

समाचार-पत्रों में प्रकाशित अवैध विज्ञापन

सारांश

आज प्रेस अभिव्यक्ति के माध्यम एवं व्यापारिक तथा कारोबारी निकाय के रूप में कार्य कर रहे हैं। भारतीय संविधान में वाक् एवं अभिव्यक्ति, व्यापार तथा कारोबार की जो स्वतंत्रता प्राप्त की है, वह समाचार-पत्रों के परिचालन का मार्ग प्रशस्त करती है। इस स्वतंत्रता को कतिपय आधारों पर निर्बंधित करने की शक्ति स्वयं संविधान द्वारा राज्य को प्रदान की गई है। इनका प्रयोग करके राज्य ने कतिपय अधिनियम को पारित किया है। उनके द्वारा समाचार पत्रों के विज्ञापन की स्वतंत्रता को विनियमित करने का प्रयास किया है। विज्ञापन समाचार-पत्रों की आय के साधन तो है परंतु उन्हें आय प्राप्त करने के उद्देश्य से ऐसे विज्ञापनों को प्रकाशित नहीं करना चाहिए, जो अधिनियम के अधीन वर्जित हैं। समाचार-पत्रों द्वारा आज भी ऐसे अनेक विज्ञापनों को प्रकाशित किया जा रहा है जिनके द्वारा अश्लीलता और अभद्रता को बढ़ावा दिया जा रहा है, ऐसे समस्त विज्ञापन अवैध हैं। इस संदर्भ में भारतीय प्रेस परिषद ने भी ऐसे विज्ञापनों के प्रकाशन में समाचार-पत्रों के संपादकों से अवरोध की संकल्पना की है।

मुख्य शब्द : वाक् एवं अभिव्यक्ति, व्यापार, कारोबार, विनियमित, अधिनियम, अश्लीलता, अभद्रता, अवैध, संकल्पना

प्रस्तावना

आज प्रेस दो क्षेत्रों में अपनी भूमिका का निर्वाह कर रहे हैं। एक तरफ तो वे अभिव्यक्ति के माध्यम और सूचना तथा भावनाओं के संचार के माध्यम बनकर कार्य कर रहे हैं, वहीं दूसरी तरफ एक औद्योगिक और कारोबारी निकाय के रूप में भी कार्य कर रहे हैं। मुद्रण प्रेसों की खोज और लोकतंत्र उदय के पूर्व किसी ने यह सोचा भी न था कि समाचार संप्रेषण के माध्यम से लाभ भी कमाया जा सकता है। मुद्रण प्रेस के प्रचलन से अनेक प्रतियों में पुस्तकों, परिपत्रों, सामयिकों एवं पत्रिकाओं का उत्पादन और प्रकाशन भी संभव हो सका है। समाचार-पत्रों का मुद्रण और प्रकाशन इस तरह जीविका का न केवल एक साधन बन गया, बल्कि किसी मुद्रण प्रेस अथवा समाचार-पत्र के स्वत्वाधिकारी के लिए वह व्यापारिक विनिवेश जैसा भी बन गया है। इसी के साथ-साथ पत्रकारिता भी उन लाखों व्यक्तियों की एक व्यवसाय बन गई, जो समाचार-पत्रों को एकत्र करने, लेखों के अभिदाय और विज्ञापनों को प्राप्त करने जैसे अनेकानेक कार्यों में लगे रहते हैं।

विज्ञापन के संदर्भ में एकेश्वर प्रसाद हटवाल के अनुसार-विज्ञापन के मायावी संसार से आज हमारा सामना है। आज के विज्ञापनमय संसार से बचकर कोई भाग नहीं सकता, लेकिन आंखों में चौधियाता यह मायावी संसार वास्तव में एक जीवन सत्य है। इसकी आलोचना अपनी जगह होगी, दर्जनों लांछनायें अपनी जगह होगी, इसके बावजूद भी इस विज्ञापन संसार का अस्तित्व अपरिहार्य समझा जाता है। कोई प्रचार माध्यम हो, विज्ञापन सब जगह देखे जा सकते हैं। इस प्रकार विज्ञापन आधुनिक मानव का एक सशक्त हथियार है। कुछ लोग इसे अच्छा यानी सकारात्मक और कुछ लोग नकारात्मक प्रभाव छोड़ने वाला मानते हैं। विज्ञापनों के दुरुपयोग के पीछे भी कुछ पक्षपात और अन्यायपूर्ण स्वार्थ होते हैं, जो विज्ञापनों को विकृति का शिकार बनाते हैं। उनमें से एक स्वार्थ है अंधाधुन्ध और विवेकहीन तरीके से मुनाफा कमाने की प्रवृत्ति। विज्ञापनों का इस्तेमाल सार्वजनिक हित में हो इसके लिए जरूरी है कि विज्ञापन तंत्र के ढांचे का स्वदेशीकरण किया जाए और इस संबंध में भरसक पश्चिम के अंधानुकरण से बचा जाए। इतना ही नहीं मानव कल्याण की भावना से प्रेरित होकर हमें यह भी शिक्षा ग्रहण करनी चाहिए कि अंततः विज्ञापन कला समेत सभी ललित कलाओं को शांति स्थापना का माध्यम बनाया जाए।



विजयेन्दु चतुर्वेदी

असिस्टेंट प्रोफेसर,
जनसंचार एवं पत्रकारिता
विभाग,
डॉ० राममनोहर लोहिया अवध
विश्वविद्यालय,
अयोध्या, उ०प्र०, भारत

ब्रिटेन के विश्वकोश के अनुसार—विज्ञापन वांछित भुगतान प्रदत्त वह घोषणा है, जो किसी वस्तु या सेवा की बिक्री, प्रोत्साहन, किसी विचार के विकास अथवा कोई अन्य प्रभाव उत्पन्न करने के उद्देश्य की गई हो। डॉ० रमेश चन्द्र त्रिपाठी के अनुसार— विज्ञापन का तात्पर्य विभिन्न संदर्भों से अलग-अलग व्यक्त किया जाता है। इस संबंध में लोगों के अलग-अलग विचार भी हैं। कुछ इसे मात्र प्रचार का एक साधन मानते हैं, तो कुछ एक प्रकार का विनियोजन जिससे वस्तुओं और सेवाओं के विक्रय का विकास होता है। इस तरह विज्ञापन शब्द के अंतर्गत ऐसा किसी भी प्रकार का वह कार्य सम्मिलित है, जिसमें विक्रय योग्य वस्तुओं अथवा सेवाओं के विक्रय का विकास होता है।

समाचार-पत्रों द्वारा पब्लिसिटी कराने और प्रेस के साथ संपर्क रखने का एक बड़ा माध्यम विज्ञापन भी होता है। विज्ञापन समाचार-पत्रों की आय का सबसे बड़ा साधन है, इसलिए समाचार-पत्र विज्ञापन दाताओं के दबाव को कुछ सीमा तक स्वीकार करते हैं और यथासंभव उनके हितों के विरुद्ध कुछ भी नहीं लिखते। राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय क्षेत्र में वाणिज्य और व्यापार के विकास की वृद्धि के साथ-साथ समाचार-पत्रों में विज्ञापनों का प्रकाशन भी एक कारोबार बन गया और समाचार-पत्र की आय का मुख्य साधन बन गया और उसके परिणामस्वरूप समाचार पत्रों का भी प्रसार होने लगा और कभी-कभी तो समाचार-पत्रों की बिक्री से अधिक विज्ञापनों से ही समाचार-पत्र के अधिस्वामी को व्यापक लाभ प्राप्त होने लगा है।

समाचार-पत्रों के वाणिज्य पक्ष के विस्तार के परिणामस्वरूप 'पीत पत्रकारिता', 'प्रेस द्वारा विचारण', 'संवेदनात्मक' जैसी युक्तियों का प्रयोग करके सत्य को दबाया जा रहा है। इन सबके परिणामस्वरूप लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रूप में प्रेस के शत्रु के रूप में शासकीय विनियमों को जारी किया जा रहा है और समाचार-पत्रों के वाणिज्यिक पक्ष को विनियमित करने के लिए नई विधियों का निर्माण किया जा रहा है ताकि नूतन प्रकार के उन दुरुपयोगों को निर्बंधित किया जा सके, जो आज के समाचार-पत्रों द्वारा किए जा रहे हैं। भारत में किसी व्यापार पर निर्बंधनों को अधिरोपित करने की राज्य की शक्ति को हम संविधान के अनुच्छेद 19(6) में प्राप्त कर सकते हैं, जो राज्य को साधारण जनता के हितों में अनुच्छेद 19(1)(6) में प्रत्याभूत किसी वृत्ति, आजीविका, व्यापार अथवा कारोबार को करने के अधिकार के प्रयोग पर युक्तियुक्त निर्बंधन को आरोपित करने के लिए राज्य को प्राधिकृत करता है और राज्य की इस शक्ति का प्रयोग न्यायिक पुनर्विलोकन के अधीन है। इस तरह इस बात को स्वीकार करना पड़ेगा कि कोई व्यापार अथवा कारोबार केवल इसलिए किसी विनियमन से उन्मुक्त नहीं है, क्योंकि वह प्रेस का एक अभिकरण है। इस तरह किसी समाचार-पत्र के प्रकाशन को अन्य लोगों के अधिकारों और उनकी स्वतंत्रताओं के अतिक्रमण का कोई विशेष अधिकार नहीं है। परंतु भारत में प्रेस पर अधिरोपित निर्बंधन केवल तब संवैधानिक हो सकते हैं, जब वे अनुच्छेद 19(6) के अर्थ बोध में युक्तियुक्त निर्बंधनों की

सीमाओं के अधीन हो। इस तरह, राज्य जहां ऐसे विज्ञापनों के प्रकाशन को प्रतिषिद्ध और दण्डनीय बना सकता है, जो कि अश्लील है, अथवा लोक स्वास्थ्य अथवा सदाचार के लिए हानिकारक है। वही ऐसी विधि भी संवैधानिक होगी, यदि वह साधारण जनता के हितों से संबंधित नहीं है, अथवा अयुक्तियुक्त रूप से संदिग्ध अथवा अस्पष्ट है।

इस तरह प्रकट है कि विज्ञापन अभिव्यक्ति का एक माध्यम है और इसका प्रत्यक्ष संबंध प्रेस की स्वतंत्रता से है। उच्चतम न्यायालय द्वारा यह अभिनिर्धारित किया है कि यदि समाचार-पत्रों अथवा पत्रिकाओं में विज्ञापन के स्थान पर निर्बंधन लगाया जाता है तो इससे प्रेस की आमदनी पर प्रभाव पड़ता है। परंतु विज्ञापन यदि वृत्ति और व्यापार के तत्व से परिपूर्ण है तो उस पर अधिरोपित निर्बंधन अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर अधिरोपित निर्बंधन नहीं माना जाएगा। समाचार-पत्र न केवल अभिव्यक्ति का एक माध्यम है, बल्कि वे एक व्यापार अथवा कारोबार भी हैं, जहां तक उनके द्वारा मौद्रिक प्रतिफल के लिए विभिन्न कोटि के विज्ञापनदाताओं के विज्ञापनों को प्रकाशित किया जाता है। यह स्थिति किसी समाचार-पत्र अथवा अन्य पत्रिकाओं के मुद्रक और प्रकाशक को वहां विधिक नियंत्रण के अधीन ला देता है, जहां वह विषयवस्तु, जिसे विज्ञापित किया गया है, अवैध है और उसका प्रकाशन सुसंगत कानून के अधीन न केवल विज्ञापनदाता को, बल्कि प्रकाशक को भी उत्तरदायी बनाता है।

इस संबंध में औषधि और चमत्कारी उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम, 1954 की धारा-2(क) के अनुसार विज्ञापन के अंतर्गत कोई सूचना, परिपत्र, लेबल लपेटन या अन्य दस्तावेज और मौखिक रूप से या प्रकाश ध्वनि उत्पन्न करना या पारेषित करके की गई कोई घोषणा भी है। इस तरह कोई विज्ञापन ऐसा कोई दस्तावेज है, जो जनता को किसी उत्पाद, उपलब्धता अथवा उसी तरह की किसी बात का घोषणा करती है। क्योंकि कोई विज्ञापन भी उस तरह का कोई प्रकाशन है, जैसा कि कोई संपादकीय लेख अथवा कोई समाचार कहानी, अतः किसी समाचार-पत्र अथवा मुद्रक ऐसे किसी विज्ञापन के लिए उत्तरदायी ठहराया जा सकता है, जो कि इसलिए अवैध है, क्योंकि या तो वह अश्लील है, अथवा मानहानिकारक है, अथवा वह ऐसी किसी वस्तु से संबंधित है, जो लोक स्वास्थ्य के लिए हानिकारक है। चाहे भले ही उस विज्ञापन को किसी तीसरे पक्षकार द्वारा भेजा गया हो और प्रेस उसकी रचना के लिए किसी भी तरह उत्तरदायी न हो।

औषधि एवं चमत्कारी उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम 1954 का उद्देश्य लोगों को तथाकथित चमत्कारी दवाओं और उपचारों जैसे मंत्र तंत्र, कवच और जादू टोने के प्रयोग के संभावित दुष्प्रभावों से बचाना है। इसमें कुछ प्रकार के विज्ञापनों को नियंत्रित करने का कुछ प्रयोजनों की कथित औषधियों के विज्ञापनों पर रोक लगाने के उपबंध किए गए हैं। उच्चतम न्यायालय ने ऐसे विज्ञापनों पर प्रतिबंध लगाना वैध ठहराया है और यह मत व्यक्त किया है कि व्यापारिक लाभ की वस्तुओं के विज्ञापन को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता

के आधार पर नियंत्रणों से मुक्त नहीं रखा जा सकता है। 'चमत्कारी उपचार' ऐसे तिलिस्मों, मंत्र, कवच, किसी प्रकार के अन्य जादू टोने आते हैं, जिनके बारे में यह दावा किया जाये कि उनमें मनुष्यों या पशुओं के रोगों के निदान, रोगों से मुक्ति, रोगों की कमी या रोगों के इलाज या उन्हें रोकने की या मनुष्यों और पशुओं के शरीर की संरचना या किसी अंग की क्रियाओं को प्रभावित करने की अद्भुत शक्तियाँ हैं।

इस अधिनियम की धारा-3 के अंतर्गत किसी ऐसे विज्ञापन के प्रकाशन में लगा होना अपराध है, जिससे यह धारणा बनती हो या यह प्रकल्पित हो कि इस औषधि को-1. स्त्रियों का गर्भपात कराने या गर्भधारण रोकने, 2. यौन आनंद के लिए व्यक्तियों की छमता बनाए रखने या बढ़ाने, 3. स्त्रियों के ऋतुस्राव के विकारों को ठीक करने के लिए प्रयोग में लाई जा सकती है। विधेयक के अनुसूची में दिए गए किसी रोग, विकार या दशा के निदान, रोग मुक्ति, उसमें कमी करने या उसकी चिकित्सा या निवारण करने के लिए भी किसी औषधि का प्रयोग इंगित करने वाले विज्ञापन के प्रकाशन में भाग लेना अपराध है। अनुसूची में कैंसर, मधुमेह, अंधापन, स्त्री रोग, हृदय रोग, लकवा, प्लेग, चेचक आदि 54 प्रकार के रोग, विकार या दशाओं को शामिल किया गया है।

लेकिन, ऐसे किसी रोग, विकार या दशा के बारे में ही नियम बनाये जा सकते हैं, जिसके लिए पंजीकृत चिकित्सक से परामर्श करना अपेक्षित है या जिसके लिए आम तौर से कोई मान्य इलाज नहीं है। साथ ही औषधि और प्रसाधन सामग्री अधिनियम, 1940 के अधीन गठित औषधि सलाहकार बोर्ड से या यदि सरकार उचित समझे तो यूनानी या आयुर्वेदिक चिकित्सा-पद्धतियों के विशेषज्ञों अथवा अनुभव प्राप्त व्यक्तियों से परामर्श के बाद ही ये नियम बनाये जा सकते हैं। धारा-4 के अंतर्गत उस विज्ञापन के प्रकाशन में भाग लेना अपराध है: 1. जिससे विज्ञापित औषधि के संबंध में कोई सही धारणा सीधे या अप्रत्यक्ष रूप से बनती हो, 2. उस औषधि के लिए कोई झूठा दावा किया गया है, या 3. जो महत्वपूर्ण बातों में झूठा या भ्रमक हो।

चमत्कारी उपचार करने का धंधा करने वालों या जिनका ऐसा धंधा करना तात्पर्यित है, उनके द्वारा ऐसे विज्ञापनों के प्रकाशन में भाग लेना धारा-5 में अपराध है, जिनको धारा-3 में कहे गए रोगों, विकारों या दशाओं के चमत्कारी उपचार का सीधा या अप्रत्यक्ष दावा किया गया हो। धारा-6 के तहत ऐसे दस्तावेजों का आयात निर्यात भी अपराध है जिनमें उपर्युक्त तीनों धाराओं में निर्दिष्ट प्रकार का कोई विज्ञापन हो। इस कानून या इसके अधीन बनाए गए नियमों का उल्लंघन करने वाले को प्रथम दोष सिद्धि पर 6 माह तक के कारावास या जुर्माने या दोनों से दंड दिया जा सकता है। पुनः इस कानून के उपबंधों का उल्लंघन करने वाले विज्ञापनों को कब्जे में लिया जा सकता है। तलाशी और जब्ती के बारे में यथाशक्य वहीं उपबंध लागू होते हैं, जैसे दण्ड प्रक्रिया की धारा-98 में निहित है।

इस अधिनियम के अधीन दंडनीय हर अपराध संज्ञेय है अर्थात् पुलिस किसी शिकायत के बगैर अपनी

ओर से कार्यवाही कर सकती है। लेकिन, मामले की सुनवाई प्रेसीडेंसी मजिस्ट्रेट या प्रथम श्रेणी मजिस्ट्रेट से नीचे की किसी अदालत में नहीं हो सकती है। पंजीकृत चिकित्सकों द्वारा धारा-3, अनुसूची या इस अधिनियम के अधीन बनाये गये नियमों में उल्लिखित किसी रोग, विकार या दशा के उपचार के लिए अपने परिसरों में प्रदर्शित किसी सूचना-पट्ट या सूचना पर इस अधिनियम की कोई बात लागू नहीं होगी। इसके अलावा धारा-3 में उल्लिखित किसी विषय पर वैज्ञानिक अथवा सामाजिक दृष्टिकोण से सदभावनापूर्वक लिखी गई किसी कृति या पुस्तक या किसी औषधि के संबंध में किसी पंजीकृत चिकित्सक को गुप्त रूप से भेजे गए विज्ञापन, किसी औषधि के संबंध में सरकार द्वारा मुद्रित या प्रकाशित विज्ञापनों या किसी और औषधि के संबंध में औषधि और चमत्कारी उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) संशोधन अधिनियम, 1963 के लागू होने से पहले सरकार द्वारा दी गई पूर्व मंजूरी से मुद्रित या प्रकाशित विज्ञापनों पर भी इस विधेयक की कोई बात लागू नहीं होगी। धारा-15 में केन्द्रीय सरकार को अधिकार दिया गया है कि वह लोकहित में अपेक्षित समझे तो किसी औषधि सम्बन्धी विज्ञापनों के किसी वर्ग को इस अधिनियम के उपबंध लागू करने से छूट दे सकती है।

भारत में गर्भपात के विज्ञापन के संबंध में कोई विज्ञापनदाता इस बात का दावा नहीं कर सकता है कि किसी प्राइवेट स्थान पर किया जाने वाला गर्भपात विधिपूर्ण होगा। इस तरह यदि किसी प्राइवेट विज्ञापनदाता द्वारा गर्भपात को विज्ञापित किया जाता है तो वह या तो भारतीय दण्ड संहिता की धाराओं के अन्तर्गत अपराध होगा। अपहानिकर प्रकाशनों के विज्ञापन से संबंधित सुसंगत कानून का नाम है अल्पवय व्यक्ति (अपहानिकर प्रकाशन) अधिनियम, 1956। इस अधिनियम की धारा-3(1)(ख) ऐसे किसी अपहानिकर प्रकाशन के मुद्रण को संज्ञेय अपराध बनाती है, जिसका तात्पर्य ऐसा कोई प्रकाशन है, जिसमें अपराधों का किया जाना, हिंसात्मक कार्य अथवा क्रूरता अथवा किसी अपकर्षक अथवा भयानक प्रकृति के कार्यों को इस तरह चित्रित करना सम्मिलित है कि उससे कोई अल्पवय व्यक्ति भ्रष्ट हो सकता है। भारतीय दंड संहिता 1860 की धारा-292(2)(घ) किसी व्यक्ति के ऐसे किसी कार्य को अपराध की संज्ञा प्रदान करती है जो यह विज्ञापित करता है या किन्हीं साधनों द्वारा चाहे वह कुछ भी हो यह ज्ञात कराता है कि कोई व्यक्ति किसी ऐसे कार्य में, जो इस धारा के अधीन अपराध है, लगा हुआ है या लगाने के लिए तैयार है, या यह कि कोई अश्लील वस्तु किसी व्यक्ति से या किसी व्यक्ति के द्वारा प्राप्त की जा सकती है। भारतीय दंड संहिता की धारा 294-(क) के अंतर्गत ऐसे किसी व्यक्ति को दण्डनीय बनाया गया है, जो किसी लॉटरी में जो न तो राज्य लॉटरी है और न ही तत्संबन्धी राज्य सरकार द्वारा प्राधिकृत लाटरी है, किसी टिकट, लाट, संख्यांक या आकृति को निकालने से या लागू होने वाली किसी घटना या स्थिति पर किसी व्यक्ति के फायदे के लिए, किसी राशि को देने की, या किसी राशि को देने की, किसी बात प्रकाशित करता है इस तरह उक्त धारा 294-(क) के

अधीन न केवल विज्ञापनदाता दंडनीय है, बल्कि किसी समाचार पत्र अथवा उस प्रयोजन के लिए किसी सर्कुलर का मुद्रक और प्रकाशन भी दंडनीय है।

ऐसे किसी पुरस्कार प्रतियोगिता इनामी चिट अथवा धन परिचालन स्कीम के विज्ञापन का मुद्रण, प्रकाशन अथवा वितरण जो कि जुआ की प्रकृति का नहीं है और जिसमें कोई स्कीम अंतरवलिप्त नहीं है, पुरस्कार प्रतियोगिता अधिनियम, 1955 और इनामी चिट और धन परिचालन स्कीम (पाबन्दी) अधिनियम 1978 के अधीन दंडनीय है। भारतीय दंड संहिता, 1860 की धारा 415 में परिभाषित छल का अपराध किया जा सकता है, यदि कोई व्यक्ति या व्यक्तियों को ही समूह किसी झूठी स्कीम से संबंधित मिथ्या विज्ञापनों को प्रकाशित करता है और बेईमानीपूर्वक जनता को अपने यहां निक्षेप करने के लिए प्रेरित करता है। तथापि, यदि किसी कपटपूर्ण दुर्व्यदेशन अथवा बेईमानपूर्ण निग्रहण अथवा उत्प्रेरण का अभाव है, तो किसी व्यक्ति को केवल इसलिए उत्तरदायी नहीं होना होगा, क्योंकि उसके द्वारा प्रकाशित स्कीम एक परिकल्पना थी।

भारतीय प्रेस परिषद का अश्लील विज्ञापनों के प्रकाशन संबंध में बहुत बड़ी संख्या शिकायतें प्राप्त हो हुई है उसने इस विषय पर विचार विमर्श किया और यह अभिव्यक्त किया कि इस तरह के विज्ञापनों के प्रकाशन पर आंतरिक रूप से स्वयं प्रिंट मीडिया को ही पूर्व अवरोध लगाने की आवश्यकता है। अतः परिषद द्वारा समाचार-पत्रों के संपादकों और अधिस्वामियों के साथ ऐसे प्रकाशनों पर स्व-अवरोध के विषय में विचार विमर्श करें और अश्लील तथा अभद्र विज्ञापनों के प्रकाशनों को रोकने के लिए कतिपय उपायों एवं दिशा निर्देशों का उद्विकास करें।

अध्ययन का उद्देश्य

प्रस्तुत शोध पत्र में भारतीय संविधान द्वारा वाक् और अभिव्यक्ति की जो स्वतंत्रता प्राप्त है। वह समाचार पत्रों के सुचारु रूप से संचालन का मार्ग प्रशस्त करती है। परंतु यह स्वतंत्रता कतिपय आधारों पर निर्बंधित करने की शक्ति स्वयं संविधान द्वारा राज्य को प्रदान की गई है। इस शक्ति का प्रयोग करके राज्य ने समाचार पत्रों के विज्ञापन की स्वतंत्रता को विनियमित करने का प्रयास किया है। विज्ञापन समाचार पत्रों की आय के साधन है परंतु उन्हें आय प्राप्त करने के उद्देश्य से ऐसे विज्ञापनों को प्रकाशित नहीं करना चाहिए, जो अधिनियम में वर्जित किए गए हैं। समाचार-पत्रों द्वारा आज भी ऐसे अनेक विज्ञापनों को प्रकाशित किया जा रहा है जिनके द्वारा अश्लीलता और अभद्रता को बढ़ावा दिया जा रहा है। इस तरह के विज्ञापनों के प्रकाशन में समाचार पत्रों के संपादकों में अवरोध की संकल्पना को प्रयुक्त करना चाहिए।

निष्कर्ष

भारतीय संविधान द्वारा वाक् और अभिव्यक्ति तथा वृत्ति, आजीविका, व्यापार अथवा कारोबार की जो स्वतंत्रता

प्राप्त की है। वह समाचार पत्रों के सुचारु संचालन का मार्ग प्रशस्त करती है परंतु यह स्वतंत्रता अपरिमित और विशुद्ध प्रकृति की नहीं है और कतिपय आधारों पर उसे निर्बंधित करने की शक्ति स्वयं संविधान द्वारा राज्य को प्रदान की गई है। इस शक्ति का प्रयोग करके राज्य ने कतिपय अधिनियम को पारित किया है और उनके द्वारा उसने समाचार पत्रों के विज्ञापन की स्वतंत्रता को विनियमित करने का प्रयास किया है। विज्ञापन समाचार पत्रों की आय के साधन है परंतु उन्हें आय प्राप्त करने के उद्देश्य से ऐसे विज्ञापनों को प्रकाशित नहीं करना चाहिए, जो अधिनियम के अधीन वर्जित किए गए हैं और जो अवैध हैं। समाचार-पत्रों द्वारा आज भी ऐसे अनेक विज्ञापनों को प्रकाशित किया जा रहा है जिनके द्वारा अश्लीलता और अभद्रता को बढ़ावा दिया जा रहा है तथा लोगों को अपनी विभिन्न प्रकार की बीमारियों की स्व-चिकित्सा हेतु प्रेरित किया जा रहा है। ऐसे समस्त विज्ञापन अवैध है और तदनुसार के अनुपालन हैं जैसा कि भारतीय प्रेस परिषद ने भी राय व्यक्त की है कि इस तरह के विज्ञापनों के प्रकाशन में समाचार पत्रों के संपादकों में अवरोध की संकल्पना को प्रयुक्त करना चाहिए।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. एकेश्वर प्रसाद हटवाल: विज्ञापन कला (1989) भूमिका
2. डॉ० रमेश चन्द त्रिपाठी, पत्रकारिता का सिद्धांत (1997) पृष्ठ 399
3. राजेन्द्र, लोक सम्पर्क चतुर्थ संस्करण (1995) पृष्ठ 300
4. दुर्गादास बसु, लॉ ऑफ द प्रेस (1996) पृष्ठ 120-121
5. एक्सप्रेस न्यूज पेपर्स बनाम भारत संघ, ए0आई0आर0 (1958)
6. एसोसिएटेड प्रेस बनाम यू0एस0 (1945) पृष्ठ 326 यू0एस0
7. हमदर्द दवाखाना बनाम भारत संघ, ए0आई0आर0 (1960) ए0सी0 554
8. बेनेट कोलमैन एण्ड कम्पनी बनाम भारत संघ, ए0आई0आर0 (1973) ए0सी0 106
9. डॉ० मुरलीधर चतुर्वेदी, भारत का संविधान (2002), पृष्ठ 146
10. टाटा प्रेस लिमिटेड बनाम महानगर टेलीफोन निगम लिमिटेड (1995)
11. डॉ० नन्द किशोर त्रिखा: प्रेस विधि (1998) पृष्ठ 177-179, जफर बनाम पश्चिम बंगाल राज्य (1973) एस0सी0डब्लू0आर0 351
12. भारतीय दण्ड संहिता (1860) की धारायें 312 से 315
13. दुर्गादास बसु, लॉ ऑफ द प्रेस (1996) पृष्ठ 147
14. पंजाब सप्रेसन ऑफ इन डिसेन्ट एडवरटाइजमेंट एक्ट, 1941
15. बाम्बे लाटरीज एण्ड प्राइज कंपटीसंस एक्ट (1958) की धारा-33