वर्षों में हिंदी के मासिक पत्र एक महान साहित्यिक शक्ति के रूप में सामने आए। शृंखलित उपन्यास कहानी के रूप में कई पत्र प्रकाशित हुए - जैसे उपन्यास 1901, हिंदी नाविल 1901, उपन्यास लहरी 1902, उपन्याससागर 1903, उपन्यास कुसुमांजलि 1904, उपन्यासबहार 1907, उपन्यास प्रचार 19012। केवल कविता अथवा समस्यापूर्ति लेकर अनेक पत्र उन्नीसवीं शतब्दी के अंतिम वर्षों में निकलने लगे थे। वे चले रहे। समालोचना के क्षेत्र में 'समालोचक' (1902) और ऐतिहासिक शोध से संबंधित 'इतिहास' (1905) का प्रकाशन भी महत्वपूर्ण घटनाएँ हैं।

परंतु सरस्वती ने 'मिस्लेनी' के रूप में जो आदर्श रखा था, वह अधिक लोकप्रिय रहा और इस श्रेणी के पत्रों में उसके साथ कुछ थोड़े ही पत्रों का नाम लिया जा सकता है, जैसे 'भारतेन्दु' (1905), नागरी हितैषिणी पत्रिका, बाँकीपुर (1905), नागरीप्रचारक (1906), मिथिलामिहिर (1910) और इंदु (1909)। 'सरस्वती' और 'इंदु' दोनों हिन्दी की साहित्यचेतना के इतिहास के लिए महत्वपूर्ण हैं और एक तरह से हम उन्हें उस युग की साहित्यिक पत्रकारिता का शीर्षमणि कह सकते हैं। 'सरस्वती' के माध्यम से आचार्य महावीरप्रसाद द्विवेदी और 'इंदु' के माध्यम से पंडित रूपनारायण पांडेय ने जिस संपादकीय सतर्कता, अध्यवसाय और ईमानदारी का आदर्श हमारे सामने रखा वह हिन्दी पत्रकारिता को एक नई दिशा देने में समर्थ हुआ।

परंतु राजनीतिक क्षेत्र में हिन्दी पत्रकारिता को नेतृत्व प्राप्त नहीं हो सका। पिछले युग की राजनीतिक पत्रकारिता का केंद्र कलकत्ता था। परंतु कलकत्ता हिंदी प्रदेश से दूर पड़ता था और स्वयं हिंदी प्रदेश को राजनीतिक दिशा में जागरूक नेतृत्व कुछ देर में मिला। हिंदी प्रदेश का पहला दैनिक राजा रामपालसिंह का द्विभाषीय 'हिंदुस्तान' (1883) है जो अंग्रेजी और हिंदी में कालाकाँकर से प्रकाशित होता था। दो वर्ष बाद (1885 में), बाबू सीताराम ने 'भारतोदय' नाम से एक दैनिक पत्र कानपुर से निकालना शुरू किया।

परंतु ये दोनों पत्र दीर्घजीवी नहीं हो सके और साप्ताहिक पत्रों को ही राजनीतिक विचारधारा का वाहन बनना पड़ा। वास्तव में उन्नीसवीं शतब्दी में

कलकत्ता के भारत मित्र, वंगवासी, सारसुधानिधि और उचित वक्ता ही हिंदी प्रदेश की राजनीतिक भावना का प्रतिनिधित्व करते थे। इनमें कदाचित् 'भारतमित्र' ही सबसे अधिक स्थायी और शक्तिशाली था। उन्नीसवीं शताब्दी में बंगाल और महाराष्ट्र लोक जाग्रति के केंद्र थे और उग्र राष्ट्रीय पत्रकारिता में भी ये ही प्रांत अग्रणी थे। हिंदी प्रदेश के पत्रकारों ने इन प्रांतों के नेतृत्व को स्वीकार कर लिया और बहुत दिनों तक उनका स्वतंत्र राजनीतिक व्यक्तित्व विकसित नहीं हो सका। फिर भी हम 'अभ्युदय' (1905), 'प्रताप' (1913), 'कर्मयोगी', 'हिंदी केसरी' (1904-1908) आदि के रूप में हिंदी राजनीतिक पत्रकारिता को कई डग आगे बढ़ाते पाते हैं। प्रथम महायुद्ध की उत्तेजना ने एक बार फिर कई दैनिक पत्रों को जन्म दिया। कलकत्ता से 'कलकत्ता समाचार', 'स्वतंत्र' और 'विश्वमित्र' प्रकाशित हुए, बंबई से 'वेंकटेश्वर समाचार' ने अपना दैनिक संस्करण प्रकाशित करना आरंभ किया और दिल्ली से 'विजय' निकला। 1921 में काशी से 'आज' और कानपुर से 'वर्तमान' प्रकाशित हुए। इस प्रकार हम देखते हैं कि 1921 में हिंदी पत्रकारिता फिर एक बार करवटें लेती है और राजनीतिक क्षेत्र में अपना नया जीवन आरंभ करती है। हमारे साहित्यिक पत्रों के क्षेत्र में भी नई प्रवृत्तियों का आरंभ इसी समय से होता है। फलतः बीसवीं शती के पहले बीस वर्षों को हम हिंदी पत्रकारिता का तीसरा चरण कह सकते हैं।

आधुनिक युग

सन् 1921 के बाद हिंदी पत्रकारिता का समसामयिक युग आरंभ होता है। इस युग में हम राष्ट्रीय और साहित्यिक चेतना को साथ-साथ पल्लवित पाते हैं। इसी समय के लगभग हिंदी का प्रवेश विश्वविद्यालयों में हुआ और कुछ ऐसे कृती संपादक सामने आए जो अंग्रेजी की पत्रकारिता से पूर्णतः परिचित थे और जो हिंदी पत्रों को अंग्रेजी, मराठी और बँगला के पत्रों के समकक्ष लाना चाहते थे।

फलतः साहित्यिक पत्रकारिता में एक नए युग का आरंभ हुआ। राष्ट्रीय आंदोलनों ने हिंदी की राष्ट्रभाषा के लिए योग्यता पहली बार घोषित की ओर जैसे-जैसे राष्ट्रीय आंदोलनों का बल बढ़ने लगा, हिंदी के पत्रकार और पत्र अधिक महत्त्व पाने लगे। 1921 के बाद गांधी जी के नेतृत्व में राष्ट्रीय आंदोलन मध्यवर्ग तक सीमित न रहकर ग्रामीणों और श्रमिकों तक पहुँच गया

और उसके इस प्रसार में हिंदी पत्रकारिता ने महत्वपूर्ण योग दिया। सच तो यह है कि हिंदी पत्रकार राष्ट्रीय आंदोलनों की अग्र पंक्ति में थे और उन्होंने विदेशी सत्ता से डटकर मोर्चा लिया। विदेशी सरकार ने अनेक बार नए नए कानून बनाकर समाचारपत्रों की स्वतंत्रता पर कुठाराघात किया परंतु जेल, जुर्माना और अनेकानेक मानसिक और आर्थिक कठिनाइयाँ झेलते हुए भी हिन्दी पत्रकारों ने स्वतंत्र विचार की दीपशिखा जलाए रखी।

सन् 1921 के बाद साहित्यक्षेत्र में जो पत्र आए उनमें प्रमुख हैं—

स्वार्थ (1922), माधुरी (1923), मर्यादा, चाँद (1923), मनोरमा (1924), समालोचक (1924), चित्रपट (1925), कल्याण (1926), सुधा (1927), विशालभारत (1928), त्यागभूमि (1928), हंस (1930), गंगा (1930), विश्वमित्र (1933), रूपाभ (1938), साहित्य संदेश (1938), कमला (1939), मधुकर (1940), जीवनसाहित्य (1940), विश्वभारती (1942), संगम (1942), कुमार (1944), नया साहित्य (1945), पारिजात (1945), हिमालय (1946) आदि।

वास्तव में आज हमारे मासिक साहित्य की प्रौढ़ता और विविधता में किसी प्रकार का संदेह नहीं हो सकता। हिंदी की अनेकानेक प्रथम श्रेणी की रचनाएँ मासिकों द्वारा ही पहले प्रकाश में आईं और अनेक श्रेष्ठ कवि और साहित्यकार पत्रकारिता से भी संबंधित रहे। आज हमारे मासिक पत्र जीवन और साहित्य के सभी अंगों की पूर्ति करते हैं और अब विशेषज्ञता की ओर भी ध्यान जाने लगा है। साहित्य की प्रवृत्तियों की जैसी विकासमान झलक पत्रों में मिलती है, वैसी पुस्तकों में नहीं मिलती। वहाँ हमें साहित्य का सक्रिय, संप्राण, गतिशील रूप प्राप्त होता है।

राजनीतिक क्षेत्र में इस युग में जिन पत्रपत्रिकाओं की धूम रही वे हैं

कर्मवीर (1924), सैनिक (1924), स्वदेश (1921), श्रीकृष्णसंदेश (1925), हिंदूपंच (1926), स्वतंत्र भारत (1928), जागरण (1929), हिंदी मिलाप (1929), सचित्र दरबार (1930), स्वराज्य (1931), नवयुग (1932), हरिजन सेवक (1932), विश्वबंधु (1933), नवशक्ति (1934), योगी (1934), हिंदू (1936), देशदूत (1938), राष्ट्रीयता (1938), संघर्ष (1938), चिनगारी (1938), नवज्योति (1938), संगम (1940), जनयुग (1942), रामराज्य (1942), संसार (1943), लोकवाणी (1942),

सावधान (1942), हुंकार (1942) और सन्मार्ग (1943), जनवार्ता (1972)।

इनमें से अधिकांश साप्ताहिक हैं, परंतु जनमन के निर्माण में उनका योगदान महत्त्वपूर्ण रहा है। जहाँ तक पत्र कला का संबंध है वहाँ तक हम स्पष्ट रूप से कह सकते हैं कि तीसरे और चौथे युग के पत्रों में धरती और आकाश का अंतर है। आज पत्रसंपादन वास्तव में उच्च कोटि की कला है। राजनीतिक पत्रकारिता के क्षेत्र में 'आज' (1921) और उसके संपादक स्वर्गीय बाबूराव विष्णु पराडकर का लगभग वही स्थान है जो साहित्यिक पत्रकारिता के क्षेत्र में आचार्य महावीरप्रसाद द्विवेदी को प्राप्त है। सच तो यह है कि 'आज' ने पत्रकला के क्षेत्र में एक महान संस्था का काम किया है और उसने हिंदी को बीसियों पत्रसंपादक और पत्रकार दिए हैं।

आधुनिक साहित्य के अनेक अंगों की भाँति हिन्दी पत्रकारिता भी नई कोटि की है और उसमें भी मुख्यतः हमारे मध्यवर्ग वर्ग की सामाजिक, सांस्कृतिक, साहित्यिक और राजनीतिक हलचलों का प्रतिबिंब भास्वर है। वास्तव में पिछले 200 वर्षों का सच्चा इतिहास हमारी पत्रपत्रिकाओं से ही संकलित हो सकता है। बँगला के 'कलेर कथा' ग्रंथ में पत्रों के अवतरणों के आधार पर बंगाल के उन्नीसवीं शताब्दी के मध्यवर्तीय जीवन के आकलन का प्रयत्न हुआ है। हिंदी में भी ऐसा प्रयत्न वांछनीय है।

एक तरह से उन्नीसवीं शती में साहित्य कही जा सकनेवाली चीज बहुत कम है और जो है भी, वह पत्रों के पृष्ठों में ही पहले-पहल सामने आई है। भाषाशैली के निर्माण और जातीय शैली के विकास में पत्रों का योगदान अत्यंत महत्त्वपूर्ण रहा है, परंतु बीसवीं शती के पहले दो दशकों के अंत तक मासिक पत्र और साप्ताहिक पत्र ही हमारी साहित्यिक प्रवृत्तियों को जन्म देते और विकसित करते रहे हैं। द्विवेदी युग के साहित्य को हम 'सरस्वती' और 'इंदु' में जिस प्रयोगात्मक रूप में देखते हैं, वही उस साहित्य का असली रूप है। 1921 ई. के बाद साहित्य बहुत कुछ पत्रपत्रिकाओं से स्वतंत्र होकर अपने पैरों पर खड़ा होने लगा, परंतु फिर भी विशिष्ट साहित्यिक आंदोलनों के लिए हमें मासिक पत्रों के पृष्ठ ही उलटने पड़ते हैं। राजनीतिक चेतना के लिए तो पत्रपत्रिकाएँ ही हैं। वस्तुतः पत्रपत्रिकाएँ जितनी बड़ी जनसंख्या को छूती हैं, विशुद्ध साहित्य का उतनी बड़ी जनसंख्या तक पहुँचना असंभव है।

1990 के बाद

90 के दशक में भारतीय भाषाओं के अखबारों, हिंदी पत्रकारिता के क्षेत्र में अमर उजाला, दैनिक भास्कर, दैनिक जागरण आदि के नगरों-कस्बों से कई संस्करण निकलने शुरू हुए। जहां पहले महानगरों से अखबार छपते थे, भूमंडलीकरण के बाद आयी नयी तकनीक, बेहतर सड़क और यातायात के संसाधनों की सुलभता की वजह से छोटे शहरों, कस्बों से भी नगर संस्करण का छपना आसान हो गया। साथ ही इन दशकों में ग्रामीण इलाकों, कस्बों में फैलते बाजार में नयी वस्तुओं के लिए नये उपभोक्ताओं की तलाश भी शुरू हुई। हिंदी के अखबार इन वस्तुओं के प्रचार-प्रसार का एक जरिया बन कर उभरा है। साथ ही साथ अखबारों के इन संस्करणों में स्थानीय खबरों को प्रमुखता से छापा जाता है। इससे अखबारों के पाठकों की संख्या में काफी बढ़ोतरी हुई है।

मीडिया विशेषज्ञ सेवंती निनान ने इसे 'हिंदी की सार्वजनिक दुनिया का पुनर्विष्कार' कहा है। वे लिखती हैं, प्रिंट मीडिया ने स्थानीय घटनाओं के कवरेज द्वारा जिला स्तर पर हिंदी की मौजूद सार्वजनिक दुनिया का विस्तार किया है और साथ ही अखबारों के स्थानीय संस्करणों के द्वारा अनजाने में इसका पुनर्विष्कार किया है।

सन् 1990 में राष्ट्रीय पाठक सर्वेक्षण की रिपोर्ट बताती थी कि पांच अगुवा अखबारों में हिन्दी का केवल एक समाचार पत्र हुआ करता था। पिछले (सर्वे) ने साबित कर दिया कि हम कितनी तेजी से बढ़ रहे हैं। इस बार (2010) सबसे अधिक पढ़े जाने वाले पांच अखबारों में शुरू के चार हिंदी के हैं।

एक उत्साहजनक बात और भी है कि आईआरएस सर्वे में जिन 42 शहरों को सबसे तेजी से उभरता माना गया है, उनमें से ज्यादातर हिन्दी हृदय प्रदेश के हैं। मतलब साफ है कि अगर पिछले तीन दशक में दक्षिण के राज्यों ने विकास की जबरदस्त पींगें बढ़ाईं तो आने वाले दशक हम हिन्दी वालों के हैं। ऐसा नहीं है कि अखबार के अध्ययन के मामले में ही यह प्रदेश अगुवा साबित हो रहे हैं। आईटी इंडस्ट्री का एक आंकड़ा बताता है कि हिन्दी और भारतीय भाषाओं में नेट पर पढ़ने-लिखने वालों की तादाद लगातार बढ़ रही है।

मतलब साफ है। हिन्दी की आकांक्षाओं का यह विस्तार पत्रकारों की ओर भी देख रहा है। प्रगति की चेतना के साथ समाज की निचली कतार में बैठे लोग भी समाचार पत्रों की पंक्तियों में दिखने चाहिए। पिछले आईएएस, आईआईटी और तमाम शिक्षा परिषदों के परिणामों ने साबित कर दिया है कि हिन्दी भाषियों में सबसे निचली सीढ़ियों पर बैठे लोग भी जबरदस्त उछाल के लिए तैयार हैं। हिन्दी के पत्रकारों को उनसे एक कदम आगे चलना होगा ताकि उस जगह को फिर से हासिल सकें, जिसे पिछले चार दशकों में हमने लगातार खोया।

हिन्दी पत्रकारिता का इतिहास

भारतीय पत्रकारिता की जननी बंगाल की धरती ही है। हिंदी पत्रकारिता का जन्म और विकास भी बंगाल की धरती में ही हुआ। भारतीय भाषाओं में पत्रों के प्रकाशन होने के साथ ही भारत में पत्रकारिता की नींव सुदृढ़ बनी थी। इसी बीच हिंदी पत्रकारिता का भी उदय हुआ। यह उल्लेखनीय बात है कि हिंदी पत्रकारिता का उद्गम स्थान बंगाली भाषा-भाषी प्रदेश (कलकत्ता) रहा। भारत में समाचार पत्रों के प्रकाशन का श्रीगणेश अभिव्यक्ति की आजादी की उमंगवाले विदेशी उदारवादियों ने किया। इसके पूर्व ही पश्चिमी देशों तथा यूरोपीय देशों में पत्रकारिता की महत्ता को स्वीकारा गया था। हिक्की या बर्काम के आरंभिक साहसपूर्ण प्रयासों से भारत में पत्रकारिता की नींव पड़ी थी। वैसे वहाँ शिलालेखों, मौखिक आदि रूपों में सूचना संप्रेषण का दौर बहुत पहले शुरू हुआ था, पर आधुनिक अर्थों में पत्रकारिता का उदय औपनिवेशिक शासन के दौरान ही हुआ। अंग्रेजी शिक्षा की पृष्ठभूमि पर ही जेम्स अगस्टस हिकी के आरंभिक प्रयास 'हिकीज बंगाल गजट' अथवा 'कलकत्ता जेनरल अडवर्टीजर' के रूप में फलीभूत हुआ था। देशी पत्रकारिता के जनक राजा राममोहन राय माने जाते हैं।

भारतीय विचारधारा और दर्शन के मर्मज्ञ विद्वान होने के साथ-साथ प्राचीन-नवीन सम्मिश्रण के एक विशिष्ट व्यक्तित्व के रूप में उभरकर उन्होंने एक स्वस्थ परंपरा का सूत्रपात किया। उस समय तक के भारतीय परिवेश में आधुनिक आध्यात्मिकता का स्वर भरने वाले रामकृष्ण परमहंस, स्वामी विवेकानंद, रवींद्रनाथ ठाकुर, श्री अरविंद आदि मनीषियों से भारतीय सांस्कृतिक आंदोलन के रूप में जनजागृति और संप्रेषण माध्यम रूपी पत्रकारिता

का उदय हुआ था। अंग्रेजों की स्वार्थपूर्ण शासन के दौर में ही भारतीय भाषा पत्रकारिता की नींव भी पड़ी थी। जन चेतना का संघर्षपूर्ण स्वर उभारने के लक्ष्य से ही पत्रकारिता का उदय हुआ। पत्रकारिता के उद्भव की स्थितियों एवं कारणों का वर्णन करते हुए डॉ. लक्ष्मीकांत पांडेय ने लिखा है — “पत्रकारिता किसी भाषा एवं साहित्य की ऐसी इंद्रधनुषी विद्या है, जिसमें नाना रंगों का प्रयोग होने पर भी सामरस्य बना रहता है। पत्रकारिता, जहाँ एक ओर समाज के प्रत्येक स्पंदन की माप है, वहीं विकृतियों की प्रस्तोता, आदर्श एवं सुधार के लिए सहज उपचार। पत्रकारिता जहाँ किसी समाज की जागृति का पर्याय है, वहीं उसमें उठ रही ज्वालामुखियों का अविरल प्रवाह उसकी चेतना का प्रतीक भी है। पत्रकारिता एक ओर वैचारिक चिंतन का विराट फलक है, तो दूसरी ओर भावाकुलता एवं मानवीय संवेदना का अनाविल स्रोत। पत्रकारिता जनता एवं सत्ता के मध्य यदि सेतु है तो सत्ता के लिए अग्नि शिखा और जनता के लिए संजीवनी। अतः स्वाभाविक है कि पत्रकारिता का उदय उन्हीं परिस्थितियों में होता है, जब सत्ता एवं जनता के मध्य संवाद की स्थिति नहीं रहती या फिर जब जनता अंधेरे में और सत्ता बहरेपन के अभिनय में लीन रहती है।”

भारत में अंग्रेजों की दमनात्मक नीति के विरुद्ध आवाज के रूप में स्वाधीनता की प्रबल उमंग ने पत्रकारिता की नींव डाली थी। उसके फलीभूत होने के साथ स्वदेशी भावना का अंकुर भी उगने लगा। कलकत्ता में भारतीय भाषा पत्रकारिता के उदय से इन भावनाओं को उपयुक्त आधार मिला था। इस परंपरा में कलकत्ता के हिंदी भाषियों के हृदय में भी पत्रकारिता की उमंगें उगने लगीं। अपनी भाषा के प्रति अनुराग और जनजागृति लाने के महत्त्वकांक्षी पं. जुगल किशोर शुक्ल के साहसपूर्ण आरंभिक प्रयासों से हिंदी पत्रकारिता की नींव पड़ी। कलकत्ता (वर्तमान कोलकाता) के कोलू टोला नामक मुहल्ले के 37 नंबर आमड़तल्ला गली से जुगल किशोर शुक्ल ने सन् 1826 ई. में उदंतमार्तंड नामक एक हिंदी साप्ताहिक पत्र निकालने का आयोजन किया। यहाँ यह भी विवेचनीय बात है कि ‘उदंत मार्तंड’ से पहले भी हिंदी पत्रों के प्रकाशन अस्तित्व में आया था और एक पत्रिका के कुछ पन्नों पर हिंदी को स्थान दिया गया था। “समाचार दर्पण” नामक इस पत्रिका का प्रकाशन भी बंगभूमि से 1819 में हुआ था।

30 मई, 1826 हिंदी पत्रकारिता के इतिहास में उल्लेखनीय तिथि है जिस दिन सर्वथा मौलिक प्रथम हिंदी पत्र के रूप में 'उदंत मार्तंड' का उदय हुआ था। इसके संपादक और प्रकाशक कानपुर के जुगल किशोर ही थे। पंडित युगल किशोर शुक्ला जी कानपुर के चमनगंज के निकट प्रेम नगर के रहने वाले थे और कोलकाता (तत्कालीन कलकत्ता) के दीवानी न्यायालय में वकालत की प्रैक्टिस करते थे।

साप्ताहिक 'उदंत मार्तंड' के मुख्य पृष्ठ पर शीर्षक के नीचे जो संस्कृत की पंक्तियाँ छपी रहती थीं उनमें प्रकाशकीय पावन लक्ष्य निहित था। पंक्तियाँ यों थीं—

“दिवा कांत कांति विनाध्वांदमंतं
न चाप्नोति तद्गज्जागत्यज्ञ लोकः।
समाचार सेवामृते ज्ञत्वमाप्तां
न शक्नोति तस्मात्करोनीति यत्न॥”

देश और हिंदी प्रेम की महत्त्वकांक्षा और ऊँचे आदर्श से पं. जुगल किशोर ने 'उदंत मार्तंड' का प्रकाशन आरंभ किया था, पर सरकारी सहयोग के अभाव में, ग्राहकों की कमी आदि प्रतिकूल परिस्थितियों में 4 दिसंबर, 1827 को ही लगभग डेढ़ साल की आयु में हिंदी का प्रथम पत्र का अंत हो गया। समाचार पत्र को गैर हिंदी भाषी क्षेत्र होने की वजह से पाठक नहीं मिले और सरकार की दमनात्मक नीति ने डाक का उस समय जो पंजीयन होता वह नहीं होने दिया था।

जिस संपादकीय उद्घोष के साथ समाप्त हुआ, वह आज भी हिंदी पत्रकारिता के संघर्षपूर्ण अस्तित्व के प्रतीकाक्षरों की पंक्तियों के रूप में उल्लेखनीय हैं—

“आज दिवस लौं उग चुक्यौ मार्तंड उदंत।
अस्ताचल को जात है दिनकर दिन अंत॥ ”

पं. जुगल किशोर शुक्ल ने अपनी आंतरिक व्यथा को समेट कर उक्त पंक्तियों की अभिव्यक्ति दी थी। इसके बाद कई प्रयासों से धीरे-धीरे हिंदी पत्रों का प्रकाशन-विकास होता रहा। परंतु पंडित युगल किशोर शुक्ला ने हार न मानी और वर्ष 1850 में उन्होंने पुनः हिंदी की पत्रिका शुरू किया जिसका नाम “सामदंड मार्तण्ड” था। यह लंबे समय तक हिंदी पत्रकारिता को जीवित रखे था और इसका प्रकाशन 1919 तक हुआ। इसी परंपरा में

जून, 1854 में कलकत्ते से ही श्याम सुंदर सेन नामक बंगाली सज्जन के संपादन में हिंदी का प्रथम दैनिक पत्र प्रकाशित हुआ था। हिंदी पत्रकारिता की जन्मभूमि होने का गौरव-चिह्न कलकत्ते के मुकुटमणि के रूप में सदा प्रेरणा की आभा देते हुए हिंदी पत्रकारिता के इतिहास में उल्लेखनीय है।

कलकत्ता से बाहर हिंदी प्रदेश में हिंदी पत्रकारिता की शुरुआत का श्रेय वाराणसी (काशी) को जाता है। वाराणसी (काशी) तत्कालीन बनारस से भारत के हिंदी भाषी क्षेत्र का पहला हिंदी अखबार निकलने वाला हिंदी पत्र 'बनारस अखबार' था, जिसका प्रकाशन 1845 ई. में काशी में आरंभ हुआ था। जिसने हिंदी पत्रकारिता के रूप में 1857 के प्रथम स्वाधीनता-संग्राम पर भी पर्याप्त प्रभाव डाला था।

आरंभिक हिंदी-पत्रकारिता के आदि उन्नायकों का आदर्श बड़ा था, किंतु साधन-शक्ति सीमित थी। वे नई सभ्यता के संपर्क में आ चुके थे और अपने देश तथा समाज के लोगों को नवीनता से संपृक्त करने की आकुल आकांक्षा रखते थे। उन्हें न तो सरकारी संरक्षण और प्रोत्साहन प्राप्त था और न तो हिंदी-समाज का सक्रिय सहयोग ही सुलभ था। प्रचार-प्रसार के साधन अविकसित थे। संपादक का दायित्व ही बहुत बड़ा था क्योंकि प्रकाशन-संबंधी सभी दायित्व उसी को वहन करना पड़ता था। हिंदी में अभी समाचार पत्रों के लिए स्वागत भूमि नहीं तैयार हुई थी। इसलिए इन्हें हर कदम पर प्रतिकूलता से जूझना पड़ता था और प्रगति के प्रत्येक अगले चरण पर अवरोध का मुकाबला करना पड़ता था। तथापि इनकी निष्ठा बड़ी बलवती थी। साधनों की न्यूनता से इनकी निष्ठा सदैव अप्रभावित रही। आर्थिक कठिनाइयों के कारण हिंदी के आदि पत्रकार पं. जुगल किशोर शुक्ल ने 'उदंत मार्तंड' का प्रकाशन बंद कर दिया था किंतु इसका अर्थ यह नहीं कि आर्थिक कठिनाइयों ने उनकी निष्ठा को ही खंडित कर दिया था।

यदि उनकी निष्ठा टूट गई होती तो कदाचित् पुनः पत्र-प्रकाशन का साहस न करते। हम जानते हैं कि पं. जुगल किशोर शुक्ल ने 1850 में पुनः 'सामदंत मार्तंड' नाम का एक पत्र प्रकाशित किया था। इस प्रकार हम देखते हैं कि प्रतिकूल परिस्थिति से लड़ने का उनमें अदम्य उत्साह था। उस युग के पत्रकारों की यह एक सामान्य विशेषता थी। युगीन-चेतना के प्रति ये पत्र सचेत थे और हिंदी-समाज तथा युगीन अभिज्ञता के बीच सेतु का काम कर रहे थे।

प्रतिबंधित पत्र-पत्रिकाएँ

भारत के स्वाधीनता संघर्ष में पत्र-पत्रिकाओं की अहम भूमिका रही है। आजादी के आन्दोलन में भाग ले रहा हर आम-ओ-खास कलम की ताकत से वाकिफ था। राजा राममोहन राय, महात्मा गांधी, मौलाना अबुल कलाम आजाद, बाल गंगाधर तिलक, पंडित मदनमोहन मालवीय, बाबा साहब अम्बेडकर, यशपाल जैसे आला दर्जे के नेता सीधे-सीधे तौर पर पत्र-पत्रिकाओं से जुड़े हुए थे और नियमित लिख रहे थे। जिसका असर देश के दूर-सुदूर गांवों में रहने वाले देशवासियों पर पड़ रहा था। अंग्रेजी सरकार को इस बात का अहसास पहले से ही था, लिहाजा उसने शुरू से ही प्रेस के दमन की नीति अपनाई। 30 मई 1826 को कलकत्ता से पंडित जुगल किशोर शुक्ल के संपादन में निकलने वाले 'उदत्त मार्तण्ड' को हिंदी का पहला समाचार पत्र माना जाता है।

अपने समय का यह खास समाचार पत्र था, मगर आर्थिक परेशानियों के कारण यह जल्दी ही बंद हो गया। आगे चलकर माहौल बदला और जिस मकसद की खातिर पत्र शुरू किये गये थे, उनका विस्तार हुआ। समाचार सुधावर्षण, अभ्युदय, शंखनाद, हलधर, सत्याग्रह समाचार, युद्धवीर, क्रातिवीर, स्वदेश, नया हिन्दुस्तान, कल्याण, हिंदी प्रदीप, ब्राह्मण, बुन्देलखण्ड केसरी, मतवाला सरस्वती, विप्लव, अलंकार, चाँद, हंस, प्रताप, सैनिक, क्रांति, बलिदान, वालिंट्यर आदि जनवादी पत्रिकाओं ने आहिस्ता-आहिस्ता लोगों में सोये हुए वतनपरस्ती के जच्चे को जगाया और क्रांति का आह्वान किया।

नतीजतन उन्हें सत्ता का कोपभाजन बनना पड़ा। दमन, नियंत्रण के दुश्चक्र से गुजरते हुए उन्हें कई प्रेस अधिनियमों का सामना करना पड़ा। 'वर्तमान पत्र' में पंडित जवाहर लाल नेहरू द्वारा लिखा 'राजनीतिक भूकम्प' शीर्षक लेख, 'अभ्युदय' का भगत सिंह विशेषांक, किसान विशेषांक, 'नया हिन्दुस्तान' के साम्राज्यवाद, पूंजीवाद और फॉसीवादी विरोधी लेख, 'स्वदेश' का विजय अंक, 'चाँद' का अछूत अंक, फॉसी अंक, 'बलिदान' का नववर्षांक, 'क्रांति' के 1939 के सितम्बर, अक्टूबर अंक, 'विप्लव' का चंद्रशेखर अंक अपने क्रांतिकारी तेवर और राजनीतिक चेतना फैलाने के इल्जाम में अंग्रेजी सरकार की टेढ़ी निगाह के शिकार हुए और उन्हें जब्ती, प्रतिबंध, जुर्माना का सामना करना पड़ा। संपादकों को कारावास भुगतना पड़ा।

गवर्नर जनरल वेलेजली

भारतीय पत्रकारिता की स्वाधीनता को बाधित करने वाला पहला प्रेस अधिनियम गवर्नर जनरल वेलेजली के शासनकाल में 1799 को ही सामने आ गया था। भारतीय पत्रकारिता के आदिजनक जॉन्स आगस्टक हिक्की के समाचार पत्र 'हिक्की गजट' को विद्रोह के चलते सर्वप्रथम प्रतिबंध का सामना करना पड़ा। हिक्की को एक साल की कैद और दो हजार रुपए जुर्माने की सजा हुई। कालांतर में 1857 में गैंगिक एक्ट, 1878 में वर्नाक्यूलर प्रेस एक्ट, 1908 में न्यूज पेपर्स एक्ट (इन्साइटमेंट अफैसेज), 1910 में इंडियन प्रेस एक्ट, 1930 में इंडियन प्रेस आर्डिनंस, 1931 में दि इंडियन प्रेस एक्ट (इमरजेंसी पावर्स) जैसे दमनकारी कानून अंग्रेजी सरकार द्वारा प्रेस की स्वतंत्रता को बाधित करने के उद्देश्य से लागू किए गये। अंग्रेजी सरकार इन काले कानूनों का सहारा लेकर किसी भी पत्र-पत्रिका पर चाहे जब प्रतिबंध, जुर्माना लगा देती थी। आपत्तिजनक लेख वाले पत्र-पत्रिकाओं को जब्त कर लिया जाता। लेखक, संपादकों को कारावास भुगतना पड़ता व पत्रों को दोबारा शुरू करने के लिए जमानत की भारी भरकम रकम जमा करनी पड़ती। बावजूद इसके समाचार पत्र संपादकों के तेवर उग्र से उग्रतर होते चले गए। आजादी के आन्दोलन में जो भूमिका उन्होंने खुद तय की थी, उस पर उनका भरोसा और भी ज्यादा मजबूत होता चला गया। जेल, जब्ती, जुर्माना के डर से उनके हौसले पस्त नहीं हुये।

बीसवीं सदी की शुरुआत

बीसवीं सदी के दूसरे-तीसरे दशक में सत्याग्रह, असहयोग आन्दोलन, सविनय अवज्ञा आन्दोलन के प्रचार प्रसार और उन आन्दोलनों की कामयाबी में समाचार पत्रों की अहम भूमिका रही। कई पत्रों ने स्वाधीनता आन्दोलन में प्रवक्ता का रोल निभाया। कानपुर से 1920 में प्रकाशित 'वर्तमान' ने असहयोग आन्दोलन को अपना व्यापक समर्थन दिया था। पंडित मदनमोहन मालवीय द्वारा शुरू किया गया साप्ताहिक पत्र 'अभ्युदय' उग्र विचारधारा का हामी था। अभ्युदय के भगत सिंह विशेषांक में महात्मा गांधी, सरदार पटेल, मदनमोहन मालवीय, पंडित जवाहरलाल नेहरू के लेख प्रकाशित हुए। जिसके परिणामस्वरूप इन पत्रों को प्रतिबंध- जुर्माना का सामना करना पड़ा। गणेश शंकर विद्यार्थी का 'प्रताप', सज्जाद जहीर एवं शिवदान सिंह चौहान के संपादन में इलाहाबाद

से निकलने वाला 'नया हिन्दुस्तान' राजाराम शास्त्री का 'क्रांति' यशपाल का 'विप्लव' अपने नाम के मुताबिक ही क्रांतिकारी तेवर वाले पत्र थे। इन पत्रों में क्रांतिकारी युगांतकारी लेखन ने अंग्रेजी सरकार की नींद उड़ा दी थी। अपने संपादकीय, लेखों, कविताओं के जरिए इन पत्रों ने सरकार की नीतियों की लगातार भर्त्सना की। 'नया हिन्दुस्तान' और 'विप्लव' के जब्तशुदा प्रतिबंधित अंकों को देखने से इनकी वैश्विक दृष्टि का पता चलता है।

'चाँद' का फाँसी अंक

फाँसीवाद के उदय और बढ़ते साम्राज्यवाद, पूंजीवाद पर चिंता इन पत्रों में साफ देखी जा सकती है। गोरखपुर से निकलने वाले साप्ताहिक पत्र 'स्वदेश' को जीवंतपर्यंत अपने उग्र विचारों और स्वतंत्रता के प्रति समर्पण की भावना के कारण समय-समय पर अंग्रेजी सरकार की कोप दृष्टि का शिकार होना पड़ा। खासकर विशेषांक विजयांक को। आचार्य चतुरसेन शास्त्री द्वारा संपादित 'चाँद' के फाँसी अंक की चर्चा भी जरूरी है। काकोरी के अभियुक्तों को फाँसी के लगभग एक साल बाद, इलाहाबाद से प्रकाशित चाँद का फाँसी अंक क्रांतिकारी आन्दोलन के इतिहास की अमूल्य निधि है। यह अंक क्रांतिकारियों की गाथाओं से भरा हुआ है।

सरकार ने अंक की जनता में जबर्दस्त प्रतिक्रिया और समर्थन देख इसको फौरन जब्त कर लिया और रातों-रात इसके सारे अंक गायब कर दिये। अंग्रेज हुकूमत एक तरफ क्रांतिकारी पत्र-पत्रिकाओं को जब्त करती रही, तो दूसरी तरफ इनके संपादक इन्हें बिना रुके पूरी निर्भिकता से निकालते रहे। सरकारी दमन इनके हौसलों पर जरा भी रोक नहीं लगा सका। पत्र-पत्रिकाओं के जरिए उनका यह प्रतिरोध आजादी मिलने तक जारी रहा।

8

हिंदी पत्रकारिता की भाषा

‘प्रिंट मीडिया’ को हम ‘मुद्रित माध्यम’ क्यों नहीं कहते? इस प्रश्न के उत्तर में ही जन माध्यमों में हिंदी भाषा के स्वरूप की पहचान छिपी हुई है। उसकी सामर्थ्य भी और उसकी दुर्बलता भी।

जब कलकत्ता से हिंदी साप्ताहिक ‘रविवार’ शुरू हो रहा था, उस समय मणि मधुकर हमारे साथ थे। कार्यवाहक संपादक सुरेंद्र प्रताप सिंह मीडिया पर एक स्तंभ शुरू करने जा रहे थे। प्रश्न यह था कि स्तंभ का नाम क्या रखा जाए। मणि मधुकर साहित्यिक व्यक्ति थे। उन्हें साहित्य अकादमी पुरस्कार मिल चुका था। उनसे पूछा गया, तो वे सोच कर बोले – संप्रेषण। सुरेंद्र जी ने बताया कि उन्हें ‘माध्यम’ ज्यादा अच्छा लग रहा है। अंत में स्तंभ का शार्पक यही तय हुआ। लेकिन सुरेंद्र प्रताप की विनोद वृत्ति अद्भुत थी। उन्होंने हँसते हुए मणि मधुकर से कहा, ‘दरअसल, हम दोनों ही अंग्रेजी से अनुवाद कर रहे थे। आपने ‘कम्युनिकेशन’ का अनुवाद संप्रेषण किया और मैंने मीडियम या मीडिया का अनुवाद माध्यम किया।’

उस समय संप्रेषण और माध्यम एक ही स्थिति का वर्णन करनेवाले शब्द लगते थे। आज वह स्थिति नहीं है। मीडिया के लिए आज कोई संप्रेषण शब्द सोच भी नहीं सकता। यह शब्द अब कम्युनिकेशन के लिए रूढ़ हो चुका है। मास कम्युनिकेशन को जन संचार कहा जाता है, मास मीडिया को जन माध्यम। इस प्रसंग में जो बात ध्यान देने योग्य है, वह यह

है कि 1977 से ही हिंदी पत्रकारिता पर अंग्रेजी की छाया दिखाई पड़ने लगी थी। कवर स्टोरी को आवरण कथा या आमुख कथा कहा जाता था। लेकिन आज कवर स्टोरी का बोलबाला है।

जाहिर है कि अंग्रेजी अब अनुवाद में नहीं, सीधे आ रही है और बता रही है कि हम अनुवाद की संस्कृति से निकल कर सीधे अंग्रेजी के चंगुल में हैं। किसी टेलीविजन चैनल की भाषा कितनी जनोन्मुख है, इसका फैसला इस बात से किया जाता है कि उस चैनल पर अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग कितना प्रतिशत होता है। ऐसे माहौल में अगर दूरदर्शन की भाषा पिछड़ी हुई, संस्कृतनिष्ठ और प्रतिक्रियावादी लगती है, तो इसमें हैरत की बात क्या है।

आजकल अखबारों में मीडिया की चर्चा बहुत ज्यादा होती है, हालाँकि ज्यादातर इसका मतलब टीवी चैनलों से लगाया जाता है। अखबारों में अखबारों की चर्चा लगभग बंद है (पहले भी ज्यादा कहाँ होती थी?), क्योंकि प्रायः सभी अखबार एक ही राह पर चल रहे हैं और इस राह पर आत्मपरीक्षण के लिए इजाजत नहीं है। बहरहाल, इस तरह के स्तंभों के लिए माध्यम शब्द नहीं चलता, मीडिया का शोर जरूर है। इस बीच अखबारों के लिए प्रिंट मीडिया शब्द चल पड़ा है।

चूँकि मीडिया शब्द पहले से चल रहा था, इसलिए उसमें प्रिंट जोड़ देना आसान लगा। मुद्रित माध्यम या मुद्रित मीडिया लिखना अच्छा नहीं लगता— इस तरह के संस्कृत मूल के या खिचड़ी शब्दों से हम अब बचने लगे हैं (क्योंकि यह पिछड़ेपन का प्रतीक है) और सीधे अंग्रेजी पर्यायों का इस्तेमाल करते हैं। 'रविवार' के समय भी मीडिया के लिए हिंदी का कोई मौलिक शब्द खोजने का श्रम नहीं किया गया था, लेकिन इतनी सभ्यता बची हुई थी कि अंग्रेजी शब्द से नहीं, उसके अनुवाद से काम चलाया गया।

स्पष्ट है कि जो लोग हिंदी के उच्च प्रसार संख्या वाले दैनिक पत्रों में काम करते हैं, वे हिंदी की दुकान लगभग बंद कर चुके हैं और अंग्रेजी के हाथों लगभग बिक चुके हैं। लेकिन इसमें उनका कसूर नहीं है। जब मालिक लोग हिंदी पत्रकारिता का कायाकल्प कर रहे थे (वास्तव में यह सिर्फ काया का नहीं, आत्मा का भी बदलाव था), उस वक्त काम कर रहे हिंदी पत्रकारों ने अगर उनके साथ आज्ञाकारी सहयोग नहीं किया होता, तो उनमें से प्रत्येक की नौकरी खतरे में थी। आज भी कुछ घर-उजाड़ू या नए फैशन के स्वर्णपाश में फँसे हुए पत्रकारों को छोड़ हिंदी का कोई भी पत्रकार

अंग्रेजी-पीड़ित हिंदी अपने मन से नहीं लिखता। उसे यह अपने ऊपर और अपने पाठकों पर सांस्कृतिक अत्याचार लगता है। वह झुँझलाता है, क्रुद्ध होता है, हँसी उड़ाता है, कभी-कभी मिल-जुल कर कोई अभियान चलाने का सामूहिक निश्चय करता है, लेकिन आखिर में वही ढाक के तीन पात सामने आते हैं और वह अपना काम दी हुई भाषा में संपन्न कर उदास मन से घर लौट जाता है।

उसके सामने एक बार फिर यह तथ्य उजागर होता है कि जिस अखबार में वह काम कर रहा है, वह अखबार उसका नहीं है, कि जिस व्यक्ति ने पूँजी निवेश किया है, वही तय करेगा कि क्या छपेगा, किस भाषा में छपेगा और किन तसवीरों के साथ छपेगा। परियोजना ऊपर से मिलेगी, पत्रकार को सिर्फ 'इंफ्लिमेंट' करना है।

ऐसा क्यों हुआ? किस प्रक्रिया में हुआ? यहाँ मैं एक और संस्मरण की शरण लूँगा। नवभारत टाइम्स के दिल्ली संस्करण से विद्यानिवास मिश्र विदा हुए ही थे। वे अंग्रेजी के भी विद्वान थे, पर हिंदी में अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग बिलकुल नहीं करते थे। विष्णु खरे भी जा चुके थे। उनकी भाषा अद्भुत है। उन्हें भी हिंदी लिखते समय अंग्रेजी का प्रयोग आम तौर पर बिलकुल पसंद नहीं। स्थानीय संपादक का पद सूर्यकांत बाली नाम के एक सज्जन सँभाल रहे थे।

अखबार के मालिक समीर जैन को पत्रकारिता तथा अन्य विषयों पर व्याख्यान देने का शौक है। उस दिनों भी था। वे राजेंद्र माथुर को भी उपदेश देते रहते थे, सुरेंद्र प्रताप सिंह से बदलते हुए समय की चर्चा करते थे, विष्णु खरे को बताते थे कि पत्रकारिता क्या है और हम लोगों को भी कभी-कभी अपने नवाचारी विचारों से उपकृत कर देते थे। सूर्यकांत बाली की विशेषता यह थी कि वे समीर जैन की हर स्थापना से तुरंत सहमत हो जाते थे, बल्कि उससे कुछ आगे भी बढ़ जाते थे। आडवाणी ने इमरजेंसी में पत्रकारों के आचरण पर टिप्पणी करते हुए ठीक ही कहा था कि उन्हें झुकने को कहा गया था, पर वे रेंगने लगे। मैं उस समय के स्थानीय संपादक को रेंगने से कुछ ज्यादा करते हुए देखता था और अपने दिन गिनता था।

सूर्यकांत बाली संपादकीय बैठकों में हिंदी भाषा के नए दर्शन के बारे में समीर जैन के विचार इस तरह प्रगट करते जैसे वे उनके अपने विचार हों। समीर जैन की चिंता यह थी कि नवभारत टाइम्स युवा पीढ़ी तक कैसे

पहुँचे। नई पीढ़ी की रुचियाँ पुरानी और मझली पीढ़ियों से भिन्न थीं। टीवी और सिनेमा उसका बाइबिल है।

सुंदरता, सफलता और यौनिकता की चर्चा में उसे शास्त्रीय आनंद आता है। फिल्मी अभिनेताओं-अभिनेत्रियों की रंगीन और अर्ध या पूर्ण अश्लील तसवीरों में उसकी आत्मा बसती है। समीर जैन नवभारत टाइम्स को गंभीर लोगों का अखबार बनाए रखना नहीं चाहते थे। वे अकसर यह लतीफा सुनाते थे कि जब बहादुरशाह जफर मार्ग से, जहाँ दिल्ली के नवभारत टाइम्स का दफ्तर है, किसी बूढ़े की लाश गुजरती है, तो मुझे लगता है कि नवभारत टाइम्स का एक और पाठक चस बसा। समीर की फिक्र यह थी कि नए पाठकों की तलाश में किधर मुड़ें। इस खोज में भारत के शहरी युवा वर्ग के इसी हिस्से पर उनकी नजर पड़ी। उन्होंने हिंदी के संपादकों से कहा कि हिंदी में अंग्रेजी मिलाओ, वैसी पत्रकारिता करो जैसी नया टाइम्स ऑफ इंडिया कर रहा है, नहीं तो तुम्हारी नाव डूबने ही वाली है।

सरकुलेशन नहीं बढ़ेगा, तो एडवर्टीजमेंट नहीं बढ़ेगा और रेवेन्यू कम होगा और अंत में 'वी विल बी फोर्सड टु क्लोज डाउन दिस पेपर।' इस भविष्यवाणी की गंभीरता को बाली ने समझा और हमें बताने लगे कि हमें विशेषज्ञ की जगह एक्सपर्ट, समाधान की जगह सॉल्यूशन, नीति की जगह पॉलिसी, उदारीकरण की जगह लिबराइजेशन लिखना चाहिए। एक दिन हमने उनके ये विचार 'पाठकों के पत्र' स्तंभ में एक छोटे-से लेख के रूप में पढ़े। उस लेख को हिंदी पत्रकारिता के नए इतिहास में एक महत्वपूर्ण दस्तावेज का स्थान मिलना चाहिए।

कोई चाहे तो इसे हिंदी की सामर्थ्य भी बता सकता है। हिंदी अपने आदिकाल से ही संघर्ष कर रही है। उसे उसका प्राप्य अभी तक नहीं मिल सका है। अपने को बचाने की खातिर हिंदी ने कई तरह के समझौते भी किए। अवधी, ब्रजभाषा, भोजपुरी, उर्दू आदि के साथ अच्छे रिश्ते बनाए। किसी का तिरस्कार नहीं किया। यहाँ तक कि उसने अंग्रेजी से भी दोस्ती का हाथ मिलाया। यह हिंदी की शक्ति है, जो शक्ति किसी भी जिंदा और जिंदादिल भाषा की होती है। इस प्रक्रिया में कर लिया। हिंदी हर पराई चीज का हिंदीकरण कर लेती है। अतः उसने अंग्रेजी शब्दों का भी हिंदीकरण कर लिया। आजादी के बाद भी कुछ वर्षों तक हिंदी अंग्रेजी शब्दों के हिंदी प्रतिशब्द बनाती रही। बजट, टिकट, मोटर और बैंक जैसे शब्द सीधे ले लिए

गए, क्योंकि ये हिंदी के प्रवाह में घुल-मिल जा रहे थे और इनका अनुवाद करने के प्रयास में 'लौहपथगामिनी' जैसे असंभव शब्द ही हाथ आते थे। आज भी पासपोर्ट को पारपत्र कहना जमता नहीं है, हालाँकि इस शब्द में जमने की पूरी संभावना है।

लेकिन 1980-90 के दौर में जनसाधारण के बीच हिंदी का प्रयोग करनेवालों में सांस्कृतिक थकावट आ गई और इसी के साथ उनकी शब्द निर्माण की क्षमता भी कम होती गई। उन्हीं दिनों हिंदी का स्वरूप थोड़ा-थोड़ा बदलने लगा था, जब संडे मेल, संडे ऑब्जर्वर जैसे अंग्रेजी नामोंवाले पत्र हिंदी में निकलने लगे। यह प्रवृत्ति 70 के दशक में मौजूद होती, तो हिंदी में रविवार नहीं, संडे ही निकलता या फिर आउटलुक के हिंदी संस्करण में साप्ताहिक लगाने की जरूरत नहीं होती, सीधे आउटलुक ही निकलता, जैसे इंडिया टुडे कई भाषाओं में एक ही नाम से निकलता है। 90 के दशक में जैसे टाइम्स ऑफ इंडिया ने भारत की अंग्रेजी पत्रकारिता का चेहरा बदल डाला, उसे आत्मा-विहीन कर दिया, वैसे ही नए नवभारत टाइम्स ने हिंदी पत्रकारिता में एक ऐसी बाढ़ पैदा कर दी, जिसमें बहुत-से मूल्य और प्रतिमान डूब गए। लेकिन नवभारत टाइम्स का यह प्रयोग आर्थिक दृष्टि से सफल रहा और अन्य अखबारों के लिए मॉडल बन गया। कुछ हिंदी पत्रों में तो अंग्रेजी के स्वतंत्र पन्ने भी छपने लगे।

भाषा संस्कृति का वाहक होती है। प्रत्येक सांस्कृतिक परियोजना अपने लिए एक नई भाषा गढ़ती है। नक्सलवादियों की भाषा वह नहीं है जिसका इस्तेमाल गांधी और जवाहरलाल करते थे। आज के विज्ञापनों की भाषा भी वह नहीं है जो 80 के दशक तक हुआ करती थी। यह एक नई संस्कृति है जिसके पहियों पर आज की पत्रकारिता चल रही है। इसे मुख्य रूप से सुखवाद की संस्कृति कह सकते हैं, जिसमें किसी वैचारिक वाद के लिए जगह नहीं है।

इस संस्कृति का केंद्रीय सूत्र रघुबीर सहाय बहुत पहले बता चुके थे - उत्तम जीवन दास विचार। जैसे दिल्ली के प्रगति मैदान में उत्तम जीवन (गुड लिविंग) की प्रदर्शनियाँ लगती हैं, वैसे ही आज हर अखबार उत्तम जीवन को अपने ढंग से परिभाषित करने लगा है। अपने-अपने ढंग से नहीं, अपने ढंग से, जिसका नतीजा यह हुआ है कि सभी अखबार एक जैसे ही नजर आते हैं - सभी में एक जैसे रंग, सभी में एक जैसी सामग्री,

विचार-विमर्श का घोर अभाव या नकली तथा सतही चिंताएँ तथा जीवन में सफलता पाने के लिए एक जैसा शिक्षण अखबार आधुनिकतम जीवन के विश्वविद्यालय बन चुके हैं और पाठक सोचने-समझनेवाला प्राणी नहीं, बल्कि वह विह्वर, जिसमें कुछ भी उड़ला जा सकता है - बैरंग लौटने की आशंका से निश्चिंत।

इसका असर हिंदी की जानकारी के स्तर पर भी पड़ा है। टीवी चैनलों में उन्हें हेय दृष्टि से देखा जाता है जो शुद्ध हिंदी के प्रति सरोकार रखते हैं। प्रथमतः तो ऐसे व्यक्तियों को लिया ही नहीं जाता। ले लेने के बाद उनसे माँग की जाती है कि वे ऐसी हिंदी लिखें और बोलें जो 'ऑडिएंस' की समझ में आए। इस हिंदी का शुद्ध या टकसाली होना जरूरी नहीं है। यह शिकायत कम पढ़े-लिखे लोग भी करने लगे हैं कि टीवी के परदे पर जो हिंदी आती है, वह अकसर गलत होती है।

सच तो यह है कि अनेक हिंदी समाचार चैनलों के प्रमुख ऐसे महानुभाव हैं जिन्हें हिंदी (या, कोई भी भाषा) आती ही नहीं और यह उनके लिए शर्म की नहीं, गर्वित होने की बात है। वे मानते हैं कि टीवी की भाषा की उन्हें अच्छी जानकारी है और इस भाषा का उन भाषाओं से कोई संबंध नहीं है जो स्कूल-कॉलेजों में, भले ही गलत-सलत, पढ़ाई जाती है। यही स्थिति नीचे के पत्रकारों की है। वे अखबार या टीवी की भाषा से ज्यादा चापलूसी की भाषा को समझते हैं। चूँकि अच्छी हिंदी की माँग नहीं है और समाचार या मनोरंजन संस्थानों में उसकी कद्र भी नहीं है, इसलिए हिंदी सीखने की कोई प्रेरणा भी नहीं है। हिंदी एक ऐसी अभागी भाषा है जिसे न जानते हुए भी हिंदी की पत्रकारिता की जा सकती है।

प्रिंट मीडिया की ट्रेजेडी यह है कि टेलीविजन से प्रतिद्वंद्विता में उसने अपने लिए कोई नई या अलग राह नहीं निकाली, बल्कि वह टेलीविजन का अनुकरण करने में लग गया। कहने की जरूरत नहीं कि जब हिंदी क्षेत्र में टेलीविजन का प्रसार बढ़ रहा था, तब तक हिंदी पत्रों की आत्मा आखिरी साँस लेने लग गई थी। पुनर्जन्म के लिए उनके पास एक ही मॉडल था, टेलीविजन की पत्रकारिता। यह मालिक की पत्रकारिता थी। संपादक रह नहीं गए थे जो कुछ सोच-विचार करते और प्रिंट को इलेक्ट्रॉनिक का भतीजा बनने से बचा पाते। नतीजा यह हुआ कि हिंदी के ज्यादातर अखबार टेलीविजन, जो खुद ही फूहड़पन का भारतीय नमूना है, का फूहड़तर अनुकरण बन गए।

इसका असर प्रिंट मीडिया की भाषा पर भी पड़ा। हिंदी का टेलीविजन जो काम कर रहा है, वह एक रुग्ण और विकार-ग्रस्त भाषा में ही हो सकता है।

अशुद्ध आत्माएँ अपने को शुद्ध माध्यमों से प्रगट नहीं कर सकतीं। सो हिंदी पत्रों की भाषा भी भ्रष्ट होने लगी। एक समय जिस हिंदी पत्रकारिता ने राष्ट्रपति, संसद, श्री, श्रीमती जैसे दर्जनों शब्द गढ़े थे, जो सब की जुबान पर चढ़ गए, उसी हिंदी के पत्रकार अब प्रेसिडेंट, प्राइम मिनिस्टर जैसे शब्दों का इस्तेमाल करने लगे। इसके साथ ही यह भी हुआ कि हिंदी पत्रों में काम करने के लिए हिंदी जानना आवश्यक नहीं रह गया। पहले जो हिंदी का पत्रकार बनना चाहता था, वह कुछ साहित्यिक संस्कार ले कर आता था। वास्तव में, साहित्य और पत्रकारिता दोनों एक ही काम को भिन्न-भिन्न ढंग से करते हैं, फिर भी साहित्य चौबीस कैरेट का सोना होता है।

साहित्य की उस ऊँचाई को सम्मान देने के लिए पहले हिंदी अखबारों में कुछ साहित्य भी छपा करता था। कहीं-कहीं साहित्य संपादक भी होते थे। लेकिन नए वातावरण में साहित्य का ज्ञान एक अवगुण बन गया। साहित्यकारों को एक-एक कर अखबारों से बाहर किया जाने लगा। हिंदी एक चलताऊ चीज हो गई -- गरीब की जोरू, जिसके साथ कोई भी कभी भी छेड़छाड़ कर सकता है। यही कारण है कि अब हिंदी अखबारों में अच्छी भाषा पढ़ने का आनंद दुर्लभ तो हो ही गया है, उनसे शुद्ध लिखी हुई हिंदी की माँग करना भी नाजायज लगता है। जिनका हिंदी से कोई लगाव नहीं है, जिनकी हिंदी के प्रति कोई प्रतिबद्धता नहीं है, जो हिंदी की किताबें नहीं पढ़ते (सच तो यह है कि वे कोई भी किताब नहीं पढ़ते), उनसे यह अपेक्षा करना कि वे हिंदी को सावधानी से बरतेंगे, उनके साथ अन्याय है, जैसे गधे से यह माँग करना ठीक नहीं है कि वह घोड़े की रफ्तार से चल कर दिखाए।

आगे क्या होगा? क्या हिंदी बच भी पाएगी? जिन कमियों और अज्ञानों के साथ आज हिंदी का व्यवहार हो रहा है, वैसी हिंदी बच भी गई तो क्या? जाहिर है, जो कमीज उतार सकता है, वह धोती भी खोल सकता है। इसलिए आशंका यह है कि धीरे-धीरे अन्य भारतीय भाषाओं की तरह हिंदी भी मरणासन्न होती जाएगी। आज हिंदी जितनी बची हुई है, उसका प्रधान कारण हिंदी क्षेत्र का अविाकास है। आज अविाकसित लोग ही हिंदी के अखबार पढ़ते हैं। उनके बच्चे अंग्रेजी माध्यम के स्कूलों में जाने लगे हैं।

जिस दिन यह प्रक्रिया पूर्णता तक पहुँच जाएगी, हिंदी पढ़नेवाले अल्पसंख्यक हो जाएंगे। विकसित हिंदी भाषी परिवार से निकला हुआ बच्चा सीधे अंग्रेजी पढ़ना पसंद करेगा। यह एक भाषा की मौत नहीं, एक संस्कृति की मौत है। कुछ लोग कहेंगे, यह आत्महत्या है। मैं कहता हूँ, यह मर्डर है।

9

पत्रकारिता के विविध आयाम

समाचार पत्र पढ़ते समय पाठक हर समाचार से अलग-अलग जानकारी की अपेक्षा रखता है। कुछ घटनाओं के मामले में वह उसका विवरण विस्तार से पढ़ना चाहता है तो कुछ अन्य के संदर्भ में उसकी इच्छा यह जानने की होती है कि घटना के पीछे क्या है? उसकी पृष्ठभूमि क्या है? उस घटना का उसके भविष्य पर क्या प्रभाव पड़ेगा और इससे उसका जीवन तथा समाज किस तरह प्रभावित होगा? समय, विषय और घटना के अनुसार पत्रकारिता में लेखन के तरीके बदल जाते हैं। यही बदलाव पत्रकारिता में कई नए आयाम जोड़ता है।

समाचार माध्यमों का विस्तार - आजादी के बाद देश में मध्यम वर्ग के तेजी से विस्तार के साथ ही मीडिया के दायरे में आने वाले लोगों की संख्या भी तेजी से बढ़ रही है। साक्षरता और क्रय शक्ति बढ़ने से भारत में अन्य वस्तुओं के अलावा मीडिया के बाजार का भी विस्तार हो रहा है। इस बाजार की जरूरतों को पूरा करने के लिए हर तरह के मीडिया का फैलाव हो रहा है। रेडियो, टेलीविजन, समाचारपत्र, सेटेलाइट टेलीविजन और इंटरनेट सभी विस्तार के रास्ते पर हैं। लेकिन बाजार के इस विस्तार के साथ ही मीडिया का व्यापारीकरण भी तेज हो गया है और मुनाफा कमाने को ही मुख्य ध्येय समझने वाली पूंजी ने भी मीडिया के क्षेत्र में बड़े पैमाने पर प्रवेश किया है।

जहां तक भारत में पत्रकारिता के नए आयाम की बात है इसके अन्तर्गत समाचार पत्र, पत्रिकाओं के साथ टेलीविजन, रेडियो, सिनेमा, तथा वेब पेज आदि आते हैं। यहां अधिकांश मीडिया निजी हाथों में है और बड़ी-बड़ी कम्पनियों द्वारा नियंत्रित है। भारत में 70,000 से अधिक समाचार पत्र हैं, 690 उपग्रह चैनल हैं जिनमें से 80 समाचार चैनल हैं। आज भारत विश्व का सबसे बड़ा समाचार पत्र का बाजार है। प्रतिदिन 10 करोड़ प्रतियाँ बिकती हैं।

पत्रकारिता खास से मास की ओर - व्यापारीकरण और बाजार होड़ के कारण हाल के वर्षों में समाचार मीडिया ने अपने 'खास बाजार' (क्लास मार्केट) को 'आम बाजार' (मास मार्केट) में तबदील करने की कोशिश की है। कारण है कि समाचार मीडिया और मनोरंजन की दुनिया के बीच का अंतर कम होता जा रहा है और कभी-कभार तो दोनों में अंतर कर पाना मुश्किल हो जाता है।

समाचार के नाम पर मनोरंजन की बिक्री - समाचार के नाम पर मनोरंजन बेचने के इस रुझान के कारण आज समाचारों में वास्तविक और सरोकारीय सूचनाओं और जानकारियों का अभाव होता जा रहा है। आज निश्चित रूप से यह कहा जा सकता कि समाचार मीडिया लोगों के एक बड़े हिस्से को 'जानकार नागरिक' बनने में मदद करने के बदले अधिकांश मौकों पर लोगों को 'गुमराह उपभोक्ता' अधिक बना रहा है। अगर आज समाचार की परंपरागत परिभाषा के आधार पर देश के अनेक समाचार चैनलों का मूल्यांकन करें तो एक-आध चैनलों को ही छोड़कर अधिकांश इन्फोटेनमेंट के चैनल बनकर रह गए हैं।

समाचार अब उपभोक्ता वस्तु बनने लगा - आज समाचार मीडिया का एक बड़ा हिस्सा एक ऐसा उद्योग बन गया है जिसका मकसद अधिकतम मुनाफा कमाना है और समाचार पेप्सी-कोक जैसी उपभोग की वस्तु बन गया है और पाठकों, दर्शकों और श्रोताओं के स्थान पर अपने तक सीमित उपभोक्ता बन बैठ गया है। उपभोक्ता समाज का वह तबका है जिसके पास अतिरिक्त क्रय शक्ति है और व्यापारीत मीडिया अतिरिक्त क्रय शक्ति वाले सामाजिक तबके में अधिकाधिक पैठ बनाने की होड़ में उतर गया है।

इस तरह की बाजार होड़ में उपभोक्ता को लुभाने वाले समाचार उत्पाद पेश किए जाने लगे हैं और उन तमाम वास्तविक समाचारीय घटनाओं

की उपेक्षा होने लगी है जो उपभोक्ता के भीतर ही बसने वाले नागरिक की वास्तविक सूचना आवश्यकताएं थीं और जिनके बारे में जानना उसके लिए आवश्यक है। इस दौर में समाचार मीडिया बाजार को हड़पने की होड़ में अधिकाधिक लोगों की 'चाहत' पर निर्भर होता जा रहा है और लोगों की 'जरूरत' किनारे की जा रही है।

समाचार पत्रों में विविधता की कमी - यह स्थिति हमारे लोकतंत्र के लिए एक गंभीर राजनीतिक, सामाजिक और सांस्कृतिक संकट पैदा कर रही है। आज हर समाचार संगठन सबसे अधिक बिकाऊ बनने की होड़ में एक ही तरह के समाचारों पर टूट पड़ रहा है। इससे विविधता खत्म हो रही है और ऐसी स्थिति पैदा हो रही है जिसमें अनेक अखबार हैं और सब एक जैसे ही हैं। अनेक समाचार चैनल हैं। सिर्फ करते रहिए, बदलते रहिए और एक ही तरह के समाचार का एक ही तरह से प्रस्तुत होना देखते रहिए।

सनसनीखेज या पेज-श्री पत्रकारिता की ओर रुझान खत्म - इसमें कोई संदेह नहीं कि समाचार मीडिया में हमेशा से ही सनसनीखेज या पीत पत्रकारिता और 'पेज-श्री' पत्रकारिता की धाराएं मौजूद रही हैं। इनका हमेशा अपना स्वतंत्र अस्तित्व रहा है, जैसे ब्रिटेन का टेबलायड मीडिया और भारत में भी 'ब्लिट्ज' जैसे कुछ समाचारपत्र रहे हैं। 'पेज-श्री' भी मुख्यधारा पत्रकारिता में मौजूद रहा है। लेकिन इन पत्रकारीय धाराओं के बीच एक विभाजन रेखा थी जिसे व्यापारीकरण के मौजूदा रुझान ने खत्म कर दिया है।

समाचार माध्यमों का केन्द्रीकरण - समाचार माध्यमों विविधता में समाप्त होने के साथ-साथ केन्द्रीकरण का रुझान भी प्रबल हो रहा है। हमारे देश में परंपरागत रूप से कुछ चन्द बड़े, जिन्हें 'राष्ट्रीय' कहा जाता था, अखबार थे। इसके बाद क्षेत्रीय प्रेस था और अंत में जिला-तहसील स्तर के छोटे समाचारपत्र थे। नई प्रौद्योगिकी आने के बाद पहले तो क्षेत्रीय अखबारों ने जिला और तहसील स्तर के प्रेस को हड़प लिया और अब 'राष्ट्रीय' प्रेस 'क्षेत्रीय' में प्रवेश कर रहा है या 'क्षेत्रीय' प्रेस राष्ट्रीय का रूप अख्तियार कर रहा है। आज चंद समाचारपत्रों के अनेक संस्करण हैं और समाचारों का कवरेज अत्यधिक आत्मकेन्द्रित, स्थानीय और विखंडित हो गया है।

समाचार कवरेज में विविधता का अभाव तो है, ही साथ ही समाचारों की पिटी-पिट्टाई अवधारणों के आधार पर लोगों की रुचियों और प्राथमिकताओं को परिभाषित करने का रुझान भी प्रबल हुआ है। लेकिन समाचार मीडिया

के प्रबंधक बहुत समय तक इस तथ्य की उपेक्षा नहीं कर सकते कि साख और प्रभाव समाचार मीडिया की सबसे बड़ी ताकत होते हैं। आज समाचार मीडिया की साख में तेजी से हास हो रहा है और इसके साथ ही लोगों की सोच को प्रभावित करने की इसकी क्षमता भी कुण्ठित हो रही है। समाचारों को उनके न्यायोचित और स्वाभाविक स्थान पर बहाल कर ही साख और प्रभाव के हास की प्रक्रिया को रोका जा सकता है। इस तरह देखा जाए तो समय के साथ पत्रकारिता का विस्तार होता जा रहा है।

रेडियो पत्रकारिता

हमने देखा है कि मुद्रण के आविष्कार के बाद संदेश और विचारों को शक्तिशाली और प्रभावी ढंग से अधिक से अधिक लोगों तक पहुंचाना मनुष्य का लक्ष्य बन गया है। यद्यपि समाचार पत्र जनसंचार के विकास में एक क्रांति ला चके थे लेकिन 1895 में मार्कोनी ने बेतार के तार का पता लगाया और आगे चलकर रेडियो के आविष्कार के जरिए आवाज एक ही समय में असंख्य लोगों तक उनके घरों को पहुंचने लगी। इस प्रकार श्रव्य माध्यम के रूप में जनसंचार को रेडियो ने नये आयाम दिए। आगे चलकर सिनेमा और टेलीविजन के जरिए कई चुनौतियां मिलीं लेकिन रेडियो अपनी विशिष्टता के कारण इन चुनौतियों का सामना करता रहा है। भविष्य में भी इसका स्थान सुरक्षित है।

भारत में 1936 से रेडियो का नियमित प्रसारण शुरू हुआ। रेडियो मुख्य रूप से सूचना तथा समाचार, शिक्षा, मनोरंजन और विज्ञापन प्रसारण का कार्य करता है। अब संचार क्रांति ने तो इसे और भी विस्तृत बना दिया है। एफएम चैनलों ने तो इसका स्वरूप ही बदल दिए है। साथ ही मोबाइल के आविष्कार ने इसे और भी नए मुकाम तक पहुंचा दिया है।

अब रेडियो हर मोबाइल के साथ होने से इसका प्रयोग करने वालों की संख्या भी बढ़ी है, क्योंकि रेडियो जनसंचार का एक ऐसा माध्यम है कि एक ही समय में स्थान और दूरी को लाघंकर विश्व के कोने-कोने तक पहुंच जाता है। रेडियो का सबसे बड़ा गुण है कि इसे सुनते हुए दूसरे काम भी किए जा सकते हैं। रेडियो समाचार ने जहां दिन प्रतिदिन घटित घटनाओं की तुरंत जानकारी का कार्यभार संभाल रखा है वहीं श्रोताओं के विभिन्न वर्गों के लिए विविध कार्यक्रमों की मदद से सूचना और शिक्षा दी जाती है।

खास बात यह है कि यह हर वर्ग जोड़े रखने में यह एक सशक्त माध्यम के रूप में उभरकर सामने आया है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया

मुद्रण के आविष्कार के साथ समाचार पत्र ने जनसंचार के विकास में एक क्रांति ला दिया था। इसके बाद श्रव्य माध्यम के रूप में रेडियो ने एक ही समय में असंख्य लोगों तक उनके घरों को पहुंचने का माध्यम बना दिया। इस प्रकार श्रव्य माध्यम के रूप में जनसंचार को रेडियो ने नये आयाम दिए। इसके बाद टेलीविजन के आविष्कार ने दोनों श्रव्य एवं दृश्य माध्यम को एक और नया आयाम प्रदान किया है।

भारत में आजादी के बाद साक्षरता और लोगों में क्रय शक्ति बढ़ने के साथ ही अन्य वस्तुओं की तरह मीडिया के बाजार की भी मांग बढ़ी है। नतीजा यह हुआ कि बाजार की जरूरतों को पूरा करने के लिए हर तरह के मीडिया का फैलाव हो रहा है। इसमें सरकारी टेलीविजन एवं रेडियो के अलावा निजी क्षेत्र में भी निवेश हो रहा है। इसके अलावा सेटेलाइट टेलीविजन और इंटरनेट ने दो कदम और आगे बढ़कर मीडिया को फैलाने में सहयोग किया है। समाचार पत्र में भी पूंजी निवेश के कारण इसका भी विस्तार हो रहा है।

इसमें सबसे खास बात यह रही कि चाहे वह शहर हो या ग्रामीण क्षेत्र भारत में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पिछले 15-20 वर्षों में घर घर में पहुँच गया है। शहरों और कस्बों में केबिल टीवी से सैकड़ों चैनल दिखाए जाते हैं। एक सरकारी रिपोर्ट के अनुसार भारत के कम से कम 80 प्रतिशत परिवारों के पास अपने टेलीविजन सेट हैं और मेट्रो शहरों में रहने वाले दो-तिहाई लोगों ने अपने घरों में केबिल कनेक्शन लगा रखे हैं। अब तो सेट टाप बाक्स के जरिए बिना केबिल के टीवी चल रहे हैं। इसके साथ ही शहर से दूर-दराज के क्षेत्रों में भी लगातार डीटीएच-डायरेक्ट टु होम सर्विस का विस्तार हो रहा है। प्रारम्भ में केवल फिल्मी क्षेत्रों से जुड़े गीत, संगीत और नृत्य से जुड़ी प्रतिभाओं के प्रदर्शन का माध्यम बना एवं लंबे समय तक बना रहा, इससे ऐसा लगने लगा कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया सिर्फ फिल्मी कला क्षेत्रों से जुड़ी प्रतिभाओं के प्रदर्शन के मंच तक ही सिमटकर रह गया है, जिसमें नैसर्गिक और स्वाभाविक प्रतिभा प्रदर्शन की अपेक्षा नकल को ज्यादा तवज्जो दी जाती

रही है। कुछ अपवादों को छोड़ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की यह नई भूमिका अत्यन्त प्रशंसनीय और सराहनीय है, जो देश की प्रतिभाओं को प्रसिद्धि पाने और कला एवं हुनर के प्रदर्शन हेतु उचित मंच और अवसर प्रदान करने का कार्य कर रही है। इसके बावजूद यह माध्यम कभी-कभी बहुत नुकसान भी पहुँचाता है।

सोशल मीडिया

संचार क्रांति के तहत इंटरनेट के आविष्कार ने पूरी दुनिया की दूरी मिटा दी है। पलक झपकते ही छोटी से लेकर बड़ी सूचना उपलब्ध हो जा रही है। दरअसल, इंटरनेट एक ऐसा तकनीक के रूप में हमारे सामने आया है, जो उपयोग के लिए सबको उपलब्ध है और सर्वविधताय है। इंटरनेट का सोशल नेटवर्किंग साइट्स संचार व सूचना का सशक्त जरिया हैं, जिनके माध्यम से लोग अपनी बात बिना किसी रोक-टोक के रख पाते हैं। यहीं से सोशल मीडिया का स्वरूप विकसित हुआ है। इंटरनेट के सोशल मीडिया व्यक्तियों और समुदायों के साझा, सहभागी बनाने का माध्यम बन गया है। इसका उपयोग सामाजिक संबंध के अलावा उपयोगकर्ता सामग्री के संशोधन के लिए उच्च पारस्परिक मंच बनाने के लिए मोबाइल और वेब आधारित प्रौद्योगिकियों के प्रयोग के रूप में भी देखा जा सकता है।

सोशल मीडिया के प्रकार

इस सोशल मीडिया के कई रूप हैं जिनमें कि इंटरनेट फोरम, वेबलाग, सामाजिक ब्लाग, माइक्रोब्लॉगिंग, विकीज, सोशल नेटवर्क, पाडकास्ट, फोटोग्राफ, चित्र, चलचित्र आदि सभी आते हैं। अपनी सेवाओं के अनुसार सोशल मीडिया के लिए कई संचार प्रौद्योगिकी उपलब्ध हैं। जैसे- सहयोगी परियोजना (उदाहरण के लिए, विकिपीडिया) ब्लाग और माइक्रोब्लाग (उदाहरण के लिए, ट्विटर) सोशल खबर नेटवर्किंग साइट्स (उदाहरण के लिए याहू न्यूज, गूगल न्यूज) सामग्री समुदाय (उदाहरण के लिए, यूट्यूब और डेली मोशन) सामाजिक नेटवर्किंग साइट (उदाहरण के लिए, फेसबुक) आभासी खेल दुनिया (जैसे, वर्ल्ड ऑफ वारक्राफ्ट) आभासी सामाजिक दुनिया (जैसे सेकंड लाइफ)

दो सिविलाइजेशन में बांट रहा है सोशल मीडिया

सोशल मीडिया अन्य पारंपरिक तथा सामाजिक तरीकों से कई प्रकार से एकदम अलग है। इसमें पहुँच, आवृत्ति, प्रयोज्य, ताजगी और स्थायित्व आदि तत्व शामिल हैं। इंटरनेट के प्रयोग से कई प्रकार के प्रभाव देखने को मिला है। एक सर्वे के अनुसार इंटरनेट उपयोगकर्ता अन्य साइट्स की अपेक्षा सोशल मीडिया साइट्स पर ज्यादा समय व्यतीत करते हैं। इंटरनेट के इस आविष्कार ने जहाँ संसार को एक गांव बना दिया है वहीं इसका दूसरा पक्ष यह है कि दुनिया में दो तरह की सिविलाइजेशन का दौर शुरू हो चुका है। एक वर्चुअल और दूसरा फिजिकल सिविलाइजेशन। जिस तेजी से यह प्रचलन बढ़ रहा है आने वाले समय में जल्द ही दुनिया की आबादी से एक बहुत बड़ा हिस्सा इंटरनेट पर होगी।

विज्ञापन का सबसे बड़ा माध्यम

जन सामान्य तक इसकी सीधी पहुँच होने के कारण इसका व्यापारिक उपयोग भी बढ़ा है। अब सोशल मीडिया को लोगों तक विज्ञापन पहुँचाने के सबसे अच्छा जरिया समझा जाने लगा है। हाल ही के कुछ एक सालों से देखने में आया है कि फेसबुक जैसे सोशल मीडिया प्लेटफार्म पर उपभोक्ताओं का वर्गीकरण विभिन्न मानकों के अनुसार किया जाने लगा है जैसे, आयु, रुचि, लिंग, गतिविधियाँ आदि को ध्यान में रखते हुए उसके अनुरूप विज्ञापन दिखाए जाते हैं। इस विज्ञापन के सकारात्मक परिणाम भी प्राप्त हो रहे हैं साथ ही साथ आलोचना भी की जा रही है।

समाज पर पड़ रहा नकारात्मक प्रभाव

जहाँ इंटरनेट के सोशल मीडिया ने व्यक्तियों और समुदायों के बीच सूचना आदान-प्रदान में सहभागी बनाने का माध्यम बनकर समाज पर सकारात्मक प्रभाव डाला है वहीं दूसरी ओर इसका नकारात्मक प्रभाव भी देखने में आया है। अपनी बात बिना किसी रोक-टोक के रखने की छूट ने ये साइट्स ऑनलाइन शोषण का साधन भी बनती जा रही हैं। ऐसे कई केस दर्ज किए गए हैं जिनमें सोशल मीडिया प्लेटफार्म का प्रयोग लोगों को सामाजिक रूप से हानि पहुँचाया है।

इसके साथ ही लोगों की खिचाई करने तथा अन्य गलत प्रवृत्तियों के लिए किया गया है। कुछ दिन पहले भद्रक में हुई एक घटना ने सोशल मीडिया के खतरनाक पक्ष को उजागर किया था। वाक्या यह हुआ था कि एक किशोर ने फेसबुक पर एक ऐसी तस्वीर अपलोड कर दी जो बेहद आपत्तिजनक थी, इस तस्वीर के अपलोड होते ही कुछ घंटे के भीतर एक समुदाय के सैकड़ों गुस्साए लोग सड़कों पर उतार आए। जब तक प्रशासन समझ पाता कि माजरा क्या है, भद्रक में दंगे के हालात बन गए। प्रशासन ने हालात को बिगड़ने नहीं दिया और जल्द ही वह फोटो अपलोड करने वाले तक भी पहुँच गया। लोगों का मानना है कि परंपरिक मीडिया के आपत्तिजनक व्यवहार की तुलना में नए सोशल मीडिया के इस युग का आपत्तिजनक व्यवहार कई मायने में अलग है। नए सोशल मीडिया के माध्यम से जहाँ गड़बड़ी आसानी से फैलाई जा सकती है, वहीं लगभग गुमनाम रहकर भी इस कार्य को अंजाम दिया जा सकता है।

वेब पत्रकारिता

वर्तमान दौर संचार क्रांति का दौर है। संचार क्रांति की इस प्रक्रिया में जनसंचार माध्यमों के भी आयाम बदले हैं। आज की वैश्विक अवधारणा के अंतर्गत सूचना एक हथियार के रूप में परिवर्तित हो गई है। सूचना जगत गतिमान हो गया है, जिसका व्यापक प्रभाव जनसंचार माध्यमों पर पड़ा है। पारंपरिक संचार माध्यमों समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन की जगह वेब मीडिया ने ले ली है।

वेब पत्रकारिता आज समाचार पत्र-पत्रिका का एक बेहतर विकल्प बन चुका है। न्यू मीडिया, आनलाइन मीडिया, साइबर जर्नलिज्म और वेब जर्नलिज्म जैसे कई नामों से वेब पत्रकारिता को जाना जाता है। वेब पत्रकारिता प्रिंट और ब्राडकास्टिंग मीडिया का मिला-जुला रूप है। यह टेक्स्ट, पिक्चर्स, आडियो और वीडियो के जरिये स्क्रीन पर हमारे सामने है। माउस के सिर्फ एक क्लिक से किसी भी खबर या सूचना को पढ़ा जा सकता है। यह सुविधा 24 घंटे और सातों दिन उपलब्ध होती है जिसके लिए किसी प्रकार का मूल्य नहीं चुकाना पड़ता।

वेब पत्रकारिता का एक स्पष्ट उदाहरण बनकर उभरा है विकीलीक्स। विकीलीक्स ने खोजी पत्रकारिता के क्षेत्र में वेब पत्रकारिता का जमकर

उपयोग किया है। खोजी पत्रकारिता अब तक राष्ट्रीय स्तर पर होती थी लेकिन विकीलीक्स ने इसे अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रयोग किया व अपनी रिपोर्टों से खुलासे कर पूरी दुनिया में हलचल मचा दी।

भारत में वेब पत्रकारिता को लगभग एक दशक बीत चुका है। हाल ही में आए ताजा आंकड़ों के अनुसार इंटरनेट के उपयोग के मामले में भारत तीसरे पायदान पर आ चुका है। आधुनिक तकनीक के जरिये इंटरनेट की पहुँच घर-घर तक हो गई है। युवाओं में इसका प्रभाव अधिक दिखाई देता है। परिवार के साथ बैठकर हिंदी खबरिया चैनलों को देखने की बजाए अब युवा इंटरनेट पर वेब पोर्टल से सूचना या आनलाइन समाचार देखना पसंद करते हैं। समाचार चैनलों पर किसी सूचना या खबर के निकल जाने पर उसके दोबारा आने की कोई गारंटी नहीं होती, लेकिन वहीं वेब पत्रकारिता के आने से ऐसी कोई समस्या नहीं रह गई है। जब चाहे किसी भी समाचार चैनल की वेबसाइट या वेब पत्रिका खोलकर पढ़ा जा सकता है।

लगभग सभी बड़े छोटे समाचार पत्रों ने अपने ई-पेपर यानी इंटरनेट संस्करण निकाले हुए हैं। भारत में 1995 में सबसे पहले चेन्नई से प्रकाशित होने वाले 'हिंदू' ने अपना ई-संस्करण निकाला। 1998 तक आते-आते लगभग 48 समाचार पत्रों ने भी अपने ई संस्करण निकाले। आज वेब पत्रकारिता ने पाठकों के सामने ढेरों विकल्प रख दिए हैं। वर्तमान समय में राष्ट्रीय स्तर के समाचार पत्रों में जागरण, हिन्दुस्तान, भास्कर, नवभारत, डेली एक्सप्रेस, इकोनामिक टाइम्स और टाइम्स आफ इंडिया जैसे सभी पत्रों के ई-संस्करण मौजूद हैं।

भारत में समाचार सेवा देने के लिए गूगल न्यूज, याहू, एमएसएन, एनडीटीवी, बीबीसी हिंदी, जागरण, भड़ास फार मीडिया, ब्लाग प्रहरी, मीडिया मंच, प्रवक्ता, और प्रभासाक्षी प्रमुख वेबसाइट हैं जो अपनी समाचार सेवा देते हैं।

वेब पत्रकारिता का बढ़ता विस्तार देख यह समझना सहज ही होगा कि इससे कितने लोगों को राजे गार मिल रहा है। मीडिया के विस्तार ने वेब डेवलपर्स एवं वेब पत्रकारों की मांग को बढ़ा दिया है। वेब पत्रकारिता किसी अखबार को प्रकाशित करने और किसी चैनल को प्रसारित करने से अधिक सस्ता माध्यम है। चैनल अपनी वेबसाइट बनाकर उन पर ब्रेकिंग न्यूज, स्टोरी, आर्टिकल, रिपोर्ट, वीडियो या साक्षात्कार को अपलोड और अपडेट करते

रहते हैं। आज सभी प्रमुख चैनलों (आईबीएन, स्टार, आजतक आदि) और अखबारों ने अपनी वेबसाइट बनाई हुई हैं। इनके लिए पत्रकारों की नियुक्ति भी अलग से की जाती है। सूचनाओं का डाकघर कही जाने वाली संवाद समितियां जैसे पीटीआई, यूएनआई, एएफपी और रायटर आदि अपने समाचार तथा अन्य सभी सेवाएं आनलाइन देती हैं।

कम्प्यूटर या लैपटॉप के अलावा एक और ऐसा साधन मोबाइल फोन जुड़ा है जो इस सेवा को विस्तार देने के साथ उभर रहा है। फोन पर ब्राडबैंड सेवा ने आमजन को वेब पत्रकारिता से जोड़ा है। पिछले दिनों मुंबई में हुए सीरियल ब्लास्ट की ताजा तस्वीरें और वीडियो बनाकर आम लोगों ने वेब जगत के साथ साझा कीं। हाल ही में भारत के प्रधानमंत्री श्री नरेंद्र मोदी द्वारा डिजिटल इंडिया का शुभारंभ किया गया। इसके जरिए गांवों में पंचायतों को ब्राडबैंड सुविधा मुहैया कराई गई है। इससे पता चलता है कि भविष्य में यह सुविधाएं गांव-गांव तक पहुँचेंगी।

वेब पत्रकारिता ने जहां एक ओर मीडिया को एक नया क्षितिज दिया है वहीं दूसरी ओर यह मीडिया का पतन भी कर रहा है। इंटरनेट पर हिंदी में अब तक अधिक काम नहीं किया गया है, वेब पत्रकारिता में भी अंग्रेजी ही हावी है। पर्याप्त सामग्री न होने के कारण हिंदी के पत्रकार अंग्रेजी वेब साइटों से ही खबर लेकर अनुवाद कर अपना काम चलाते हैं। वे घटनास्थल तक भी नहीं जाकर देखना चाहते कि असली खबर है क्या?

यह कहा जा सकता है कि भारत में वेब पत्रकारिता ने एक नई मीडिया संस्कृति को जन्म दिया है। अंग्रेजी के साथ-साथ हिंदी पत्रकारिता को भी एक नई गति मिली है युवाओं को नये रोजगार मिले हैं। अधिक से अधिक लोगों तक इंटरनेट की पहुँच हो जाने से यह स्पष्ट है कि वेब पत्रकारिता का भविष्य बेहतर है। आने वाले समय में यह पूर्णतः विकसित हो जाएगी।

विज्ञापन और पत्रकारिता

चूँकि जनसंचार माध्यम अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचता है तो विज्ञापन का प्रयोग इन माध्यमों में प्रचार के लिए किया जाता है। वर्तमान संसार में ग्लोबल विलेज की कल्पना की जा रही है। इस गांव में रहनेवाले एक-दूसरे को अपनी वस्तुओं की जानकारी पहुँचाने के लिए विज्ञापनों की

आवश्यकता होती है। इसलिए विज्ञापन की आवश्यकता पड़ रही है।

दूसरी बात यह कि तकनीक एवं औद्योगिक विकास के साथ ही उत्पादन की अधिकता एवं उसकी बिक्री ने भी विज्ञापन बाजार को बढ़ा दिया है।

तीसरी बात यह है कि जैसे-जैसे लोगों की आय बढ़ी है लोगों में क्रय करने की शक्ति बढ़ी है। उनकी मांगों को पूरी करने के साथ उत्पादक अपने उत्पाद के बारे में बताने के लिए इसका सहारा ले रहे हैं। उत्पादक कम खर्च पर उसके उत्पादन सामग्री की खुबी बताने अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचाने का सबसे बड़ा माध्यम है जनसंचार माध्यम। इसलिए विज्ञापनों की विकास यात्रा में जनसंचार माध्यमों के विकास का बहुत बड़ा योगदान है।

चौथी बात यह होती है कि जनसंचार माध्यम के खर्च की भरपाई इन्हीं विज्ञापन के जरिए होती है। लेकिन पिछले कुछ सालों से बाजारवाद के कारण विज्ञापन जनसंचार माध्यम की कमाई का सबसे बड़ा जरिया बन गया है। माध्यम के आधार पर विज्ञापन के तीन प्रकार होते हैं—दृश्य, श्रव्य और दृश्य-श्रव्य। विज्ञापनों की भाषा अलग प्रकार की होती है। सरकारी विज्ञापन की भाषा व्यापारिक विज्ञान की तुलना में जटिल होती है।

प्रमुख पत्र पत्रिकाएँ

भारतीय पत्रकारिता का इतिहास लगभग दो सौ वर्ष पुराना है। भारतवर्ष में आधुनिक ढंग की पत्रकारिता का जन्म अठारहवीं शताब्दी के चतुर्थ चरण में कोलकाता, मुंबई और चेन्नई में हुआ। 1780 ई. में प्रकाशित हिके का 'कलकत्ता गजट' कदाचित इस ओर पहला प्रयत्न था। हिंदी के पहले पत्र उदंत मार्तण्ड (1826) के प्रकाशित होने तक इन नगरों की एंग्लोइंडियन अंग्रेजी पत्रकारिता काफी विकसित हो गई थी।

आज की स्थिति में भारत के विभिन्न भाषाओं में 70 हजार समाचार पत्रों का प्रकाशन होता है। आज भारत विश्व का सबसे बड़ा समाचार पत्र का बाजार है। प्रतिदिन 10 करोड़ प्रतियाँ बिकती हैं। जहां तक हिंदी समाचार पत्र की बात है 1990 में हुए राष्ट्रीय पाठक सर्वेक्षण की रिपोर्ट बताती थी कि पांच अगुवा अखबारों में हिन्दी का केवल एक समाचार पत्र हुआ करता था। लेकिन पिछले 2016 सर्वे ने साबित कर दिया कि हम कितनी तेजी से

बढ़ रहे हैं। इस बार 2016 सबसे अधिक पढ़े जाने वाले पांच अखबारों में शुरू के चार हिंदी के हैं। देश में सबसे अधिक पढ़े जाने वाले दस समाचार पत्र निम्नलिखित हैं-

दैनिक जागरण- कानपुर से 1942 से प्रकाशित दैनिक जागरण हिंदी समाचार पत्र में वर्तमान में सर्वाधिक प्रसारित समाचार पत्रों में शुमार है। इसके 11 राज्यों में दर्जनों संस्करण हैं। इसकी प्रसार संख्या जून 2016 तक 3,632,383 दर्ज की गई थी।

दैनिक भास्कर- भेपाल से 1958 में आरंभ यह समाचार पत्र वर्तमान में 14 राज्यों में 62 संस्करण में प्रकाशित हो रहे हैं। हिंदी के साथ इसके अंग्रेजी, मराठी एवं गुजराती भाषा में भी कई संस्करण हैं। इसकी प्रसार संख्या जून 2016 तक 3,812,599 थी।

अमर उजाला- आगरा से 1948 से प्रारंभ अमर उजाला के वर्तमान सात राज्यों एवं एक केंद्रशासित प्रदेश में 19 संस्करण हैं। इसके जून 2016 तक प्रसार संख्या 2,938,173 होने का रिकार्ड किया गया है।

टाइम्स ऑफ इंडिया- अंग्रेजी भाषा का समाचार पत्र टाइम्स ऑफ इंडिया 1838 को सबसे पहले प्रकाशित हुआ था। यह देश का चौथा सबसे अधिक प्रसारित समाचार पत्र है। इसके साथ ही यह विश्व का छठा सबसे अधिक प्रसारित दैनिक समाचार पत्र है। दिसंबर 2015 तक इसकी प्रसार संख्या 3,057,678 थी। भारत के अधिकांश राज्य की राजधानी में इसके संस्करण हैं।

हिंदुस्तान:- दिल्ली से 1936 से प्रकाशित हिंदुस्तान के वर्तमान 5 राज्यों में 19 संस्करण हैं। इसकी प्रसार संख्या जून 2016 तक 2,399,086 थी।

मलयाला मनोरमा-मलयालम भाषा में प्रकाशित यह समाचार पत्र 1888 में कोट्टायम से प्रकाशित हुआ। यह केरल का सबसे पुराने समाचार पत्र है। यह केरल के 10 शहरों सहित बैंगलोर, मैंगलोर, चेन्नई, मुंबई, दिल्ली, दुबई एवं बहरीन से प्रकाशित है। इसकी दिसंबर 2015 तक प्रसार संख्या 2,342,747 थी।

ईनाडु-तेलगू भाषा में प्रकाशित ईनाडु समाचार पत्र 1974 में प्रकाशन प्रारंभ हुआ। आंध्रप्रदेश एवं तेलंगाना में इसके कई संस्करण हैं। दिसंबर 2015 तक इसकी प्रसार संख्या 1,807,581 थी।

राजस्थान पत्रिका- 1956 से दिल्ली में प्रारंभ राजस्थान पत्रिका वर्तमान 6 राज्यों में दर्जनों संस्कारण में प्रकाशित हो रहे हैं। जून 2016 तक इसकी प्रसार संख्या 1,813,756 थी।

दैनिक थेंथी- तमिल भाषा में प्रकाशित दैनिक थेंथी सर्वप्रथम 1942 में प्रकाशित हुआ। वर्तमान विदेशों सहित 16 शहरों में इसके संस्करण प्रकाशित हो रहे हैं। जून 2016 तक इसकी प्रसार संख्या 1,714,743 थी।

मातृभूमि मलयालम- भाषा में प्रकाशित मातृभाषा का प्रथम प्रकाशन 1923 को हुआ था। केरल के 10 शहरों सहित चेन्नई, बेंगलोर, मुंबई और नईदिल्ली से प्रकाशित हो रहे हैं। दिसंबर 2015 तक इसकी प्रसार संख्या 1,486,810 थी।

देश में सर्वाधिक प्रसारित दस हिंदी दैनिक में दैनिक जागरण, हिंदुस्तान, दैनिक भास्कर, राजस्थान पत्रिका, अमर उजाला, पत्रिका, प्रभात खबर, नवभारत टाइम्स, हरिभूमि, पंजाब केसरी शामिल हैं। अंग्रेजी के दस सर्वाधिक प्रसारित समाचार पत्रों में टाइम्स ऑफ इंडिया, हिंदुस्तान टाइम्स, दि हिंदु, मुंबई मिरर, दि टेलिग्राफ, दि इकोनोमिक्स टाइम्स, मिड डे, दि ट्रिब्यून, डेकान हेरल्ड, डेकान क्रानिकल्स शामिल हैं। क्षेत्रीय भाषाओं के समाचार पत्रों में मलयालयम मनोरमा (मलयालम), दैनिक थेंथी (तमिल), मातृभूमि (मलयालम), लोकमत (मराठी), आनंदबाजार पत्रिका (बंगाली), ईनाडु (तेलगू), गुजरात समाचार (गुजराती), सकल (मराठी), संदेश (गुजराती), साक्षी (मराठी) शामिल हैं।

पत्रिकाओं में दस सर्वाधिक प्रसारित हिंदी पत्रिकाओं में प्रतियोगिता दर्पण, इंडिया टुडे, सरस सलिल, सामान्य ज्ञान दर्पण, गृहशोभा, जागरण जोश प्लस, क्रिकेट सम्राट, डायमंड क्रिकेट टुडे, मेरी सहेली एवं सरिता शामिल हैं। अंग्रेजी के सर्वाधिक दस पत्रिकाओं में इंडिया टुडे, प्रतियोगिता दर्पण, जेनेरल नालेज टुडे, दि स्पोर्ट्स स्टार, कपिटिशन सक्सेस रिव्यू, आउटलुक, रिडर्स डायजेस्ट, फिल्मफेयर, डायमंड क्रिकेट टुडे, फेमिना शामिल हैं। दस क्षेत्रीय पत्रिकाओं में थेंथी (मलयालम), मातृभूमि आरोग्य मासिक (मलयालम), मनोरमा तोड़ीविधि (मलयालम), कुमुद (तमिल), कर्म संगठन (बंगाली), मनोरमा तोड़ीवर्थ (मलयालम), गृहलक्ष्मी (मलयालयम), मलयालम मनोरमा (मलयालम), कुंगुमम (तमिल) एवं कर्मक्षेत्र(बंगाली) शामिल हैं।

देश में सर्वाधिक प्रसारित साप्ताहिक समाचार पत्र में हिंदी के रविवासरीय हिंदुस्तान, अंग्रेजी का दि संडे टाइम्स ऑफ इंडिया, मराठी का रविवार

लोकसत्ता, अंग्रेजी का दि स्वीकिंग ट्री, बंगाली का कर्मसंगठन शामिल है। इसके अलावा देश में अलग-अलग भाषाओं में हजारों की संख्या में साप्ताहिक समाचार पत्र प्रकाशित रहते हैं। इसके अलावा हजारों की संख्या में पत्रिकाएँ प्रकाशित होती हैं।

हिंदी के प्रमुख पत्रकार

समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं की चर्चा में हमने देखा कि भारत में हिंदी पत्रकारिता का इतिहास लगभग दो सौ वर्ष पुराना है। पहला हिंदी समाचार पत्र होने का श्रेय चूकि 'उदंत मार्तण्ड' (1826) को जाता है तो इसके संपादक को भी हिंदी के पहले पत्रकार होने का गौरव प्राप्त है, क्योंकि उस समय संपादक ही पत्रकार की भूमिका निर्वाह करते होंगे। इसके बाद इन दो सौ सालों में अनगिनत पत्रकार हुए हैं जिन्होंने अपनी कलम से सामाजिक सरोकारों को पूरी ईमानदारी से निभाया है। इसका सबसे बड़ा उदाहरण भारत का स्वतंत्रता आंदोलन है। स्वतंत्रता आंदोलन को धार देने में पत्रकारिता ही सबसे बड़ा अस्त्र बना था। पत्रकारिता ने अंग्रेजी सत्ता के दमन नीति, लोगों के प्रति किए जा रहे अन्याय, अत्याचार एवं कुशासन के खिलाफ निरंतर विरोध का स्वर उठाया जिसके परिणामस्वरूप देश में एकजुटता आई।

इसका नतीजा यह रहा कि पूरे देश में अंग्रेजी सत्ता के खिलाफ स्वर उठा और आखिर अंग्रेजों ने भारत को आजाद कर दिया। लोगों में स्वतंत्रता का अलख जगाने की कोशिश में न जाने कितने संपादक-सह-पत्रकार शहीद हुए हैं तो न जाने कितनों की आवाज भी दबा दी गई हों फिर भी पत्रकारों ने सामाजिक सरोकारों को नहीं छोड़ा। दूसरा उदाहरण था हिंदी भाषा को स्थापित करना। हिंदी भाषा साहित्य जगत में कुछ ऐसे महान साहित्यकार हुए हैं जो संपादक-पत्रकार ही थे। उनका जिक्र किए बगैर हम हिंदी भाषा के किसी भी रूप की चर्चा को आगे नहीं बढ़ा सकते हैं। उस समय हिंदी साहित्य और पत्रकारिता एवं साहित्यकार एवं पत्रकार दोनों एक-दूसरे के पर्यायवाची बने हुए थे। उन्होंने अंग्रेजी भाषा के खिलाफ आंदोलन छोड़ा था जब अंग्रेजी शासक अंग्रेजी को ही देश की भाषा बनाने चाहता था। इन लेखक-पत्रकारों ने अंग्रेजी भाषा के मुकाबले हिंदी किसी भी विधा में कमजोर नहीं है साबित करने के लिए ही पद्य एवं गद्य विधा के सभी रूपों में लेखनी चलाई है और साबित कर दिया कि हिंदी भाषा

में चाहे वह कविता हो या गद्य और गद्य में चाहे वह उपन्यास हो, कहानी हो, निबंध हो, आलोचना हो, जीवनी हो या अन्य कोई विधा सभी में लिखा जा सकता है।

इस तरह इन लेखक-साहित्यकार-पत्रकार-संपादकों ने साहित्यिक पत्रकार के रूप में अंग्रेजी भाषा के खिलाफ लड़ाई लड़ी। आज भारत आजाद हो चुका है, लेकिन आश्चर्य की बात यह है कि हिंदी पत्रकार तथा पत्रकारिता की इस अंग्रेजी भाषा के खिलाफ आज भी लड़ाई जारी है क्योंकि आज भी हिंदी भाषा को देश में वह स्थान एवं सम्मान नहीं मिल पाया है जितना मिलना चाहिए।

आज देश आजाद हो गया लेकिन पत्रकारों की भूमिका कम नहीं हुई। अब लक्ष्य बदल गया। पहले लड़ाई अंग्रेजी सत्ता के खिलाफ थी जो अब बदलकर देश में जारी अशिक्षा, उपेक्षा, बेरोजगारी, किसान की समस्या, नारी की समस्या, स्वास्थ्य की समस्या, भोजन की समस्या के खिलाफ जंग जारी है। समाज में सबसे नीचे जीनेवाले लोगों को न्याय दिलाने तथा मूलभूत सुविधा उपलब्ध कराना ध्येय बन गया है। दूर संचार क्रांति के बाद तो इलेक्ट्रॉनिक्स मीडिया और अब इंटरनेट के आविष्कार के साथ सोशल एवं वेब मीडिया ने तो इसे और धार दे दिया है।

आज समय के साथ ऐसा बदलाव आया कि पत्रकारिता को समाज ने पेशा के रूप में स्वीकार कर लिया गया है। आज की स्थिति में भारत के विभिन्न भाषाओं में 70 हजार समाचार पत्रों का प्रकाशन होता है तो निश्चित रूप से लाखों पत्रकार भी होंगे आज स्थिति चाहे जो भी हो जैसी भी हो हमारे से पहले पत्रकारों ने कुछ आदर्श स्थापित किया था जो आज भी यथावत है। शायद उनके कारण ही आज पत्रकार को समाज में सम्मान की नजर से देखा जाता है। उनमें से कुछ निम्न हैं-

स्वतंत्रता पूर्व हिंदी के प्रमुख पत्रकार

भारतेंदु हरिश्चंद्र (कवि वचन सुधा, हरिश्चंद्र मैगजीन), प्रताप नारायण मिश्र (ब्राह्मण, हिंदोस्तान), मदनमोहन मालवीय (हिन्दोस्तान, अभ्युदय, महारथी, सनातन धर्म, विश्वबंधु लीडर, हिन्दुस्तान टाइम्स), महावीर प्रसाद द्विवेदी (सरस्वती), बालमुकुंद गुप्त (मथुरा अखबार सहित अनेक पत्र-पत्रिका), श्याम सुंदर दास (नागरी प्रचारिणी, सरस्वती), प्रेमचंद (माधुरी, हंस, जागरण),

बाबूराव विष्णु पराडकर (हिंदी बगंवासी, हितवार्ता, भारत मित्र, आज), शिव प्रसाद गुप्त (आज, टुडे.), चंद्रधर शर्मा गुलेरी (जैनवैद्य, समालोचक, नागरी प्रचारिणी), बाबू गुलाबराय (संदेश), डा. सत्येद्रं (उद्धारक, आर्यमित्र, साधना, ब्रजभारती, साहित्य संदेश, भारतीय साहित्य, विद्यापीठ, आगरा का त्रैमासिक)

स्वतंत्रता के बाद के पत्रकार

सच्चिदानंद हीरानंद वात्स्यायन अज्ञेय (बिजली, प्रतीक, वाक, थाट, दिनमान, नवभारत टाइम्स), अरविंद कुमार (सरिता, टाइम्स ऑफ इंडिया, माधुरी, सुचित्रा), कृष्णचंद्र अग्रवाल (विश्वमित्र), बालेश्वर प्रसाद अग्रवाल (प्रवर्तक, हिन्दुस्तान समाचार), डोरीलाल अग्रवाल (उजाला, अमर उजाला, दिशा भारती), राजेद्रं अवस्थी (सारिका, नंदन, कादंबिनी, साप्ताहिक हिन्दुस्तान), महावीर अधिकारी (विचार साप्ताहिक, हिन्दुस्तान, नवभारत टाइम्स, करंट), कमलेश्वर प्रसाद सक्सेना (कमलेश्वर) (कामरेड, सारिका, गंगा, दैनिक जागरण), कर्पूरचंद कुलिश (राष्ट्रदूत, राजस्थान पत्रिका), धर्मवीर गांधी (हिन्दुस्तान समाचार, साथी, समाचार भारती, देश दुनिया), पूर्णचंद्र गुप्त (स्वतंत्र, दैनिक जागरण, एक्शन, कंचन प्रभा), मन्मथनाथ गुप्ता (बाल भारती, योजना, आजकल), सत्येद्रं गुप्त (आज, ज्ञान मंडल), जगदीश चतुर्वेदी (मधुकर, नवभारत टाइम्स, लोक समाचार समिति, आज), प्रेमनाथ चतुर्वेदी (विश्वमित्र, नवभारत टाइम्स), बनारसी दास चतुर्वेदी (विशाल भारत, मधुकर), युगल किशोर चतुर्वेदी (जागृति, राष्ट्रदूत, लोकशिक्षक), कप्तान दुर्गा प्रसाद चौधरी (नवज्योति), अभय छाजलानी (नई दुनिया दैनिक), अक्षय कुमार जैन (अर्जुन, वीणा, दैनिक सैनिक, नवभारत टाइम्स), आनंद जैन (विश्वमित्र, नवभारत टाइम्स), यशपाल जैन (मिलन, जीवन साहित्य, जीवन सुधा), मनोहर श्याम जोशी (आकाशवाणी, दिनमान, साप्ताहिक हिन्दुस्तान), रतन लाल जोशी (भारत दूत, आवाज, नवनीत, सारिका, दैनिक हिन्दुस्तान), शीला झुनझुनबाला (धर्मयुग, अंगजा, कादंबिनी, साप्ताहिक हिन्दुस्तान), विश्वनारायण सिंह ठाकुर (नवभारत लोकमान्य, हिन्दुस्तान समाचार, युगधर्म, यूएनआई, आलोक, नयन रश्मि), डा.रामचंद्र तिवारी (विश्वमित्र, नवभारत टाइम्स, ग्लोब एजेंसी, दैनिक जनसत्ता, भारतीय रेल पत्रिका), रामानंद जोशी (दैनिक विश्वमित्र, दैनिक हिन्दुस्तान, साप्ताहिक हिन्दुस्तान, कादंबिनी), कन्हैयालाल नंदन (धर्मयुग, पराग, सारिका,

दिनमान), कुमार नरेंद्र (दैनिक वीर अर्जुन, प्रताप जो), नरेन्द्र मोहन (दैनिक जागरण), नारायण दत्त (हिंदी स्क्रीन, भारती, नवनीत, पीटीआई), सतपाल पटाइत (राजहंस, ब्राह्मण सर्वस्व, गढ़देश, विकास), राहुल बारपते (इंदौर समाचार, जयभारत, प्रजा मंडल, नई दुनिया), बांके बिहारी भटनागर (माधुरी, दैनिक हिन्दुस्तान), यतींद्र भटनागर (आपबीती, दैनिक विश्वमित्र, भारत वर्ष, अमर भारत, जनसत्ता, दैनिक हिन्दुस्तान), जय प्रकाश भारती (दैनिक प्रभात, नवभारत टाइम्स, साप्ताहिक हिन्दुस्तान, नंदन), धर्मवीर भारती (अभ्युदय, धर्मयुग), राजेन्द्र माथुर (नईदुनिया, नवभारत टाइम्स), रामगोपाल माहेश्वरी (नव राजस्थान, नवभारत), सुरजन मायाराम (नवभारत, एमपी क्रानिकल, नई दुनिया, देशबंधु), द्वारिक प्रसाद मिश्र (सारथी, लोकमत, अमृत बाजार), भवानी प्रसाद मिश्र (महिलाश्रम, गांधी मार्ग), गणेश मंत्री (धर्मयुग), रघुवीर सहाय (दैनिक नवजीवन, प्रतीक, आकाशवाणी, कल्पना, जनसत्ता, अर्थात), रमेशचंद्र (जालंधर, दैनिक पंजाब केसरी), जंगबहादुर सिंह राणा (द कामरेड, द नेशन, द ट्रिब्यून, दैनिक नवभारत, टाइम्स ऑफ इंडिया), मुकुट बिहारी वर्मा (कर्मवीर, राजस्थान केसरी, प्रणवी, माधुरी, दैनिक आज, स्वदेश, दैनिक हिन्दुस्तान), लक्ष्मीशंकर व्यास (आज, विजय, माधुरी, कमला), भगवतीधर वाजपेयी (स्वदेश, दैनिक वीर अर्जुन, युगधर्म), पुरुषोत्तम विजय (अंकुश, साप्ताहिक राजस्थान, नव राजस्थान, दैनिक सैनिक, दैनिक इंदौर), डा. वेद प्रताप वैदिक (दैनिक जागरण, अग्रवाही, नई दुनिया, धर्मयुग, दिनमान, नवभारत टाइम्स, पीटीआई, भाषा), राधेश्याम शर्मा (दैनिक संचार, इंडियन एक्सप्रेस, युगधर्म, यूएनआई), भानुप्रताप शुक्ल (पांचजन्य, तरुण भारत, राष्ट्रधर्म), क्षेमचंद्र सुमन (आर्य, आर्यमित्र, मनस्वी, मिलाप, आलोचना) राजेन्द्र यादव (हंस) विद्यानिवास मिश्र (नवभारत टाइम्स), मृणाल पांडे (दैनिक हिन्दुस्तान)। इसके अलावा वर्तमान समय में राहुल बारपते (नई दुनिया), कर्पूरचंद्र कुलिश (राजस्थान पत्रिका), अशोक जी (स्वतंत्र भारत), प्रभाष जोशी (जनसत्ता), राजेन्द्र अवस्थी (कादम्बिनी), अरुण पुरी (इण्डिया टुडे), जयप्रकाश भारती (नन्दन), सुरेन्द्र प्रताप सिंह (रविवार एवं नवभारत टाइम्स), उदयन शर्मा (रविवार एवं सण्डे आब्जर्वर)। इसके अलावा डा. नंदकिशोर त्रिखा, दीनानाथ मिश्रा, विष्णु खरे, महावीर अधिकारी, प्रभु चावला, राजवल्लभ ओझा, जगदीशप्रसाद चतुर्वेदी, चंदूलाल चंद्राकर, शिव सिंह सरोज, घनश्याम पंकज, राजनाथ सिंह, विश्ववाथ, बनवारी, राहुल

देव, रामबहादुर राय, भानुप्रताप शुक्ल, तरुण विजय, मायाराम सुरजन, रूसी के करंजिया, नंदकिशोर नौटियाल, आलोक मित्र, अवध नारायण मुद्गल, डा. हरिकृष्ण देवसरे, गिरिजाशंकर त्रिवेदी, सूर्यकांत बाली, आलोक मेहता, रहिवंश, राजेन्द्र शर्मा, रामाश्रय उपाध्याय, अच्युतानंद मिश्र, विश्वनाथ सचदेव, गुरुदेव काश्यप, रमेश नैयर, बाबूलाल शर्मा, यशवंत व्यास, नरेन्द्र कुमार सिंह, महेश श्रीवास्तव, जगदीश उपासने, मुजप्फर हुसैन, अश्विनी कुमार, रामशरण जोशी, दिवाकर मुक्तिबोध, ललित सुरजन, मधुसूदन आनंद, मदनमोहन जोशी, बबन प्रसाद मिश्र, रामकृपाल सिंह आदि का नाम लिया जा सकता है। इसके अलावा और बहुत से पत्रकार हुए हैं जो हिंदी पत्रकारिता को इस मुकाम तक लाने में सहयोग किया।

पत्रकारिता की अन्य प्रासंगिताएँ

समाचारपत्र पढ़ते समय पाठक हर समाचार से विभिन्न तरह तरह की जानकारी हासिल करना चाहता है। कुछ घटनाओं के मामले में वह उसका विवरण विस्तार से पढ़ना चाहता है तो कुछ अन्य के संदर्भ में उसकी इच्छा यह जानने की होती है कि घटना के पीछे का रहस्य क्या है? उसकी पृष्ठभूमि क्या है? उस घटना का उसके भविष्य पर क्या प्रभाव पड़ेगा और इससे उसका जीवन तथा समाज किस तरह से प्रभावित होगा? जहां तक पत्रकारिता की बात है अन्य विषय की तरह पत्रकारिता में भी समय, विषय और घटना के अनुसार लेखन के तरीके में बदलाव देखा गया है। यही बदलाव पत्रकारिता में कई नए आयाम को जोड़ा है। समाचार के अलावा विचार, टिप्पणी, संपादकीय, फोटो और कार्टून पत्रकारिता के अहम हिस्से बन गए हैं। समाचारपत्र में इनका विशेष स्थान और महत्त्व है। इनके बिना कोई भी समाचारपत्र स्वयं को संपूर्ण नहीं कहला सकता है।

संपादकीय

संपादकीय पृष्ठ को समाचारपत्र का सबसे महत्त्वपूर्ण पन्ना माना जाता है। यह समाचार पत्र का प्राण होता है। संपादकीय में किसी भी समसामयिक विषय को लेकर उसका बेबाक विश्लेषण करके उसके विषय में संपादक अपनी राय व्यक्त करता है। इसे संपादकीय कहा जाता है। इसमें विषयों का गंभीर विवेचन होता है। संपादकीय पृष्ठ पर अग्रलेख के अलावा लेख भी

प्रकाशित होते हैं। ये आर्थिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक या इसी तरह के किसी विषय पर कुछ विशेषज्ञ विभिन्न मुद्दों पर अपने विचार प्रस्तुत करते हैं। इन लेखों में लेखकों का व्यक्तित्व व शैली झलकती है। इस तरह के लेख व्याख्यात्मक और विश्लेषणात्मक शैली के होते हैं।

संपादक के नाम पत्र

आमतौर पर 'संपादक के नाम पत्र' भी संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित किए जाते हैं। वह घटनाओं पर आम लोगों की टिप्पणी होती है। समाचारपत्र उसे महत्वपूर्ण मानते हैं। यह अन्य सभी स्तंभों से अधिक रुचिकर तथा पठनीय होने के साथ-साथ लोकोपयोगी भी होते हैं। संपादक के नाम पत्र स्तंभ में पाठक अपने सुझाव, शिकवे शिकायत ही नहीं अपितु कभी-कभी ऐसे विचार भी प्रकट कर देते हैं कि समाज के लिए प्रश्न चिह्न के रूप में खड़े हो जाते हैं और समाज विवश हो जाता है उसका समाधान खोजन के प्रयत्न में।

समाचार एजेंसियाँ

समाचार एजेंसियों या संवाद समिति पत्रकारों की ऐसी समाचार संकलन संस्थान है जो अखबारों, पत्रिकाओं, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट साइटों जैसे समाचार माध्यमों को समाचार उपलब्ध कराते हैं। आमतौर पर हर देश की अपनी एक अधिकारिक संवाद समिति होती है। समाचार एजेंसी में अनेक पत्रकार काम करते हैं जो खबरें अपने मुख्यालय को भेजते हैं जहां से उन्हें संपादित कर जारी किया जाता है। समाचार एजेंसियां सरकारी, स्वतंत्र व निजी हर तरह की होती हैं।

भारत की प्रमुख एजेंसियों में प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया(पीटीआई), इंडो-एसियन न्यूज सर्विस(आईएनएस), एसियन न्यूज इंटरनेशनल(एएनआई), जीएनए न्यूज एजेंसी(जीएनए), समाचार भारती, यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (यूएनआई), हिंदुस्तान समाचार. ये एजेंसियां पहले सैटेलाइट के जरिए समाचार भेजती थीं तब टिकर प्रणाली पर काम होता था। अब कंप्यूटर ने चीजें आसान कर दी हैं और ईमेल से काम चल जाता है।

फोटो पत्रकारिता

छपाई तकनीक के विकास के साथ ही फोटो पत्रकारिता ने समाचार पत्रों में अहम स्थान बना लिया है। कहा जाता है कि जो बात हजार शब्दों में लिखकर नहीं कहीं जा सकती, वह एक तस्वीर कह देती है। फोटो टिप्पणियों का असर व्यापक और सीधा होता है।

कार्टून कोना

कार्टूनकोना लगभग हर समाचारपत्र में होता है और उनके माध्यम से की गई सटीक टिप्पणियां पाठक को छूती हैं। एक तरह से कार्टून पहले पन्ने पर प्रकाशित होने वाले हस्ताक्षरित संपादकीय हैं। इनकी चुटीली टिप्पणियां कई बार कड़े और धारदार संपादकीय से भी अधिक प्रभावी होती हैं।

रेखांकन और कार्टोग्राफ

रेखांकन और कार्टोग्राफ समाचारों को न केवल रोचक बनाते हैं बल्कि उन पर टिप्पणी भी करते हैं। क्रिकेट के स्कोर से लेकर सेसेक्स के आंकड़ों तक-ग्राफ से पूरी बात एक नजर में सामने आ जाती है। कार्टोग्राफी का उपयोग समाचारपत्रों के अलावा टेलीविजन में भी होता है।

10

पत्रकारिता के क्षेत्र एवं उनकी रिपोर्टिंग

पत्रकारिता का सबसे महत्वपूर्ण अंग रिपोर्टिंग है। अगर रिपोर्टिंग ही न हो तो पत्रकारिता की कल्पना भी नहीं की जा सकती। आज भी आम आदमी के मन में पत्रकार के रूप में सिर्फ रिपोर्टर की ही छवि बनती है। रिपोर्टर वाकई में पत्रकारिता का सबसे अधिक सार्वजनिक चेहरा है। रिपोर्टर से उसके अखबार की पहचान होती है तो रिपोर्टर की पहचान उसकी रिपोर्टों से होती है। पत्रकारिता में कार्य की सुविधा के लिए रिपोर्टरों को अलग-अलग क्षेत्र में काम करने का अवसर दिया जाता है।

इन अलग-अलग क्षेत्रों को सामान्य अर्थों में 'बीट' कहा जाता है। मसलन अपराध की खबरों की रिपोर्टिंग करने वाले पत्रकार की 'बीट' अपराध कही जाएगी और राजनीति में काम करने वाले की पॉलीटिकल बीट। बीट पर पत्रकारिता के कई अलग-अलग क्षेत्र हैं जैसे अपराध रिपोर्टिंग, खेल रिपोर्टिंग एवं शिक्षा रिपोर्टिंग आदि। इन अलग-अलग क्षेत्रों में काम करने वाले रिपोर्टर को अपने-अपने क्षेत्र में रिपोर्टिंग करने के लिए कुछ अलग तरीके से अपने को तैयार करना होता है। हर क्षेत्र के अपने कुछ खास कायदे और नियम हैं। उन्हें जाने समझने बिना पत्रकार

अपने क्षेत्र का अच्छा रिपोर्टर नहीं बन सकता और आज तो वैसे भी विशेषज्ञता पत्रकारिता का जमाना है आज एक पत्रकार रिफ़ खेल पत्रकारिता से कैरियर शुरू कर खेल के संपादक के पद तक पहुँच सकता है।

ऐसा ही दूसरे क्षेत्रों में भी है। इसलिए पत्रकार जो भी क्षेत्र अपने लिए चुने उसे वहां विशेषज्ञता हासिल करने की पूरी-पूरी कोशिश करनी चाहिए। ईंट जितनी मजबूत होगी इमारत उतनी ही मजबूत बनेगी। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने खेल, व्यापार, धर्म, अपराध आदि क्षेत्रों में रिपोर्टिंग को एक नया तेवर और नया अंदाज दिया है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के कारण पत्र-पत्रिकाओं में भी रिपोर्टिंग के तौर तरीके बदल रहे हैं। आप किसी बड़े मैच की खबर का प्रस्तुतिकरण और उसके लिखे जाने का तरीका एकदम बदल गया है। खबर अब अधिक सजीव, संक्षिप्त और जानकारियों से भरी होने लगी हैं। रिपोर्टिंग का बदलता चेहरा पत्रकारिता में नई उम्मीदों का चेहरा है इसलिए किसी भी नए पत्रकार को रिपोर्टिंग के हर गुर को बारीकी से सीखने और स्वयं को उसके अनुरूप विकसित करने पर जोर देना चाहिए।

अपराध रिपोर्टिंग

पत्रकारिता के बदलते स्वरूप के साथ ही अपराध पत्रकारिता भी पूरी तरह बदल गयी है। वर्तमान में अपराध की खबरों को प्रमुखता से प्रकाशित किया जाने लगा है। प्रथम पृष्ठ से लेकर अन्य अन्य महत्त्वपूर्ण पृष्ठों पर भी अपराध की खबरें प्रमुखता से दिखती हैं। जिस तरह अपराध पत्रकारिता की खबरें बढ़ रही हैं, उसी तरह इसमें बेहतर रिपोर्टिंग करने वालों की भी मांग बढ़ी है। समाज में घटने वाली दैनिक घटनायें जैसे- लूट, डकैती, हत्या, बलात्कार, अपहरण, दुर्घटना आदि की कवरेज करने वाले को अपराध संवाददाता कहा जाता है।

अपराध संवाददाता की समाज में महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है। अगर वह गलत तथ्य प्रस्तुत कर देता है, तो इससे समाज को काफी नुकसान भी हो सकता है। अगर अपराध संवाददाता अपने पेशे का सम्मान करते हुए समाज के सामने असलियत प्रस्तुत करने की हिम्मत करता है तो वह बेखौफ पत्रकार की ख्याति अर्जित कर लेता है। अपराध बीट की रिपोर्टिंग बेहद संवेदनशील होती है। इस बीट के रिपोर्टर को अत्यंत व्यवहार कुशल और

हरफनमौला होना चाहिये। इस बीट को रफ एंड टफ माना जाता है। इस बीट के रिपोर्टर का अपराधियों से लेकर अक्खड़ पुलिस वालों तक से वास्ता पड़ता है। इसलिए हमेशा चौकन्ना रहने की आवश्यकता होती है। उसके सामने प्रतिदिन कई तरह के मुश्किल हालात पैदा हो जाते हैं। कभी किसी निर्दोष को पुलिस बड़ा अपराधी बताकर पेश कर देती है। इसमें अखबार को भी हथियार के रूप में इस्तेमाल किया जाता है। कभी कोई शांतिर अपराधी कानून की धाराओं में रिपोर्टर को उलझा देता है। रिपोर्टर के सामने कई तरह की चुनौतियां भी आती हैं। जिनमें रिपोर्टर को अत्यंत संजीदगी से रिपोर्टिंग करने की आवश्यकता होती है। कुशल अपराध रिपोर्टिंग के लिए व्यावहारिक ज्ञान के साथ ही अपराध से जुड़े कानूनों की भी पूरी जानकारी होनी चाहिये।

खासकर भारतीय दंड संहिता, वरिष्ठ पुलिस अधिकारियों की शक्तियां, न्यायालयों की शक्तियां, गिरफ्तारी के नियम, शांति व सदाचार कायम रखने के लिए जमानत के नियम, पुलिस का कामकाज, पुलिस के पास जांच की शक्तियां, हाजिर होने को विवशा करने वाली आदेशिकायें आदि के बारे में रिपोर्टर को विस्तृत जानकारी होनी चाहिये। शहर की कानून व्यवस्था कैसी है, किस तरह के अपराधी अधिक सक्रिय हैं किन अपराधियों को सफेदपोशों का वरदहस्त प्राप्त है, पुलिस की कार्यशैली किस तरह की है, इन बिन्दुओं को बारीकी से समझे बिना अच्छी रिपोर्टिंग नहीं हो सकती। अपराध संवाददाता को पुलिस मैनुअल भी पढ़ना चाहिये। इससे पुलिस की शक्तियों व कानूनी कार्यशैली का ज्ञान भी हो जाता है।

रिपोर्टिंग की शुरुआत करते ही रिपोर्टर को सभी थानों, पुलिस चौकियों, डी एस पी, एस पी, एस एस पी, डी आई जी आदि अधिकारियों के बारे में जानकारी और उनके फोन नंबर हासिल कर लेने चाहिये। इसके साथ ही पुलिस अधिकारियों से लेकर थानाध्यक्षों, ए एस आई व थाने के मुंशी तक के साथ मुलाकातों व तालमेल शुरू कर देना चाहिये। जितने अधिक संपर्क बनेंगे, उतनी जल्दी सूचना मिलेगी। इसके बाद उस सूचना को डेवलप करने का भी मौका मिलेगा। इससे प्रतिद्वंद्वी अखबार की तुलना में अधिक ठोस व तथ्यात्मक रिपोर्टिंग हो सकेगी। इसके साथ ही अपराध की खबरों के लिए मुख्यतौर पर थाने के अलावा अस्पताल भी मुख्य केन्द्र होता है। अस्पताल में पुलिस केस बनने लायक आये लड़ाई-झगड़ों से लेकर एक्सीडेंट, आत्महत्या, हत्या के प्रयास जैसे मामले आते हैं।

अपराध संवाददाता को कवरेज के समय कई और महत्वपूर्ण मामलों पर ध्यान देने की आवश्यकता होती है। अगर दहेज के मामले में की गई हत्या की रिपोर्टिंग करनी है, तो इसे बेहद संजीदगी से करने की जरूरत होती है। दहेज विरोधी कानून महिलाओं पर होने वाले अत्याचारों को रोकने के उद्देश्य से बनाया गया है, जिससे कि दहेज लोभियों को सख्त सजा मिल सके। वर्तमान में अधिकांश मामलों में इस कानून का दुरुपयोग होता दिख रहा है। महिला किसी भी कारण से क्यों न मरी हो, लेकिन लड़की के घर वाले लड़के के परिवार के सभी सदस्यों के खिलाफ रिपोर्ट दर्ज करवा देते हैं।

इसमें कई बार निर्दोष व्यक्ति भी फंस जाता है। इस स्थिति में रिपोर्टर को केवल पुलिस थाने में रिपोर्ट के आधार पर ही खबर नहीं बनानी चाहिये, बल्कि पूरे मामले की अपने स्तर से भी तहकीकात करनी चाहिये। इस कार्य को संवाददाता को अपनी जिम्मेदारी समझकर करना चाहिये। इससे समाज में उसकी साख तो बढ़ेगी ही, साथ ही खबर भी संतुलित होगी।

राजनैतिक रिपोर्टिंग

किसी भी समाचार पत्र के लिए राजनीति की खबरें बेहद महत्वपूर्ण होती हैं। इस समय अखबारों से लेकर टीवी चैनलों में राजनीति की खबरों को ज्यादा ही प्रमुखता दी जा रही है। इस बीट से निकलने वाली खबरों के पाठकों का दायरा भी विशाल होता है। राजनीतिक बीट अपने आप में विविधतायें लिये हुए है। इस बीट की खबरों की कवरेज के लिए रिपोर्टर की भी बहुत बड़ी जिम्मेदारी होती है। इस बीट के संवाददाता को अपने क्षेत्र में दक्ष होना चाहिये। तभी वह बेहतर रिपोर्टिंग कर सकता है। उसे अपने क्षेत्र के सभी नेताओं से संपर्क स्थापित करना चाहिये। सभी बड़े नेताओं के फोन नंबर भी रखने चाहिये। ताकि जब कभी भी उनका वर्जन जानने की जरूरत पड़े, तो आसानी से बात हो सके।

संवाददाता को सबसे पहले राजनीतिक दलों के बारे में विस्तार से जानकारी ले लेनी चाहिये। किस दल की क्या नीतियां हैं। और किन उद्देश्यों को लेकर एजेंडा तैयार किया जाता है। कौन सी पार्टी किस विचारधारा से जुड़ी हुई है। राजनीतिक दल राष्ट्रीय स्तर पर काम करने वाला हो या राज्य

स्तर पर या फिर जिला स्तर पर रिपोर्टर को सभी राजनीतिक दलों की नीतियों को अवश्य समझना चाहिये।

संवाददाता को अपने क्षेत्र के राजनीतिक समीकरणों को समझने की भी कोशिश करनी चाहिए। विधायकों, मंत्रियों के साथ कौन-कौन से चेहरे नजर आते हैं, इनके साथ चलने वाले लोग कैसे हैं, किन उद्योगपतियों, व्यापारियों से किन-किन नेताओं के संबंध हैं। नेताओं के संरक्षण में किन अपराधियों को संरक्षण मिल रहा है, इन सबकी भी उसे खबर रखनी चाहिए।

राजनैतिक संवाददाता को नेताओं की गतिविधियों पर नजर रखनी होती है। सार्वजनिक समारोहों में आते-जाते रहने से संवाददाता के संतरी से लेकर मंत्री तक से उसके संबंध हो जाते हैं। लगातार संपर्क में रहने से राजनीतिक समीकरण भी अच्छी तरह समझ में आने लगते हैं। इसके बाद समाचार बनाने में आसानी होने लगती है। राजनीतिक संवाददाता को राजनीतिक दलों की धड़बंदी को भी समझने का प्रयास करना चाहिये। लगभग सभी दलों में राष्ट्रीय स्तर से लेकर जनपद व नगर स्तर तक दलों में गुटबाजी नजर आती है। इस तरह की गुटबाजी सबसे अधिक चुनावों के समय नजर आती है। पार्टी के जिस कार्यकर्ता को टिकट मिल जाता है, वह चुनाव प्रचार में लग जाता है। लेकिन, जिसे टिकट नहीं मिलता है, वह अपनी ही पार्टी से टिकट पाने वाले का विरोध करने लगता है। यहां तक कि उसके वोट काटने का भी प्रयास करता है। चुनाव के समय की गुटबाजी फिर बाद तक चलती रहती है।

नेता चुनाव में सहयोग नहीं करने वाले को अपने रास्ते से हटाने की भी कोशिश करता है। इस तरह की गुटबाजी व धड़बंदी को समझ कर संवाददाता अच्छी खबरें बना सकता है। खबर तथ्यात्मक व प्रामाणिक भी होनी चाहिए। परिपक्व खबर ही पाठकों को पसंद आती हैं। राजनीतिक संवाददाता के लिए रेफरेंस लायब्रेरी अत्यंत आवश्यक हैं। अगर उसके पास प्रदेश स्तर की राजनीतिक घटनाओं का पूरा ब्यौरा होगा, तो उसे खबर बनाने में आसानी होगी। इसके साथ ही वह खबर का बारीकी से विश्लेषण कर सकता है। पुराने तथ्यों के साथ कई ऐंगल से खबर बना सकता है। इसके लिए संवाददाता के पास प्रदेश की राजनीति से जुड़ी अहम खबरों की कतरनें, चुनावी आंकड़े, विधानसभा में होने वाली कार्रवाई की प्रकाशित रिपोर्टें आदि होनी चाहिये।

राजनीति बीट में काम करना बेहद चुनौतीपूर्ण भी है। अगर पत्रकार अपने क्षेत्र की राजनीति की बारीक समझ रखता है तो वह कई मौकों पर पुर्वानुमान आदि भी कर सकता है। वह अपनी विश्लेषण शक्ति से राजनीति के समीकरण बदल भी सकता है। लेकिन राजनीतिक पत्रकारिता कर रहे संवाददाता को इस चीज का हमेशा ध्यान रखना चाहिए कि उसके राजनेताओं से सम्बन्ध सिर्फ पेशेवर हैं, व्यक्तिगत नहीं, और इसी लिए उसे नेताओं के व्यक्तिगत प्रभाव में आने से बचने की नीति पर चलना चाहिए।

न्यायिक रिपोर्टिंग

अदालतों के समाचारों में सबसे अधिक सावधानी बरतने की आवश्यकता होती है। न्यायिक कार्रवाई के समाचारों को लिखते समय विशेष रूप से ध्यान रखना होता है। जब तक किसी व्यक्ति पर अभियोग सिद्ध नहीं हो जाता है, वह अपराधी नहीं हो सकता है। इसलिए समाचार लिखते समय ध्यान रहे कि उसे अपराधी नहीं लिखा जा सकता है। अपराधी तभी लिखा जाए जब मुकदमे के फैसले के बाद अपराध सिद्ध हो जाए। अपराध सिद्ध न होने तक उसे आरोपी या अभियुक्त लिखा जा सकता है।

मुकदमे से पहले लिखाई गई रिपोर्ट के आधार पर भी समाचार लिखा जा सकता है, लेकिन इसमें सूत्र का उल्लेख अवश्य किया जाना चाहिये। शिकायतों, आरोपों, गिरफ्तारियों तथा कानूनी कागजों के आधार पर समाचार लिखे जा सकते हैं।

अदालती कार्रवाई के समाचार सुनी-सुनाई बातों पर नहीं लिखे जा सकते हैं। संवाददाता द्वारा लिखी गयी खबर एकतरफा भी नहीं होनी चाहिये। दूसरे व्यक्ति के मान-सम्मान में ठेस पहुँचे, ऐसा नहीं लिखा जाना चाहिये। अदालतों के समाचारों की भाषा बेहद संयत होनी चाहिये। भाषा के साथ रिपोर्टर को कानून की जानकारी भी होनी चाहिये। विभिन्न न्यायालयों जैसे-उच्चतम न्यायालय, उच्च न्यायालय, सत्र न्यायालय, मजिस्ट्रेट कोर्ट आदि की जानकारी होनी जरूरी है। अगर रिपोर्टर विभिन्न न्यायालयों की न्यायिक प्रक्रिया को अच्छी तरह समझता है तो उसे रिपोर्टिंग करने में आसानी होगी। इसके साथ ही वह अच्छी खबरें लिख सकता है।

अदालती कार्रवाईयों को समझने के लिए वकीलों के संपर्क में रहना चाहिये। कोर्ट के लिपिक से भी संबंध बनाये रखना चाहिये। जब तक

अदालती कार्रवाई की भाषा समझ में नहीं आती है, तब तक खबर नहीं बनानी चाहिये। इसे समझने के लिए वकील से संपर्क करना चाहिये। अदालत के किसी फैसले के बाद आपके लिखे समाचार से जनता में अविश्वास की भावना नहीं पनपनी चाहिये। कानून संवाददाता के रूप में बेहतर कार्य से ख्याति भी अर्जित की जा सकती है। इन दिनों सभी प्रमुख समाचार पत्रों में लॉ रिपोर्टर की मांग बढ़ रही है।

महत्वपूर्ण फैसलों की कापी देखने के बाद ही खबर लिखी जानी चाहिए। कई बार सम्बन्धित वकील अपने पक्ष के नजरिए से ही फैसले का विवरण बता देते हैं। इस विवरण के आधार पर ही खबर बना देने से खबर गलत या एक पक्षीय हो सकती है। जिन मामलों में अदालती कार्रवाई चल रही हो उनकी खबरें बनाते समय अति उत्साह से बचना चाहिए। जो रिपोर्टर को इस बात का भी ध्यान रखना चाहिए कि वह सिर्फ पत्रकार है, अदालत नहीं, हालांकि मौजूदा दौर में पत्रकारिता के दबाव के कारण कई बड़े आपराधिक मामलों में न्याय जल्दी हुआ है, लेकिन यह भी ध्यान रखना चाहिए कि अयोध्या विध्वंस के मुकदमें और आरूशी हत्या काण्ड जैसे मामलों में अदालतों को पत्रकारों को अपनी सीमा में रखने के लिए निर्देश तक जारी करने पड़े थे।

खेल रिपोर्टिंग

वर्तमान में खेलों के प्रति लोगों का रुझान अधिक बढ़ गया है। इसके चलते देश के प्रमुख समाचार पत्रों में एक या दो पृष्ठ खेल समाचारों के ही होते हैं। इसमें सबसे अधिक समाचार क्रिकेट से संबंधित होते हैं। इसके अलावा हाकी, फुटबाल से लेकर जूडो, बास्केटबॉल, शतरंज, एथलैटिक्स, निशानेबाजी, बैडमिंटन, तैराकी, स्केइंग, घुड़दौड़, डॉग शो जैसे खेल मुख्य हैं। जिनसे संबंधित समाचार समय-समय पर प्रकाशित होते रहते हैं। इसलिए अब प्रत्येक अखबारों व चैनलों में खेल पत्रकार मांग बढ़ गयी है।

एक सफल खेल पत्रकार बनने के लिए खेल की समझ होना सबसे जरूरी है। खेल पत्रकारिता एक तरह की विशेषज्ञता पत्रकारिता है इस लिए यदि खेल पत्रकार को खेलों के नियम, प्रतियोगिताओं आदि की जानकारी नहीं होगी तो वे अच्छी रिपोर्टिंग कर ही नहीं सकता। एक अच्छा खेल पत्रकार बनने के लिए खेलों से जुड़ी शब्दावली व भाषा की समझ भी

विकसित करनी पड़ती है। संवाददाता को विभिन्न समाचार पत्र, पत्रिकाओं के अलावा खेल पत्रिकाओं का नियमित अध्ययन करना चाहिये। खेल पत्रकार को सबसे पहले जिला व प्रदेश स्तर से सीखने की जरूरत होती है।

विद्यालय स्तर व कालेज स्तर पर खेलों का आयोजन होता है। इनकी कवरेज पर नजर रखनी चाहिये। इसके अलावा जिला, मंडल व प्रदेश स्तर खेल अधिकारी होते हैं। खेलों से संबंधित विभिन्न संगठन होते हैं। इनके माध्यम से समय-समय पर खेल प्रतियोगिताओं का आयोजन किया जाता है। खेल पत्रकार को अपने क्षेत्र में दक्ष बनने के लिए स्वयं को खिलाड़ी महसूस करना चाहिये। खेलों से संबंधित शब्दों की जानकारी होनी चाहिये। संवाददाता जिस शहर में भी कार्य कर रहा है, उस क्षेत्र में स्टेडियम और खेल के मैदान की स्थिति पर खबर बना सकता है। सरकार द्वारा खेलों के प्रोत्साहन के लिए क्या-क्या किया जा रहा है। इसके साथ ही उभरते खिलाड़ियों से संबंधित खबरें छापी जानी चाहिये। वरिष्ठ खिलाड़ियों के साक्षात्कार भी प्रकाशित किये जाते हैं।

खेल पत्रकारिता के लिए यह भी जरूरी है कि पत्रकार अपने क्षेत्र के प्रमुख खिलाड़ियों, खेल विशेषज्ञों और खेलों से जुड़ी संस्थाओं के पदाधिकारियों और कार्यकर्ताओं से बेहतर सम्बन्ध बना कर रखें। खिलाड़ियों से व्यक्तिगत सम्बन्ध कई बार बेहद लाभदायक होते हैं।

खेल पत्रकार को अपने क्षेत्र से सम्बन्धित हर खेल और खिलाड़ी से जुड़े आंकड़े और सन्दर्भ जमा रखने चाहिए। कम्प्यूटर में भी इन्हें सुरक्षित रखा जा सकता है। ताकि जब भी जरूरत पड़े उनका इस्तेमाल कर अपनी खबर को सबसे अलग बनाया जा सके।

कला, संस्कृति व फिल्म रिपोर्टिंग

कला, संस्कृति व फिल्म रिपोर्टिंग बेहद संवेदनशील होती है। कला व संस्कृति से जुड़ी खबरें पाठक को सुकून प्रदान करने वाली होती हैं। इस क्षेत्र में काम करने वाले संवाददाता में साहित्यिक समझ जरूर होनी चाहिये, कला की समझ होनी चाहिये। भाषा को साहित्यिक बनाने का प्रयास करना चाहिये। निरंतर स्तरीय साहित्य पढ़ने, लेखन शैली में कलात्मकता से यह विधा आसानी से सीखी जा सकती है। कला व संस्कृति से जुड़ी खबरों के प्रस्तुतिकरण के लिए संबंधित कला की जानकारी होनी भी आवश्यक है।

इस बीट से संबंधित खबरों में विशेषणों का प्रयोग किये जाने से रोचकता बढ़ जाती है।

शहर में कोई कलाकार आया हो, सांस्कृतिक कार्यक्रम हो रहे हों, रंगमंच की गतिविधियां हों, किसी मूर्तिकार की कृति पर लिखना हो तो यह कला व सांस्कृतिक रिपोर्टर का काम है। इस बीट के रिपोर्टर को सांस्कृतिक संगठनों, सभागारों के प्रबंधकों, कला से जुड़े लोगों से निरंतर संपर्क बनाये रखना होता है। इससे समय-समय पर आयोजित कार्यक्रमों की जानकारी मिल जाती है। इस बीट में दैनिक कार्यक्रमों में ही साक्षात्कार, फीचर और खास अभिनय से जुड़ी घटनाओं की रिपोर्टिंग की जा सकती है।

कला व फिल्म से संबंधित खबरों का भी अलग पाठक वर्ग होता है। समाचार पत्रों में तो अब फिल्म समाचार के लिए अलग पृष्ठ होता है। इसमें कलाकारों की बड़ी-बड़ी तस्वीरों के अलावा उनके साक्षात्कार प्रकाशित किये जाते हैं। नई फिल्मों की समीक्षा प्रकाशित की जाती है। इसलिए रिपोर्टर को फिल्मों की जानकारी होनी आवश्यक है। कलाकारों से लेकर निर्देशक व उससे जुड़े लोगों के संपर्क में रहना चाहिये। फिल्म पत्रकारिता का मुख्य क्षेत्र मुंबई है, लेकिन छोटे शहरों में भी क्षेत्रीय फिल्मों से लेकर फिल्म जगत से संबंधित कार्यक्रमों को कवरेज करने का मौका मिल जाता है।

यह भी एक विशेषज्ञ क्षेत्र है। संगीत हो या चित्रकला अगर रिपोर्टर को उसकी समझ ही नहीं होगी तो वह अच्छी रिपोर्टिंग नहीं कर सकेगा। ऐसे क्षेत्र में रिपोर्टर को रिपोर्ट लिखने से पहले खुद इस बात के लिए संतुष्ट होना जरूरी है कि वह जो खुद लिख रहा है उसमें कुछ अर्थ का अनर्थ तो नहीं हो रहा है। कलाकारों का मन बेहद आतुर होता है अतः किसी की समीक्षा करने से पहले उसकी भावनाओं को भी समझा जाना जरूरी है। इस बीट के संवाददाता का कला के प्रति संवेदनशील होना जरूरी है।

फिल्म पत्रकारिता आज रिपोर्टिंग का एक लोकप्रिय क्षेत्र है, लेकिन इसके लिए भी रिपोर्टर में समर्पण होना जरूरी है। यह भी ध्यान रखना चाहिए कि सामने वाले फिल्म स्टार से रिपोर्टर खुद इतना प्रभावित न हो जाए कि रिपोर्टिंग महज प्रशंसा कर न रह जाए। फिल्म रिपोर्टिंग के लिए भी फिल्मों के इतिहास और फिल्मों की बारीक जानकारी होनी आवश्यक है।

शिक्षा रिपोर्टिंग

बदलते जमाने के साथ ही समाचार पत्र के पाठकों की सोच में भी बदलाव आ रहा है। अगर युवाओं को कैरियर संबंधी जानकारी चाहिये या फिर शिक्षा से संबंधित कोई जानकारी, इसके लिए आज समाचार पत्र ही सबसे अधिक लाभदायक हो गए हैं। शिक्षा के स्वरूप को जानना अब लोगों के लिए जरूरत बन गया है। सामान्य शिक्षा से लेकर प्रोफेशनल स्तर तक की शिक्षा हासिल करने में आज की युवा पीढ़ी की रुचि तेजी से बढ़ रही है। इसके चलते शिक्षा बीट का महत्त्व तेजी से बढ़ गया है।

विश्वविद्यालयों की गतिविधियों, कैंपस की हलचल, विभिन्न पाठ्यक्रमों से संबंधित जानकारी आदि की खबरें इस बीट की महत्त्वपूर्ण खबरें हो सकती हैं। इसके अलावा विद्यालयों में होने वाले आयोजन भी अपने आप में खबरें होती हैं। शिक्षा विभाग की नई योजनाओं के अलावा उनके क्रियान्वयन का तरीका, शिक्षक संगठनों की बैठकें और उनके आंदोलनों की खबरें भी शिक्षा बीट के रिपोर्टर को निरंतर मिलते रहती हैं। सरकारी स्कूलों की हालत कैसी है? क्या विभागीय मानकों के आधार पर सब ठीक-ठाक चल रहा है? सरकारी स्कूलों की शिक्षा प्रणाली के अलावा निजी स्कूलों के शिक्षा व्यवस्था पर भी खबरें बनायी जा सकती हैं।

दाखिल के समय किन कालेजों में एडमिशन के लिए मारामारी रहती है। किन विषयों को अधिक पसंद किया जा रहा है? लड़कियों की रुचि किन विषयों में ज्यादा है? किस विद्यालय व कालेज का परीक्षा परिणाम कैसा रहा? इसके अलावा शिक्षा से संबंधित विषेश खबरें व फीचर भी लिखे जाते हैं। तथ्यों पर आधारित फीचर लिखे जा सकते हैं। इसके साथ-साथ ग्रामीण व शहरी क्षेत्रों में शिक्षा के स्तर में अंतर को भी आधार बनाकर फीचर तैयार किये जा सकते हैं। पाठक इस तरह की खबरों को बड़े चाव से पढ़ते हैं। इसके साथ ही कैरियर संबंधी लेखों में भी पाठकों की दिलचस्पी होती है। इसके लिए संवाददाता को शिक्षा से जुड़े लोगों से अधिक से अधिक संपर्क स्थापित करना चाहिए। शिक्षाविदों से भी संबंध स्थापित करना चाहिये।

शिक्षा के व्यावसायीकरण के साथ-साथ शिक्षा का निजी क्षेत्र भी अब समाचार समूहों के लिए एक बड़ा विज्ञापन दाता वर्ग हो गया है। निजी शिक्षा

संस्थान अपने संस्थानों की छवि को अधिक से अधिक बढ़ा-चढ़ा कर पेश करना चाहते हैं, वे इसके लिए सम्बन्धित रिपोर्टर पर दबाव बनाने से भी बाज नहीं आते। कई बार रिपोर्टर को अपने संस्थान के विज्ञापन विभाग से भी इस तरह के दबाव सहने पड़ते हैं। ऐसे में रिपोर्टर को पत्रकारिता की साख बनाने की कौशलता जरूर आनी चाहिए। शिक्षा रिपोर्टिंग का एक बड़ा सकारात्मक पहलू यह भी है कि इसके जरिए रिपोर्टर भावी पीढ़ी को एक रास्ता दिखा सकता है। उसके जीवन की दिशा बदल सकता है।

बाल पत्रकारिता की रिपोर्टिंग

युवा व बुजुर्ग ही नहीं बल्कि अब बच्चे भी अखबार पढ़ने में रुचि दिखा रहे हैं। इसलिए समाचार पत्रों में बच्चों से संबंधित सामग्री भी प्रकाशित की जा रही है। इसमें और अधिक कार्य करने की आवश्यकता है। बच्चों की कहानियां, कार्टून के माध्यम से जागरूक करना मुख्य उद्देश्य होना चाहिये। बच्चों का ज्ञानवर्धन करने के साथ ही उनका मनोरंजन करने के लिए शिक्षाप्रद कहानियां लिखनी होती हैं। अब कुछ प्रमुख समाचार पत्र सप्ताह में एक बार बच्चों के लिए कुछ न कुछ प्रकाशित करते रहते हैं।

इसमें विज्ञान व तकनीकी की जानकारी होती है। जानवरों से संबंधित कहानियां होती हैं। स्वास्थ्य संबंधी टिप्स दिये होते हैं। इसके जरिये बच्चों को विश्व स्तरीय अनेक जानकारियां दिये जाने का प्रयास रहता है। वैसे अब बच्चों से संबंधित कई पत्रिकायें भी प्रकाशित हो रही हैं। बच्चों की सृजनात्मकता बढ़ाने के लिए क्विज प्रतियोगिता भी आयोजित की जाती है। इसके बाद समाचार पत्रों में बच्चों द्वारा लिखित सामग्री भी प्रकाशित की जाती है।

बाल पत्रकारिता एक बेहद संवेदनशील विषय है। बच्चों का मन अत्यन्त नाजुक होता है, कोई भी नई बात, विचार या जानकारी उस पर गहरा असर डालती है। इसलिए बाल पत्रकारिता या बच्चों के लिए रिपोर्टिंग करना बड़ी जिम्मेदारी का काम है। आज के बच्चों में सीखने की ललक पिछले दौर के बच्चों से कहीं अधिक है। बच्चों की रचनात्मकता का भी अब अधिक तेजी से विकास हो रहा है। बच्चे खुद पत्रकारिता करने लगे हैं। इसलिए बाल पत्रकारिता का क्षेत्र बहुत अधिक विप्रेषज्ञ दक्षता वाला क्षेत्र हो गया है। आज बच्चों की अनेक पत्रिकाएं निकल रही हैं जिस कारण इस क्षेत्र में रोजगार के अवसर भी बढ़ रहे हैं, लेकिन यह काम दायित्व बोध

वाला काम है। इस बात को हर नए पत्रकार को ध्यान में जरूर रखना चाहिए।

खोजी पत्रकारिता की रिपोर्टिंग

आधुनिक पत्रकारिता ने जिस तरह विकास किया है, उसी तरह उसके स्वरूप में भी बदलाव आया है। खोजी पत्रकारिता आज पत्रकारिता का एक नया आयाम बन गयी है। वर्तमान में खोजी पत्रकारिता पत्रकारिता का महत्वपूर्ण हिस्सा हो गयी है। प्रिंट मीडिया के साथ ही इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने भी खोजी पत्रकारिता को नई पहचान दी है।

खोजी पत्रकारिता को आरंभ करने का श्रेय अमेरिका के समाचार पत्र न्यूयार्क वर्ल्ड के संपादक जोसेफ पुलित्जर को दिया जाता है। पश्चिम में खोजी पत्रकारिता आज भी बहुत अधिक महत्व रखती है। भारत में अभी इसके और विस्तार की अत्यधिक सम्भावनाएं हैं।

समाज में कई घटनायें आसानी से सामने नहीं आ पाती हैं। पहुँच और रसूख वाले लोग बड़े मामलों को पचाने में लगे रहते हैं। इस स्थिति में खोजी पत्रकार को निर्भीकता से तथ्यों की खोज करनी होती है। इसके लिए कई माध्यमों का सहारा लिया जाता है। जोखिम भरे इस कार्य के लिए उसे गोपनीय सूचनाओं को एकत्रित करने के बाद सच को सामने लाना होता है। खोजी पत्रकारिता एक तरह का युद्ध होता है। रिपोर्टर को अन्याय, असत्य, अनैतिकता, बुराई में लिप्त लोगों को बेनकाब करना होता है। इसमें बड़े अपराधी भी हो सकते हैं, या फिर राजनेता और नौकरशाह भी हो सकते हैं। रिपोर्टर के लिए बेहद गोपनीय सूचनाओं को एकत्रित करना और उनका विश्लेषण कर जनता के सामने प्रस्तुत करना एक चुनौतीभरा काम है।

लेकिन, वर्तमान में खोजी पत्रकारिता का महत्व बढ़ रहा है। युवा पत्रकार निर्भीकता से समाज के लिए कलंक बन चुके लोगों के सफेदपोश चेहरों को बेनकाब करने में जुटे हैं।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने खोजी पत्रकारिता को नई पहचान और नए आयाम दिये हैं। स्टिंग आपरेशन खोजी पत्रकारिता का एक आक्रामक रूप है, लेकिन नए पत्रकार को उस स्तर तक पहुँचने के लिए काफी मेहनत और अनुभव की आवश्यकता होती है। हालांकि यह भी सच है कि नए पत्रकार

में अपार ऊर्जा होती है और वह चाहे तो छोटी-छोटी खबरों की गहरी छानबीन कर खोजी पत्रकारिता के नए मापदण्ड स्थापित कर सकता है।

विकास पत्रकारिता की रिपोर्टिंग

मीडिया के प्रति लोगों की धारणा बदल रही है। अब पत्रकारिता केवल सीमित विशयों पर ही केन्द्रित नहीं रह गयी है। नई पत्रकारिता सामाजिक, आर्थिक, वैज्ञानिक, प्राविधिक संबंधी समग्र विकास के पहलुओं पर प्रकाश डालने वाली विकास पत्रकारिता है। विकास पत्रकारिता विकास पर आधारित होती है। यह विकास चाहे उद्योग, औषधि, विज्ञान अथवा किसी अन्य क्षेत्र का हो अथवा मानव संसाधन का हो इस क्षेत्र में आता है। राज्य सरकारें अपनी विकास योजनाओं को जनता तक पहुँचाने के लिए पत्र तक निकालती हैं। इन योजनाओं को खबरों के माध्यम से भी किया जाता है।

विकास पत्रकारिता सामान्य पत्रकारिता से हटकर होती है। इसमें सरकार की नीतियां, आर्थिक बदलाव, सामाजिक कार्यक्रम शामिल रहते हैं। पंचवर्षीय योजना से संबंधित खबरें बनायी जा सकती हैं। विभागीय मुद्दों पर आधारित जानकारी रिपोर्टर खबर के माध्यम से प्रस्तुत कर सकता है। सरकार व उससे जुड़े संगठनों की योजनायें, कार्यक्रम, परियोजनायें जनता के हित में कितने कारगर हैं इनका क्रियान्वयन कौन कर रहा है और किस तरह हो रहा है, यह सब इस क्षेत्र के विशय हैं। खाद्य उत्पादन, नई सड़कों का निर्माण, घरों का निर्माण, पीने के पानी की आपूर्ति, बिजली, दूरसंचार आदि की सुविधाओं का हाल शहरों के अलावा ग्रामीण क्षेत्रों में भी देखा जाना चाहिए और उस पर खबरें बनाई जानी चाहिए। लोगों के लिए हास्पिटल, स्वास्थ्य केन्द्र, प्राथमिक स्वास्थ्य केन्द्र और विद्यालयों खुलने की जरूरत पर आधारित रपट पठनीय तो होती ही है साथ ही समाज के विकास में सहयोगी भी होती हैं। इस तरह की खबरों से नेताओं के कान भी खुलते हैं। इस बीट में कार्य करने वाले संवाददाता को दक्ष होने की आवश्यकता है। अगर संवाददाता योग्य है तो सफलतापूर्वक रिपोर्टिंग कर सकता है। रिपोर्टर विभिन्न विकास कार्यक्रमों से सूचना एकत्रित कर सकता है। परियोजनाओं के प्रमुखों का साक्षात्कार किया जा सकता है।

आज जिस तरह विकास की परिभाषा बदल रही है। विकास के नए-नए माडल सामने आ रहे हैं। उसी तरह विकास पत्रकारिता का महत्त्व और जरूरत भी बदलती जा रही है। विकास आज राजनीति का सबसे बड़ा मुद्दा है। सरकारें विकास के लिए नित नए -नए कार्यक्रम और योजनाएं बनाती हैं। विकास पत्रकारिता इन पर नजर रख कर इनकी गड़बड़ियों, भ्रष्टाचार, अव्यवस्थाओं और कमियों को उजागर कर समाज के रखवाले का काम भी करती है। इसलिए इस क्षेत्र के पत्रकार के लिए रिपोर्टिंग करना महज पत्रकारिता नहीं बल्कि एक तरह का आंतरिक सुख भी होता है।

ग्रामीण एवं कृषि पत्रकारिता की रिपोर्टिंग

आकाशवाणी से प्रसारित ग्राम जगत, दूरदर्शन से प्रसारित कृषि जगत कार्यक्रम एवं कृषि से सम्बन्धित पत्रिकाएं ग्रामीण एवं कृषि पत्रकारिता से हमारा परिचय कराते हैं। भारत कृषि प्रधान देश है यहां की लगभग 70 प्रतिशत जनता गांव में निवास करती है और गांव की अधिकतम जनसंख्या कृषि पर निर्भर है। भारत एक कृषि प्रधान देश तो है, लेकिन अत्यन्त विकास के बावजूद भी गांवों में आज तक पिछड़ेपन की झलक स्पष्ट नजर आती है। गांवों में नवीन चेतना और जागृति तथा विज्ञान के विकास के स्वरो को समाचार पत्र-पत्रिकाओं व जनसंचार माध्यमों द्वारा ही यहां तक पहुँचाया जा सकता है।

11

पत्रकारिता एवं अनुवाद

पत्रकारिता में अनुवाद की समस्या से परिचय कराने की दृष्टि से प्रस्तुत लेख 'पत्रकारिता और अनुवाद' में समाचार माध्यमों के लिए लिखे जाने वाले समाचारों के अनुवाद की समस्या की चर्चा की गई है। इसके साथ ही पत्रकारिता की भाषा के अनुवाद, शैली, शीर्षक-उपशीर्षक, मुहावरे एवं लाक्षणिक पदबंधों, पारिभाषिक शब्दावली के अनुवाद की समस्या और उसके समाधान पर विस्तार से समझा गया है। साथ ही पत्रकारिता में पारिभाषिक शब्दावली के अनुवाद की समस्या और उसके समाधान एवं पारिभाषिक शब्दावली के कुछ नमूने पर भी सविस्तार से चर्चा की गई है।

पत्रकारिता के क्षेत्र में कार्य करने वाले लोगों की भाषा पर अच्छी पकड़ होना एक अनिवार्य आवश्यकता है। भाषा पर पकड़ होने से भावों की अभिव्यक्ति सरलता से हो पाती है और भाषा में प्रवाह रहता है। शब्दों के सही चयन से भाषा की दुरूहता जाती रहती है और पाठक की रुचि बनी रहती है।

भाषायी पत्रकार की सबसे बड़ी परेशानी यह है कि उसे बहुत सी सामग्री अंग्रेजी में मिलती है जिसे अपने पत्र की भाषा में अनुवाद करना आवश्यक होता है। पत्रकार कोई समाचार लिख रहा हो, लेख या रिपोर्टाज बना रहा हो या कुछ भी अन्य सामग्री तैयार कर रहा हो, यदि उसकी संदर्भ सामग्री अंग्रेजी में है तो उसे अपने पत्र की भाषा के अतिरिक्त अंग्रेजी का

भी जानकार होना आवश्यक है। अंग्रेजी की जानकारी के बिना भाषायी पत्रकारिता में भी बहुत ऊँचे पहुँच पाना अब आसान नहीं रह गया है। इसके विपरीत, भाषा पर पकड़ के अभाव में अर्थ का अनर्थ हो जाने की बहुत आशंका रहती है।

भाषायी पत्रकारिता में अनुवाद की कला की जानकारी की आवश्यकता दो रूपों में रहती है। पहली, जब लेखक किसी संदर्भ सामग्री का सहारा लेकर अपनी कोई मौलिक रचना, समाचार, लेख, रिपोटार्ज, विश्लेषण, व्यंग्य अथवा कुछ और लिख रहा हो और संदर्भ सामग्री पत्र अथवा पत्रिका की भाषा में न हो। दूसरी, जब अनुवादक किसी मूल कृति का हूबहू अनुवाद कर रहा हो। दोनों ही स्थितियों में अनुवाद की कला में महारत, लेखक की रचना को सुबोध और रुचिकर बना देती है।

अपनी बात कहने के लिए हम यह मान लेते हैं कि अनुवादक किसी हिंदी समाचारपत्र के लिए कार्यरत है और उसे अंग्रेजी से मूल सामग्री का अनुवाद करना है। अनुवादक अक्सर इस भ्रम का शिकार रहते हैं कि वे अंग्रेजी का कामचलाऊ ज्ञान होने तथा हिंदी का कुछ गहरा ज्ञान होने की स्थिति में भी अच्छा अनुवाद कर सकते हैं। इससे भी बड़ी भूल वे तब करते हैं जब वे यह मान लेते हैं कि विषय-वस्तु के ज्ञान के बिना अथवा मूल सामग्री की विषय-वस्तु को समझे बिना भी वे सही-सही अनुवाद कर सकते हैं।

पहली बात तो यह है कि हर भाषा का अपना व्याकरण होता है जिसके कारण उस भाषा की वाक्य-रचना अलग प्रकार की हो सकती है। दूसरे हर भाषा में भावाभिव्यक्ति के लिए प्रयुक्त मुहावरे, लोकोक्तियों तथा वाक्यांशों (फ्रेज) का अपना महत्त्व होता है और उन्हें समझे बिना सही-सही अनुवाद संभव ही नहीं है। इसी प्रकार हर भाषा में धीरे-धीरे कुछ विदेशी शब्द भी घुसपैठ बना लेते हैं और वे बोलचाल की भाषा में रच-बस जाते हैं। भाषा के इस ज्ञान के बिना अनुवाद करने में न केवल परेशानी हो सकती है, बल्कि अशुद्धियों की मात्रा भी बढ़ सकती है। उदाहरणार्थ हिंदी में उर्दू, फारसी और अंग्रेजी के बहुत से शब्द इस प्रकार आ मिले हैं कि न केवल आम आदमी उन्हें हिंदी के ही शब्द मानता है, बल्कि अब तो वे हिंदी शब्दकोष का भाग भी बन गये हैं। कयास, कवायद, स्कूल, टिकट, रेल आदि ऐसे ही विदेशी शब्द हैं जो हिंदी भाषा में धड़ल्ले से प्रयुक्त होने के कारण अब हिंदी का ही भाग हैं।

इसी स्थिति को अब एक और नजरिये से देखेंगे तो बात समझ में आ जाएगी। मान लीजिए कि अनुवादक अंग्रेजी भाषी व्यक्ति है और उसे अंग्रेजी का तो अच्छा ज्ञान है परंतु हिंदी का ज्ञान किताबी ही है। किताबी हिंदी का ज्ञान रखने वाले व्यक्ति को शायद कभी कवायद और कयास जैसे शब्दों से वास्ता न पड़े और यदि उसे हिंदी भाषा में प्रयुक्त इन शब्दों का अंग्रेजी में अनुवाद करने की आवश्यकता पड़े तो वह संभवतः कठिनाई में पड़ जाएगा।

अनुवाद तब बेमजा और बेजान हो जाता है जब उसमें सिर्फ किताबी शब्द प्रयोग होने लगते हैं। अपनी मातृभाषा में मूलरूप में लिखने वाला लेखक न केवल किताबी शब्दों का प्रयोग करता है, बल्कि भाषा में खानगी लाने के लिए वह बोलचाल के आम शब्दों का प्रयोग भी अनजाने करता चलता है। कभी यह सायास होता है और कभी अनायास हो जाता है। इससे न केवल भाषा में विविधता आ जाती है, बल्कि यह रुचिकर भी हो जाती है, जबकि अनुवादक अक्सर किताबी शब्दों का प्रयोग ज्यादा करते हैं जिससे भाषा बोझिल और दुरूह हो जाती है और पाठक को स्पष्ट नजर आता है कि यह मूल रूप से उसी भाषा में लिखी गई रचना नहीं है, बल्कि अनुवाद है। अनूदित रचना का मजा इससे जाता रहता है।

पर ये मामूली बातें हैं और अनुवादक यदि सतर्क और जिम्मेदार हों तो थोड़े-से अभ्यास से ऐसी छोटी-मोटी कठिनाईयों से आसानी से पार पा सकता है, पर विषय के गहन ज्ञान के बिना अथवा मूल सामग्री की विषय-वस्तु को समझे बिना सही-सही अनुवाद कर पाना असंभव है। विषय वस्तु को समझे बिना अनुवादक 'इंडिया बिकेम फ्री ऑन फिफ्टीन्थ ऑफ आगस्ट' का अनुवाद 'भारतवर्ष पंद्रह अगस्त को मुफ्त हो गया' अथवा 'रेलवे स्लीपर्स ड्राउन्ड' का हिंदी अनुवाद 'रेलवे स्टेशन पर सोने वाले बह गए' भी कर सकते हैं। अर्थ के अनर्थ का यही अर्थ है !

पत्रकारिता और अनुवाद का सामान्य परिचय

यों तो पत्रकार को एकाधिक भाषाओं का ज्ञान होना अपेक्षित होता है किन्तु भारत के सन्दर्भ में क्षेत्रीय भाषाओं की पत्रकारिता में अनुवाद का बहुत महत्त्वपूर्ण स्थान है। अतः हिंदी अथवा अन्य किसी भारतीय भाषा के समाचार पत्र की भाषा के ज्ञान के अतिरिक्त अंग्रेजी का अच्छा ज्ञान होना बहुत जरूरी है। इसका कारण है कि अभी तक भाषाई पत्र प्रेस ट्रस्ट ऑफ

इंडिया(पीटीआई), यूनाईटेड न्यूज ऑफ इंडिया(यूएनआई) जैसी समाचार एजेंसियों पर निर्भर हैं। रयटूर आदि विदेशी समाचार एजेंसियों भी अंग्रेज के माध्यम से ही समाचार देती हैं। इसके अतिरिक्त भाषाई पत्रिकाओं को भी बहुत-सी रचनाएँ, बहुत से लेख और फीचर अंग्रेजी में ही प्राप्त होते हैं। अतः हिंदी भाषाई पत्रकार वास्तव में एक अनुवादक के रूप में ही प्रायः कार्य करता है।

अनुवाद की यह प्रक्रिया एकतरफा नहीं है। हिंदी इलाकों की बहुत सी ऐसी खबरें होती हैं जिनका हिंदी से अंग्रेजी में प्रतिदिन अनुवाद किया जाता है। अगर हिंदी एजेंसियाँ अंग्रेजी अनुवाद करती हैं तो अंग्रेजी एजेंसियाँ भी हिंदी इलाकों की खबरों का हिंदी से अंग्रेजी में अनुवाद करती हैं। हिंदी एजेंसियों को अनुवाद करना इसलिए मजबूरी है कि हिंदी एजेंसियों के संवाददाता गैर हिंदी इलाकों में नहीं हैं और विदेशों में भी नहीं हैं। किसी इलाके की खबरें सिर्फ इसलिए हम देने से मना नहीं कर सकते कि वहाँ हमारा अपना यानि हिंदी का संवाददाता नहीं है। इसलिए उन इलाकों से अंग्रेजी में आनेवाली खबरों का हिंदी में अनुवाद करना पड़ता है।

पत्रकारिता में अनुवाद की समस्याएँ

पत्रकारिता के क्षेत्र में अनुवाद प्रत्येक समय आवश्यकता होती है। किंतु यह विडंबना ही है कि हमारे हिंदी अनुवादकों के पास अनुवाद के लिए अधिक समय नहीं होता है। उन्हें तो दी गई सामग्री का तुरंत अनुवाद और प्रकाशन करना होता है। यह भी चिंतनीय है कि यह समाचार किसी भी विषय से संबद्ध हो सकता है। यह आवश्यक नहीं कि अनुवादक को उस विषय की पूर्ण जानकारी ही हो। इसी प्रकार यह भी संभव है कि कभी-कभी कथ्य का संपूर्णतया अंतर न हो सके, क्योंकि प्रत्येक भाषा का पाठक वर्ग तथा सामाजिक, सांस्कृतिक संदर्भ अलग ही होते हैं। इस प्रकार अनुवादकों के सामने कई समस्या सफल पत्रकारिता के लिए बाधाएँ बनती हैं जिसमें प्रमुख हैं।

भाषा की समस्या

पत्रकारिता के क्षेत्र में अनुवाद करते समय सबसे पहले भाषा संरचना की समस्या देखने को मिलते हैं। भाषा के संदर्भ में दो-तीन प्रश्न हमारे

सामने उठते हैं— एक पत्रकारिता की भाषा स्वरूप क्या है? क्या पत्रकारिता की भाषा स्वरूप विशिष्ट है? हाँ, अवश्य पर विज्ञान और आयुर्विज्ञान की भाषा के समान न तकनीकी है और न तो अधिक साहित्यिक ही है और न ही सामान्य बोलचाल की भाषा। इसे हम किसी सीमा तक लिखित और औपचारिक भाषा के समकक्ष तथा निश्चित प्रयोजनमूलक स्तर पर से संबद्ध भाषा मान सकते हैं। हम इसे संपादित शैली में प्रस्तुत भाषा मान सकते हैं, जहां प्रत्येक विषय सुविचरित है, प्रत्येक विषय के लिए निश्चित स्थान, स्तंभ और पृष्ठ हैं। कभी-कभी स्थिति विशेष में पारिभाषिक शब्दों का प्रयोग करना पड़ता है। प्रायः पत्र की भाषा में लोक व्यवहार में प्रयुक्त होने वाली शब्दावाली का प्रायुर्य रहता है। पत्रकारिता की भाषा में सर्वजन सुबोधता तथा प्रयोगधर्मिता का गुण होना आवश्यक है।

प्रत्येक भाषा की निजी संरचना होती है। अनुवादक को इस ओर विशेष ध्यान देना चाहिए। उसे हिंदी की प्रकृति के अनुकूल और उपर्युक्त पत्रकारिता की भाषा की विशेषताओं को ध्यान में रखकर अनुवाद करने की चेष्टा करनी चाहिए। जिससे सहजता और स्वाभाविकता बनी रहे। हिंदी में अनुवाद करते समय अंग्रेजी वाक्य रचना का अनुसरण करने की अपेक्षा वाक्य को जटिल तथा अस्पष्ट न बनाकर, उसे दो-तीन छोटे वाक्यों में तोड़ना अच्छा रहता है। उदाहरण के लिए—

In the pre independence era, Indian newspapers covered only politics, for the majority of them at that time were fighting for country's freedom.

“स्वातंत्र्य-पूर्व युग में, भारतीय समाचार पत्र राजनीतिक चर्चा तक सीमित थे। उनमें से अधिकांश, उस समय देश की स्वतंत्रता के लिए जूझ रहे थे।”

उपर्युक्त उदाहरण में एक दीर्घ वाक्य को दो वाक्यों में तोड़ने से कथन में सौंदर्य और आक्रामकता का समावेश हुआ है।

मुहावरों, शैली, लाक्षणिक पदबंधों की समस्या

प्रायः अनुवादक अंग्रेजी मुहावरों, शैली, लाक्षणिक पदबंधों आदि के समानांतर हिंदी में मुहावरे आदि नहीं ढूंढते। शाब्दिक भ्रष्ट अनुवाद करने के कारण एक अस्वाभाविकता का भाव बना रहता है। उदाहरण के लिए—

Put him behind the bars - उसे जेल के सीखंचों के पीछे भेज दिया जाए।

We were stunned with astonishment- हम आश्चर्य से स्तब्ध रहे।

उपर्युक्त उदाहरणों में हिंदी की स्वाभाविक प्रवृत्ति का हनन करते हुए अंग्रेजी का शब्द-प्रति-शब्द अनुवाद प्रस्तुत किया गया है। इससे एक फालतूपन का आभास होता है।

पत्रकारिता में साधारण ज्ञान, तुरंत निर्णय की समस्या

उप संपादकों आदि को रात-भर बैठकर प्राप्त होने वाले समाचारों को साथ-साथ हिंदी में अनूदित करके देना होता है। समय के एक-एक मिनट का इतना हिसाब होता है कि अंग्रेजी में प्राप्त सामग्री में कोई शब्द/अभिव्यक्त समझ न आने पर शब्दकोश/ज्ञानकोश आदि देखने या सोचने का वक्त भी प्रायः नहीं होता। किंतु पत्रकार बहुत कुशल अनुवादक होते हैं एकदम नए शब्द का भाव समझकर ही वे काफी अच्छे हिंदी समानक दे देते हैं और वही हिंदी समानक या प्रतिशब्द जनता में, पाठकों में चल भी पड़ते हैं। लेकिन कभी-कभी पत्रकार की असावधानी या उसके अज्ञान से अनुवाद में भयंकर भूलें हो जाती हैं, जैसे-एक बार एक उपसंपादक ने (salt) का अनुवाद 'नमक समझौता' कर दिया जबकि वहां 'साल्ट' का अर्थ 'नमक' नहीं बल्कि Strategic Arms Limitation Treaty था। इस प्रकार के अन्य उदाहरण देखा जा सकता है-

Legend of Glory- गौरव गाथा, Limitless- सीमाहीन, Lovely Baby- सलोना शिशु, The Knight of Kabul- काबुल का वीर अतः पत्रकार अनुवादक को साधारण ज्ञान तथा विषय को समझने की क्षमता होना परमावश्यक है।

शब्द-प्रति-शब्द अनुवाद की समस्या

समाचार पत्रों के अनुवाद में स्वाभाविकता और बोधगम्यता होना बहुत आवश्यक है। यहां अनुवादक के तकनीकी रूप से सही होने से भी काम नहीं चलता-उसका सरल और जानदार होना भी जरूरी है। इस संदर्भ में नवभारत टाइम्स मुंबई के मुख्य संवाददाता श्रीलाल मिश्र का कहना है-

प्रायः यह देखा गया है कि कुछ उप संपादक अनुवाद का ढांचा तैयार करते हैं। शब्दकोश से शब्दों का अर्थ देख लेते हैं। येन केन प्रकारेण व एक वाक्य तैयार कर देते हैं।

तकनीकी दृष्टि से उनका अनुवाद प्रायः सही भी रहता है। उसे सही अनुवाद की संज्ञा दी जा सकती है, लेकिन उनमें जान नहीं रहती है। वाक्य सही भी होता है, लेकिन उसका कुछ अर्थ नहीं निकलता है। हिंदी पत्रकारों द्वारा हुए निम्नलिखित गलत अनुवादों के असर का अनुमान लगातार समझा जा सकता है—

Twentieth Century Fox— बीसवीं शताब्दी की लोमड़ी एक विदेशी फिल्म कंपनी का नाम—

Topless Dress—शिखरहीन पोशाक (नग्न वक्ष)

Call Money—मंगनी का रुपया (शीघ्रावधि राशि)

Informal visit—गैर रस्मी मुलाकात (अनौपचारिक भेंट)

Railway Gard—रेलवे के पहरेदार

Flowery Language—मुस्कुराती हुई भाषा (सजीली भाषा/औपचारिक भाषा)

यहां एक बात और उल्लेखनीय है कि जहां तक हो सके अप्रचलित शब्दों के व्यवहार से बचना चाहिए जैसे 'bsass' के लिए 'विद्रधि' के स्थान पर 'फोड़ा' ही ठीक है, appendix को 'उडुकपुछ' करने के बदल अप्रचलित शब्द लाने की अपेक्षा इन्हें हिंदी में ध्वनि अनुकूल द्वारा भी राखा जा सकता है।

शैली की समस्या

समाचार पत्रों में विषय के अनुसार समाचारों की पृथक-पृथक शैलियां होना स्वाभाविक है जैसे कि अंग्रेजी पत्रों में होता ही है। किंतु भारतीय भाषाओं के पत्रों का पाठक विषय के अनुसार भाषा की गूढता को प्रायः अस्वीकार करके सरल भाषा को ही स्वीकार करता है। अतः पत्रकारों को गूढ -से- गूढ विषय के समाचार फीचर आदि भी सरलतम भाषा में अनूदित करने पड़ते हैं। यह कुछ वैसा ही हो जाता है जैसे किसी 8-10 साल के बच्चे को उसकी भाषा में न्यूक्लीयर विखंडन की पूर्ण प्रक्रिया समझाना पड़े। अतः सरल शैली की समस्या भी अनुवाद की एक प्रमुख समस्या बन जाती है।

शीर्षक-उपशीर्षकों आदि की समस्या

शीर्षकों के अनुवाद में कई तरह की बाधाएँ हैं, जैसे शीर्षक में उसके लिए पृष्ठ पर रखी गई जगह के अनुसार शब्दों की संख्या का चयन करना पड़ता है। शीर्षक का रोचक/आकर्षक होना तथा विषय की प्रतीति कराने वाला होना आवश्यक है। अतएव शीर्षकों के मामले में शब्दानुवाद या भावानुवाद से भी काम नहीं चलता, बल्कि उनका छाया अनुवाद का या पुनः सृजन ही करना पड़ता है।

पत्रकारिता में पारिभाषिक शब्दावली

अपने दिन प्रतिदिन के व्यवहार में हम भाषा और उसकी शब्दावली का ही प्रयोग करते हैं। अपने सामान्य जीवन को चलाने के लिए हम जिन शब्दों का प्रयोग करते हैं उनमें प्रायः भाषा के सारे स्वर, व्यंजन तथा संज्ञा आदि शब्द आ जाते हैं। यह भाषा का सामान्य रूप है, किंतु भाषा के कुछ ऐसे शब्द भी हैं जो इन सामान्य शब्दों से भिन्न होते हैं। ऐसे शब्दों को मोटे रूम से दो वर्गों में रखा जाता है- 1. पारिभाषिक 2. अर्ध पारिभाषिक। बृहत् हिंदी शब्दकोश में पारिभाषिक शब्दावली की परिभाषा इस प्रकार की गई है- जिसका प्रयोग किसी विशिष्ट अर्थ में किया जाए, जो कोई विशिष्ट अर्थ सूचित करे, उसे पारिभाषिक कहते हैं तथा विशिष्ट अर्थ में प्रयुक्त होनेवाले शब्दों की सूची को 'पारिभाषिक शब्दावली' कहते हैं। इस तरह पारिभाषिक शब्द वह शब्द है जो किसी विशेष ज्ञान के क्षेत्र में एक निश्चित अर्थ में प्रयुक्त होता है।

चूँकि हमारी पारिभाषिक शब्दावली बहुत कुछ अंग्रेजी पर आधारित है अतः अंग्रेजी की शब्द संपदा पर कुछ विचार करना चाहिए। पिछले सौ-डेढ़ सौ वर्षों में अंग्रेजी के शब्द भंडार में लगभग 90-95 प्रतिशत अंश तकनीकी एवं वैज्ञानिक शब्दों का ही रहा है। प्रत्येक वर्ष अंग्रेजी के 10-15 हजार शब्द प्रचलन से बाहर हो जाते हैं और 20-25 हजार नए शब्द जुड़ जाते हैं। यह जोड़-घटाव भी मुख्यतः पारिभाषिक शब्दों का होता है। और इन सभी अंग्रेजी शब्दों के लिए हिंदी में सम शब्दों का निर्धारण नहीं हुआ है।

जहाँ तक पत्रकारिता की बात है पत्रकारिता का कार्य है इसके जरिए लोगों को समसामयिक घटना एवं विचार आदि के बारे में लोगों को सूचित

करना है। इसके अलावा विभिन्न विषय पर शिक्षा देना, लोगों का मनारंजन करना, लोकतंत्र की रक्षा करना और जनमत है। ऐसे में इन विषयों की अभिव्यक्ति के लिए पारिभाषिक शब्द बड़े ही महत्त्वपूर्ण होते हैं। दूसरी बात यह है कि समाचार पत्र पढ़ते समय या टेलीविजन देखते समय या रेडियो सुनते समय कोई शब्दकोश लेकर नहीं बैठता है।

पाठक/दर्शक/श्रोता सुबह की चाय के साथ, सफर के दौरान या कहीं समय व्यतीत कर रहा हो देश दुनिया की खबरों को समझना एवं जानना चाहता है। तीसरी बात यह है कि समाचार पत्र पत्रिकाओं तथा टीवी के पाठक/दर्शक बच्चे से लेकर बूढ़े तथा साक्षर से लेकर बुद्धिजीवी तक के लिए होता है। ऐसे में पाठक वर्ग को समझ में आए उस तरह की भाषा, शब्दों का उपयोग करना पड़ता है। यदि अर्थ निश्चित नहीं होगा तो उसका प्रयोक्ता उसे एक अर्थ में प्रयुक्त करेगा और श्रोता या पाठक उसे दूसरे अर्थ में लेगा।

पारिभाषिक शब्दावली की समस्या

पत्रकारिता का कार्य रोजाना देश, दुनिया में घटित घटनाओं, आंदोलन, घोटाला, आविष्कार, विभिन्न समस्या अपने कलेवर में लिए हुए रहते हैं तो यह निश्चित है कि इसमें सभी प्रकार की चीजें आ जाती हैं। इसके साथ ही कुछ ऐसे शब्द आ जाते हैं जो अपनी विशिष्टता लिए हुए रहते हैं। इसमें कोई आंचलिक शब्द हो सकता है, कोई ज्ञान विज्ञान के शब्द हो सकता है, कार्यालयीन शब्द हो सकता है, इतिहास से संबंधित हो सकता है। इन शब्दों को पाठकों के सामने रखना पत्रकार के लिए चुनौती होती है। ऐसे शब्दों का हिंदी में अनुवाद करके रखा जाए या उसे ऐसे ही लिप्यंतरण कर दिया जाए या उसके लिए कोई नया शब्द गढ़ लिया जाए। पत्रकार को यह भी ध्यान रखना होता है कि ऐसे शब्द के मायने क्या हैं, क्योंकि यह सीधे समाज के लोगों तक पहुँचता है। दूसरी बात यह होता है कि पत्रकार को समाचार लिखते समय इतना समय नहीं होता है कि वह इस बारे में शब्दकोश का सहारा ले या विभिन्न विशेषज्ञों से पूछताछ करके कोई ठोस निर्णय लिया जाए।

पारिभाषिक शब्द की विशेषताएँ

पारिभाषिक शब्दों में निम्नलिखित विशेषताएँ अपेक्षित हैं-

उच्चारण- पारिभाषिक शब्द उच्चारण की दृष्टि से सुविधाजनक होना चाहिए

अर्थ- पारिभाषिक शब्द का अर्थ सुनिश्चित परिधि से युक्त तथा स्पष्ट होना चाहिए। साथ ही विज्ञान या शास्त्र विशेष में एक संकल्प अथवा वस्तु आदि के लिए एक ही पारिभाषिक शब्द होना चाहिए एवं प्रत्येक पारिभाषिक शब्द का एक ही अर्थ होना चाहिए।

लघुता- यथासंभव पारिभाषिक शब्दों का आकार छोटा होना चाहिए ताकि प्रयोक्ता को सुविधा रहे। शब्द व्याख्यात्मक हो इसके बजाय उसका पारदर्शी होना बेहतर है।

उर्वरता- पारिभाषिक शब्द उर्वर होना चाहिए अर्थात् उसे ऐसा बनाया जा सके यथा Fertile, Fertility, Fertilizer आदि या उर्वर, उर्वरकता, उर्वरक अति उर्वर आदि।

रूप- एक श्रेणी के पारिभाषिक शब्दों में रूप साम्य होना चाहिए जैसे Science, Scientific, Scientist आदि अथवा विशेषज्ञों के नाम-Scientist, Cytologist, Botanist, Cardiologist, Dramatist आदि।

प्रसार योग्यता- भारत और हिंदी के संदर्भ में पारिभाषिक शब्दों में यह योग्यता भी अपेक्षित है कि वे भारत के अन्य भाषा-भाषियों में प्रसार पा सकें और उन्हें ग्राह्य हो।

सीमा में बंधा हुआ शब्द- इसकी परिभाषा से ही स्पष्ट है कि ज्ञान, विज्ञान की विभिन्न शाखाओं में निश्चित अर्थों में परिभाषा की सीमा में बंधा हुआ शब्द है।

अर्थ संकोच- अर्थ की दृष्टि से देखें तो प्रायः अधिकांश पारिभाषिक शब्द अर्थ संकोच से बनते हैं।

त्रिविधता- प्रयोग के आधार की दृष्टि से देखें तो पारिभाषिक शब्दावली के स्वरूप में त्रिविधता पाई जाती है। अर्थात् कुछ पूर्ण पारिभाषिक, कुछ अर्ध पारिभाषिक और कुछ कभी-कभी पारिभाषिक के रूप में प्रयुक्त थे।

विषय विशेष की संकल्पना - विषय की दृष्टि से पारिभाषिक शब्द विषय विशेष की संकल्पनाओं के प्रति प्रतिबद्ध होते हैं। जैसे-ऑक्सीजन, विरेचन, कार्बन आदि।

वर्ण संकर- इतिहास और स्रोत की दृष्टि से पारिभाषिक शब्दावली वर्ण संकर होती है।

निर्माण के सिद्धांत

भारत में पारिभाषिक शब्दावली पर सर्वप्रथम डा. रघुवीर ने ही व्यवस्थित, पूर्ण वैज्ञानिक एवं विशद रूप से विचार एवं कार्य किया। डा. रघुवीर का कहना है कि पारिभाषिक शब्दों का नियम है कि जितने शब्द, अंग्रेजी में हो उतने ही हिंदी में भी होने चाहिए, उससे कम में काम नहीं चलेगा। इस विचार से असहमत होने की कोई गुंजाइश नहीं है।

विज्ञान आदि अनेक विषयों में यूरोप, अमेरिका, चीन, जापान का अनुसरण करने की मजबूरी और पुरानी अंग्रेजी दासता के परिप्रेक्ष्य में कम से कम अंग्रेजी भाषा के प्रत्येक पारिभाषिक शब्द का समानक तो हिंदी को लाना ही पड़ेगा। यहां तक तो ठीक है, किंतु इसके आगे प्रश्न उठता है कि इन शब्दों को कहां से लाया जाए और उनका स्रोत तथा स्वरूप कैसा हो? इस प्रश्न पर पिछले कई दशकों में विद्वानों का मतैक्य नहीं रहा। पारिभाषिक शब्दों के स्वरूप, स्रोत और निर्माण संबंधी विचारधाराओं में निम्नलिखित प्रमुख रही-

1. **पुनरुद्धारवादी/शुद्धतावादी विचारधारा** - कुछ विद्वान ऐसे हैं जो भारतीय भाषाओं की सारी की सारी पारिभाषिक शब्दावली संस्कृत से लेने के पक्ष में हैं। वे यथासंभव अधिक से अधिक शब्दों को प्राचीन संस्कृत वांग्मय से लेना चाहते हैं। इस संदर्भ में डा. रघुवीर का मानना है कि जो पारदर्शिता हिंदी के शब्दों में है वह संसार की किसी और भाषा में नहीं है तथा संस्कृत में उपलब्ध 20 उपसर्गों, 500 धातुओं और 80 प्रत्ययों की सहायता से लाखों करोड़ों शब्द बनाए जा सकते हैं। उनके अनुसार भारतीय भाषाओं का आधार भाषा संस्कृत है। यदि हम चाहते हैं कि सभी भाषाओं के पारिभाषिक शब्द एक जैसे हों तो वह संस्कृत से ही हो सकते हैं। इसके विरुद्ध यह बात सामने आ सकती है कि यह अतिवादी हैं।

विदेशी या अन्य भाषा के शब्दों को आज पूर्णतया बहिष्कृत करना संभव नहीं है। कुछ शब्द तो ऐसे हैं जिनका संस्कृत या हिंदी में कुछ पर्याय नहीं है। जैसे स्टेशन। इन विद्वानों द्वारा जो पारिभाषिक शब्दावली तैयार की गई है कठिन है। जैसे- रेल-संयान, टिकट-संयान पत्र, रिकशा-नरयान,

मिल-निर्माणी आदि। ऐसे अनुवाद हास्यास्पद हो गई है। कहीं कहीं पर इसका जड़ अनुवाद हो गया है जैसे-पीएचडी के लिए महाविज्ञ और रीडर के लिए प्रवाचक आदि।

2. शब्दग्रहणवादी विचारधारा - इस सिद्धांत को अपनाने वालों को स्वीकारवादी, अंतर्राष्ट्रीयवादी या आदानवादी कहते हैं। अधिकांश अंग्रेजी परंपरा के लोग इसी पक्ष में हैं। इनका मानना है कि चूंकि अंग्रेजी और अंतर्राष्ट्रीय शब्दावली का प्रचार विश्व में सर्वाधिक है अतः उससे परिचित होने पर हमारे विज्ञान या शास्त्रवेत्ताओं को विभिन्न भाषाओं में प्रकाशित साहित्य को समझने में आसानी होगी। दूसरी बात, इसे अपनाने से नई पारिभाषिक शब्दावली बनाने और उसके मानक रूप की समस्या समाप्त हो जाती है। तीसरी बात, नए शब्द विभिन्न विज्ञानों में हमेशा आते रहेंगे तो फिर कब तक देशी श्रोतों को खोजते रहेंगे। इसके विरुद्ध यह बात कही जा सकती है कि यह शब्दावली सर्वत्र नहीं अपनाई गई है। दूसरा, अंग्रेजी के सारे पारिभाषिक शब्द हिंदी नहीं पचा पाती है।

वस्तुतः कोई भी भाषा किसी दूसरी भाषा के सारे के सारे शब्द पचा नहीं सकती। तीसरा, गृहित शब्द अर्धमृत होते हैं, क्योंकि उनमें जनन शक्ति या तो बहुत कम होती है, या बिल्कुल नहीं होती। इसको मानने वाले अंग्रेजी शब्दों को ज्यों का त्यों लेना चाहते हैं जैसे-एकेडमी, इंटरिम, टैकनीक, कमेडी आदि। कुछ लोग ध्वनि व्यवस्था के अनुरूप अनुवाद करना चाहते हैं जैसे-अकादमी, अंतरिम, तकनीक, कामदी आदि।

3. प्रयोगवादी विचारधारा - तीसरा सिद्धांत को माननेवाले हैं प्रयोगवादी या हिन्दुस्तानी। इसका माननेवाले हिंदी-उर्दू के समन्वय तथा सरल शब्दावली के नाम पर बोलचाल के शब्दों, संस्कृत शब्दों तथा अरबी-फारसी शब्दों की खिचड़ी से ऐसे शब्द बनाए हैं जो बड़े हास्यास्पद हैं। जैसे-Recation-पलटकारी, Emergency- अचानकी, President- राजपति, Government- शासनिया आदि। इनका प्रयोग एक तो हास्यास्पद लगे तो इसमें गंभीरता नजर नहीं आई।

4. लोकवादी विचारधारा - इस तरह के माननेवाले या तो जनता से शब्द ग्रहण किए हैं या जन प्रचलित शब्दों के योग से शब्द बनाने के पक्षधर हैं। जैसे Defector- न्यन्य, आयाराम गयाराम, Maternity Home- जच्चा बच्चा घर, Power House- बिजली घर आदि। इस प्रकार के

अनुवाद हिंदी के प्रकृति के अनुरूप तो है, लेकिन हिंदी के लिए सभी प्रकार के पारिभाषिक शब्द नहीं जुटाए जा सकते हैं। तो इससे भी पूरी तरह काम नहीं चल सकता है।

5. मध्यमार्गी विचारधारा - इस सिद्धांत को अपनाने वालों को समन्वयवादी भी कहा जा सकता है। जो भी इस विषय पर गंभीरता से विचार करेगा वह इसका समर्थन करेगा। इस विचार का अनुसरण खासकर सरकारी शब्द निर्माण संस्थानों में किया गया। इसके तहत अराष्ट्रीय, अंग्रेजी, संस्कृत, प्राकृत, आधुनिक भाषाओं के प्राचीन, मध्यकालीन साहित्य, सभी आधुनिक भारतीय भाषाओं तथा बोलियों के समन्वय से नए शब्द निर्माण किया जा सकता है। इनका मानन है कि-यथा संभव अंतर्राष्ट्रीय शब्दावली को लिया जाए। जो अपने मूल रूप में चल रहे हैं उन्हें वैसा ही लें या जिसमें ध्वनि परिवर्तन की आवश्यकता है उसे बदलें।

दूसरा, अंग्रेजी के लंबे समय तक संपर्क में रहने के कारण हमारे काफी निकट है। जो अंग्रेजी शब्द हमारी भाषा में प्रचलित हैं उन्हें चलने दिया जाए।

तीसरा, प्राचीन तथा मध्यकालीन साहित्य से भी चलने वाले तथा सभी दृष्टियों से सटीक शब्दों को लिया जा सकता है। चौथा, शब्दावली में अखिल भारतीयता का गुण लाने के लिए यह उचित होगा कि विभिन्न भारतीय भाषाओं तथा बोलियों में पाए जानेवाले उपयुक्त शब्दों को भी यथासंभव ग्रहण कर लिया जाए। पांचवां, शेष आवश्यक शब्दावली के लिए हमारे पास नए शब्द बनाते समय साधारणतः हमें इस बात का ध्यान नहीं रखना चाहिए कि शब्द की व्युत्पत्ति मूलतः क्या है, बल्कि हमें उसके वर्तमान प्रयोग और अर्थ देखना चाहिए। उस स्थिति में हमारे लिए मूल शब्दार्थ की अपेक्षा, वर्तमान शब्दार्थ ही अधिक महत्वपूर्ण होता है।

भारत सरकार के वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली आयोग एवं केंद्रीय हिंदी निदेशालय ने भी अपनी शब्दावलियों के निर्माण में उपर्युक्त विचारधारा को अपनाया है।

पारिभाषिक शब्दावली के अनुवाद में समस्या का समाधान

ऐसे में इसका कुछ समाधान के लिए भारत सरकार ने संविधान के अनुच्छेद-351 और राष्ट्रपति के 2 अप्रैल 1960 के आदेश के अनुसार

अक्टूबर 1961 में वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग की स्थापना हुई। इसे तब तक निर्मित शब्दावली के समन्वय, शब्दावली निर्माण के सिद्धान्तों के निर्धारण, वैज्ञानिक तथा तकनीकी कोशों के निर्माण और आयोग द्वारा तैयार/अनुमोदित नई शब्दावली का उपयोग करते हुए मानक वैज्ञानिक पाठ्य पुस्तकों का मौलिक लेखन और अनुवाद का काम सौंपा गया। आयोग द्वारा कुछ नियम स्वीकृत और प्रतिपादित किए गए हैं जो इस प्रकार हैं-

अंतर्राष्ट्रीय शब्दों को यथा संभव उनके प्रचलित अंग्रेजी रूपों में अपनाना चाहिए और हिंदी व अन्य भारतीय भाषाओं की प्रकृति के अनुसार ही उनका लिप्यांतरण करना चाहिए। अंतर्राष्ट्रीय शब्दावली के निम्नलिखित उदाहरण दिए जा सकते हैं-

- (क) तत्वों और यौगिकों के नाम जैसे हाइड्रोजन, नाइट्रोजन, कार्बन आदि।
- (ख) तौल और माप की इकाइयों और भौतिक परिमाण की इकाइयों जैसे- कैलोरी, ऐम्पियर आदि।
- (ग) ऐसे शब्द जो व्यक्तियों के नाम पर बनाए गए हैं जैसे-वोल्ट के नाम पर वोल्टमीटर आदि।
- (घ) वनस्पति विज्ञान, प्राणी विज्ञान, भू विज्ञान आदि की द्विपदी नामावली,
जैसे-*Mangifera indica*
- (ङ) स्थिरांक जैसे, द, ह आदि।
- (च) ऐसे अन्य शब्द जो आमतौर पर सारे संसार में प्रयोग हो रहा है जैसे-रेडियो, पेट्रोल, रेडार, इलेक्ट्रान, प्रोटान, न्यूट्रान आदि।

प्रतीक, रोमन लिपि में अंतर्राष्ट्रीय रूप में ही रखे जाएंगे परंतु संक्षिप्त रूप नागरी और मानक रूपों में भी लिखा जा सकता है। जैसे- सेंटीमीटर का प्रतीक cm हिंदी में भी ऐसे ही प्रयुक्त होगा परंतु इसका नागरी संक्षिप्त रूप सी.एम. हो सकता है।

ज्यामितीय आकृतियों में भारतीय लिपियों के अक्षर प्रयुक्त किए जा सकते हैं, जैसे-अ, ब, स, क, ख, ग परंतु त्रिकोणमितीय संबंधों में केवल रोमन अथवा ग्रीक अक्षर ही प्रयुक्त करने चाहिए जैसे- साइन A, कास B आदि।

संकल्पनाओं को व्यक्त करनेवाले शब्दों का सामान्यतः अनुवाद किया जाना चाहिए।

हिंदी पर्यायों का चुनाव करते समय सरलता, अर्थ की परिशुद्धता और सुबोधता का विशेष ध्यान रखना चाहिए। सुधार विरोधी और विशुद्धतावादी प्रवृत्तियों से बचना चाहिए।

सभी भारतीय भाषाओं के शब्दों में यथासंभव अधिकाधिक एकरूपता लाना ही इसका उद्देश्य होना चाहिए और इसके लिए ऐसे शब्द अपनाने चाहिए जो—(अ) अधिक से अधिक प्रादेशिक भाषाओं में प्रयुक्त होते हो, और (इ) संस्कृत धातुओं पर आधारित हों

एसे देशी शब्द जो सामान्य प्रयोग के वैज्ञानिक शब्दों के स्थान पर हमारी भाषाओं में प्रचलित हो गए हैं, जैसे telegraph, telegram के लिए तार continent के लिए महाद्वीप, atom के लिए परमाणु आदि। यह सब इसी रूप में व्यवहार किए जाने चाहिए

अंग्रेजी, पुर्तगाली, फ्रांसीसी आदि भाषाओं के ऐसे विदेशी शब्द जो भारतीय भाषाओं में प्रचलित हो गए हैं, जैसे इंजन, मशीन, लावा, मीटर, लीटर, प्रिन्म, टार्च आदि इसी रूप में अपनाए जाने चाहिए।

अंतर्राष्ट्रीय शब्दों का देवनागरी लिपि में लिप्यंतरण – इस समस्या पर विस्तार से लिखा जा रहा है।

लिंग- हिंदी में अपनाए गए अंतर्राष्ट्रीय शब्दों को, अन्यथा कारण न होने पर पुलिंग रूप में ही प्रयुक्त करना चाहिए।

संकर शब्द- वैज्ञानिक शब्दावली में संकर शब्द, जैसे-Ionization के लिए आयनीकरण, Voltage के लिए वोल्टता, ringstand के लिए वलयस्टैंड, saponifier के लिए साबुनीकरण आदि के सामान्य और प्राकृतिक भाषा शास्त्रीय क्रिया के अनुसार बनाए गए हैं और ऐसे शब्द रूपों को वैज्ञानिक शब्दावली की आवश्यकताओं, यथा सुबोधता, उपयोगिता और संक्षिप्तता का ध्यान रखते हुए व्यवहार में लाना चाहिए।

वैज्ञानिक शब्दों में संधि और समास- कठिन संधियों का यथासंभव कम से कम प्रयोग करना चाहिए और संयुक्त शब्दों के लिए दो शब्दों के बीच 'हाइफन' लगा देना चाहिए। इससे नई शब्द रचनाओं की सरलता और शीघ्रता से समझने में सहायता मिलेगी।

gyar- नए अपनाए हुए शब्दों में आवश्यकतानुसार हलंत का प्रयोग करके उन्हें सही रूप में लिखना चाहिए।

पंचम वर्ण का प्रयोग- पंचम वर्ण के स्थान पर अनुस्वार का प्रयोग करना चाहिए परंतु lens, patent आदि शब्दों का लिप्यंतरण लेंस, पेटेंट या पेटेण्ट न करके लेन्स, पेटेन्ट ही करना चाहिए।

आखिर क्या है अनुवाद?

अनुवाद कैसे करें, या सही-सही अनुवाद कैसे करें, यह जानने से पहले यह जानना आवश्यक है कि अनुवाद है क्या ? यदि किसी द्वारा कही हुई कोई बात आप दोहरा रहे हैं तो आप अनुवाद कर रहे हैं, क्योंकि अनुवाद का अर्थ ही है -- 'पुनः कथन, या किसी के कहने के बाद कहना।'

यदि किसी ने फूल न देखा हो और आपको उसे फूल, उसकी बनावट, रंग-रूप आदि के बारे में बताना पड़े तो यह समझाना-बुझाना भी अनुवाद के दायरे में आयेगा। भाषान्तर या अनुवाद दरअसल प्रतीकांतर का ही एक रूप है -- एक भाषा के प्रतीक को दूसरी भाषा के समकक्ष प्रतीक द्वारा व्यक्त करने का विज्ञान, जो साथ में कला भी है। अनुवाद शब्द का मूल अर्थ 'पश्चात कथन' और सार्थक पुनरावृत्ति भले ही रहा हो, पर बाद में वह किसी शब्द, वाक्य या पुस्तक को दूसरी भाषा में प्रस्तुत करने के लिए प्रयुक्त होने लगा।

आज के युग में अनुवाद का महत्त्व पहले की तुलना में कहीं अधिक हो गया है। साहित्य और विज्ञान के हर क्षेत्र में इतना काम और व्यावहारिक ज्ञान का संचय हो रहा है कि उससे अनभिज्ञ नहीं रहा जा सकता। यह काम इतनी तेजी से हो रहा है कि दूसरी भाषाओं में उपलब्ध ज्ञानराशि प्राप्त करने का सतत् प्रयत्न करते रहना आवश्यक हो गया है, जो अनुवाद के जरिए ही संभव है।

किसी भी कृति का जीवंत अनुवाद एक दुष्कर कार्य है, क्योंकि हर भाषा की अपनी व्यवस्था होती है, सामाजिक और सांस्कृतिक संदर्भ होते हैं, जिनको अन्य भाषाओं में व्यक्त करने वाले समानार्थी शब्द नहीं होते। अक्सर अन्य भाषाएं ऐसे शब्दों को तोड़-मरोड़ कर या ज्यों का त्यों अपना लेती हैं। इससे अनुवाद बोझिल नहीं होता और लेखक का मूल अभिप्राय भी नष्ट नहीं होता।

अनुवाद के प्रकार

विषय और स्वरूप के अनुसार अनुवादों का व्यावहारिक वर्गीकरण किया जा सकता है। यह तीन प्रकार का है -

शब्दानुवाद

इस कोटि के आदर्श अनुवाद में कोशिश की जाती है कि मूल भाषा के प्रत्येक शब्द और अभिव्यक्ति की इकाई (पद, पदबंध, मुहावरा, लोकोक्ति, उपवाक्य अथवा वाक्य आदि) का अनुवाद लक्ष्य भाषा में करते हुए मूल के भाव को संप्रेषित किया जाए। दूसरे शब्दों में, अनुवाद न तो मूल पाठ की किसी अभिव्यक्ति इकाई को छोड़ सकता है और न अपनी ओर से कुछ जोड़ सकता है। अनुवाद का यह प्रकार गणित, ज्योतिष, विज्ञान और विधि साहित्य के अधिक अनुकूल पड़ता है।

भावानुवाद

इस प्रकार के अनुवाद में भाव, अर्थ और विचार पर अधिक ध्यान दिया जाता है, लेकिन ऐसे शब्दों, पदों या वाक्यांशों की उपेक्षा नहीं की जाती जो महत्त्वपूर्ण हों। ऐसे अनुवाद से सहज प्रवाह बना रहता है। पत्रकार अक्सर इसका सहारा लेते हैं।

सारानुवाद

यह आवश्यकतानुसार संक्षिप्त या अति संक्षिप्त होता है। भाषणों, विचार गोष्ठियों और संसद के वादविवाद का प्रस्तुतिकरण इसी कोटि का होता है।

अनुवाद की प्रक्रिया

अनुवाद की एक प्रक्रिया है जिसके द्वारा एक भाषा की पाठ-सामग्री दूसरी भाषा में व्यक्त की जाती है। जिस भाषा में सामग्री उपलब्ध है, वह मूल भाषा है तथा जिस भाषा में अनुवाद होना है, उसे लक्ष्य भाषा कहा जाता है। अनुवाद की प्रक्रिया की तीन अवस्थाएं मानी गयी हैं—मूल सामग्री की विश्लेषण, अंतरण और पुनर्रचना या पुनर्गठन। स्रोत भाषा की सामग्री का सही अर्थ निर्धारित करने के बाद अनुवादक लक्ष्य भाषा में उसकी समानार्थी स्वाभाविक अभिव्यक्ति खोजता है। समानार्थी अभिव्यक्ति दो प्रकार की हो

सकती है— ठीक वही अर्थ देने वाली (एकार्थी) अथवा निकटतम अर्थ देने वाली। अंग्रेजी के फादर और मदर के लिए पिता-माता एकार्थी अभिव्यक्तियाँ हैं, लेकिन अंग्रेजी के अंकल के लिए हिंदी में बहुत से शब्द हैं, ताऊ, चाचा, मामा आदि।

व्यावहारिक भाषा के ज्ञान के बिना सही अनुवाद संभव नहीं। इसके अतिरिक्त पत्रकारिता का अनुवाद एक अनुभव-आश्रित कार्य है। पत्रकारिता में अनुवाद के समय, अनुवाद के नियम-कानून पहले लागू होते हैं, फिर अनुवाद के। अनुवादक को अपनी सूझ-बूझ और समाचार प्रस्तुतिकरण के तकाजों को ध्यान में रखकर अनुवाद करना होता है। अनूदित समाचार में भी एक लय होती है, भाषा और पदों का सुघड़ संयोजन होता है।

अनुवाद और अर्थ

‘अनुवाद और अर्थ’ शीर्षक शायद गलत है। दरअसल हमें कहना चाहिए अनुवाद में अनर्थ। आप ने अखबारों में अक्सर पढ़ा होगा -- ‘न्यायाधीश ने अपना निर्णय सुरक्षित रखा’। पहली नजर में हो सकता है कि आपको कुछ न खटके। परंतु यह अनुवादक के अज्ञान के कारण प्रचलित अशुद्ध अनुवाद का बेहतरीन नमूना है। जब न्यायाधीश कहता है कि उसने अपना ‘जजमेंट रिजर्व’ रखा है तो इसका मतलब यह नहीं होता कि फैसला लिखकर अलमारी में बंद किया गया है जो अमुक दिन सुनाया जायेगा। दरअसल इसका मतलब यह है कि निर्णय बाद में लिखा और सुनाया जायेगा। जब लोकसभा अध्यक्ष (स्पीकर) अपनी रूलिंग (निर्णय) आगे के लिए टाल देता है तब भी यही स्थिति होती है। अतः लिखा जाना चाहिए -- निर्णय ‘स्थगित’ या ‘मुलतवी’ कर दिया गया है। सटीक और सहज अनुवाद के लिए दोनों भाषाओं की विषमताओं की जानकारी होनी चाहिए। थोड़ा ध्यान देने से अनुवादक ऐसी तमाम चूकों से बच सकते हैं जो अनुवाद के समय चुपके से घुस आती हैं।

कई बार स्थान भेद की जानकारी होने से अनुवाद में बड़ी सहायता मिलती है। भारत में वित्तमंत्री जो कार्य करते हैं वही काम ब्रिटेन में ‘चांसलर ऑफ़ एक्सचेंजर’ करते हैं। इसी तरह अमेरिका के सेक्रेट्री आफ़ स्टेट को विदेशमंत्री कहा जाना चाहिए। अमेरिकी राष्ट्रपति द्वारा मनोनीत मंत्रियों को सेक्रेट्री कहा जाता है, उन्हें हम मंत्री ही कहेंगे, सचिव नहीं।

अमेरिका में राज्यों के गवर्नर की स्थिति भारत के राज्यपालों से अलग होती है। वहां वे निर्वाचित होते हैं, इसलिए अनुवाद न करना ही बेहतर होगा।

अमेरिकी और ब्रितानी अंग्रेजी का फर्क भी ध्यान में रखना आवश्यक है। एक बार पाकिस्तान ने अमेरिका से रेलवे स्लीपर खरीदे। उनको अमेरिका में 'टाई' कहते हैं, क्योंकि वह दोनों पटरियों को बांधे रहता है। अमेरिका की अखबार में छपी इस खबर के आधार पर एक पाकिस्तानी उर्दू अखबार में संपादकीय छपा, जिसमें गले में बांधने वाली टाई की खरीद की निंदा की गई थी।

अखबार और पुस्तकें देखने पर आप पायेंगे कि वर्तनी की एकरूपता का कोई सार्वदेशिक मानक (स्टैंडर्ड) नहीं है। ऐसा नहीं है कि किसी स्तर पर प्रयास नहीं हुआ, लेकिन मत-वैभिन्य और वर्तनी के प्रति लापरवाही के कारण अराजकता जैसी स्थिति है। वस्तुतः इस मामले में छपाई और लेखकीय सुविधा के कारण सरलीकरण की प्रवृत्ति बलवती हुई है। बहुत से अखबार अपने यहां कुछ खास शब्दों व नामों आदि की वर्तनी निश्चित कर लेते हैं और उस अखबार में उन शब्दों के लिए उसी वर्तनी का प्रयोग होता है। इससे मानकीकरण बढ़ता है और अराजकता घटती है।

अंग्रेजी के तमाम संक्षिप्त रूप इतने चल गए हैं कि हिंदी की सहज प्रकृति के अनुरूप संक्षिप्तीकरण का आग्रह पिछड़ जाता है। मसलन थाने में प्राथमिक रिपोर्ट के लिए एफआईआर का प्रयोग धड़ल्ले से होता है। इसी तरह वीडियो आमफहम शब्द बन जाता है। अब तो अखबारों ने पूरे के पूरे अंग्रेजी शब्दों का इस्तेमाल शुरू कर दिया है। यहां तक कि अध्यापक की जगह टीचर और ऐसे ही अन्य शब्दों का इस्तेमाल बढ़ गया है। इस संबंध में यही कहा जाना चाहिए कि जनस्वीकृति सबसे बड़ा प्रमाण होता है, भले ही वह नियमानुकूल हो या न हो।

एक खेल संवाददाता को खेल से जुड़ी शब्दावली का समग्र ज्ञान होना आवश्यक है, आर्थिक संवाददाता को न केवल तत्संबंधी शब्दावली का ही ज्ञान होना चाहिए बल्कि उसे उनके सही अर्थ और प्रयोग की पूरी जानकारी होना भी आवश्यक है। अपराध संवाददाता को पुलिस और कोर्ट-कचहरी में प्रयोग होने वाले शब्दों की जानकारी के साथ-साथ कानून की विभिन्न धाराओं तथा उनके प्रभाव की जानकारी होना भी आवश्यक है अन्यथा उनके समाचार में गहराई नहीं आ पायेगी।

ऐसे समाचारों को अनुवाद करने वाले अनुवादक को भी कानून की धाराओं और उनके प्रयोग और अर्थ का कम से कम कामचलाऊ ज्ञान तो होना ही चाहिए अन्यथा अनुवाद के अशुद्ध होने की आशंका बनी रहेगी। वाक्य में भी सही शब्दों के चयन की प्रक्रिया को समझे बिना, अनुवाद अशुद्ध हो सकता है। हम यह तो कह सकते हैं कि 'अनुवाद के अशुद्ध होने की आशंका बनी रहेगी' पर इसे 'अनुवाद के अशुद्ध होने की संभावना बनी रहेगी' नहीं कहा जाना चाहिए, क्योंकि 'संभावना' एक पॉजिटिव, एक विधायी, एक धनात्मक शब्द है जबकि 'आशंका' एक नेगेटिव यानि ऋणात्मक शब्द है।

भाषा एक प्रवहमान वस्तु है। जनसामान्य के प्रयोग से यह नये-नये रूप पर धरती पर रहती है। पुराने शब्दों के अर्थ बदल जाते हैं, वे नये रूप और नये अर्थ धारण कर लेते हैं। अनुवाद की शुद्धता के लिए अनुवादक को इस परिवर्तन का ज्ञान होना चाहिए। साहित्य और पत्रकारिता में आज हम हिजड़ों के लिए किन्नर शब्द का प्रयोग करने लगे हैं, कभी यह शब्द हिमाचल प्रदेश के किन्नौर जिले के निवासियों के लिए अति पीड़ादायक होता पर आज बोलचाल की भाषा का भाग बन कर यह शब्द इसी अर्थ में रूढ़ हो गया है।

भारतीय भाषाओं के कई शब्द अंग्रेजी शब्द कोष में स्थान पा गए हैं। समय बीतने के साथ एक ही भाषा के कुछ शब्दों के अर्थ भी अक्सर बदल जाते हैं और वे नये-नये रूपों में सामने आते रहते हैं। अक्सर भाषाविद् इस पर ऐतराज करते हैं और नया अर्थ स्वीकार करने में हिचकते हैं, पर फिर लगातार प्रयोग से जब कोई शब्द नये अर्थ में रूढ़ हो जाता है तो विद्वजन भी नये रूप को स्वीकार कर लेते हैं। भावार्थ यह है कि रचना के मूल रचयिता को ही भाषा का समग्र ज्ञान होना आवश्यक नहीं है, बल्कि अनुवाद को भी शब्दों के सही-सही प्रयोग के लिए रचना की मूल भाषा और अनुवाद की भाषा पर पूरी पकड़ होना नितांत आवश्यक है।

भाषा के ज्ञान की तरह ही विषय-वस्तु का ज्ञान भी अनुवाद का अनिवार्य तत्त्व है। 'कोआपरेटिव सोसायटी' का अनुवाद 'सहकारी संस्था' ही हो सकता है 'सहयोगी संस्था' नहीं। इसी तरह यह भी ध्यान रखना चाहिए कि विषय बदल जाने पर एक ही शब्द का अर्थ भी बदल सकता है। अपराध संवाददाता के लिए किसी शब्द का अर्थ जो होगा, आवश्यक नहीं

कि वाणिज्य संवाददाता के लिए उस शब्द का अर्थ भी वही हो। भिन्न क्षेत्रों के लिए एक ही शब्द का अर्थ अलग-अलग होना सामान्य सी बात है। इसे समझे बिना अनुवाद अधूरा और अशुद्ध होने की आशंका बढ़ जाती है।

विज्ञापन एजेंसियों तथा जनसंपर्क सलाहकार कंपनियों में एक प्रथा है कि ग्राहक कंपनियों के लिए काम करने वाले कर्मचारियों को ग्राहक कंपनी के कामकाज तथा शैली की अधिकाधिक जानकारी दी जाती है। इसके लिए विशेष प्रशिक्षण सत्र आयोजित किए जाते हैं अथवा उन्हें ग्राहक कंपनी के कार्यालय में रहकर उनके कामकाज को समझने का अवसर दिया जाता है। अनुवादक को ऐसी सुविधा मिलना शायद न संभव है और न व्यावहारिक, ऐसे में अनुवादक के लिए एक ही तरीका बचता है कि वह संबंधित विषय पर उपलब्ध साहित्य का अधिकाधिक मनन करे और विषय की गहराई में जाये। इससे अनुवाद में सरलता आ जाती है और उसमें मूल रचना का प्रवाह और ताजगी भी बने रहते हैं।

अनुवाद के लिए विषय-विशेष से संबंधित शब्दकोष भी उपलब्ध हैं। हिंदी से अंग्रेजी, अंग्रेजी से हिन्दी, हिन्दी से हिन्दी तथा अंग्रेजी से अंग्रेजी के अच्छे शब्दकोषों के अतिरिक्त दोनों भाषाओं के पर्यायवाची शब्दकोषों (थिसारस) का अब कोई अभाव नहीं है। इसी तरह विषय-विशेष के शब्दकोष अर्थात् वाणिज्यिक शब्दकोष (बिजनेस डिक्शनरी), चिकित्सकीय शब्दकोष (मेडिकल डिक्शनरी), विधि शब्दावली (लीगल ग्लासरी) आदि भी आसानी से उपलब्ध हैं। अनुवादक के पास इनका अच्छा संग्रह होना चाहिए।

अनुवाद का एक नियम याद रखिए। यदि किसी अंग्रेजी शब्द का हिंदी में अनुवाद करना है और आपको भाव की ठीक-ठीक अभिव्यक्ति के लिए शब्दकोष से सही शब्द नहीं मिल पा रहा हो तो या तो मूल अंग्रेजी शब्द के अंग्रेजी समानार्थक खोजिए और फिर उनका हिंदी अर्थ देखिए या फिर हिंदी में दिये गए अनुवाद के हिंदी समानार्थक खोजिए और उनमें से सही शब्द चुन लीजिए या दोनों विधियों को मिला कर अपने मतलब का शब्द ढूँढ़ लीजिए।

उपरोक्त विवेचित नियमों का सार रूप कुछ यूँ होगा—

- सही और शुद्ध अनुवाद के लिए रचना की मूल भाषा तथा जिस विषय में अनुवाद होना है, उसका अच्छा ज्ञान होना आवश्यक है।

- रचना के विषय का आधारभूत ज्ञान अच्छे अनुवाद में सहायक होता है।
- रचना-विशेष की विषय-सामग्री को समझना अच्छे अनुवाद की अनिवार्य शर्त है।
- मूल रचना की भाषा तथा अनुवाद की भाषा अथवा लक्ष्य भाषा में प्रयुक्त मुहावरों, लोकोक्तियों, वाक्यांशों तथा उसमें समा चुके विदेशी शब्दों का ज्ञान भी आवश्यक है।
- अनुवाद में किताबी शब्दों के अनावश्यक प्रयोग से बचना चाहिए।
- यह ध्यान रखना आवश्यक है कि अनुवाद में प्रयुक्त शब्द रचना की भावना से मेल खाते हों।
- यदि अनुवाद के समय मूल रचना में प्रयुक्त किसी शब्द का सही स्थानापन्न न मिल रहा हो तो अनुवाद की भाषा (लक्ष्य भाषा) में उसके अर्थ के पर्यायवाची ढूढने से सही शब्द मिल सकता है।
- यदि अनुवाद के समय मूल रचना में प्रयुक्त किसी शब्द का सही स्थानापन्न न मिल रहा हो तो मूल रचना की भाषा (लक्ष्य भाषा) में उसके अर्थ के पर्यायवाची ढूढने से सही अनुवाद मिल सकता है।
- उपरोक्त दोनों विधियों को मिलाकर काम करने से अनुवाद में प्रयोग के लिए सही शब्द मिल सकता है।
- रचना की मूल भाषा, लक्ष्य भाषा तथा रचना की मूल भाषा से लक्ष्य भाषा वाले शब्द कोष व पर्यायवाची कोष अनुवादक के कार्य में सहायक होते हैं।
- अनुवादक के पास विषय-विशेष के शब्दकोषों का अच्छा संग्रह होना भी उपयोगी रहता है।
- अनुवाद के लिए सही शब्द की खोज समय खाने वाला समय काम तो है ही, इसमें थोड़ा-सा श्रम भी है पर इस मेहनत का फल यह होगा कि आपका अनुवाद रुचिकर, बोधगम्य और प्रवहमान होगा और यूँ लगेगा कि रचना मूल रूप से अनुवाद की भाषा में ही लिखी गई है। आखिर अनुवाद का उद्देश्य भी तो यही है।

12

पत्रकारिता का महत्त्व एवं उद्देश्य

पत्र-पत्रिकाओं में सदा से ही समाज को प्रभावित करने की क्षमता रही है। समाज में जो हुआ, जो हो रहा है, जो होगा, और जो होना चाहिए यानी जिस परिवर्तन की जरूरत है, इन सब पर पत्रकार को नजर रखनी होती है। आज समाज में पत्रकारिता का महत्त्व काफी बढ़ गया है। इसलिए उसके सामाजिक और व्यावसायिक उत्तरदायित्व भी बढ़ गए हैं। पत्रकारिता का उद्देश्य सच्ची घटनाओं पर प्रकाश डालना है, वास्तविकताओं को सामने लाना है। इसके बावजूद यह आशा की जाती है कि वह इस तरह काम करे कि 'बहुजन हिताय' की भावना सिद्ध हो।

पत्रकारिता का क्षेत्र एवं परिधि बहुत व्यापक है। उसे किसी सीमा में बांधा नहीं जा सकता। जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में हो रही हलचलों, संभावनाओं पर विचार कर एक नई दिशा देने का काम पत्रकारिता के क्षेत्र में आ जाता है। पत्रकारिता जीवन के प्रत्येक पहलू पर नजर रखती है। इन अर्थों में उसका क्षेत्र व्यापक है।

एक पत्रकार के शब्दों में "समाचार पत्र जनता की संसद है, जिसका अधिवेशन सदैव चलता रहता है।" इस समाचार पत्र रूपी संसद का कभी सत्रवासान नहीं होता। जिस प्रकार संसद में विभिन्न प्रकार की समस्याओं पर चर्चा की जाती है, विचार-विमर्श किया जाता है, उसी प्रकार समाचार-पत्रों का क्षेत्र भी व्यापक एवं बहुआयाम होता है। पत्रकारिता तमाम जनसमस्याओं

एवं सवालियों से जुड़ी होती है, समस्याओं को प्रशासन के सम्मुख प्रस्तुत कर उस पर बहस को प्रोत्साहित करती है। समाज जीवन के हर क्षेत्र में आज पत्रकारिता की महत्ता स्वीकारी जा रही है। आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक, विज्ञान, कला सब क्षेत्र पत्रकारिता के दायरे में हैं। इन संदर्भों में वर्तमान परिप्रेक्ष्य में आर्थिक पत्रकारिता का महत्त्व खासा बढ़ गया है।

नई आर्थिक नीतियों के प्रभावों तथा जीवन में कारोबारी दुनिया एवं शेयर मार्केट के बढ़ते हस्तक्षेप ने इसका महत्त्व बढ़ा दिया है। तमाम प्रमुख पत्र संस्थानों ने इसी के चलते अपने आर्थिक प्रकाशन प्रारंभ कर दिए हैं। इकॉनॉमिक टाइम्स (टाइम्स ऑफ इंडिया), बिजनेस स्टैण्डर्ड (आनंद बाजार पत्रिका), फाइनेंशियल एक्सप्रेस (इंडियन एक्सप्रेस) के प्रकाशकों ने इस क्षेत्र में गंभीरता एवं क्रांति ला दी है। जन्मभूमि प्रकाशन 'व्यापार' नामक गुजराती पत्र ने अपने पाठक वर्ग में अच्छी पहचान बनाई है। अब वह हिंदी में भी अपना साप्ताहिक संस्करण प्रकाशित कर रहा है। हिंदी-अंग्रेजी में तमाम व्याप-पत्रिकाएं इकॉनॉमिस्ट, व्यापार भारती, व्यापार जगत, शेयर मार्केट, कैपिटल मार्केट, इन्वेस्टमेंट, मनी आदि नामों से आ रही हैं।

महात्मा गांधी के अनुसार, 'पत्रकारिता के तीन उद्देश्य हैं- पहला जनता की इच्छाओं, विचारों को समझना और उन्हें व्यक्त करना है। दूसरा उद्देश्य जनता में वांछनीय भावनाएं जागृत करना और तीसरा उद्देश्य सार्वजनिक दोषों को नष्ट करना है। गांधी जी ने पत्रकारिता के जो उद्देश्य बताए हैं, उन पर गौर करें तो प्रतीत होता है कि पत्रकारिता का वही काम है जो किसी समाज सुधारक का हो सकता है।

पत्रकारिता नई जानकारी देता है, लेकिन इतने से संतुष्ट नहीं होता वह घटनाओं, नई बातों नई जानकारीयों की व्याख्या करने का प्रयास भी करता है। घटनाओं का कारण, प्रतिक्रियाएं, उनकी अच्छाई बुराइयों की विवेचना भी करता है।

पूर्व राष्ट्रपति शंकरदयाल शर्मा के अनुसार, पत्रकारिता पेशा नहीं, यह जनसेवा का माध्यम है। लोकतांत्रिक परम्पराओं की रक्षा करने शांति और भाईचारे की भावना बढ़ाने में इसकी भूमिका है।

समाज के विस्तृत क्षेत्र के संदर्भ में पत्रकारिता के निम्नलिखित उद्देश्य व दायित्व बताये जा सकते हैं-

1. नई जानकारीयां उपलब्ध कराना,

2. सामाजिक जनमत को अभिव्यक्ति देना,
3. समाज को उचित दिशा निर्देश देना,
4. स्वस्थ मनोरंजन की सामग्री देना,
5. सामाजिक कुरीतियों को मिटाने की दिशा में प्रभावी कदम उठाना,
6. धार्मिक सांस्कृतिक पक्षों का निष्पक्ष विवेचन करना,
7. सामान्यजन को उनके अधिकार समझाना,
8. कृषि जगत व उद्योग जगत की उपलब्धियां जनता के सामने लाना,
9. सरकारी नीतियों का विश्लेषण और प्रसारण,
10. स्वास्थ्य जगत के प्रति लोगों को सतर्क करना,
11. सर्वधर्म समभाव को पुष्ट करना,
12. संकटकालीन स्थितियों में राष्ट्र का मनोबल बढ़ाना,
13. वसुधैव कुटुम्बकम् की भावना का प्रसार करना।

समाज में मानव मूल्यों की स्थापना के साथ जन जीवन को विकासोन्मुख बनाना पत्रकारिता का दायित्व है। पत्रकारिता के सामाजिक और व्यावसायिक उत्तरदायित्व के अनेकानेक आयाम हैं। अपने इन उत्तरदायित्व का निर्वाह करने के लिए पत्रकार का एक हाथ हमेशा समाज की नब्ज पर होता है।

पत्रकारिता का प्रथम और अंतिम उद्देश्य केवल राष्ट्रहित ही होना चाहिए। हम भारतीयों की राष्ट्रवाद की व्याख्या 'वसुधैव कुटुम्बकम्' की परंपरा पर आधारित है न कि शेष विश्व से टकराव के सिद्धांत पर। पत्रकारों में पांच गुण आपेक्षित बताए, जिनको अपना कर वे अपने देश, समाज व अपने व्यवसाय की सफलतापूर्वक सेवा कर सकते हैं।

एक अच्छे पत्रकार में योगी, उपयोगी, प्रयोगी, कर्मयोगी, सहयोगी आदि पांच गुणों की अपेक्षा करते हुए कहा कि पत्रकार को योगी सा जीवन जीना चाहिए। कहने का अर्थ कि वह अपनी निजी इच्छाओं, आवश्यकताओं पर अंकुश रखते हुए मिशनरी भाव से काम करे। वह प्रयोगधर्मी हो और अपने क्षेत्र में नए-नए प्रयोग करे। प्रयोगधर्मी होने पर ही पाठक या दर्शक की रुचि बढ़ेगी और पत्रकारिता के क्षेत्र का विकास होगा। चौथा वह कर्मयोगी भी हो, अपनी कलम से समाज का जागरण तो करे ही साथ में जरूरत हो तो आगे आकर समाज का मार्गदर्शन भी करे। जो वह लिखता है उसे कार्यरूप दे कर दिखाए। पांचवां पत्रकार को समाज का सहयोगी होना चाहिए।

आज पत्रकारिता के मायने बदल गए हैं, बदल रहे हैं अथवा बदल दिए गए हैं, नतीजतन, उन पत्रकारों के सामने भटकाव जैसी स्थिति आ गई है, जो पत्रकारिता को मनसा-वाचा-कर्मणा अपना धर्म-कर्तव्य और कमजोर-बेसहारा लोगों की आवाज उठाने का माध्यम मानकर इस क्षेत्र में आए और हमेशा मानते रहे. और, वे नवांकुर तो और भी ज्यादा असमंजस में हैं, जो पत्रकारिता की दुनिया में सोचकर कुछ आए थे और देख कुछ और रहे हैं।

पत्रकार अगर भ्रष्ट नेताओं और अफसरों की पैरवी न करें तो भला कैसे जूठन पाएंगे... मार्केट इकोनामी ने मोरल वैल्यूज को धो-पोंछ-चाट कर रुपय्या को ही बप्पा मय्या बना डाला तो हर कोई नीति-नियम-नैतिकता छोड़कर दोनों हाथ से इसे उलीचने में जुटा है। नेता, अफसर, कर्मचारी से लेकर अब तो जज तक रुपये की बहती गंगा में हाथ धो रहे हैं।. पैसे ले देकर पोस्टिंग होती है, पैसे ले देकर गलत सही काम किए कराए जाते हैं और पैसे ले देकर मुकदमे और फ़ैसले लिखे किए जाते हैं, पैसे ले देकर गड़बड़झाले-घोटाले दबा दिए जाते हैं।. इस 'अखिल भारतीय पैसा परिघटना' से पत्रकार दूर कैसे रह सकता है और जब मीडिया मालिक लगभग सारी मलाई चाट जा रहे हों तो बेचारे पत्रकार तो जूठन पर ही जीवन चलाएंगे न...

ऐसे ही जूठनबाज पत्रकारों के एक दल ने उत्तराखंड के भ्रष्ट डीजीपी सिद्धू की पैराकोरी का अघोषित अभियान चला रखा है।. वो कहते भी हैं न कि भ्रष्टाचारी के यार हजार, सदाचारी अकेले खाए मार... इन यार पत्रकार ने सिद्धू के गड़बड़झाले को निजी हैसियत से जांचने गए आईपीएस अधिकारी। mitabh Thakur को ही निशाना बना डाला... इन पत्रकारों ने अगर इतना ही साहस उत्तराखंड की भ्रष्ट सरकार और भ्रष्ट अफसरों की पोल खोलने में दिखाया होता तो जनता जनार्दन की जाने कितनी भलाई हो गई होती.. पर अब जनता की कौन सोचता है।. जनता बस मोहरा है।. मोहरे की आड़ में सब माल पीट रहे हैं।. डीजीपी सिद्धू कांड तो सच में आंख खोलने वाला है।. पता चला है कि दलाली के पैसे से गाल लाल कर मीडिया उद्यमी बने कुछ नए किस्म के अंतरदेशीय दल्ले भी सिद्धू की गुपचुप पैरोकारी में देहरादून के अखबारों के संपादकों को पटाते घूम रहे हैं।. देखना, एक न एक दिन ये साले सब नंगे होंगे।. रुपये-सत्ता के जोर से और भ्रष्टों के मेल से ये मीडिया के छोटे-बड़े दल्ले भले ही आज खुद को पावरफुल महसूस कर

रहे हैं, लेकिन जब अचानक इनके पिछवाड़े कोई अदृश्य लात पड़ेगी तो इन्हें समझ में नहीं आएगा कि धूल चाटने गिरे कहां, दाएं बाएं या बीच में... क्योंकि तब भू-लुठित होना कल्पसरी होगा, आप्शन होगा केवल जगह चुनने की...

फिलहाल तो अमिताभ ठाकुर को सलाम
जो अपने कबीराना-फकीराना अंदाज में
नित नए नए कर रहे हैं जोरदार काम...

पत्रकारिता पर क्या वाकई विश्वसनीयता का संकट आ गया है!..? यह सवाल विद्वान लोग उठाते थे, अब जनसाधारण में ये बातें होने लगी हैं। पहले और अब में एक फर्क यह भी है कि पहले अपनी विश्वसनीयता के कारण पत्रकारिता जनता पर जितना असर डालती थी, अब उतना नहीं डाल पाती। अब तो मीडिया का पाठक या दर्शक हाल के हाल उसकी खबरों और खयालों पर टीका-टिप्पणी करने लगा है। आम लोगों में यह बदलाव अच्छी बात है या चिंता की बात, यह विद्वान लोग ही तय कर पाएंगे।

अर्थव्यवस्था प्रधान युग होने के कारण प्रत्येक प्रमुख समाचार-पत्र दो से चार पृष्ठ आर्थिक गतिविधियों के लिए आरक्षित कर रहा है। इसमें आर्थिक जगत से जुड़ी घटनाओं, कम्पनी समाचारों, शेयर मार्केट की सूचनाओं, सरकारी नीति में बदलावों, मुद्रा बाजार, सर्राफा बाजार एवं विविध मण्डियों से जुड़े समाचार छपते हैं। ऐसे में देश-विदेश के अर्थ जगत से जुड़ी प्रत्येक गतिविधि आर्थिक समाचारों एवं आर्थिक पत्रकारिता का हिस्सा बन गई हैं। राजनीतिक-सामाजिक परिवर्तनों के बाजार एवं अर्थव्यवस्था पर क्या प्रभाव पड़ेंगे इसकी व्याख्या भी आर्थिक पत्रकारिता का विषय क्षेत्र है।

इसी प्रकार ग्रामीण क्षेत्रों की रिपोर्टिंग के संदर्भ में पत्रकारिता का महत्त्व बढ़ा है। भारत गावों का देश है। देश की अधिकांश आबादी गावों में रहती है। अतः देश के गावों में रह रहे लाखों-करोड़ों देशवासियों की भावनाओं का विचार कर उनके योग्य एवं उनके क्षेत्र की सामग्री का प्रकाशन पत्रों का नैतिक कर्तव्य है। एक परिभाषा के मुताबिक जिन समाचार-पत्रों में 40 प्रतिशत से ज्यादा सामग्री गावों के बारे में, कृषि के बारे में, पशुपालन, बीज, खाद, कीटनाशक, पंचायती राज, सहकारिता के विषयों पर होगी उन्हीं समाचार पत्रों को ग्रामीण माना जाएगा।

तमाम क्षेत्रीय-प्रांतीय अखबार आज अपने आंचलिक संस्करण निकाल रहे हैं, पर उनमें भी राजनीतिक खबरों, बयानों का बोलबाला रहता है। इसके बाद भी आंचलिक समाचारों के चलते पत्रकारिता का क्षेत्र व्यापक हुआ है और उसकी महत्ता बढ़ी है।

पत्रकारिता के प्रारम्भिक दौर में घटना को यथातथ्य प्रस्तुत करना ही पर्याप्त माना जाता था। परिवर्तित परिस्थितियों में पाठक घटनाओं के मात्र प्रस्तुतीकरण से संतुष्ट नहीं होता। वह कुछ “और कुछ” भी जानना चाहता है। इसी “और” की संतुष्टि के लिए आज संवाददाता घटना की पृष्ठभूमि और कारणों की भी खोज करता है। पृष्ठभूमि के बाद वह समाचार का विश्लेषण भी करता है। इस विश्लेषणपरकता का कारण पाठक को घटना से जुड़े विविध मुद्दों का भी पता चल जाता है। टाइम्स आफ इंडिया आदि कुछ प्रमुख पत्र नियमित रूप से “समाचार विश्लेषण” जैसे स्तंभों का प्रकाशन भी कर रहे हैं। प्रेस स्वतंत्रता पर अमेरिका के प्रेस आयोग ने यह भी स्वीकार किया था कि अब समाचार के तथ्यों को सत्य रूप से रिपोर्ट करना ही पर्याप्त नहीं वरन् यह भी आवश्यक है कि तथ्य के सम्पूर्ण सत्य को भी प्रकट किया जाए।

पत्रकार का मुख्य कार्य अपने पाठकों को तथ्यों की सूचना देना है। जहां सम्भव हो वहां निष्कर्ष भी दिया जा सकता है। अपराध तथा राजनैतिक संवाददाताओं का यह मुख्य कार्य है। तीसरा एक मुख्य दायित्व प्रसार का है। आर्थिक-सामाजिक जीवन के बारे में तथ्यों का प्रस्तुतीकरण ही पर्याप्त नहीं वरन उनका प्रसार भी आवश्यक है। गम्भीर विकासात्मक समस्याओं से पाठकों को अवगत कराना भी आवश्यक है। पाठक को सोचने के लिए विवश कर पत्रकार का लेखन सम्भावित समाधानों की ओर भी संकेत करता है। विकासात्मक लेखन में शोध का भी पर्याप्त महत्त्व है।

शुद्ध विकासात्मक लेखक के क्षेत्रों को वरिष्ठ पत्रकार राजीव शुक्ल ने 18 भागों में विभक्त किया है – उद्योग, कृषि, शिक्षा और साक्षरता, आर्थिक गतिविधियाँ, नीति और योजना, परिवहन, संचार, जनमाध्यम, ऊर्जा और ईंधन, श्रम व श्रमिक कल्याण, रोजगार, विज्ञान और तकनीक, रक्षा अनुसन्धान और उत्पाद तकनीक, परिवार नियोजन, स्वास्थ्य और चिकित्सा सुविधाएं, शहरी विकास, ग्रामीण विकास, निर्माण और आवास, पर्यावरण और प्रदूषण।

पत्रकारिता के बढ़ते महत्त्व के क्षेत्रों में आधुनिक समय में संदर्भ पत्रकारिता अथवा संदर्भ सेवा का विशिष्ट स्थान है। संदर्भ सेवा का तात्पर्य संदर्भ सामग्री की उपलब्धता से है। सम्पादकीय लिखते समय किसी सामाजिक विषय पर टिप्पणी लिखने के लिए अथवा कोई लेख आदि तैयार करने की दृष्टि से कई बार विशेष संदर्भों की आवश्यकता होती है। ज्ञान-विज्ञान के विस्तार तथा यांत्रिक युग की व्यवस्थाओं में कोई भी पत्रकार प्रत्येक विषय को स्मरण शक्ति के आधार पर नहीं लिख सकता। अतः पाठकों को सम्पूर्ण जानकारी देने के लिए आवश्यक है कि पत्र-प्रतिष्ठान के पास अच्छा सन्दर्भ साहित्य संग्रहित हो। कश्मीरी लाल शर्मा ने “संदर्भ पत्रकारिता” विषयक लेख में सन्दर्भ सेवा के आठ वर्ग किए हैं— कतरन सेवा, संदर्भ ग्रंथ, लेख सूची, फोटो विभाग, पृष्ठभूमि विभाग, रिपोर्ट विभाग, सामान्य पुस्तकों का विभाग और भण्डार विभाग।

संसद तथा विधान-मण्डल समाचार-पत्रों के लिए प्रमुख स्रोत हैं। इन सदनों की कार्यवाही के दौरान समाचार-पत्रों के पृष्ठ संसदीय समाचारों से भरे रहते हैं। संसद तथा विधानसभा की कार्यवाही में आमजन की विशेष रुचि रहती है। देश तथा राज्य की राजनीतिक, सामाजिक आदि गतिविधियाँ यहां की कार्यवाही से प्रकट होती रहती हैं, जिसे समाचार-पत्र ही जनता तक पहुँचा कर उनका पथ-प्रदर्शन करते हैं।

संसदीय कार्यवाही की रिपोर्टिंग के समय विशेष दक्षता और सावधानी की आवश्यकता है। इनसे संबंधित कानूनों तथा संसदीय विशेषाधिकार की जानकारी होना प्रत्येक पत्रकार के लिए आवश्यक है।

खेलों का मानव जीवन से काफी पुराना संबंध है। मनोरंजन तथा स्वास्थ्य की दृष्टि से भी मनुष्य ने इनके महत्त्व को समझा है। आधुनिक विश्व में विभिन्न देशों के मध्य होने वाली प्रतियोगिताओं के कारण कई खेल व खिलाड़ी लोकप्रिय होने लगे हैं। ओलम्पिक तथा एशियाई आदि अंतर्राष्ट्रीय प्रतियोगिताओं के कारण भी खेलों के प्रति रुचि में विकास हुआ।

शायद ही कोई दिन ऐसा हो जब राष्ट्रीय तथा अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर किसी न किसी प्रतियोगिता का आयोजन नहीं हो रहा है। अतः खेलों के प्रति जन-जन की रुचि को देखते हुए पत्र-पत्रिकाओं में खेलों के समाचार तथा उनसे संबंधित नियमित स्तंभों का प्रकाशन किया जाता है। प्रायः सभी प्रमुख समाचार पत्र पूरा एक पृष्ठ खेल जगत की हलचलों को देते हैं।

आजकल तो खेल खिलाड़ी, खेल युग, खेल हलचल, स्पोर्ट्स वीक, क्रिकेट सम्राट आदि अनेक पत्रिकाएं प्रकाशित हो रही हैं जो विश्व भर की खेल हलचलों को अपने पत्र में स्थान देती हैं।

पत्रकारिता का महत्त्व छिपे तथ्यों को उजागर करने में स्वीकारा गया है। वह तमाम क्षेत्र की विशिष्ट सूचनाएं जनता को बताती हैं। जब जहाँ कोई व्यक्ति या अधिकारी कोई तथ्य छिपाना चाहता हो अथवा कोई तथ्य अनुद्घाटित हो, वहीं अन्वेषणात्मक पत्रकारिता प्रारम्भ हो जाती है। उस समाचार या तथ्य को प्रकाश में लाने के लिए पत्रकार तत्पर हो जाता है। अमेरिका का “वाटरगेट कांड” इस दृष्टि से उल्लेखनीय है। इस काण्ड के चलते सत्ता परिवर्तन के बाद अन्वेषणात्मक पत्रकारिता को विशेष प्रोत्साहन तथा मान्यता मिली।

यदि अन्वेषणात्मक पत्रकारिता सही उद्देश्यों से अनुप्रमाणित होकर की जाए तो यह समाज और राष्ट्र के लिए बहुत बड़ी सेवा हो सकती है। यदि चरित्र-हनन तथा किसी व्यक्ति या संस्था को अपमानित या बदनाम करने की नीयत से ऐसी पत्रकारिता की जाएगी तो वह “पीत पत्रकारिता” की श्रेणी में आ जाती है।

फिल्में आज हमारे समाज को बहुत प्रभावित कर रही हैं। अतः फिल्मी पत्र-पत्रिकाएं भी पाठक वर्गों में खासी लोकप्रिय हैं। फिल्मों की समीक्षाएं, फिल्मी कलाकारों के साक्षात्कार, फिल्म निर्माण से जुड़े कलाकारों के साक्षात्कार, फिल्म के विविध कलात्मक एवं तकनीकी पक्षों पर टिप्पणियां, फिल्मी पत्रकारिता का ही हिस्सा हैं। सम्प्रति हिंदी-अंग्रेजी सहित सभी प्रमुख भाषाओं में फिल्मी पत्रिकाएं प्रकाशित हो रही हैं। प्रत्येक प्रमुख समाचार पत्र फिल्मों पर केंद्रित रंगीन परिशिष्ट या सामग्री प्रकाशित करता ही है।

फिल्मी पत्रकारिता के क्षेत्र में विनोद भारद्वाज, विनोद तिवारी, प्रयाग शुक्ल, राजा दुबे, जयसिंह रघुवंशी जय, राम सिंह ठाकुर, विजय अग्रवाल, ब्रजेश्वर मदान, जयप्रकाश चौकसे, अजय ब्रह्मात्मज, चांद खां रहमानी, हेमंत शुक्ल, श्रीश, श्रीराम ताम्रकार जैसे तमाम पत्रकार गंभीरता के साथ काम कर रहे हैं। इसके अलावा सिने स्टार, जी स्टार, स्टार डस्ट, फिल्मी कलियां, मायापुरी, स्क्रीन, पटकथा, फिल्म फेयर जैसी संपूर्ण फिल्म पत्रिकाएं प्रकाशित हो रही हैं। इसके अलावा हिंदी की सभी प्रमुख पत्रिकाएं इण्डिया टुडे, आउटलुक, धर्मयुग, सरिता, मुक्ता आदि प्रत्येक अंक में फिल्मों पर सामग्री

प्रकाशित करती हैं। सारे प्रमुख समाचार पत्रों में सिनेमा पर विविध सामग्री प्रकाशित होती है। इसके चलते फिल्म पत्रकारिता, पत्रकारिता का एक प्रमुख क्षेत्र बनकर उभरी है। इसने पत्रकारिता के महत्त्व एवं लोकप्रियता में वृद्धि की है।

पत्रकारिता के महत्त्व को आज इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों की पत्रकारिता ने बहुत बढ़ा दिया है। इन्होंने समय एवं स्थान की सीमा को चुनौती देकर "सूचना विस्फोट" का युग ला दिया है। इस संदर्भ में रेडियो पत्रकारिता का बहुत महत्त्व है। इनके महत्त्व क्रम में आकाशवाणी के वे कार्यक्रम महत्त्वपूर्ण हैं, जिनमें समाचार तत्त्व अधिक रहता है। आकाशवाणी के इन समाचार कार्यक्रमों को तैयार करने में आकाशवाणी का समाचार सेवा प्रभाग सक्रिय रहता है। इस प्रभाग का कार्य समाचारों का संकलन और प्रसारण है। आकाशवाणी के स्थायी और अंशकालिक संवाददाता पूरे देश में हैं।

समाचार सेवा प्रभाग प्रतिदिन अपनी गृह, प्रादेशिक और वैदेशिक सेवाओं में 36 घंटों से भी अधिक समय में 273 समाचार बुलेटिन प्रसारित करता है। विदेश के प्रमुख शहरों में भी संवाददाता हैं, जो वहां की गतिविधियां प्रेषित करते हैं। प्रत्येक घंटे पर समाचार बुलेटिन के प्रसारण से आकाशवाणी जन-मानस को तुष्ट करती है। 'समाचार दर्शन', समाचार पत्रों से, विधानमण्डल समीक्षा, संसद समीक्षा, सामयिकी, जिले और राज्यों की चिट्ठी, रेडियो न्यूजरील आदि कार्यक्रमों का प्रसारण इसी पत्रकारिता का अंग है। इसके अलावा सामयिक विषयों पर बहस, परिचर्चा एवं साक्षात्कारों का प्रसारण करके वह अपने श्रोताओं की मानसिक भूख शांत करता है।

रेडियो पत्रकारिता आज एक विशेषज्ञतापूर्ण विधा है। जिसमें पत्रकार-सम्पादक को अपने कार्य में सशक्त भूमिका का निर्वहन करना पड़ती है। सीमित अवधि में समाचारों की प्रस्तुति एवं चयन रेडियो पत्रकार की दक्षता को साबित करते हैं। विविध समाचार एवं जानकारी प्रधान कार्यक्रमों के माध्यम से आकाशवाणी समग्र विकास की प्रक्रिया को बढ़ाने में अग्रसर है।

इसी प्रकार टेलीविजन पत्रकारिता का फलक आज बहुत विस्तृत हो गया है। उपग्रह चैनलों की बढ़ती भीड़ के बीच यह एक प्रतिस्पर्धा एवं कौशल का क्षेत्र बन गया है। आधुनिक संचार-क्रांति में निश्चय ही इसकी भूमिका को नकारा नहीं जा सकता। इसके माध्यम से हमारे जीवन में

सूचनाओं का विस्फोट हो रहा है। ग्लोबल विलेज (वैश्विक ग्राम) की कल्पना को साकार रूप देने में यह माध्यम सबसे प्रभावी हुआ। दृश्य एवं श्रव्य होने के कारण इसकी स्वीकार्यता एवं विश्वसनीयता अन्य माध्यमों से ज्यादा है। भारत में 1959 ई. में आरंभ दूरदर्शन की विकास यात्रा ने आज सभी संचार माध्यमों की पीछे छोड़ दिया है। दूरदर्शन पत्रकारिता में समाचार संकलन, लेखन एवं प्रस्तुतिकरण संबंधी विशिष्ट क्षमता अपेक्षित होती है।

दूरदर्शन संवाददाता घटना का चल-चित्रांकन करता है तथा वह परिचयात्मक विवरण हेतु भाषागत सामर्थ्य एवं वाणी की विशिष्ट शैली का मर्मज्ञ होता है। विविध स्रोतों से प्राप्त समाचारों के सम्पादन का उत्तरदायित्व समाचार संपादक का होता है। वह समाचारों को महत्त्वक्रम के अनुसार क्रमबद्ध कर सम्पादित करता है तथा इसे समाचार वाचक के समक्ष प्रस्तुत करने योग्य बनाता है। चित्रात्मकता दूरदर्शन का प्राणतत्त्व है। यह वही तत्त्व है जो समाचार की विश्वसनीयता एवं स्वीकार्यता को बढ़ाता है। आज तमाम निजी टीवी चैनलों में समाचार एवं सूचना प्रधान कार्यक्रमों की होड़ लगी है। सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक सवालों पर परिचर्चाओं एवं बहस का आयोजन होता रहता है। प्रतिस्पर्धा के वातावरण से टेलीविजन की पत्रकारिता में क्रांति आ गई है और उसकी गुणवत्ता में निरंतर सुधार आ रहा है।

इस प्रकार हम देखते हैं वर्तमान परिवेश में जहां प्रेस का दायरा विस्तृत हुआ है, वहीं उसकी महत्ता भी बढ़ी है। वह लोगों के होने और जीने में सहायक बन गया है। देश में जब तक लोकतंत्र रहेगा, उसकी प्राणवत्ता रहेगी, पत्रकारिता का भविष्य उज्ज्वल रहेगा। आज क दौर में बढ़ रहे विश्वनीयता के संकट, व्यावसायिक प्रतिस्पर्धा एवं तमाम दबावों के बावजूद प्रेस का वजूद न तो घटा है, न कम हुआ है। उसकी स्वीकार्यता निरंतर बढ़ रही है, पाठकीयता बढ़ रही है, विविध रुचि की सामग्री आ रही है और अखबारों की संख्या में भी वृद्धि हो रही है। इलेक्ट्रॉनिक पत्रकारिता के क्षेत्र में तो क्रांति सी हो गई है।

पतन क्योंकि मूल्यों के स्तर पर हुआ है। अतः उसके प्रभावों से पत्रकारिता अलग नहीं है। पत्रकारिता साहित्य एवं सुरुचि के संस्कार आज विदा होते दिख रहे हैं। इसके बावजूद तमाम लोग ऐसे भी हैं, जो भाषा एवं अखबार की सामाजिक जिम्मेदारी को लेकर काफी सचेत हैं। संस्थाओं की पत्रिकाएं बंद होने से एक बार लगा पत्रकारिता की नींव डगमगा रही है। पर

उनके समानांतर क्षेत्रीय अखबारों की सत्ता एक बड़ी शक्ति के रूप में सामने आई है। बाहरी-भीतरी खतरे एवं प्रभावों के बावजूद हमारी पत्रकारिता का प्रगति रथ सदैव बढ़ता नजर आया है। पत्रकारिता ने हर संकट को पार किया है, वह इस संक्रमण से भी ज्यादा ऊर्जावान एवं ज्यादा तेजस्वी बनकर सामने आएगी, बशर्ते वह अपनी भूमिका 'जनपक्ष' की बनाए और संकट मोल लेने का साहस पाले। पत्रकारिता से आज भी सामान्य जन की उम्मीदें मरी नहीं हैं।

पत्रकारिता के मकसद

पत्रकारिता अब अकादमिक विषय बन गया है। यूनिवर्सिटी और संस्थानों में इसके बाकायदा डिग्री कोर्स होते हैं। इन्हीं कोर्सों में पढ़ाया जा रहा है कि पत्रकारिता के तीन काम हैं सूचना देना, शिक्षा और मनोरंजन। देखने में पत्रकारिता के ये उद्देश्य निर्विवाद हैं, इसीलिए पत्रकारिता के संस्थानों में इस बारे में अब तक कोई दुविधा या विवाद दिखाई नहीं दिया, लेकिन अब दौर बदला हुआ है। पत्रकारिता में मेधावी छात्र ज्यादा तादाद में आने लगे हैं। वे पूछते हैं कि सूचना देने का मकसद तो ठीक है, लेकिन यह भी तो देखना पड़ेगा कि सूचना क्या होती है..? सूचना और विज्ञापन में क्या अंतर होता है..? यानी पत्रकारिता के प्रशिक्षणार्थियों को सूचना की निश्चित परिभाषा बताई जानी चाहिए। वे यह भी पूछते हैं कि अपने पाठकों या दर्शकों को शिक्षित करने से पहले हमें यह भी तो देखना पड़ेगा कि हम किस रूप की शिक्षा देना चाहते हैं, और उसी तरह मनोरंजन के बारे में कि मनोरंजन कैसा हो। मनोरंजन के बारे में कुछ विद्वानों का एक बड़ा दिलचस्प आब्जर्वेशन है कि ग्राहक जैसा मनोरंजन चाहता है, उसी के हिसाब से मनोरंजन होने लगा है।

नजरिया बनाने का मकसद

घूम-फिरकर पत्रकारिता का एक बड़ा मकसद अपने ग्राहकों का नजरिया बनाने का हो जाता है। पत्रकारिता के जरिये लोगों का नजरिया बनाने और नजरिया बदलने के बारे में विश्वसनीय शोध हमारे पास नहीं है। अलबत्ता मनोविज्ञानी, खासकर औद्योगिक मनोविज्ञानी जरूर इस काम पर लगे दिखते हैं। उनके हिसाब से देखें तो नजरिया बनाने या नजरिया बदलने की प्रौद्योगिकी

विकास के पथ पर है। यह काम करते समय समस्या या सवाल यही खड़ा होता है कि हम ग्राहकों का नजरिया कैसा बनाना चाहते हैं। मसलन उद्योग जगत चाहेगा ही कि उसके ग्राहक का नजरिया उसका उत्पाद खरीदने वाला बन जाए। सामाजिक उद्यमी चाहेगा कि वह लोगों का नजरिया सामाजिक हित वाला बना दे। राजनीतिक उद्यमी, यानी पॉलिटिकल ऑन्प्रोप्रेनॉर यही चाहेगा कि उसकी राजनीतिक विचारधारा में विश्वास बढ़ाने का काम होता रहे। सत्ता के लिए वह जनाधार बढ़ाने के काम पर लगेगा ही। अपने-अपने हित के काम में लगे रहने को आजकल अच्छा ही माना जाता है, लेकिन पत्रकारिता के क्षेत्र में इसी बात को लागू करने में समस्या यह आ रही है कि वह कैसे तय करे कि उसके ग्राहकों का नजरिया कैसा हो। यहीं पर नैतिकता का जटिल सवाल खड़ा होना स्वाभाविक है।

लक्ष्यविहीनता का संकट तो खड़ा नहीं हो गया

अपने देश में पत्रकारिता आजादी के आंदोलन के दौरान जरूरत के लिहाज से विकसित हुई थी। पत्रकारिता के आज के विद्यार्थियों को हम यही पढ़ा रहे हैं। आजादी मिलने के बाद वह क्या करती, सो, आजादी मिलने के बाद पत्रकारिता अपनी लोकतांत्रिक व्यवस्था को अच्छी तरह चलाने में मदद के काम पर लग गई। इसीलिए पत्रकारिता हरदम न्याय के पक्ष में खड़े रहने की बात करती है। इस तरह आजादी के बाद हमारी पत्रकारिता का एक निर्विवाद काम लोकतंत्र को मजबूत करते रहना हो गया। यानी, भारतीय पत्रकारिता को समानता की वकालत के काम पर लगना पड़ा। उसे हरदम अन्याय के खिलाफ खड़े दिखना पड़ा।

लेकिन आज लफड़ा यह खड़ा हो गया है कि क्या न्याय है और क्या अन्याय, इसे लेकर ही झगड़ा होने लगा है, और अगर गौर से देखें तो यह काम शुरू से ही राजनीतिक दल कर रहे हैं। अन्याय के विरोध के नाम पर राजनीतिक दल एक-दूसरे से झगड़ते-उलझते चले आ रहे हैं। अब तक पत्रकारिता उनके झगड़ों को बताती-समझाती थी, लेकिन नई बात यह है कि अब वह खुद ही आपस में ऐसे झगड़ों में उलझती दिखने लगी है, इसीलिए अब तक डाकिये और जज जैसी भूमिका में दिखती आई पत्रकारिता खुल्लमखुल्ला खुद ही वकील और राजनीतिक दलों के सहायकों के वर्गों में बंटती नजर आ रही है। ऐसे में उस पर पक्षधर होने का आरोप लगना

स्वाभाविक है। बहुत संभव है कि उसकी विश्वसनीयता घटने का संकट इसी कारण उपजा हो।

पत्रकारिता की नैतिकता का सवाल

स्कूल और विश्वविद्यालय की पढ़ाई शिक्षा का एक रूप है और पत्रकारिता वाली शिक्षा दूसरा रूप। मोटे तौर पर पत्रकारिता वाली शिक्षा को हम जागरूकता बढ़ाने वाली शिक्षा कह सकते हैं। अपनी पहुँच और रोचकता के कारण पत्रकारिता का असर चामत्कारिक है, इसीलिए पत्रकारिता की तरफ सभी लोग हसरत भरी नजरों से देखते हैं। लोकतंत्र में तो बहुत ही ज्यादा। नैतिकता, यानी सही बात समझाने में पत्रकारिता पर ज्यादा ही जिम्मेदारी आती है, लेकिन मौजूदा माहौल में दिख यह रहा है कि पत्रकार जगत ही नैतिकता के मायने को लेकर आपसी झगड़े की हालत में आ गया। पूरे के पूरे मीडिया प्रतिष्ठान ही एक-दूसरे के सामने खड़े नजर आते हैं।

नैतिकता, यानी सही और गलत बताने को लेकर झगड़ा

वैसे नैतिकता के मायने को लेकर कोई झगड़ा होना नहीं चाहिए, क्योंकि सभी जगह निर्विवाद रूप से माना जा रहा है और पढ़ाया जा रहा है कि जो सही है और अच्छा है, वह नैतिक है। गलत और बुरी बात को हम अनैतिकता कहते हैं। स्कूली शिक्षा में तो नैतिक शिक्षा पहले से ही शामिल थी। कुछ साल पहले हमने ट्रेनिंग देने लायक लगभग सभी व्यावसायिक कोर्सों में नैतिक शिक्षा, यानी एथिक्स को शामिल कर लिया था। बस, पत्रकारिता के कोर्स में यह विषय शामिल नहीं दिखता। लेकिन नए दौर में फचर यह है कि सही क्या है, यह बात सही-सही कौन बताए। मौजूदा हालात ऐसे हैं कि नैतिकता के मामले में अलग-अलग पत्रकार समूह अपनी-अपनी तरह से नैतिकता समझने और समझाने में लगे हैं। विचारधाराओं के झगड़े जैसी हालत पत्रकारिता में भी बन गई दिखती है। ऐसा क्यों है, इसकी जांच-पड़ताल अभी हो नहीं पा रही है।

ग्राहकों की रुचि की पूर्ति बनाम रुचि का विकास

सवाल यह बना है कि क्या आज की पत्रकारिता अपने ग्राहकों की रुचि की पूर्ति तक सीमित हो गई है। जवाब दिया जा सकता है कि जब

पत्रकारिता सिर्फ वाणिज्य होती जा रही हो, तो इसके अलावा और हो भी क्या सकता है। बगैर मुनाफे वाला काम, यानी पाठकों और दर्शकों की रुचि के विकास में कोई क्यों लगेगा। चलिए, कोई यह तर्क दे सकता है कि पत्रकारिता ने पाठकों की रुचि विकसित करने का जिम्मा अपने ऊपर नहीं ले रखा है। यह काम तो साहित्य का है। क्या यह हकीकत नहीं है कि पाठकों में सुरुचि का विकास करने में अचानक अब साहित्य की भी रुचि घट चली है। बदले माहौल में उनके यहां बड़ी उदासी है।

13

प्रेस परिषद् की शक्तियां एवं कार्यप्रणाली

भारतीय प्रेस परिषद् संसद के अधिनियम द्वारा सृजित एक कानूनी अर्ध न्यायिक निकाय है। इसे प्रेस की स्वतंत्रता को बनाए रखने और भारत में समाचार-पत्रों तथा समाचार अभिकरणों के मानकों की बनाए रखने तथा उनमें सुधार लाने के दोहरे उद्देश्य से प्रथम प्रेस आयोग की सिफारिशों पर भारतीय प्रेस परिषद् अधिनियम, 1965 के अधीन पहले 1966 में स्थापित किया गया था। 1965 के अधिनियम को 1975 में निरस्त कर दिया गया था और आपातकाल के दौरान प्रेस परिषद् को समाप्त कर दिया गया था। 1965 के अधिनियम की भांति 1978 में लगभग उन्हीं आधारों पर एक नया अधिनियम बनाया गया था और 1979 में इस अधिनियम के तहत प्रेस परिषद् की पुनःस्थापना की गई।

प्रेस परिषद् के माध्यम से प्रेस स्वयं पर नियंत्रण रखती है। इस अद्वितीय संस्थान के अस्तित्व का कारण इस संकल्पना में है कि एक लोकतांत्रिक समाज में प्रेस को एकदम स्वतंत्र और जिम्मेदार होने की आवश्यकता है।

यदि प्रेस की जनहित के हितप्रहरी के रूप में कार्य करना है, तो इसके पास सुरक्षित अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता होनी चाहिए जो कि किसी से

उन्मुक्त हो। परंतु प्रेस स्वतंत्रता का यह दावा तभी वैध होगा जब इसका निर्वाह दायित्व की समुचित भावना के साथ किया जाये। अतः प्रेस को पत्रकारिता नीति के स्वीकृत मानकों का पालन करना चाहिए और व्यावसायिक आचरण के उच्च स्तरों को बनाये रखना चाहिए।

जहाँ मानकों का उल्लंघन किया जाता है और व्यावसायिक आचरण द्वारा स्वतंत्रता का दुरुपयोग किया जाता है तब इसकी जाँच और इसके नियंत्रण के लिए कोई रास्ता अवश्य होना चाहिए परंतु सरकार अथवा शासकीय प्राधिकारियों द्वारा नियंत्रण इसे स्वतंत्रता का विनाशक सिद्ध हो सकता है। अतः सर्वोत्तम रास्ता यही है कि इस व्यवसाय के सभी साथी कुछ विवेकपूर्ण लोगों की सहायता से समुचित संरचनात्मक मशीनरी के माध्यम से इस पर नियंत्रण रखें। अतः प्रेस परिषद् का निर्माण किया गया।

संरचना एवं उद्देश्य

प्रेस परिषद् का प्रमुख अध्यक्ष होता है, जो परिषदी के अनुसार, भारत के उच्चतम न्यायालय का आसीन/सेवानिवृत्त न्यायाधीश रहा हो। परिषद् में 28 अन्य सदस्य होते हैं जिनमें से 20 प्रेस के प्रतिनिधि होते हैं। पांच सदस्य संसद के दोनों सदनों से होते हैं, जो पाठकों के हित का प्रतिनिधित्व करते हैं और तीन सदस्य सांस्कृतिक, साहित्य और विधि के क्षेत्र से होते हैं जिन्हें क्रमशः विश्वविद्यालय अनुदान आयोग, साहित्य अकादमी, और भारतीय विधि परिषद् द्वारा नामित किया जाता है। अध्यक्ष और सदस्यों का कार्यकाल तीन वर्ष का होता है। प्रेस परिषद् अधिनियम में समाचार-पत्रों या प्रेस के व्यक्तियों की व्यक्तिगत सदस्यता का प्रावधान नहीं है। लेकिन देश के समाचार-पत्रों तक पहुँचने और अपनी न्यायनिर्णायक तथा सलाहकारी भूमिका प्रदान करने के लिए, प्रेस परिषद् उन समाचार-पत्रों/समाचार अभिकरणों/पत्रिकाओं पर वार्षिक शुल्क लगाता है जिनका परिषद् के राजस्व में योगदान होता है।

सन् 1978 के अधिनियम की धारा 13 में किए गए प्रावधान के अनुसार, भारतीय प्रेस परिषद् का उद्देश्य प्रेस की स्वतंत्रता को बनाए रखना और भारत में समाचार-पत्रों तथा समाचार अभिकरणों के मानकों को बनाए रखना तथा उनमें सुधार लाना है। अधिनियम के अनुसार, परिषद् को सलाहकार की भूमिका भी सौंपी गई है। इसके अनुसार, परिषद् स्वप्रेरणा से या अधिनियम की धारा 13(2) के अंतर्गत सरकार द्वारा भेजे गए मामलों का अध्ययन कर

सकता है और किसी विधायक, विधान, विधि या प्रेस से संबंधित अन्य विषयों के संबंध में अपनी राय व्यक्त कर सकती है तथा सरकार और संबद्ध व्यक्तियों को अपनी राय दे सकती है। लोक महत्त्व के लिए उसकी कानूनी जिम्मेदारियों से संबंधित मामले में परिषद् स्वप्रेरणा से संज्ञान ले सकती है और तत्काल जांच करने के लिए विशेष समिति का गठन कर सकती है।

प्रेस परिषद् के उद्देश्यों का विस्तार करते हुए, ऐसे कुछ महत्त्वपूर्ण कार्य हैं जिनके संबंध में प्रेस परिषद् से अपेक्षा की जाती है कि वह इन्हें करे यथा समाचार-पत्रों, समाचार अभिकरणों की स्वतंत्रता को बनाए रखने में सहायता करना, उच्च व्यावसायिक मानकों के अनुसार, समाचार पत्रों, समाचार अभिकरणों और पत्रकारों के लिए आचार संहिता तैयार करना, समाचार-पत्रों, समाचार अभिकरणों तथा पत्रकारों की ओर से जनता की अभिरुचि के उच्च मानकों तथा अधिकारों एवं जिम्मेदारियों दोनों की उचित भावना के प्रसार को बनाए रखना, लोकहित तथा महत्त्व के समाचारों के प्रसार की निर्बाधित करने की संभावना वाले किसी विकास की समीक्षा करना, समाचार-पत्रों के उत्पादन या प्रकाशन में या समाचार अभिकरणों में लगे सभी वर्गों के लोगों में उचित कार्यात्मक संबंध का संवर्धन करना, और समाचार-पत्रों के स्वामित्व के संकेद्रण या उसके अन्य पहलुओं, जिनसे प्रेस की स्वतंत्रता प्रभावित हो, जैसे विकासों से स्वयं को जोड़ना।

भारतीय प्रेस परिषद् की अत्यधिक स्वस्थ और अनोखी विशेषता यह है कि संसद के अधिनियम के अधीन स्थापित किए गए कुछ ऐसे निकायों में से यह भी एक निकाय है। विश्व के अधिकांश देशों में ठीक ऐसी ही संस्थाएं या ऐसे निकाय, स्वैच्छिक संस्थाएं हैं अथवा भारतीय प्रेस परिषद् के पश्चात् अस्तित्व में आई हैं। इस तथ्य के बावजूद कि उसकी निधियों का एक बड़ा भाग सरकार का सहायता अनुदान है फिर भी इसे सरकारी नियंत्रण से अपने कानूनी उत्तरदायित्वों के निर्वहन में कार्यात्मक स्वायत्तता तथा स्वतंत्रता प्राप्त है।

परिषद् का इतिहास

सन् 1954 में प्रथम प्रेस आयोग ने प्रेस परिषद् की स्थापना की अनुशंसा की।

पहली बार 4 जुलाई सन् 1966 को स्थापित।
 सन् 01 जनवरी 1976 को आन्तरिक आपातकाल के समय भंग।
 सन् 1978 में नया प्रेस परिषद् अधिनियम लागू।
 सन् 1979 में नए सिरे से स्थापित।

प्रेस परिषद् अधिनियम, 1978

प्रेस परिषद् की शक्तियाँ निम्नानुसार अधिनियम की धारा 14 और 15 में दी गई हैं।

परिषद् की निधि

अधिनियम में दिया गया है कि परिषद्, अधिनियम में अंतर्गत अपने कार्य करने के उद्देश्य से, पंजीकृत समाचारपत्रों और समाचार एजेंसियों से निर्दिष्ट दरों पर उद्ग्रहण शुल्क ले सकती है। इसके अतिरिक्त, केन्द्रीय सरकार, द्वारा परिषद् को अपने कार्य करने के लिये, इसे धन, जैसाकि केन्द्रीय सरकार आवश्यक समझे, देने का आदेश दिया गया है।

परिषद् की शक्तियाँ

परिनिंदा करने की शक्ति

14.1 जहाँ परिषद् को, उससे किए गए परिवाद के प्राप्त होने पर या अन्यथा, यह विश्वास करने का कारण हो कि किसी समाचारपत्र या सामाचार एजेंसी ने पत्रकारिक सदाचार या लोक-रूचि के स्तर का अतिवर्तन किया है या किसी सम्पादक या श्रमजीवी पत्रकार ने कोई वृत्तिक अवचार किया है, वहां परिषद् सम्बद्ध समाचारत्र या समाचार एजेंसी, सम्पादक या पत्रकार को सुनवाई का अवसर देने के पश्चात उस रीति से जाँच कर सकेगी जो इस अधिनियम के अधीन बनाए गये विनियमों द्वारा उपबन्धित हो और यदि उसका समाधान हो जाता है कि ऐसा करना आवश्यक है तो वह ऐसे कारणों से जो लेखबद्ध किये जायेंगे, यथास्थिति उस समाचारपत्र, समाचार एजेंसी, सम्पादक या पत्रकार को चेतावनी दे सकेगी, उसकी भर्त्सना कर सकेगी या उसकी परिनिंदा कर सकेगी या उस संपादक या पत्रकार के आचरण का अनुमोदन कर सकेगी, परंतु यदि अध्यक्ष की राय में जाँच करने के लिए

कोई पर्याप्त आधार नहीं है तो परिषद् किसी परिवाद का संज्ञान नहीं कर सकेगी।

14.2 यदि परिषद् की यह राय है कि लोकहित में ऐसा करना आवश्यक या समीचीन है तो वह किसी समाचारपत्र से यह अपेक्षा कर सकेगी कि वह समाचारपत्र या समाचार एजेंसी, संपादक या उसमें कार्य करने वाले पत्रकार के विरुद्ध इस धारा के अधीन किसी जाँच से संबंधित किन्हीं विशिष्टियों को, जिनके अंतर्गत उस समाचारपत्र, समाचार एजेंसी, सम्पादक या पत्रकार का नाम भी है उसमें ऐसी नीति से जैसा परिषद् ठीक समझे प्रकाशित करे।

14.3 उपधारा 1, की किसी भी बात से यह नहीं समझा जायेगा कि वह परिषद् को किसी ऐसे मामले में जाँच करने की शक्ति प्रदान करती है जिसके बारे में कोई कार्रवाई किसी न्यायालय में लम्बित हो।

14.4 यथास्थिति उपधारा 1, या उपधारा 2, के अधीन परिषद् का विनिश्चय अंतिम होगा और उसे किसी भी न्यायालय में प्रश्नगत नहीं किया जायेगा।

परिषद् की साधारण शक्तियाँ

14.5 इस अधिनियम के अधीन अपने कृत्यों के पालन या कोई जाँच करने के प्रयोजन के लिए परिषद् को निम्नलिखित बातों के बारे में संपूर्ण भारत में वे ही शक्तियाँ होंगी जो वाद का विचारण करते समय

1908 का 5, सिविल न्यायालय में सिविल प्रक्रिया संहिता, 1908 के अधीन निहित हैं, अर्थात्-

- (क) व्यक्तियों को समन करना और हाजिर कराना तथा उनकी शपथ पर परीक्षा करना,
- (ख) दस्तावेजों का प्रकटीकरण और उनका निरीक्षण,
- (ग) साक्ष्य का शपथ कर लिया जाना,
- (घ) किसी न्यायालय का कार्यालय से किसी लोक अभिलेख या उसकी प्रतिलिपियों की अध्यपेक्षा करना,
- (ङ) साक्ष्यों का दस्तावेज की परीक्षा के लिए कमीशन निकालना,
- (च) कोई अन्य विषय जो विहित जाए।

2, उपधारा 1, की कोई बात किसी समाचारपत्र, समाचार एजेंसी, संपादक या पत्रकार को उस समाचारपत्र द्वारा प्रकाशित या उस समाचार एजेंसी, संपादक या पत्रकार द्वारा प्राप्त रिपोर्ट किये गये किसी समाचार या सूचना का स्रोत प्रकट करने के लिए विवश करने वाली नहीं समझी जायेगी।

1860 का 45, 3, परिषद् द्वारा की गयी प्रत्येक जाँच भारतीय दंड संहिता की धारा 193 और 228 के अर्थ में न्यायिक कार्यवाही समझी जायेगी।

4, यदि परिषद् अपने उद्देश्यों को क्रियान्वित करने के प्रयोजन के लिए या अधिनियम के अधीन अपने कृत्यों का पालन करने के लिए आवश्यक समझती है तो वह अपने किसी विनिश्चय में या रिपोर्ट में किसी प्राधिकरण के, जिसके अन्तर्गत सरकार भी है, आचरण के संबंध में ऐसा मत प्रकट कर सकेगी जो वह ठीक समझे। शिक्षाविदों की विशिष्ट मंडली द्वारा संवारा गया है। उच्चतम न्यायालय के वर्तमान न्यायाधीश न्यायामूर्ति श्री जे. आर. मधोलकर, पहले अध्यक्ष थे जिन्होंने 16 नवम्बर 1966 से 1 मार्च 1968 तक परिषद् की अध्यक्षता की। इसके पश्चात न्यायामूर्ति श्री एन. राजगोपाला अय्यनगर 4 मई 1968 से 1 जनवरी 1976 तक, न्यायामूर्ति श्री एन. एन. गोवर 3 अप्रैल 1979 से 9 अक्टूबर 1985 तक, न्यायामूर्ति श्री एन. एन. सेन 10 अक्टूबर 1985 से 18 जनवरी 1989 तक और न्यायामूर्ति श्री आर. एस. सरकारिया 19 जनवरी 1989 से 24 जुलाई 1995 तक और श्री पी. बी. सार्वेत 24 जुलाई 1995 से अब तक परिषद् के अध्यक्ष रहे हैं। ये उच्चतम न्यायालय के सेवानिवृत्त न्यायाधीश थे। इन सभी ने परिषद् के दर्शन और कार्यों में गहन वचनवद्धता के साथ, परिषद् का मार्गदर्शन किया। परिषद् इनसे निर्देश पाकर, इनके ज्ञान और बुद्धि से अत्यधिक लाभान्वित हुई।

परिषद् की कार्यप्रणाली

परिषद् मूलतः अपनी जाँच समितियों के माध्यम से अपना कार्य करती है, तथा पत्रकारिता नियमों के उल्लंघन के लिए प्रेस के विरुद्ध अथवा प्राधिकारियों द्वारा प्रेस की स्वतंत्रता में हस्तक्षेप के लिए ब्रेक्स से प्राप्त शिकायतों पर निर्णय देती है। परिषद् में शिकायत दर्ज करने की नियत प्रक्रिया है। एक शिकायतकर्ता के लिये अनिवार्य है कि वह प्रतिवादी समाचारपत्र

के संपादक को लिखकर उनका ध्यान प्रथमतः पत्रकारिता नीति के उल्लंघन अथवा लोकरुचि के विरुद्ध अपराध की ओर आकृष्ट करे। शिकायत किये गये मामले की परिषद् को कतरन भेजने के अतिरिक्त शिकायतकर्ता के लिये यह घोषणा करना आवश्यक है कि उन्होंने अपनी संपूर्ण जानकारी तथा विश्वास के अनुसार परिषद् के समक्ष संपूर्ण तथ्य प्रस्तुत कर दिये हैं तथा शिकायत में कथित किसी विषय में किसी न्यायालय में कोई मामला लंबित नहीं है और वह कि यदि परिषद् के सम्मुख जाँच लंबित होने के दौरान शिकायत में कथित कोई मामला न्यायालय की किसी कार्यवाही का विषय बन जाता है तो वे तत्काल इसकी सूचना परिषद् को देंगे। इस घोषणा का कारण यह है कि अधिनियम की धारा 14, 3, को देखते हुए, परिषद् ऐसे किसी मामले में कार्यवाही नहीं कर सकती जो कि न्यायाधीन हो।

यदि अध्यक्ष महोदय को ऐसा लगता है कि जाँच के पर्याप्त आधार नहीं है, तो शिकायत खारिज कर, परिषद् को इसकी रिपोर्ट कर सकते हैं, अन्यथा समाचारपत्र के संपादक अथवा सम्बद्ध पत्रकार से कारण बताने के लिए कहा जाता है कि उनके विरुद्ध कार्यवाही न की जाये। संपादक अथवा पत्रकार से लिखित वक्तव्य तथा अन्य सम्बद्ध सामग्री प्राप्त होने पर, परिषद् का सचिवालय, जाँच समिति के सम्मुख मामला रखता है। जाँच समिति विस्तार से शिकायत की जाँच और परीक्षण करती है। यदि आवश्यक हो, तो यह दोनों पक्षों से अन्य विवरण अथवा दस्तावेजों की माँग करती है। पार्टियों को व्यक्तिगत रूप से उपस्थित होने अथवा कानूनी पेशेवर सहित अपने प्राधिकृत प्रतिनिधियों के माध्यम से जाँच समिति के सम्मुख साक्ष्य देने का अवसर दिया जाता है।

उपलब्ध तथ्यों और जाँच समिति के सम्मुख दिये गये शपथपत्रों अथवा मौखिक साक्ष्य के आधार पर समिति अपनी उपलब्धियाँ और सिफारिशें तैयार करती है और परिषद् के सम्मुख रखती है जो कि उन्हें स्वीकार अथवा अस्वीकार कर सकती है। जहाँ परिषद् संतुष्ट होती है कि एक समाचार पत्र अथवा समाचार एजेंसी ने पत्रकारिता नीति के स्तरों अथवा जनरुचि का उल्लंघन किया है अथवा एक संपादक अथवा श्रमजीवी पत्रकार ने व्यावसायिक कदाचार किया है, तो परिषद् जैसी स्थिति हो, समाचापत्र, समाचार एजेंसी, संपादक अथवा पत्रकार की परिनिन्दा, भर्त्सना कर सकती

है अथवा उन्हें चेतावनी दे सकती है अथवा उनके आचरण का अनुमोदन कर सकती है।

प्राधिकारियों के विरुद्ध प्रेस द्वारा दर्ज शिकायतों में, परिषद् को सरकार सहित किसी प्राधिकारी के आचरण के संबंध में ऐसी टिप्पणियाँ, जैसी वह उचित समझे, करने का अधिकार है। परिषद् के निर्णय अंतिम होते हैं और किसी विधि न्यायालय में उनपर आपत्ति नहीं की जा सकती। अतः इस प्रकार परिषद् को अत्यधिक नैतिक प्राधिकार है। यद्यपि इसके पास कानूनी रूप से देने के लिये दंडात्मक अधिकार नहीं है।

परिषद् द्वारा तैयार किये गये जाँच विनियम, अध्यक्ष महोदय को प्रेस परिषद् अधिनियम की परिधि में आने वाले किसी मामले के संबंध में मूल कार्यवाही करने अथवा किसी पार्टी को नोटिस जारी करने का अधिकार देते हैं। सामान्य जाँच के लिये शिकायतकर्ता द्वारा परिषद् के सम्मुख एक शिकायत दर्ज करनी होती है, इसके अलावा मूल कार्यवाही के लिए काफी हद तक वही प्रक्रिया होती है जैसाकि सामान्य जाँच में होती है। अपने कार्य करने के लिये अथवा अधिनियम के अंतर्गत जाँच करने के लिये, परिषद् निम्नलिखित मामलों के संबंध में सिविल प्रक्रिया संहिता, 1908 के अंतर्गत एक मुकदमे की छानबीन के लिये सिविल न्यायालय में निहित कुछ अधिकारों का इस्तेमाल करती है—

- (क) लोगों को सम्मन करने और उपस्थिति हेतु दबाव डालने तथा शपथ देकर उनका परीक्षण करने हेतु।
- (ख) दस्तावेजों की खोज और निरीक्षण की आवश्यकता हेतु।
- (ग) शपथपत्रों पर साक्ष्य की प्राप्ति हेतु।
- (घ) किसी न्यायालय अथवा कार्यालय से किसी सरकारी रिकार्ड अथवा इसकी प्रतियों की मांग हेतु।
- (ङ) गवाहों अथवा दस्तावेजों के परीक्षण हेतु कमीशन जारी करना और
- (च) कोई अन्य मामला, जैसाकि निर्दिष्ट किया जाये।

परिषद् अपना कार्य करने के लिये पार्टियों से सहयोग की आशा करती है। कम से कम दो मामलों में, जहाँ परिषद् ने गौर किया कि पार्टियाँ (पक्ष) एकदम असहयोगी अथवा कठोर थीं, वहाँ परिषद् ने अत्याधिक संयम एवं अनिच्छा से, अपने समक्ष उपस्थित होने और अथवा रिकार्ड आदि देने हेतु

उन्हें विवश करने के अधिनियम की धारा 15 के अंतर्गत अपने प्राधिकार का इस्तेमाल किया। चण्डीगढ़ के कुछ पत्रकारों की मुख्यमंत्री और हरियाणा सरकार के विरुद्ध शिकायत में, परिषद् द्वारा भेजे गये नोटिस का जवाब देने में प्राधिकारियों द्वारा अस रहने पर, उन्हें प्राधिकारियों को परिषद् के बल प्रयोग संबंधी अधिकारों के इस्तेमाल के बारे में, पहले परिषद् को चेतावनी देनी पड़ी। इसी प्रकार बी. जी. वर्गीय के दी हिन्दुस्तान टाइम्स के विरुद्ध प्रसिद्ध मामलों में, बिरलाज को श्री वर्गीजय और श्री के. के. बिरला के बीच हुआ पूर्ण पत्राचार प्रदान करने का निर्देश दिया गया।

एक समाचारपत्र, जिसे परिषद् द्वारा तीन बार परिनिर्दिष्ट किया गया था, के मामले में कुछ अवधि हेतु डाक की रियायती दरों अथवा अखबारी कागज के वितरण, विज्ञापनों, मान्यता के रूप में कुछ सुविधाएं और रियायतें न देने पर सम्बद्ध प्राधिकारियों से सिफारिश करने का परिषद् को अधिकार दिये जाने के लिए, परिषद् ने 1980 में अधिनियम में संशोधन का प्रस्ताव किया था।

प्राधिकारियों की ओर से परिषद् की सिफारिशों के स्वीकृति की अनिवार्य होने की मांग की गई। इसके अतिरिक्त परिषद् का विचार था कि, समाचारपत्रों के मामलों के समान प्रेस परिषद् अधिनियम 1978 की धारा 15 (4) के अंतर्गत, सरकार सहित किसी प्राधिकरण के आचरण का सम्मान करते हुए अपने किन्हीं निर्णयों अथवा रिपोर्टों में, ऐसी टिप्पणियां, जैसी वह उचित समझे, करने के परिषद् के अधिकार में ऐसे प्राधिकारियों को चेतावनी देने, उनकी भर्त्सना करने अथवा उन्हें परिनिर्दिष्ट करने के अधिकार भी शामिल होना चाहिए और यह कि, इस संबंध में परिषद् की टिप्पणियों को संसद के दोनों सदनों और अथवा सम्बद्ध राज्य के विधान के सम्मुख रखा जाना चाहिए। वर्ष 1987 में, परिषद् ने मामले पर पुनर्विचार किया और विस्तृत विचार-विमर्श के पश्चात दंडात्मक अधिकार हेतु प्रस्ताव को वापिस लेने का निर्णय किया क्योंकि इस संबंध में पुनर्विचार किया गया कि वर्तमान परिस्थितियों में प्रेस की स्वतंत्रता पर अंकुश लगाने के लिये प्राधिकारियों द्वारा इन अधिकारों का दुरुपयोग किया जा सकता था।

तभी से, बार-बार, सुझाव सन्दर्भ परिषद् को दिये गये हैं कि चूककर्ता समाचारपत्रों/पत्रकारों को दंड देने के लिए परिषद् के पास दंडात्मक अधिकार होने चाहिए। इसके जवाब में परिषद् ने लगातार यही विचार किया है कि

अधिनियम की विद्यमान योजना के अंतर्गत इसे दिये गये नैतिक अधिकार पर्याप्त हैं। अक्टूबर 1992 में नई दिल्ली में प्रेस परिषदों के अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन में अपने उद्घाटन भाषण में सूचना और प्रसारण केन्द्रीय मंत्री द्वारा यह सुझाव दोहराया गया, परंतु परिषद् ने निम्नलिखित कारणों से इसे सर्व सम्मति से अस्वीकार कर दिया -

यदि परिषद् को दंड देने/जुर्माना लगाने का अधिकार दे दिया जाता तो यह दंड देने के अधिकार के समान होता जो कि केवल तभी लागू होता है जब प्रेस द्वारा सरकार तथा इसके प्राधिकारियों के विरुद्ध शिकायतों की जाती हैं। सार्थक दंड देने का अधिकार कई मामलों को उठाता है जिनमें क, प्रमाण का दायित्व, ख, प्रमाण का स्तर, ग, कानूनी प्रतिनिधित्व का अधिकार और लागत और घ, समीक्षा और अथवा अपील उपलब्ध होगी अथवा नहीं, शामिल हैं। इन मामलों में से सभी अथवा किसी एक का प्रभाव मूल आधार के विरोध में हो सकता है कि प्रेस परिषदें शिकायतों की सुनवाई के लिये लोकतांत्रिक, प्रभावी और सस्ती सुविधा प्रदान करती हैं और यह कि परिणामी अनिवार्यता यह होगी कि इसके परिणामस्वरूप प्रेस परिषदें औपचारिकता, लागत और पहुँच की जानी-मानी समस्याओं और न्यायिक अधिकार का प्रयोग करने वाले न्यायालय बन जायेंगी और समान रूप से विलंब होगा जिससे प्रेस परिषद् का मूल उद्देश्य विफल हो जायेगा।

दिसंबर 1992 में, परिषद् को केन्द्रीय सरकार से एक पत्र प्राप्त हुआ जिसमें इस विषय पर परिषद् के विचार माँगे गये कि क्या यह सुनिश्चित करने के लिए कि, सांप्रदायिक लेखों के संबंध में मार्गनिर्देशों के उल्लंघन हेतु प्रेस परिषद् द्वारा परिनिंदित समाचारपत्रों/पत्रिकाओं को सरकार से मिलने वाले प्रोत्साहन जैसे विज्ञापन आदि से वंचित रखा जा सकता है, कोई प्रक्रिया निर्दिष्ट की जा सकती है और क्या प्रेस परिषद् यह सुझाव देने की स्थिति में होगी कि जब यह एक समाचारपत्र/पत्रिका को मार्गनिर्देशों के उल्लंघन का दोषी ठहराती है तब क्या कार्यवाही की जानी चाहिए।

परिषद् ने जून 93 की अपनी बैठक में, परिषद् को दंडात्मक अधिकार दिये जाने के विरुद्ध विगत समय में इसके द्वारा लिये गये स्टैंड के प्रकाश में मामले पर विचार किया। मामले पर गहराई से विचार करने पर, परिषद् ने अनुभव किया कि इस समय परिषद् द्वारा जिस नैतिक अधिकार का इस्तेमाल

किया जा रहा है, वह काफी प्रभावी है और प्रेस को आत्म नियमन का मार्ग दिखाने में दंडात्मक अधिकारों की आवश्यकता नहीं है।

हालांकि परिषद् ने निर्णय किया कि यदि एक समाचारपत्र तीन वर्षों में किसी प्रकार के अनैतिक लेखन के लिये दो बार परिनिन्दित किया जाता है, तब ऐसे निर्णयों की प्रतियाँ भारत सरकार के मंत्रिमंडल सचिव और सम्बद्ध राज्य सरकार के मुख्य सचिव, को सूचनार्थ और ऐसी कार्यवाही, जैसाकि वे अपने विवेक और मामले की परिस्थितियों में उचित समझे, हेतु भेजी जानी चाहिए। परिषद् ने निर्णय किया कि तीन वर्षों की अवधि को दूसरी बार परिनिन्दा की तारीख से उल्टे गिनते हुए पूर्ववर्ती तीन वर्षों के रूप में लिया जायेगा।

जन प्राधिकरण के कर्तव्य

प्रेस की स्वतंत्रता का संरक्षण

भारत में समाचार-पत्रों और समाचार एजेंसियों के स्तरों को बनाए रखना और उनमें सुधार करना

प्रेस एवं पुस्तक पंजीकरण अधिनियम, 1867 की धारा 8 ख के अंतर्गत विद्यमान घोषणा-पत्र को रद्द करने अथवा धारा 6 के अंतर्गत घोषणा-पत्र को अधिप्रमाणित करने से मना करने, मजिस्ट्रेट के आदेश से व्यथित व्यक्ति की शिकायत का निवारण करने के लिए 1867 के कथित अधिनियम के अंतर्गत अपील प्राधिकरण का इसे अतिरिक्त कार्य सौंपा गया है।

समाचार-पत्रों और समाचार एजेंसियों की स्वतंत्रता बनाए रखने में उनकी सहायता करना।

उच्च व्यावसायिक स्तरों के अनुरूप समाचार-पत्रों, समाचार एजेंसियों और पत्रकारों के लिए आचार संहिता का निर्माण करना।

समाचार-पत्रों, समाचार एजेंसियों और पत्रकारों की ओर से जनरुचि के उच्च स्तरों को बनाये रखना सुनिश्चित करना और अधिकारों तथा दायित्व दोनों की समुचित भावना को बढ़ावा देना।

ऐसी किसी भी घटना पर नजर रखना जिससे जनरुचि और जनसमूह के समाचार के प्रचार-प्रसार पर रोक की संभावना हो।

समाचार-पत्रों अथवा समाचार एजेंसियों के उत्पादन अथवा प्रकाशन में लगे व्यक्तियों के सभी वर्गों के बीच समुचित कार्यात्मक संबंध को बढ़ावा देना।

कोई घटना जैसे समाचार-पत्रों और समाचार एजेंसियों के स्वामित्व की एकाग्रता अथवा अन्य पहलुओं, जो कि प्रेस की स्वतंत्रता को प्रभावित कर सकते हैं, में हस्तक्षेप करना।

प्रेस की स्वतंत्रता अथवा पत्रकारिता के मानकों के उल्लंघन के संबंध में आम जनता, समाचार-पत्र और पत्रकारों द्वारा की गयी शिकायतों का निवारण करना।

मूल कार्रवाई करना अथवा सरकार द्वारा इसे भेजे गये पत्र पर अध्ययन करना और किसी विधेयक, विधान, कानून अथवा प्रेस का स्पर्श करते हुए अन्य मामलों पर राय व्यक्त करना तथा प्राधिकारियों अथवा सम्बद्ध व्यक्तियों को मत सम्प्रेषित करना।

इसके संविधिक दायित्वों को स्पर्श करते हुए, लोक महत्त्व के मामले में मूल कार्रवाई करना और घटना स्थल की जांच करना।

आचार संहिता

प्रेस परिषद् अधिनियम, 1978 की धारा 132 द्वारा परिषद् को समाचार कर्मियों की सहायता तथा मार्गदर्शन हेतु उच्च व्यावसायिक स्तरों के अनुरूप समाचारपत्रों, समाचार एजेंसियों और पत्रकारों के लिये आचार संहिता बनाने का व्यादेश दिया गया है। ऐसी संहिता बनाना एक सक्रिय कार्य है जिसे समय और घटनाओं के साथ कदम से कदम मिलाना होगा। निमार्ण संकेत करता है कि प्रेस परिषद् द्वारा मामलों के आधार पर अपने निर्णयों के जरिये संहिता तैयार की जाये। परिषद् द्वारा जनरुचि और पत्रकारिता नीति के उल्लंघन शीर्षक के अंतर्गत भारतीय विधि संस्थान के साथ मिलकर पहले वर्ष 1984 में अपने निर्णयों/मार्गनिर्देशों के जरिये व्यापक सिद्धांतों का संग्रह तैयार किया गया था। सिद्धांतों का यह संकलन परिषद् के निर्णयों अथवा अधिनिर्णयों अथवा इसके अथवा इसके द्वारा अथवा इसके अध्यक्ष द्वारा जारी मार्गनिर्देशों से चुना गया है। वर्ष 1986 में, सरकार और इसके प्राधिकारियों के विरुद्ध शिकायतों अथवा मामलों, जो कि दूरगामी और महत्त्वपूर्ण प्रकृति के थे और जिसमें सरकार सहित किसी प्राधिकारी के आचरण का सम्मान करते हुए टिप्पणियाँ शामिल थीं, में निर्णयों और

सिद्धांतों से सम्बद्ध प्रेस की स्वतंत्रता का उल्लंघन शीर्षक के अंतर्गत संकलन का दूसरा भाग प्रकाशित किया गया।

वर्ष 1986 से संहिता निर्माण की त्वरित प्रक्रिया सहित शिकायतों की संस्थापना और प्रेस परिषद् द्वारा उनके निपटान में लगातार वृद्धि होती रही है। 1992 में परिषद् ने पत्रकारिता नीति निर्देशिका प्रस्तुत की जिसमें परिषद् द्वारा जारी मार्गनिर्देशों और निर्णयों से छूटकर लिये गये पत्रकारिता नीति सिद्धांत हैं। चूँकि तब से परिषद् द्वारा प्रेस के अधिकारों और दायित्वों से सम्बद्ध कई अत्यधिक महत्वपूर्ण निर्णय दिये गये हैं, मार्गनिर्देशिका का 162 पृष्ठों का विस्तृत और व्यापक दूसरा संस्करण जारी किया जा चुका है।

इसमें निजता के अधिकार की संकल्पना भी दी गई है और इस संबंध में तथा मार्गदर्शन हेतु उच्च व्यावसायिक स्तरों के अनुरूप समाचार पत्रों किये जाने वाले मार्गनिर्देश भी विनिर्दिष्ट किये गये हैं। प्रेस, सार्वजनिक कर्मचारियों और लोकप्रिय व्यक्तियों के मार्गदर्शन हेतु इसके कुछ पहलुओं में मानहानि कानून का भी सहयोग लिया गया है। परिषद् ने नगरपालिका समिति के सार्वजनिक पदाधिकारियों की कथित मानहानि के संबंध में महत्वपूर्ण अधिनिर्णय दिया कि प्रेस अथवा मीडिया के विरुद्ध नुकसान हेतु कार्यवाही का उपचार, सरकारी पदाधिकारियों को उनकी सरकारी ड्यूटी के निर्वाह से सम्बद्ध उनके कार्यों और आचरण के संबंध में साधारणतया उपलब्ध नहीं है, चाहे प्रकाशन ऐसे तथ्यों और वक्तव्यों पर आधारित हो जो कि सत्य न हो, जब तक कि पदाधिकारी यह स्थापित न करे कि प्रकाशन, सत्य का आदर और परवाह न करते हुए, किया गया था।

ऐसे मामले में बचाव पक्ष मीडिया अथवा प्रेस के सदस्य के लिये यह सिद्ध करना पर्याप्त होगा कि उन्होंने तथ्यों के समुचित सम्यापन के पश्चात कार्य किया, उनके लिये यह सिद्ध करना आवश्यक नहीं है कि उन्होंने जो कुछ लिखा है, वह सत्य है। परंतु जहाँ यह सिद्ध होता है कि प्रकाशन दुर्भावना अथवा व्यक्त वैर से प्रवृत्त और झूठा है, वहाँ बचाव पक्ष के लिये कोई बचाव नहीं होगा और नुकसान हेतु उत्तरदायी होगा। हालाँकि एक सार्वजनिक पदाधिकारी को उन मामलों में जो कि उनकी ड्यूटी के निर्वाह से सम्बद्ध न हों, वही सुरक्षा मिलती है जैसा कि किसी अन्य नागरिक को मिलती है।

हालाँकि न्यायापालिका, संसद और राज्य विधानमंडल इस नियम का अपवाद हैं, क्योंकि पूर्ववर्ती इसकी अवमानना हेतु दंड के अधिकार से

सुरक्षित है और उत्तरवर्ती संविधान के अनुच्छेद 105 और 194 के अंतर्गत विशेषाधिकारों से सुरक्षित है। परिषद् ने आगे दिया है कि इसका अर्थ यह नहीं है कि शासकीय गुप्त बात अधिनियम, 1923 अथवा कोई समान अधिनियमन अथवा उपबंध जिसे कानूनी शक्ति प्राप्त हो, प्रेस अथवा मीडिया पर नियंत्रण नहीं रख सकते। यह भी दिया गया है कि ऐसा कोई कानून नहीं है जो कि प्रेस/मीडिया पर पूर्व नियंत्रण रखने अथवा वर्जित रखने का राज्य अथवा इसके अधिकारियों को अधिकार देता हो।

सार्वजनिक पदाधिकारी के निजता के दावे के संबंध में, परिषद् ने निर्दिष्ट किया है कि यदि सार्वजनिक पदाधिकारी की निजता और उनके निजी आचरण, आदतों व्यक्तिगत कार्यों और चरित्र की विशेषताओं, जिनका टकराव अथवा संबंध उनकी शासकीय ड्यूटी के समुचित निर्वाह से हो, के बारे में जानने के जनता के अधिकार के मध्य टकराव हो, तो पूर्ववर्ती को उत्तरवर्ती के सामने झुकना चाहिए। हालाँकि, व्यक्तिगत निजता के मामलों में, जो कि उनकी शासकीय ड्यूटी के निर्वाह से सम्बद्ध नहीं है, सार्वजनिक पदाधिकारी को वही सुरक्षा मिलती है जो कि किसी अन्य नागरिक को मिलती है। यह मार्गनिर्देशिका कुल मिलाकर विधि संबंधी, नैतिक और सदाचार संबंधी समस्याओं जो कि प्रतिदिन समाचारपत्रों के मालिकों, पत्रकारों संपादकों का विरोध करती है, के माध्यम से सुरक्षा और जिम्मेवारी का मार्ग सुझाती है। मार्गनिर्देशिका अकाट्य सिद्धांतों का संकलन नहीं है, बल्कि इसमें व्यापक सामान्य सिद्धांत हैं, जो कि प्रत्येक मामले की परिस्थिति को देखते हुए समुचित विवेक और अनुकूलन के साथ लागू किये जाते हैं तो वे व्यावसायिक ईमानदारी के मार्ग सहित पत्रकारों को उनके व्यवसाय के संचालन को आत्म-संयमित करने में उनकी सहायता करेंगे। किसी भी तरह ये थकाउ नहीं है न ही इनका अभिप्राय सरख्ती है जो कि प्रेस के स्वच्छंद कार्य में बाधा डाले।

प्रेस की स्वतंत्रता

प्रेस स्वतंत्रता को धमकियाँ

एक समाचारपत्र अथवा वे लोग, जो कि संपादकीय के रूप में इससे जुड़े हुए हैं अथवा मैनेजमेंट में हैं, पर समाचारपत्र में अभिव्यक्त की गयी

राय के लिये उन पर दबाव डालने अथवा उन्हें भयादोहित करने के इरादे से हमला प्रेस की स्वतंत्रता में घोर हस्तक्षेप है। मलयाला का मामला, पी.सी.आई.रिव्यू, जनवरी 1983 पृ.62,

समाचारपत्रों को तथ्य प्रकाशित करने से रोकने के लिये अथवा विशेष आदेश का पालने करने के लिये बाध्य करने की प्रवृत्तियाँ चिंताजनक विषय हैं। मलयाला मनोरमा का मामला, पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट 1968 पृ. 38।

स्थानीय प्रशासन से आशा की जाती है कि वह पत्रकार द्वारा ड्यूटी निर्वाह करने में, उनकी बिना किसी दबाव के सहायता करे। ब्लिट्ज का मामला, पी.सी.आई. रिव्यू अप्रैल 1984, पृ. 30।

पुलिस प्राधिकारियों द्वारा एक समाचारपत्र के संपादक को उनके समाचार अथवा आलोचनात्मक लेखों के कारण उत्पीड़ित करना अथवा झूठे मामलों में फँसाना, प्रेस की स्वतंत्रता में हस्तक्षेप के समान है। महाजाति का मामला, पी.सी.आई. अक्टूबर 1983 पृ. 55।

अनियंत्रित भीड़ द्वारा समाचारपत्र कार्यालयों में सामुहिक छापे प्रेस की स्वतंत्रता में हस्तक्षेप है। पुलिस द्वारा समुचित एहतियाती सुरक्षात्मक कार्यवाही की जानी चाहिए। समाचारपत्र कार्यालयों के घेराव पर भी यही लागू होता है। प्रेस परिषद् द्वारा कर्नाटक सरकार के विरुद्ध मूल कार्यवाही, पी.सी.आई. रिव्यू अप्रैल 1982 पृ. 36

पत्रकारों को उत्पीड़ित और परेशान करना प्रेस की स्वतंत्रता पर प्रत्यक्ष मामला है। मध्य प्रदेश लघु समाचारपत्र संघ का मालना पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट 1972 पृ. 66।

समाचार कवर करते हुए एक प्रेस फोटोग्राफर से पुलिस द्वारा कैमरा जब्त करना तथा फिल्म निकालना पत्रकार को अपनी ड्यूटी का निर्वाह करने से रोकने के समान है और इस मामले को गंभीरता से लिया जाना चाहिए। सर्चलाईट का मामला, पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट, 1972 पृ. 65।

एक पत्रकार के विरुद्ध साभिप्रेत मनगढ़ंत मामले दर्ज करना उनके कार्यों में हस्तक्षेप के समान होगा। मलयाला मनोरमा का मामला, पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट, 1968 पृ.38 और पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट 1967, पृ. 52-58।

रिपोर्टिंग के मामले में एक रिपोर्टर को किसी मंत्री द्वारा अपने आदेश का पालन करने के लिये धौंस देने का प्रयास प्रेस के प्रति मंत्री के आचरण

के समुचित स्तरों को बनाये रखने के विपरात होगा दैनिक जन्मभूमि का मामला, पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट 1980, पृ. 56।

एक समाचारपत्र संवाददाता द्वारा लिखे गये लेखों/समाचारों के कारण उनसे मान्यता पत्र और आवासीय सुविधायें वापिस लेना संवाददाता और प्रेस पर दबाव डालने के प्रयास के समान होगा। चंदीगढ़ पत्रकार यूनियन का मामला, पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट, 1974 पृ. 68।

प्रेस और पुस्तक पंजीकरण अधिनियम 1867, जिला मजिस्ट्रेट को, भावी संपादकों को घोषणापत्र देने से इंकार करने से पूर्व, उनसे आश्वासन पत्र प्राप्त करने का अधिकार नहीं देता। उ.प्र.लघु एवं मझोले समाचारपत्र संपादक परिषद् का मामला, पी.सी.आई. रिव्यू, जन. 1983, पृ. 58।

प्रेस और पुस्तक पंजीकरण अधिनियम 1867 के अंतर्गत सामाचारपत्रों का घोषणापत्र इस आधार पर रद्द नहीं किया जा सकता कि सम्बद्ध समाचारपत्र पीत पत्रकारिता में लगे हुए थे। पीत पत्रकारिता से सम्बद्ध कोई भी शिकायत प्रेस परिषद् के सम्मुख दर्ज की जानी चाहिए। प्रेस परिषद् द्वारा मूल कार्यवाही, पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट 1983, पृ. 37।

एक आलोचनात्मक लेख के आने की तारीख और मान्यता पत्र न देने में सामीप्य यह देखने के लिये महत्वपूर्ण कारक होंगे कि क्या मान्यता पत्र न देना उस लेख के कारण था। सरिता, मुक्ता आदि का मामला, पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट 1981, पृ. 60।

विज्ञापन और प्रेस स्वतंत्रता

संपादकीय नीति को प्रभावित कर लाभ उठाने के रूप में सरकार अथवा व्यक्तियों द्वारा विज्ञापन देना अथवा वापिस लेना एक धमकी तथा प्रेस की स्वतंत्रता को संकट डालने अर्थात् इस सन्दर्भ में संपादक की स्वतंत्रता को संकट में डालने के समान है। सरकार के मामले में ऐसा विशेष रूप से होता है, क्योंकि यह सार्वजनिक निधि न्यासी है, अतः भेदभाव किये बिना इसके उपयोग के लिये बाध्य है। ट्रिब्यून का मामला, पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट, 1970, पृ. 45।

एक समाचारपत्र द्वारा अधिकार के मामले के रूप में सरकार सहित किसी पार्टी से विज्ञापनों का दावा नहीं किया जा सकता। सरकार वस्तुपरक कसौटी के आधार पर विज्ञापन देने की अपनी नीति बना सकती है। परंतु

समाचारपत्र की संपादकीय नीति पर विचार किये बिना सार्वजनिक रूप से विवेचित सिद्धांतों के आधार पर यह किया जाना चाहिए। साप्ताहिक मुजाहिद के मामले, पी.सी.आई. रिव्यू जुलाई 1983 पृ. 44 और ट्रिब्यून, पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट 1970, पृ. 45।

यदि एक संपादक अपने समाचारपत्र से असम्बद्ध अनुचित व्यवहार अथवा कार्यवाही का दोषी है, तो उसके विरुद्ध व्यक्तिगत रूप से कार्यवाही की जा सकती है परंतु वह समाचारपत्र जिसका वह संपादक हो, को विज्ञापन देने से इंकार करना न्यायोचित नहीं होगा। यह एक समाचारपत्र के कर्मचारी अथवा इसके मालिक तक पर लागू होता है। सर्चलाइट और प्रदीप का मामला, पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट, 1974, पृ. 111 हो सकता है कि एक संपादक, अथवा अन्य पत्रकारों के बाह्य कार्यकलाप, उस पर प्रकाश डालें जो कि वह समाचारपत्र के लिये लिखता है, तथा ऐसे लेखों के अनुचित होने पर समाचारपत्र के विरुद्ध कार्यवाही न्यायसंगत है। तथापि, यह अनुचित प्रकाशन और कर्मचारियों के कार्यकलापों जो कि समाचारपत्र से असम्बद्ध हों, के लिये है। पूर्वोक्त

अनुचितता और प्रेस स्वतंत्रता

टिप्पणी की एक विशेष रेखा स्वीकार करने के लिये पत्रकार को प्रलोभन देना और पत्रकार द्वारा ऐसे प्रलोभन को स्वीकार करना अनुचित है। सरकार द्वारा अनुचित प्रलोभन दिये जाने पर स्थिति बदतर हो जायेगी, क्योंकि तब मीडिया कानूनी रूप से दबाव डालने का शस्त्र बन जायेगा। (पूर्वोक्त)

एक पत्रकार के लिये ऐसा कार्य स्वीकार करना जो कि उनके व्यवसाय की निष्ठा और गौरव के विरुद्ध हो अथवा पत्रकार के रूप में उनके स्टेटस का शोषण हो, अनुचित है। (पूर्वोक्त) एक समाचारपत्र के संपादक को उनके समाचारपत्र में प्रकाशित पत्र की सूचना के स्रोत को प्रकट करने के लिये नहीं कहा जा सकता। अर्जुन बाण का मामला, पी.सी.आई. रिव्यू, जुलाई 1983, पृ. 53।

एक पत्रकार को अपने निजी और गोपनीय सूचना का स्रोत प्रकट करने के लिये कहना, जनहित की घटनाओं पर रिपोर्ट करने के उनके दायित्व के उल्लंघन के समान है और प्रेस की स्वतंत्रता को धमकी देना है प्रेस संवाद का मामला, हिन्द समाचार, पी.सी.आई., वार्षिक रिपोर्ट 1973 पृ. 27।

पुलिस द्वारा एक समाचारपत्र के संपादक को, पुलिस के कार्यों से सम्बद्ध समाचार के प्रकाशन के विरुद्ध आपने संवाददाता को चेतावनी देने का निर्देश नहीं दिया जा सकता क्योंकि यह प्रेस के मौलिक अधिकार के विरुद्ध होगा। विश्व मानव, का मामला, पी.सी.आई. रिव्यू, अक्टूबर 1983, पृ. 521

इस भावना के कारण कि किसी स्थिति की रिपोर्ट बढ़ा-चढ़ाकर दी गई थी और एजेंसी पर दबाव डालने के लिये समाचार एजेंसी की टेलीप्रिन्टर सेवा के अंशदान को जानबूझकर बंद करना प्रेस की स्वतंत्रता को धमकी के समान होगा। संसद के पूर्व सदस्य का मामला, पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट 1972 पृ. 71

एक समाचारपत्र को समाचार प्रेषण के लिये निकालना और संपादकों के व्यावसायिक कर्तव्य के निर्वाह में कार्यकलापों के लिये उन्हें गिरफ्तार करना और समाचारपत्रों को कुछ ग्रुपों के कार्यों से सम्बद्ध कुछ भी प्रकाशित करने से रोकने के लिये सरकार द्वारा चेतावनी पत्र जारी वैध रूप से प्रेस की स्वतंत्रता को धमकी की आशंका को बढ़ावा दे सकता है। प्रेस परिषद् द्वारा मूल कार्यवाही, पी.सी.आई रिव्यू, अप्रैल 1983, पृ. 521

मार्गनिर्देश और नीति निर्माण

परिषद् ने मार्गनिर्देश जारी किये हैं और प्रेस तथा लोगों से सम्बद्ध विभिन्न मामलों पर नीति रूपरेखा की सिफारिश की। इसके अतिरिक्त जहाँ कहीं भी गंभीर स्थिति पैदा हुई जिसमें प्रेस से संयम और सावधानी के साथ कार्य करने की आशा की गई वहाँ परिषद् के अध्यक्ष, वक्तव्यों के माध्यम से प्रेस का मार्गदर्शन करते रहे हैं। जब कभी भी सुनियोजित बृहत हमले किये गये, तब इन्होंने ऐसे वक्तव्यों के माध्यम से तीव्र प्रतिक्रिया भी की।

सन् 1969 में, परिषद् ने सांप्रदायिक संबंधों से सम्बद्ध मामलों पर रिपोर्टिंग और टिप्पणियाँ करने में नियमों और स्तरों को निर्दिष्ट करते हुए 10-सूत्री मार्गनिर्देश जारी किये। सुविस्तार के बिना मार्गनिर्देशों में यह सूचीबद्ध और स्पष्ट किया गया कि पत्रकारिता औचित्य और नीति के विरुद्ध क्या आपत्तिजनक होगा, अतः उससे बचना चाहिए। संलग्नक बी, ख,

पुनः 1990 में अयोध्या की घटनाओं को देखते हुए, परिषद् ने 1969 के मार्गनिर्देशों को दोहराते हुए, नये अनुभव के प्रकाश में अन्य 12 सूत्री

मार्गनिर्देश जारी किये। परिषद् ने कहा कि इसमें रेखांकित सिद्धांत प्रशिक्षण की अवस्था से लेकर मीडिया के प्रत्येक स्तर पर अंतर्निविष्ट किये जाने चाहिए। इन सिद्धांतों संलग्नक बी-2 ने प्रेस और राज्य दोनों के लिये कुछ कार्य करने और कुछ कार्य न करने निर्दिष्ट किये।

परिषद् ने पिछले वर्षों में राष्ट्रपति, प्रधानमंत्री आदि के विदेशी दौरे पर उनके साथ जाने के लिये पत्रकारों के चयन, विज्ञापनों अखबारी कागज, मान्यता के नियमों जैसे कुछ विषयों के बारे में नीति रूपरेखा का निर्माण किया है।

जैसाकि पहले विवेचित किया गया है, परिषद् ने, अक्टूबर 1982 में अपनी बैठक में लिये गये निर्णय के पश्चात अपने अधिनिर्णयों के दो संकलन, मामलों के समान सैट के अंत में अधिनिर्णयों को रेखांकित करके सिद्धांत देते हुए पत्रकारिता नीति के उल्लंघन और प्रेस की स्वतंत्रता के उल्लंघन पर प्रकाशित किये।

कुछ महत्वपूर्ण दिये गये निर्णय और परिषद् द्वारा जारी मार्गदर्शी सिद्धांत

सन् 1966 में इसकी स्थापना से ही, परिषद् ने कई महत्वपूर्ण निर्णय दिये और मार्गदर्शी सिद्धांत जारी किये हैं जिनका देश में प्रेस पर काफी प्रभाव रहा है। निम्नलिखित कुछ महत्वपूर्ण मामले हैं जिनमें ऐसे निर्णय दिये गये हैं। विस्तृत विवरण संलग्न-40 में दिया गया है।

सांप्रदायिक लेख

1. उड़ीसा सरकार बनाम देश, कलकत्ता साप्ताहिक 1968 वा., रि. 25-27, सं.-1
2. मैसूर सरकार बनाम जम जम, उर्दू साप्ताहिक, बंगलौर 1968-वा. रि. 56-57, सं.-2,
3. परिषद् ने निम्नलिखित समाचारपत्रों के विरुद्ध मूल-कार्यवाही आरंभ की और समुचित जाँच के पश्चात, मामलों को समाप्त करते हुए, इन्होंने अवलोकन किया कि ऐसे समय में प्रेस द्वारा संयम आवश्यक है जब सांप्रदायिक दंगों जैसे संवेदनशील मामलों पर संघर्ष के परिणामस्वरूप देश तनाव वाली स्थिति से गुजर रहा हो - 1980 वा. रि. 131-146,

सं०-3,

क. दैनिक जागरण

ख. असली भारत

ग. करंट

घ. फ्री प्रेस जर्नल

ङ. श्री वर्षा

च. मलयाला मनोरमा

छ. नार्दर्न इंडिया पत्रिका

3. क, उपायुक्त, हजारीबाग बनाम राँची एक्सप्रेस वा०रि० 86-87

4. श्री शीपत सिंह मक्कासर बनाम राजस्थान पत्रिका 18वीं वा.रि.

231-232

5. श्री जिले सिंह चहल, महा सचिव अखिल भारतीय जाट महा सभा, रोहतक बनाम विश्व मेल ईवनिंग डेली, कोटा 18 वी. वा. रि. 234-235

मानहानि

1. गोआ, दमन और दियू सरकार बनाम ब्लेड 1969 वा. रि. 12-14, सं-4,

2. पी.के. बंसल बनाम सूर्य इंडिया वीं. वा.रि. 218-222, सं.-5,

3. मधु लिमये बनाम इंडियन एक्सप्रेस 13वीं वा. रि. 139-158, सं.-6,

4. हरकिशन सिंह सुरजीत बनाम इंडियन एक्सप्रेस 13 वीं वा. रि. 25-139 सं.-7

5. वसंत साठे बनाम दी इंडीपैन्डेन्ट 12 वीं वा. रि. 242-252, सं.-8

6. श्री एच. एन. कुमार, नगर पालिका समिति के प्रतिनिधि के रूप में नगर पार्षद मादिखेरी बनाम संपादक शक्ति कन्नड डेली, मादिखेरी वा. रि. 1994 सं०-9

7. श्री वटल नागराज, विधायक, कर्नाटक विधान सभा, बंगलौर बनाम लंकेश पत्रिका 111-112, 17वीं वा.रि.

8. श्रीमती फनाली सिंघल बनाम इंडीपैन्डेंट और दी हिन्दुस्तान टाइम्स 16 वीं वा. रि. पृष्ठ 123, 128, 129-132,

खोजी पत्रकारिता

1. आर. सी भार्गव, अध्यक्ष मारूति उद्योग लि० बनाम दी स्टेट्समैन 15 वीं वा. रि. 130-142, सं.-10,

अश्लीलता और कुरुचि

1. दिल्ली प्रशासन बनाम कॉनपिडेन्शल एडवाइजर 1996 वा. रि. 50-521, सं.-11,
2. श्री दिनेश भाई त्रिवेदी, सांसद राज्य सभा बनाम दी संडे स्टेट्समैन मिस्लनी 14 वीं वा. रि. 531-536, सं.-12,

निजता का अधिकार

1. सर सिरल्ला-सेंट मेरी ऑफ दी एन्जल्स फ्रान्सिस प्लासिदो फौन्जिको बनाम दी इंडियन एक्सप्रेस, फ्री प्रेस जर्नल, टाइम्स ऑफ इंडिया और सामना 13वीं वां, रि. 92-110, सं.-13,
2. डॉ. वसुधा धगवर, कार्यकारी निदेशक, एम ए आर जी बनाम इंडिया टुडे वा.रि. 1993 सं०-14,

उत्तर का अधिकार

1. श्री टी. के. महादेवन बनाम दी इलस्ट्रेटिड वीकली ऑफ इंडिया 1981 वा.रि. 130-135, सं.-15,
2. डॉ. बाल्टर फर्नान्डीज बनाम सूर्य इंडिया वीं वा.रि. 233-235, सं०-16,
3. पी.के. बंसल बनाम सूर्य इंडिया 12 वीं रि. 218-222, सं.-5,
4. मधु लिमये/हरकिशन सिंह सुरजीत बनाम इंडियन एक्सप्रेस 13 वीं वा. रि. 39-158, सं.-6,

प्रकाशन पूर्व सत्यापन करने का अधिकार

- 1, असम सरकार बनाम दैनिक असम 1982 वा. रि. 82-85, सं.-17,
- 2, डी.एन. साइकिया, उपसचिव, असम सरकार बनाम दी प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया और दी स्टेट्समैन 12 वीं रि. 140-142, सं.-18,
- 3,1, गोआ सरकार, दमन और दियू बनाम ब्लेड 1969 वा.रि. पू. 12-14, सं.-4,

- 2, पी.के. बंसल बनाम सूर्य इंडिया 12वीं वा.रि. 218-222, सं0-5,
- 3, मधु लिमये बनाम इंडियन एक्सप्रेस 13वीं वा.रि. 139-158, सं.-6,
- 4, हरकिशन सिंह सुरजीत बनाम इंडियन एक्सप्रेस 13वीं वा.रि. 125-139, सं.-7,
- 5, बसंत साठे बनाम दी इंडीपैन्डैन्ट 12वीं वा.रि. 242-252, सं.-8,
- 4, दीपक वोहरा संड मेल पी.सी.आई.रिव्यू जुलाई 1994 59-71, सं.-19, 16वीं वा. रि.-133-144
- 7, क, प्रेस का अपने स्तंभ इस्तेमाल श्री अशोक मेहता, डी यू जे, आई यू जे पी यू सी एल बनाम टाइम्स ऑफ इंडिया अगस्त 4-5, 1998

प्रेस स्वतंत्रता को धमकियाँ

- 1, मलयाला मनोरमा बनाम केरल सरकार पीसी आई रिव्यू, जनवरी 1983 पृष्ठ 62, सं.-20,
- 2, मलयाला मनोरमा बनाम विभिन्न राज्य सरकारें। पी सी आई वार्षिक रिपोर्ट 1968, पृष्ठ 38, सं.-21
- 3, बिल्टज बनाम देहरादून जिला प्रशासन। पी.सी.आई रिव्यू अप्रैल 1984, पृ. 30, सं0-22,
- 4, महाजाति बनाम असम सरकार पी. सी. आई रिव्यू अक्टूबर 1983, पृष्ठ 55, सं.-23
- 5, कर्नाटक सरकार के विरुद्ध प्रेस परिषद् द्वारा मूल कार्यवाही पी.सी.आई. रिव्यू अप्रैल 1982 पृष्ठ 36, सं.-24,
- 6, मध्य प्रदेश लघु समाचारपत्र संघ बनाम नगर पालिका आयुक्त। पी. सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट 1972, पृष्ठ 66, सं.-25,
- 7, सर्च लाइट बनाम राँची उपायुक्त। पी.सी.आई वार्षिक रिपोर्ट 1972 पृष्ठ 65, सं.-26,
- 8, दैनिक जन्मभूमि बनाम असम सरकार पी.सी. आई वार्षिक रिपोर्ट 1980, पृष्ठ 56, सं.-27,
- 9, चंदीगढ़ पत्रकार संघ बनाम हरियाणा सरकार पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट 1974, पृष्ठ 68, सं.-28,

10, उ.प्र. लघु एवं मझोले समाचारपत्र संपादक बनाम जिला मजिस्ट्रेट, हरदोई पी.सी.आई रिव्यू जनवरी 1983 पृष्ठ 58, सं.-29,

11, प्रेस परिषद् द्वारा मूल कार्यवाही वार्षिक रिपोर्ट 1983, पृष्ठ 37, सं.-30,

12, सरिता मुक्ता मध्य प्रदेश सरकार पी.सी.आई वार्षिक रिपोर्ट 1981, पृष्ठ 60, सं.-31,

13, मूल कार्यवाही-गुजरात समाचार पर हमले। वार्षिक रिपोर्ट 1986, पृष्ठ 44, सं.-32,

14, श्री रमाशंकर प्रसाद, बिहार बनाम एस.पी.नालंदा 15 वीं वार्षिक रिपोर्ट पृष्ठ 24-25,

विज्ञापन और प्रेस स्वतंत्रता

1. ट्रिब्यून बनाम हरियाणा सरकार पी.सी.आई. वार्षिक रिपोर्ट 1979, पृष्ठ 45 सं. 33।
2. साप्ताहिक मुजाहिद बनाम असम सरकार पी. सी. आई. रिव्यू जुलाई 1983 पृष्ठ 44 सं. 34।
3. सर्चलाइट और प्रदीप बनाम बिहार सरकार पी. सी. आई. वार्षिक रिपोर्ट 1974, पृष्ठ 11 सं. 35।
4. अमर उजाला बरेली और मेरठ संस्करण बनाम जिला प्रशासन उ. प्र. 15 वीं वा. रि. 66 67।

अनुचित व्यवहार और प्रेस स्वतंत्रता

1. अर्जुन बाण बनाम परगना अधिकारी, तहसील ब्रिस्वा, उ. प्र. पी. सी. आई. वार्षिक रिपोर्ट 1973, पृष्ठ 40 सं. 36।
2. प्रेस संवाददाता हिन्द समाचार बनाम पंजाब सरकार, पी.सी.आई, वा.रि. 1973, पृष्ठ 27, सं.37 अर्जुन बाण बनाम परगना अधिकारी, तहसील ब्रिस्वा, उ. प्र. पी. सी. आई. वार्षिक रिपोर्ट 1973, पृष्ठ 27 सं. 37।
3. विश्व मानव बनाम एस. पी. बदायूँ पी. सी. रिव्यू, अक्टूबर 1983, पृष्ठ 52 सं. 38।
4. भूतपूर्व सांसद बनाम आंध्र प्रदेश सरकार पी. सी. आई. वार्षिक रिपोर्ट 1972 पृष्ठ 7 सं. 39।

5. पी. रंजन की मातृभूमि के विरुद्ध शिकायत वा. रि. 1989 पृष्ठ 72 सं. 401
6. अतुल माहेश्वरी, संपादक, अमर उजाला, हिन्दी दैनिक मेरठ बनाम ई. सी. आई. 17वां रि. पृष्ठ 45।
7. श्री रितेन्द्र माथुर पंचजन्य बनाम पी. आर. ओ. मं. प्र. विधान सभा जून 98।

इन अधिनिर्णयों के अध्ययन से यह पता चलता है कि परिषद, न केवल प्रेस थी स्वतंत्रता का संरक्षण करने बल्कि यह सुनिश्चित करने की, पत्रकारिता का स्तर बनाए रखा जाये और उसमें सुधार करने जैसे अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने के प्रयासों में भी निर्विवाद रूप से सफल रही है। जहाँ प्रेस, परिषद् के हस्तक्षेप के पश्चात प्राधिकारियों को, आमतौर पर, प्रेस पर अनुचित दबाव न डालते हुए देखा गया है वहीं प्रेस कर्मियों ने भी इस प्रकार की पत्रकारिता से स्वयं पर संयम रखा है जो कि उनसे, जिस स्तर की आशा की जाती है, को कम कर सकती थी। परिषद् का नैतिक प्रभाव व्यापक रूप से स्वीकार किया गया है।

शिकायतों की संख्या 1979 में 80 से 1997 में 1075 तक की अत्याधिक वृद्धि, समाचारपत्रों पर नियंत्रण रखने के लिए परिषद् जैसी संस्था की आवश्यकता, महत्त्व और कार्यप्रणाली में मीडिया कर्मियों और जानता दोनों द्वारा अभिव्यक्त किये गये विश्वास का पर्याप्त प्रमाण है।

विशेष जाँच

नियमित शिकायतों पर जाँच के अतिरिक्त परिषद् ने कई बार विशेष जाँच अधिकतर मूल कार्यवाही की है, परंतु कभी-कभी प्रेस से सम्बद्ध घटनाओं और मामलों की शिकायतों की जाँच भी की है।

देशर कथा, त्रिपुरा 1990 पर रिपोर्ट

अगरतला, त्रिपुरा के एक बंगाली समाचारपत्र डेली देशर कथा के संपादक श्री गौतम दास द्वारा उनके समाचारपत्र बेचने वालों और कर्मचारियों पर कांग्रेस आई कार्यकर्ताओं द्वारा लगातार हिंसात्मक हमले किये जाने की शिकायत के पश्चात् प्रेस परिषद् ने घटनास्थल की समुचित जाँच हेतु एक विशेष समिति का गठन किया है। समिति ने अगरतला का दौरा किया और

शिकायतकर्ता तथा त्रिपुरा सरकार के प्रतिनिधियों को सुना। इसके परिणामस्वरूप त्रिपुरा सरकार ने आश्वासन दिया कि वे ऐसी घटनाओं की पुनरावृत्ति को रोकने के लिये सभी आवश्यक कदम उठायेंगे और देशर कथा को पूर्ण सुरक्षा प्रदान करेंगे।

अयोध्या रिपोर्ट 1990

1990 में अयोध्या की घटनाओं पर तथा 1992 में अन्य पर विशेष जाँच की गई। इनकी रिपोर्ट क्रमशः 1991 और 1993 में सार्वजनिक की गई। प्रथम जाँच में, परिषद् ने चार उत्तर प्रदेश दैनिक जागरण, आज, स्वतंत्र भारत और स्वतंत्र चेतना को ऐसी रिपोर्टें, जिन्होंने पत्रकारिता नीति नियमों का घोर उल्लंघन किया, प्रकाशित करने का दोषी पाया। परिषद् ने नियमों का उल्लंघन करने पर इन समाचारपत्रों को परिनिर्दिष्ट किया। परिषद् ने उत्तर प्रदेश सरकार द्वारा स्थिति से निपटने में कई त्रुटियों और प्रेस के प्रति इसके व्यवहार को लेकर इसकी आलोचना भी की।

जागरण ने परिषद् के इस निर्णय को इलाहाबाद उच्च न्यायालय के सम्मुख चुनौती दी, जो कि लंबित है।

इन्होंने प्राधिकारियों द्वारा परिस्थिति की माँग से अधिक दंडात्मक और निवारक कार्यवाही का आश्रय लेने पर चिंता व्यक्त की और अविद्यमान प्रेस आपत्तिजनक मामलों अधिनियम 1951 के उपबंधों के आह्वान और प्रेस एवं पुस्तक पुजीकरण अधिनियम 1867 के उपबंधों के दुरुपयोग पर शोक प्रकट किया।

अयोध्या रिपोर्ट 1993

अयोध्या में दिनांक 6-12-1992 को विवादास्पद मस्जिद गिराये जाने पर ऐसे पत्रकार/प्रेस मीडिया फोटोग्राफर/कैमरामैन जो कि दिनांक 6-12-92 को अयोध्या की घटनाओं और इसके आस-पास कवरेज कर रहे थे, पर कई हमले किये जाने की रिपोर्ट आयीं। चूँकि यह अत्यधिक महत्त्व और चिंता का मामला था, परिषद् के अध्यक्ष महोदय की अध्यक्षता में मामले की जाँच हेतु विशेष जाँच समिति का गठन किया गया। इससे पूर्व अध्यक्ष महोदय, सांप्रदायिक संबंधों पर टिप्पणियाँ प्रस्तुत करते हुए और घटनाओं की रिपोर्टिंग करते हुए प्रेस की ओर से संयम और नियंत्रण

रखे जाने का आग्रह करते हुए पहले ही अपील जारी कर चुके थे। इसके साथ-साथ, उन्होंने पत्रकारों पर उस समय, जब वे अपने व्यावसायिक कर्तव्य का निर्वाह करते हुए घटनाओं को कवर करने की कोशिश कर रहे हों, हमलों की घटनाओं पर चिंता व्यक्त की। उन्होंने प्राधिकारियों से भी यह सुनिश्चित करने की अपील की कि प्रेस को जनमहत्त्व के मामलों पर सूचना के प्रचार-प्रसार के लिये स्वतंत्र और निर्भीकता से कार्य करने दिया जाये।

विशेष समिति ने दिनांक 14-12-92 के आदेश के जरिये अयोध्या, फैजाबाद, लखनउ और दिल्ली की अपनी बैठकों में मौखिक और लिखित साक्ष्य एकत्रित किये दिनांक 7-1-93 को पूर्ण परिषद् के सम्मुख अपनी रिपोर्ट दी। परिषद् द्वारा स्वीकार की गई रिपोर्ट दिनांक 8-1-1993 को जारी की गई।

पंजाब रिपोर्ट 1991

पंजाब में आतंकवाद के दौरान प्रेस और प्रेस कर्मियों का विरोध किये जाने और इन पर दबावों के संबंध में जाँच की गई। ओवरकमिंग फीयर डर पर काबू पाना शीर्षक के अंतर्गत विशेष समिति की रिपोर्ट को स्वीकार करते हुए, परिषद् ने पंजाब प्रेस को, राज्य की स्थिति और घटनाओं के बारे में लोगों को सच्चाई और निष्पक्षता से सूचित करने और किसी बाह्य प्राधिकरण अथवा संगठन द्वारा बल अथवा भयादोहन के माध्यम से इस पर कोई संहिता अथवा नियम की माँग के विरोध में, अपना पूर्ण सहयोग दिया।

जम्मू व कश्मीर रिपोर्ट 1991

इसी प्रकार जम्मू व कश्मीर में प्रेस द्वारा सामना की जा रही समस्याओं पर विशेष जाँच की गई। जुलाई 1991 में इस समिति की रिपोर्ट को स्वीकार करते हुए, परिषद् ने कहा कि कश्मीर में जटिल और कठिन स्थिति में सूचना और संचार के महत्त्व को सरकार अथवा स्वयं मीडिया द्वारा पर्याप्त रूप से महसूस नहीं किया गया। इन्होंने स्थिति के विभिन्न दृष्टिकोणों का प्रभावी उत्तर देने के लिये मापदंडों की शृंखला का सुझाव दिया। पूर्ण रिपोर्ट क्राइसिस एण्ड क्रेडिबिलिटी शीर्षक के अंतर्गत बाद में प्रकाशित की गई।

बिहार रिपोर्ट 1993

बिहार में प्रेस की स्वतंत्र कार्यप्रणाली के मार्ग में दबावों/बाधाओं और पत्रकारों पर हमलों की बढ़ती हुई घटनाओं पर रिपोर्ट जिसे परिषद् ने दिनांक 31 मार्च 1993 को स्वीकार किया, में प्रेस और प्राधिकारियों को अपने संबंध अधिक स्वस्थ संस्थापित करने का परामर्श दिया गया।

एड्स और मीडिया पर रिपोर्ट 1993

एड्स एंड दी मीडिया पर रिपोर्ट में मीडिया द्वारा कुछ कार्य करने और कुछ न करने निर्दिष्ट किये गये और उन्हें परामर्श दिया गया कि छिटपुट समाचार से एड्स अवश्य ही प्रचार का लक्ष्य होना चाहिए। इसी समय, प्रेस को यह ध्यान रखना चाहिए कि जनहित जो कि व्यक्तिगत निजता के संरक्षण के अंतर्गत एक मामले के प्रकाशन को न्यायोचित ठहरा सकता है, वैध हित होना चाहिए न कि विषयासक्त अथवा विकृत जिज्ञासा।

रक्षा रिपोर्ट 1993

जून 1993 की एक अन्य रिपोर्ट जिसका शीर्षक पैन ऐंड स्नोर्ड कलम और तलवार था, में रक्षा से सम्बद्ध सूचना में अधिक खुलेपन के रवैये का समर्थन किया गया।

जम्मू व कश्मीर रिपोर्ट 1994

जम्मू व कश्मीर में उग्रवादी संगठनों से मीडिया को धमकियाँ पर परिषद् की नवीनतम रिपोर्ट ने उग्रवादी प्रचार का सामना करने के लिये सरकारी स्तर पर सूचना के तुरंत प्रसार की सिफारिश की है। रिपोर्ट ने मीडिया कर्मियों को, जो कि स्वतंत्र रुख अपनाने पर उग्रवादियों से धमकियों का सामना करते हैं, को संस्थानीय और क्षेत्रीय सुरक्षा प्रदान करने हेतु सरकार को भी परामर्श दिया है।

आदर्श विज्ञापन नीति 1994

वर्ष 1994 में परिषद् ने संपूर्ण भारत में लागू करने हेतु समान विज्ञापन नीति का निर्माण किया। यह विज्ञापन हेतु प्राधिकारियों द्वारा नामिका में दर्ज करने के लिये समाचारपत्रों के अनुमोदन के लिए कसौटी प्रदान करती है।

मतदान पूर्व और पश्चात मतदान सर्वेक्षण पर मार्ग निर्देश

भारतीय प्रेस परिषद् का, वांछनीयता अथवा अन्यथा मतदान पूर्व सर्वेक्षणों की उपलब्धियों के प्रकाशन और उनके द्वारा पूरा किये जाने वाले उद्देश्य के प्रश्न पर विचार करने के पश्चात विचार है कि समाचारपत्रों को चुनावों में हेरफेर और विकृतियों के लिये अपने मंच का इस्तेमाल किये जाने की मंजूरी नहीं देनी चाहिए और पक्षपाती पार्टियों द्वारा स्वयं के शोषण की स्वीकृति नहीं देनी चाहिए। अतः प्रेस परिषद् का परामर्श है कि हमारे जैसे आदर्श लोकतंत्र में चुनाव प्रक्रिया की संगीन स्थिति को देखते हुए समाचारपत्रों को सजग रहना चाहिए कि उनके बहुमूल्य मंच का चुनाव के हेरफेर और विकृतियों के लिये इस्तेमाल न किया जाये। आज इस पर बल देना आवश्यक हो गया है, क्योंकि कथित मतदान पूर्व सर्वेक्षणों जैसे गलत तरीकों के इस्तेमाल के साथ-साथ जातीय, धार्मिक और नैतिक आधार पर जटिल और तीक्ष्ण प्रचार द्वारा अप्रत्याशित मतदाताओं के भ्रमित और गुमराह करने के लिये दिलचस्पी रखने वाले व्यक्तियों और समूहों द्वारा मुद्रण मीडिया के शोषण की माँग बढ़ती जा रही है। जहाँ कई मामलों में सांप्रदायिक और राजद्रोहात्मक प्रचार का पता लगाना कठिन नहीं होगा वहीं मतदान पूर्व सर्वेक्षण का पक्षपाती उपयोग, कभी-कभी जानबूझकर किया गया, को प्रकट करना उतना आसान नहीं है।

अतः प्रेस परिषद् का सुझाव है कि जब कभी भी समाचारपत्र मतदान-पूर्व सर्वेक्षण प्रकाशित करते हैं, तो उन्हें उन संस्थाओं जिन्होंने ऐसे सर्वेक्षण किये हैं, व्यक्ति और संगठन जिन्होंने सर्वेक्षण करवाये हैं, चयन किये गये नमूने का आकार-प्रकार जाँच परिणाम हेतु नमूने के चयन का तरीका और जाँच परिणाम में त्रुटि की संभावित गुजाइश का संकेत देते हुए उन्हें सुस्पष्ट रूप से प्रस्तावना में देने का ध्यान रखना चाहिए।

2, इसके अतिरिक्त मतदान की तारीखों के डावाडोल होने पर मीडिया को पहले ही हो चुके पश्च-मतदान सर्वेक्षण देते हुए देखा जाता है। इसमें उन मतदाताओं को प्रभावित करने की सम्भावना रहती है जहाँ मतदान अभी आरम्भ होना है। यह सुनिश्चित करने के लिये कि चुनाव प्रक्रिया को विशुद्ध रखा गया है और मतदाताओं के मस्तिष्क को बाह्य कारकों द्वारा प्रभावित नहीं किया गया है, यह आवश्यक है कि मीडिया अंतिम मतदान तक पश्च मतदान सर्वेक्षण प्रकाशित न करे।

3, अतः प्रेस परिषद् प्रेस से पश्च-मतदान के बारे में निम्नलिखित मार्गनिर्देश का पालन करने का अनुरोध करती है।

मार्गनिर्देश

अंतिम मतदान समाप्त होने तक कोई भी समाचारपत्र, पश्च मतदान सर्वेक्षण, चाहे वे कितने भी सही हों, प्रकाशित नहीं करेगा।

घ, भारतीय प्रेस परिषद् द्वारा वित्तीय पत्रकारों के लिये मार्गनिर्देशों का निर्माण

भारतीय प्रेस परिषद् ने रिपोर्टों/वित्तीय पत्रकारों/समाचारपत्र प्रतिष्ठानों को परामर्श दिया है कि वे नकद अथवा किसी भी प्रकार के उपहार/अनुदान/रियायतें/सुविधाएँ आदि, जिनमें वित्तीय मामलों पर स्वतंत्र और निष्पक्ष रिपोर्टिंग के साथ समझौता करने की संभावना हो, न लें।

2, परिषद् ने अपनी रिपोर्ट में अवलोकन किया कि वित्तीय पत्रकार, पाठकों के मस्तिष्क को काफी प्रभावित करते हैं, अतः एक कंपनी के स्टेट्स, भविष्य, वित्तीय सौदों का संतुलन और वस्तुपरक विचार देना उनकी जिम्मेदारी है। इन्होंने अवलोकन किया कि कुछ कंपनियों के समाचारपत्रों/पत्रिकाओं में अत्यधिक समाचार दिये जाते हैं, क्योंकि उन्होंने उस मुद्रण मीडिया को विज्ञापन जारी किये हैं। कभी-कभी उन कंपनियों की प्रतिकूल रिपोर्टें प्रकाशित की जाती हैं जो कि समाचारपत्रों अथवा पत्रिकाओं को विज्ञापन नहीं देते हैं। पुनः जब किसी भी कारण से मीडिया किसी कंपनी/मैनेजमेंट से खुश न हो, तो कंपनी के नकारात्मक पहलुओं को उजागर किया जाता है, जबकि इसके विपरीत, किन्ही नकारात्मक पहलुओं को प्रकाश में नहीं लाया जाता। कुछ कंपनियों को कुछ वित्तीय पत्रकारों से कंपनियों के समर्थन में सकारात्मक रिपोर्टें प्राप्त करने के लिये, उन्हें उपहार, ऋण, छूट, प्राथमिक शेयर आदि देने के लिए भी जाना जाता है। इस के साथ-साथ ऐसे गलत कार्यों के विरुद्ध जनमत बनाने अथवा निवेशकों की शिक्षा के लिए कोई साधन नहीं है।

3, नियमित क्षेत्र में कदाचार पर चिंतित परिषद् ने, प्रतिनिधि वित्तीय संस्थानों और पत्रकारों के साथ विस्तृत विचार विमर्श करने के पश्चात वित्तीय पत्रकारों द्वारा अवलोकन हेतु निम्न वर्णित मार्गनिर्देशों की सिफारिश की है—

1. वित्तीय पत्रकारों को उपहार, ऋण, दौरे, छूट, प्राथमिक शेयर आदि जो कि उनकी पोजीशन से समझौता करते हैं, अथवा समझौते की संभावना हो, को स्वीकार नहीं करना चाहिए।
2. किसी कंपनी के बारे में रिपोर्ट में प्रमुख रूप से यह उल्लेख होना चाहिए कि रिपोर्ट कंपनी के वित्तीय प्रायोजकों अथवा कंपनी द्वारा दी गयी सूचना पर आधारित है।
3. जब एक कंपनी की व्यवस्था का दौरा करने के लिये दौरे प्रायोजित किये जाते हैं, रिपोर्ट के लेखक, जिन्होंने दौरे का लाभ उठाया है, को यह अवश्य उल्लेख करना चाहिए कि सम्बद्ध कंपनी द्वारा दौरा प्रायोजित किया गया था और यह कि इन्होंने यथास्थिति आतिथ्य भी किया।
4. कंपनी से तथ्यों को सत्यापित किये बिना, कंपनी से सम्बन्ध कोई मामला प्रकाशित नहीं किया जाना चाहिए और ऐसी रिपोर्ट का स्रोत भी दर्शाया जाना चाहिए।
5. एक रिपोर्ट, जिसने किसी घोटाले का पर्दाफाश किया है अथवा किसी हितकर परियोजना को बढ़ावा देने के लिये रिपोर्ट प्रकाशित की है, को प्रोत्साहित और पुरस्कृत किया जाना चाहिए।
6. एक पत्रकार जिसकी एक कंपनी में शेयर होल्डिंग्स, स्टॉक होल्डिंग्स आदि में वित्तीय रुचि है, को उस कंपनी पर रिपोर्ट नहीं करनी चाहिए।
7. पत्रकार को प्रकाशन हेतु पहले से प्राप्त सूचना को अपने सगे संबंधियों और दोस्तों के लाभ के लिये इस्तेमाल नहीं करना चाहिए।
8. समाचारपत्र के मालिक, संपादक अथवा समाचारपत्र से सम्बद्ध किसी भी व्यक्ति को अपने अन्य व्यावसायिक हित के संवर्धन के लिये समाचारपत्र के साथ अपने संबंधों का इस्तेमाल नहीं करना चाहिए।
9. जब कभी भी भारतीय विज्ञापन परिषद् द्वारा एक विशिष्ट विज्ञापन एजेंसी अथवा विज्ञापनदाता पर अभ्यारोपण हो, तब वह समाचारपत्र जिसमें विज्ञापन प्रकाशित किया गया था, को प्रमुख रूप से अभ्यारोपण का समाचार प्रकाशित चाहिए।

मीडिया में महिलाओं का चित्रांकन (1996)

महिलाओं की प्रगति में दृश्य और मुद्रण मीडिया की संभव भूमिका पर महाराष्ट्र सरकार की सिफारिश को केन्द्रीय सरकार ने फरवरी 1995 में

प्रेस परिषद् के सम्मुख, इसके विचारों के लिए भेजा। परिषद् की उपसमिति ने प्रमुख फिल्म/मीडिया कर्मियों और अन्य प्रसिद्ध लोगों से संपर्क किया। इसकी रिपोर्ट परिषद् द्वारा 8 जनवरी 1996 को स्वीकार की गई। महिलाओं के लिए महाराष्ट्र सरकार की नीति की सिफारिशों को पृष्ठांकित करते हुए तथा इनसे सहमत होते हुए, परिषद् ने 17 अधिक सिफारिशों की जिनमें से प्रमुख है (क) महिलाओं पर अत्याचार के समाचार प्रकाशित किये जाने चाहिए परंतु उन्हें सनसनीखेज न बनाये। (ख) मीडिया के प्रयास बिना इस प्रकार होने चाहिए कि महिलाओं की सकारात्मक उपलब्धियों को उजागर किया जाये (ग) नैतिक आचार में आधुनिकता की ओर सिखाने की अश्लीलता और अभद्रता का मुकाबला करते हुए जांच की जानी चाहिए। (घ) भारतीय प्रेस परिषद् को, महिलाओं की अवमानना के आरोपों पर लायी जाने वाली शिकायतों पर विचार करने को अपनी ओर से प्राथमिकता दी जानी चाहिए और अन्य मार्गनिर्देश आदि बनाने चाहिए। निष्कर्षतया, इस पर बल दिया गया कि समाज के सभी वर्गों के साहचर्य के माध्यम से ही ऐसा नीति दस्तावेज लाभदायक बन जायेगा।

लघु और मझौले समाचारपत्रों की समस्यायें (1996)

देश में लघु और मझौले समाचारपत्रों की समस्याओं पर विचार करने के लिये परिषद् के सदस्यों की एक उप-समिति गठित की गयी थी। उपसमिति ने परिषद् को दी गयी अपनी रिपोर्ट में, लघु और मझौले समाचारपत्रों द्वारा सामना की जा रही समस्याओं को पहचानते हुए मामलों में कुछ ठोस दीर्घाविधि/अल्पाविधि सिफारिशों की (क) लघु और मझौले विकास को सुनिश्चित करने और इसे बढ़ावा देने के लिये लघु और मझौले समाचारपत्र के विकास निगम को विकास के रूप में गठित किया जाना चाहिए अथवा विकल्पता उन्हें सहकारी समिति बनाने के लिये प्रोत्साहित किया जाना चाहिए, (ख) सरकार को भारतीय प्रेस परिषद् द्वारा बनाये गये मार्गनिर्देशों के अनुरूप समुचित विज्ञापन नीति बनानी चाहिए जिन्हें प्रत्येक तिमाही में विज्ञापन दिये जाते हैं, (घ) समाचारपत्रों के सभी विज्ञापन बिल, दृश्य प्रचार निदेशालय और सूचना एवं जन संपर्क निदेशालय द्वारा इन्हें प्राप्त करने के दिनों के भीतर निपटायें जाने चाहिए, (ङ) जहां मुद्रण कागज को अखबारी कागज की सीमा में लाया जाये, इसकी विशिष्ट मात्रा लघु और मझौले समाचारपत्रों

के लिए अलग से रखी जाये, (च) 75 फीसदी विज्ञापन जैसे बायोगैस चूल्हा का विज्ञापन, जिनका शहरों से कोई लेना-देना नहीं है, लघु और मझौले समाचारपत्रों को दिये जाने चाहिए। ये सिफारिशें जो कि कुल मिलाकर 22थी, प्रेस परिषद् द्वारा सर्वसम्मति से स्वीकार की गई।

समाचारपत्रों का बंद होना और उर्दू समाचारपत्रों की समस्यायें

पिछले कुछ वर्षों में समाचारपत्रों के बंद होने में बढ़ोतरी के कारणों को आंकने के लिये परिषद् ने अध्ययन किया। परिषद् की समिति ने संपूर्ण देश में विभिन्न प्रदेशों में स्थिति का अध्ययन किया। इसी दौरान उर्दू समाचारपत्रों द्वारा सामना की जा रही, विशिष्ट समस्याओं पर भी परिषद् का ध्यानाकृष्ट किया गया। (वा. रि. 1997-98) पी. सी. आई. रिव्यु अक्टूबर 97)

पत्रकारों पर अनुग्रह करना

उपहारों और अनुकंपा के माध्यम से मीडिया को जीतने के कथित प्रयासों पर 1998 में जनगुहार ने, वर्ष 1988-95 से 10 वर्षों के दौरान विभिन्न प्राधिकारियों द्वारा पत्रकारों (संपादकों और संपादकों के अलावा अन्य) को है, समाचापत्र एजेंसियों, समाचारपत्र प्रतिष्ठानों एवं मालिकों को सभी प्रकार के अनुग्रह/लाभ चाहे वे नकद हों अथवा रियायतों, उपहारों, भूमि, गृह सुविधाओं आदि के रूप में हो, के बारे में मामले का विस्तृत अध्ययन करने के लिये भारतीय प्रेस परिषद् को प्रेरित किया।

समिति ने अपनी रिपोर्ट में, जैसाकि परिषद् द्वारा दिनांक 22.01.98 को स्वीकार की गई, पत्रकारिता कार्य के लिये इन सुविधाओं से अतिरिक्त अनुचित अनुग्रह को सूचीबद्ध किया और टिप्पणी की कि अंततः प्रेस को ही यह निर्णय लेना होगा कि सत्ताधारियों द्वारा दिये गये प्रलोभनों और लालच से दूर रहना चाहिए अथवा नहीं।

विधानों का परीक्षण

परिषद् ने प्रेस और पुस्तक पंजीकरण (संशोधन) बिल, 1988 के उपबंधों पर गहराई से विचार किया और निर्णय दिया कि यह इसके उद्देश्यों के विवरण से बाहर था। इन्होंने इस विषय से सम्बन्ध दूसरे प्रेस आयोग की

सिफारिशों को समुचित रूप से लागू नहीं किया। यद्यपि कुछ उपबंध सकारात्मक प्रकृति के थे, कुछ अन्य शरारत से भरे हुए थे जिनके परिणामस्वरूप प्रेस की स्वतंत्रता को खतरा था। परिषद् ने बिल में कई मौलिक परिवर्तनों का सुझाव दिया। बाद में सरकार ने बिल वापिस ले लिया।

इसी प्रकार, परिषद् ने जम्मू कश्मीर विशेषाधिकार (प्रेस) बिल, 1984 का मूल परीक्षण किया। इन्होंने बिल के उपबंधों पर दिनांक 29 सितम्बर 1989 को प्रेस के विभिन्न संगठनों के प्रतिनिधियों और राज्य मंत्रियों को भी सुना। इसके पश्चात् परिषद् ने निर्णय दिया कि जम्मू कश्मीर सरकार के पास पहले से ही विद्यमान राज्य और केन्द्रीय विधानों के रूप में पर्याप्त अधिकार थे जिनका बिल के अंतर्गत मांगे गये नये अधिकारों के लिये प्रेस द्वारा घोर कदाचार के मामलों से निपटने के लिये प्रभावी रूप से इस्तेमाल किया जा सकता था।

परिषद् ने कहा कि पूर्व-सेंसरशिप और जब्ती के व्यापक अधिकारों सहित निवारक कानून, प्रेस को दबाकर, अफवाहों को खुली छूट दे देंगे और जम्मू व कश्मीर तथा बाकि देश में संपूर्ण मुद्रण और प्रसारण मीडिया की विश्वसनीयता को नष्ट कर देंगे। परिषद् का विचार था कि पूर्व-सेंसरशिप सहज रूप से प्रेस की स्वतंत्रता के विरुद्ध थी। इन्होंने सिफारिश की कि बिल वापिस ले लिया जाये। इन्होंने राज्य में प्रेस सलाहकार परिषद् को फिर से लाने की सिफारिश की। बाद में राज्य विधानसभा में जम्मू कश्मीर सरकार द्वारा बिल वापिस ले लिया गया।

परिषद् ने कर्नाटक (प्रेस की स्वतंत्रता) बिल, 1988 और कर्नाटक विधानमंडल (अधिकार, विशेषाधिकार और प्रतिरक्षा) बिल, 1988 का भी परीक्षण किया और प्रेस की स्वतंत्रता के बारे में उन्हें अधिक प्रभावी बनाने के लिये कई सुझाव दिये। परिषद् ने शासकीय गुप्त बात अधिनियम, 1923 को निरस्त/संशोधित करने के बारे में ठोस और व्यापक सिफारिशें की। 1982 में पहली बार तथा 1990 में पुनः ऐसा किया गया। 1990 में परिषद् ने कहा कि विद्यमान अधिनियम पूर्ण रूप से निरस्त किया जाना चाहिए। अनुपयुक्त कानून में संशोधन करने से कोई लाभ नहीं है। शासकीय गुप्त/अधिनियम उदार सरकार के विरुद्ध है और अनुच्छेद 19 (1) (क) में दी गयी बोलने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की संवैधानिक गारंटी के विरुद्ध हिंसात्मक भी है। एक नया विधान अधिनियम किया जाना चाहिए जो कि 'सूचना की

स्वतंत्रता अधिनियम' कहा जाये। ऐसा न किये जाने पर परिषद् ने प्रेस पर अधिनियम के कई उपबंधों के हानिकारक प्रभावों को हटाने के लिये कई संशोधनों का सुझाव दिया। परिषद् ने प्रेस बिल 1974 में (श्री वी. एन. गाडगिल (सांसद) के) उत्तर के अधिकार पर चर्चा की और इस पर संघ सरकार द्वारा किये गये प्रेषण के जवाब में विचार किया। इन्होंने अपना विचार व्यक्त किया कि प्रस्तावित विधान आवश्यकता, औचित्य, जीवन क्षमता, कार्य क्षमता और इन सबसे अपनी ऊपर वैधता के दृष्टिकोण से सुभेद्य है। इसी कारण बिल वापिस ले लिया गया है।

विदेशियों द्वारा भारत में समाचारपत्रों के प्रकाशन पर केन्द्रीय सरकार के अन्य सन्दर्भ के जवाब में, परिषद् में 22 जून 1992 को अपनी राय दी कि यह इक्विटी और मैनेजमेंट भागीदारी से सम्बन्ध भारत में विदेशी समाचारपत्रों/समाचार पत्रिकाओं के प्रकाशन का समर्थन नहीं करती, साथ ही जोड़ा कि वर्तमान प्रबंध पर 3 से 5 वर्षों के पश्चात् पुनः विचार अथवा पुनः समीक्षा की जा सकती थी। 1955-56 में इस विषय पर सरकार द्वारा लिये गये नीति निर्णय में किसी संशोधन को लेकर सिफारिशें करने के लिये श्री एन. के. पी. साल्वें की अध्यक्षता में मंत्रीमंडलीय उप समिति गठित की जाने के पश्चात् मामला पुनः परिषद् के पास, उनकी टिप्पणियों के लिये भेजा गया। परिषद् में जून 1992 में दिये गये अपने विचारों, को दोहराया।

अध्ययन

प्रेस परिषद् 1978, प्रेस से सम्बद्ध मामलों के बारे में अध्ययन करने का परिषद् को अधिकार देता है। परिषद् ने भारतीय विधि संस्थान के साथ मिलकर जहां तक के प्रेस से सम्बन्ध है अध्ययन किये हैं जैसे शासकीय गुप्त बात अधिनियम 1923, (सिफारिशें 1990 से न्यायालय अवमानना अधिनियम 1971, संसदीय विशेषाधिकार और मानहानि कानून आदि। यह बृहत उपलब्धि है। ये प्रकाशन मीडिया कर्मियों की कार्यप्रणाली की सीमाओं और उनके अधिकारों का स्कोप समझने में, उनकी सहायता करते हैं।

सूचना के गोपनीय स्रोत की सुरक्षा

न्यायालय कार्यवाही की अवमानना में प्रेस अक्सर बता देती है कि इसे गोपनीय स्रोत दर्शाने के लिये बाध्य नहीं किया जाना चाहिए। न्यायोचित

ठहराने के लिये इस प्रकार के तर्क की सीमित आधार पर अनुमति दी गई है। सूचना के अपने स्रोतों को बनाये रखने के प्रेस के अधिकार को जनहित के अन्य पहलुओं के सामने संतुलित किया गया है। अंतिम टिप्पणी के द्वारा यह भी जोड़ा गया है कि प्रेस अपने गोपनीय स्रोतों को बनाये रखने अधिकार मांगने से, कहीं अधिक अक्सर विश्वास तोड़ने के अधिकार की मांग करती है। केवल यही उचित है कि प्रेस के खोजी और सत्य सत्यापन कार्यों के बारे में प्रेस को पूर्ण आधिपत्य दे दिये बिना प्रत्येक दावे को अन्य दावों के सामने संतुलित करना चाहिए। (देखें राजीव धवन द्वारा तैयार और भारतीय विधि संस्थान तथा भारतीय प्रेस परिषद् के संयुक्त 1983 में भारतीय विधि संस्थान ने प्रश्नावली भेजी जिसमें अन्य बातों के साथ-साथ एक पत्रकार द्वारा अपने व्यवसाय के उद्देश्य से विश्वास में प्राप्त किये गये सूचना के स्रोतों को दर्शाने के संबंध में प्रेस परिषद् के विचार मांगे गये। इस विषय पर विधि, आयोग के प्रश्न के जवाब में, प्रेस परिषद् ने निम्नानुसार अभिव्यक्त किया—

प्रेस परिषद् की राय में, प्रेस परिषद् अधिनियम 1978 की धारा 15 (2) में दिये गये उपबंध में विषय पर नवीनतम् प्रवृत्ति और सिद्धांत समाविष्ट हैं। यद्यपि उपरोक्त अधिनियम के अंतर्गत यह केवल अधिनियम के अंतर्गत कार्यवाही तक ही सीमित है, इसकी कड़ी सिफारिश की गयी है कि इसे देश के सामान्य कानून का हिस्सा बनाया जाये।

यह बराबर महसूस किया गया कि यदि कोई अपवाद दिया जाता है, तो चरम सीमा वाले मामलों में जहां न्याय देने के हित में प्रकटीकरण कुल मिलाकर अपरिहार्य हो, ऐसा किया जाना चाहिए परन्तु प्रकटीकरण आदेश के अधिकार केवल सक्षम न्यायालय को ही प्रदान किये जाने चाहिए और यह भी कि पहली बार में पीठासीन अधिकारी को विश्वास में लेकर जो कि तब यदि संतुष्ट है कि मामले के निर्णय में यह उपयुक्त है, ऐसे कदम उठा सकत है जाकि इस साक्ष्य का हिस्सा बनाने के लिये आवश्यक हों।

भारतीय विधि न्यायालय में भारत सरकार को अपनी 93वीं रिपोर्ट दिनांक 10 अगस्त 1983 को दी जिससे निम्नानुसार भारतीय साक्ष्य अधिनियम, 1872 में धारा 132 निवेशित करने की सिफारिश की गई—

132 क कोई भी न्यायालय एक व्यक्ति से प्रकाशन, जिसके लिये वह जिम्मेवार है, जहां ऐसी सूचना उनके द्वारा स्पष्ट समझौते अथवा अंतर्निहित

तालमेल के आधार पर प्राप्त की गई है कि स्रोत गोपनीय रखा जायेगा, में दी गई सूचना का सूचना था स्रोत दर्शाने की अपेक्षा नहीं रखेगा।

स्पष्टीकरण:- इस धारा में -

- (क) प्रसारण का अर्थ है कोई भाषण, लेख, अथवा कोई पत्र चाहे किसी भी रूप में हो, जो कि बड़े पैमाने पर जनता अथवा किसी जनसमूह को संबोधित हो।
- (ख) स्रोत का अर्थ है व्यक्ति जिससे, अथवा साधन जिनके जरिये सूचना प्राप्त की गई है।

ऐसा लगता है कि भारत सरकार ने विधि आयोग की सिफारिशों लागू करवाने के लिये कोई कदम नहीं उठाये हैं। यही इस विषय पर प्रेस आयोग/अथवा भारतीय प्रेस परिषद् की सम्बन्ध संयत सिफारिशों को लागू करवाने के बारे में कहा जा सकता है।

परिषद् के अध्यक्ष महोदय द्वारा भाषण और अन्य कार्यकलाप

परिषद् के उत्तरोत्तर अध्यक्षों को विभिन्न संगठनों और संस्थानों द्वारा व्यवस्थित संगोष्ठियों में अथवा भाषण देने के लिये आमंत्रित किया जाता रहा है जहां उन्होंने प्रेस द्वारा वस्तुपरक और तथ्यात्मक सही रिपोर्टिंग सुनिश्चित करने की आवश्यकता, प्रेस स्वतंत्रता की सुरक्षा और इसे मजबूत करने की आवश्यकता और अलग-अलग संप्रदायों के बीच शांति और सौहार्द बनाये रखने में सहायता करने पर बल दिया है।

सभी पूर्ववर्ती अध्यक्ष ऐसे कार्यकलापों में भी भाग लेते रहे हैं और प्रेस स्वतंत्रता की सुरक्षा की आवश्यकता के बारे में जागरूकता पैदा करने, पत्रकारिता के उच्च नैतिक स्तरों को अनुसरण करने के साथ-साथ इस संबंध से पत्रकारिता के छात्र छात्राएँ प्रेस में प्रेस परिषद् की भूमिका और कार्य प्रणाली के बारे में भी बल देते रहे हैं।

विभिन्न विश्वविद्यालयों जो कि इस विषय पर अनुदेश देते हैं/से पत्रकारिता के छात्र-छात्राएँ प्रेस परिषद् के कार्यालय आते रहे हैं और अध्यक्ष महोदय परिषद् के उद्देश्यों, कार्यों, कार्यप्रणाली तथा प्रेस के अधिकारों और दायित्वों के बारे में उन्हें सम्बोधित करते रहे हैं। भारतीय प्रेस परिषद् वर्ल्ड एसोसिएशन ऑफ प्रेस काउंसिल जो कि अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर आत्म नियमन

को बढ़ावा देता है, की सदस्य भी है। परिषद् के वर्तमान अध्यक्ष न्यायमूर्ति श्री पी. बी. सावंत निकाय के वर्तमान अध्यक्ष हैं।

प्रेस और पंजीकरण अपील बोर्ड

प्रेस परिषद् अधिनियम 1978 की धारा 27, परिषद् को प्रेस और पुस्तक पंजीकरण अधिनियम 1867 की धारा 8 ग की उपधारा (1) के अंतर्गत बनाये गये प्रेस और पंजीकरण अपील बोर्ड को जिला मजिस्ट्रेट द्वारा समाचारपत्रों के घोषणापत्रों को गैर कानूनी रूप से रद्द करने अथवा इनके अप्रमाणन के विरुद्ध अपीलों की सुनवाई का कार्य सौंपती है। बोर्ड में अध्यक्ष महोदय और भारतीय प्रेस परिषद् द्वारा अपने सदस्यों में से नामित एक अन्य सदस्य होता है। बोर्ड जब पहली बार 1979 में बनाया गया था, तब से ही इसने कई महत्वपूर्ण निर्णय दिये हैं।

विशिष्ट व्यक्ति

परिषद् को प्रतिष्ठित न्यायाधीशों, सुप्रसिद्ध संपादकों, मार्गदर्शी समाचारपत्र स्वामियों और प्रबंधकों, जाने-माने श्रमजीवी पत्रकारों और पत्रकारिता आंदोलन के नेताओं तथा सुप्रसिद्ध साहित्यकारों, वकीलों और कई सुप्रसिद्ध व्यक्तियों में से कुछ जिन्होंने, 1998 तक, परिषद् के सदस्यों के रूप में सेवा की, वे हैं।

संपादक

सर्वश्री फ्रैंक मोरेस, अक्षय कुमार जैन, बी. जी. वर्गीज, प्रेम भाटिया, अरुण शौरी, कुलदीप नायर, चौ. रामा स्वामी, ए. एन. सिवारमन, डॉ. धर्मवीर भारती, डॉ. एन. के. त्रिखा, जिन्होंने संपादकों के अलावा श्रमजीवी पत्रकारों की श्रेणी में एक सेवा अवधि के लिए सेवा भी की, वी. एन. नारायणन, श्री रामू पटेल और नरला वेंकटेश्वर राव, श्री निखिल चक्रवर्ती, श्री मैमन मैथ्यू संपादकों के अतिरिक्त श्रमजीवी पत्रकार-सर्वश्री दुर्गा दास जो कि एक सेवा अवधि के लिये मालिकों की श्रेणी में एक सदस्य भी थे, सैलेन चटर्जी, पृथ्विस चक्रवर्ती, के. विक्रम राव, एस. विश्वम, जी. एन. आहार्या, गोर किशोर घोष, ए. राघवन, पी. रमन और अरूण बागची, नितिश चक्रवर्ती, ब्रज भारद्वाज।

स्वामी और प्रबंधक

सर्वश्री जी. नरसिम्हन, के. एम. मैथ्यू, सी. आर. इरानी, डॉ. एन. बी. पारूलेकर, ए. जी. शीरे, ए. आर. भाट, नरेन्द्र तिवारी, राजमोहन गाँधी, यदुनाथ धारले, बासुदेव के चौधरी, एन. आर. चन्द्रन और जी. जी. मीरचंदानी नरेश मोहन, वी. बी. गुप्ता।

साहित्यकार

डॉ. उमा शंकर जोशी, डॉ. वीरेन्द्र कुमार भट्टाचार्य, प्रो. के. आर. श्री निवास अय्यंगर, प्रो. यू. आर. अनन्थ मूर्थी, प्रो. इन्दिरा नाथ चौधरी

वकील

श्री राम जेठमलानी, श्री रंजीत मोहंती, श्री पी. विश्वनाथ शेटी

शिक्षाविद

डॉ. कुमारी अलु दस्तूर, डॉ. कुमारी उमा मेहता, डॉ. श्रीमती माधुरी शाह, प्रो. तपस मजूमदार, डॉ. एम. वी. पायली, प्रो. के. सच्चिदानन्दन मूर्थि

संसद सदस्य

सर्वश्री एच. वी. कामथ, गंगा शरण सिन्हा, पीलू मोदी, रफीक जकारिया, एस. एन. द्विवेदी, सी. एल. चन्द्रकर, जार्ज फर्नांडीज, एल. के. आडवाणी, एच. के. एल. भगत, एम. एस. गुरुपदस्वामी, वी. एन. गाडगिल, अरूण नेहरू, एडुअर्ड फ्लेरो, आर. के. करंजिया, श्रीमती गीता मुखर्जी, एम. सी. भंडारे, ब्रज मोहन मोहंती, डी. पी. यादव, एम. जे. अकबर, के. एल. शर्मा, पी. सी. चाको। इनमें से सर्वश्री एल. के. आडवाणी, वी. एन. गाडगिल और एच. के. एल. भगत को परिषद् के सदस्य होने से पूर्व अथवा इसके बाद में सूचना और प्रसारण मंत्रालय के केन्द्रीय मंत्री होने का सम्मान प्राप्त हुआ है। कई अन्य, अन्य पोर्टफोलियो के साथ केन्द्रीय मंत्री रह चुके हैं।

श्रीमती दीना अहमदुल्लाह सहित श्री सिवा राव, पत्रकार और सदस्य निर्वाचक विधानसभा और श्री के ईश्वर दत्त, पत्रकार और लेखक को प्रसिद्ध व्यक्तियों की श्रेणी में प्रथम परिषद् के लिए नामित किया गया।

परिषद् की शक्तियां और कृत्य

परिषद् के उद्देश्य और कृत्य

- (1) परिषद् का उद्देश्य भारत में प्रेस की स्वतन्त्रता और समाचारपत्रों तथा समाचार एजेन्सियों के स्तर बनाए रखना तथा उनमें सुधार करना होगा।
- (2) परिषद् अपने उद्देश्यों को अग्रसर करने के लिए निम्नलिखित कृत्यों का पालन कर सकेगी, अर्थात्—
 - (क) समाचारपत्रों तथा समाचार एजेन्सियों द्वारा अपनी स्वतन्त्रता बनाए रखने में उनकी सहायता करना,
 - (ख) समाचारपत्रों, समाचार एजेन्सियों और पत्रकारों के लिए उच्च वृत्तिक स्तर के अनुसार एक आचार-संहिता बनाना,
 - (ग) यह सुनिश्चित करना कि समाचारपत्रों, समाचार एजेन्सियों और पत्रकारों की ओर से लोक-रुचि के उच्च स्तर बनाए रखे जाएं, और नागरिक अधिकारों और उत्तरदायित्वों दोनों की सम्यक् भावना का पोषण करना,
 - (घ) उन सब व्यक्तियों में जो पत्रकारिता की वृत्ति में लगे हुए हैं उत्तर-दायित्व और लोक-सेवा की भावना प्रोत्साहित करना,
 - (ङ) ऐसी किसी भी बात पर जिससे लोकहित और लोक-महत्त्व के समाचार के प्रदाय और प्रसार का निर्बन्धन सम्भाव्य हो, विचार करते रहना ,
 - (च) भारत में किसी समाचारपत्र या समाचार एजेन्सियों द्वारा किसी विदेशी स्रोत से प्राप्त सहायता के मामलों का, जिनके अन्तर्गत वे मामले भी हैं जो केन्द्रीय सरकार द्वारा उसे निर्देशित किए जाएं या किसी व्यष्टि, व्यक्तियों के संगम या अन्य संगठन द्वारा उसकी जानकारी में लाए जाएं, पुनर्विलोकन करते रहना।
परन्तु इस खंड की कोई बात भारत के किसी भी समाचारपत्र या समाचार एजेन्सी द्वारा किसी विदेशी स्रोत से प्राप्त सहायता के किसी मामले में किसी अन्य ऐसी रीति से, जो केन्द्रीय सरकार ठीक समझे, कार्रवाई करने से केन्द्रीय सरकार को प्रवारित न करेगी,

(छ) विदेशी समाचारपत्रों के, जिनके अन्तर्गत किसी राजदूतावास द्वारा या भारत में विदेशी राज्य के किसी प्रतिनिधि द्वारा निकाली गई पत्रिकाएं भी हैं, अध्ययन का भार अपने ऊपर लेना, उनका परिचलन और प्रभाव।

स्पष्टीकरण—इस खंड के प्रयोजन के लिए, विदेशी राज्य पद का वही अर्थ होगा जो सिविल प्रक्रिया संहिता, 1908 (1908 का 5) की धारा 87क में है,

(ज) समाचारपत्र निकालने या उनके प्रकाशन में या समाचार एजेन्सियों में लगे हुए व्यक्तियों के सभी वर्गों में उचित कृत्यिक सम्बन्ध की अभिवृद्धि करना—

परन्तु इस खंड की कोई बात परिषद् पर उन विवादों की बाबत कोई कृत्य सौंपने वाली नहीं समझी जाएगी जिन्हें औद्योगिक विवाद अधिनियम, 1947 (1947 का 14) लागू है,

(झ) समाचारपत्रों और समाचार एजेन्सियों के स्वामित्व के संकेन्द्रण या उनके अन्य पहलुओं से सम्बन्धित ऐसी घटना पर निगाह रखना जिनका प्रेस की स्वतन्त्रता पर प्रभाव पड़ सकता हो,

(ञ) ऐसे अध्ययन-कार्य हाथ में लेना जो परिषद् को सौंपे जाए और किसी ऐसे विषय के बारे में अपनी राय प्रकट करना जो केन्द्रीय सरकार द्वारा उसे निर्दिष्ट किया जाए,

(ट) ऐसे अन्य कार्य करना जो उपर्युक्त कृत्यों के निर्वहन में आनुषंगिक या साधक हों।

परिनिन्दा करने की शक्ति—(1) जहां परिषद् को, उससे किए गए परिवाद के प्राप्त होने पर या अन्यथा, यह विश्वास करने का कारण हो कि किसी समाचारपत्र या समाचार एजेंसी ने पत्रकारिक सदाचार या लोक-रुचि के स्तर का अतिवर्तन किया है या किसी संपादक या श्रमजीवी पत्रकार ने कोई वृत्तिक अवचार किया है, वहां परिषद् सम्बद्ध समाचारपत्र या समाचार एजेंसी, संपादक या पत्रकार को सुनवाई का अवसर देने के पश्चात् उस रीति से जांच कर सकेगी जो इस अधिनियम के अधीन बनाए गए विनियमों द्वारा उपबोधित हों और यदि उसका समाधान हो जाता है कि ऐसा करना आवश्यक है तो, वह ऐसे कारणों से, जो लेखबद्ध किए जाएंगे, यथास्थिति, उस समाचारपत्र, समाचार एजेंसी, सम्पादक या पत्रकार को चेतावनी दे

सकेगी, उसकी भर्त्सना कर सकेगी या उसकी परिनिन्दा कर सकेगी, या उस सम्पादक या पत्रकार के आचरण का अननुमोदन कर सकेगी —

परन्तु यदि अध्यक्ष की राय में जांच करने के लिए कोई पर्याप्त आधार नहीं है तो परिषद् किसी परिवाद का संज्ञान नहीं कर सकेगी।

(2) यदि परिषद् की यह राय है कि लोकहित में ऐसा करना आवश्यक या समीचीन है, तो वह किसी समाचारपत्र से यह अपेक्षा कर सकेगी कि वह समाचारपत्र, या समाचार एजेंसी, सम्पादक या उसमें कार्य करने वाले पत्रकार के विरुद्ध इस धारा के अधीन किसी जांच से संबंधित किन्हीं विशिष्टियों को, जिनके अंतर्गत उस समाचारपत्र, समाचार एजेंसी, संपादक या पत्रकार का नाम भी है, उसमें ऐसी रीति से जैसी परिषद् ठीक समझे, प्रकाशित करे।

(3) उपधारा (1) की किसी भी बात से यह नहीं समझा जाएगा कि वह परिषद् को किसी ऐसे मामले में जांच करने की शक्ति प्रदान करती है जिसके बारे में कोई कार्यवाही किसी न्यायालय में लम्बित हो।

(4) यथास्थिति, उपधारा (1) या उपधारा (2) के अधीन परिषद् का विनिश्चय अन्तिम होगा और उसे किसी भी न्यायालय में प्रश्नगत नहीं किया जाएगा।

परिषद् की साधारण शक्तियां—(1) इस अधिनियम के अधीन अपने कृत्यों के पालन या कोई जांच करने के प्रयोजन के लिए परिषद् को निम्नलिखित बातों के बारे में सम्पूर्ण भारत में वे ही शक्तियां होंगी जो वाद का विचारण करते समय सिविल न्यायालय में सिविल प्रक्रिया संहिता, 1908 (1908 का 5) के अधीन निहित हैं, अर्थात्—

- (क) व्यक्तियों को समन करना और हाजिर कराना तथा उनकी शपथ पर परीक्षा,
- (ख) दस्तावेजों का प्रकटीकरण और उनका निरीक्षण,
- (ग) साक्ष्य का शपथ पर लिया जाना,
- (घ) किसी न्यायालय या कार्यालय से किसी लोक अभिलेख या उसकी प्रतिलिपियों की अध्यपेक्षा करना,
- (ङ) साक्षियों या दस्तावेजों की परीक्षा के लिए कमीशन निकालना,
- (च) कोई अन्य विषय, जो विहित किया जाए।

(2) उपधारा (1) की कोई बात किसी समाचारपत्र, समाचार एजेंसी, सम्पादक या पत्रकार को, उस समाचारपत्र द्वारा प्रकाशित या उस समाचार एजेंसी, सम्पादक या पत्रकार द्वारा प्राप्त या रिपोर्ट किए गए किसी समाचार या सूचना का स्रोत प्रकट करने के लिए विवश करने वाली नहीं समझी जाएगी।

(3) परिषद् द्वारा की गई प्रत्येक जांच भारतीय दण्ड संहिता (1860 का 45) की धारा 193 और धारा 228 के अर्थ में न्यायिक कार्यवाही समझी जाएगी।

(4) यदि परिषद् अपने उद्देश्यों को क्रियान्वित करने के प्रयोजन के लिए या इस अधिनियम के अधीन अपने कृत्यों का पालन करने के लिए आवश्यक समझती है तो वह अपने किसी विनिश्चय में या रिपोर्ट में किसी प्राधिकरण के, जिसके अन्तर्गत सरकार भी है, आचरण के सम्बन्ध में ऐसा मत प्रकट कर सकेगी जो वह ठीक समझे।

फीसों का उद्ग्रहण-(1) परिषद् इस अधिनियम के अधीन अपने कृत्यों का पालन करने के प्रयोजन के लिए फीस ऐसी दर पर और ऐसी रीति से, जो विहित की जाए, रजिस्ट्रीकृत समाचारपत्रों तथा समाचार एजेंसियों से उद्गृहीत कर सकेगी और विभिन्न समाचारपत्रों के लिए विभिन्न दरें, उनके प्रचार और अन्य बातों को ध्यान में रखते हुए, विहित की जा सकेंगी।

(2) परिषद् को उपधारा (1) के अधीन संदेय कोई फीस, भू-राजस्व की बकाया के रूप में वसूल की जा सकेगी।

परिषद् को संदाय-केन्द्रीय सरकार, संसद् द्वारा इस निमित्त विधि द्वारा किए गए सम्यक् विनियोग के पश्चात् परिषद् को ऐसी धनराशियों का संदाय अनुदानों के रूप में कर सकेगी जो केन्द्रीय सरकार इस अधिनियम के अधीन परिषद् के कृत्यों के पालन के लिए आवश्यक समझे।

परिषद् की निधि-(1) परिषद् की अपनी निधि होगी और परिषद् द्वारा संगृहीत फीस, और ऐसी सब राशियां, जो समय-समय पर उसे केन्द्रीय सरकार द्वारा संदत्त की जाएं और सभी अनुदान तथा अग्रिम धन, जो उसे किसी अन्य प्राधिकरण या व्यक्ति द्वारा दिए गए हैं, निधि में जमा किए जाएंगे, और परिषद् द्वारा सभी संदाय उस निधि में से किए जाएंगे।

(2) परिषद् का सब धन ऐसे बैंकों में निक्षिप्त किया जाएगा या ऐसी रीति से विनिहित किया जाएगा जो केन्द्रीय सरकार के अनुमोदन से परिषद् विनिश्चय करे।

(3) परिषद् ऐसी राशियां व्यय कर सकेगी जो वह इस अधिनियम के अधीन अपने कृत्यों के पालन के लिए ठीक समझे और ऐसी राशियां परिषद् की निधि में से संदेय व्यय मानी जाएंगी।

बजट-प्रत्येक वर्ष में परिषद् ऐसे प्रारूप में और ऐसे समय पर, जो विहित किया जाए, आगामी वित्तीय वर्ष के बारे में एक बजट तैयार करेगी, जिसमें प्राक्कलित आय और व्यय दर्शित होंगे और उसकी प्रतियां केन्द्रीय सरकार को अग्रेषित की जाएंगी।

वार्षिक रिपोर्ट-परिषद् प्रत्येक वर्ष में एक बार ऐसे प्रारूप में और ऐसे समय पर, जो विहित किया जाए, एक वार्षिक रिपोर्ट तैयार करेगी, जिसमें पूर्व वर्ष में किए गए अपने कार्यकलापों का संक्षेप और समाचारपत्रों तथा समाचार एजेंसियों के स्तर और उन पर प्रभाव डालने वाली बातों का लेखा होगा और उसकी प्रतियां धारा 22 के अधीन विहित संपरीक्षित लेखा विवरण सहित केन्द्रीय सरकार को अग्रेषित की जाएंगी और सरकार उन्हें संसद् के दोनों सदनों के समक्ष रखवाएगी।

अन्तरिम रिपोर्ट-धारा 20 के उपबन्धों पर प्रतिकूल प्रभाव डाले बिना, परिषद् एक वर्ष में किसी भी समय, उस वर्ष के दौरान अपने ऐसे क्रियाकलापों का संक्षेप देते हुए रिपोर्ट तैयार कर सकेगी जिन्हें वह लोक-महत्त्व का समझे और उसकी प्रतियां केन्द्रीय सरकार को अग्रेषित की जाएंगी और सरकार उन्हें संसद् के दोनों सदनों के समक्ष रखवाएगी।

लेखा और संपरीक्षा-परिषद् के लेखे ऐसी रीति से रखे और संपरीक्षित किए जाएंगे जो भारत के नियंत्रक और महालेखापरीक्षक के परामर्श से विहित की जाए।

