

प्रस्तावना

1.1 प्रस्तावना

आर्थिक उदारीकरण और भूमंडलीकरण ने प्रिंट मीडिया को भी प्रभावित किया। अखबारों में भी विदेशी पूंजी का निवेश होने लगा। अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को नये ढंग से परिभाषित किया जाने लगा। अखबारों को प्रबल और प्रखर बनाने के लिए मीडिया मालिक पूंजी की चाहत में हाथ-पांव मारने लगे। अब मिशन को नये ढंग से प्रभावित करने वाले नये-नये मुहावरे प्रचलन में आने लगे। पूंजी के आगमन से मालिकों, पत्रकारों और कर्मचारियों को पेशेवर बना दिया। पश्चिमी देशों की तरह भारत में मीडिया घराने अब कॉरपोरेट के नाम पहचाने जाने लगे। 1990 के पहले का जो तेवर था वह कुंद पड़ गया। तेवर के जगह नये कलेवर(उत्पाद) ने पहचान बनाया। अखबारों की नीतियों को कॉरपोरेट प्रभावित करने लगा। संपादकीय जो किसी अखबार की प्राण वायु होती है उसको भी कॉरपोरेट के हिसाब से लिखा जाने लगा। बदलते घटनाक्रमों पर पाठक का नजरिया चुस्त बना हुआ है। आज का पाठक बदलते घटनाक्रमों पर ध्यान लगाये हुए है।

आज विज्ञापन कॉरपोरेट मीडिया को निर्णायक रूप से संचालन करने लगा है। यह मीडिया पर बाजार और विज्ञापन की विजय की दौर है। विज्ञापन के बुते चलने वाली मीडिया से जनहितकारी भूमिका निभाने की उम्मीद करना उचित नहीं है। मीडिया का श्रेष्ठ तबकों के साथ झुकाव साफ-साफ प्रलक्षित हो रहा है। संपादकीय सामग्री और संपादकीय विभाग पर विज्ञापनदाताओं के दबाव के असर को सबसे ज्यादा अखबारों के परिशिष्टों पर देखा जाता है। कॉरपोरेट मीडिया भारत के अन्य उद्योगों के साथ कंधे से कंधे मिलाकर चल रहा है, और दोनों के हित भी एक समान हैं। यहां छवियों के खंडन एवं महिमा मंडन का दौर भी शुरू हुआ। किन्हीं कारणों से भारतीय प्रिंट मीडिया का छवि जिस तरह खंडित हुई, उसने दुनिया को चौंकाया भी है। उदारीकरण ने भारतीय प्रिंट मीडिया के छवि में आमूल परिवर्तन के तौर पर देखा जाएगा। जब मीडिया को लोकतंत्र का चौथा खंभा कहा जाता था

वह दौर सर्वश्रेष्ठ दौर था। प्रतिष्ठित संपादकों के द्वारा उनके पत्रों की पहचान होती थी। खासकर बौद्धिक वर्ग संपादकीय के प्रति सम्मान प्रकट करते थे।

मीडिया का स्वरूप पिछले 25 सालों में काफी बदल गया। प्रिंट मीडिया भी मनोरंजन, उर्जा, एफएम रेडियो और अन्य उद्योगों के साथ अपने को विस्तारित किया। भारतीय मीडिया विश्लेषक पहले से ही आगाह कर रहे हैं कि मीडिया का कॉर्पोरेटिकरण हो गया है और उसमें यह क्षमता नहीं है कि वह लोक-कल्याणकारी भूमिका निभाये। मीडिया के संदर्भ में चोमस्की, मैकचेस्नी, एडवर्ड एस हरमन, जेम्स केरेन, मैकवेल आदि कहते हैं कि मीडिया अब 'कॉर्पोरेट' हो गया। मीडिया का कारोबार बन जाना पाठकों को चौंकाने वाली बात हो सकती है, लेकिन जो लोग इनसे जुड़े हैं वह जानते हैं कि मीडिया की आंतरिक बनावट और उसका वास्तविक पहचान कैसा है। चुनाव में मीडिया जनमत को प्रभावित करने का माद्दा रखता है। सत्ता के पक्ष में जनमत को मोड़ने के बदले वह सत्ता से बहुत कुछ हासिल करता है। आज मीडिया हर प्रकार से कारोबारी आजादी चाहता है और किसी तरह का सामाजिक उत्तरदायित्व न निभाकर तटस्थ रहना चाहता है, लेकिन अपवाद स्वरूप कुछ कार्यों में अपने मुख्य उद्देश्य का निर्वहन भी करता है। जैसे- पल्स-पोलियो अभियान के प्रति मीडिया की भूमिका सर्वश्रेष्ठ मानी गई। तकनीकी के बदलाव व तस्वीरों ने अखबारों को एक अलग पहचान भी दी। कॉर्पोरेट में संपादकीय को अपनी नजर से लिखने को मजबूर किया है। आज संपादक पर कई कोनों से दबाव रहता है। अन्दर जाने पर प्रतीत होता है कि संपादक सबकुछ नहीं करता है। संपादकीय को बहुत से कारकों के द्वारा प्रभावित होना, प्रमुख मुद्दे को भटकाव की स्थिति में छोड़ देता है। फलस्वरूप हम सिर्फ संपादकों को दोष देते हैं, बल्कि नेपथ्य में कोई और है जो प्रभावित करता है। वर्तमान समय में छोटे और मझौले अखबार अस्तित्व की लड़ाई लड़ रहे हैं। इनमें से बहुत से अखबारों को बड़ी-बड़ी कम्पनियां अधिग्रहण कर लीं। समय के अनुसार इन छोटे अखबारों के पास बाजार में टिकने के लिए विलय ही एक मात्र विकल्प है। हिन्दुस्तान और दैनिक जागरण हिंदी पट्टी में श्रेष्ठता की लड़ाई लड़ रहे हैं।

1.1.1 साहित्य पुनरावलोकन

साहित्य पुनरावलोकन में निम्न पुस्तकों का अध्ययन किया। इन पुस्तकों से शोध कार्य हेतु सही दिशा मिली।

1. प्रेस विधि एवं अभिव्यक्ति स्वतंत्रता:- डॉ. हरवंश दीक्षित

प्रस्तुत पुस्तक में प्रेस के कायदे कानून को प्रमाणिक तौर पर समझने में मदद मिली। प्रेस विधि एवं अभिव्यक्ति स्वातंत्र्य को स्पष्ट करते हुए प्रेस की आजादी के नये क्षितिज तथा नई चुनौतियों का विश्लेषणात्मक अध्ययन प्रस्तुत किया गया है।

2. मीडिया का अंडरवर्ल्ड (पेड न्यूज, कॉरपोरेट और लोकतंत्र):- दिलीप मंडल

प्रस्तुत पुस्तक में उदारीकरण के बाद भारतीय मीडिया में आये बदलाव और उनमें प्रभावित प्रवृत्तियों को पहचानने में मदद मिली।

3. कॉरपोरेट मीडिया: दलाल स्ट्रीट (पब्लिक रिलेशन, कॉरपोरेट कम्युनिकेशन और लॉविंग):- दिलीप मंडल

प्रस्तुत पुस्तक में भारतीय मीडिया का कॉरपोरेटीकरण हो गया है और अब उसमें यह क्षमता नहीं है कि वह लोक कल्याणकारी भूमिका निभाएं। प्रस्तुत पुस्तक में प्रमुख मीडिया घराने कैसे अपने आप को बदले एवं कॉरपोरेट के साथ कंधे से कंधा मिला कर चलने लगे।

4. पत्रकारिता के नये परिप्रेक्ष्य:- राजकिशोर

यह पुस्तक पत्रकारिता और उसकी समकालीन चुनौती को एक नये परिप्रेक्ष्य से देखने में सहायक सिद्ध हुई।

5. संचार माध्यम और पूंजीवादी समाज:- मुरली मनोहर प्रसाद सिंह

प्रस्तुत पुस्तक में पश्चिमी देशों के संचार माध्यमों के विश्लेषण से समुचित वैचारिक ढांचा को विकसित होते देखा। सूचना पर मात्र कुछ मुट्ठीभर शक्तियों का वर्चस्व किस तरह स्थापित है।

6. पत्र, पत्रकार और सरकार:- काशीनाथ गोविंद जोगलेकर

प्रस्तुत पुस्तक में न्यायपालिका, कार्यपालिका और विधायिका के साथ मीडिया के अंतरसंबंधों का गहन विश्लेषण किया गया है।

7. भूमंडलीकरण और ग्लोबल मीडिया:- जगदीश्वर चतुर्वेदी, सुधा सिंह

इस पुस्तक में मीडिया क्षेत्र के चार दिग्गजों- अर्मांड मेतलार्द, पीयरे बोर्दिओ, मार्शल मैक्लुहान, स्लावोज जीजेक के सिद्धांत एवं लेख बहुत अच्छा है। ये मीडिया को अपने ढंग से स्थापित करने में एवं पाठकों को समझाने में शानदार प्रयास किये हैं। यह पुस्तक सबसे अधिक प्रभावित की एवं बार-बार पढ़ने की इच्छा को बढ़ाया।

8. मीडिया शोध:- ऋतु गोठी

इस पुस्तक में लेखक अपनी ओर से संचार शोध को सही रूप से समझाने की अच्छी प्रयास की है। कम शब्दों में मीडिया शोध को समझने में मदद मिली।

9. भूमंडलीय जनमाध्यम- निगम पुँजीवाद के नये प्रचारक:- एडवर्ड एस हरमन रॉवर्ट

डब्ल्यू मैकचेसनी, अनुवाद- चंद्रभूषण

प्रस्तुत पुस्तक में भूमंडलीय जनमाध्यमों पर गहरा प्रकाश डाला गया है। दोनों विचारकों ने सूचना व समाज के प्रभाव को वैचारिक एवं सैद्धांतिक रूप से प्रस्तुत किया है।

10. प्रेस विधि:- डॉ. नन्दकिशोर त्रिखा

प्रस्तुत पुस्तक में अभिव्यक्ति की आजादी और प्रेस की आजादी को कानून सम्मत समझाया गया है। संविधान द्वारा स्थापित अनुच्छेदों को उच्च स्तर से समझाने की कोशिश की गई है।

1.1.2 शोध के उद्देश्य

- ❖ अभिव्यक्ति की आजादी में कॉरपोरेट के हस्तक्षेप को समझना।
- ❖ संपादकीय नीति में हो रहे बदलाव को समझना।

- ❖ दैनिक हिंदुस्तान और दैनिक जागरण के संपादकीय का अभिव्यक्ति की आजादी में कॉरपोरेट के हस्तक्षेप से संबंधित मुद्दों का अध्ययन करना।

1.1.3 शोध परिकल्पना

- ❖ समाचार-पत्रों की नीति कॉर्पोरेट के दबाव में बदल चुकी है।
- ❖ अखबारों में स्थापित मान्यताओं को संपादक के ऊपर मालिकों का प्रभाव।
- ❖ समाचार-पत्रों में कॉर्पोरेट दबाव बढ़ने से संपादकीय का स्तर मूल घटनाओं से विमुख हो रहा है।
- ❖ भारत दुनिया का सबसे बड़ा लोकतांत्रिक देश होने के नाते कॉर्पोरेट, समाचार-पत्र और राजनीति का अंतर संबंध संपादकीय को प्रभावित कर रहा है।

1.1.4 शोध प्रविधि

‘शोध’ का आशय बार-बार खोजने से है। शोध मानव जीवन का प्रमुख अंग है। जो चीजें विद्यमान हैं उसमें से उन कमियों को खोजकर उनपर काम करना होता है। संचार माध्यमों पर शोध अमेरिका से शुरू होता है। जो आगे चलकर विश्वव्यापी होने लगता है। माध्यमों का प्रभाव लोगों पर किस तरह से होता है या संचार माध्यमों को कैसे उन्नत बनाया जाए। भारतवर्ष में मीडिया शोध लगभग 45 सालों से हो रहा है। जिज्ञासु संचारविदों ने संचार क्रांति को जन्म दिया। तत्पश्चात कंटेंट एवं अन्य सामग्री के मध्य तुलनात्मक विवेचना होने लगा।

शोध के प्रमुख विषय 'अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता बनाम कॉरपोरेट स्वतंत्रता' को हिन्दुस्तान व दैनिक जागरण के संपादकीय में अन्तर्वस्तु विश्लेषण के द्वारा यह पता लगाना है कि अभिव्यक्ति को कॉरपोरेट कितना प्रभावित करता है और कॉरपोरेट अभिव्यक्ति को।

शोध की संरचना

शोध की संरचना हेतु हिंदी दैनिक हिंदुस्तान और दैनिक जागरण के पटना संस्करण को केंद्रित करके किया गया है। इन दोनों समाचार-पत्रों के संपादकीय को उन हर कोनों से देखना है जो इनमें अंतर स्थापित करते हैं। इन दोनों समाचार-पत्रों के दिनांक 1 जून 2015 से 15 जून 2015 तक के अंकों को शामिल किया गया है। हिंदुस्तान की संपादकीय नीति (विषय) हर राज्यों के संस्करण में एक है। सिर्फ रविवार को संपादकीय न आकर समसामयिक घटनाओं पर संपादक का लेख रहता है। जबकि दैनिक जागरण में दो संपादकीय है। पहला राष्ट्रीय तो दूसरा जिस राज्य से प्रकाशित होता है वहां के ज्वलंत विषयों को राज्य संपादकीय में स्थान देता है। यही वह बात है जिससे दैनिक जागरण अलग दिखता है।

शोध-पद्धति

प्रस्तुत शोध में अंतर्वस्तु विश्लेषण और साक्षात्कार शोध-पद्धति के द्वारा किया गया है। संचार शोध के क्रम अंतर्वस्तु विश्लेषण एक उत्तम प्रविधि है। इस प्रविधि के द्वारा महत्वपूर्ण विषयों के क्रम से विश्लेषण कर निष्कर्ष पर पहुंचते हैं। संचार शोध में इस विश्लेषण पद्धति का प्रयोग ज्यादा प्रभावित होता है।

✓ अंतर्वस्तु विश्लेषण की परिभाषाएं इस प्रकार हैं-

- ❖ केपलाइन के अनुसार- “अंतर्वस्तु विश्लेषण पद्धति एक दी गई वार्ता के अर्थों की एक व्यवस्थित व मात्रात्मक रूप से व्याख्या करती है।”
- ❖ वेरेल्सन के अनुसार- “अंतर्वस्तु विश्लेषण पद्धति संचार के प्रकार विश्लेषण के उद्देश्य, क्रमबद्ध व गुणात्मक विवरण हेतु अनुसंधान की एक प्रविधि है।”

✓ साक्षात्कार विश्लेषण की परिभाषाएं इस प्रकार हैं-

प्रस्तुत शोध में संरचित साक्षात्कार पद्धति का प्रयोग हो रहा है। इस प्रकार के साक्षात्कार में शोध करने वाले के मन-मस्तिष्क में अध्ययन की संपूर्ण विषय-वस्तु संग्रहित रहती है।

मोजर के अनुसार- “एक सर्वेक्षण साक्षात्कार, साक्षात्कारकर्ता तथा उत्तरदाता के बीच वार्तालाप है जिसका उद्देश्य उत्तरदाता से निश्चित सूचना प्राप्त करना होता है।”

1.2 शोध की सीमाएं

शोध को बेहतर बनाने के लिए जब तक सीमांकन न हो तब तक शोध को सही दिशा नहीं मिल पाती है। विषय के अनुरूप सांचे में ढालने के लिए हिंदुस्तान व दैनिक जागरण के संपादकीय को केंद्रित किया। उसमें भी 1 जून 2015 से 15 जून 2015 तक के अंकों को शामिल किया गया। शोध कार्य को सही दिशा प्रदान करने एवं निष्कर्ष तक पहुंचने के लिए एक सीमा को स्थापित करना जरूरी है।

1.3 शोध की प्रासंगिकता

प्रस्तुत शोध “अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता बनाम कॉरपोरेट स्वतंत्रता” शोधार्थी द्वारा किया गया कार्य है। आने वाले समय में संपादकीय नीति पर शोध होते रहेंगे। भविष्य में और भी संपादकीय विमर्श के विषय सामने उपस्थित होंगे। जिनपर शोध होने की संभावना है। प्रिंट माध्यम में शोध को लेकर नये-नये तकनीक भी आयेंगे। संपादकीय से मूलतः लगाव बौद्धिक वर्ग का ही होता है। ये वर्ग संपादकीय के प्रति ज्यादा गंभीर व संवेदनशील रहता है।

अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता: अवधारणा एवं स्वरूप

अपने मनोभावों को प्रकट करना हर किसी की नैसर्गिक प्रवृत्ति है। बौद्धिक तथा भावनात्मक विशिष्टताओं के कारण मनुष्य इसके प्रति विशेष चाहत रखता है। भावनाओं की अभिव्यक्ति उसकी भावनात्मक आवश्यकता है। इसके द्वारा वह दूसरे समूहों के साथ अपने संबंधों का सृजन करता है। मनुष्य अभिव्यक्ति के द्वारा ही उपनिवेशवाद व साम्राज्यवादी शक्तियों को चुनौति देता रहा है।

अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के लिए मानव ने सतत संघर्ष किया है। अभिव्यक्ति के द्वारा लोकतंत्र को स्थापित किया है, और लोकतांत्रिक व्यवस्था में अभिव्यक्ति फलती फूलती है। यह लोकतांत्रिक समाज का सबसे महत्वपूर्ण अधिकार है। यह आजादी शेष अन्य स्वतंत्रताओं की रक्षा करती है तथा उन्हें आगे बढ़ने का मौका प्रदान करती है। अभिव्यक्ति की आजादी केवल मनुष्य की व्यक्तिगत विकास के लिए नहीं अपितु राज्य की मजबूती के लिए भी जरूरी है। यह समाज और लोकतंत्र के गुण-दोषों को उजागर कर सदगुणों को बढ़ाता है। यह आजादी लोकतांत्रिक समाज के लिए संजीवनी का कार्य करती है। अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का सबसे बड़ा उदाहरण माध्यमों के विकास से है। माध्यमों की आजादी इसका सबसे अच्छा उपांग है। मीडिया की आजादी को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का अभिप्राय माना जाने लगा। आधुनिक समाज की विकास क्रम में 'प्रेस की आजादी' आजादी के विकास क्रम के साथ इस तरह से जुड़ी हुई है कि लोकतंत्र के 'चौथे स्तम्भ' के रूप में जाना जाने लगा। अभिव्यक्ति की आजादी समाज के सरोकारों से अपने आप को जोड़े रखने की एक कला है। अभिव्यक्ति में खुद को मर्यादा में रह के दूसरे के अधिकारों की रक्षा के लिए आगे आना होता है। आवश्यकता पड़ने पर राज्य के दमनकारी प्रवृत्तियों एवं नीतियों से संघर्ष करना होता है। यह प्रक्रिया अनवरत चलती रहती है। उसके संदर्भ बदलते रहते हैं किन्तु मूल उद्देश्य नहीं बदलता। मूल उद्देश्य यही रहता है कि अभिव्यक्ति की आजादी और लोकतंत्र की परिपक्वता की प्रक्रिया शाश्वत रूप से चलती रहे और उसका मीडिया एक सहायक अंग बना रहे। आजादी के बाद स्वतंत्रता के बाद नये

युग का शुरूआत हुआ और भारतीय संविधान में वाणी एवं अभिव्यक्ति का अधिकार मूल अधिकार के रूप में प्रतिष्ठित हुआ।

संविधान प्रदत्त अभिव्यक्ति की आजादी को कॉरपोरेट ने अपने स्तर से उद्योग बनाया। संविधान प्रदत्त अनुच्छेद 19 हमें अपनी बातों को अभिव्यक्त करने की आजादी देती है। लेकिन जो मीडिया देश को आजादी दिलाने में अहम भूमिका निभाया वह आजादी के बाद बिल्कुल बदल गया। अभिव्यक्ति की आकांक्षा मनुष्य की नैसर्गिक प्रवृत्ति है। अभिव्यक्ति की क्षमता मानव के विकास में बड़ी भूमिका निभाई है। इसने एक पीढ़ी के अनुभवों को अगली पीढ़ी तक पहुंचाया है।

2.1 अभिव्यक्ति की अवधारणा:-

भारतीय संविधान के अनुच्छेद-19(1)(क) में सभी नागरिकों को वाक् एवं अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता दी गई है। अभिव्यक्ति के अधिकार के अन्तर्गत केवल विचारों को प्रकाशित तथा प्रसारित करने का अधिकार नहीं है। अपितु इसके अन्तर्गत लगाये गये आरोपों को अखबार तथा अन्य माध्यमों को उतर देने का अधिकार है। अभिव्यक्ति की अवधारणा के संबंध में बात करे तो मनुष्य की जिज्ञासु प्रवृत्ति ने अपनी बातों को एक स्थान से दूसरे स्थान और एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक पहुंचाने में सफल रहा। पाषाण काल से आधुनिक समय में अपनी बातों को रखना प्रमुख चुनौती के रूप में भी देखी जाती है। अभिव्यक्ति की अवधारणा पर बात करे तो मार्शल मेकलुहान पर जिस व्यक्ति का ज्यादा प्रभाव था और जिसने संचार और अर्थशास्त्र के सैधांतिकी के निर्माण का सबसे ज्यादा गंभीर काम किया उसका नाम था हेरॉल्ड एन्नीसा। एन्नीस ने एंपायर एंड कम्युनिकेशन (1972) में लिखा है कि आरंभ में मीडिया का समय (टाइम) पर ज्यादा जोर था। मीडिया में टाइम लंबी अवधि तक अपनी भूमिका अदा करता था। मसलन मिट्टी, पत्र, चर्मपत्र, पत्थर आदि संचार रूप लंबी अवधि तक बने रहे। पाषाण काल में संचार रूपों में टिकाऊपन पर जोर था। हम जैसे-जैसे मिट्टी और पत्थरयुगीन संचार रूपों से आगे चर्मपत्र अथवा भूर्जपत्रों की दुनिया में दाखिल होते हैं, हमारे समाज में संचार की गतिशीलता अथवा संचार रूपों के एक स्थान से दूसरे स्थानों पर ले जाने की परम्परा शुरू होती है। शुरूआती चरण में

अभिव्यक्ति की अवधारणा व्यक्ति पहाड़ों की गुफाओं में चित्र माध्यम से दर्शाता था। आज भी अजंता व ऐलोरा की गुफाओं में उस तरह की भित्तिचित्र देखने को मिलते हैं। ठीक उसी प्रकार अभिव्यक्ति की अवधारणा को समझने के लिए भारत के प्राचीन धार्मिक स्थानों एवं नदियों के किनारे बसे शहरों में स्तम्भों के माध्यम से देख सकते हैं। जैसे खजुराहो के मंदिरों पर देखने के पश्चात उस दौर की अभिव्यक्ति की अवधारणा को बल मिलता है। उसके साथ ही अशोक के शासनकाल में उन लौह-स्तम्भों में हम यह पाते हैं कि संचार की समृद्धि के लिए या सूचना देने के लिए पर्याप्त साधन थे। आज लोकतंत्र के लिए प्रेस की आजादी की अनिवार्यता को इस प्रमुख तथ्यों से यह समझा जा सकता है कि अमेरिका के राष्ट्रपति तथा संविधान निर्माताओं से एक महत्वपूर्ण व्यक्ति थॉमस जेफर्सन ने एक बार कहा था कि “यदि उन्हें एक ओर ‘समाचार-पत्र रहित सरकार’ तथा दूसरी ओर ‘सरकार रहित समाचार-पत्र’ में से कोई एक विकल्प चुनना हो तो वे सरकार रहित समाचार-पत्रों के विकल्प को चुनना पसंद करेंगे”। लोकतंत्र के लिए यह जरूरी है कि सत्ता जनमानस की आकांक्षाओं के अनुरूप संचालित हो। जनता, सत्ता द्वारा पूर्णतः नियंत्रित होना नहीं चाहती। प्रेस की आजादी सत्ता को जनता का नियंत्रक होने से रोकती है। प्रेस की आजादी के माध्यम से लोकतंत्र के विभिन्न घटक पारस्परिक विचार-विमर्श द्वारा बेहतर योजनाओं को अमल में लाते हैं। इसके माध्यम से जनता को सरकार द्वारा दी जाने वाली सूचनाओं से अलग सत्य के दूसरे पहलुओं की जानकारी मिलती है। लोकतंत्र जनता द्वारा चुनी हुई शासन व्यवस्था होती है और इसकी परिपक्वता के लिए यह जरूरी है कि जनता को लोक महत्व के विषयों पर व्यापक परिचर्चा करने का अवसर मिले। अभिव्यक्ति की आजादी को पूरा करने में लोकतंत्र सहायक है। इसलिए अभिव्यक्ति की अवधारणा लोकतांत्रिक समाज के विकास के लिए महत्वपूर्ण है। स्कॉलरों को दीर्घकालिक भौतिक, आर्थिक, सांस्कृतिक, बौद्धिक लक्ष्यों को परिभाषित करते हुए काम करना चाहिए, जिससे वर्तमान की सीमाओं का उदघाटन किया जा सके। साथ ही वह यह भी जान पायेंगे कि आखिरकार प्रशासन नीतिगत तौर पर कहां गलतियां कर रहा है, क्यों असफल हो रहा है। इससे भविष्य में गलतियां न हों। आज सबसे बड़ी चुनौती है अवधारणाओं के साथ संवाद, जाँच और समझ बनाने की। अवधारणा की जानकारी का अर्थ किताबों से सजाकर

कागज पर उतार देना नहीं है, इसका यह भी अर्थ नहीं है कि अवधारणा संबंधी अमूर्त में सीधे पेश कर दी जाए। सवाल यह है कि हम जो कक्षाओं में जो पढ़ाते हैं क्या उसकी पद्धति संतोषजनक है ? क्या अवधारणा पढ़ाते समय विद्यार्थियों में रूझान पैदा कर पाते हैं ? अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का सवाल मानव के लिए सबसे बड़ा हथियार है। अमेरिकी क्रांति के परिणामों पर समुची मानवता का भविष्य निर्भर था। अमेरिकी क्रांति ने प्रेस और समाचार-पत्रों के जरिए तकनीकी रूपांतरण की अनंत संभावनाओं के द्वार खोल दिये थे। प्रेस की आजादी का संबंध जनता के जनतंत्र से भी था। किन्तु ज्ञान की इजारेदारी की धारणा जनता के जनतंत्र के भावनाओं को समझने में असमर्थ रही।

2.2 अभिव्यक्ति का स्वरूप

प्राचीनकाल में अभिव्यक्ति के स्वरूप के तौर पर पठन-पाठन, मुद्रण के साधन के अभाव में संचार के माध्यम गुरु या पुर्वज थे, जो मौखिक रूप से सूचनाओं को एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी तक पहुंचाते थे। लेखन के प्रचलन के बाद ही पत्रों पर संदेश लिखे जाते थे। मौर्यकाल एवं गुप्तकाल में शिलालेखों द्वारा धार्मिक एवं राजनैतिक सूचनाएं जनसामान्य तक पहुंचायी जाती थी। मानव जो भी कुछ भी देखता है अन्य व्यक्तियों को बतलाना चाहता है, साथ ही सब की बातों को जानना चाहता है। किसी घटना को परखना उसका वर्णन मानव- आत्म की एक सहज प्रवृत्ति है। इसी भावाभिव्यक्ति की प्रवृत्ति के कारण जनसंचार का अविष्कार हुआ। दूसरे शब्दों में कहा जा सकता है कि जिस प्रकार ज्ञान की प्राप्ति की उत्कंठा, चिंतन एवं अभिव्यक्ति की आकांक्षा ने भाषा को जन्म दिया ठीक उसी प्रकार समाज एक-दूसरे के कुशल-क्षेम जानने की प्रबल इच्छा-शक्ति ने पत्रों के प्रकाशन को बढ़ावा दिया। इस प्रकार परिस्थियों के चिंतन मनन और आत्माभिव्यक्ति की प्रवृत्ति ने अभिव्यक्ति के स्वरूप को आगे बढ़ाया। अगर पूरातत्व की खोजे मुद्रण की इतिहास को ईसा की दूसरी सदी तक ले गई है। चीन में 175 ई. में ठप्पे से मुद्रित ग्रंथ आज भी बताया जाता है। 972 ई. में एक लाख तीस हजार पृष्ठों का त्रिपिटक ग्रंथ छपा परन्तु वर्तमान मुद्रण प्रणाली की कहानी 500 वर्षों से पीछे नहीं जाती। अलग-अलग अक्षरों की धातु की टाइप सर्वप्रथम 1450 ई. में जर्मनी में बनी।

प्रकृति-प्रदत्त अधिकारों में से अभिव्यक्ति सर्वनिष्ठ एवं सर्वमान्य अधिकार है। पाषाण काल से लेकर यूनानी दार्शनिकों तक अभिव्यक्ति का स्वरूप बदलता गया। अपनी बातों को दूसरों तक पहुंचाने एवं स्थापित मान्यताओं को बताना था। इसके द्वारा सत्यनिष्ठता प्रदान करने के लिए प्राचीनकाल से ही सहारा लिया जा रहा है। इन तमाम उतार-चढ़ाव से होते हुए आज की आधुनिक स्वरूप ज्यादा गतिशील और व्यापक हैं। अभिव्यक्ति का स्वरूप संकेतों से शुरू होकर माध्यमों के सहारे एक दूसरे तक पहुंचता रहा है। स्वरूपों की शुरूआत पहाड़ों की कंदराओं में भीत्तिचित्रों से होते हुए मिट्टी, पत्थरों को माध्यम बनाया गया। बाद के काल में लौह-स्तम्भों, ताम्र-पत्रों से होते हुए अभिव्यक्ति का स्वरूप बदलता गया। मनुष्य की जिज्ञासु प्रवृत्ति ने कागज का जन्म दिया। छापेखाने आने से ज्यादा प्रचार और प्रसार मिला। श्रोता से पाठक और दर्शक बनने की कहानी के पीछे माध्यमों का विकास प्रमुख रहा। आज हम एक उपयोगकर्ता के रूप में जाने जा रहे हैं। वर्तमान दौर सूचना क्रांति के रूप में जाना जा रहा है। सूचना क्रांति अभिव्यक्ति को व्यापक स्वरूप दिया। समय के साथ-साथ माध्यमों के विकास ने हमें और आजादी प्रदान की। विश्व में अनेक क्रांतियां भी हुईं जो जनहित के लिए हितकारी थीं। चाहे वह कुरुक्षेत्र हो या फ्रांस की रेनेशां या रूस की क्रांति। कुछ साल पहले सोशल मीडिया के माध्यम से पूर्वी अफ्रीका और अरब देशों में सत्ता विरोधी आंदोलन देखने को मिला।

फ्रांसीसी क्रांति के दौरान 'अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता' के अधिकारों की घोषणा के सबसे महत्वपूर्ण अधिकारों में से एक माना गया था। जबकि भारत का 'अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता' से उतार-चढ़ाव भरा नाता रहा है। भारत के पहले प्रधानमंत्री प. जवाहर लाल नेहरू तक इस बुनियादी अधिकार के संग किए जाने वाले बर्ताव को लेकर अस्पष्ट थे। 26 जनवरी, 1950 को भारतीय संविधान के अनुच्छेद 19(1) (अ) में भारतीय नागरिकों को 'अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता' का अधिकार दिया गया। 15 महीनों बाद नेहरू इससे पीछे हट गये और उन्होंने इसपर पाबंदियां लगा दीं। लगभग आधा दर्जन कानून भारत में अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर अंकुश लगाते हैं। इनमें से कई तो अजीब हैं।

बिजनेस स्टैंडर्ड अखबार ने टीएन नायन ने अपने लेख में लिखा है- “भारत का रवैया ज्यादा परिष्कृत है अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता यहां मौलिक अधिकार तो है लेकिन एक असीमित अधिकार नहीं है। भारतीय संविधान इस अधिकार को शांति व्यवस्था बनाये रखने के साथ शालीनता और नैतिकता के आधार पर सीमित करता है। इन सभी पदों की कई व्याख्यायें संभव हैं। आखिर क्यों, ऐसा कोई लेख जिससे पड़ोसी देशों से संबंध खराब हो सकता है, निषेध है। सैधांतिक मुद्दे से अलग एक व्यवहारिक दृष्टिकोण कौन से देश मित्र है और कौन से देश मित्र नहीं है। इसकी कोई आधिकारी सूची नहीं है।” धार्मिक हिंसा भड़काने, शत्रुता को बढ़ावा देने, धर्म का अपमान करने और धार्मिक भावनाओं को आहत करने को लेकर विशेष कानून है। लेकिन इसमें से कोई भी कानून नया नहीं है।

एन्नीस ने *हिस्ट्री ऑफ कम्युनिकेशन नामक कृति* में लिखा है कि “कम्युनिकेशन के विकास की गति को जन्म देने वाला अग्रदूत समाचारपत्र है। रेलमार्ग का विस्तार और टेलीग्राफ के उदय ने समाचार के तेज गति से संचार और समाचार-पत्रों के सर्कुलेशन की गति को बढ़ा दिया। इसके बाद समाचार-पत्रों ने आगे जाकर रेलमार्गों और टेलीग्राफ लाइनों के तेजी से विकास की जरूरत पर जोर दिया, केबल, डाक व्यवस्था, एक्सप्रेस सिस्टम, हवाई मार्ग, रेडियो आदि के विकास के लिए दबाव पैदा किया और इन सेवाओं का इस्तेमाल किया।” एन्नीस ने समाचारपत्र और टेलीग्राफ के बीच के संबंध को महत्वपूर्ण माना, “टेलीग्राफ ने राजनीतिक नियंत्रण की व्यवस्था को कमजोर किया, यह कार्य डाकघर और समाचार-पत्रों के विनिमय के जरिए किया गया। समाचार के ऊपर इजारेदारी खत्म हुई। क्षेत्रीय दैनिक प्रेस और राजनीतिक वर्चस्व से पलायन का मौका मिला।” “इसका अर्थ है कि अस्थिरता ने केंद्रीय प्रशासन की शक्ति को सन् 1840 के बाद कमजोर बनाया”, “समाचार-पत्रों के विकास ने कम कीमत में ज्यादा मुनाफा दिया। यही रास्ता पत्रिकाओं ने भी अपनाया। यही रास्ता अन्य उत्पादों ने भी।” एन्नीस ने लिखा है, “एक छोटे सिक्के के इस्तेमाल” ने बड़े प्रेस को जन्म दिया। “इससे कम कीमत के माल का कम आय वाले ज्यादा उपभोक्ताओं में विकास संभव हुआ।” एन्नीस ने लिखा कि तेजी से संकलन, निर्माण, और सूचना के विवरण के कारण समाचारपत्र आर्थिक

परिवर्तन की मोटर बन गया। एन्नीस के शब्दों में “संकलन उत्पादन सूचना के प्रसार में गति होने के कारण समाचारपत्र विकास पर्याय बन गया। इसने बाजार का विस्तार किया, प्रतिस्पर्धा को प्रभावी बनाया, उत्पादन की कीमत कम कर दी, साथ ही मूल्य व्यवस्था को फैला दिया। संवेदनशील पैसे की संरचना की कीमत कम कर दी, साथ ही मूल्य व्यवस्था को फैला दिया। संवेदनशील पैसे की संरचना और समान विकास के अर्थशास्त्र का पालन करने के कारण समाचारपत्र का विकास हुआ।”

अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर अंकुश लगाने वाला कानून सन् 1837 में बना था। महज 33 साल की उम्र में थॉमस मैकाले ने भारतीय दण्ड संहिता तैयार करना शुरू किया। उसके बाद अगले 175 सालों तक कर्मोवेश यह काम जारी रहा। यह बताना है कि आधुनिकता की सजधज के बीच जीने के बावजूद हमारी संस्कृति में कितने कम बदलाव होते हैं। यह औपनिवेशिक कानून आजाद भारत में भी जारी है। थॉमस मैकाले अंग्रेज होकर भी उन्होंने हमारा सटीक मूल्यांकन किया था। उन्होंने हमारे बर्ताव और बाहरी उत्प्रेरकों के प्रति हमारी प्रतिक्रिया के बारे में सही अनुमान लगाया था। वे पुरे आत्मविश्वास के साथ ही सन् 1837 में ही बता सकते थे कि सन् 1984, 1993 और 2002 में हमसे कितने लोग वहशी हो जायेंगे (सौजन्य:- बीबीसी हिन्दी सर्विस)।

अभिव्यक्ति के स्वरूपों में पिछले पांच सौ सालों में चार बार इतना बदला की उसे क्रांति भी कह सकते हैं- पहला मशहूर बदलाव प्रिंटिंग प्रेस का है। 14वीं शताब्दी के मध्य से शुरू होकर इस क्रांति ने यूरोप की काया पलट दी। कुछ सौ साल पहले तार और फोन के जरिए दो तरफा संचार की शुरूआत हुई। धीमे, लिखित संवाद, फिर रियल टाइम में ध्वनि आधारित संवाद। करीब पच्चास साल पहले रिकॉर्डेड मीडिया में क्रांति हुई। पहले तस्वीरे, फिर साउंड रिकॉर्डिंग, फिर मूवीज, सब भौतिक वस्तुओं पर इनकोडेड थी। अंत में करीब सौ साल पहले रेडियो और टेलीविजन में आवाज और चित्रों को भेजने के लिए इलेक्ट्रोमैग्नेटिक स्पेक्ट्रम का प्रयोग। इंटरनेट पहला माध्यम है जिसमें एकसाथ कई लोगों के साथ संवाद हो सकता है। दूरभाष के जरिये एक ही व्यक्ति से संवाद हो सकता है। टीवी, रेडियो, पत्रिकाओं और किताबों ने एक से अनेक का पैटर्न दिया। इंटरनेट हमें अनेक से अनेक का

निष्कर्ष

प्रस्तुत शोध विषय में दोनों अखबारों के संपादकीय के अध्ययन में पाया कि वर्तमान दौर में अखबारों का राजनीति के साथ गहरा तालमेल है। वैसे भी लोकतंत्र और अखबार एक दूसरे के पूरक हैं। यथार्थ को अखबार से ज्यादा कोई नहीं समझता। अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को स्थापित करने में अखबारों की अप्रतिम भूमिका है। अखबारों में संपादकीय अभिव्यक्ति की आवाज के रूप में प्रकट होते हैं। जनता की आवाज को बुलंद करना इनकी पहली प्राथमिकता है। संपादकीय के प्रमुख विषयों जैसे- राजनीति, आर्थिक, शैक्षणिक, स्वास्थ्य, विदेश नीति, खेल आदि है।

हिन्दुस्तान की संपादकीय नीति एकल है जो विषय को राष्ट्रव्यापी संस्करणों में स्थान देता है। इनमें एकरूपता रहती है। मुद्दों का चयन व विश्लेषण जानदार होता है। ज्वलंत मुद्दों का संपादकीय में स्थान मिलता है। जबकि दैनिक जागरण की संपादकीय नीति दो चरणों में होता है। पहला राष्ट्रीय स्तर का विषय हर संस्करण में एक रहता है, तो दूसरा संपादकीय उस राज्य से होता है जहां से वो संबंध रखता है।

दैनिक जागरण का राज्यों से संबंधित संपादकीय अभिव्यक्ति को अत्यधिक तेवर से प्रकाशित करता है। राज्य की ज्वलंत विषयों में कानून-व्यवस्था, स्वास्थ्य एवं सामाजिक ज्यादा दिन स्थान पाये। बिहार में इन तीन विषयों पर ज्यादा चर्चा होती है। किसी दिन विशेष को संपादकीय उन पूँजीवादी ताकतों के द्वारा प्रभावित भी है। संपादकीय नीति में कॉरपोरेट का सीधा प्रभाव तो नहीं दिखता लेकिन वो नीतियों में बदलाव करके शब्दों को हेरफेर जरूर करता है।

‘हिन्दुस्तान’ 5 जून 2015 के अपने संपादकीय में भारत-चीन संबंधों का वर्णन किया है। चीन चाहता है कि सीमा विवाद को एक तरफ रहने दिया जाए और व्यापार को केन्द्र में रखा जाए। इस विषय से स्पष्ट है कि कॉरपोरेट मीडिया हमेशा व्यापार को लक्ष्य करके चलता है। कॉरपोरेट संपादकीय के कंटेंट को प्रभावित कर रहा है। जबकि सीमा विवाद को सुलझाना भी प्रमुख विषय है।

दैनिक जागरण 1 जून 2015 को राष्ट्रीय संपादकीय में भारत पाकिस्तान के आपसी संबंधों पर व्यापक दृष्टिकोण रखा है कि द्विपक्षीय संबंध कैसे मजबूत हों? दोनों देश की जनता की यही अभिव्यक्ति है कि हम अमन-चैन से रहें और रिश्ता भी मजबूत बने। रिश्तों में तल्खी के कारण दोनों तरफ की अभिव्यक्ति का दम घुंटने लगता है। जबकि इसी दिन पटना संस्करण के राज्य संपादकीय का शीर्षक है- 'बेटियां अब बोझ नहीं'। यह एक सामाजिक मुद्दा है। एक तरफ हमारे प्रधानमंत्री 'बेटी बचाओं, बेटी पढ़ाओं' का नारा बुलंद करते हैं तो दूसरी ओर प्रस्तुत संपादकीय महिला सशक्तिकरण को दृष्टिगत करता है। कैसे बेटियां मजदूरी भी करती हैं और परीक्षा में अच्छे नंबरों से उत्तीर्ण भी हो रही हैं। इस तरह से सामाजिक विषयों को संपादकीय में स्थान मिलें तो बहुत अच्छा है।

कुछ ऐसे क्षेत्र हैं जो आज भी अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को प्रभावित करते हैं। खासकर निजी क्षेत्रों के ऐसे मसलों को कॉरपोरेट विषय नहीं बनने देते हैं। जिन विषयों से कॉरपोरेट का हित प्रभावित हो उन्हें अखबार जगह नहीं दे पाते हैं।

विदेशी निगमों के पूँजी से आबाद अखबारों में प्रतियोगिता भी बढ़ी। खासकर एक ही राज्य में अलग-अलग संस्करणों का होना। इस प्रतियोगी माहौल में अखबार स्थानीयता को ज्यादा तवज्जों देने लगे। स्थानीयता की भावना एक स्वच्छ व वैचारिक दृष्टिकोण ने संपादकीय नीति में बदलाव किया। अखबार आज भी अन्य माध्यमों से सशक्त और प्रमाणिक है। प्रमाणिकता के कारण ही पाठक वर्ग एक सशक्त समाज के लिए प्रेरित होता है। बौद्धिक पाठक वर्ग की संपादकीय में ज्यादा रूचि दिखती है। वह विमर्श के उन विषयों को तलासता है जो अखबारों का मानकीकरण करता है।

हिन्दुस्तान 11 जून 2015 के संपादकीय का शीर्षक है- 'सरकारी मिठास'। प्रस्तुत संपादकीय में चीनी मिलों और गन्ना किसानों से जुड़ा है, परन्तु इस विषय में उन निजी मिलों (कॉरपोरेट) के भी अपरोक्ष रूप से हित जुड़े हैं। कॉरपोरेट का हित चीनी से ज्यादा एथेनॉल से है जो ज्यादा काम का है। एथेनॉल उत्पादन से कॉरपोरेट मूनाफे को देखता है। अगर सरकार एथेनॉल की उत्पादन वितरण की छूट देती है तो गन्ना किसानों की भी स्थिति सुधारी जा सकती है।

अतः एक सशक्त संपदाकीय अपने साथ अनेक चीजों को छूता है। जिसमें हमारी अभिव्यक्ति और अर्थव्यवस्था भी है, जहां अर्थव्यवस्था है वहां कॉर्पोरेट है। अखबारों में कॉर्पोरेट पूंजी ने संपादकीय नीति को भी एक पेशेवर नजरिया प्रदान किया है।

सुझाव

- ❖ अखबारों को राजनीति दलों एवं नेताओं के साथ अपने संबंधों को पारदर्शी बनाने की जरूरत है।
- ❖ संपादकीय नीति को दबाव से ऊपर उठकर प्रस्तुत करने की जरूरत है।
- ❖ अखबार उसमें भी खासकर संपादकीय में शब्दों का चयन ऐसा होना चाहिए जिसको आम पाठक भी समझ सकें।
- ❖ अन्य उद्योगों के साथ अखबारों की घनिष्ठता बढ़े लेकिन संबंधों में पारदर्शिता होनी चाहिए।
- ❖ संपादकीय नीति को जनहित में और लोककल्याण की ओर उन्मुख होने की जरूरत है।
- ❖ सकारात्मक संपादकीय समाज को बल प्रदान करता है एवं उनसे विमर्श के विषयों को समझने की उत्सुकता बढ़ती है।

परिशिष्ट

हिन्दुस्तान

हिन्दुस्तान पटना संस्करण के संपादक तीरविजय सिंह से संबंधित शोध विषय पर साक्षात्कार लिया। समय अभाव के कारण थोड़े समय में ज्यादा पाने की कोशिश की:-

प्रश्न संख्या 1. अभिव्यक्ति के नाम पर स्थापित मीडिया जनता की आवाज एवं स्वतंत्रता के लिए प्रतिबद्ध है ?

उत्तर:- हिन्दुस्तान अखबार की नीति अभिव्यक्ति की आजादी के लिए ही समर्पित है। समय-समय पर हम उनकी आवाज बनकर ही रोज पाठकों के बीच में जाते हैं।

प्रश्न संख्या 2. आज अखबार में संपादकीय नीति को किस तरह से देखते हैं ?

उत्तर:- हिन्दुस्तान की संपादकीय नीति बिल्कुल स्पष्ट है। जनता की आवाज बनकर सरकार की आलोचना करने में भी कोई हिचक नहीं है। हां कभी-कभी ज्यादा दबाव की वजह से कुछ चीजे छूट जाती हैं।

प्रश्न संख्या 3. आज अखबार में कॉर्पोरेट का कितना प्रभाव देखते हैं ?

उत्तर:- आजकल हर चीज में कॉर्पोरेट शब्द का प्रयोग होने लगा है। भारतवर्ष के बौद्धिक लोग हमें भी कॉर्पोरेट के नाम से जानने लगे। निवेश की प्रक्रिया ने हर क्षेत्र को प्रभावित किया उसमें अखबार भी शामिल है।

प्रश्न संख्या 4. क्या आपकी भी संपादकीय नीति को प्रभावित की जाती है ?

उत्तर:- हमें कोई प्रभावित नहीं करता है। हमारी संपादकीय नीति राष्ट्रव्यापी संस्करणों में एक समान होती है। हर संस्करण में एक ही चीज प्रकाशित होती है। प्रभाव का विश्लेषण पाठक ही करते हैं। हम उनकी कीमत पर समझौता नहीं कर सकते।

प्रश्न संख्या 5. क्या हिन्दुस्तान भी बाजार की प्रतियोगिता में टिकने के लिए लिक से हटकर कार्य कर रहा है ?

उत्तर:- हां, प्रतियोगिता का तो माहौल बन ही गया है। आर्थिक उदारीकरण एवं विदेशी पूँजी निवेश ने गला काट प्रतियोगिता को जन्म दिया। बदलते समय के अनुसार पाठको की रूचि के अनुसार हम कार्य करते हैं।

प्रश्न 6. भारत एक लोकतांत्रिक देश है, आपका राजनीति के साथ ज्यादा करीबी संबंध है और संपादकीय में राजनीति को ज्यादा तब्बजो दी गई है ?

उत्तर:- अगर ऐतिहासिक दृष्टिकोण से देखी जाए तो सर्वप्रथम अमेरिका में लोकतांत्रिक प्रक्रिया फली फूली और अखबारों में अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को जगह मिली। अखबार, पाठक और राजनीति भारतवर्ष के प्रहरी के रूप में कार्य करते हैं।

प्रश्न संख्या 7. क्या अदृश्य रहकर कॉर्पोरेट विषयों को प्रभावित करता है ?

उत्तर:- पर्दे में कुछ नहीं है। विषयों को आप कब तक प्रभावित करेंगे। पाठक इतना मुर्ख नहीं है। वह सबकुछ जानती है। हां, संवेदनशील मुद्दे पर विमर्श होती है उसके बाद संपादकीय में जगह मिलती है।

दैनिक जागरण

दैनिक जागरण पटना संस्करण के स्थानीय संपादक प्रमोद मुकेश से संबंधित शोध विषय पर संक्षिप्त समय मिल पाया फिर भी कुछ मौलिक चीजों को पाने की कोशिश की।

प्रश्न 1. आप अपने संपादकीय नीति के बारे में कुछ बतायें ?

उत्तर:- दैनिक जागरण बहुत पुरानी अखबार है। और मेरी संपादकीय नीति दो स्तरों पर है। एक राष्ट्रीय स्तर पर है तो दूसरी राज्यों के संस्करणों में संबंधित राज्य के घटनाक्रम से संपादकीय में जगह मिलती

है। जैसे पटना से प्रकाशित जागरण में बिहार से संबंधित खबर को राष्ट्रीय संपादकीय के नीचे जगह दी जाती है।

प्रश्न 2. अभिव्यक्ति के नाम स्थापित अखबार विदेशी पूँजी निवेश के पीछे क्यों भाग रहे हैं ?

उत्तर:- मैं आपको बता दूँ कि अखबारों की आपसी प्रतिद्वंद्विता में कॉर्पोरेट को जन्म दिया। आज अमूमन हर सेक्टर में प्रतियोगिता है। अखबार आज वस्तु हो गए हैं और उसके लिए चाहिए बाजार। और बाजार में टिकना बेहद जरूरी है। आज बाजार ही तय करता है कि अगले दिन मेरा अखबार आगे कैसे रहे।

प्रश्न 3. दैनिक जागरण पर पार्टी विशेष के समर्थन का भी आरोप लगता है ?

उत्तर:- आज पाठकों की नजरिया बदल चुकी है। मीडिया के बहुत से कोण बन गए हैं। आज हर व्यक्ति एक पत्रकार के रूप में नजर आता है। हमें आराम चैन कहां है सब को खुश रखना बहुत जिम्मेदारी की काम है। परन्तु आरोप को कैसे सत्यापित किया जाए कि पार्टी विशेष या वर्ग विशेष के लिए काम करते हैं।

प्रश्न 4. क्या यह मान लिया जाए कि अभिव्यक्ति के नाम पर स्थापित अखबार उत्पाद हो गए हैं ?

उत्तर:- नहीं, ऐसी बात नहीं है। उत्पाद ये नवउदारवादी समाज का कल्पना है। अखबार आज भी अपने मिशन के प्रति संकल्पित है। अभिव्यक्ति के नाम पर राजनीति ज्यादा हो रही है और मुद्दों को भटकाने की कोशिश मात्र है। अब अखबारों को ये लोग 'कॉर्पोरेट के नाम से अलंकृत कर रहे हैं तो मैं क्या करूँ।'

संदर्भ सूची

1. दीक्षित, डॉ हरवंश. (2007). *प्रेस विधि एवं अभिव्यक्ति स्वातंत्र्य. (प्रथम संस्करण)*. 21A, दरियागंज, नई दिल्ली-110002: वाणी प्रकाशन ।
2. मंडल, दिलीप. (2011). *मीडिया का अंडरवर्ल्ड. (प्रथम संस्करण)*. 7/31, अंसारी मार्ग, दरियागंज, नई दिल्ली-110002: राधाकृष्ण प्रकाशन प्रा0 लि0 ।
3. मंडल, दिलीप. (2011). *कॉरपोरेट मीडिया: दलाल स्ट्रीट. (प्रथम संस्करण)*. 1-B, नेताजी सुभाष मार्ग, नई दिल्ली-110002: राजकमल प्रकाशन प्रा0 लि0 ।
4. राजकिशोर. (2005). *पत्रकारिता के नये परिप्रेक्ष्य. (द्वितीय संस्करण)*. 21-A, दरियागंज, नई दिल्ली-110002: वाणी प्रकाशन ।
5. मालवीय, ओमप्रकाश. अनुवादक. सिंह, मुरलीमनोहर प्रसाद. (2006). *संचार माध्यम और पूँजीवादी समाज. (प्रथम संस्करण)*, बी-7, सरस्वती कम्पलेक्स, सुभाष चौक, लक्ष्मीनगर, दिल्ली-110092: श्याम बिहारी राय द्वारा ग्रंथशिल्पी (इंडिया) प्रा0 लि0 ।
6. जोगलेकर, काशीनाथ गोविंद. (2000). *पत्र, पत्रकार और सरकार. (द्वितीय संस्करण)*. चौक वाराणसी-221001: विश्वविद्यालय प्रकाशन ।
7. चतुर्वेदी, जगदीश्वर. सिंह, सुधा. अनुवाद. मेल्लार्ड, अर्माड. बोर्दियो, पीयरे. मैकलुहान, मार्शल. जीजेक, स्लावेज. (2008). *भूमंडलीकरण और ग्लोबल मीडिया. (प्रथम संस्करण)*. 4697/3, 21A, अंसारी रोड, दरियागंज, नई दिल्ली-110002: अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स प्रा0 लि0 ।
8. गोठी, ऋतु. (2004). *मीडिया शोध. (प्रथम संस्करण)*. 4264/3, अंसारी रोड, दरियागंज, नई दिल्ली-110002: लक्ष्य पब्लिकेशन्स ।
9. <http://www.caravanmagazine.in/vantage/how-dainik-jagran-employees-have-taken-their-management-over-majithia>
10. <http://scrll.in/article/710336/Hindustan-Times-staffer-named-in-Essar-case-accuse-senior-editors-of-blurring-ethical-lines-too>
11. Short URL: <http://www.himalayauk.org/?p=1623>