



राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

PGDCWH-07

समाचार-संकलन

लेखन एवं सम्पादन

खण्ड

1

समाचार-संकलन

इकाई 1

समाचार : अर्थ, तत्त्व एवं स्रोत

1-22

इकाई 2

रिपोर्टिंग : व्याख्यात्मक, अन्वेषणात्मक एवं अपराध

23-37

इकाई 3

संवाददाता सम्मेलन और साक्षात्कार

38-57

इकाई 4

इलेक्ट्रानिक मीडिया रिपोर्टिंग

58-70

इकाई 5

सम्पादक और संवाददाता

71-90

परामर्श-समिति

प्रो० देवेन्द्र प्रताप सिंह	कुलपति-अध्यक्ष
डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल	वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक
डॉ० आर०के० बसलस	कुलसचिव - सचिव

विशेषज्ञ समिति

1. प्रो० जे० एस० यादव, पूर्व निदेशक, भारतीय जनसंचार संस्थान, नयी दिल्ली
2. प्रो० सूर्यप्रसाद दीक्षित, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ वि०वि०, लखनऊ
3. प्रो० रामदेव शुक्ल, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं पत्रकारिता विभाग, गोरखपुर वि०वि०, गोरखपुर
4. प्रो० श्यामसुन्दर शुक्ल, - अवकाशप्राप्त प्रोफेसर, भाषा विशेषज्ञ हिन्दी विभाग, काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, 33/71 रोहित नगर, नरिया, वाराणसी
5. डॉ० रमेश चन्द्र त्रिपाठी, अध्यक्ष पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ
6. श्री सुरेश प्रताप, वरिष्ठ उपसम्पादक, दैनिक जागरण, वाराणसी

सम्पादक

डॉ० अर्जुन तिवारी, पूर्व पत्रकारिता विभागाध्यक्ष, म. गाँ. काशी विद्यापीठ, वाराणसी

लेखक मंडल

1. प्रो० राम मोहन पाठक, निदेशक, म.मो.मा. हिन्दी पत्रकारिता संस्थान, म.गाँ.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
2. डॉ० अरुण शर्मा, प्राध्यापक, पत्रकारिता विभाग, म.गाँ. काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
3. डॉ० धीरेन्द्र नाथ सिंह, अवकाश प्राप्त सम्पादक, 'आज', वाराणसी।
4. डॉ० सुमन दुबे, उप सम्पादक - 'आज', वाराणसी।
5. डॉ० जयंत शुक्ल, शोध सहायक, डी.एस. रिसर्च सेन्टर, वाराणसी।
6. श्री राघवेन्द्र मिश्र, पत्रकारिता विभाग, म.गाँ.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।

परामर्श-समिति

प्रो० केदार नाथ सिंह यादव	कुलपति-अध्यक्ष
डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल	वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक
डॉ० रत्नाकर शुक्ल	कुलसचिव - सचिव

© उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

सर्वाधिकार सुरक्षित। इस पाठ्य सामग्री का कोई भी अंश उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना मिमियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, इलाहाबाद की ओर से प्रो. ए. के. गुप्ता
कुलसचिव द्वारा मुद्रित एवं प्रकाशित, 2019

मुद्रक : चन्द्रकला यूनिवर्सल प्र. लि. 42/7 जवाहर साल नेहरू रोड इलाहाबाद, 211002

कोर्स परिचय

प्रस्तुत पाठ्य विषय में पाँच खण्ड हैं। प्रत्येक खण्ड में विभिन्न इकाइयाँ हैं। इकाई का प्रारूप निम्नवत् है -

इकाई की रूपरेखा

- X.0 प्रस्तावना
- X.1 उद्देश्य
- X.2 उपवर्ग 1 (मुख्य भाग)
 - X.2.1
 - X.2.2
 - X.2.3
 - X.2.4
- X.3 उपवर्ग 2 (मुख्य भाग)
 - X.3.1
 - X.3.2
 - X.3.3
- X.4 सारांश

उद्देश्य में निम्नलिखित दो बातें सत्रिहित हैं -

- इकाई में प्रस्तुत सामग्री
- इकाई के अध्ययनोपरांत आपकी जानकारी का अनुमान

विषय वस्तु को सहज रूप में सुग्राह्य बनाने के निमित्त इकाई को अनेक वर्ग-उपवर्ग में बाँटा गया है। आवश्यकतानुसार उन्हें बड़े, मझले और छोटे आकार में मुद्रित किया गया है। पूरे पाठ्यक्रम की प्रत्येक इकाई में यही पद्धति अपनायी गयी है। इकाई के अन्त में सारांश प्रस्तुत है ताकि प्रमुख तथ्य आपको स्मरण रहें। लघु उत्तरीय, दीर्घ उत्तरीय प्रश्नों के द्वारा पाठ्य सामग्री की अवधारणा में आपको सहायता मिलेगी। वस्तुनिष्ठ प्रश्नों एवं उनके उत्तरों को जान लेने के बाद आप विषयवस्तु की गहराई में प्रविष्ट होंगे।

पाठ्यक्रम की प्रस्तावना

पत्रकारिता का प्राण तत्व समाचार है। समाचार-संकलन लेखन एवं सम्पादन से संदर्भित निम्नलिखित खण्ड इस पाठ्यक्रम में हैं -

1. समाचार संकलन
2. विशेषीकृत रिपोर्टिंग
3. जनमाध्यमों के लिए लेखन
4. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया रिपोर्टिंग
5. सम्पादन

समाचार शीघ्रता में प्रस्तुत साहित्य हैं। समाचार पाने, सुनने तथा सुनाने की भूख सभी बुद्धिजीवियों में होती है। पत्रकार समाचार सूँघता है, खोदता है, गढ़ता है, एवं संस्कारित करता है। व्याख्यात्मक, अन्वेषणात्मक, अपराध से सम्बन्धित समाचारों का अपना

महत्त्व होता है। इन्हीं के कारण पत्र की विशिष्टता झलकती है। समाचार प्राप्त करने का प्रमुख स्रोत संवाददाता सम्मेलन तथा साक्षात्कार है। कुशल संवाददाता अपनी पैनी दृष्टि से समाचार के अथाह सागर में गोता लगाता है, तथा अनुपमेय समाचार मोती प्राप्त कर लेता है। सम्पादक तो समाचार जगत का नियन्ता होता है जिसकी सूझ बूझ से पत्र प्राणवान बन जाता है।

खण्ड 1

समाचार संकलन

News is a history in a hurry

G.H. Morris



Creativity, Fluency, flexibility, originality, grasping, visualizing and elaborating abilities are the seven tenets of a good reporter.

- Sunita Aron



The first test of a good reportr is the collection of facts and impressions. He must be eager and curious about everything under the sun and beyond it. Next, he must have industry and lastly, he must possess the ability to distinguish the true from the false, to differentiate the full from the common place.

- Carr V. Van Anda



Newspapers are the schoolmasters of the common people.

Herry Ward Bacher



खण्ड परिचय

समाचार-संकलन खण्ड में निम्नस्थ इकाइयाँ हैं -

1. समाचार : अर्थ, तत्त्व एवं स्रोत
2. रिपोर्टिंग : व्याख्यात्मक, अन्वेषणात्मक एवं अपराध
3. संवाददाता सम्मेलन और साक्षात्कार
4. इलेक्ट्रानिक मीडिया में रिपोर्टिंग
5. सम्पादक और संवाददाता

जनसंचार का प्राण-तत्त्व समाचार है। निष्पक्ष भाव से तथ्यों की सही सूचना का विवरण ही समाचार है। समाचार में कब, क्यों, कैसे, कहाँ, कौन का उल्लेख होता है। आजकल पृष्ठभूमि, प्रक्रिया, प्रभाव तथा निष्कर्ष के साथ व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग का महत्त्व बढ़ रहा है। महत्त्वपूर्ण घटना जिसे सम्बन्धित व्यक्ति दबाना चाहता है, उसे प्रामाणिक रूप में प्रकाश में लाना अन्वेषी पत्रकारिता है। सम्प्रति हत्या, बलात्कार, दुराचार एवं जघन्य अपराध से समाज उद्विग्न है। अपराध जगत का खुलासा कर पत्रकार समाज में सदाचार के प्रसार पर बल देते हैं। समाचार संकलन के प्रति उत्सुकता, अनन्त जिज्ञासा वृत्ति, विश्वसनीयता तथा अध्ययनशीलता के कारण संवाददाता विशिष्ट बन जाता है। प्रेस कॉन्फ्रेंस, साक्षात्कार का वही सूत्रधार होता है जिसमें इलेक्ट्रानिक दक्षता हो। पत्र-जगत के लिए समाचार-संकलन, लेखन मुद्रण, प्रसारण, विज्ञापन विभागों के मध्य एक सफल नियन्ता सम्पादक होता है जिससे मीडिया का गौरव बढ़ता है। इन सभी तथ्यों को विशद् रूप से जानने के निमित्त यह खण्ड उपयोगी है।

इकाई की रूपरेखा

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 समाचार का अर्थ
- 1.3 समाचार की परिभाषा
- 1.4 समाचार के तत्त्व
 - 1.4.1 नूतनता
 - 1.4.2 सत्यता
 - 1.4.3 सामीप्य
 - 1.4.4 सुरुचिपूर्णता
 - 1.4.5 वैयक्तिकता
 - 1.4.6 संख्या और संशय
- 1.5 समाचार के प्रकार
 - 1.5.1 तात्कालिक समाचार
 - 1.5.2 व्यापी समाचार
- 1.6 महत्वपूर्ण समाचार
 - 1.6.1 अपराध समाचार
 - 1.6.2 स्थानीय समाचार
 - 1.6.3 डाक समाचार
 - 1.6.4 रेडियो समाचार
 - 1.6.5 टीवी समाचार
- 1.7 अपेक्षित और आकस्मिक समाचार
- 1.8 समाचार के स्रोत
 - 1.8.1 समाचार समिति
 - 1.8.2 प्रेस रिलीज
 - 1.8.3 अन्य स्रोत
- 1.9 फालो-अप [अनुवर्तन]
- 1.10 सारांश
- 1.11 शब्दावली
- 1.12 सन्दर्भ ग्रन्थ
- 1.13 प्रश्नवाली

1.0—उद्देश्य

इस इकाई का उद्देश्य छात्रों को समाचार के बारे में विस्तृत जानकारी देना है। इस इकाई के अध्ययन से आप निम्नलिखित के बारे में जान सकेंगे—

- समाचार क्या है
- समाचार के तत्व
- समाचार की परिभाषाएँ
- समाचारों के प्रकार
- समाचारों के स्रोत

1.1—प्रस्तावना

समाचार पत्रकारिता की आधारशिला है। समाचार मनुष्य की ज्ञान पिपासा शान्त करने का साधन है। इस इकाई में समाचार के बारे में विस्तार से चर्चा की गयी है। समाचार क्या है, समाचार का स्वरूप क्या होता है, समाचार की प्रमुख परिभाषाएँ क्या हैं? समाचार के मुख्य तत्व क्या होते हैं। समाचार स्रोत किसे कहते हैं? समाचार स्रोत के रूप में समाचार समिति, प्रेस रिलीज एवं अन्य स्रोतों के साथ समाचार अनुवर्तन की भी विस्तृत चर्चा इस इकाई में की गई है। छात्रों की सुविधा के लिए शब्दावली, विस्तृत अध्ययन के लिए सन्दर्भ पुस्तकों के नाम तथा कुछ प्रश्न भी दिये गये हैं। इस इकाई के सम्यक् अध्ययन से आप समाचार के बारे में सब कुछ जान लेने में समर्थ होंगे।

1.2 समाचार का अर्थ

पत्रकारिता का प्राण-तत्व समाचार है। मानव की ज्ञान-पिपासा तब शान्त होती है जब वह समाचार सुन लेता है अथवा पढ़ लेता है। प्रातःकालीन नित्य-क्रिया का एक अभिन्न अंग नये-नये समाचारों की जानकारी प्राप्त करना है क्योंकि यह आधुनिक जीवन की एक अनिवार्यता है जिसमें सबकी रुचि रहती है। पहले जब दो-चार व्यक्ति जुटते थे तो धार्मिक एवं पारिवारिक चर्चा होती थी। अब तो आस-पास, राष्ट्र और विदेश सम्बन्धी समाचारों पर टीका-टिप्पणी प्रारम्भ हो जाती है।

समाचार की व्युत्पत्ति – समाचार को अंग्रेजी में News (न्यूज़) कहते हैं जो New (न्यू) का बहुवचन है। यह लैटिन के 'नोवा' संस्कृत के 'नव' से बना है। तात्पर्य यही कि जो नित्य नूतन हो वही समाचार है।

हेडन के कोश के अनुसार, 'सब दिशाओं की घटनाओं को समाचार कहते हैं।' 'न्यूज़' के चार अक्षर चार दिशाओं के आद्याक्षर हैं –

N-North (उत्तर)

E-East (पूर्व)

W-West (पश्चिम)

S-South (दक्षिण)

उत्तर, पूर्व, पश्चिम, दक्षिण की घटनाओं को समाचार समझना चाहिए।

समाचार शब्द की व्युत्पत्ति 'सम् - आ √ चर् + घञ्' है जिसका तात्पर्य सम्यक् आचरण करना या व्यवहार बतलाना है। सम्यक् आचरण के अनुरूप ही जब निष्पक्ष भाव से तथ्यों की सही सूचना दी जाती है तो वह समाचार माना जाता है।

‘वृत्तान्त’, ‘खबर’, ‘संवाद’, ‘विवरण’ और ‘सूचना’ समाचार के पर्याय हैं। अमरकोश में ‘वार्ता’, ‘वृत्ति’, ‘प्रवृत्ति’ तथा ‘उदन्त’ चार शब्द समाचार हेतु प्रयुक्त हुए हैं। इन सभी शब्दों से किसी घटना की पूरी जानकारी देने का भाव स्पष्ट होता है।

1500 ई० के पूर्व ‘टाइडिंग’ (TYDING) शब्द का प्रचलन ‘समकालीन घटनाओं की सूचना’ के रूप में था। बाद में मुद्रणकला के विकास के साथ ‘न्यूज़’ शब्द का प्रयोग होने लगा जिसका तात्पर्य है सूचनाओं के संकलन और प्रसारण द्वारा लाभ अर्जित करना, सूचनाओं का यदाकदा प्रसारण ‘टाइडिंग’ है जब कि सुनियोजित ढंग से शोधपूर्ण समाचारों का संकलन तथा प्रसार ही ‘न्यूज़’ है।

श्री रामकृष्ण रघुनाथ खाडिलकर के अनुसार “दुनिया में कहीं भी किसी समय कोई छोटी-मोटी घटना या परिवर्तन हो उसका शब्दों में जो वर्णन होगा, उसे समाचार या खबर कहते हैं।”

1.3 समाचार की परिभाषा

अब तक समाचार की कोई सर्वमान्य परिभाषा नहीं है। इस सम्बन्ध में एम. लाइल स्पेंसर, टर्नर विलाड, प्रो० चिल्टन ब्रुश और विलियम एल. रिक्स आदि विद्वानों ने समय-समय पर जो परिभाषाएँ दी हैं वे अपने आप में पूर्ण न होते हुए भी संयुक्त रूप से पत्रकारिता के क्षेत्र में नवागत संवाददाताओं तथा समाचार-सम्पादकों को समाचार-तत्त्व को समझने में मार्गदर्शन अवश्य करा सकती हैं। ब्रिटेन के सुप्रसिद्ध समाचारपत्र मैनचेस्टर गार्जियन (Manchester Guardian) ने ‘समाचार की परिभाषा’ के लिए ही एक प्रतियोगिता का आयोजन किया था। इसमें सर्वोत्तम पुरस्कार प्राप्त करने वाली परिभाषा के अनुसार ‘समाचार किसी अदभुत या असामान्य घटना की अविलम्ब सूचना को कहते हैं, जिसके सम्बन्ध में लोग प्रायः पहले से कुछ न जानते हों, किन्तु जिसे तुरन्त ही जानने की रुचि अधिक-से-अधिक लोगों में हो।”

समाचार की कुछ परिभाषाएँ निम्नलिखित हैं—

“अनेक व्यक्तियों की अभिरुचि जिस सामयिक बात में हो वह समाचार है। सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है जिसमें बहुसंख्यकों की अधिकतम रुचि हो।” —प्रोफेसर विलियम डी० ब्लेयर

“समाचार किसी वर्तमान विचार, घटना या विवाद का ऐसा विवरण है जो उपभोक्ताओं को आकर्षित करे।” —वूल्सले और कैम्पवेल

“समाचार सामान्यतः वह उत्तेजक सूचना है जिससे कोई व्यक्ति सन्तोष या उत्तेजना प्राप्त करता है।” —प्रो० चिल्टनबरा

एक विद्वान् के मतानुसार “जिस किसी बात को सम्पादक कहते हैं वह समाचार है।” किसी ने विचाररहित तथ्य को समाचार कहा है।

“समाचार कोई ऐसी चीज है जिसे आप कल (बीते हुए) तक नहीं जानते थे।”

—टर्नर केटलिज

‘मानक हिन्दी कोश’ (रामचन्द्र वर्मा) के अनुसार समाचार का अर्थ आगे बढ़ना, चलना, अच्छा आचरण या व्यवहार है। मध्य और परवर्ती काल में किसी कार्य या व्यापार की सूचना को समाचार मानते हैं। ऐसी ताजी या हाल की घटना की सूचना जिसके सम्बन्ध में पहले लोगों की जानकारी न हो।

“पर्याप्त संख्या में मनुष्य जिसे जानना चाहे वह समाचार है, शर्त यह है कि वह सुरुचि तथा प्रतिष्ठा के नियमों का उल्लंघन न करे।” —जे० जे० सिडलर

“समाचार अति गतिशील साहित्य है। समाचारपत्र समय के करघे पर इतिहास के बहुरंगे बेलबूटेदार कपड़े को बुनने वाले तकुए हैं।” —हार्पर लीच और जॉन सी० कैरोल

“घटना समाचार नहीं है, बल्कि वह घटना का विवरण है, जिसे उनके लिए लिखा जाता है जिन्होंने उसे देखा नहीं है।”

- मैन्सफील्ड

“समाचार किसी सामयिक घटना का, महत्वपूर्ण तथ्यों का परिशुद्ध तथा निष्पक्ष विवरण होता है, जिससे उस समाचारपत्र में पाठकों की रुचि होती है जो इस विवरण को प्रकाशित करता है।”

-के० पी० नारायणन्

“सरल, सामयिक सत्य सूचना का विवरण ही समाचार है - डॉ. अर्जुन तिवारी
उपर्युक्त परिभाषाओं के अतिरिक्त अनेक विद्वानों ने अपनी दृष्टि के अनुरूप समाचार को व्याख्यायित किया है जिसमें से कुछ द्रष्टव्य हैं-

“जिसे कहीं कोई दबाना चाह रहा हो, वही समाचार है, शेष विज्ञापन है।”

“समाचार कोई भी बात है जो सामान्य से परे हो।”

लेखक के अनुसार अकस्मात् जो घटे वही समाचार है। कुछ हो जाना, कुछ पाना, कुछ खो जाना, अचानक पहचान बनना ही समाचार है।

“एक योग्य पत्रकार जो लिखता है वही समाचार है।”

“पाठक जिसे जानना चाहते हैं, वह समाचार है।”

“कामान्धता, धन-पिपासा और दुष्कृत्य ही समाचार है।”

“समाचार किसी ऐसे प्रचलित विचार, घटना या समस्या का विवरण होता है, जिसमें लोगों की रुचि होती है।”

“जिस बात के छपने से पत्र की बिक्री बढ़ती है, वही समाचार है।”

ब्रिटेन के ‘मानचेस्टर गार्डियन’ ने एक प्रतियोगिता आयोजित की जिसमें पुरस्कृत सर्वोत्तम परिभाषा निम्नलिखित है-

“समाचार किसी अनोखी या असाधारण घटना की अविलम्ब सूचना को कहते हैं जिसके बारे में लोग प्रायः पहले कुछ न जानते हों, लेकिन जिसे तुरन्त ही जानने की ज्यादा-से-ज्यादा लोगों में रुचि हो।”

इन सभी परिभाषाओं पर ध्यान दिया जाय तो यही निष्कर्ष निकाला जायेगा कि सरस, संशय एवं सुरुचिपूर्ण, ताजा और सत्य सूचना का विवरण ही समाचार है।

1.4 समाचार के तत्त्व

समाचार के निम्नलिखित तत्त्व होते हैं-

1.4.2 नूतनता

नूतनता समाचार का प्रमुख तत्त्व है। ‘प्रकृति के यौवन का श्रृंगार करेंगे कभी न बासी फूल’ प्रसाद की इस उक्ति के अनुसार बासी समाचारपत्रों को गौरवान्वित नहीं कर सकते। दैनिक पत्रों में 24 घण्टे एवं साप्ताहिक पत्रों में एक सप्ताह के बाद समाचार छापने पर समाचारतत्त्व नहीं रह जाता। मन्तव्य यही है कि ताजा-से-ताजा समाचार पाठकों को आकर्षित करता है, विलम्ब होने पर वह निस्तेज, निरर्थक हो जाता है।

1.4.2 सत्यता

किसी घटना का सत्य-सत्य, परिशुद्ध एवं सन्तुलित विवरण समाचार को मूल्यवान बनाता है जैसा कि कहा गया है कि ‘Whole truth and nothing but the truth’, वस्तुतः सत्य को ठेस पहुँचाना समाचार की आत्मा को नष्ट करना है। ‘सर्व सत्ये प्रतिष्ठितम्’, ‘सत्यं भूतहितं

1.4.3 सामीप्य

निकटस्थ घटित छोटी घटना दूरस्थ की बड़ी दुर्घटना से अधिक महत्वपूर्ण होती है।

1.4.4 सुरुचिपूर्णता

पाठकों की रुचि को प्रभावित करने वाले समाचार अधिक पठनीय होते हैं क्योंकि 'यदेव रोचते यस्मै भवेत्तत्तस्य सुन्दरम्' को ही जगत् में मान्यता है।

1.4.5 वैयक्तिकता

उच्च पदस्थ व्यक्तियों का भाषण समाचार बन जाता है। सामान्य नागरिक की यदि अप्रत्याशित उपलब्धि हो तो वह भी समाचार है जैसे कि एक भिखारी को एक लाख की लॉटरी का मिलना।

1.4.6 संख्या और संशय

अधिक संख्या में मृत और घायल यात्रियों से सम्बद्ध भयंकर रेल दुर्घटना महत्वपूर्ण होगी जब कि मामूली चोट वाली घटना समाचार की दृष्टि से गौण है। संशय और रहस्य से परिपूर्ण समाचारों की ओर पाठकों की अधिक जिज्ञासा होती है। उपर्युक्त तत्त्वों के अतिरिक्त संघर्ष, स्पर्धा, उत्तेजना, वैशिष्ट्य परिणाम, कामेच्छा, कुकृत्य, नाटकीयता, मानवीय गुणों का उद्रेक, असाधारण, आर्थिक-सामाजिक परिवर्तन तथा उद्भावना समाचार के ऐसे तत्त्व हैं जिनसे समाचार के प्रति आकर्षण उत्पन्न होता है।

1.5 समाचार के प्रकार

स्थूल रूप से स्थान अथवा क्षेत्र के अनुसार सभी समाचारों को चार वर्गों में विभक्त किया जा सकता है;

- (1) **स्थानीय समाचार**—ये समाचार जो उस क्षेत्र से ही विशेष रूप से सम्बन्धित हों वहाँ से समाचारपत्र प्रकाशित होता है।
- (2) **प्रान्तीय समाचार**—जिस प्रदेश से पत्र प्रकाशित होता है, केवल वहीं से सम्बन्धित समाचार।
- (3) **अन्तर्देशीय समाचार**—देश के सभी प्रदेशों से सम्बन्धित समाचार।
- (4) **अन्तर्राष्ट्रीय समाचार**— विश्व के अनेक देशों से सम्बन्धित समाचार।

उपरोक्त चारों वर्गों से सम्बन्धित निम्नलिखित समाचार प्रकाशनार्थ प्राप्त होते हैं या प्राप्त किये जाने चाहिए। अन्यथा पत्र को 'विविधतामय' अथवा "सर्वांगपूर्ण" की संज्ञा नहीं दी जा सकती और उसे ख्याति भी नहीं मिल सकती :-

- (1) **भाषण, वक्तव्य और विज्ञप्तियाँ**— जनतान्त्रिक व्यवस्था में सार्वजनिक कार्यकर्ताओं, अधिकारियों के भाषणों, प्रेस वक्तव्यों तथा विज्ञप्तियों का विशेष महत्त्व होता है इनके आधार पर बनाये गये समाचार प्रतिदिन जनमाध्यमों में प्रयुक्त होते हैं।
- (2) **असामाजिक तत्त्वों की गतिविधियाँ**—बलात्कार, हत्या, मारपीट, अपहरण, छेड़छाड़, चोरी, डकैती, गिरहकटी जुआ, चाकूबाजी, फौजदारी, जहरखुरानी, आत्महत्या आदि।
- (3) **अदालती गतिविधियाँ**—जमीन जायदाद से सम्बन्धित एक ही परिवार के सदस्यों, साझेदारों में मारपीट, महत्त्वपूर्ण मामलों के फैसले, जमीन-जायदाद और धोखाधड़ी

तथा अपमान के निर्णय। मीसा, डी.आई.आर. और 144 के अन्तर्गत की गयी गिरफ्तारियाँ और उनके निर्णय।' स्थानीय, क्षेत्रीय, प्रान्तीय महत्त्व के मामले तथा निर्णय।

- (4) **आर्थिक अपराध**-सेलटैक्स, इनकमटैक्स, स्मगलिंग, एकसाइज आदि से सम्बन्धित सनसनीखेज घटनाएँ।
- (5) **अशान्ति और उपद्रव**-साम्प्रदायिकता, जातीयता, प्रान्तीयता, क्षेत्रीयता अथवा राजनैतिक कारणों से प्रेरित लड़ाई-झगड़े, अग्निकाण्ड, तोड़-फोड़ आदि।
- (6) **यातायात और मार्ग दुर्घटना**-पैदल, साइकिल, रिक्सा, इक्का, ताँगा, स्कूटर, कार, बस, ट्रक, नौका, जलयान और वायुयान सम्बन्धी दुर्घटनाएँ।
- (7) **प्राकृतिक दुर्घटना**-आंधी, पानी, तूफान, वर्षा, सूखा, जाड़ा, गर्मी, हिमपात, बाढ़, भूकम्प आदि से सम्बन्धित विशेष घटनाओं-दुर्घटनाओं के समाचार।

समाचार दो प्रकार के बतलाये गए हैं -

(क) सीधा समाचार (Straight News)।

(ख) व्याख्यात्मक समाचार (Interpretative News)।

सीधा समाचार सरल तथा सुस्पष्ट विधि से घटनाओं का सही-सही तथ्यात्मक विवरण है। इसमें तथ्यों को तोड़ा-मरोड़ा नहीं जाता तथा ऐसे समाचारों में आरोप लगाने, निष्कर्ष निकालने एवं सम्मति देने का प्रयास नहीं होता। व्याख्यात्मक समाचारों में घटना की गहरी छानबीन की जाती है, उसे समग्र रूप में उद्घाटित किया जाता है। घटना के परिवेश, पूर्वापर सम्बन्ध तथा उसके वैशिष्ट्य परिणाम को लिखा जाता है ताकि पाठक सरलता से सभी बातें समझ जाय।

आजकल के अति व्यस्त पाठकों के पास समाचार की जटिलता और रहस्यमयता से सूझने की फुर्सत नहीं है, अतः समग्र तथ्यों की व्याख्या द्वारा समाचार को सुग्राह्य बना दिया जाता है।

1.5.1 तात्कालिक समाचार [SPOT NEWS]

पूर्वाभासरहित अकस्मात् ही जब घटना घट जाती है तो उससे सम्बद्ध समाचार का विशेष महत्त्व होता है। वे गरमागरम अद्यतन होते हैं। अपनी विशिष्टता के कारण ऐसे समाचार मुख्य पृष्ठ पर प्रमुख स्थान पा जाते हैं। कोई बड़ी दुर्घटना अथवा विश्वविश्रुत नेता के असामयिक निधन सम्बन्धी समाचार इस कोटि में आते हैं।

1.5.2 व्यापी समाचार [SPREAD NEWS]

अधिक समय तक अधिकाधिक व्यक्तियों को प्रभावित करने वाला समाचार व्यापी कहा जा सकता है। अपने महत्त्व तथा विस्तृत प्रभाव के चलते ऐसे समाचार पूरे पृष्ठ पर छाये रहते हैं, जिनका विस्तार बड़ा होता है। व्यापी समाचार के खण्डन-मण्डन हेतु अन्य समाचारों को भी स्थान दिया जाता है।

1.6 महत्त्वपूर्ण समाचार

एक प्रतिष्ठित पत्र के सम्पादक ने अपने संव. दाताओं को तार-अधिकार-पत्र के प्रयोग सम्बन्धी आदेश दिया जिसके निम्नलिखित अंश से महत्त्वपूर्ण समाचारों का अनुमान लगाया जा सकता है-

“.....तार से अत्यन्त महत्त्वपूर्ण और वही समाचार भेजिये जिनमें शीघ्रता अपेक्षित हो। जैसे बड़े पैमाने पर दंगा, अपराध, गम्भीर किस्म की डकैती, चोरी या कत्ल, जिसमें क्षेत्र के

— प्रमुख व्यक्ति की गिरफ्तारी, आग्नेयास्त्रों के उपयोग, डाक की लूट आदि की तरह की घटनाएँ हों, विपत्तियाँ, दुर्घटनाएँ जिनमें जनजीवन की क्षति हुई हो, राजनीतिक हलचलों से सम्बन्धित गम्भीर झगड़े आदि।”

विषय-क्षेत्र को आधार मानकर राजनीति, विज्ञान, व्यापार-वाणिज्य, खेल-कूद, मनोरंजन, साहित्य एवं संगीत आदि से सम्बद्ध समाचारों का वर्गीकरण किया गया है।

काल-प्रवाह योजना के अनुरूप एककालिक तथा प्रवाही इन दो तरह के समाचारों से पाठक परिचित होते हैं।

सम्पादन-शैली की दृष्टि से ‘बहुरंगी’ और ‘विकासोन्मुखी’ इन दो रूपों को समाचार प्रस्तुतीकरण का भेद माना गया है।—

1.6.1 अपराध समाचार

चोरी, डकैती, अपहरण, बलात्कार, हत्या, तस्कर-व्यापार, भ्रष्टाचार, चोर-बाजारी, ब्रूसखोरी और अनेक समाज-विरोधी घटनाओं से नियमित प्रकाशन की स्पर्धा में भारत के पत्र आगे निकल चुके हैं। स्थिति यही है कि ‘को बड़ छोट कहत अपराधू’ कुछ पत्र इन अनैतिक समाचारों के सचित्र और विशद विवरण द्वारा पाठकों को सच्चाई के तकाजे के नाम पर दिग्भ्रमित कर रहे हैं। ‘न ब्रूयात् सत्यमप्रियम्’ पर ध्यान नहीं है। समाज के सबसे बड़े हितैषी समाचारपत्र गंदगी पर राख डालने या उसको फेंक देने के स्थान पर गंदगी को चारों ओर फैलाने का कर्म कर रहे हैं।

1.6.2 स्थानीय समाचार

पत्रों में देश-विदेश के पर्याप्त समाचार हों परन्तु उस नगर का समाचार न छपे जहाँ पर इसका प्रकाशन होता है तो पाठकों पर विचित्र प्रतिक्रिया होती है। स्थानीय समाचारों को महत्त्व देना पत्र की लोकप्रियता में वृद्धि करना है। अधिकांश पत्र तो कम-से-कम एक पूरा पृष्ठ स्थानीय समाचारों के लिए सुरक्षित रखते हैं। नगर के सर्वांगीण विकास, नगर-निवासियों की भावनाओं के प्रकाशन तथा समस्याएँ और समाधान को समादूत कर ‘स्थानीय समाचार’ को पुष्ट किया जा सकता है। जागरूक पाठक अपने क्षेत्र तथा अपने परिवेश सम्बन्धी समाचारों की उपेक्षा सहन नहीं कर सकता।

स्थानीय समाचारों और उनके संवाददाताओं के महत्त्व को प्रतिपादित करते हुए श्री सत्यदेव विद्यालंकार ने ‘हिन्दी पत्रकार की आपबीती जगबीती’ में लिखा है—

“.....मेरा अनुभव है कि जिन पत्रों ने पत्रकारिता के इस महत्त्वपूर्ण अंग की उपेक्षा की है, वे पनप नहीं सके। जिन संचालकों ने बिना टांगों के अपने पत्रों को चलाने का प्रयत्न किया वे उसमें सफल नहीं हो सके।”

राशन की दुकानों का भ्रष्टाचार, विद्यालयों में प्रवेश सम्बन्धी धाँधली, कर-वसूली में ज्यादती, भीषण गंदगी और यातायात के साधनों की असुविधा सम्बन्धी क्षेत्रीय समाचारों का प्रकाशन समाचारपत्र और पाठकों के मध्य तादात्म्य भाव स्थापित कराते हैं। क्षेत्र विशेष के लिए राष्ट्रीय समाचारों की अपेक्षा स्थानीय समाचार महत्त्वपूर्ण सिद्ध होते हैं।

1.6.3 डाक समाचार

नगरों से दूर स्थित संवाददाता डाक के द्वारा संवाद भेजते हैं जो कुछ विलम्ब से कार्यालय में पहुँचता है। दूरस्थ व्यक्तियों के सुख-दुःख को सुनने, जानने की ललक में पाठक ऐसे समाचार पढ़ना चाहते हैं फलतः सम्पादक ऐसी खबरों को बासी होने पर भी समादूत करते हैं। दूर और देर से प्राप्त विविध समाचारों के सम्पादन में भाषा की एकरूपता पर विशेष ध्यान दिया जाता है। किसी घटना के स्थानीय रंग एवं स्थानीय महत्त्व को आँखों से ओझल नहीं किया जा

सकता। अपमानजनक समाचार, अनर्गल प्रलाप तथा महीनों बाद समाचार छापना पत्र को हर तरह से संकट में डाल देना होता है।

1.6.4 रेडियो समाचार

साक्षर-निरक्षर, नेत्रहीन-नेत्रयुक्त सभी को न्यूनतम घटनाओं की जानकारी देने का कार्य रेडियो करता है। कम-से-कम समय में अत्यन्त महत्वपूर्ण समाचारों का विश्वसनीयता के साथ प्रसारण करने वाला रेडियो ही होता है। 15.10 और 5 मिनटों के प्रसारित होने वाली बुलेटिनों में मुख्य-मुख्य समाचार नपे-तुले शब्दों में पढ़ना पड़ता है। सम्पादक हेडलाइंस तैयार कराता है। देखा जाता है कि सबसे अन्त में तैयार समाचार सबसे पहले सुनाये जाते हैं। हेडलाइंस में समाचारों का सार-तत्त्व दिया जाता है। सम्पादक के निर्णयानुसार प्राथमिकता के साथ दिन का सर्वाधिक महत्वपूर्ण समाचार जिसे 'लीड स्टोरी' कहते हैं, प्रसारित होता है। रेडियो के लिए समाचार लिखते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए, "इस प्रकार लिखो मानो कि तुम कुछ लोगों से बात कर रहे हो। ऐसी वार्ता सामयिकता, निकटता, महत्त्व और भावना जैसे आवश्यक तत्त्वों से पूर्ण हो।" डाउलिंग लेदरवुड ने 'जर्नलिस्ट इन दि एयर' में लिखा है कि "समाचार किसी घटना, परिस्थिति, स्थिति या राय की सही और सामयिक सूचना है—ऐसी सूचना जिसमें उन लोगों को, जिनके लिए वह अभिप्रेत हो, दिलचस्पी होगी।"

समाचारपत्रों के 'कल' और 'बीते समय' के समाचारों के स्थान पर 'आज के' और 'अभी प्राप्त नवीनतम सूचनाओं' की प्रामाणिक जानकारी हेतु रेडियो समाचार ही आधार रह गया है।

1.6.5 टीवी समाचार

दृश्य, ध्वनि और गति के माध्यम से घटना का प्रामाणिक विवरण टीवी समाचार द्वारा ज्ञात होता है। बाढ़, अग्निकाण्ड, विमान-दुर्घटना तथा समारोह के समाचार 'पढ़ने' और 'सुनने' की अपेक्षा 'देखना' अधिक लाभप्रद होता है। टीवी समाचार में कम-से-कम टीका-टिप्पणी के साथ अधिकतम चित्रों का रसास्वाद कराया जाता है।

संक्षेप, स्पष्ट और वाचन की दृष्टि से प्रभावोत्पादक ढंग से लिखा समाचार टीवी के लिए सुगम होता है।

भारत में अंतरिक्ष संचार युग का प्रारम्भ हो चुका है। उपग्रहों द्वारा संचार व्यवस्था में क्रान्ति लायी जा रही है। 'आरवी' और 'इन्सेट' की मदद से भारत के सुदूर ग्राम्याञ्चल भी टीवी से लाभान्वित हो रहे हैं।

1.7 अपेक्षित और आकस्मिक समाचार

उपर्युक्त विविध समाचारों को डायरी समाचार (Diary News) तथा गर्म समाचार (Hot News) के रूप में विभाजित किया गया है। डायरी समाचार को 'अपेक्षित समाचार' तथा गर्म समाचार को 'आकस्मिक समाचार' के नाम से भी जाना जाता है। विविध समारोहों, गोष्ठियों, जन-सभाओं, विधानसभा, विधान-परिषद्, लोकसभा और राज्यसभा के ऐसे समाचार जो सुनियोजित ढंग से प्राप्त होते हैं उन्हें डायरी समाचार कहा जाता है। हत्या, ट्रेन-बस दुर्घटना, घोर अव्यवस्था और प्राकृतिक आपदा सम्बन्धी बातें जो आकस्मिक रूप में घट जाती हैं, जो अनपेक्षित होती हैं, 'गर्म समाचार', के अन्तर्गत आती हैं। वास्तव में मानव-जीवन की विविधता से ही समाचार की विभिन्नता सम्बद्ध है।

जिन व्यक्तियों, स्थानों अथवा संगठनों से समाचार के लिए अपेक्षित विचार, घटना या वस्तु की जानकारी प्राप्त होती है उसे 'समाचार-सूत्र' (News Source) कहते हैं। कुछ समाचार-सूत्र ऐसे होते हैं जिनसे केवल समाचार बनाने की प्रेरणा और एक-दो सहायक तत्व ही प्राप्त होते हैं, जबकि कुछ सूत्रों द्वारा पूर्ण समाचार सामग्री प्राप्त हो जाती है। पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रवेश करने वाले नए संवाददाताओं के सामने सबसे बड़ी समस्या समाचारों के लिए अपेक्षित सूत्रों का पता लगाने की होती है। जब संवाददाता यह ज्ञात कर लेता है कि समाचार में कौन-कौन से गुण होते हैं तो वह धीरे-धीरे अपने अध्ययन, मनन, चिन्तन तथा वरिष्ठ संवाददाताओं के सम्पर्क से 'समाचारों के मूल्य' को समझने का प्रयास करता है। 'समाचार-मूल्य' (News Value) से तात्पर्य यह जानना है कि कौन-सा समाचार कितना अधिक महत्वपूर्ण है और उसके लिए अपेक्षित पूरक सूचना-सामग्री किन-किन सूत्रों से मिल सकती है।

संवाददाता जब समाचार संकलन के लिए अपने अपेक्षित गन्तव्य या 'सूत्र' की ओर चलता है तो अपने काम में आने वाले साधनों को साथ ले जाना नहीं भूलता। समाचार पत्र-पत्रिकाओं के संवाददाता अपने साथ जब में रखने के योग्य एक छोटी नोटबुक और पेंसिल शार्पनर हर समय अपने साथ रखते हैं। रेडियो-संवाददाता नोट-बुक पेंसिल के साथ-साथ अपने साथ टेपरेकार्डर (Taperecorder) और टेलीविजन संवाददाता अपने साथ ध्वनि चित्र लेखन कभी सूत्र-स्थान तक पहुँचने के पूर्व ही कोई बड़ा समाचार अकस्मात् मिल सकता है। यह सच है कि कोई भी समाचार संवाददाता की कल्पना मात्र की ही उपज नहीं हो सकता। किन्तु यह भी सच है कि समाचार मूल्य और समाचार गुणों को समझने में संवाददाता की कल्पना शक्ति की ही विशेष भूमिका होती है। समाचार सूत्रों को कुछ संवाददाता 'समाचार स्रोत' भी कहते हैं। इन स्रोतों में एक विशेष प्रकार के व्यावहारिक बुद्धि-विवेक की आवश्यकता होती है। कोई भी संवाददाता चाहे वह कितना ही सक्रिय, बुद्धिमान, परिश्रमी और प्रभावशाली क्यों न हो, प्रत्येक घटना के समय घटना पर आँखों देखा हाल लिखने के लिए उपस्थित नहीं रह सकता। फलतः उसे कानों-सुने समाचारों को प्राप्त करके उनका सत्यापन करने के लिए दूसरे व्यक्तियों पर निर्भर रहना पड़ता है। इन व्यक्तियों को भी समाचार सूत्र (News Sources) कहा जा सकता है।

समाचार-प्राप्ति के निम्नलिखित तीन स्रोत हैं—

- (1) **प्रत्याशित स्रोत**—पुलिस स्टेशन, नगरपालिका, अस्पताल, संस्थाएँ, श्मशान, विविध समितियों की बैठकें, संसद और विधानसभा, पत्रकार सम्मेलन, सार्वजनिक वक्तव्य, संस्थाओं के सम्मेलन एवं विभिन्न सभा-स्थल ये सभी समाचार के प्रत्याशित स्रोत हैं।
- (2) **पूर्वानुमानित**—गंदी बस्तियाँ, शिक्षा-संस्थान, कल-कारखाने और कार्यालयों के सन्दर्भ में पहले से अनुमान लगाकर समाचारों को खोज निकाला जा सकता है।
- (3) **अप्रत्याशित**—समाचार-चेतना, तर्कशक्ति, अनुभव और दूरदृष्टि के बल पर पत्रकार असंगत एवं अप्रत्याशित घटनाओं से समाचार ढूँढ लेते हैं जिसका उदाहरण पत्रकार प्रवर कमलापति त्रिपाठी ने अपनी पुस्तक, 'पत्र और पत्रकार' में दिया है— "कुछ वर्ष की बात है कि काशी के एयरोड्रोम से 'आज' कार्यालय में सम्पादक के नाम टेलीफोन आया।"..... 'क्या आप कोई ऐसा प्रबन्ध कर सकते हैं कि मुझे 15-16 गैलन पेट्रोल मिल जाय?' असंगत प्रश्न से सम्पादक की उत्पुक्तता बढ़ गयी। सम्पादक ने पूछा, 'आप कौन हैं, पेट्रोल की खोज क्यों कर रहे हैं?' उत्तर मिला, 'मैं टाटानगर का हूँ और टाटा के विमान का संचालक हूँ। जमशेदपुर से

अपने विमान में पण्डित जवारलाल नेहरू को लेकर लखनऊ जा रहा था। अंधड़ के कारण रास्ता भूल गया और व्यर्थ ही लम्बा चक्कर लगाया पड़ा। इसमें मेरा पेट्रोल खत्म हो गया फलतः यहाँ बनारस में अभी उतरा हूँ। मुझे पेट्रोल की टंकी भर लेनी है और पण्डितजी को लेकर उड़ जाना है। मैं जानता नहीं कि पेट्रोल कहाँ मिलेगा इसलिए आपको टेलीफोन किया है।' सम्पादक ने पेट्रोल का प्रबन्ध किया और असंगत टेलीफोन वार्ता से एक अप्रत्याशित समाचार भी प्राप्त कर लिया।

1.8.1 समाचार-समितियाँ

समाचारों के अद्यतित्व के रूप में समाचार समितियों को जाना जा सकता है। सामूहिक रूप से विस्तृत क्षेत्रों के संवादों के संकलन, सम्पादन और प्रसारण की अपेक्षाकृत सस्ती एवं द्रुत व्यवस्था करने वाली कुछ समाचार समितियाँ हैं जिनका लक्ष्य होता है कि निष्पक्ष, सर्वतोन्मुखी तथा सत्य समाचारपत्र और रेडियो को सुलभ करावें। सम्प्रति संसार में पाँच महत्वपूर्ण समाचार समितियाँ हैं। रायटर (ब्रिटेन), ए०पी० (अमेरिका), यू० पी०आई० (अमेरिका), ए०एफ०पी० (फ्रांस) और तास (सोवियत संघ)। तास सोवियत मन्त्रपरिषद् के अधीन कार्यरत हैं। ए०एफ०पी० 1957 से एक स्वशासी संगठन के रूप में काम करता है जिसे सरकार से वार्षिक अनुदान प्राप्त होता है। रायटर का संचालन संयुक्त रूप से ब्रिटेन की न्यूजपेपर पब्लिकेशंस एसोसिएशन, प्रेस एसोसिएशन, आस्ट्रेलिया के एसोसिएटेड प्रेस और न्यूजीलैंड की प्रेस एसोसिएटेड करते हैं। रायटर प्रति वर्ष चार करोड़ पाउण्ड से भी अधिक मूल्य का समाचार बेचता है जबकि एसोसिएटेड प्रेस 10 करोड़ डॉलर का।

1935 ई० में फ्रांस में 'हावास' नाम की संस्था के साथ संसार में समाचार समितियों की शुरुआत हुई। प्रारम्भ में यह समिति व्यापारियों के लिए बाजार भाव दिया करती थी। इसी संस्था के एक कर्मचारी ने 1950 ई० में रायटर आरम्भ की जो लन्दन स्थानान्तरित हुई। अमेरिका में 1848 ई० में ए०पी० का जन्म हुआ जिसे न्यूयार्क के 6 अखबारों ने मिलकर चलाया जिसका काम युद्ध के समाचार देना था। रायटर का प्रसार ब्रितानी साम्राज्य के साथ हुआ क्योंकि उसे सर्वत्र सुविधा दी गयी। एक समय में तो संसार के अन्तर्राष्ट्रीय समाचारों पर रायटर का एकाधिकार हो गया था जिसे बाद में ए०पी० ने तोड़ा। दूसरे विश्वयुद्ध में फ्रांस पर जर्मनी के अधिकार के कारण हावास संस्था संकट में पड़ गयी परन्तु इन दिनों स्थापित भूमिगत एजेंसियों ने ही ए०एफ०पी० का रूप ले लिया।

भारत में 1990 में श्री केशवचन्द्र राय ने कलकत्ता के स्टेट्समैन और मद्रास के मेल तथा रायटर के मेलजोल से एक संवाद समिति 'एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इण्डिया' का गठन किया परन्तु नौ वर्ष बाद ही यह रायटर के कब्जे में आ गयी। तत्पश्चात् एस० सदानन्द नाम के व्यक्ति ने 'फ्री प्रेस ऑफ इण्डिया' शुरू की। 1927 से 1935 तक कार्यरत इस संस्था को बन्द करना पड़ा। 1933 में यूनाइटेड प्रेस ऑफ इण्डिया की स्थापना हुई जो 15 वर्षों तक चली। भारत के स्वतन्त्र होने के साथ 1947 में 'प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया' का गठन हुआ।

1.8.2 प्रेस रिलीज

प्रेस रिलीज सरल तथा सुस्पष्ट लिखित सूचना या समाचार से सम्बद्ध वह अभिलेख है जिसे पत्रों को छापने के लिए दिया जाता है। शासकीय समाचारों से सम्बन्धित प्रेस रिलीज चार प्रकार के होते हैं-

- (1) **प्रेस कम्युनिक्स (Press Communiques)**-शासन के अति महत्वपूर्ण निर्णय जैसे मन्त्रिमण्डल का हेर-फेर, विदेशी राज्याध्यक्षों के साथ हुए समझौते और अन्य विशिष्ट मसलों पर प्रेस कम्युनिक्स जारी होते हैं। इस प्रकार के समाचार में औपचारिकता अधिक होती है। प्रेस रिलीज के चारों ओर सबसे नीचे कोने पर

सम्बन्धित विभाग का नाम, स्थान और दिनांक लिखा रहता है। विशेष सम्पादन की इसमें आवश्यकता नहीं होती। शीर्षक और उपशीर्षक भी नहीं दिया जाता।

- (2) **प्रेस नोट्स (Press Notes)**—प्रेस कम्यूनिक्स की अपेक्षा यह काम औपचारिक होता है। कराधान सम्बन्धी परिवर्तन, रेल भाड़ा अथवा ब्याज दर में वृद्धि से सम्बन्धित प्रमुख शासकीय मसलों पर इसे जारी किया जाता है। इसे सम्पादक घटा बढ़ा सकता है तथा शीर्षक उपशीर्षक देकर छापा जा सकता है। प्रेस इन्फार्मेशन ब्यूरो की कोई जवाबदेही प्रेस कम्यूनिक्स और प्रेस नोट्स के प्रति नहीं होती।
- (3) **हैन्ड-आउट (Hand-out)**—दिन-प्रतिदिन के विविध विषयों, मन्त्रालयों के क्रिया-कलाप, प्रमुख राजपुरुषों के भाषण और संसद के प्रश्नोत्तर आदि मसलों पर हैन्ड-आउट जारी किये जाते हैं। इसे शासन के अधिकृत प्रवक्ता द्वारा नहीं निर्गत किया जाता है अपितु प्रेस इन्फार्मेशन ब्यूरो या अन्य किसी रिलीजिंग एजेंसी द्वारा किया जाता है। इसे सुसम्पादित कर शीर्षक और उपशीर्षक से सुशोभित किया जाता है।
- (4) **अन ऑफिसियल हैन्ड-आउट (Unofficial Hand-out)**—मौखिक वक्तव्यों के पूरक के रूप में इसे निर्गत किया जाता है। इस प्रकार किसी रिलीजिंग एजेंसी का नाम नहीं रहता। हैन्ड-आउट को सामयिक, सरल, सारगर्भित होना चाहिए।
- (5) **नॉन न्यूज़ रिलीजेज़ (Non-News Releases)**—सरकार अथवा किसी संगठन के विषय में स्वस्थ जनमत के निर्माण हेतु व्यक्तित्व-चर्चा, फीचर, न्यूज़ लेटर, संशोधन सम्बन्धी प्रपत्र जारी किये जाते हैं।

1.8.3 अन्य स्रोत

उपरोक्त वर्णित स्रोतों के अतिरिक्त स्थानीय समाचारों के अलग स्रोत हैं जो समाचार-पत्र के लिए अति महत्वपूर्ण होते हैं। अंग्रेजी की अपेक्षा हिन्दी समाचारपत्रों के स्थानीय संवाददाता या विभिन्न जनपदों और क्षेत्रों में नियुक्त संवाददाता अभी बहुत कम स्रोतों से समाचार-दोहन कर पाते हैं। सामान्यतः प्रत्येक नगर या जनपद के निम्नलिखित सूत्रों से समाचार प्राप्त किए जा सकते हैं।—

1. राजनीतिक दल के नेता
2. राजनीतिक दक्षों के कार्यालय
3. पुलिस के थाने-चौकियाँ
4. चिकित्सालय
5. न्यायालय परिसर
6. महापालिका और उसके अनुविभाग
7. न्यायालय
8. पालिका-कार्यालय और सदस्य
9. अग्निशामक दस्ता
10. स्कूल-कॉलेज
11. क्लब
12. आर्थिक संगठन
13. सामाजिक संस्थाएँ
14. साहित्यिक संस्थाएँ

15. धार्मिक संस्थाएँ
16. हवाई अड्डा
17. बस स्टेशन
18. रेलवे स्टेशन
19. विभिन्न उद्योगों के श्रमिक संगठन
20. कर्मचारी संगठन
21. जिला सूचना कार्यालय
22. शिक्षक संघ
23. बार एसोसिएशन
24. चार्टर्ड एकाउण्टेन्ट्स एसोसिएशन
25. जिला परिषद्
26. नोटीफाइड एरिया कार्यालय और सदस्य
27. टाउन एरिया कार्यालय और सदस्य
28. विकास खण्ड
29. ग्राम सभा
30. ग्राम पंचायत
31. जिला नियोजन कार्यालय
32. जिलाधीश
33. अतिरिक्त जिलाधीश
34. जिला स्वास्थ्य अधिकारी
35. तहसीलदार
36. जिला उद्योग कार्यालय
37. उद्योग कार्यालय
38. स्वास्थ्य निदेशालय
39. शिक्षा विद्यालय निरीक्षक
40. जिला पूर्ति कार्यालय
41. सरकारी, अर्द्ध सरकारी, तथा गैर सरकारी जन सम्पर्क अधिकारी
42. पुलिस अधिकारी
43. शव परीक्षा केन्द्र
44. नाइट क्लब
45. काफी हाउस, जलपान गृह
46. युवक संगठन
47. महिला संगठन
48. विद्यार्थी यूनियन
49. जिला जेल
50. हवालात

51. विश्वविद्यालय
52. सेंट्रल एक्साइज और कस्टम
53. इनकम टैक्स कार्यालय
54. सेल्सटैक्स कार्यालय
55. सेवा समितियाँ
56. चेम्बर ऑफ कामर्स
57. मेडिकल एसोसिएशन और पदाधिकारी
58. विभिन्न उद्योगों-व्यवसायों के संगठन और उनके पदाधिकारी
59. रोटरी क्लब, लायन क्लब, लियो क्लब, लाज
60. धर्मशालाएँ, मुसाफिरखाने
61. अनाथालय
62. महिला आश्रम
63. भूतपूर्व तथा वर्तमान एम० पी०, एम० एल० ए०, एम० एल० सी०, कारपोरेटर, म्यु० कमिश्नर, चेयरमैन, जिला बोर्ड के सभासद, अध्यक्ष आदि
64. श्रमिक नेता
65. भ्रष्टाचार विरोधी संगठन
66. युवक छात्र नेता
67. वैज्ञानिक प्रयोगशालायें
68. लोकसभा, राज्यसभा, विधानसभा, विधान-परिषद
69. सभा
70. सम्मेलन
71. सार्वजनिक कार्यक्रम
72. प्रेस नोट
73. समाचार बुलैटिन
74. पत्रक (हैंड आउट्स)
75. श्रमिक संगठन
76. पर्यटन कार्यालय
77. बन्दरगाह
78. प्रमुख व्यवसायी/उद्योगपति
79. वकील
80. बाजार
81. बैंक
82. वित्तीय और औद्योगिक निगम

‘स्थानीय समाचार’ में प्रकाशनार्थ प्राप्त होने वाली सूचना, नेताओं अथवा सार्वजनिक कार्यकर्ताओं के लिखकर आये वक्तव्य, विभिन्न संस्थाओं के समाचार बुलैटिन और पत्रक (हैंड आउट) आदि के रूप में समाचार संपादक के सामने जो सामग्री आती है उसको बहुत सोच-समझ कर लिखने पर ही ‘समाचार’ का रूप दिया जा सकता है। प्रायः इस प्रकार प्रकाशनार्थ

प्राप्त सामग्री में एक दिन पूर्व प्रकाशित या प्रचार की भावना ही अधिक होती है। इनको लिखने वालों की शब्दावली में प्रायः 50 प्रतिशत शब्द ऐसे होते हैं जो 'समाचार' के रूप में अनुपयुक्त और अशोभनीय होते हैं।

1.9 अनुवर्तन

एक दिन पूर्व प्रकाशित हो चुके किसी समाचार के आधार पर उसी समाचार से सम्बन्धित और नये तथ्यों को प्राप्त करने के प्रयास को अनुवर्तन (Follow-up) कहते हैं। अनुवर्तन शब्द का शाब्दिक अर्थ होता है-पीला करना। यह अनुवर्तन कार्य संवाददाता के लिए इतना आवश्यक होता है कि इसकी उपेक्षा नहीं की जा सकती। पूर्व प्रकाशित समाचार भेजने की जल्दी या अपूर्ण जानकारी की स्थिति में लिखे जाने के कारण भी निर्बल या महत्व हीन सा हो सकता है। घटना के घटित होने के बाद कभी-कभी वास्तविक कारणों तथा तथ्यों को एकत्रित करना सम्भव नहीं हो पाता। इसलिए अनुवर्तन से जो समाचार बनता है वह पूर्व प्रकाशित उसी घटना या विषय वस्तु से संयंत्रित समाचार से अधिक रोचक महत्वपूर्ण हो सकता है।

समाचारों का पीछा करना संवाददाताओं का मुख्य कार्य है जिससे पत्र की प्रतिष्ठा बढ़ती है। गत दिवस के समाचारों की अगली और नवीन सूचना प्राप्ति की प्रक्रिया को समाचारों का अनुवर्तन कहा जाता है। प्रभावकारी ढंग से तथ्यों का अन्वेषण एवं उनका उद्घाटन करने वाला पत्र लोकप्रिय होता है और जन-सेवा भी अधिक करता है। 'आज' ने 'चौरी-चौरा काण्ड' को लगभग एक वर्ष तक लगातार प्रकाशित कर समाचारों के अनुवर्तन का अच्छा उदाहरण प्रस्तुत किया। सन् 1922 ई० में 'आज' के पत्रों में चौरी-चौरा-काण्ड, पीड़ितों की व्यथा-कथा, गवाही की प्रक्रिया तथा दण्डित व्यक्तियों की सूची देखी जा सकती है।

प्रतिवर्ष वार्षिक बजट प्रस्तुत करने के एक माह पूर्व और उसके एक माह बाद तक नये करों की सम्भावना और बाजार में कीमतों की स्थिति से सम्बन्धित समाचारों का अनुवर्तन लोककल्याणकारी होता है। बाढ़, सूखा जैसी प्राकृतिक आपदा के समय समाचारों का फॉलो-अप पत्र-पाठकों की जिज्ञासा को शान्त करता है।

अनुवर्तन के लिए मूल समाचार सूत्र सामान्यतः समाचारपत्रों को ही माना जाता है। किन्तु यदि कोई संवाददाता चाहे तो अन्य सूत्रों को भी अनुवर्तन का आधार बना सकता है। जिस प्रकार दैनिक तथा साप्ताहिक पत्र-पत्रिकाओं को पढ़कर समाचार अनुवर्तन की प्रेरणा मिल सकती है उसी प्रकार रेडियो और टेलीविजन समाचारों को सुनकर भी अनुवर्तन किया जा सकता है। सम सामयिक विषयों पर प्रकाशित पुस्तकों, 'अफवाहों', राजनीतिक क्षेत्रों में चलने वाली चर्चाओं, सम-सामयिक विज्ञापनों आदि से सभी अनुवर्तन समाचार बन सकते हैं। कुछ घटनाएँ-बड़ी-बड़ी रहस्यपूर्ण हत्याएँ, अपहरण, 'सेक्स-स्कैंडल' आदि। ऐसी हो सकती हैं जो स्वयं प्रेरक सूत्र होती हैं। जिस समाचार के प्रति पाठकों के मन में विशेष उत्सुकता या जिज्ञासा का भाव हो उसे तब तक अनुवर्तित करना चाहिए जब तक कि रोचकता या महत्व समाप्त न हो जाए। इस रोचकता के कारण ही बड़ी-बड़ी घटनाओं के अनुवर्तन कई-कई दिनों, सप्ताहों तथा महीनों लगातार क्रमबद्ध ढंग से चलाये जाते हैं। इन अनुवर्तन समाचारों को लेखन शैली भी ऐसे अपनाया आवश्यक होता है जिससे घटना का क्रमिक विकास हो और पढ़ने वाले के मन में अन्य का अनुवर्तन पढ़ने की भी उत्सुकता और जिज्ञासा बनी रहे। कुछ अनुभवी संवाददाता बड़े-बड़े महत्वपूर्ण अपराध समाचारों का अनुवर्तन इस प्रकार करते हैं जैसे कोई जासूसी उपन्यासकार अपने कथानक का क्रमिक विकास करते समय पाठक की रुचियों और जिज्ञासाओं का उतना ही ध्यान रखना है जितना मनोवैज्ञानिक और सक्षम जासूस रख सकता है।

1.10 सारांश

इस इकाई में आपको समाचार का अर्थ उसकी परिभाषा, समाचार के तत्व, समाचार के प्रकार तथा महत्वपूर्ण समाचारों के बारे में विस्तार से बताया गया। इसके साथ ही समाचारों के स्रोत क्या होते हैं, कितने प्रकार के होते हैं तथा उनकी क्या भूमिका होती है आदि की विस्तृत विवेचना इस इकाई में की गयी है। इसके अतिरिक्त फॉलो-अप क्या होता है यह भी स्पष्ट किया गया है। इस इकाई के सम्यक अध्ययन से आप समाचार के बारे में विस्तार से जान जाएंगे।

1.11 शब्दावली

बीट [Beat]	- संवाददाता का नियमित कार्य क्षेत्र
कैप्शन [Caption]	- किसी फोटो की व्याख्या
कॉपी [Copy]	- पाण्डुलिपि, हस्तलिखित समाचार
बाई लाइन [By Line]	- समाचार के साथ संवाददाता का नाम प्रकाशित होना
कॉपी डेस्क [Copy Desk]	- वह डेस्क जहाँ कापी संपादित होती है और शीर्षक लगाये जाते हैं।

1.12 सन्दर्भ ग्रंथ

1. आधुनिक पत्रकारिता - डॉ० अर्जुन तिवारी
2. जनसंचार और हिन्दी पत्रकारिता - डॉ० अर्जुन तिवारी
3. जनमाध्यम और पत्रकारिता - प्रवीण दीक्षित

1.13 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. तात्कालिक समाचार क्या है?
2. व्यापी समाचार से आप क्या समझते हैं?
3. डाक समाचार किसे कहते हैं?
4. प्रेस रिलीज क्या है?
5. समाचार महत्व में फालो-अल का क्या महत्व है?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. समाचार का अर्थ स्पष्ट करते हुए इसे परिभाषित कीजिए।
2. समाचारों के प्रकार से आप क्या समझते हैं? सोदाहरण स्पष्ट करें।
3. समाचार के तत्व किसे कहते हैं, ये कितने प्रकार के होते हैं?
4. समाचार स्रोत किसे कहते हैं, ये कितने प्रकार के हो सकते हैं?
5. अपेक्षित और आकस्मिक समाचार किसे कहते हैं? उदाहरण सहित स्पष्ट करें।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. समाचार संकलनकर्ता को क्या कहते हैं?
क. सम्पादक, ख. उपसम्पादक,
ग. प्रूफ रीडर, घ. रिपोर्टर।
2. इनमें से कौन-सा कार्य संवाददाता प्रायः नहीं करते?
क. कॉपी लेखन, ख. सम्पादन,
ग. प्रूफ रीडिंग, घ. मुद्रण।
3. न्यूज (NEWS) शब्द में प्रयुक्त (N) एन का मतलब होता है।
क. नो (No) ख. नेवर (Never),
ग. नार्थ (North) घ. नाइदर (Neither)
4. वार्ता कहाँ की संवाद समिति है?
क. नेपाल, ख. श्रीलंका,
ग. भारत, घ. पाकिस्तान।
5. पी. टी. आई. का पूरा नाम क्या है?
क. प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया, ख. इण्डियन प्रेस ट्रस्ट,
ग. प्रेस ट्रेनिंग इंस्टीट्यूट, घ. इनमें से कोई नहीं।

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1. घ
2. घ
3. ग
4. ग
5. क

इकाई की रूपरेखा

- 2.0 उद्देश्य
- 2.1 प्रस्तावना
- 2.2 रिपोर्टिंग
 - 2.2.1 आमुख (इंट्रो)
- 2.3 व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग
 - 2.3.1 स्वरूप विवेचन
 - 2.3.2 परिभाषा
 - 2.3.3 व्याख्यात्मक समाचार की संरचना
 - 2.3.4 व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग की विशेषताएँ
 - 2.3.5 व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग में सावधानियाँ
- 2.4 अन्वेषणात्मक रिपोर्टिंग
 - 2.4.1 अन्वेषणात्मक रिपोर्टिंग के लक्ष्य
 - 2.4.2 अन्वेषी रिपोर्टर के गुण
 - 2.4.3 अन्वेषी रिपोर्टर तथा कानून
 - 2.4.4 अन्वेषी रिपोर्टर तथा पुलिस
 - 2.4.5 अन्वेषी रिपोर्टर तथा समाज
- 2.5 अपराध रिपोर्टिंग
 - 2.5.1 अपराध रिपोर्टिंग और प्रेस
 - 2.5.2 अपराध समाचार लेखन
 - 2.5.3 अपराध समाचार के स्रोत
- 2.6 सारांश
- 2.7 सन्दर्भ ग्रंथ
- 2.8 शब्दावली
- 2.9 प्रश्नावली

2.0 उद्देश्य

इस इकाई का उद्देश्य समाचार लेखन (रिपोर्टिंग) के विभिन्न तरीकों से आपको परिचित कराना है। इस इकाई के माध्यम से आप जान सकेंगे-

- समाचार लेखन का महत्व
- विभिन्न प्रकार के समाचार लेखन के तरीके
- व्याख्यात्मक, अन्वेषणात्मक और अपराध समाचारों का प्रस्तुतीकरण
- अन्वेषणात्मक और अपराध समाचार की विस्तृत विवेचना

2.1 प्रस्तावना

इसके पूर्व की इकाई में आपने समाचार के बारे में विस्तार से अध्ययन किया है। इस इकाई में आपको समाचारों के लेखन (रिपोर्टिंग) के बारे में संक्षिप्त रूप से बताते हुए वर्तमान युग में महत्वपूर्ण और प्रासंगिक व्याख्यात्मक तथा अन्वेषणात्मक रिपोर्टिंग के बारे में विस्तृत रूप से बताया जायेगा। साथ ही अपराध समाचार और वर्तमान समाज का विकृत रूप है उसकी रिपोर्टिंग के समय क्या-क्या सावधानियां बरतनी चाहिये और कैसे रिपोर्टिंग करनी चाहिये इसकी विस्तृत विवेचना की गयी है।

2.2 रिपोर्टिंग

समाचार लेखन को रिपोर्टिंग कहा जाता है। संवाददाता समाचार संकलित करके उसकी रिपोर्ट तैयार करता है। रिपोर्ट तैयार करने को ही समाचार लेखन कहते हैं।

पत्रकारिता-जगत् में समाचार को 'कथा' (News Story) भी कहते हैं। समाचार को कथा के रूप में रसीला, नशीला, चुटीला और दिलचस्प बनाकर प्रस्तुत करना एक सफल कलाकार की क्षमता पर निर्भर है। समाचार लिखते समय निम्नलिखित बातों को ध्यान में रखना चाहिए-

“कोई भी कथा कम-से-कम सत्य प्रतीत होनी चाहिए, सुसंगत होनी चाहिए, अच्छे ढंग से कही जानी चाहिए, संक्षिप्त और नयी होनी चाहिए। जब कभी इन नियमों का उल्लंघन होगा, बुद्धिमान मनुष्य उसे छोड़कर सो जाएगा, मूर्ख भले ही उसकी प्रशंसा करें।”

समाचार-लेखन में निम्नलिखित प्रक्रियाएँ पूरी की जाती हैं-

1. समग्र तथ्यों को संकलित करना।
2. कथा की काया की योजना बनाना एवं उसे लिखना।
3. आमुख लिखना।
4. परिच्छेदों का निर्धारण करना।
5. वक्ता के 'कथन' को अविकल रूप में प्रस्तुत करना।
6. सूत्रों के संकेत को उद्धृत करना।

कथा-काया की प्रस्तुति में ऐसा प्रयास होता है कि प्रथम अनुच्छेद में घटना की जानकारी हो जाय। पुनः घटना के उद्देश्य, उसकी प्रक्रिया, पृष्ठभूमि तथा प्रतिक्रिया को स्पष्ट करना चाहिए। तत्पश्चात् समाचार के पारस्परिक सम्बन्धों का उल्लेख होता है। एल० के० डिकर के अनुसार Information (सूचना), Intention (उद्देश्य), Method (प्रक्रिया, विधि), Administration (घटना की पृष्ठभूमि एवं प्रबन्ध) और Intercommunication (पारस्परिक संचार) से परिपूर्ण समाचार ही सुबोध और सुग्राह्य होता है। संक्षेप में इसे I.I.M.A.I. के रूप में जाना जाता है।

समाचार-लेखन में वही पत्रकार सफल माना जाता है जो भाषाविद् हो। सरल, प्रवाहपूर्ण, सुस्पष्ट और चटपटी भाषा में लिखित समाचार सर्वग्राह्य होता है। छोटे वाक्य, छोटे अनुच्छेद, स्वीकारात्मक भाव और जोशीली भाषा का प्रयोग कर कोई भी सुलेखक हो सकता है।

2.2.1 आमुख (इन्द्रो)

अंग्रेजी में 'Introduction' का लघु रूप 'Intro' है जिसे अमेरिकी पत्रकारिता में लीड (Lead) कहा जाता है। हिन्दी में 'आमुख' या 'मुखड़ा' इसका पर्याय है। 1880 ई० के पूर्व पत्रों में कालक्रम से घटना का विवरण दे दिया जाता था। सर्वप्रथम एडविन एल० शूमैन ने आमुख द्वारा आकर्षक समाचार-रचना पर ध्यान दिया। समाचार का पहला अनुच्छेद जिसमें संवाद का सार-सर्वस्व निहित हो, आमुख होता है। क्या, कहाँ, कब, किसने, क्यों और कैसे की तुलना

सीधे-सपाट और छोटे वाक्यों में पाने के लिए आमुख दिया जाता है। यह पूरे समाचार का प्रदर्शन कक्ष (Show-Window) है जिससे कथ्य का परिचय तो प्राप्त होता ही है, पाठकों को आकर्षित भी किया जाता है। आमुख तो समाचार-दुर्ग का प्रवेश-द्वार है।

आमुख-लेखन-इसके लिए निम्नस्थ प्रक्रियाएँ अपनायी जाती हैं-

1. संवाद के कब, क्या, कहाँ, कैसे, कौन और किसका की खोज।
2. आमुख में समाहित किये जाने वाले तथ्यों का निर्णय।
3. समाचार के मूल-तत्त्व का चयन।
4. मूल-तत्त्व एवं महत्वपूर्ण सूचनाओं की संक्षेप में प्रस्तुति।
5. आमुख की पूर्णता एवं सुस्पष्टता की जाँच।

सामान्यतः आमुख तथ्यात्मक और भावात्मक दो रूपों में बनते हैं। संवेदनशीलता की प्रबलता से भावात्मक, नहीं तो साधारणतः तथ्यात्मक आमुख लिखा जाता है। समाचारों की प्रकृति के अनुसार निम्नत् रूप में आमुख प्रस्तुत होते हैं-

1. **सारांश आमुख (Summary lead)**-समाचार का मूलभाव संक्षेप में प्रस्तुत किया जाता है।
2. **विस्तृत आमुख (Comprehensive lead)**-प्रमुख घटना से सम्बद्ध सभी बातों को लिखा जाता है। कभी-कभी दो-तीन अनुच्छेदों का प्रयोग हो जाता है।
3. **दुर्घटना आमुख (Accident lead)**-घटना सम्बन्धी आमुख में व्यक्तियों के नाम और अन्य विवरण सविस्तार लिखा जाता है।
4. **पंच आमुख (Punch lead)**-संवाद के सर्वाधिक महत्वपूर्ण घटना-क्रम को क्रमशः लिखा जाता है।
5. **आश्चर्यजनक आमुख (Astonisher lead)**-बिना विस्मयादिबोधक चिह्न का प्रयोग किये ही आश्चर्यजनक तथ्यों की प्रस्तुति होती है।

अंग्रेजी में कहावत है कि Well begun is half done अर्थात् यदि किसी चीज की शुरुआत ठीक हो गयी तो समझिये कि आधा काम हो गया। इंट्रो लिखने में भी इस बात का पूरा ध्यान रखना चाहिए। इंट्रो लिखते समय भाषा में सारगर्भिता एवं संक्षिप्तता का विशेष ध्यान रखना चाहिए। इंट्रो में समाचार का केन्द्र बिन्दु निश्चित तौर पर दिखाई पड़ जाना चाहिए। एक आदर्श इंट्रो के बारे में कोई नियम नहीं निर्धारित किया जा सकता पर ऐसी कोशिश करनी चाहिए कि वह आम पाठक को रुचिकर लगे और वह समाचार पढ़ने को मजबूर हो जाये।

इंट्रो लिखते समय समाचार की विषय-वस्तु को ध्यान में रखना बहुत ही जरूरी है। यदि समाचार दुखान्त है तो उसकी भाषा में चुलबुलापन नहीं आना चाहिए। ठीक इसी प्रकार किसी हास्य-व्यंग्य या मानवीय रुचि के समाचार का इंट्रो गम्भीर नहीं होना चाहिए। इंट्रो लिखते समय समाचार के वजन एवं काया का भी ध्यान रखना चाहिए। इंट्रो की सीमा दो-तीन वाक्य से पाँच-छह वाक्य तक होनी चाहिए। भारी भरकम इंट्रो अच्छा नहीं होता और वह त्वरित प्रभाव जमाने में भी असफल होता है।

2.3 व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग

2.3.1 स्वरूप विवेचन

व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग को विश्लेषणात्मक रिपोर्टिंग भी कहते हैं। यह समाचार के सभी पहलुओं को स्पष्ट करने की शोध परक विधा है। रिपोर्टिंग में व्याख्या अथवा विश्लेषण की प्रवृत्ति मुख्य रूप से 20वीं सदी में आरम्भ हुई। 20वीं सदी के आरम्भ से ही समाचारपत्रों की सामाजिक दायित्व की भावना का प्रदर्शन होने लगा था। द्वितीय विश्व युद्ध के पूर्व से ही फ्रांस में विश्लेषण रिपोर्टिंग का प्रचलन आरम्भ हो चुका था। विश्व में लोकतन्त्र की मजबूती और जनमत के निर्माण में समाचारपत्रों की बढ़ रही भूमिका के कारण व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग के विकास में गति आयी।

2.3.2 परिभाषा

संडे-न्यूयार्क टाइम के सम्पादक लेस्टर मार्केल (Lester Markel) ने व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग को स्पष्ट करते हुए कहा है कि “मेरी समझ में व्याख्या समाचार की गहरी समझ को स्पष्ट करना है। इसमें किसी घटना को अन्य घटनाओं से सन्दर्भित किया जाता है। यह समाचार में रंग, सम्पूर्ण वातावरण का समावेश, तथ्यों को अर्थ प्रदान करने वाले मानवीय कारक या संक्षेप में कहें तो तथ्यों की क्रमबद्ध प्रस्तुति और सबसे प्रमुख समाचार का अर्थ स्पष्टीकरण है।”

एक अन्य परिभाषा के अनुसार “व्याख्यात्मक अथवा विश्लेषणात्मक समाचार वह समाचार है जिसमें किसी तथ्य का विस्तृत विवेचन किया जाता है।” इसमें निम्नलिखित तथ्यों का विवेचन होता है—

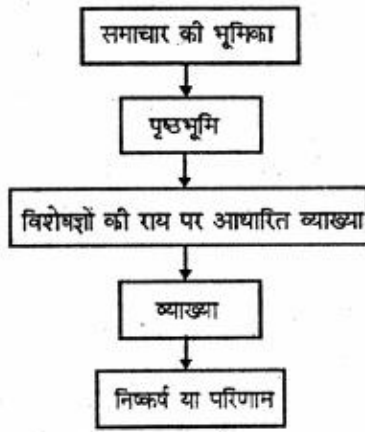
तात्कालिक कारण	-	घटना क्यों घटी?
पृष्ठभूमि	-	घटना का कारण क्या था?
प्रक्रिया	-	घटना कैसे घटित हुई?
निष्कर्ष	-	घटना का परिणाम क्या होगा?

उपर्युक्त परिभाषाओं से स्पष्ट है कि व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग में निम्नलिखित बातें अवश्य होनी चाहिए—

1. समाचार की गहन छानबीन
2. अन्य घटनाओं से उसका सम्बन्ध
3. वातावरण तथा मानवीय कारकों का समावेश

2.3.3 व्याख्यात्मक समाचार की संरचना

व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग में घटना की व्याख्या ‘क्यों’ को स्पष्ट करने के लिए की जानी चाहिए। पृष्ठभूमि का प्रयोग ‘क्या’ को स्पष्ट करने के लिए, समाचार के विकास का उपयोग सम्पूर्ण अर्थ स्पष्ट करने के लिए तथा समाचार का समापन निष्कर्ष के साथ किया जाना चाहिए। निष्कर्ष में घटना के भावी परिणाम की विवेचना रहती है। इसे निम्नलिखित रूप से स्पष्ट किया जा सकता है।



2.3.4 व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग की विशेषताएँ

व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग की निम्नलिखित प्रमुख विशेषताएँ होती हैं।

1. व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग में तथ्यों की परिपूर्णता होती है।
2. इतिहास (पृष्ठभूमि) और भविष्य (परिणाम) का गहन विश्लेषण होता है।
3. पत्रकार की रचनात्मक प्रवृत्ति की गहराई स्पष्ट होती है।
4. पत्रकारिता के सामाजिक दायित्व की पूर्ति होती है क्योंकि इसमें सूचना के सामाजिक, सांस्कृतिक, राजनीतिक और आर्थिक प्रभाव की विवेचना भी रहती है।
5. व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग में मानव कल्याण की भावना निहित होती है।
6. व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग पत्रकारिता को दीर्घ जीवन देने वाली विधा है।

इस प्रकार यह स्पष्ट है कि व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग न केवल सूचना के महत्त्व में वृद्धि करता है बल्कि किसी घटना को समझने और उसका परिणाम अथवा प्रभाव जानने में भी मदद करता है।

2.3.5 व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग में सावधानियाँ

व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग में पत्रकार को कुछ सावधानियाँ बरतनी होती हैं, जो निम्नलिखित हैं—

1. व्याख्यात्मक समाचार लेखन सम्पादकीय लेखन से भिन्न होता है। सम्पादकीय लेखन उपदेशात्मक या सुझावात्मक हो सकता है परन्तु व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग में केवल तथ्यों की व्याख्या की जाती है। इस बात का ध्यान रखना चाहिए।
2. वस्तुनिष्ठता निष्पक्ष समाचार की मूल विशेषता होती है, व्याख्या को विस्तार देते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए।
3. तथ्यों की व्याख्या तार्किक आधार पर की जानी चाहिए।
4. व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग में अपना विचार नहीं देना चाहिए।
5. व्याख्यात्मक आमुख से में मन्तव्य स्पष्ट होना चाहिए।
6. व्याख्या करते समय शब्दों अथवा वाक्यों के दुहराव से बचना चाहिए।
7. यथास्थान विशेषज्ञों के कथनों का प्रयोग अथवा कुछ प्रचलित काव्यखण्डों, शेर-ओ-शायरी का प्रयोग करना चाहिए।
8. घोषित स्रोतों का उल्लेख यथा स्थान करते रहना चाहिए।

2.4 अन्वेषणात्मक रिपोर्टिंग

एक जागरूक पत्रकार मात्र सूचना ही नहीं देता है, किसी घटना की इतिवृत्ति ही नहीं प्रस्तुत करता है बल्कि वह किसी सूचना, खबर की तह में प्रवेश कर रहस्यपूर्ण तथ्यों को उद्घाटित करता है। दबी हुई सच्चाइयों को उजागर करने एवं छिपाई जाने वाली घटनाओं के पर्दाफाश करने वाली शक्तिशाली विधा ही अन्वेषी पत्रकारिता है जिससे जनमानस चैतन्य होता है। अन्वेषी पत्रकारिता ऐसी मानसिक प्रक्रिया है जिसके द्वारा तथ्यों का संकलन, विकल्पों का विश्लेषण, तर्कयुक्त विचारों एवं पुष्ट निष्कर्षों का प्रस्तुतीकरण होता है।

अंग्रेजी का 'इन्वेस्टीगेट' शब्द लैटिन के 'वेस्टीजियम' से बना है जिसका अर्थ है 'पदचिह्न' अन्वेषी पत्रकार किसी सूचना की गहराई तक जाता है—उसके पदचिह्न पर आगे बढ़ते हुए—वह एक सफल शिकारी की भाँति अपने शिकार के पीछे पड़ा रहता है। 'काकचेष्टा' और 'बकध्यान' के सम्बल पर अध्ववसायी पत्रकार दूर की कौड़ी छान लेता है। अहर्निश जूझकर वह ऐसे तथ्यों को प्रकाशित करता है जिससे सभी भौचक्के हो जाते हैं।

पत्रकारिता में बहुचर्चित शब्द 'रिपोर्ट' है जिसका सामान्य अर्थ है शीघ्रता के साथ सही सूचना देना। सूक्ष्म विवेचन करने पर ज्ञात होता है कि 'रिपोर्टिंग' शब्द 'रिपोर्टेयर' से निकला है जिसका तात्पर्य है 'अन्य स्थान से कुछ पीछे ले जाना।' वास्तव में रिपोर्टिंग भी सूचना की गहराई में ले जाने का भाव व्यक्त करता है। अमेरिका के अन्वेषी पत्रकार बॉब ग्रीन ने अन्वेषणपरक रिपोर्टिंग में दो बातों पर बल दिया -

1. ऐसी महत्वपूर्ण सामग्री या जानकारी प्रकाशित करना जिसे निहित स्वार्थ वाले छिपाना चाहते हों।
2. जो अपनी स्वयं की खोज हो, पहले से जिसका रहस्योद्घाटन न हुआ हो।

अन्वेषी पत्रकारिता में गोपनीयता का वेधन होता है। इसमें ऐसी महत्वपूर्ण सूचनाएँ प्राप्त की जाती हैं जिसे सरकारी अथवा गैर-सरकारी संस्थाएँ गोपनीय रखना चाहती हैं।

अन्वेषी पत्रकारिता ऐसी सच्ची पत्रकारिता है जो समाजोपयोगी तथ्यों को पूर्ण निर्भीकता और निष्पक्षता के साथ प्रकाशित करती है। प्रसिद्ध यूनानी दार्शनिक सुकरात ने एक बार कहा था कि आवश्यक यह नहीं कि हम उत्तर दें, आवश्यक यह है कि हम सही सवाल करें। पत्रकारिता का कार्य यह बतलाना है कि सड़ाँध कहाँ से आ रही है और इसका पता पाने के लिए पत्रकारिता को जासूसी और वकालत का पर्याय बनना होगा। आधे-अधूरे, अप्रामाणिक तथ्यों, काल्पनिक सन्दर्भों, अधकचरी भेंट-वार्ताओं आदि के कारण पत्रकारिता कलंकित होती है। पत्रकारिता के दिव्य भाल पर लगे ऐसे धब्बे को मिटाने में अन्वेषी पत्रकारिता सक्षम है। यह एक ऐसी विशेषज्ञ पत्रकारिता है जो सामान्य पत्रकारिता की अपेक्षा अधिक श्रमसाध्य और व्ययसाध्य है। अन्वेषी पत्रकारिता द्वारा समसामयिक विषय, घटना तथा स्थिति का वैज्ञानिक ढंग से अध्ययन, सर्वेक्षण तथा निष्कर्ष-प्राप्ति होती है। भारतीय पत्रकारिता को समाजोन्मुखी एवं सत्योन्मुखी बनाने का वरेण्य माध्यम ही अन्वेषी पत्रकारिता है।

2.4.1 अन्वेषी के लक्ष्य रिपोर्टिंग

अन्वेषी पत्रकारिता कानून-व्यवस्था की त्रुटियों को प्रकाशित करती है तथा शासन को सुव्यवस्थित कर उसे लोकहितकारी बनाती है। भ्रष्ट तन्त्र को चौकन्ना बनाना, विपथगामी को सन्मार्ग पर लाना तथा असामाजिक तत्त्वों पर कड़ी नज़र रखना, ये सब कार्य अन्वेषी पत्रकारिता द्वारा ही सम्पादित हो सकते हैं। आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक और धार्मिक क्षेत्रों में परदे के अन्दर होने वाले कुकृत्यों, अन्यायों और दुराचारों का पर्दाफाश करके ही अन्वेषी पत्रकार समाज में स्वस्थ मानक स्थापित कर सकते हैं। अन्वेषी पत्रकारिता से पत्र की प्रतिष्ठा

बढ़ती है, उसका प्रसार बहुगुणित होता है तथा उसे अधिक विज्ञापन मिलता है। इस तरह पत्र को आर्थिक दृष्टि से पुष्ट बनाने में ऐसी पत्रकारिता वरेण्य होती है। सम्प्रति अन्वेषी पत्रकारिता ही पत्र-जगत् के लिए गौरव-प्रतीक है। पत्रकारिता के प्रति जन-जन में आस्था के भाव इसी के कारण हैं। लोकतन्त्र इसी से बल पाता है। सार्वजनिक सम्मान के साथ अर्थ-लाभ सुलभ कराने में अन्वेषी पत्रकारिता उल्लेख्य है।

सच्चा अन्वेषी पत्रकार उल्लू, कुत्ता, बिल्ली का पर्याय माना जा सकता है। उल्लू को अंधेरे में ही सूझता है। वह दिन में निष्क्रिय रहता है, रात में उसकी सक्रियता बढ़ जाती है। वस्तुतः प्रकाश में मौन रहकर अन्वेषी पत्रकार अंधेरे में उन तमाम घोटालों को अच्छी तरह से देख लेता है जिन पर किसी की नजर नहीं पड़ती। परदे के अन्दर अंधेरे में किये जा रहे कुकृत्यों को देखकर अन्वेषी पत्रकार व्यवस्था की कालिमा को उजागर करता है।

सदैव पीछे लगे रहना या कुत्ते का प्रकृति-प्रदत्त स्वभाव है। घटनाओं के पीछे लगे रहने वाले पत्रकार जरा-सी आहत पाकर चैतन्य हो जाते हैं, वांछित सूचना प्राप्त करने हेतु दुम डुलाते हैं और जैसे ही उन्हें सफलता मिलती है वे दुम दबा कर भाग जाते हैं। कुत्तों में घ्राण-शक्ति प्रबल होती है, अन्वेषी पत्रकार संवाद सूँघने में भी दक्ष होते हैं।

बिल्ली को मौसी कहा जाता है जो आत्मीयता का प्रतीक है। बिल्ली दबे पाँव आती है, शिकार करके भाग जाती है। अन्वेषी पत्रकार चोरी-छिपे आते हैं और गोपनीय समाचार उड़ा ले जाते हैं। ऐसे कार्य सम्पादित कर वे बिल्ली मौसी की भाँति सबके आत्मीय बन जाते हैं।

2.4.2 अन्वेषी रिपोर्टर के गुण

अन्वेषी पत्रकार धैर्य, एकाग्रचित्तता, साहस एवं निष्ठा की प्रतिभूर्ति होता है जिसकी थाती होती है निर्भीकता, विश्वसनीयता तथा विचार-स्वतन्त्रता। अनुशासन, आत्मसंयम और सौहार्द्रपूर्ण सहयोग के बल पर वह अपने लक्ष्य में सफल होता है। एक सफल पत्रकार एक सफल गुप्तचर है और कभी-कभी तो सिंहासन को झकझोर देता है। साम्प्रतिक पत्रकारिता में खबर व्यावसायिक उत्पाद (प्रोडक्ट) है जिनकी सीमा बेचने और खरीदने वालों के स्वार्थों के द्वारा निश्चित होती है। इसलिए आज पत्रकार का काम केवल खबर बेचना है तथा इसकी उपयोगिता तभी तक है जब तक वह खबरें बरामद कर सकें। खबरों को बरामद करने में पत्रकार समाज-विरोधी लोगों से साँठ-गाँठ करता है; भ्रष्ट नेताओं से सम्बन्ध रखता है ताकि घटनाओं का सुराग मिलता रहे। राजनेताओं और पत्रकारों के बीच साँप तथा नेवले का सम्बन्ध रहता है फिर भी वे एक ही तालाब में तैरते बत्खों के जोड़े सदृश हैं। झूठे प्रचार, अनर्गल धोखेबाजी और छद्म गुहार का सूक्ष्म निरीक्षण-परीक्षण कर अन्वेषी पत्रकार श्रीमान् सत्यवादी की यशस्वी भूमिका निभाता है।

अन्वेषी पत्रकारों में समाचार सूँघने और समाचार खोदने की अद्भुत क्षमता होती है। उसकी घ्राणशक्ति का सभी लोहा मानते हैं। गबन हो या भ्रष्टाचार, चोरी हो या डाका, जालसाजी हो या रिश्वतखोरी सभी की ओर उसकी दृष्टि दौड़ जाती है। उसके समाचार का आधार अन्धकार है। अन्धकार में ही सभी छद्मवेषी बनते हैं और अनधिकृत व्यवसाय में लगते हैं। अन्धकार में ही काले कारनामे होते हैं। अन्धकार दुष्कर्म और अनधिकृत कार्यों का आधार है जिस ओर पत्रकार की दृष्टि दौड़ जाती है। कभी जुए के अड्डे की ओर, कभी नकली नोट बनाने वाले गिरोह की ओर, कभी नवनिर्मित सेतु और बाँधों की दरार की ओर उसकी पैनी दृष्टि लगी रहती है। जेठ की दुपहरी हो या माघ की आधी रात, घोर वर्षा हो या घना कुहरा, समाचार की खोज में उसे निकल जाने में तनिक भी आलस्य नहीं। तमाम तनावों, संघर्षों और पारिवारिक परेशानियों के रहते हुए भी अन्वेषी पत्रकार समाचार की गंध लगते ही अजीब स्फूर्ति के साथ निकल पड़ता है, हवा में बाते करता है। सचमुच वह पवनसुत है, प्रेतात्मा है। विरोधाभासों का अनोखा संगम अन्वेषी पत्रकार होता है। योजनाओं के अरबों-खरबों के आँकड़े उसकी जुबान पर होते हैं परन्तु अपने चाय-सिगरेट का हिसाब वह भूल जाता है, अन्दर दकानदार उससे पैसे ऐंठ लेते हैं। वह

दूर की कौड़ी बीन लेता परन्तु अपने परिवार की बात नहीं जान पाता। वह पक्का योगी है लेकिन मन्त्रियों और सांसदों से प्रशंसा के कुछ शब्दों को सुनकर रजयोग का स्वप्न देखता रहता है।

अन्वेषी पत्रकार 'बोरडम', 'मोनोटनी', प्रिंसीपिटी जिन्दगी का आदी नहीं होता। वह भूत के आदर्शों की याद दिलाता है, वर्तमान को दोषमुक्त करता है। और भविष्य के आदर्श से परिपूर्ण बनने की चेष्टा करता है। वह नवीनता का साधक और मौलिकता का सर्जक होता है। प्रत्येक दिन नयी बात सोचता है, नयेपन की खोज करता है। वस्तुतः अन्वेषी पत्रकार नूतन कल्पना का 'ब्रह्मा', कल्याणकारी संस्थाओं का 'विष्णु', कुरीति, कालिमा, कदाचार, कुकृत्य और कल्मष का विध्वंसक एवं अन्तिम सत्य स्वरूप साक्षात् 'शिव' है। त्रिदेवात्मक अन्वेषी पत्रकार सदैव स्तुत्य है।

2.4.3 अन्वेषी रिपोर्टर तथा कानून

समाचारपत्र कोई ऐसा अभयारण्य नहीं है जहाँ छिप कर पत्रकार कानून-भंग करने के बाद भी सुरक्षित बचा रहे। एक सामान्य लेखक की अपेक्षा पत्रकार को कोई विशेषाधिकार प्राप्त नहीं होता। वह भी विधि-विधान, आचार-व्यवहार, लोक-मर्यादा की सीमाओं से बँधा है। अपने राष्ट्र का संविधान पत्रकारों के लिए स्वतन्त्रता की बात अलग से नहीं व्यक्त करता। सब नागरिकों को वाक्-स्वातंत्र्य और अभिव्यक्ति-स्वातंत्र्य का अधिकार है। यह स्वतन्त्रता स्वच्छन्दता या मनमानी का पर्याय नहीं है। वही व्यक्ति स्वतन्त्र है जो आत्मसंयमी और अनुशासित हो। वस्तुतः स्वतन्त्रता का मूल्य निरन्तर सावधानी है। एक अन्वेषी पत्रकार निम्नलिखित कानूनी पेचीदगियों को अच्छी तरह समझ कर लेखनी चलाता है—

1. अपमान लेख तथा मानहानि
2. न्यायालयों की अवमानना
3. संसदीय विशेषाधिकारों के प्रति दायित्व
4. कृति-स्वाम्य
5. सरकारी रहस्य अधिनियम
6. प्रेस सम्बन्धी कानून
7. शिष्टाचार और सदाचार की मर्यादा

प्रत्येक पत्रकार को Official Secret Act, 1923 की जानकारी होनी चाहिए जिसमें गुप्त सूचनाओं के अनुचित संचार को रोकने की व्यवस्था है। इस एक्ट के सेक्शन 3 के अनुसार वर्ज्य स्थान में जाना तथा उसका निरीक्षण करना बिल्कुल मना है। वहाँ का कोई स्केच, प्लान, मॉडल या चित्र लेना प्रतिबन्धित है। इसकी अवज्ञा करने पर जमानत भी नहीं होती जैसा कि Cr, PC की धारा 498 में प्राविधान है।

भारतीय दण्ड संहिता (1960) की धारा 499 मानहानि की स्थिति भी पत्रकारों हेतु माननीय है। इस धारा में मानहानि इस प्रकार परिभाषित है—

“यदि कोई व्यक्ति किसी के सम्बन्ध में कोई आरोप या लांछन लगाए या प्रकाशित करे और यह जानता हो या जानने की स्थिति में हो कि यह आरोप या लांछन उसकी प्रतिष्ठा को हानि पहुँचाएगा तो वह उस व्यक्ति की मान-हानि करता है।”

डिफेंस ऑफ इण्डिया एक्ट, सिविल डिफेंस, पब्लिक सेफ्टी, मेन्टीनेन्स ऑफ द पब्लिक ऑर्डर, मेन्टीनेन्स ऑफ इन्शाल सप्लाइ एण्ड सर्विसेज आदि विधि-विधानों पर गम्भीरतापूर्वक विचार करने के बाद ही अन्वेषी पत्रकारों को कहानी प्रकाशित करनी चाहिए। इण्डियन प्रेस (एमर्जेसी पॉवर्स) एक्ट 1931, फॉरेन रिलेशनस एक्ट 1932, इण्डियन पेनल कोड की धाराओं—124-A, 153-A, 153-B, 292, 293, 295-A, 500, 501, 502, 505 के अतिरिक्त

यंग पर्सन्स (हार्मफुल पब्लिकेशन्स), एक्ट '93 पर सम्यक् ध्यान देकर जमानत, प्रकाशन अवरोध एवं प्रेस की जब्ती जैसे दण्ड से बचा जा सकता है।

उपर्युक्त सभी विधि-विधानों में सत्य, सार्वजनिक हित और सद्भावना निहित है। किसी भी व्यक्ति, संस्था या समूह की प्रतिष्ठा पर आघात न हो, स्वार्थप्रेरित गलतबयानी न हो, गलतफहमी फैला कर समाचार को विचलित न किया जाय ऐसी ही अपेक्षा पत्रकारों से समाज को रहती है। यदि पत्रकार दुर्भावना से प्रेरित होकर कलम चलाने लगे तो वह सार्वजनिक हितों पर कुठाराघात करने लगता है। असत्य या अर्धसत्य का सहारा लेने वाला अन्वेषी पत्रकार न केवल कानून का दोषी है अपितु वह पावन पत्रकारिता की परम्परा का सत्यानाश करता है। कानून, निषेध, प्रतिबन्ध तो अश्लील, अवैध, अनुचित और आपत्तिजनक सूचनाओं के प्रकाशन को रोकते हैं। सामाजिक दायित्व की पूर्ति में अन्वेषी पत्रकार पूरी सत्यनिष्ठा, निर्भीकता, उत्तरदायी स्वातन्त्र्य और लोकसेवा की भावना के साथ विधि-विधानों का सम्यक् परिपालन करता है।

2.4.4 अन्वेषी रिपोटर और पुलिस

पुलिस एवं पत्रकारों की एक राशि है। दोनों एक-दूसरे के प्रेरक और पूरक हैं। पुलिस का कार्य अपराधों का अन्वेषण और अपराधियों को पकड़ना है जब कि पत्रकारों का कार्य अपराधों की जानकारी और पुलिस की कार्रवाई को जनता तक सम्प्रेषित करना है। पत्रकार चाहता है कि अपराध सम्बन्धी सभी तथ्यों को पुलिस बतला दे। पुलिस के समक्ष संकट उपस्थित रहता है कि वह पत्रकार को कितना बतलाए, क्या बतलाए ताकि भविष्य में जाँच-पड़ताल पर कोई बुरा असर न पड़े। पत्रकार गोपनीयता के पर्दे को हटाता है और पत्र पाठकों को वस्तुस्थिति की जानकारी देता है।

किसी भी व्यक्ति के व्यक्तिगत जीवन में झाँकने, हस्तक्षेप, करने, बिना अनुमति के फोटो खींचने, फोन टैप करने, डाक (पत्र) खोलने का अधिकार किसी पत्रकार को प्राप्त नहीं है लेकिन साधन सम्पन्न वर्ग की गोपनीयता का अधिकार सामान्य जन को सूचना के अधिकार से वंचित करता है। कुछ पत्रकारों की मान्यता है कि पुलिस संवेदन-शून्य, असामाजिक और पैसे की भूखी संस्था है। पुलिस की धारणा है कि पत्रकार पगड़ी उछालने और कीचड़ फेंकने वाले छुटभैये हैं। इसी दृष्टि-दोष के कारण पुलिस और पत्रकार तनावग्रस्त होते हैं। यदि उनमें मधुर सम्बन्ध स्थापित हों तो अपराध के संगीन मामले सरलता से पकड़ में आ जायें। कभी-कभी मिलीभगत के कारण अपराधों पर सदैव के लिए परदा डाला जा सकता है।

2.4.5 अन्वेषी रिपोटर तथा समाज

भारतीय प्रेस परिषद् ने खोजी पत्रकारिता के लिए कुछ दिशा-निर्देश जारी किए। खोजी पत्रकारिता के तीन मूल तत्त्वों का भी उल्लेख किया। ये हैं, एक तो यह संवाददाता का काम होना चाहिए, दो यह दूसरों की रिपोर्टिंग पर आधारित न हो तथा, खोज का विषय जनहित से जुड़ा होना चाहिए तथा ऐसा सत्य सामने लाना चाहिए जिसे जनता से छुपाने का प्रयास किया गया है। दरअसल अखबार उद्योग में आयी अभूतपूर्व तकनीकी क्रान्ति के साथ-साथ अखबारनवीसों के समक्ष दिनों-दिन नई चुनौतियाँ खड़ी होती जा रही हैं। इसके अलावा हमारे समाज में सफेदपोश आर्थिक अपराधों की संख्या भी बढ़ती जा रही है। ऐसे में एक आम पाठक अगर प्रतिदिन नई और खोजपूर्ण सूचनाएँ चाहता है तो इसे अस्वाभाविक नहीं माना जा सकता। खोजी पत्रकारिता के नाम पर पाठकों को मनगढ़ंत किन्तु रोचक सामग्री परोस दी जाती है। इसे पत्रकारिता और समाज के स्वस्थ विकास के लिए अच्छा नहीं माना जा सकता। इसलिए प्रेस परिषद् द्वारा खोजी पत्रकारिता के लिए जारी नए दिशा-निर्देश दूरगामी महत्त्व के साबित होंगे।

अन्वेषी पत्रकार समाज का सर्वाधिक सजग प्राणी है। समाज के प्रति उसकी बड़ी जिम्मेदारी है। प्रमाण और परिणाम का विचार रख कर ऐसा लिख सकता है जिससे पाठक सन्मार्ग पर चलते रहें, परदे के पीछे का व्यापार बन्द रहे तथा तमस मिटता रहे। अन्वेषी पत्रकार अपनी आत्मा की पुकार और मानव की व्यक्तिगत प्रतिष्ठा को ध्यान में रखकर समाचारों के अन्तस्तल में प्रवेश करता है एवं सत्य के अन्वेषण द्वारा जन-मानस का उन्नयन करता है।

अन्वेषी पत्रकार के लिए तीन बातों का महत्त्व है। पहली बात तो यह है कि उसे सम्पादक और प्रकाशक का विश्वास प्राप्त हो। दूसरी बात उसका सुपुष्ट सम्पर्क-सूत्र है। तीसरी बात है समाचार के स्रोत की गोपनीयता। इन तीनों के समन्वय से सत्य का प्रवक्ता बनता है। 'लॉस एंजेलिस टाइम्स' के ओटिस शैंडलर का मत है कि सत्य का सामाजिक मूल्य तो है ही फिर चाहे सत्य से किसी को चोट पहुँचे या उसकी आँच से झुलसे। आजकल के अन्वेषी पत्रकार विभिन्न विभागों की अँधेरी कोठरी में छिपे नर-कंकालों तक पहुँच जाते हैं, विभिन्न तथ्य उजागर करते हैं। भविष्य में वे गुप्तचर पत्रकारिता के उन्नायक माने जाएँगे। दिल्ली के एक अँग्रेजी दैनिक का संवाददाता मामूली अपराध करके तिहाड़ जेल चला गया और वहाँ से आकर उसने जेल के भीतर होने वाले अपराधों और वहाँ की अव्यवस्था का विशद वर्णन किया। ऐसा करके पत्रकार ने जेल में फैली अव्यवस्था को दूर करने में भारी योगदान किया।

भले ही कुछ लोग अन्वेषी पत्रकारिता को बकवास, धमाका या अटकलबाजी कह लें परन्तु 'हवा का रुख' और 'टुमारोज न्यूज टुडे' का अपना महत्त्व है। आज के अन्वेषी पत्रकार घटनाओं के सागर में अपने को डुबो देते हैं तथा अपने महाचेतन सामर्थ्य के बल पर वे घटनाओं के अन्तिम परिणाम को पहले ही भाँप लेते हैं।

2.5 अपराध रिपोर्टिंग

यदि सामाजिक व्यवस्था सुदृढ़ है, आर्थिक सम्पन्नता है, पारस्परिक सद्भाव है, सांस्कृतिक जागरूकता है और समाज में प्रेम, दया, करुणा आदि मानवीय गुणों को महत्त्व दिया जाता है तो अपराध की घटनाएँ कम होंगी। इसके विपरीत सामाजिक, अव्यवस्था, विपन्नता, और सांस्कृतिक चेतना शून्य समाज में अपराध बढ़ेंगे। अतः यह निर्विवाद रूप से कहा जा सकता है कि समाज में शान्ति और व्यवस्था बनाए रखने और आपराधिक प्रवृत्तियों पर अंकुश रखने के लिए एक व्यवस्थित, सुसंस्कृत और जागरूक सामाजिक संरचना बहुत ही आवश्यक है।

वैसे प्रत्येक समाज में सहयोग, संघर्ष तथा विघटन की प्रक्रियाएँ साथ-साथ चलती रहती हैं। सामाजिक संरचना का निर्माण करने वाले बहुत से व्यक्ति तथा समूह जहाँ अपनी लम्बी सेवाओं तथा अनुभवों के द्वारा सामाजिक जीवन को व्यवस्थित बनाने का प्रयत्न करते हैं वहीं बहुत से व्यक्ति अपने निजी स्वार्थों अथवा दोषपूर्ण मनोवृत्तियों के कारण सामाजिक व्यवस्था को छिन्न-भिन्न करने में तनिक भी संकोच नहीं करते। साधारण भाषा में इन्हीं समाज विरोधी तथा जन-कल्याण के विरुद्ध किये जाने वाले आचरणों को अपराध कहते हैं किन्तु विधिक रूप से अपराध वह है जिसको कानून द्वारा अपराध घोषित किया गया हो। जो कार्य कानून की दृष्टि में अपराध नहीं है उसे अपराध नहीं कहा जा सकता। समाचार रिपोर्टिंग के लिए भी अपराध वही है जिन्हें कानून द्वारा अपराध ठहराया गया हो।

अपराध रिपोर्टिंग में सही घटना के तथ्यात्मक चित्रण में भी पत्रकारों से संयम की अपेक्षा की जाती है। हत्या, बलात्कार और उसी प्रकार की अन्य जघन्य अपराध की घटनाओं के विषय के सनसनीखेज प्रकाशन से पाठकों में पढ़ने की रुचि भले ही बढ़े लेकिन इसका समाज एवं कच्ची उम्र के लोगों पर भयंकर दुष्प्रभाव पड़ता है। इस प्रकार के सनसनीखेज अपराधों के प्रचार-प्रसार से समाज में अपराध वृत्ति बढ़ती है एवं तज्जनित समस्याओं से समाज परेशान होता है।

कानूनी दृष्टि से भारत में अपराध तीन प्रकार के हैं-

1. भारतीय दण्ड संहिता (Indian Penal Code) द्वारा दण्डनीय अपराध जैसे-हत्या, लूट, अपहरण मानहानि आदि।
2. दण्ड प्रक्रिया संहिता (Criminal Procedure Code) द्वारा दण्डनीय अपराध जैसे दुर्व्यवहार, शान्तिभंग करना आदि।
3. स्थानीय और विशिष्ट कानूनों द्वारा दण्डनीय अपराध जैसे-उस स्थान/राज्य में शराब पीना अपराध है जहाँ पूर्ण नशाबंदी लागू है जबकि यही कृत्य अन्य स्थानों/राज्यों में अपराध नहीं है।

आजकल समाचारपत्र अपराध समाचारों से भरे रहते हैं। इसका मुख्य कारण है कि पाठक की रुचि अपराध समाचारों में बहुत अधिक होती है। वह अपने आस-पास में घटित हो रही आपराधिक घटनाओं को जानना चाहता है। टीवी और सिनेमा में दिखाये जाने वाले विभिन्न प्रकार के अपराधों का प्रभाव भी अपराध के बढ़ने में सहायक हो रहा है। अपराध के नये-नये तरीकों को देखकर अपराधी उनका इस्तेमाल कर रहे हैं। हत्या, डकैती, बलात्कार, उत्पीड़न आदि के नये-नये हथकंडे इस्तेमाल कर रहे हैं। भोग-विलास की बढ़ती, प्रवृत्ति के कारण यौन अपराध, घूसखोरी, कमीशनखोरी तथा अपहरण जैसे कुकृत्य बढ़ रहे हैं।

2.5.1 अपराध रिपोर्टिंग और प्रेस

प्रेस की भूमिका इस मामले में बहुत महत्व रखती है। एक जिम्मेदार प्रेस अपने समाचारों की प्रस्तुति से समाज में सदगुणों को बढ़ावा देता है और लोगों में जागरूकता फैलाता है। विकासशील लोकतान्त्रिक देशों में प्रेस का महत्व इसीलिए बहुत अधिक माना जाता है। इसीलिए पुराने मनीषियों ने पत्रकारिता का उद्देश्य और संकल्प सामाजिक योगक्षेम माना है। आपराधिक समाचारों की प्रस्तुति में इन बातों का विशेष ध्यान रखना चाहिए।

यद्यपि प्रेस सही अर्थों में सामाजिक दर्पण की भूमिका निभाता है फिर भी इसको अपनी इस भूमिका के निर्वाह में सामाजिक जिम्मेदारियों के आदर्श को सम्मुख रखना चाहिए। समाचारों की प्रस्तुति में सदैव इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि ऐसी घटना, ऐसे सत्य को जो विभिन्न जातियों, समुदायों एवं सम्प्रदायों में विद्वेष फैलाए, साम्प्रदायिकता को हवा दे, जनता एवं राष्ट्र के हितों के प्रतिकूल हो, अधिक न उभारा जाए। आदर्श पत्रकारिता अतीत के परिप्रेक्ष्य में वर्तमान पीढ़ी को भविष्य के लिए तैयार करती है। वर्तमान समस्याओं के विभिन्न पक्षों पर प्रकाश डालकर वर्तमान पीढ़ी को उन पर सोचने, समझने एवं समाधान प्रस्तुत करने के लिए अनुप्रेरित करती है।

कानूनी और तकनीकी दृष्टि से तो हर छोटा-मोटा अपराध भी अपराध ही होता है पर सभी अपराध समाचार नहीं बनते। वही अपराध समाचार बनते हैं जिनमें कुछ खास बात हो अर्थात् जिनमें समाचार मूल्य हो। उदाहरण के लिए छोटे-मोटे झगड़े और विवाद समाचार नहीं बनते किन्तु इन्हीं झगड़ों का रूप जब भयावह रूप धारण कर लेता है और कोई हादसा, जैसे मृत्यु हो जाता है तो वह समाचार बन जाता है। इसी प्रकार आपसी विवाद जब जातीय अथवा साम्प्रदायिक संघर्षों का रूप ले लेता है तो वह भी समाचार बन जाता है। कहने का तात्पर्य यह है कि सभी अपराधों को समाचार का रूप देना न तो उचित होता है और न ही व्यावहारिक। जब अपराध में समाचार-मूल्य दिखायी दे तभी उसे समाचार बनाना चाहिए।

2.5.2 अपराध समाचार लेखन

अन्य समाचारों की तरह ही अपराध समाचारों को भी लिखा जाता है किन्तु अपराध समाचारों के लेखन में यह सावधानी जरूर बरतनी चाहिए जिससे आपराधिक प्रवृत्ति पर रोक लगे न कि उसमें वृद्धि हो। अपराधी को कभी भी 'हीरो' की तरह नहीं प्रस्तुत करना चाहिए।

साम्प्रदायिक और जातीय संघर्षों के समाचार लेखन में इस बात का बहुत ध्यान देना चाहिए कि समाचार पढ़कर उत्तेजना न फैले और न ही भय का वातावरण बने। उसकी प्रस्तुति कुछ इस प्रकार की जाय कि इन कृत्यों में लगे लोगों के मन में पश्चाताप और मानवीय भावनाओं का उद्रेक हो जिससे वे ऐसे कृत्यों से स्वयं विरत हों जायें। एक अच्छा अपराध रिपोर्टर अपनी लेखन से अपराध रोकने में सहायक होता है न उसे बढ़ावा देने में।

अपराध रिपोर्टर को अपराध समाचारों के लेखन से पहले उसकी पुष्टि अवश्य कर लेनी चाहिए। सूत्र चाहे कितना ही विश्वसनीय क्यों न हो लेकिन समाचार के विषय में छानबीन अवश्य करनी चाहिए नहीं तो समाचार के साथ न्याय नहीं हो सकता। बिना छान-बीन किये समाचार देने में कानूनी फसंत भी हो सकती है। यदि कानूनी फसंत न भी हो तो भी समाचार के एक पक्षीय होने से बचने के लिए इसकी छान-बीन आवश्यक है।

अपराध समाचारों के लेखन में भुक्तभोगी व्यक्ति से मिलकर वास्तविकता जानने की कोशिश करनी चाहिए। प्रत्यक्षदर्शियों का कथन, यहाँ तक कि अफवाहों में तैरते अपराध सूत्रों का भी हवाला देना चाहिए। कभी-कभी वारदात की सच्चाई का तत्काल पता नहीं चलता और प्रथम दृष्ट्या वह समझ में भी नहीं आता पर अफवाहों और जन चर्चाओं में वह विद्यमान होता है। अपराध और अपराधी का भंडा फोड़ने में ये अफवाहें और जनचर्चाएँ भी बहुत काम आती हैं अतः इनका उल्लेख भी यथास्थान कर देना उचित रहता है।

अपराध समाचारों में घटनास्थल का विवरण, अपराध का समय, पुलिस की भूमिका, अपराध का उद्देश्य, पूर्व नियोजित अथवा आकस्मिक आदि बातों का उल्लेख आवश्यक होता है। यदि हत्या जैसा अपराध है तो मृतक की पहचान अथवा हुलिया, हत्या का तरीका जैसी बातों का उल्लेख जरूरी है। चोरी के समाचारों में चोरी का तरीका, चुरायी गयी वस्तुओं का विवरण, प्रभावित व्यक्तियों की स्थिति, चोरी की पृष्ठभूमि जैसी बातें होनी आवश्यक है। डकैती के समाचारों में क्षेत्रीय पुलिस की भूमिका का विश्लेषण आवश्यक है। यदि डकैती के प्रतिरोध में कुछ लोगों ने हिम्मत दिखायी है तो उसका वर्णन भी होना चाहिए क्योंकि किसी भी गिरोहबंद अपराध के खिलाफ पुलिस ही नहीं जनता को भी लड़ना चाहिए और इस लड़ाई को प्रोत्साहन भी मिलना चाहिए ताकि लोगों का हौसला बुलन्द रहे।

बलात्कार जैसे अपराधों में पीड़ित महिला का नाम तब तक तो नहीं ही दिया जाना चाहिए जब तक उस महिला ने इस बात पर खुलकर कोई सार्वजनिक बयान न दिया हो। भारतीय समाज में बलात्कार की शिकार महिलाओं की स्थिति बहुत नाजुक हो जाती है। रिपोर्टर को इसका ध्यान रखना चाहिए।

साम्प्रदायिक दंगों के समाचार बहुत संवेदनशील होते हैं। इसमें संघर्षरत सम्प्रदायों का सीधे नाम देना अक्सर उचित नहीं होता। इससे उत्तेजना फैलती है और दंगा अन्यत्र भी भड़कने की आशंका रहती है। रिपोर्टर को अपनी लेखनी का प्रयोग दंगा जैसी सामाजिक बीमारी को दूर करने के लिए करनी चाहिए न कि उसे बढ़ाने के लिए।

अपराध समाचारों में अपराध स्वीकृति की खबर को देते समय सावधानी बरतनी चाहिए। अदालत से बाहर किसी स्वीकृत का कोई मतलब नहीं होता। ऐसा सम्भव है कि अपराध स्वीकृति की खबर देने वाले संवाददाता को अदालत गवाही के लिए तलब कर ले। ऐसी स्थिति में संवाददाता अनावश्यक लफड़े में फँस सकता है। अतः लिखित स्वीकृति के अभाव में इसे साफ-साफ लिखने से बचना चाहिए।

2.5.3 अपराध समाचारों के स्रोत

अपराध समाचारों के निम्नलिखित स्रोत होते हैं।

1. **पुलिस**—पुलिस विभाग अपराध समाचारों का सबसे प्रमुख स्रोत है। पुलिस विभाग

का काम ही अपराधों का रोक-थाम करना, उनका पता लगाना एवं सम्बन्धित लोगों को न्यायपालिका से दण्डित करना है। यही कारण है कि अपराध संवाददाताओं का पुलिस विभाग से निकट का सम्बन्ध होता है।

जिला स्तर पर पुलिस अधीक्षक, उपपुलिस अधीक्षक, ग्रामीण पुलिस अधीक्षक, सर्किल इंस्पेक्टर और थानों के स्तर पर थानाध्यक्ष, पुलिस का भ्रष्टाचार निरोधक अन्वेषण विभाग आदि आपराधिक समाचारों के स्रोत हैं। बड़े शहरों में पुलिस नियन्त्रण-कक्ष भी होते हैं जहाँ से दिन भर की आपराधिक घटनाओं का विवरण मिल जाता है। पुलिस विभाग में अच्छी पैठ बनाकर अधिकांश अपराध समाचारों को प्राप्त किया जा सकता है।

2. **अस्पताल**—आपराधिक घटनाओं से प्रभावित लोग ही नहीं बल्कि अपराधी भी अस्पतालों की शरण लेते हैं। अतएव अपराध की रिपोर्टिंग करने वाले संवाददाताओं को चाहिए कि वे सरकारी अस्पतालों के साथ ही सभी अच्छे अस्पतालों में अपना सम्पर्क सूत्र बनायें, जिससे समाचार आसानी से मिल सकें।
3. **पोस्टमार्टम स्थल**—आपराधिक कारणों से हुई मौत का पोस्टमार्टम करना प्रायः अनिवार्य होता है। इस कारण पोस्टमार्टम स्थल भी अपराध की घटनाओं की जानकारी के लिए महत्वपूर्ण स्रोत हैं।
4. **कचहरी**—कचहरी एक ऐसा स्थान है जहाँ अपराध की घटनाओं पर न्याय पाने के लिए पक्ष-विपक्ष आता है। पुलिस भी सारे मामलों को न्यायपीठ के सामने लाती है। अपराध संवाददाताओं को कचहरी में भी अपने सूत्र को मजबूत रखना चाहिए।
5. **वेश्यालय**—वेश्यावृत्ति बहुत पुरानी समस्या है। वेश्यालयों, कोठों और इनसे सम्बन्धित मुहल्लों में यौनाचार ही नहीं होता बल्कि कुछ हद तक अन्य अवैध काम भी होते हैं। अपराध संवाददाताओं को यहाँ भी सतर्क नजर रखनी चाहिए।
6. **अफवाहें**—न्याय मीमांसा में कहा गया है कि बिना आग के धुआं नहीं होता अर्थात् धुआँ के लिए आग का होना अनिवार्य है। इसी तरह अफवाहें भी प्रायः निर्मूल नहीं होतीं। इसलिए किसी अफवाह के उड़ने पर संवाददाता को चाहिए कि वह उसके मूल का पता लगाए। हो सकता है कि अफवाह के मूल में कोई बड़ी खबर छिपी हो। अपराध समाचारों के लिए अफवाहें बहुत काम की चीज होती हैं।
7. **निजी सूत्र**—अन्य समाचारों की तरह अपराध के समाचार भी निजी सूत्रों से मिल जाते हैं। अपराध सम्बन्धी समाचारों के लिए थाने के दलालों, मुखबीरों और वकीलों आदि को इस क्षेत्र में अपना निजी सूत्र बनाना चाहिए। स्वयं अपराधी भी कभी-कभी अपने प्रतिद्वन्दी गुटों को कानूनी शिकंजे में फँसाने के लिए अपराध की घटनाओं का पर्दाफाश करते हैं क्योंकि अपने प्रतिद्वन्दी के फँस जाने से उन्हें अपराध जगत् में हाथ-पाँव फैलाने की ज्यादा जगह मिलने लगती है। अतः अपराध संवाददाता अपने काम के लिए कुछ सीमा तक आपराधियों से भी सम्बन्ध रख सकते हैं। हाँ, संवाददाता को उनकी गलत गतिविधियों से कोई सरोकार नहीं रखना चाहिए।
8. **विज्ञप्तियाँ**—पुलिस प्रशासन, सीमा शुल्क, उत्पाद शुल्क, आयकर, बिक्रीकर आदि जैसे विभागों द्वारा जारी विज्ञप्तियों से अपराध के समाचारों की जानकारी हो जाती है पर इनसे पूरी जानकारी नहीं मिलती। इनसे समाचार के एक पहलू की ही जानकारी मिलती है क्योंकि विज्ञप्ति जारी करने वाला अपने हितों एवं सीमाओं का हमेशा ध्यान रखता है। संवाददाता को इन्हें केवल सूचना का आधार मानकर विशेष जाँच-पड़ताल करनी चाहिए तभी अच्छा समाचार बन सकता है। ऐसा भी

2.6 सारांश

इस इकाई में आपने रिपोर्टिंग की विविध विधाओं में से प्रमुख व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग, अन्वेषणात्मक रिपोर्टिंग और अपराध रिपोर्टिंग का विस्तार से अध्ययन किया। रिपोर्टिंग की इन विधाओं में सावधानी, इनकी विशेषताएँ एवं इनके विविध आयामों की व्याख्या इस इकाई में की गई है।

2.7 सन्दर्भ ग्रन्थ

1. आधुनिक पत्रकारिता-डॉ० अर्जुन तिवारी
2. जन माध्यम और पत्रकारिता-प्रवीण दीक्षित
3. जनसंचार और हिन्दी पत्रकारिता-डॉ० अर्जुन तिवारी

2.8 शब्दावली

रिपोर्टिंग	-	समाचार लेखन
विश्लेषण	-	जाँचना-परखना
अन्वेषण	-	खोज, शोध करना
आमुख	-	समाचार का प्रथमांश
विपथगामी	-	गलत रास्ते पर चलने वाला

2.9 प्रश्नावली

2.9.1 लघु उत्तरीय प्रश्न

1. व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग की विशेषताएँ बताएँ।
2. अन्वेषी रिपोर्टर के क्या गुण होने चाहिएँ?
3. अन्वेषी रिपोर्टर तथा कानून का क्या सम्बन्ध है?
4. अपराध समाचार के स्रोत स्पष्ट करें।
5. अपराध किसे कहते हैं?

2.9.2 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. रिपोर्टिंग क्या है? व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग की प्रमुख विशेषताएँ स्पष्ट करें।
2. व्याख्यात्मक और अन्वेषणात्मक रिपोर्टिंग में क्या अन्तर है?
3. अपराध रिपोर्टिंग क्या है? अन्वेषणात्मक रिपोर्टिंग से यह किस प्रकार भिन्न है?
4. व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग की विशेषताएँ स्पष्ट करते हुए इसमें बरते जाने वाली सावधानियों को स्पष्ट करें।
5. अपराध रिपोर्टिंग और अन्वेषणात्मक रिपोर्टिंग पर एक समीक्षात्मक टिप्पणी लिखिए।

1.9.3 वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग को परिभाषित करने वाले लेस्टर मार्केल का सम्बन्ध किस समाचारपत्र से था?
क. न्यूयार्क वीकली, ख. वाशिंगटन पोस्ट,
ग. द डान, घ. संडे न्यूयार्क टाइम्स।
2. समाचार का प्रदर्शन कक्ष किसे कहते हैं?
क. शीर्षक, ख. कहानी,
ग. आमुख, घ. घटनाचक्र।
3. मानहानि का सम्बन्ध भारतीय दण्ड संहिता की किस धारा से है?
क. 498 ख. 399,
ग. 398, घ. 499
4. आफीशियल सीक्रेट एक्ट कब पारित हुआ था?
क. 1923, ख. 1922,
ग. 1924, घ. 1921
5. इनमें से कौन अपराध समाचार का स्रोत नहीं है?
क. भारतीय दण्ड संहिता, ख. अस्पताल,
ग. न्यायालय, घ. विज्ञप्तियाँ।

2.9.4 वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

- 1 - घ
- 2 - ग
- 3 - घ
- 4 - क
- 5 - क

इकाई - 3 संवाददाता सम्मेलन और साक्षात्कार

इकाई की रूपरेखा

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 संवाददाता
 - 3.2.1 संवाददाता की योग्यता
 - 3.2.2 संवाददाता के विविध स्वरूप
- 3.3 विशेष संवाददाता
- 3.4 युद्ध संवाददाता
- 3.5 संवाददाता सम्मेलन
 - 3.5.1 संवाददाता सम्मेलन हेतु तैयारी
 - 3.5.2 संवाददाता सम्मेलन में सावधानी
- 3.6 साक्षात्कार, अर्थ, महत्त्व
 - 3.6.1 साक्षात्कार के प्रकार
 - 3.6.2 साक्षात्कार हेतु तैयारी
 - 3.6.3 साक्षात्कार में सावधानी
 - 3.6.4 अनुसूची एवं प्रश्नावली
- 3.7 संवाददाता सम्मेलन और साक्षात्कार में अन्तर
- 3.8 सारांश
- 3.9 शब्दावली
- 3.10 सन्दर्भ
- 3.11 प्रश्नावली

3.0 उद्देश्य

इस इकाई का लक्ष्य छात्रों को संवाददाता, प्रेस कॉन्फ्रेंस और साक्षात्कार के बारे में विस्तार से जानकारी देना है। इसके अध्ययन से आप निम्नलिखित बातें जान सकेंगे।

- संवाददाता के गुण, योग्यता और महत्त्व
- संवाददाता के प्रकार
- संवाददाता सम्मेलन की महत्ता
- साक्षात्कार एवं उसकी उपयोगिता

3.1 प्रस्तावना

इस इकाई में संवाददाता की उपयोगिता स्पष्ट की गई है। संवाददाता चारों तरफ से समाचार, संकलित करके समाचारपत्र तक पहुँचाते हैं जहाँ महत्त्व के आधार पर विश्लेषण करके

बसका प्रकाशन किया जाता है। संवाददाता सम्मेलन किसी व्यक्ति, दल अथवा संस्था द्वारा अपनी बात जनता तक पहुँचाने का सरल और उचित माध्यम है, इसकी विस्तृत चर्चा इस इकाई में की गई है।

साक्षात्कार तथ्य संकलन का महत्वपूर्ण जरिया होता है। साक्षात्कार हेतु संवाददाता को कई प्रकार की तैयारी करनी होती है, कुछ उपकरणों जैसे अनुसूची, प्रश्नावली आदि का निर्माण करना होता है और इन सबमें कुछ सावधानियाँ भी अपेक्षित होती हैं। इन सब बातों का विस्तृत विवेचन इस इकाई में किया गया है।

3.2 संवाददाता-अर्थ, महत्त्व

समाचारों से सम्बन्धित जन माध्यमों-दैनिक तथा साप्ताहिक समाचार पत्र-पत्रिकाओं, समाचार और फीचर एजेंसियों, रेडियो, टेलीविजन आदि के लिए समाचार संकलित करके भेजने वालों को संवाददाता कहते हैं। संवाददाताओं का काम कार्यालय से बाहर ही होता है। किसी-किसी समाचार कक्ष में मुख्य संवाददाता भी विशेष घटनाओं तथा कार्यक्रमों की रिपोर्टिंग के लिए कार्यालय से बाहर जाता है। सामान्य रूप से मुख्य संवाददाता कार्यालय में ही रहता और अपने सहयोगी संवाददाताओं के लिए कार्य निर्धारित करता है। जो संवाददाता स्थानीय समाचारों की रिपोर्टिंग के लिए नियुक्त किए जाते हैं उन्हें नगर संवाददाता (City Reporter) और जो बाहर रह कर डाक-तार या टेलीफोन से अपने कार्यालय को समाचार भेजते हैं उन्हें संवाददाता (Correspondent) कहते हैं। जो संवाददाता अपने कार्यालय में नियमित वेतन भोगी कर्मचारी न होते हुए भी समाचार भेजते हैं उन्हें अंशकालिक संवाददाता (Part time Correspondent) या संदेश वाहक कहते हैं। ये कई-कई समाचार पत्रों को समाचार भेजते हैं जिसके रिटेनर (Stringer) के रूप में प्रति समाचार या कालम की दर से इन्हें पारिश्रमिक दिया जाता है।

समाचार प्रधान जन माध्यम के संवाददाताओं की भी विशेष महत्वपूर्ण भूमिका होती है। जिस जनमाध्यम में जितने विशिष्ट संवाददाता होते हैं उस जनमाध्यम की उतनी ही अधिक लोकप्रियता होती है। संवाददाता का सीधा सम्पर्क जनता के विभिन्न वर्गों के साथ होता है इसलिए कार्यालयों की परिधि में काम करने वाले पत्रकारों की तुलना में संवाददाता को अधिक महत्त्व प्राप्त रहता है। कार्यालयों में काम करने वाले पत्रकारों के प्रतिदिन के कार्य की एक समय सीमा होती है। उसी समय सीमा में रह कर वे अपना कार्य करते हैं और प्रायः तनाव से मुक्त रहते हैं किन्तु कार्यालय के बाहर रहकर समाचार संकलन करने वाले संवाददाता को रात-दिन के चौबीसों घण्टों अपने कर्तव्य के प्रति जागरूक रहना पड़ता है। जिस प्रकार पुलिस के सिपाही और सेना के जवान हर समय अपने कर्तव्य स्थल पर जाने के लिए कमर कसे तैयार रहते हैं, उसी प्रकार जन माध्यमों के संवाददाता भी हर समय, प्रत्येक दशा में अपने कर्तव्य पथ पर चलने के लिए तैयार रहते हैं। पत्रकार मोरिस फेर्गेंस के अनुसार संवाददाता का कार्य समाचार को शीघ्रता से एकत्र करना, स्पष्टता के साथ व्याख्या (Interpret) करना तथा शुद्धता (Accuracy) के साथ उसे समझ में आने या जानने योग्य बनाना है। संवाददाता का समस्त क्रिया-कलाप इन्हीं तीन मुख्य स्तम्भों पर आधारित होता है। यह कार्य इतना सरल नहीं होता जैसा कि ऊपर से दिखाई देता है। संवाददाता को एक जासूस के समान अच्छे गुणों की आवश्यकता पड़ती है तथा एक मनोवैज्ञानिक के गुणों को भी आवश्यकता पड़ती है जिससे कि वह मनुष्यों से मिल कर उससे सार तत्त्व निकाल सके और उसमें एक विधि वेत्ता के गुणों का होना भी अनिवार्य है, जिससे कि तथ्यों से तर्क पूर्ण अनुमान निकल सके। संवाददाता प्रतिभा से अपने में कुछ विशेष विचार प्रक्रियाओं का विकास करता है। मोरिसफेर्गेंस ने नए संवाददाताओं को सावधान करते हुए आगे यह भी

कहा है कि वे अपने मूल-भूत कच्चे माल (समाचार) के महत्त्व को समझने का प्रयास करें, क्योंकि इसके बिना एक 'अफवाह' भी 'दंगे' का रूप धारण कर लेती है। इसके साथ ही भ्रम, अनिश्चितता तथा खराबी भी उत्पन्न हो सकती है। अकुशल हाथों में तो यह समाचार डाइनामाइट से भी ज्यादा खतरनाक हो सकता है।

3.2.1 संवाददाता की योग्यताएँ

कोई भी व्यक्ति जन्मजात पत्रकार नहीं होता। पत्रकार या संवाददाता के लिए अपेक्षित योग्यताएँ भी निरन्तर अध्ययन, अभ्यास से ही विकसित होती हैं। जो संवाददाता अपने कार्य-क्षेत्र की ऐतिहासिक और भौगोलिक स्थिति का ज्ञान नहीं रखता, जिसे अपने क्षेत्र के हर सार्वजनिक स्थानों, मार्गों, उद्योगों, अधिकारियों, प्रतिनिधियों, राजनीतिक दलों, कलाकारों, साहित्यकारों आदि से परिचय नहीं होता, वह अपना कार्य ठीक से नहीं कर सकता। कुछ ऐसी प्रारम्भिक योग्यताएँ भी संवाददाता में अवश्य होनी चाहिएँ जो उसकी उन्नति तथा पत्रकारोचित कर्तव्य पालन में सहायक सिद्ध होती हैं। सामान्यतः किसी व्यक्ति को संवाददाता के रूप में सफलता के सोपान तक पहुँचाने में निम्न योग्यताएँ उपयोगी हो सकती हैं -

- (1) **कार्य के प्रति अटल उत्सुकता** : जिस संवाददाता में समाचार संकलन और लेखन कार्य के प्रति आरम्भ से ही अटल उत्सुकता का भाव नहीं होता वह परिस्थितिवश कुछ समय के लिए संवाददाता का कार्य भले ही करने लगे, किन्तु ऐसे लोगों को जब शारीरिक और मानसिक दृष्टि से थका देने वाले कार्य से पाला पड़ता है तो बीच में ही काम छोड़ कर चले जाते हैं। इससे स्पष्ट है कि संवाददाता वही बन सकता है जो अपनी दृढ़ संकल्प शक्ति को लेकर इस कार्य क्षेत्र में आता है। यदि कार्य के प्रति अटल उत्सुकता न हो या ऐसे व्यक्ति को चाहे वह कितना ही योग्य क्यों न हो, उसे संवाददाता का कार्य नहीं दिया जा सकता।
- (2) **शारीरिक और मानसिक स्वस्थता** : संवाददाता को अपने कर्तव्य पालन के लिए बिना किसी शर्त के सदैव तत्पर रहना पड़ता है। संवाददाता को किसी भी समय आँधी, पानी, तूफान की स्थिति में भी कार्यालय से बाहर काम पर जाना पड़ सकता है। ऐसी स्थिति में यदि वह शारीरिक दृष्टि से मजबूत और मानसिक दृष्टि से पूर्ण सक्षम नहीं है तो समाचार संकलन और लेखन का काम नहीं कर सकता।
- (3) **अनन्त जिज्ञासा वृत्ति** : संवाददाता की अनन्त जिज्ञासा ही उसे हर समय कुछ-न-कुछ जानने और खोजने के लिए प्रेरित करती है। इस जिज्ञासा भावना के कारण ही वह अनेक नये-नये क्षेत्रों में निर्मयता और आत्म-विश्वास के साथ प्रवेश करता है और अपने कर्तव्य का पालन करता है।
- (4) **समाचार तत्त्व की समझ** : समाचार तत्त्व को समझने और पहचानने वाले संवाददाता को किसी 'तिल' की ओट में छिपे पहाड़ को भी खोज निकालने में कोई कठिनाई नहीं होती। समाचार-तत्त्व को समझे बिना लिखा गया कोई भी विवरण चाहे कितना ही बड़ा क्यों न हो उसका कोई महत्त्व नहीं होता। यदि समाचार तत्त्व हो, और उसे केवल दो-चार पंक्तियों में ही लिखा गया तो तब भी संवाददाता का श्रम सफल हो जाता है।
- (5) **भाषा पर अधिकार** : संवाददाता को अपनी भाषा पर भी पूरा-पूरा अधिकार होना चाहिए। यदि भाषा का भण्डार न हो तो समाचार तत्त्व की समझ होते हुए भी उसके द्वारा अपेक्षित, प्रभावशाली और यथानुरूप वास्तविक अर्थ देने वाला विवरण नहीं प्रस्तुत किया जा सकता। कुछ समाचार तो ऐसे ही होते हैं जिनको उतम भाषा और उचित शैली में ही प्रस्तुत किया जा सकता है।

- (6) **वर्तमान घटना क्रम का सामान्य ज्ञान** : संवाददाता के लिए अपने क्षेत्र से वर्तमान घटना क्रम का सामान्य ज्ञान होना आवश्यक है। स्थानीय विशिष्ट व्यक्तियों की गतिविधियों, राजनीतिक परिस्थितियों और उनके आन्तरिक संघर्षों तथा कारणों की पूर्ण जानकारी के बिना संवाददाता के लिए अपेक्षित कर्तव्य पालन करना सम्भव नहीं हो सकता।
- (7) **अध्ययनशीलता** : जन माध्यमों में कार्यरत संवाददाता के सामने अब नित्य नये-नये समाचार क्षेत्रों के विस्तार से उसके लिए विविध विषयों का अध्ययन करना आवश्यक हो गया है। विविध विषयों के अध्ययन से संवाददाता के सामान्य ज्ञान में जो वृद्धि होती है उससे उसे अपना काम करने में सुविधा होती है। भेंट वार्ता तथा संवाददाता सम्मेलन में उन्हीं संवाददाताओं की स्थिति सम्मानपूर्ण मानी जाती है जो विषय-सीमा में रह कर ही अत्यन्त सावधानी पूर्वक अपने प्रश्न प्रस्तुत करते हैं।
- (8) **व्यावसायिक नैतिकता** : जिन संवाददाताओं को अपने व्यवसाय के गौरव तथा गरिमा का ज्ञान नहीं होता वे कर्तव्य के लिए अपेक्षित आचार संहिता का पालन नहीं कर सकते। संवाददाता को अपने जनमाध्यम तथा समाज में प्रतिष्ठा पूर्ण स्थान प्राप्त करने के लिए पत्रकारिता हेतु आवश्यक आचार संहिता का पालन करते हुए व्यावसायिक नैतिकता का निर्वाह अवश्य करना चाहिए।
- (9) **विश्वासपात्रता** : विश्वासपात्रता एक ऐसा विशेष गुण है जिसके कारण संवाददाता अपनी अनेक कमियों के बावजूद लोकप्रिय होते हैं। अविश्वसनीयता का अवगुण संवाददाता को जन माध्यम तथा समाज में सर्वत्र अमित्र बना देता है। जो संवाददाता अपने लिए निर्धारित कार्य को करने में हर समय तत्पर रहते हैं, अपनी निष्ठा तथा ईमानदारी पर अटल रहते हैं, विघ्न-बाधाओं को पार करते हुए निर्धारित कर्तव्य का पालन करते हैं, वे सर्वत्र विश्वसनीय और आदरणीय होते हैं।

3.2.2 संवाददाता के विविध स्वरूप

प्रारम्भ में प्रायः सभी संवाददाता समाचार संकलन के लिए नियुक्त किये जाते हैं। कालान्तर में कुछ संवाददाता अपनी विशेष रुचि, क्षमता तथा प्राप्त अवसर के अनुसार विशेष क्षेत्रों में कार्य करते हैं और उन्हीं कार्यों के अनुरूप उन्हें सम्बोधित किया जाता है। क्षेत्रों की अनेकता के कारण उनमें कार्यरत, अनेक प्रकार के विशेष संवाददाता हो सकते हैं।

विशेष संवाददाता अपने-अपने क्षेत्रों के निकट सम्पर्क में रहने के कारण उनकी भीतर-बाहर की अनेक गतिविधियों से भी भली-भाँति परिचित होते हैं। इसीलिए जनमाध्यम कार्यालयों के इन विशेष संवाददाताओं के द्वारा प्रेषित संवादों को विशेष महत्त्व देकर प्रकाशित किया जाता है। यदि कोई समाचार किसी समाचार-एजेंसी से भी आता है और विशेष संवाददाता भी उसका विवरण भेजता है तो सम्पादकीय विभाग स्वभावतः अपने विशेष प्रतिनिधि संवाददाता के संवाद को प्रमुखता देता है। विशेष संवाददाता एक अनुभवी विशेषज्ञ के समान केवल घटना का विवरण मात्र ही नहीं देते, वे उस घटना-संवाद की व्याख्या करते हुए उसके सम्भावित निष्कर्ष भी निकालते हैं और आगे की घटनाओं का अनुमान लगाकर उसकी सूचना भी पाठकों को देते हैं। जो विशेष संवाददाता अपने क्षेत्र का जितना अधिक जानकार होता है उसका संवाद भी उतना ही अधिक प्रभावशाली होता है। समाचार पत्र-पत्रिकाओं के विशेष संवाददाताओं के संवाद उन पाठकों के लिए भी आकर्षक, उपयोगी तथा महत्त्वपूर्ण होते हैं जो रेडियो-टेलीविजन से पहले ही उन्हें सुन और देख चुके होते हैं।

- (1) **संसदीय संवाददाता** : ये विशेष संवाददाता केन्द्रीय राजधानी में संसद की रिपोर्टिंग के लिए नियुक्त किये जाते हैं। प्रदेश की राजधानियों के विशेष संवाददाता

भी कार्य की दृष्टि से इसी कोटि में आते हैं। उन्हें संसदीय संवाददाता न कहकर, राजधानी संवाददाता कहा जाता है। इन दोनों को संयुक्त रूप से विधायिका संवाददाता कहा जा सकता है। ब्रिटेन में संसदीय संवाददाता सीधे रेडियो, माइक और टी०वी० के भरोसे भी रिपोर्टिंग कर सकते हैं। भारत तथा अनेक देशों में संसद में कैमरे का प्रवेश वर्जित है।

- (2) **राजनीतिक संवाददाता** : कुछ पत्रों में विधायिका संवाददाताओं से ही राजनीतिक संवाददाताओं का भी काम लिया जाता है। जिन दिनों सदनों की बैठकें नहीं चलती-प्रायः उन दिनों ये विशेष संवाददाता राजधानी की राजनीतिक गतिविधियों, राजनैतिक दलों की बैठकों, आन्तरिक गुटबन्दियों, समझौता-प्रयासों तथा देश की वर्तमान और भावी राजनीति पर घटनाओं और तथ्यों के साथ अपने व्याख्यात्मक विचार व्यक्त करते हैं। ये राजनैतिक संवाददाता राजनीतिज्ञों के निरन्तर सम्पर्क में रहते हैं और इस क्षेत्र से प्राप्त जानकारी के आधार पर संवाद लिखते हैं।
- (3) **सांस्कृतिक संवाददाता** : इस श्रेणी के विशेष संवाददाता प्रायः स्थानीय स्तर पर ही नियुक्त किये जाते हैं। इनका काम नगर में होने वाले सांस्कृतिक कार्यक्रमों कवि-सम्मेलन, नाटक, नृत्य तथा संगीत आदि से सम्बन्धित समाचार देना होता है। इनके संवादों में एक विशेषज्ञ की तरह कला-समीक्षा के भी तत्त्व निहित होते हैं। कुछ सांस्कृतिक संवाददाता तो अपने आस-पास के क्षेत्र में कलाकारों के पथ-प्रदर्शक के रूप में भी प्रसिद्ध होते हैं।
- (4) **खेल संवाददाता** : खेल संवाददाता नगर में आयोजित होने वाले खेल-कूद सम्बन्धी कार्यक्रमों के समाचार देते हैं। रेडियो-टेलीविजन, कुछ बड़े समाचारपत्रों तथा समाचार एजेंसियों की ओर से इन्हें नगर से बाहर आयोजित होने वाली प्रमुख क्रीड़ा-प्रतियोगिताओं के समाचार देने के लिए भेजा जाता है।
- (5) **अपराध संवाददाता** : प्रायः ये संवाददाता स्थानीय स्तर पर ही काम करते हैं। जहाँ कहीं हत्या, डकैती, लूट-पाट आदि की कोई घटना होती है उसके सम्बन्ध में घटना स्थल, पुलिस तथा सम्बन्धित व्यक्तियों से जानकारी प्राप्त करके उसके आधार पर पूरा समाचार देते हैं। छोटे दैनिक पत्रों के अपराध संवाददाता ही न्यायालय संवाददाता का भी काम करते हैं जबकि कुछ बड़े समाचारपत्र न्यायालय-समाचारों के लिए एक पृथक विशेष संवाददाता की नियुक्ति भी करते हैं।
- (6) **विदेश संवाददाता** : जो संवाददाता बड़े समाचारपत्रों, समाचार एजेंसियों और रेडियो-टेलीविजन आदि की ओर से विदेश के समाचार भेजने के लिए नियुक्त किये जाते हैं उन्हें विदेश संवाददाता कहते हैं। ये संवाददाता अधिकतर ऐसे समाचार भेजते हैं जो स्वदेशवासियों की आवश्यकता, जिज्ञासा तथा रुचियों के अनुकूल होते हैं।
- (7) **युद्ध संवाददाता** : युद्ध संवाददाता युद्ध क्षेत्र के समाचारों के लिए नियुक्त किये जाते हैं। देश और विदेश दोनों ही क्षेत्रों के युद्ध क्षेत्र के समाचार चयन के पूर्व कुछ विशेष औपचारिकताओं की पूर्ति के पश्चात् ही स्वदेश या विदेश सरकार की ओर से युद्ध संवाददाता को मान्यता दी जाती है। बिना शासकीय पूर्व स्वीकृति तथा अपेक्षित प्रशिक्षण प्राप्त किये कोई व्यक्ति चाहे जितना ही सक्षम और सुयोग्य पत्रकार क्यों न हो, उसे युद्ध-संवाददाता नहीं बनाया जाता।
- (8) **बाजार संवाददाता** : दैनिक तथा साप्ताहिक समाचारपत्रों में भी जब बाजारों से सम्बन्धित समाचारों को प्रमुखता के साथ प्रकाशित किया जाता है। ऐसे समाचारों के लिए बाजार-व्यवस्था के अच्छे जानकार संवाददाता नियुक्त किये जाते हैं जो

नियमित रूप से दैनिक बाजार भाव देते हैं और साप्ताहिक समीक्षा भी लिखते हैं। बाजार भाव रेडियो से भी प्रतिदिन प्रसारित किये जाते हैं।

- (9) **श्रम संवाददाता** : भारतीय नगरों में श्रम संवाददाताओं का भविष्य उज्ज्वल है। श्रमिक समस्याओं, श्रम कानूनों, ट्रेड यूनियनों के क्षेत्र में काम करने वाले श्रम संवाददाता श्रमिकों के साथ उद्योग-व्यवस्था से सम्बन्धित नागरिकों को भी महत्वपूर्ण जानकारी देने वाले समाचार लिखते हैं। रोजगार, वेतन, बोनस, महंगाई भत्ता तथा भविष्यनिधि सम्बन्धी जानकारी भी इन्हीं संवाददाताओं से मिलती है।
- (10) **विज्ञान संवाददाता** : वैज्ञानिक क्षेत्रों में होने वाले दिन-प्रतिदिन के आविष्कारों तथा घटनाओं से सम्बन्धित समाचारों के प्रति जब शिक्षित नागरिकों में विशेष जिज्ञासा पाई जाती है। इस जिज्ञासा को तृप्त करने के लिए अब भारतीय पत्र-पत्रिकाओं के लिए विशेषज्ञ विज्ञान-संवाददाता नियुक्त किये जाते हैं।
- (11) **औद्योगिक संवाददाता** : औद्योगिक क्षेत्रों की नित नई सम्भावनाओं, नये उद्योगों की स्थापना, कच्चे माल तथा पूँजी की स्थिति, उत्पादकता, नई औद्योगिक नीतियों आदि के लिए विशेष संवाददाताओं की नियुक्ति की जाती है। ये संवाददाता औद्योगिक प्रबन्ध तथा श्रमिक क्षेत्रों के भी समाचार देते हैं। नगर में आने वाले नये उद्योगों और उनसे प्राप्त होने वाली रोजगार स्थिति की जानकारी भी महत्वपूर्ण होती है।
- (12) **आर्थिक संवाददाता** : अन्तर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय और स्थानीय स्तर की अनेक ऐसी महत्वपूर्ण आर्थिक गतिविधियां होती हैं जिनके संवादों में केवल सीधे सम्बन्धित व्यक्तियों की ही नहीं, सर्वसाधारण की भी रुचि हो सकती है। आर्थिक संवाददाता यदि स्वयं अर्थशास्त्र की मूलभूत जानकारी रखते हों तो वे देश की विभिन्न आर्थिक समस्याओं के समाचार विख्यात अर्थशास्त्रियों के सम्पर्क तथा आर्थिक मन्त्रालय और पूँजी योजक संस्थाओं तथा बैंक क्षेत्रों से भी अनेक महत्वपूर्ण आर्थिक समाचार संकलित कर सकते हैं।

3.3 विशेष संवाददाता

विशेष संवाददाता अपने विषय-क्षेत्र का विशेषज्ञ होता है। सभी समाचार पत्र समूह अपने कार्यालय में विशेष संवाददाता की नियुक्ति करते हैं। विशेष संवाददाता अपने विशिष्ट ज्ञान और अनुभव के साथ जब किसी समाचार की प्रस्तुति करता है तो वह सत्य, तथ्यपरक होने के साथ पाठकों को भी रुचिकर लगता है। समाचारपत्रों में विशेष संवाददाता का महत्वपूर्ण स्थान होता है। यदि कोई समाचार एजेंसी से प्राप्त हुआ हो और उसी समाचार को विशेष संवाददाता द्वारा प्रेषित किया गया हो तो सम्पादक विशेष संवाददाता के समाचार को ही प्राथमिकता देता है। अन्वेषणात्मक और खोजी पत्रकारिता विशेष संवाददाता का प्रमुख गुण होता है इसीलिए समाचारपत्र में उसका विशेष और महत्वपूर्ण स्थान होता है।

3.4 युद्ध संवाददाता

युद्ध क्षेत्र के समाचारों के प्रति पाठकों में विशेष आकर्षण होता है इसीलिए साधन सम्पन्न समाचारपत्रों और समाचार एजेंसियों द्वारा इन समाचारों के संकलन के लिए संवाददाता नियुक्त किये जाते हैं। विदेशों में होने वाले युद्धों के संवादों की तुलना में अपने देश के साथ किसी देश के युद्ध समाचारों के प्रति निकटता के कारण पाठक अधिक जागरूक होते हैं।

युद्ध के क्षेत्र में समाचारों के संकलन का **कार्य कितना** महत्वपूर्ण और खतरनाक होता है उतना ही उत्साहवर्धक भी होता है। कच्चे दिल का डरपोक संवाददाता संवाद लेखन में चाहे कितना ही योग्य क्यों न हो, यदि उसमें भी सैनिक के समान साहस, सूझ-बूझ और दृढ़ता नहीं होती तो वह युद्ध संवाददाता का कार्य नहीं कर सकता। युद्ध संवाददाताओं को शारीरिक तथा मानसिक दृष्टि से पूर्ण स्वस्थ तथा सूझ-बूझ का धनी होना चाहिए। युद्ध संवाददाताओं के लिए अपने पूर्ववर्ती युद्ध संवाददाताओं द्वारा लिखे गये संस्मरण तथा जीवन वृत्त भी विशेष प्रेरक हो सकते हैं।

युद्ध संवाददाता **बनने के लिए सर्वप्रथम अपने देश के रक्षा मन्त्रालय से मान्यता प्राप्त** करके आवश्यक प्रशिक्षण प्राप्त करना पड़ता है। इस प्रकार के प्रशिक्षण को एक प्रकार के अनौपचारिक सैनिक प्रशिक्षण की संज्ञा दी जा सकती है। उसे कुछ शर्तों के पालन करने का आश्वासन शासन को देना पड़ता है। यदि किसी दूसरे देश के युद्ध समाचार प्राप्त करने के लिए जाना हो तो वहाँ की सरकार से भी इसकी पूर्वानुमति लेना आवश्यक होता है। सामान्यतः युद्ध संवाददाता को निम्नलिखित बातों का अपने मुख्य कर्तव्य के रूप में पालन करना पड़ता है।

- (1) गोपनीयता सम्बन्धी प्रत्येक आदेश का अक्षरशः पालन करना।
- (2) दिये गये रैंक के अनुसार सैनिक शिष्टाचार का पालन करना और तदनुसार ही वर्दी आदि पहनना।
- (3) समाचार प्रकाशन के पूर्व सेना के गुप्तचर विभाग के अधिकारी को समाचार दिखाना और उसकी अनुमति के पश्चात् ही समाचार भेजना।
- (4) सैनिक क्षेत्र से सम्बन्धित कोश-शब्दों की जानकारी प्राप्त करना।
- (5) जनता के मनोबल को बढ़ाने वाले उत्साह वर्द्धक समाचार लिखना।
- (6) युद्ध संवाददाता अपने पत्रकारोचित कर्तव्य पालन के साथ-साथ देश तथा नागरिकता के प्रति अपने कर्तव्य का निर्वाह नहीं भूलता। देश के प्रति परम निष्ठा के कारण ही वह युद्ध क्षेत्र से कभी अपनी पराजय के समाचार इसलिए नहीं भेजता कि कहीं जनता का मनोबल टूट न जाये और विजय की सही-सही सम्भावना भी समाप्त न हो जाय।

युद्ध क्षेत्र के समाचार देने के लिए सेना के विभागीय वरिष्ठ सूचना अधिकारी भी होते हैं। युद्ध संवाददाताओं को युद्ध क्षेत्र तक ले जाने का दायित्व भारत सरकार के प्रशिक्षित सूचना अधिकारियों पर ही होता है। ये सूचना अधिकारी इस बात की पूरी-पूरी जानकारी रखते हैं कि किस स्थान तक युद्ध संवाददाताओं को निरापद रूप में ले जाया जा सकता है। इसके बावजूद भी यह नहीं कहा जा सकता कि युद्ध संवाददाता अपने को सदैव सुरक्षित समझकर काम करें। शत्रु सेनाओं द्वारा किसी भी समय कहीं पर भी किसी प्रकार का आक्रमण हो सकता है और इस आक्रमण से बचाव के लिए युद्ध संवाददाताओं को वे सभी उपाय अपनाने होते हैं जो प्रशिक्षण के समय बताए जाते हैं।

युद्ध संवाददाता का कार्य एक विशेष प्रकार का साहसिक कार्य है और इस कार्य में वही संवाददाता सफल होते हैं जो सामयिक सूझ-बूझ और साहस के धनी होते हैं।

3.5 संवाददाता सम्मेलन (प्रेस कांफ्रेंस)

पत्रकार सम्मेलन (Press Conference) अथवा संवाददाता सम्मेलन समाचारों के महत्वपूर्ण स्रोत होते हैं। इस प्रकार के छोटे सम्मेलनों को समाचार-गोष्ठी (News Conference) भी कहा जाता है। कुछ देशों के शीर्ष नेता नियमित रूप से पाक्षिक, मासिक, त्रैमासिक, षट्मासिक या वार्षिक निश्चित अवधि में बराबर पत्रकार सम्मेलन आयोजित करके कुछ नई महत्वपूर्ण

घोषणाएँ करते हैं, अपने देश तथा विदेश के सम्बन्ध में ऐसी जानकारियाँ देते हैं जो सर्वाधिक महत्वपूर्ण समाचारों का रूप धारण करके केवल देश में ही नहीं, अपने महत्व-क्षेत्र के अनुसार विदेशी समाचारपत्रों तक में महत्वपूर्ण स्थान में प्रकाशित की जाती हैं।

समय-समय पर विभिन्न सरकारी, अर्द्ध सरकारी तथा वैयक्तिक संस्थानों या कल-कारखानों के अधिकारों या जनसम्पर्क अधिकारी भी अपना दृष्टिकोण-जन सामान्य के समक्ष रखने के लिए या नवीनतम घटनाओं और कार्य-कलापों की सूचनाएँ देने के लिए संवाददाता सम्मेलनों का आयोजन करते हैं।

जिलाधीश द्वारा भी समय-समय पर स्थानीय स्तर पर ऐसे सम्मेलन आयोजित किये जाने की एक परम्परा वैसी चली आ रही है। प्रायः अधिकांश सम्मेलनों के पूर्व पत्रकारों की जानकारी के लिए आवश्यक पाठ्य-सामग्री भेज दी जाती है और इसी के आधार पर चर्चा की जाती है।

साक्षात्कार का व्यापक रूप पत्रकार सम्मेलन है। किसी पत्र के संवाददाता ने समालाप्य व्यक्ति से सम्पर्क कर आमने-सामने प्रश्न-परिप्रश्न द्वारा जो तथ्य प्राप्त किया वह किसी एक पत्र की थाती होती है। पत्रकार-सम्मेलन में स्थान-विशेष के सभी मान्यता प्राप्त संवाददाताओं को आहूत किया जाता है। शासन के प्रवक्ता, राजनीतिक दलों के प्रमुख नेता, संगठनों के अधिकारी तथा विशिष्ट व्यक्तियों के लिए पत्रकार सम्मेलन आयोजित होता है ताकि पत्र-पत्रिकाओं से भेंट कर अपना पक्ष प्रस्तुत किया जा सके।

वक्तव्यों से सम्बद्ध प्रश्नों को उठाकर पत्रकार विषय का सूक्ष्म अध्ययन कर लेता है, कभी-कभी वे तथ्य उजागर हो जाते हैं जिन पर पर्दा डाला जाता है। पत्रकार-सम्मेलन की सफलता हेतु सुझाव प्रस्तुत है—

1. पत्रकार-सम्मेलन में जाने के पूर्व उसके उद्देश्य से सुपरिचित हों। प्रश्न को लिख लें।
2. स्वयं कम बोलें, दूसरों की अधिक बातें सुनें।
3. खण्डन-मण्डन या उग्र विवाद से बचें।
4. अपने सहधर्मियों को भी अवसर दें।
5. व्यक्तिगत आक्षेप न करें। जिन प्रश्नों के उत्तर देने में प्रवक्ता झिझकता हो, उन्हीं प्रश्नों को घुमा-फिरकर बार-बार न पूछें। शिष्टाचार का सदैव पालन करें। प्रवक्ता द्वारा 'ऑफ द रिकार्ड' बतलाने पर दी हुई सूचना को प्रकाशित न करें।

3.5.1 संवाददाता सम्मेलन हेतु तैयारी

सभी पत्रों के सभी पत्रकार, सम्मेलन में भाग लेने के योग्य नहीं होते। कोरे अनुवादक या कोरे कोर्ट-कचहरी या थाना-चौकीदारों के द्वारा भी इन सम्मेलनों या यथार्थ लाभ नहीं मिल पाता। इन सम्मेलनों में बहुत ही अध्ययनशील, धीर-गम्भीर और 'टु दि प्वाइंट' प्रश्न करने वाले पत्रकार ही उपयोगी होते हैं। जिन पत्रों में स्तर के पत्रकार न हो उन्हें अपने पत्र का प्रतिनिधित्व करने का दायित्व बहुत सोच समझ कर ही किन्हीं सुयोग्य कन्वों पर रखना चाहिए।

सम्मेलन में भाग लेने वाले पत्रकार को निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना चाहिए—

- (1) पत्रकार सम्मेलन में भाग लेने के पूर्व सम्बन्धित विषय अथवा प्राप्त सामग्री का भली-भाँति अध्ययन किया जाय।
- (2) पत्रकार सम्मेलन के आयोजक या मुख्यवक्ता को राई तथा अपने को पर्वत कदापि न समझा जाय।

- (3) बिना समझे-सोचे बोलने या टिप्पणी करने की अपेक्षा चुप रहना ही श्रेयस्कर है। बुद्धिमत्ता की धाक जमाने के चक्कर में मूर्खवत आचरण करना ठीक नहीं।
- (4) कम-से-कम बोलकर अधिक-से-अधिक सुनना चाहिए।
- (5) अपने सहधर्मियों को भी कुछ जानने-पूछने का अवसर अवश्य देना चाहिए।
- (6) अपने तथा दूसरे के समय का ध्यान रखना चाहिए।
- (7) यदि सम्मेलन का विषय ज्ञात हो तो अपेक्षित जानकारी के लिए दो तीन प्रश्न पहले से ही निर्धारित कर लेना चाहिए।
- (8) कोरे खण्डन-मण्डन या विवाद की भावना से बचना चाहिए।
- (9) भाषा और व्यवहार में पत्रकारोचित शालीनता अवश्य होनी चाहिए।
- (10) किसी भी प्रश्न पर अनेक पहलुओं के विचार करके अपने प्रश्न को इस प्रकार तर्क संगत बना कर प्रस्तुत करना चाहिए जिससे कि किसी की बात को ज्यों का त्यों मानकर मौन न रहना पड़े। हम निरुत्तर न हों, वह हो जो सामने है।
- (11) किसी अन्य व्यक्ति द्वारा पूछे गये प्रश्न को पुनः कदापि न पूछा जाये। हाँ, यदि उत्तर में कोई स्पष्टीकरण अपेक्षित हो तो संकोच नहीं करना चाहिए।
- (12) पत्रकार सम्मेलन के आयोजन के उद्देश्य को पहले से ही जान समझ लेना चाहिए।
- (13) यथासमय ही पहुँचना चाहिए, यदि किसी विशेष कारण से विलम्ब से पहुँचा जाए तो पहले की कार्यवाही पर प्रश्नोत्तरों को अपने किसी सहधर्मी से अवश्य जान लिया जाए।

3.5.2 संवाददाता सम्मेलन में सावधानी

सामान्यतः समाचार गोष्ठी (News Conference) में लगभग 20 या 30 मिनट का समय पर्याप्त होता है। इससे अधिक समय किसी विशेष स्थिति में ही लग सकता है। गोष्ठी में भाग लेने वाले प्रेस प्रतिनिधि और जन प्रतिनिधि दोनों का ही समय मूल्यवान होता है। अतः समय की बर्बादी और गोष्ठी के सदुपयोग का दोनों पक्षों को ध्यान में रखना आवश्यक है। इसके लिए कुछ सामान्य नियमों का भी पालन करना पड़ता है। प्रत्येक पत्र प्रतिनिधि के लिए आवश्यक है कि वह निर्धारित समय पर निर्धारित स्थान पर पहुँच जाए। जब तक अन्तिम प्रश्न का अन्तिम उत्तर न समाप्त हो, तब तक गोष्ठी में नहीं उठना चाहिए।

आधुनिक समाचार गोष्ठी के आयोजन में सुविधा जनक समय तथा स्थान का भी विशेष महत्त्व है। यह स्थान ऐसा होना चाहिए वहाँ पर टेप रिकार्डर, स्टेनोटाइप रिकार्डर, दूरदर्शन तथा सामान्य फोटोग्राफी में असुविधा न हो। गोष्ठी में समाचार सूत्र या उसके प्रतिनिधि को अपनी बात अधिक-से-अधिक कहने का अवसर दिया जाता है। उसकी न सुनकर प्रश्न या जानकारी के नाम पर ही सही, अपनी कहने को आतुर पत्र-प्रतिनिधि आदर्श नहीं माने जाते। दी गई जानकारी में कोई जटिलता या अस्पष्टता हो तो उसके लिए संक्षिप्त और शिष्ट शब्दों में प्रश्न करना चाहिए। अनावश्यक वार्ता न करना, हँसी मजाक न करना, कठोर भाषा का प्रयोग न करना ये कुछ मूलभूत नियम हैं, इनका पालन करना आवश्यक है। समाचार सूत्र के लिए आवश्यक नहीं है कि वह सब कुछ जानता हो - उसी प्रकार, जैसे-पत्र प्रतिनिधि भी सर्वज्ञ नहीं होता। यह भी आवश्यक नहीं है कि समाचारपत्र का सब कुछ कहा हुआ समाचार ही नहीं होता। जिस प्रकार गोष्ठी के टेपरिकार्डर और दूरदर्शन उपकरण समाचार सूत्र की सावधानी बरतने को प्रेरित करते हैं उसी प्रकार पत्र प्रतिनिधियों को भी मूल तथ्यों तक ही सीमित रखना चाहिए।

साक्षात्कार शब्द अंग्रेजी के इंटरव्यू (Interview) का हिन्दी रूपान्तर है। मूल अंग्रेज शब्द 'इंटरव्यू' दो शब्दों 'इंटर + व्यू' (Inter+View) से बना है। 'इंटर' शब्द का अर्थ होता है 'आन्तरिक' और 'व्यू' शब्द का अर्थ देखना है। इस प्रकार साक्षात्कार का शाब्दिक अभिप्रायः 'आन्तरिक रूप से देखना होता है।

पत्रकारिता में साक्षात्कार प्रणाली का सर्वाधिक महत्त्व होता है। पत्रकारिता के अन्य क्षेत्रों में साक्षात्कारदाता स्वयं अपने आप भी कुछ विशेष प्रकार की सूचना या जानकारी प्रदान करता है, जो संवाद बनाने में सहायक होती है। पत्रकारिता के क्षेत्र में किसी प्रकार की अध्ययन-सामग्री के निरीक्षण और मत्स्यापन में भी साक्षात्कार की महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है। साक्षात्कार को व्यवहारिक दृष्टि से एक प्रकार की 'मौखिक प्रश्नावली' की भी संज्ञा दी जा सकती है। इसमें साक्षात्कारकर्ता साक्षात्कार दाता से आमने-सामने मौखिक उत्तर प्राप्त करता है। अनुसंधान के क्षेत्र में साक्षात्कार को एक सार्थक और श्रेष्ठ उपकरण माना जाता है। जो व्यक्ति किसी कारण से लिखित रूप से गुप्त सूचनाएँ नहीं देना चाहते उनसे भी साक्षात्कार द्वारा सूचनाएँ प्राप्त हो जाती हैं। प्रश्नावली में कुछ प्रश्न प्रश्नकर्ता से भी छूट सकते हैं, और लिखित उत्तरदाता भी प्रश्नों की उपेक्षा कर सकता है। कभी-कभी प्रश्न का समुचित उत्तर भी नहीं मिल पाता। इस प्रकार की कमियाँ साक्षात्कार में नहीं होती, साक्षात्कारकर्ता अपने उद्देश्य को समझाकर मूल सूचनाएँ प्राप्त कर सकता है, और आवश्यकतानुसार पूरक प्रश्न भी कर सकता है। इससे किसी एक ही प्रश्न के विभिन्न अवस्थाओं में उत्तर प्राप्त करके उसकी विश्वसनीयता ज्ञात की जा सकती है। साक्षात्कार से अनुसंधानकर्ता अशिक्षितों, बच्चों, अल्प बुद्धि वालों अथवा भाषा को कम समझने वालों से भी अपने अपेक्षित उत्तर प्राप्त कर सकते हैं। इसीलिए अनुसंधानकर्ता साक्षात्कार प्रणाली का अधिकाधिक उपयोग करते हैं। यदि एक अनुसंधानकर्ता पत्रकार यह जानना चाहता है किसी स्थिति, समस्या, घटना अथवा तटस्थ के सम्बन्ध में लोग क्या अनुभव करते हैं, क्या स्मरण करते हैं, उनके उद्देश्य, प्रेरणाएँ और क्रियाएँ-प्रतिक्रियाएँ क्या हैं-तो उनका साक्षात्कार करके ही ज्ञात किया जा सकता है।

साक्षात्कार के समय 'औपचारिकता' का 'पर्दा' भी अनुसंधान की प्रमाणिकता में बाधक होता है। 'साक्षात्कार' केवल दो व्यक्तियों (साक्षात्कर्ता और साक्षात्कारदाता) के आमने-सामने मिलने, बैठने तक ही सीमित नहीं रहता; अपितु प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से उनमें परस्पर 'उत्तेजना' या 'सहयोग' जैसी कुछ भावात्मक अनुक्रियाएँ भी आरम्भ हो जाती हैं। एक अनुभवी साक्षात्कारकर्ता साक्षात्कार के समय अपने प्रश्नों के उत्तर प्राप्त करते समय उत्तरदाता की अभिव्यक्तियों, प्रेरणाओं, इच्छाओं, तनावों तथा आर्थिक सामाजिक, पारिवारिक, या राजनीतिक पर्यावरण के प्रभाव का भी अध्ययन करता है। कभी-कभी उसके अध्ययन का मूल उद्देश्य उसके प्रश्नों में निहित न होकर उत्तरों के समय सक्रिय होने वाली किन्हीं मनःस्थितियों से भी सम्बन्धित होता है। साक्षात्कारकर्ता वस्तुनिष्ठ तथ्यों-जैसे आर्थिक स्थिति, सन्तान संख्या, वायु इत्यादि तक ही सीमित न रह कर, उसके व्यक्तित्व, प्रवृत्तियों, राग-द्वेषों का भी पता लगाना है। ऐसी जानकारी उत्तरदाता की शारीरिक क्रियाओं और वार्तालाप के द्वारा प्राप्त हो जाती है। साक्षात्कारकर्ता समय सीमा का ध्यान रखते हुए ऐसे प्रश्न करना उचित नहीं समझता जिनके उत्तरों की जानकारी अन्यत्र से भी प्राप्त हो सकती है।

साक्षात्कार विधि से अनुसंधान कार्य करने वाले पत्रकार को अपने सामान्य व्यावसायिक साक्षात्कारों के लिए अपेक्षित सभी गुणों से युक्त होना चाहिए। इसके अतिरिक्त उसे अपने अध्ययन की आवश्यकताओं के अनुरूप परिणाम प्राप्त करने के लिए भी पूर्ण तैयारी कर लेना चाहिए। सर्वप्रथम पत्रकार को यह निश्चित कर लेना चाहिए कि उसे किन-किन बातों पर विशेष जोर देना है और किन-किन दिशाओं की ओर साक्षात्कार दाता को ले जाना है। इस प्रकार के

निश्चय का लाभ तब होता है जब साक्षात्कार दाता मुख्य विषय से बहुत दूर हट जाता है। ऐसी स्थिति में अनुभवी साक्षात्कारकर्ता उत्तरदाता को अपने मूल विषय पर लाने में सफल होता है। अपरिचय की स्थिति को समाप्त करने के लिए अनुसंधानकर्ता या अनुसंधान आयोजित करने वाली संस्था की ओर से एक पूर्व सूचना पत्र साक्षात्कार दाता को भेजा जा सकता है। अनुसंधानकर्ता स्वयं भी अपना प्रामाणिक परिचय पत्र यथा समय उपस्थित कर सकता है।

3.6.1 साक्षात्कार के प्रकार

कार्य एवं उद्देश्य के अनुसार साक्षात्कार कई प्रकार के होते हैं। इनमें निम्नलिखित प्रमुख हैं-

- (1) **कारक परीक्षक साक्षात्कार**-इस प्रकार के साक्षात्कार किसी गम्भीर समस्या या घटना के कारणों का पता लगाने के उद्देश्य से किए जाते हैं। जैसे, हड़तालों, शिक्षित बेरोजगारी, अनुशासन हीनता इत्यादि के कारणों का पता लगाना।
- (2) **उपचार साक्षात्कार**-इस प्रकार के साक्षात्कार का उद्देश्य किसी समस्या के समाधान के लिए उपयुक्त सुझावों की जानकारी प्राप्त करना होता है। जैसे समाज शास्त्रियों, अर्थ शास्त्रियों, शिक्षाविदों, जेल अधिकारियों, न्यायाधीशों से समय-समय पर किसी समस्या के समाधान के उपाय ज्ञात करना।
- (3) **अनुसंधान साक्षात्कार**-इस प्रकार का साक्षात्कार किन्हीं विषयों या घटनाओं से सम्बन्धित तथ्यों या कारकों की जानकारी के उद्देश्य से किया जाता है। ऐसे साक्षात्कार में प्रश्नों को पहले से ही निर्धारित कर लिया जाता है। इससे साक्षात्कार एक निर्दिष्ट दिशा में ही रहता है।
- (4) **औपचारिक साक्षात्कार**-इस प्रकार के साक्षात्कार में सूचनादाता से निश्चित प्रश्न ही किये जाते हैं, और उत्तरों को भी निश्चित ढंग से ही लिखा जाता है। ऐसे साक्षात्कार में साक्षात्कारकर्ता प्रश्नों या उनकी भाषा शैली में भी परिवर्तन नहीं कर सकता। इसीलिए ऐसे साक्षात्कारों को नियन्त्रित नियोजित, निर्देशित या व्यवस्थित साक्षात्कार भी कहा जाता है।
- (5) **अनौपचारिक साक्षात्कार**-इस प्रकार के साक्षात्कार में पूर्व निर्मित अनुसूची का उपयोग नहीं किया जाता। समाचारकर्ता को प्रश्नों के क्रम, शब्दावली तथा आकार-प्रकार के बदलने या घटाने-बढ़ाने की स्वतन्त्रता रहती है। साक्षात्कार देने वाला किसी वर्णन या कहानी के रूप में अपनी बात कहता है, उसमें से साक्षात्कारकर्ता अभीष्ट बातें ग्रहण कर लेता है। मनोवैज्ञानिक और पूर्वगामी अध्ययन में ऐसा साक्षात्कार विशेष उपयोगी होता है।
- (6) **व्यक्तिगत साक्षात्कार**-इस प्रकार के साक्षात्कार में एक ही व्यक्ति से सम्पर्क किया जाता है। इसमें कभी-कभी द्विपक्षीय प्रश्नोत्तर भी होते हैं। ऐसे साक्षात्कार में समय अधिक लगता है और प्रश्नों के उत्तर लिखने तथा उनका विश्लेषण करने में भी पक्षपात की सम्भावना रहती है। इन दोषों के बावजूद ऐसे साक्षात्कार से उत्तर अधिक स्पष्ट किए जा सकते हैं तथा भावात्मक और विवादात्मक प्रश्नों के उत्तर भी प्राप्त हो जाते हैं। भावनाओं के उत्तेजन से मिलने वाली सूचनाएँ प्राप्त करना भी सम्भव है।
- (7) **समूह साक्षात्कार**-इस प्रकार के साक्षात्कार में साक्षात्कारकर्ता एक ही समय और स्थान में अनेक सूचना दाताओं से साक्षात्कार करता है। ऐसे साक्षात्कार विवादात्मक होने पर कुछ उत्तरदाता मौन हो सकते हैं, और कुछ अन्य व्यक्तियों द्वारा व्यक्त किये गये विचारों का विरोध या समर्थन भी कर सकते हैं। ऐसे साक्षात्कार में

उत्तरदाता के व्यक्तिगत स्वभाव, दृष्टिकोण, भावना या विचारधारा का पता नहीं लग पाता। गोपनीयता भी नहीं रहती। प्रायः उनके उत्तर एक दूसरे के प्रत्युत्तर या प्रतिक्रिया जैसे हो जाते हैं। प्रायः साक्षात्कार एक विचार गोष्ठी का रूप ले लेता है। किन्तु इस विधि से अनेक व्यक्तियों से सम्पर्क हो जाता है और प्राप्त उत्तर भी विश्वसनीय हो जाता है। धन तथा समय की बचत के साथ-साथ व्यापक तथ्यों को एकत्रित करने में भी सुविधा हो जाती है।

- (8) **अनिर्देशित साक्षात्कार**—इस प्रकार का साक्षात्कार अनौपचारिक या अनियन्त्रित साक्षात्कार से साम्य रखता है। इसमें किसी पूर्व योजित अनुसूची या प्रश्नावली के अनुसार प्रश्न न पूछकर स्वतन्त्र रूप से वार्तालाप चलता है। सूचनादाता व्याख्यात्मक विवरण के रूप में अपने विचार प्रकट करता जाता है। सूचनादाता पूर्ण स्वतन्त्र होता है और भावावेग में मन की अनेक बातें कह डालता है। साक्षात्कारकर्ता बीच में कुछ बोले बिना अपने मतलब की बात लिख लेता है। इस विधि से किसी अध्ययन के लिए प्रश्नों को तैयार करने की प्रेरणा भी मिल सकती है।
- (9) **केन्द्रित साक्षात्कार**—इस प्रकार का साक्षात्कार उन्हीं व्यक्तियों से सम्बन्धित होता है जो किसी विशेष परिस्थिति में रह चुके होते हैं। इसमें सूचनादाता को युक्ति पूर्वक प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से विषय से बाहर नहीं बोलने दिया जाता है। भय, तनाव अथवा भावात्मक क्रियाओं या प्रवृत्तियों का अध्ययन करने में यह प्रणाली विशेष उपयोगी होती है। किसी व्यक्ति के अन्तर्गत अनुभवों और धारणाओं का ठीक पता लगाने के लिए यह साक्षात्कार पथ प्रदर्शिका (Interview Guide) के अनुसार ही होता है।
- (10) **पुनरावृत्ति साक्षात्कार**—इस प्रकार के साक्षात्कार को बार-बार दोहराया जाता है। इससे यह ज्ञात किया जाता है कि कोई व्यवहार सामाजिक परिस्थिति या मनोवैज्ञानिक अथवा प्रक्रिया किन-किन कारकों, क्रियाओं और अभिवृत्तियों से प्रभावित या उत्पन्न हुई है। इस प्रकार पाल लैजार्सफील्ड (Paul Lazarsfeld) और उनके सहयोगियों ने यह पता लगाया था कि अमरीकी नागरिकों को राष्ट्रपति के चुनाव के सम्बन्ध में अपनी राय या अभिमत बनाने में मतदाता के रूप में उनका मस्तिष्क किन-किन स्थितियों से गुजरता है।
- (11) **अल्प सम्पर्क साक्षात्कार**—इस प्रकार का साक्षात्कार आकस्मिक या अनायास रूप से रास्ता चलते, यात्रा में, होटल, रेलवे स्टेशन, बस स्टेशन, पान की दुकान इत्यादि किसी भी स्थान पर किसी भी समय हो सकता है। इस प्रकार के साक्षात्कार में कभी-कभी बहुत थोड़े समय या थोड़े धन के व्यय से ही बड़ी-बड़ी महत्वपूर्ण सूचनाएँ अकस्मात् प्राप्त हो जाती हैं। अल्प सम्पर्क साक्षात्कार से प्राप्त कुछ सूचनाएँ अन्य महत्वपूर्ण सूचनाओं को प्राप्त करने में पथ-प्रदर्शक का भी काम करती हैं।
- (12) **दीर्घ सम्पर्क साक्षात्कार**—इस प्रकार का साक्षात्कार किसी गम्भीर सूक्ष्म अथवा रहस्यपूर्ण समस्या स्थिति या घटना का अध्ययन करने के उद्देश्य से किया जाता है। इसमें अधिक समय लगाना आवश्यक होता है। आदिम जातियों के कार्य-कलापों, प्रवृत्तियों, अपराधी अथवा अविवाहित स्त्रियों की मनोवृत्तियों, विशिष्ट व्यक्तियों द्वारा रचे गए षड्यन्त्रों, आर्थिक घोटालों, यौन-व्यवहारों अथवा इसी प्रकृति की अन्य गोपनीय स्थितियों का पता लगाने में लम्बे साक्षात्कार ही सार्थक होते हैं।

3.6.2 साक्षात्कार की तैयारी

अनुसंधान पत्रकारिता के लिए साक्षात्कार की कार्यप्रणाली बहुत व्यापक और जटिल होती है। सामान्य संवाददाताओं या पत्रकारों के साक्षात्कार और अनुसंधान पत्रकारिता के क्षेत्र के लिए अपेक्षित साक्षात्कार प्रणाली में अन्तर होता है। सामान्य साक्षात्कार कामचलाऊ और अवैज्ञानिक भी हो सकता है। किन्तु किसी अनुसंधान पत्रकार द्वारा किया गया साक्षात्कार सुनिश्चित उद्देश्यों, लक्ष्यों और आदर्शों से प्रेरित होता है। यह एक वैज्ञानिक कला भी है। इसीलिए इसके लिए एक विधिवत बनाकर कार्य प्रणाली पहले ही निर्धारित कर लेना चाहिए। एक सुविचारित, व्यवस्थित वैज्ञानिक साक्षात्कार कार्य प्रणाली को निम्नलिखित चरणों या क्रमों में वर्गीकृत किया जा सकता है -

(1) साक्षात्कार की तैयारी :

(क) समस्या का पूर्ण ज्ञान, (ख) पथ-प्रदर्शिका निर्माण, (ग) व्यक्तियों का चुनाव, (घ) प्रारम्भिक विचारण, (ङ) समय निर्धारण, (च) अनुकूल दशाओं का निर्माण।

(2) साक्षात्कार प्रक्रिया के मुख्य भाग :

(क) सम्पर्क स्थापना, (ख) सहयोग का आग्रह, (ग) प्रश्न पूछना, (घ) नियन्त्रण, निर्देशन प्रमापीकरण, (ङ) समाप्ति, (च) प्रतिवेदन की तैयारी।

- (1) **समस्या का पूर्ण ज्ञान**-साक्षात्कार कर्ता को अपने अध्ययन विषय या समस्या के सभी पहलुओं का पूर्ण ज्ञान होना चाहिए। जो साक्षात्कार कर्ता समस्या की प्रवृत्ति उसके उद्देश्यों और उसके अध्ययन के उद्देश्य से अनभिज्ञ या अल्पभिज्ञ होता है वह उत्तरदाता द्वारा पूछे गये प्रति प्रश्नों के उत्तर या उसकी शंकाओं का समाधान नहीं प्रस्तुत कर सकता।
- (2) **साक्षात्कार पथ प्रदर्शिका**-पथ प्रदर्शिका दो प्रकार की होती है। (1) अवलोकन पथ-प्रदर्शिका (Observation Guide) और (2) साक्षात्कार पथ-प्रदर्शिका (Interview Guide)। यदि अनुसंधान पत्रकार पहले से ही एक सर्वांगपूर्ण साक्षात्कार पथ प्रदर्शिका बना लेता है तो वार्तालाप दारते समय उसे अभीष्ट लक्ष्य तक पहुँचने में कठिनाई नहीं होती। इसमें साक्षात्कार के समय अपेक्षित सावधानियों और निर्देशों का भी उल्लेख रहता है। पथ-प्रदर्शिका में समस्या के विभिन्न पहलुओं की रूपरेखा, साक्षात्कार की पूर्ण योजना का विवरण और वार्तालाप को केन्द्रित करने वाले विभिन्न विषयों का उल्लेख भी रहता है। अनुसंधान विशेषज्ञों के अनुसार साक्षात्कार पथ-प्रदर्शिका से निम्नलिखित मुख्य लाभ होते हैं-
 - (क) साक्षात्कार कर्ता का ध्यान अध्ययन के मुख्य-मुख्य तत्त्वों की ओर केन्द्रित किए रहना।
 - (ख) एक अथवा अनेक साक्षात्कारों के द्वारा तुलनात्मक सामग्री प्राप्त करने में सहायता।
 - (ग) सामग्री के विशेषण के लिए अपेक्षित एक सी इकाइयों को संकलित करने या पूर्वकल्पना की परीक्षा करने में सहयोग देना।
 - (घ) जीवन इतिहासों के गणनात्मक आधारों के अनुकूल विशिष्ट प्रकार के टोस तथ्यों और विस्तृत सूचनाओं के संग्रह के लिए अभिप्रेरित रखना।
- (3) **व्यक्तियों का चुनाव**-साक्षात्कार देने वाले व्यक्तियों का चुनाव अध्ययन की समस्या और अध्ययन की पद्धति को भी ध्यान में रखकर किया जाना चाहिए। चुनाव ऐसे व्यक्तियों का ही किया जाना चाहिए जो विषय के जानकार हों और

अधिक विश्वसनीय सूचनाएँ दे सकने की स्थिति में हों।

- (4) **प्रारम्भिक विचार**—किसी भी प्रकार का साक्षात्कार प्रारम्भ करने के पूर्व साक्षात्कार के उद्देश्य और साक्षात्कार दाता की योग्यता, निवास स्थान, व्यवसाय, स्वभाव, अवकाश का समय, दृष्टिकोण इत्यादि का भी पुर्वानुमान लगा लेना चाहिए। साक्षात्कारदाता से परिचय भी स्थापित करना आवश्यक है। यह परिचय पत्र द्वारा या व्यक्तिगत रूप से भी हो सकता है। यदि विषय किसी समूह, समुदाय, वर्ग या संगठन से सम्बन्धित हो तो सबसे पहले उसके नेता से सम्पर्क करना चाहिए।
- (5) **समय निर्धारण**—समय का निर्धारण साक्षात्कार दाता के परामर्श से ही पत्र, टेलीफोन या व्यक्तिगत सम्पर्क द्वारा किया जाना चाहिए। समय के साथ ही स्थान पर भी निर्धारण आवश्यक है। प्रथम सम्पर्क स्थापित करते समय परिचय पत्र अवश्य देना चाहिए। समय तथा स्थान उस स्थिति में विशेष महत्व रखते हैं जब सूचनाएँ सबकी उपस्थिति में प्रत्येक समय देना सम्भव नहीं होता।
- (6) **अनुकूल दशाओं का निर्माण**—साक्षात्कार कर्ता को कभी-कभी अपने अध्ययन के लिए साक्षात्कार दाता को अनुकूल दशाओं में भी लाना पड़ता है। इसके लिए साक्षात्कार कर्ता को सामान्य मनोवैज्ञानिक उपायों का व्यवहार करना चाहिए।
- (7) **सम्पर्क स्थापना**—व्यवहारिक दृष्टि से सम्पर्क स्थापना को ही साक्षात्कार का प्रथम सोपान कहा जा सकता है। सम्पर्क सदैव निर्धारित समय और स्थान पर ही करना चाहिए। साक्षात्कार दाता से उपयुक्त अभिवादन के साथ मिलते हुए यदि परिचय-पत्र हो तो परिचय-पत्र अथवा मौखिक रूप से परिचय देना चाहिए। साक्षात्कार देने वाले से इस प्रकार सम्पर्क में अपना उद्देश्य इस प्रकार स्पष्ट करना चाहिए कि उसके मन में किसी प्रकार की औपचारिकता या संदेह शेष न रहें।
- (8) **साक्षात्कार का प्रारम्भ**—साक्षात्कार के प्रारम्भ में कुछ कुशल-क्षेम जैसा प्रारम्भिक वार्तालाप करने के पश्चात् अपने मूल विषय से सम्बन्धित प्रश्न पूछना चाहिए। किसी भी स्थिति में विवाद को बचाना चाहिए। बीच-बीच में कुछ उत्साह वर्धक वाक्य भी कहने चाहिए। कई बार साक्षात्कार कर्ता के मस्तिष्क को सन्तुलित बनाने और अनुभवों तथा विचारों को अप्रत्यक्ष रूप से स्मरण कराने में भी सहयोग देना चाहिए। साक्षात्कार दाता से व्यक्तिगत या रहस्यपूर्ण बातों से सम्बन्धित प्रश्न नहीं करना चाहिए।
- (9) **सूचनाओं का लेखन**—साक्षात्कार के समय उत्तरदाता द्वारा दिये गये उत्तरों को लिखने के लिए टेप रिकार्डर का भी उपयोग किया जा सकता है किन्तु कुछ अध्ययनों की प्रकृति ऐसी भी हो सकती है जिसके कारण साक्षात्कार दाता अपनी बात को रिकार्ड कराने से इंकार भी कर सकते हैं। ऐसी स्थिति में यही उचित होगा कि साक्षात्कार दाता की इच्छा का ध्यान रखा जाए। उत्तरों का लिखना भी दो स्थितियों में हो सकता है –
 - (क) **साक्षात्कार के समय लिखते रहना**—इसमें यह सुविधा रहती है कि उत्तरों को यथानुरूप लिखा जा सकता है। किन्तु साक्षात्कार का स्वाभाविक प्रवाह बाधित हो सकता है।
 - (ख) **साक्षात्कार के पश्चात् लिखा जाय** – उत्तरों को साक्षात्कार को बाद भी लिखा जा सकता है। किन्तु इस स्थिति में यह भी संभव है कि कोई उत्तर विस्तृत हो जाय।

उपर्युक्त दोनों स्थितियों की कमियों या त्रुटियों से बचने के लिए उचित तो यही

होगा कि साक्षात्कार विवरण को साथ-साथ संक्षिप्त रूप में सांकेतिक शब्दों में लिखते रहें। संकेत लिपि का ज्ञान अनुसंधान-पत्रकार के लिए सदैव लाभदायक और सुविधा जनक होता है।

- (11) **साक्षात्कार समापन**—जब साक्षात्कारदाता सम्बन्धित प्रश्नों पर कुछ कहने की स्थिति में नहीं रह जाता, सभी प्रश्नों के उत्तर अपने बुद्धि-विवेक के अनुसार दे चुकता है तो स्वाभाविक रूप से उसके बोलने की गति मन्द हो जाती है। वह बीच-बीच में या तो विषयान्तर करके बोलने लगता है या रुक-रुक कर कुछ कहता है। ऐसी स्थिति में साक्षात्कारकर्ता को स्वयं ही अपनी ओर से वार्तालाप समाप्त करने का प्रयास करना चाहिए। यदि साक्षात्कार एक चरण में समाप्त होने वाला न हो, तो आगे के साक्षात्कार के लिए साक्षात्कारदाता को उत्सुक बनाए रखने के लिए साक्षात्कार को ऐसे केन्द्र बिन्दु पर स्थगित करना चाहिए जिसमें आगे महत्वपूर्ण वार्ता के संकेत निहित हों। साक्षात्कारदाता से भी पूछ लेना चाहिए कि कोई बात कहने के लिए शेष तो नहीं रह गई। यदि आवश्यक हो तो साक्षात्कारदाता द्वारा बताए गए विवरण को गोपनीय रखने का विश्वास दिलाते हुए कृतज्ञता ज्ञापन के साथ विदा लेनी चाहिए।
- (12) **साक्षात्कार प्रतिवेदन**—साक्षात्कारकर्ता को अपने साक्षात्कार परिणामों को लिखने में आलस्य नहीं करना चाहिए। सबसे अच्छा यह होता है कि उसी दिन प्राप्त सूचनाओं का पुनः स्मरण (Recall) करके शीघ्रताशीघ्र ही लिख लिया जाय। प्रतिवेदन प्रत्येक स्थिति में वास्तविक और पक्षपात रहित होना चाहिए। प्रतिवेदन पर **साक्षात्कारकर्ता के** व्यक्ति विचारों, मनोभावों और आदर्शों का प्रभाव कदापि नहीं होना चाहिए।

3.6.3 साक्षात्कार में सावधानी

साक्षात्कार और व्यक्तिगत सम्पर्क द्वारा समाचार की विशद जानकारी प्राप्त की जाती है। देखा जाता है कि सरकारी वक्तव्य, सार्वजनिक विज्ञप्तियाँ तथा मंचीय भाषणों द्वारा प्रायः एकपक्षीय तत्त्वों का विवरण प्रस्तुत किया जाता है। साक्षात्कार द्वारा पत्रकार समाचारों से सम्बद्ध अधिकारी से पक्ष-विपक्ष, गुण-दोष एवं जनमत के प्रभाव की ठोस बातें ज्ञात करता है। दूसरे शब्दों में भेंट-वार्ता, सम्मेलन या साक्षात्कार द्वारा समाचार के 'क्यों' और 'कैसे' की गहरी जानकारी मिलती है, समाचार पूर्णता को प्राप्त होता है। पत्रकारिता की एक अमेरिकी संस्था ने साक्षात्कार तकनीक के लिए अपने छात्रों को निम्नलिखित सिद्धान्त बतलाया जिसे श्री के०पी० नारायणन् ने 'सम्पादन-कला' में उद्धृत किया है -

“जिस व्यक्ति से आपको साक्षात्कार करना हो उस व्यक्ति के बारे में किसी ऐसे व्यक्ति से, जो उसे जानता हो, जितनी भी मिल इसके उतनी जानकारी हासिल कर लीजिए। उसका नाम ठीक से उतारिये और उसका उच्चारण ठीक से कीजिये। फिर जिस विषय के सिलसिले में आप साक्षात्कार चाहते हों उस विषय के सम्बन्ध में जितनी हो सके उतनी जानकारी हासिल कीजिए। इस विषय के सम्बन्ध में किसी ऐसे व्यक्ति से पूछिये जो उसका जानकार हो और फिर किसी सन्दर्भ-ग्रन्थ में उस विषय पर जो लिखा हो उसे पढ़ लीजिए। इससे आप ठीक-ठीक प्रश्न पूछ सकेंगे और कोई बात छूट नहीं पायेगी।

आप स्वयं अधिक न बोलें। आपका प्रयोजन यह होना चाहिए कि जिस व्यक्ति से आप प्रश्न पूछते हैं, वह उनमें दिलचस्पी ले और बेझिझक उनके उत्तर दे। आपका काम सोचने का है, बोलने का नहीं। फिर चतुराई से प्रश्न पूछते जाइये। पूरी कथा व्योरोँ और नाटकीय घटनाओं सहित मालूम कीजिए। समाप्ति से पूर्व तथ्यों का सरसरी तौर पर सत्यापन कर लीजिये।”

एक ही समस्या को लेकर विभिन्न स्थानों और विभिन्न स्थितियों से लोकमत, नेताओं के विचार को संकलित करके चर्चा-परिचर्चा का स्तम्भ शुरू होता है जिसका आधार साक्षात्कार ही है। कभी-कभी संवाददाताओं को सुनना पड़ता है कि 'मुझे अखबारवालों पर भरोसा नहीं', 'मुझे कुछ नहीं कहना है', 'आपके अखबार की नीति पसन्द नहीं' और 'फुरसत नहीं।' ऐसा सुनकर सतर्क, सयाना और विवेकी संवाददाता मनोवैज्ञानिक ढंग से सूचनाओं को प्राप्त कर लेने में सफल होता है। बिना कुछ पूछे बहुभाषी मन्त्री या अधिकारी गण अपने प्रोपेगण्डा के निमित्त अधिक कहे जाते हैं, ऐसी अवस्था में संवाददाता नीर-क्षीर विवेकी होकर तथ्यों को ही समादृत करता है। मितभाषी और असहयोगी प्रवृत्ति वाले पदाधिकारियों से आवश्यक सूचना-प्राप्ति के लिए शिष्टता एवं दृढ़ता का सम्बल लेना पड़ता है। भेंटवार्ताकार खुले दिमाग और आत्मीयता के वातावरण-निर्माण द्वारा अन्वेषक दृष्टि से अपने लक्ष्य को पाने में सफल रहता है।

3.6.4 अनुसूची एवं प्रश्नावली

अनुसूची

अनुसूची (Schedule) संज्ञा सामान्यतः प्रश्नों के उस समूह के लिए होती है जो किसी साक्षात्कार कर्ता के द्वारा किसी व्यक्ति के आमने-सामने उपस्थित होकर स्वयं पूछे और भरे जाते हैं। अनुसूची और प्रश्नावली में (Questionnaire) में एक सबसे बड़ा अन्तर यही होता है कि प्रश्नावली प्रत्येक स्थिति में सूचनादाता द्वारा ही भरी जाती है जबकि अनुसूची स्वयं साक्षात्कारकर्ता द्वारा भरी जाती है।

सर्वेक्षण में तथ्यों तथा सूचनाओं के संकलन में अनुसूची का विशेष महत्त्व है। यह एक ऐसी सूची (List) या प्रपत्र (Profarma) के रूप में होती है जो अनुसंधान या अध्ययन के विषय के समय उपयोग में लायी जाती है। अनुसूची के प्रश्नों को बहुत ही सोच-समझकर क्रमानुसार, विस्तृत, वर्गीकृत और नियोजित रूप में मुद्रित करवा लिया जाता है। अनुसूची का आकार-प्रकार इस प्रकार का रखा जाता है कि उसे देखते ही रद्दी की टोकरी में डाल देने की इच्छा न उत्पन्न हो। अनुसूची के सभी प्रश्न स्पष्ट, सरल, एकार्थक और अध्ययन विषय अथवा समस्या से सम्बद्ध होने चाहिए। प्रश्नों का क्रम इस प्रकार सुनियोजित और सुविचारित होना चाहिए कि उनसे प्राप्त उत्तरों या सूचनाओं में भी परस्पर क्रमबद्धता बनी रहे। अनुसूची के प्रश्नों की रचना करते समय यह विवेक भी होना चाहिए कि उनके उत्तरों से प्राप्त सूचनाओं का सारणीयन (Tabulation) तथा सांख्यिकीय विवेचन (Statistical Interpretation) भी किया जा सके। प्रश्नों की संख्या इतनी अधिक नहीं होनी चाहिए कि उत्तरदाता देखते ही ऊबने लगे।

अनुसूची निर्माण

अनुसंधानकर्ता के कार्य की सफलता बहुत कुछ अनुसूचियों पर निर्भर करती है। इसलिए अनुसूची निर्माण में भी बहुत ही सावधानी, बुद्धिमत्ता तथा विवेक शक्ति की आवश्यकता पड़ती है। होरेस सेक्रीस्ट (Horace Secrist) ने अनुसूची निर्माण के पूर्व प्रारम्भिक कार्य के रूप में निम्नलिखित नौ प्रश्न स्वयं से पूछने का सुझाव दिया है—

- (1) समस्या क्या है?
- (2) समस्या में सांख्यिकी के उपयोग की क्या आवश्यकता है?
- (3) विश्लेषण तथा समाधान के लिए किस प्रकार के तथ्य अपेक्षित हैं?
- (4) क्या वे तथ्य उपयुक्त रूप में प्राप्त हो सकते हैं?
- (5) क्या प्राप्त होने वाले तथ्य उद्देश्य के लिए पर्याप्त होंगे?
- (6) क्या उनमें अपेक्षित परिशुद्धता (Accuracy), एकरूपता (Consistency) और तुलनात्मक (Comparability) हो सकती है।

- (7) क्या तथ्यों की निश्चित अवधि में प्राप्त किया जा सकता है?
- (8) प्राप्त तथ्यों का उपयोग कितनी स्वतन्त्रता या प्रतिबन्धों के साथ किया जा सकता है?
- (9) क्या अपेक्षित तथ्यों को प्राप्त करने के लिए किसी प्रकार की अनुसूची या कार्यप्रणाली की आवश्यकता है?

उपर्युक्त प्रश्नों के परिप्रेक्ष्य में अनुसंधानकर्ता अपनी अनुसूचियों का निर्माण करके अपने कार्य को सुगम बना सकता है। अनुसंधानकर्ता को अपनी अनुसूची के पूर्व पूर्वगामी अध्ययन भी करना चाहिए।

अनुसूची के प्रश्नों का क्रम भी उत्तरदाता को उत्तर देने या न देने के लिए प्रभावित करता है। प्रारम्भ में सबसे आकर्षक और सरल प्रश्न दिया जाना चाहिए। इससे उत्तरदाता उत्तर देने के लिए आकर्षित होता है। प्रारम्भ में सरल से जटिल की ओर प्रश्नों का क्रम रखने से भी उत्तरदाता को उत्तर देने की अप्रत्यक्ष प्रेरणा मिलती है। यदि प्रारम्भ से ही जटिल या कठिन प्रश्न उनके आगे आ जायेंगे, तो वह उत्तर देना बीच में ही बन्द कर देगा या आगे चलकर सही उत्तर देने से इंकार कर देगा। प्रश्नों को क्रम देते समय एक प्रकृति के प्रश्नों को एक ही स्थान पर रखना चाहिए और एक प्रश्न से दूसरे प्रश्न के बीच विषयान्तर नहीं होना चाहिए। जो प्रश्न विषयान्तर करता है उसे निकाल देना चाहिए।

प्रश्नावली

प्रश्नावली प्रश्नों की उस विशिष्ट प्रकार की अनुसूची (Schedule) का ही नाम है जिसमें निहित प्रश्नों के उत्तर सूचनादाता (Informant) बिना किसी अनुसंधानकर्ता अथवा प्रगणक (Enumerator) की व्यक्तिगत सहायता के ही देता है। सामान्यतः प्रश्नावली डाक द्वारा ही भेजी जाती है। किन्तु इसे सामान्य रूप से भी वितरित किया जा सकता है। इन सभी स्थितियों में प्रश्नावली में निहित प्रश्नों के उत्तर सूचना प्रदान करने वाले के द्वारा ही भरे जाते हैं।

प्रश्नावली के प्रकार

प्रश्नावलियाँ अनेक प्रकार की हो सकती हैं। अध्ययन की सुविधा की दृष्टि से इनका वर्गीकरण हम निम्नलिखित आधारों के अनुसार कर सकते हैं -

- (1) तथ्यों के आधार पर (On the Basis of Facts)
- (2) संरचना के आधार पर (On the Basis of Structure)
- (3) प्रश्नों की प्रकृति के आधार पर (On the Basis of Nature of Questions)
- (4) विविध आधारों पर (On the Basis of Miscellaneous matters)

प्रश्नावली का निर्माण

प्रश्नावली का निर्माण करना एक महत्वपूर्ण किन्तु जटिल कार्य है। यदि प्रश्नावली का निर्माण करते समय कोई आवश्यक बात शेष रह जाती है तो उससे अनुसंधान परिणाम भी प्रभावित हो जाते हैं। इसके लिए सर्वप्रथम सावधानीपूर्वक विषय का अध्ययन करना पड़ता है। समस्या के विभिन्न पक्षों का विश्लेषण करके ही सर्वेक्षणकर्ता यह निर्णय कर सकता है कि किन-किन पक्षों से सम्बन्धित प्रश्न प्रश्नावली में रखना आवश्यक है। प्रश्नावली में वही प्रश्न सम्मिलित किए जाने चाहिएँ जिनका उत्तर निःसंकोच दिया जा सके। प्रश्नावली के लिए निर्धारित किए गए प्रश्नों की प्रकृति, भाषा, शैली, संख्या आदि पर भी विचार कर लेना चाहिए। प्रश्नावली में विभागीय शब्दों या विशिष्ट शब्दों के संक्षिप्त रूप नहीं दिए जाने चाहिए। कुछ प्रश्न ऐसे होते हैं जो एक प्रकार की भाषा-शैली में लटकते हैं, किन्तु उसी आशय के प्रश्न दूसरे प्रकार की भाषा-शैली में पूछे जाने पर 'सहर्ष उत्तर' के योग्य बन जाते हैं।

प्रश्नावली और अनुसूची में अन्तर

प्रश्नावली तथा अनुसूची सामान्य दृष्टि में एक ही जैसी लगती हैं किन्तु इन दोनों में निम्नलिखित अन्तर होते हैं -

- (1) प्रश्नावली डाक द्वारा भेजी जाती है। अनुसंधान कर्ता या उसके सहयोगी की सूचनादाता के पास स्वयं नहीं जाना पड़ता। किन्तु अनुसूची सूचनादाता के पास डाक द्वारा नहीं भेजी जाती। अनुसंधानकर्ता या सहयोगी को स्वयं ही अनुसूची लेकर उत्तरदाता के पास जाना पड़ता है।
- (2) प्रश्नावली द्वारा बड़े और विस्तृत क्षेत्र में अध्ययन किया जाता है, जबकि अनुसूची द्वारा केवल छोटे या सीमित क्षेत्र में ही अध्ययन किया जा सकता है।
- (3) प्रश्नावली व्याख्यात्मक होती है, जबकि अनुसूची तथ्यात्मक होती है।
- (4) प्रश्नावली के प्रश्नों का निर्माण करते समय अनुसंधानकर्ता को अपने उत्तरदाताओं के शैक्षणिक और सांस्कृतिक स्तरों का ध्यान रखना पड़ता है। सभी सूचनादाता समान नहीं होते। इसलिए प्रश्नों को अत्यधिक स्पष्ट और सरल भी बनाया जाता है। अनुसूची प्रविधि में सूचनादाता सामने होता है। इसलिए पहले से अनुसंधानकर्ता को प्रश्नों को सरल बनाने का प्रयास नहीं करना पड़ता। अनुसंधान कर्ता प्रश्नों का निर्माण उसी समय इच्छानुसार कर सकता है।
- (5) प्रश्नावली प्रणाली में अवलोकन या निरीक्षण का अभाव होता है, जबकि अनुसूची प्रणाली में इसके लिए पूरा-पूरा अवसर रहता है।

3.7 संवाददाता सम्मेलन और साक्षात्कार में अन्तर

संवाददाता सम्मेलन और साक्षात्कार दोनों ही समाचार ज्ञात करने के महत्वपूर्ण स्रोत हैं। इसके बावजूद दोनों में कुछ मौलिक भिन्नताएँ हैं जो निम्नलिखित हैं-

1. संवाददाता सम्मेलन का आयोजन किसी व्यक्ति, संस्था, राजनेता अथवा सरकार द्वारा किया जाता है जबकि साक्षात्कार के आयोजन हेतु संवाददाता ही सक्रिय रहता है।
2. संवाददाता सम्मेलन में आयोजक द्वारा बताई जाने वाली बातें प्रायः पूर्व में ही भेज दी जाती हैं तथा संवाददाता को सीमित क्षेत्र में ही प्रश्न पूछने की इजाजत कभी-कभी मिल जाती है। जबकि साक्षात्कार में साक्षात्कारकर्ता तथ्यों का पता लगाने के लिए कहीं से भी घुमा-फिरा कर प्रश्न पूछ सकता है।
3. साक्षात्कार में पत्रकार साक्षात्कारदाता की सुविधानुसार उनसे सम्पर्क करके साक्षात्कार का दिन, समय तथा स्थान सुनिश्चित करता है तथा नियत समय पर तैयारी के साथ साक्षात्कार हेतु पहुँचता है जबकि संवाददाता सम्मेलन अल्प समय की सूचना में भी आयोजित हो जाता है।
4. साक्षात्कार के द्वारा पत्रकार छिपे हुए अथवा छिपाए जा रहे तथ्यों को प्रकाशित करने का प्रयास करता है जबकि सम्मेलन में केवल प्राप्त सूचनाओं को ही जाँचा-परखा जा सकता है।

इस प्रकार संवाददाता सम्मेलन और साक्षात्कार दोनों ही पत्रकार के लिए महत्वपूर्ण हैं जबकि दोनों का अपना अलग-अलग महत्व होता है। पत्रकार के दोनों के ही लिए कुछ आवश्यक तैयारी करनी होती है।

3.8 सारांश

इस इकाई में आपने संवाददाता, उसकी योग्यता, संवाददाताओं की श्रेणियाँ और संवाददाता सम्मेलन आदि के बारे में अध्ययन किया। समाचारों और सूचनाओं की प्राप्ति के लिए संवाददाता सम्मेलन और साक्षात्कार दोनों का ही महत्वपूर्ण स्थान होता है। साक्षात्कार के द्वारा तथ्य संकलन की विधि का भी विस्तृत विवेचन इस इकाई में किया गया है। संवाददाता सम्मेलन और साक्षात्कार के मौलिक अन्तर को स्पष्ट करते हुए दोनों की तैयारी और सावधानियों की भी विवेचना की गई है।

3.9 शब्दावली

साक्षात्कार	- आमने-सामने की बातचीत।
क्रास चेक	- प्राप्त उत्तर को दूसरे प्रश्न के द्वारा प्रमाणित करना।
साक्षात्कारकर्ता	- पत्रकार अथवा संवाददाता जो साक्षात्कार लेता है।
साक्षात्कारदाता-	वह व्यक्ति जिसके साथ साक्षात्कार की प्रक्रिया चलती है।
प्रश्नावली	- साक्षात्कार हेतु प्रश्नों की एक सूची का निर्माण करना।

3.10 सन्दर्भ ग्रन्थ

1. आधुनिक पत्रकारिता - डॉ० अर्जुन तिवारी
2. हिन्दी पत्रकारिता का नया स्वरूप - बच्चन सिंह
3. जन माध्यम और पत्रकारिता - प्रवीण दीक्षित

3.11 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. विशेष संवाददाता किसे कहते हैं?
2. संवाददाता सम्मेलन क्या है?
3. संवाददाता सम्मेलन और साक्षात्कार में क्या अन्तर है?
4. साक्षात्कार क्या है?
5. भेंट-वार्ता और साक्षात्कार में क्या अन्तर है?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. संवाददाता का अर्थ स्पष्ट करते हुए इनके प्रकार की व्याख्या कीजिए।
2. संवाददाता सम्मेलन में जाने से पूर्व पत्रकार को क्या तैयारी करनी चाहिए तथा कौन-सी सावधानी बरतनी चाहिए? समीक्षा करें।
3. साक्षात्कार का अर्थ, महत्व एवं प्रकार स्पष्ट करें।
4. साक्षात्कार की सफलता के लिए किन बातों का ध्यान रखना आवश्यक होता है, स्पष्ट करें।
5. प्रश्नावली तथा अनुसूची क्या हैं और इनमें क्या अन्तर है?

1. भेंटवार्ता (साक्षात्कार) पर आधारित कार्यक्रम सीधी बात का सम्बन्ध किस टी.वी. चैनल से है?
क. जी. टी.वी., ख. स्टार न्यूज,
ग. आज तक, घ. एन डी टी वी
2. बी. बी. सी. का मुख्यालय किस देश में है?
क. अमेरिका, ख. भारत,
ग. कनाडा, घ. ब्रिटेन।
3. इण्डिया टुडे के सम्पादक का नाम
क. प्रभु चावला, ख. हेमन्त शर्मा,
ग. अरुण शौरी, ग. सुदर्शन
4. इनमें से कौन-सा टीवी कार्यक्रम साक्षात्कार पर आधारित है?
क. चाचा चौधरी, ख. हमलोग,
ग. दिन भर, घ. सीधी बात।
5. किस संवाददाता को सामान्य सैन्य प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है?
क. विशेष संवाददाता, ख. विदेश संवाददाता,
ग. युद्ध संवाददाता, घ. अपराध संवाददाता।

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

- 1-ग
- 2-घ
- 3-क
- 4-घ
- 5-ग

इकाई 4 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रिपोर्टिंग

इकाई की रूपरेखा

- 4.0 उद्देश्य
- 4.1 प्रस्तावना
- 4.2 रिपोर्टिंग
- 4.3 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रिपोर्टिंग
- 4.4 रेडियो रिपोर्टिंग
 - 4.4.1 रेडियो रिपोर्टिंग करते समय ध्यान देने योग्य बातें
 - 4.4.2 रेडियो रिपोर्टर
 - 4.4.3 रेडियो रिपोर्टर के गुण
 - 4.4.4 रेडियो रिपोर्टर के कार्य
- 4.5 टेलीविजन रिपोर्टिंग
 - 4.5.1 टेलीविजन रिपोर्टर
 - 4.5.2 टेलीविजन रिपोर्टर के गुण
 - 4.5.3 आवश्यक उपकरण
 - 4.5.4 टेलीविजन रिपोर्टिंग करते समय सावधानियाँ
- 4.6 हॉट लाइन समाचार और ऑन लाइन समाचार
- 4.7 ई-जर्नलिज्म
 - 4.7.1 इलेक्ट्रॉनिक अखबार
 - 4.7.2 साइबर पत्रकारिता
 - 4.7.3 वेबसाइट
- 4.8 सारांश
- 4.9 शब्दावली
- 4.10 उपयोगी पुस्तकें
- 4.11 प्रश्नावली

4.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के उपरान्त आप:

- रिपोर्टिंग एवं इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में रिपोर्टिंग को जान सकेंगे,
- रेडियो रिपोर्टिंग किस प्रकार की जाती है, का अध्ययन कर सकेंगे।
- रेडियो रिपोर्टर के गुण एवं कार्य को अच्छी तरह समझ सकेंगे,
- टेलीविजन में रिपोर्टिंग कैसे की जाती है, इसको जान सकेंगे।
- टेलीविजन रिपोर्टर एवं गुण को समझ सकेंगे।
- टेलीविजन रिपोर्टिंग में आवश्यक उपकरण को भी आप इस इकाई में जान सकेंगे।

- साथ ही इस इकाई में पत्रकारिता की एक नई विधा ई-जर्नलिज्म का भी अध्ययन कर सकेंगे।
- ई-जर्नलिज्म में इलेक्ट्रॉनिक अखबार व साइबर-स्पेस में पत्रकारिता को भी भली-भाँति जान सकेंगे।

4.1 प्रस्तावना

रिपोर्टिंग पत्रकारिता का सर्वाधिक महत्वपूर्ण अंग है जिसे रिपोर्टर द्वारा किया जाता है। समय के साथ पत्रकारिता के क्षेत्र में भी बदलाव हुआ। पत्रकारिता के माध्यमों में बहुलता आयी। इलेक्ट्रॉनिक जनमाध्यम विकसित हुए। वस्तुतः ये इलेक्ट्रॉनिक माध्यम प्रिन्ट मीडिया की रिपोर्टिंग से भिन्न हैं क्योंकि इलेक्ट्रॉनिक शब्द से स्पष्ट है कि इसमें तकनीकी विशेषज्ञता की भी जरूरत पड़ती है।

आज इलेक्ट्रॉनिक जनमाध्यम की पहुँच अधिक होने से इसकी पत्रकारिता का विशेष महत्व है। इलेक्ट्रॉनिक जनमाध्यमों को भी हम अब कई हिस्सों में बाँट सकते हैं। एक केवल श्रव्य माध्यम है तो दूसरा दृश्य-श्रव्य। बदलते परिवेश में कम्प्यूटर के विकास और इसकी बढ़ती उपयोगिता में इससे भी जुड़ा एक जनमाध्यम विकसित हो रहा है जिसे हम साइबर मीडिया या ई-जर्नलिज्म के नाम से जानते हैं।

इलेक्ट्रॉनिक जनमाध्यमों की रिपोर्टिंग करने के लिए परम्परागत पूर्व के तरीके से हटकर इलेक्ट्रॉनिक जनमाध्यम में रिपोर्टिंग की जाती है, जिसमें उपकरणों का विशेष महत्व होता है। इसके संचालन के लिए कुछ विशेषज्ञता की भी जरूरत पड़ती है। इसी कारण इलेक्ट्रॉनिक जनमाध्यमों की रिपोर्टिंग में एक से अधिक लोगों की भी कभी-कभी जरूरत पड़ती है। 'लाइव' प्रसारण का महत्व तेजी से बढ़ रहा है जिसके कारण इसकी प्रभावोत्पादकता में और तेजी आयी है। इसी कारण इस विधा के रिपोर्टर में कुछ विशेष गुण, कुछ विशेष तकनीकी ज्ञान, भाषा पर पकड़ सहित कई बातें प्रमुख होती हैं। प्रतिस्पर्धा के कारण इसके रिपोर्टर को कुछ विशेष सावधानियाँ भी बरतनी पड़ती हैं।

4.2 रिपोर्टिंग

किसी भी मीडिया का सर्वाधिक लोकप्रिय पक्ष उसकी रिपोर्टिंग होती है, जिसे रिपोर्टर करता है। रिपोर्टर एक तरह से सूचना तन्त्र में 'गेटकीपर' का कार्य करता है। वस्तुतः पत्रकारिता की दृष्टि से रिपोर्टिंग घटना या दृश्य का विवरण होता है। जिसे प्रत्येक माध्यम अपने अनुसार विभिन्न शैली में अपनाते हैं। आज के बदलते परिवेश में यह आवश्यक हो गया है कि कम-से-कम समय और संक्षिप्त बातों में अधिक-से-अधिक सामग्री उपलब्ध हो सके। इस कारण रिपोर्टिंग में क्रान्तिकारी परिवर्तन हो रहे हैं। ढ़ड़ी स्पर्धा के कारण सजीव प्रसारण सामान्य सी बात हो गयी है। परिणामस्वरूप प्रतिदिन की घटनाओं की ताज़ा से ताज़ा जानकारी, मिनटों में पूरी दुनिया में तेज़ी से फैल जाती है।

संसार में प्रत्येक जगह घटनाएँ घटती हैं। आज के सिमटते विश्व में मानव हर जगह तथा प्रत्येक महत्वपूर्ण विषय की जानकारी प्राप्त करना चाहता है। जिस कारण रिपोर्टिंग का क्षेत्र अतिव्यापक हो गया है। राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय स्तर का समाचार जहाँ प्रमुख होते हैं वहीं क्षेत्रीय व स्थानीय खबरों की अनदेखी नहीं की जा सकती है, क्योंकि अपने आस-पास की सूचना को व्यक्ति पहले जानना चाहता है। यही कारण है कि क्षेत्रीय चैनलों का तेज़ी से विकास हो रहा है। तथ्यात्मक खबरों के साथ ही व्याख्यात्मक, विश्लेषणात्मक रिपोर्टिंग का प्रचलन एवं माँग में तेज़ी आयी है। वहीं खोजी पत्रकार कुछ नया करने के लिए भ्रष्टाचार का भण्डाफोड़ करने में

अधिक दिलचस्पी ले रहे हैं।

हर माध्यम की अपनी विशेषता होती है। तभी वह अन्य माध्यमों से भिन्न रहता है। किसी घटना की रिपोर्टिंग सम्बन्धित माध्यम के आधार पर ही की जाती है। जिसमें उसके पाठक/दर्शक/श्रोता का महत्वपूर्ण स्थान होता है। उसी के आधार पर माध्यमों की रिपोर्टिंग की भाषा व शैली होती है। तात्पर्य यह कि प्रत्येक मीडिया की अपनी रिपोर्टिंग शैली होती है। टेलीविजन में तो लिखने का कार्य धीरे-धीरे कम हो गया है। संवाददाता और सम्पादक का कार्य वहां संयोजक जैसा हो गया है।

4.3 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रिपोर्टिंग

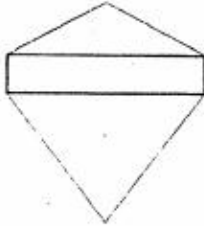
इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में रेडियो, टेलीविजन व साइबर प्रमुख रूप से आते हैं। रेडियो और टेलीविजन के लिए समाचारों का संकलन लेखन और प्रसारण ठीक वैसा नहीं होता जैसा कि समाचारपत्रों के लिए किया जाता है। दोनों के मौलिक सिद्धान्त एक ही हैं फिर भी तकनीकी स्वरूप एवं प्रसारण की शैली में अन्तर होता है। रेडियो, टेलीविजन और साइबर में भी अन्तर है। मुद्रित माध्यमों की अपेक्षा प्रसारण माध्यमों में समाचारों का स्वरूप छोटा होता है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की भाषा-शैली सरल एवं प्रभावकारी होती है। आजकल रेडियो एवं टेलीविजन दोनों के समाचार प्रारूप में इस प्रकार का परिवर्तन किया जा रहा है कि समाचारों को सीधे संवाददाता एवं सम्बन्धित व्यक्ति के मुख से कहलवाया जाय। इससे समाचार की विश्वसनीयता व ग्राह्यता बढ़ जाती है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के समाचारों में तीन बातें प्रमुख होती हैं, भाषा, प्रस्तुतीकरण एवं सम्बन्धित माध्यम की माध्यम शैली।

चूँकि यह प्रसारण 'इलेक्ट्रॉनिक्स' की सूक्ष्म तकनीकों पर आधारित है इसलिए रेडियो, टेलीविजन या फिर साइबर के लिए की जाने वाली रिपोर्टिंग को इलेक्ट्रॉनिक्स मीडिया की रिपोर्टिंग से सम्बोधित करते हैं। इसकी भाषा बातचीत शैली की होती है। इसमें प्रतिदिन में प्रयोग किये जाने वाले शब्दों का ही ज्यादातर प्रयोग किया जाता है जिससे कि श्रोता या दर्शक आसानी से रिपोर्टर की बात समझ सकें। रेडियो रिपोर्टर घटना तथा घटना स्थल की जानकारी शब्दों के माध्यम से ही चित्रित करता है, जबकि टेलीविजन रिपोर्टर चित्रों के माध्यम से घटना व अन्य घटनास्थल का क्रमशः ब्योरा देता है। वह स्वयं कम बोलने का प्रयास करता है। ज्यादातर प्रभावित लोगों, जनता व घटना के जिम्मेदार लोगों के बातों को महत्व दिया जाता है। टेलीविजन रिपोर्टर सभी की बातों को ध्यान में रखकर अपनी टिप्पणी या अपनी बात को बताता है। रिपोर्टिंग करते समय कोई निर्दोष घटना से प्रभावित न हो इसका भी ध्यान रखा जाता है। कभी-कभी पीड़ित की पहचान भी छिपायी जाती है। साम्प्रदायिक दगों या बलात्कार आदि की रिपोर्टिंग करते समय विशेष सावधानियाँ बरतनी पड़ती हैं।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के रिपोर्टर को रिपोर्टिंग करते समये इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों का भी प्रयोग करना पड़ता है। जिस कारण उपकरणों की देखभाल, रख-रखाव महत्वपूर्ण हो जाता है। भीड़ में रिपोर्टिंग करते समय विशेष ध्यान देना पड़ता है। कैमरा को संचालित करते समय यह ध्यान देना पड़ता है कि कैमरे को कोई चोट न पहुँचे। बहुधा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की रिपोर्टिंग करते समय कैमरा छिनने व कुछ अंशों को हटाने जैसी समस्याएँ उत्पन्न हो जाती हैं। ऐसे में टेलीविजन पत्रकार का धैर्यशील एवं प्रभावी होना महत्वपूर्ण है।

सम्प्रति, आज विश्व में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का महत्व सर्वाधिक हो चला है। तेजी से नये-नये समाचार चैनल बाजार में आ रहे हैं। जो खबरों को ध्यान में रखकर बाजार में उतार रहे हैं। ऐसे में प्रतिस्पर्धा तेजी से बढ़ी है। एक्सक्लुसिव रिपोर्ट एवं 'ब्रेकिंग द न्यूज' का तरीका बढ़ा है जिससे इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की रिपोर्टिंग उसके दर्शक/श्रोता के लिए महत्वपूर्ण हो जाती है।

रेडियो पत्रकारिता अन्य दूसरी पत्रकारिता की विधाओं से भिन्न है। इसमें समय का सर्वाधिक महत्व है। विविध शोधों के आधार पर यह निष्कर्ष निकाला गया है कि 10 मिनटों वाले बुलेटिन में अधिक-से-अधिक 11 समाचार ही श्रोताओं के ध्यान को केन्द्रित कर सकते हैं। कुल 10 मिनट में लगभग 1200 से 1300 शब्द समाचार में प्रसारित होते हैं। समाचार पत्रों के लिए समाचार विलोम स्तूपी प्रकृति के होते हैं जबकि रेडियो के लिए यह पहलदार हीरे की प्रकृति की होती है। पहले समाचार लेखन में मुख्य विवरण, अन्य सन्दर्भित कम महत्व के विवरण होते हैं। तात्कालिकता, निकटता, महत्व और भाव ही रेडियो समाचार के महत्वपूर्ण तथ्य हैं।



- मुख्य विवरण
- समाचार का विस्तार
- समाचार के अन्य विवरण

चित्र - रेडियो में समाचार का प्रारूप

किसी सभा, समारोह, सम्मेलन, उत्सव, स्पर्धा या किसी घटना आदि की रिकार्डिंग जब रेडियो पत्रकार द्वारा रेडियो के लिए करते हैं तो उसे हम रेडियो रिपोर्टिंग कहते हैं।

रेडियो की रिपोर्टिंग के लिए यह आवश्यक है कि रेडियो रिपोर्टर घटनास्थल पर जाकर जो कुछ भी घटित हुआ है उसकी ध्वनि को रिकार्ड कर ले। उसके पश्चात उसे स्टूडियो में सम्पादित किया जाता है।

4.4.1 रेडियो रिपोर्टिंग करते समय ध्यान देने वाली बातें

रेडियो की रिपोर्टिंग करते समय रेडियो के रिपोर्टर को निम्न बातों पर ध्यान देना चाहिए-

- (i) समाचार का महत्व
- (ii) कार्यक्रम स्थल के पास का स्थान सुरक्षित कराना चाहिए जिससे रिपोर्टिंग करते समय कोई बाधा उत्पन्न न हो।
- (iii) कार्यक्रम की सूची क्या है, ज्ञात होनी चाहिए।
- (iv) उपकरण की स्थिति का ज्ञान होना चाहिए।
- (v) तकनीकी सहायक साथ में होने चाहिए।
- (vi) अंशों का चयन करना चाहिए।
- (vii) अवधि के अनुसार ही रिपोर्टिंग करनी चाहिए।
- (viii) किसी संस्था का प्रचार न हो, इस पर ध्यान देना चाहिए।
- (ix) प्रयत्न यह हो कि रिपोर्ट की सारी बातें संक्षेप में स्पष्ट हो जायँ।
- (x) रिपोर्टर की भाषा सरल, व स्पष्ट ढंग की होनी चाहिए। उसकी भाषा में हकलाहट, लड़खड़ाहट नहीं होनी चाहिए।
- (xi) बड़े अंकों के प्रयोग में सावधानी बरतनी चाहिए।

4.4.2 रेडियो रिपोर्टर

प्रत्येक रेडियो चैनल में नियमित संवाददाता, अंशकालिक संवाददाता और विशेष संवाददाता होते हैं। जिन्हें एक साथ संवाददाता, संवाद, लेखन और समाचार सम्पादक के रूप में सशक्त भूमिका का निर्वाह करना पड़ता है। रेडियो-पत्रकारों के सामने कभी-कभी विवशता भी होती है। वह न तो बुलेटिन की अवधि बढ़ा सकता है न तो अधिक शब्दों का प्रयोग ही कर

सकता है। सीमित अवधि में समाचारों को प्रस्तुत करना एक कला है। रेडियो पत्रकार/संवाददाता ज्यादा-से-ज्यादा कोशिश करता है कि वह समाचार देते समय स्पष्ट एवं संक्षिप्त शब्दों में सभी बातों को कह दें। समाचारों के प्रसारण में संवाददाता की बातों के अंशों को भी समाचार में सुनाया जाता है, जिससे समाचारों की विश्वसनीयता स्पष्ट हो सके। इसे 'वायस डिस्पैच' कहते हैं। जिससे समाचारों की ग्राह्यता बढ़ जाती है।

4.4.3 रेडियो रिपोर्टर के गुण

एक रेडियो रिपोर्टर में निम्न गुण होने चाहिए—

- (i) एक रेडियो रिपोर्टर में निरीक्षण, तार्किकता व समझ नितान्त आवश्यक है।
- (ii) सारांश में बात कहने की कला होनी चाहिए।
- (iii) भाषा एकदम स्पष्ट होनी चाहिए।
- (iv) समसामयिक ज्ञान आवश्यक है।
- (v) साक्षात्कार, वार्ताओं, भाषाओं आदि के लिए तकनीकी तौर पर विशेषज्ञता एवं उपकरणों के प्रयोग की जानकारी होनी चाहिए।

4.4.4 रेडियो रिपोर्टर के कार्य

1. रेडियो की सीमा शब्दों व आवाज तक है अतः संवाददाता को शब्दों से ही घटना का चित्र प्रस्तुत करना पड़ता है, जिसमें संक्षिप्तता व सरल भाषा का प्रयोग नितान्त आवश्यक है।
2. एक रेडियो रिपोर्टर को घटना या समाचार तक शीघ्रता से पहुँचना तथा घटना के अन्य पहलुओं का आकलन भी आवश्यक है।
3. समाचार को संकलित करना एक कला है जिस पर रिपोर्टर को समाचार हेतु पैनी निगाह रखनी पड़ती है क्योंकि संवाददाता को समाचार तक स्वयं पहुँचना पड़ता है।
4. फील्ड रिपोर्टिंग में वक्तव्यों, विचारों, साक्षात्कारों आदि को टेप-रिकॉर्डर के माध्यम से टेप करना पड़ता है जिससे उसका क्रम बढ़ता एवं प्रभावोत्पादकता बनी रहें।

4.5 टेलीविजन रिपोर्टिंग

आधुनिक संचार क्रान्ति में टेलीविजन की भूमिका सर्वाधिक महत्वपूर्ण है। टेलीविजन की शैली अन्य जनसंचार माध्यमों की शैली से एकदम भिन्न है। टेलीविजन की रिपोर्टिंग में टेलीफोन पर सम्पादक को संवाद बोलने या लिखवाने से कुछ नहीं होगा। प्रेस विज्ञप्तिवाँ भी सार्थक नहीं हो सकतीं। इसलिए तो कैमरा टीम को घटनास्थल पर जाना होगा। वहाँ विभिन्न प्रत्यक्षदर्शियों से भेंट करनी होगी ताकि किसी भी महत्वपूर्ण घटना की जानकारी दर्शकों को हो सके।

किसी भी आदर्श समाचार बुलेटिन में संवाददाता द्वारा 'पीस-टू-कैमरा' अनिवार्य माना जाता है। इसमें वह कुछ सेकेंड तक दर्शकों को सीधे सम्बोधित कर तुरन्त दृश्यों के आधार पर तथ्यों और घटनाओं की गहराई में चला जाता है। प्रारम्भ में प्रिन्ट-मीडिया का नारा था—'जहाँ कुछ भी घटता है, हम वहाँ होते हैं।' वे घटनास्थल के चित्रों और विवरणों से अपनी उपस्थिति दिखलाते हैं। वहीं टीवी समाचार बुलेटिनों का नारा है—'जहाँ कुछ भी घटता है, हम आपको वहाँ ले चलते हैं। अर्थात् टीवी के द्वारा घटनास्थल तक पहुँचा जाता है। इस प्रकार 'आँखों' पढ़ी के स्थान पर 'आँखों देखी' की बात सहज हो चुकी है। टीवी पर वही देखा जाता है जो सामने घटित हो रहा है। जिसका चित्र व शब्द उपलब्ध हो, क्योंकि यह श्रव्य-दृश्य माध्यम है। टेलीविजन रिपोर्टिंग की भाषा 'इजी लिस्निंग फार्मुला (इ. एल. एफ.) की है। टेलीविजन कार्यक्रम वास्तव में एक टीम वर्क होती है। जिसमें कई लोग होते हैं। एक टीवी कार्यक्रम के लिए कैमरा मैन

सर्वथा महत्वपूर्ण व्यक्ति है। इसके साथ ही अन्य लोग भी सहायक के तौर पर होते हैं।

कैमरा आपकी आँखों से देखता है और आपके मस्तिष्क की सोची हुई बात को अंकित करता जाता है। न्यूज़ को विजुअलाइज करते समय एक प्रखर मस्तिष्क के साथ तकनीकी व वैचारिक समृद्धता आवश्यक है।

टीवी के समाचार तीन तरह से प्रभाव डालते हैं—

- आँख पर
- कान पर
- मन पर

अतः 'न्यूज़' के विषय में परिकल्पना करते समय तीनों पक्षों पर दृष्टि डालना जरूरी होता है। तकनीकी दृष्टि से यह कार्य भले ही जटिल हो पर विभिन्न कोणों से तालमेल बैठाने पर इसके बेहतर परिणाम सामने आते हैं। समाचार-संकलन से प्रस्तुति तक बहुधा ऐसा होता है कि समाचार नई करवट ले लेता है। ऐसे में न्यूज़ की परिकल्पना का सटीक होना आवश्यक है। बाढ़, भूकम्प, रेल-विमान, दुर्घटना, आतंकवादी कार्यवाहियों आदि में इस प्रक्रिया की जरूरत बहुत प्रखरता से महसूस होती है। यदि समाचार दिया गया है कि भीषण दुर्घटना में 25 मरे और प्रसारण तक यह संख्या 100 तक पहुँच जाती है तो संयोजन व प्रस्तुति की यह एक भूल होगी। वैसे भी सर्वमान्य नियम है कि 'देखी हुई स्थिति' दर्शकों को लम्बे समय तक प्रभावित करती है।

टेलीविजन रिपोर्टिंग में चित्रों का सर्वाधिक महत्व होता है अतः अधिकतम प्रयास यह होना चाहिए कि प्रभावित व्यक्ति द्वारा या प्रत्यक्ष लोगों से ज्यादा-से-ज्यादा बात कहलवाई जाय।

4.5.1 टेलीविजन

टेलीविजन समाचार कक्ष का आँख, कान और पैर टेलीविजन रिपोर्टर ही है। वह जो भी स्टोरी समाचार कक्ष को देता है उसमें तथ्य महत्वपूर्ण है। एक टेलीविजन रिपोर्टर अपने क्षेत्र या बीट के आधार पर घटित महत्वपूर्ण घटनाओं की रिपोर्टिंग करता है। इसके लिए वह सम्बन्धित लोगों का साक्षात्कार लेने की कोशिश करता है, जिसे वह घटना स्थल से ही समाचार कक्ष को भेजता है।

टेलीविजन रिपोर्टिंग में 'जनता जनार्दन' की आवाज़ महत्वपूर्ण होती है। इसलिए टेलीविजन रिपोर्टिंग करते समय घटनास्थल से जनता द्वारा बात कहलवायी जानी चाहिए। टेलीविजन रिपोर्टिंग में पैकेज के रूप में भी कार्यक्रम भेजना पड़ता है। घटना की प्रमाणिकता तथा उसे विश्वसनीयता प्रदान करने के लिए 'वायस ओवर' का भी ध्यान रखा जाता है। वायस ओवर में रिपोर्टर नहीं दिखाई पड़ता बल्कि आवाज़ और सम्बन्धित चित्र दिखाये जाते हैं।

प्रतिस्पर्धा के कारण टेलीविजन रिपोर्टर के कार्यों में तेजी से परिवर्तन हो रहा है। वह एक रिपोर्टर ही नहीं बल्कि उसे अब समय-समय पर एंकरिंग की भी भूमिका का निर्वहन करना पड़ता है।

4.5.2 टेलीविजन रिपोर्टर के गुण

टेलीविजन के रिपोर्टर के अन्दर निम्नलिखित गुण आवश्यक है -

- 1- एक टेलीविजन संवाददाता को सामान्य रूप से समाचार लिखने की योग्यता ही काफी नहीं है। उसे समाचारों के महत्व का ज्ञान भी होना चाहिए।
- 2- समाचार स्थल से अपने स्वर में बोलने की योग्यता के साथ टेलीविजन के अनुकूल व्यक्तित्व होना भी वांछनीय है। अर्थात् वह रिपोर्टिंग के साथ ही एंकरिंग की भी क्षमता उसमें होनी चाहिए क्योंकि अब 'जीवन्त प्रसारणों' का दौर चला है।
- 3- उसके लिए सभी दशाओं में काम करने की क्षमता होनी चाहिए।
- 4- भाषा पर अच्छी पकड़ आवश्यक है।
- 5- सौम्यता एवं प्रस्तुतीकरण के गुण भी होने चाहिए।

4.5.3 आवश्यक उपकरण

एक टीवी रिपोर्टर व उसकी टीम के पास कुछ प्रमुख उपकरण एवं सामग्री का होना आवश्यक है जिससे वह घटना को सही तरीके से 'कवर' कर सके। जिनमें से प्रमुख हैं -

- (i) पीस-टू-कैमरा
- (ii) आपरेशन वैन (ओ. वी.)-आज 'लाइव' कार्यक्रम का प्रचलन तेजी से बढ़ा है। जिसके लिए कुछ महत्वपूर्ण उपकरणों की आवश्यकता होती है। आपरेशन वैन में ये सारी व्यवस्थाएँ व्यवस्थित रूप से रहती हैं। जिससे कार्यक्रमों का सीधा प्रसारण किया जा सकता है।
- (iv) ट्राई पोड स्टैंड-यह तीन टाँग का कैमरा स्टैंड है।
- (v) बूम-यह माइक्रोफोन स्टैंड होता है।
- (v) माइक्रोफोन-
- (vi) लीड या केबिन-वीडियो कैमरे से रिकार्डर तक इलेक्ट्रॉनिक तरंगों को पहुँचाने के लिए तथा माइक्रोफोन की ध्वनि को रिकार्डर तक पहुँचाने के लिए प्रयोग में लाये जाने वाले तार को 'लीड' या 'केबिल' कहते हैं।

4.5.4 टेलीविजन पत्रकार रिपोर्टर के लिए सावधानियां

टेलीविजन रिपोर्टिंग अति महत्वपूर्ण कार्य है। इसके समाचारों/कार्यक्रमों का प्रभाव अन्य माध्यमों की अपेक्षा ज्यादा है। इसलिए टेलीविजन रिपोर्टर को रिपोर्टिंग करते समय कुछ सावधानियां भी बरतनी चाहिए। कुछ प्रमुख सावधानियां इस प्रकार हैं -

- (i) अपने ऊपर नियन्त्रण रखना,
- (ii) समस्या को आराम से लेना,
- (iii) हमेशा एक फाइल कापी बनाये रखना ही जब फिल्म या वीडियो टेप कार्य न कर सके तो फाइल कापी के आधार पर रिकार्डिंग की जा सके।
- (iv) अपने नाक व कान को नहीं छूना।
- (v) स्टूडियो के सिग्नल व अन्य प्रतीक चिन्हों की जानकारी होना आवश्यक है।
- (vi) कैमरा के संचालन में यह ध्यान देना कि यदि हवा तेज है तो उस समय कैमरे का सही तरह से संचालन कैसे हो।
- (vii) प्रकाश का ध्यान रखना।
- (viii) जरूरत पड़ने पर ट्राइपोड स्टैंड का प्रयोग अवश्य करना अन्यथा चित्र सही ढंग से नहीं आ पायेगा और समाचार के चित्र दिखाने में कठिनाई होगी।
- (ix) दंगा/फ़साद में किसी विशेष सम्प्रदाय का उल्लेख न करना।
- (x) लोगों की संवेदना का भी ध्यान रखना।
- (xi) वीभत्स दृश्यों की रिपोर्टिंग करते वक्त उसका दृश्य सूट करते समय वीभत्स लाशों के दृश्यों के चित्रों से यथासम्भव बचना।

4.6 हॉट लाइन समाचार एवं ऑन लाइन समाचार

हॉट लाइन समाचार-प्रिन्ट मीडिया हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, दोनों ही हॉट लाइन पद्धति के माध्यम से समाचार प्राप्त करते हैं। ज्ञात हो कि हॉट लाइन टेलीफोन वह विशेष सेवा है, जिसके द्वारा आपके टेलीफोन का सम्बन्ध सीधे ही उस व्यक्ति से हो जाता है जिससे उस

लाइन का सम्बन्ध है। हॉट लाइन सुविधाएँ महत्वपूर्ण व्यक्तियों जैसे - राष्ट्रपति, सेनाध्यक्ष, प्रधानमंत्री आदि को प्राप्त होती हैं। इस सुविधा में दो महत्वपूर्ण व्यक्तियों के टेलीफोन बिना एक्सचेंज के सीधे ही जुड़े होते हैं तथा जो एक विशेष बटन दबाने से तुरन्त एक दूसरे से जुड़ जाते हैं। इस प्रणाली में दो व्यक्तियों की बातचीत कोई तीसरा नहीं सुन सकता।

हॉट लाइन सुविधा प्रमुख व्यक्तियों के अतिरिक्त बड़े-बड़े समाचारपत्रों के कार्यालयों एवं संवाद समितियों को भी दी जाती है। यह सुविधा मीडिया को देने का प्रमुख कारण है कि विशेष महत्व के समाचार त्वरित गति से निर्बाध, बिना समय गँवाये मुख्यालय तक पहुँच जायें।

मीडिया कर्मियों द्वारा हॉट लाइन का प्रयोग तब किया जाता है जब वी० आई० पी० दौरे पर हों। इससे विशेषकर इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों की रिपोर्टिंग में विशेष सुविधा मिलती है। रिपोर्टर कार्यालय से इसकी सूचना प्राप्त कर विशेष लोगों से जुड़ी खबरों की रिपोर्टिंग करने में सुविधा हो जाती है।

ऑन लाइन समाचार

यह सुविधा जनसामान्य के लिए उपलब्ध है। अर्थात् प्रत्येक समाचारपत्र एवं मध्यम कार्यालय में सामान्य व्यक्ति, क्षेत्र में घटित किसी घटना विशेष की जानकारी प्राप्त कर लेता है। ऐसी सूचना को पत्रकार द्वारा जाँचा जाना अत्यन्त जरूरी है।

सूचना तथा समाचार सम्प्रेषण में पल-पल पर नयी तकनीक प्रभावकारी सिद्ध हो रही है। पत्र-जगत में क्षिप्रता से आदान-प्रदान चल रहा है जिसकी पुष्टि दैनिक जागरण (देहरादून) के 3 मार्च 2005 के निम्नलिखित अंश से हो रही है-

अब पूरी दुनिया की खबरें मोबाइल पर पलभर में

जागरण संवाददाता, नई दिल्ली

हिन्दी और अंग्रेजी में देश-विदेश ही नहीं आपके राज्यों की खबरें, लाइव क्रिकेट स्कोर, क्रिकेट की खबरें, आपका दैनिक राशिफल, पंचांग, चुटकुले और आपके शेरों के भाव अब आपके मोबाइल पर पलक झपकते हाज़िर होगा। इसके लिए आपको सम्बन्धित की-वर्ड अपने मोबाइल से 7272 पर भेजना भर होगा। दैनिक जागरण की यह मोबाइल सेवा 7272 आज से बीएसएनएल, हच/ऑरेंज, आइडिया और स्पाइस के मोबाइल पर उपलब्ध है। इस सेवा को पूरे देश में सम्बन्धित नेटवर्कों पर कहीं भी, चौबीसों घण्टे पाया जा सकता है।

इसके लिए आपको क्या करना होगा? आपको अपने मोबाइल फोन के मैसेज बाक्स में जाकर सम्बन्धित की-वर्ड टाइप करना होगा। उस की-वर्ड को 7272 पर भेजना होगा। इसके बाद आपके मोबाइल पर सम्बन्धित सूचना या खबरें आ जाएंगी जिसे आप अपने मोबाइल के इन बॉक्स में जाकर पढ़ सकेंगे।

उदाहरण के तौर पर यदि आप देश विदेश की खबरें जानना चाहते हैं जो आपको अपने मोबाइल के मैसेज बॉक्स में क्रिएट मैसेज या न्यू मैसेज में जाकर हिन्दी में खबर पाने के लिए hnews और अंग्रेजी में खबर पाने के लिए news टाइप करना होगा। इसके बाद इसे 7272 पर भेजना होगा। इसके थोड़ी देर बाद आपको मोबाइल पर एक या दो एसएमएस प्राप्त होंगे जिसे आप अपने मोबाइल से इन बॉक्स में जाकर पढ़ सकेंगे।

इसी तरह यदि आप अपना राशिफल जानना चाहते हैं तो आपको अपने मोबाइल के मैसेज बॉक्स में क्रिएट मैसेज या न्यू मैसेज में जाकर हिन्दी में राशिफल पाने के लिए अपनी राशि का नाम (जैसे haries, libra) और अंग्रेजी में राशिफल पाने के लिए अपनी राशि का नाम (जैसे

aries, libra) टाइप करना होगा। इसके बाद इसे 7272 पर भेजना होगा। इसके थोड़ी देर बाद आपके मोबाइल पर एक या दो एसएमएस प्राप्त होंगे जिसे आप अपने मोबाइल के इन बॉक्स में जाकर पढ़ सकेंगे। राज्यों की खबरों के लिए आपको दिल्ली, उत्तर प्रदेश, उत्तरांचल, बिहार, झारखंड, पंजाब, हरियाणा, जम्मू-कश्मीर, हिमाचल प्रदेश और राजस्थान के लिए क्रमशः dcl, up, utr, bih, jhar, pun, har, jk, hp और raj ऊपर बताए गए तरीके से भेजना होगा। इन सभी प्रदेशों की खबरें हिन्दी में पाने के लिए इन सभी की-वर्ड के पहले h लगाना होगा। व्यापार की खबरों के लिए hbiz और biz भेजना होगा।

हिन्दी में चुटकुलों के लिए hjoke/hjokes अंग्रेजी चुटकुलों के लिए joke/jokes भेजना होगा। ट्रक भाड़ा जानने के लिए truck लिखने के बाद एक स्पेस देकर dcl लिखना होगा। इसके बाद एक स्पेस देकर उस स्थान का नाम लिखना होगा जहाँ का दिल्ली से ट्रक भाड़ा आप जानना चाहते हैं। उदाहरण के लिए यदि आप दिल्ली से मुम्बई का ट्रक भाड़ा जानना चाहते हैं तो आपको truck dcl mumbai लिखना होगा और उसे 7272 पर भेजना होगा।

अपने शेर का भाव जानने के लिए आपको इसी तरह से stk लिखने के बाद एक स्पेस देकर अपने शेर के नाम से पहले तीन अक्षर लिखने होंगे और उसे 7272 पर भेजना होगा। उदाहरण के तौर पर यदि आप रिलायंस के शेर का भाव जानना चाहते हैं तो आपको stk rcl लिखना होगा और उसे 7272 पर भेजना होगा। इसके बाद rcl से आरम्भ होने वाले सभी शेरों के भाव मिल जाएंगे। पंचांग जानने के लिए आपको hpan या pan टाइप करके 7272 पर भेजना होगा। □□□

4.7 ई-जर्नलिज्म

सूचना तकनीकी के अधिकाधिक प्रयोग और विशेष रूप से इण्टरनेट के फैलाव के कारण सारी दुनिया के दृष्टिकोण में तेजी से बदलाव आ रहा है। जिस गति से दुनियाँ में सूचनाओं का आदान-प्रदान हो रहा है। इस क्षेत्र में कारोबार बढ़ा है। सूचना एवं मनोरंजन के साधनों का भी विस्तार तेजी से हुआ है। जिसमें इन्टरनेट एक क्रान्तिकारी माध्यम के रूप में उभरा है। इसका लोगों, परिवारों, पूरे समाज, अर्थव्यवस्थाओं और देशों की प्रशासनिक व्यवस्था पर गहरा असर पड़ा है। पत्रकारिता भी इससे अछूती नहीं है। इन्टरनेट के विस्तार के साथ ही बड़ी संख्या में पोर्टल और वेबसाइटें आकार लेने लगीं हैं। इस पर समाचार और विविध सामग्री दिखाई देती है। भारत में प्रशिक्षित पत्रकारों की साइबर जमात नहीं के बराबर है। लेकिन दिनों-दिन इस क्षेत्र में विकास हो रहा है। प्रिन्ट मीडिया के ही लोग इसको सँभाले हुए हैं। हालाँकि आज भारत में कम्प्यूटर, सूचना तकनीक और इन्टरनेट का इस्तेमाल ज्यादातर अंग्रेजी जानने वाले लोगों तक ही सीमित हैं, लेकिन नेट को जनसंचार और लोगों के मनोरंजन का माध्यम तो बनना ही है। अतः हिन्दी में भी प्रयोग शुरू हो गया है।

सूचना के प्रसारक टेलीफोन, टेलीग्राफ और टेलेक्स अब पुराने पड़ते जा रहे हैं। ई-मेल, (इलेक्ट्रॉनिक-डाक), ई-फैक्स, सेल्यूलर फोन, पेजर, टेलीटेक्स्ट तथा कम्प्यूटर डेटा बैंक आगे बढ़ रहे हैं। माइक्रोचिप्स, उपग्रहों, माइक्रो तरंगें आदि प्रचलित हैं। इन्टरनेट की बहुआयामी सक्रियता और तकनीकी कौशल को समाचारों की विशाल दुनिया से जोड़कर, सूचना जगत में उस क्रान्ति का रास्ता आसान कर दिया है, जहाँ खबर देने वाले और खबर लेने वाले एक दूसरे को अच्छी तरह समझते हैं। जहाँ उपभोक्ता को महज सूचना का कूड़ापात्र नहीं समझा जाता बल्कि उसे उसकी रुचि के मुताबिक टोस-सूचनाएँ दी जाती हैं।

सम्प्रति ई-जर्नलिज्म जीवन और जगत का एक अनिवार्य अंग बन चुका है। इसने जहाँ वर्तमान को गहराई से जकड़ रखा है वही अतीत को हमारे समक्ष खड़ा कर दिया है। ई-जर्नलिज्म ने संवाद संचार और सम्प्रेषण को नई दिशा दी है। वस्तुतः ई-जर्नलिज्म महाबली इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार है जो सर्वतोमुखी-प्रौद्योगिकीय विकास और जनमानस के उन्नयन का सक्षम सेतु है।

4.7.1 इलेक्ट्रॉनिक अखबार

“सुपर हाईवे” के इस दौर में एक-एक पल की जानकारी रखना अपरिहार्य है। प्रिन्ट मीडिया को पहले सूचनाओं का माध्यम माना जाता था। तत्पश्चात् रेडियो, टीवी और केबिल नेटवर्क ने यह कार्य द्रुतगति से किया। सम्प्रति इलेक्ट्रॉनिक अखबार इन दोनों माध्यमों से दो कदम आगे निकल चुका है। समाचारपत्र की प्रमुख खबरें कम्प्यूटर पर इलेक्ट्रॉनिक अखबार में पढ़ी जा सकती हैं। सूचनाओं के विश्वव्यापी तन्त्र ‘इन्टरनेट’ ने अब यह सम्भव बना दिया है कि घर बैठे-बैठे विश्व की सभी घटनाओं पर दृष्टि गड़ायी जा सके। इसके साथ-साथ दिन-प्रतिदिन की घटनाओं को पाठकों तक पहुँचाने की महत्वाकांक्षी योजना का नाम ही ‘इलेक्ट्रॉनिक अखबार’ है। इसके अन्तर्गत विश्व के समाचारपत्र, पत्रिकाओं को घर बैठे पढ़ा जा सकता है। इसकी खास विशेषता यह है कि अपनी इच्छा से सूचनाओं को कम्प्यूटर की याददाश्त में दर्ज भी किया जा सकता है।

‘फुल’, ‘डायल अप’ और ‘गेट’ के कनेक्शन, इन तीन रूपों में इलेक्ट्रॉनिक अखबार उपलब्ध होता है। फुल कनेक्शन का अर्थ यह है कि कम्प्यूटर सीधे इन्टरनेट से जुड़ा हो या पंजीकृत हो। डायल अप से इन्टरनेट सूचना संचार तन्त्र से जुड़े अन्य कम्प्यूटर से वहाँ के समाचार स्क्रीन पर लाकर पढ़ना सम्भव है। गेट वे के माध्यम से अन्य सूचनाओं का उपयोग होता है। भारत के महत्त्वपूर्ण समाचार-पत्र इलेक्ट्रॉनिक अखबार के रूप में सुपाठ्य हैं।

4.7.2 साइबर पत्रकारिता

अनेक दैनिक पत्र इन दिनों इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। यह अखबार को उसके ब्राण्ड सीट कागज पर छपे रूप में देखने-पढ़ने से एकदम अलग रूप में है। पत्रकारिता मूलतः साइबर-स्पेस की पत्रकारिता है। इसकी संरचना, स्वरूप, प्रबन्धन, सूचना संकलन, वितरण और संचार सभी इस नये स्पेस से प्रभावित हैं।

पत्र-पत्रिकाएँ अपनी-अपनी वेबसाइटें रखती हैं। कम्प्यूटर का बटन दबाते ही इंटरनेट पर वे चौबीसों घंटे उपलब्ध हैं। सूचना के सुपर-हाईवे पर भारतीय पत्रकारिता के स्वरूप द्रष्टव्य है। ज्यादातर अखबारों को उनकी वेबसाइटों में ही देखा जा सकता है। सभी बड़े अखबार एक साथ देखे जा सकते हैं। इच्छानुसार 'हाइपर टेक्स्ट' में जाया जा सकता है। 'हिन्दुस्तान' के साथ 'वाशिंगटन पोस्ट' को भी पढ़ा जा सकता है। मनचाहे हिस्से को 'डाउनलोड' यानी कागज पर उतारा जा सकता है। सूचना के सुपर-हाईवे में सूचना इलेक्ट्रॉनिकी वेग से अब समूचे भूमण्डल में बनेगी, वितरित होगी और पढ़ी, प्राप्त की जा सकेगी।

सूचना सुपर-हाईवे पर सूचना संचार, सूचना की उपलब्धता, सूचना प्राप्ति की आज़ादी, सूचना के त्वरित उपयोग का उदाहरण है। कैनेथ स्टार द्वारा किसटन के अमर्यादित आचरण के विरुद्ध अभियोग पत्र के रूप में तैयार की गयी रिपोर्ट जिस वक्त अमेरिकी सीनेट में रखी गयी, उसी वक्त वह इंटरनेट, सी. एन. एन. इत्यादि के साथ कई अन्य वेबसाइटों पर उपलब्ध थी। कई भारतीय अखबारों की वेबसाइटों पर भी उसकी उपलब्धता थी।

वेबसाइट एक अलग तकनीक, मंच तथा चैनल है। अखबार की साज-सज्जा को उसके लिए बदलना होता है। छपे हुए समाचारपत्र को एक साथ पूरा का पूरा पृष्ठ अपने नजरों के सामने आता है। बैनर न्यूज के साथ छोटी-मोटी न्यूज-स्टोरी पर भी दृष्टि चली जाती है। वेबसाइट पर समाचार-पत्र किताब की तरह पढ़ा जा सकता है। प्रथम पृष्ठ, कवर, कवर टाइटल, विषय-सूची एक के बाद एक आते हैं, ठीक इसी तरह से इंटरनेट पर अखबार भी पढ़ा जाता है। इंटरनेट पर आए समाचारपत्र 'इन्टर-एक्टिव' माध्यम बन जाते हैं। वे सूचना के साथ अन्तर्सक्रिय सूचना देते हैं। यहाँ सूचना की एडिटिंग अलग तरह से होती है। समाचारपत्रों ने पाठकों का निर्माण किया, जबकि इंटरनेट जनसामान्य को 'सर्फर' में परिणत कर देता है। अखबार प्रसार पर निर्भर करता है जबकि इंटरनेट पर जितने सर्फर हैं उतने ही हिट्स और उतनी ही वेबसाइट की दृश्य मानता और उतना ही लाभ। अखबार के प्रसार का निश्चित आकड़ा है। वेबसाइट पर कोई लौटती नहीं। एक ही 'सुपर कापी' सबके लिए होती है।

4.7.3 वेबसाइट

वेबसाइट का सामान्य अर्थ है—

जाल का स्थान— प्रश्न उपस्थित होता है कि किसका जाल? उत्तर है—सूचनाओं का। तकनीकी सन्दर्भ में यह वेबसाइट शब्द इसी विशेष सन्दर्भ में प्रयोग होता है। इंटरनेट विश्वभर में फैले, एक दूसरे से जुड़े, अनेक कम्प्यूटरों का संजाल है। इसी इंटरनेट (अन्तर्राष्ट्रीय संजाल) पर एक ऐसा काल्पनिक स्थान है, जहाँ यह माना जाता है कि सूचनाएँ संगृहीत हैं। यहीं से कम्प्यूटर की सहायता से सूचना प्राप्त करते अथवा भेजते हैं। इस स्थान को साइबर स्पेस कहते हैं। इस स्थान में एक विशेष पता, किसी सूचना विशेष को जानने के लिए आवंटित किया जाता है। यही पता विशेष वेबसाइट है।

इसको इस प्रकार समझा जा सकता है कि इंटरनेट सूचनाओं को संगृहीत करके, साझेदारी करने वाला एक सेवा केन्द्र है और इस सेवा केन्द्र से प्राप्त होने वाली विभिन्न सेवाओं का, विशेष काउंटर, वेबसाइट है। अर्थात् विश्व व्यापी संजाल (World wide web) के अन्दर एक विशेष स्थान पर संग्रहीत, व्यवस्थित सूचनाओं का स्थान वेबसाइट है।

वेबसाइट निर्मित (किएट) करने के लिए एच. टी. एम. एल. टूल का प्रयोग किया जाता है। इस टूल की प्रोग्रामिंग मुख्यतः ऑरेकल, जावा आदि भाषाओं में होती है। जावा वर्तमान में अत्याधुनिक प्रोग्रामिंग लैंग्वेज है।

वेबसाइट नेटवर्क ने पत्रकारिता के क्षेत्र को अत्यन्त प्रभावित किया है। आज बहुत से समाचारपत्र एवं पत्रिकाएँ अपनी निजी वेबसाइट के द्वारा इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। आज कई वेबसाइट समाचार और दैनिक घटनाओं की जानकारी देने के लिए उपलब्ध हैं। इनके माध्यम से अथवा सहायता से कोई भी समाचार-पत्र बिना अपने संवाददाता की प्रतीक्षा करे ही अब नवीनतम सूचनाओं के साथ छाप सकता है। विदेशों में स्थित संवाददाता बिना समय गवाएँ घटित घटना का विवरण, फोटोग्राफी भेज देते हैं।

इस प्रकार हम देखते हैं कि पत्रकारिता के क्षेत्र में वेबसाइट का पर्दापण निश्चित ही वरदान सिद्ध हुआ है।

4.8 सारांश

इस इकाई में आपने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रिपोर्टिंग कैसे की जाती है, इसको समझा। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रिपोर्टिंग का तरीका प्रिन्ट मीडिया की रिपोर्टिंग से हटकर है। इसमें तकनीकी का महत्वपूर्ण योगदान होता है। कई प्रमुख उपकरणों की जरूरत पड़ती है। 'लाइव प्रसारण' में और अधिक ध्यान देना होता है। आजकल आपरेशन होता है जिसमें 'जीवन्त प्रसारण' करने के लिए सभी जरूरी संसाधन मौजूद रहते हैं। प्रतिस्पर्धा के कारण इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रिपोर्टिंग का तरीका भी धीरे-धीरे परिवर्तित हो रहा है। 'जनता' की आवाज महत्वपूर्ण हो गयी है। अब अधिक-से-अधिक घटनास्थल के चित्र, प्रभावित लोगों की प्रतिक्रिया तथा उस घटना से जुड़े अन्य लोगों के भी वक्तव्य महत्वपूर्ण ढंग से प्रसारित किये जाते हैं। इस कारण इलेक्ट्रॉनिक जनमाध्यम के रिपोर्टर में विशेष योग्यता की जरूरत पड़ती है। साथ ही उस रिपोर्टर की भाषा सरल, आवाज स्पष्ट होनी चाहिए। उसे समसामयिकी की जानकारी होनी चाहिए। साथ ही घट रही घटनाओं पर भी उसे निगाह गड़ाये रहना पड़ता है।

बदलते दौर में कम्प्यूटर ने संचार के क्षेत्र में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। यू तो कम्प्यूटर प्रिन्ट माध्यम एवं दृश्य-श्रव्य माध्यम, के कार्य में महत्वपूर्ण सहयोग प्रदान करता है परन्तु आज कम्प्यूटर के माध्यम से इंटरनेट के जरिये इसने स्वयं एक जनमाध्यम का रूप धारण कर लिया है। जो साइबर जर्नलिज्म के नाम से जाना जा रहा है।

4.9 शब्दावली

(i) इलेक्ट्रॉनिक माध्यम	- रेडियो, टी.वी. फिल्म एवं साइबरा
(ii) माइक्रोफोन	- माइक्रोफोन टेपांकन में सहायक होता है।
(iii) अपर चर	- यह शब्द कैमरे से सम्बन्धित है। यह लेंस की प्रकाश ग्राह्य क्षमता को बताती है।
(iv) ओ. वी.	- आपरेशन वैन

4.10 उपयोगी पुस्तकें

(i) ई-जर्नलिज्म	- डॉ० अर्जुन तिवारी संजय बुक सेंटर, वाराणसी
(ii) ब्रोड कास्ट जर्नलिज्म	- एस० सी० भट्ट

- (iii) ब्रोड कास्ट जर्नलिज्म - ऑहर आनन्द पब्लिकेशन नई दिल्ली
कोलर, डेविड कीथ प्रेंटिस हाल,
न्यू जर्सी यू. एस. ए.
- (iv) द वर्क ऑफ टेलीविजन जर्नलिस्ट- रिटेल रावर्ट फोकल प्रेस लन्दना (1982)

4.11 सम्बन्धित प्रश्न

लघु उत्तरीय प्रश्न

- (i) रिपोर्टिंग से आप क्या समझते हैं?
- (ii) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रिपोर्टिंग से आप क्या समझते हैं?
- (iii) रेडियो रिपोर्टिंग कैसे की जाती है?
- (iv) टेलीविजन रिपोर्टिंग कैसे की जाती है?
- (v) रेडियो रिपोर्टर में कौन-कौन से गुण होने चाहिए।
- (vi) टेलीविजन रिपोर्टर में कौन-कौन से गुण होने चाहिए।
- (vii) ई-जर्नलिज्म से आप क्या समझते हैं?

निबन्धात्मक प्रश्न

- (i) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रिपोर्टिंग कैसे की जाती है? स्पष्ट करें। रेडियो एवं टेलीविजन की रिपोर्टिंग में क्या अन्तर है?
- (ii) साइबर-जर्नलिज्म से आप क्या समझते हैं? विस्तार से बताइये।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

- (अ) रेडियो के समाचार की प्रकृति होती है-
- (i) विलोमी स्तूपी
 - (ii) पहलदार हीरे की प्रकृति
 - (iii) सपाट
 - (iv) स्तूपी
- (ब) रेडियो माध्यम है-
- (i) दृश्य
 - (ii) श्रव्य-दृश्य
 - (iii) श्रव्य
 - (iv) प्रिन्ट
- (स) टेलीविजन माध्यम है-
- (i) दृश्य
 - (ii) श्रव्य-दृश्य
 - (iii) श्रव्य
 - (iv) प्रिन्ट

(द) साइबर पत्रकारिता आधारित

- (i) कागज पर
- (ii) फोटो के माध्यम पर
- (iii) श्रव्य पर
- (iv) इंटरनेट पर

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

- (अ) - (ii)
- (ब) - (iii)
- (स) - (ii)
- (द) - (iv)

इकाई की रूपरेखा

- 5.0 उद्देश्य
- 5.1 प्रस्तावना
- 5.2 सम्पादक का स्वरूप
 - 5.2.1 सम्पादक की अवधारणा
 - 5.2.2 सम्पादकीय विभाग का निर्देशन
 - 5.2.3 परख-शक्ति और सम्पादक
 - 5.2.4 सम्पादक पर दबाव
 - 5.2.5 लोकपाल एवं सम्पादक
 - 5.2.6 उप मुख्य सम्पादक और उप सम्पादक के गुण
- 5.3 संवाददाता
 - 5.3.1 संवाददाता की परिभाषा
 - 5.3.2 संवाददाता का महत्त्व
 - 5.3.3 संवाददाता के गुण
 - 5.3.4 संवाददाता के प्रकार
 - 5.3.5 संवाददाता के कार्य
- 5.4 सारांश
- 5.5 शब्दावली
- 5.6 सन्दर्भ ग्रन्थ
- 5.7 प्रश्नावली

5.0 उद्देश्य

इस पाठ का अध्ययन कर लेने के बाद आप :

- सम्पादक की परिभाषा एवं उसके स्वरूप के बारे में जान सकेंगे।
- सम्पादक और सम्पादकीय विभाग के आपसी सम्बन्ध को अच्छी तरह समझ सकेंगे।
- इसके साथ-ही-साथ सम्पादकीय विभाग की संगठनात्मक संरचना के बारे में जान सकेंगे।
- सम्पादक की योग्यता, आकलन-क्षमता व सम्पादक पर पड़ने वाले विभिन्न प्रकार के दबावों से परिचित हो सकेंगे। और
- समाचारपत्र तथा सम्पादक की परस्पर निर्भरता को जान सकेंगे।
- संवाददाता के स्वरूप को समझ सकेंगे।
- संवाददाता के विविध प्रकारों से अवगत होंगे।
- रिपोर्टर जैसी हस्ती के महत्त्व को जान लेंगे।

5.1 प्रस्तावना

मीडिया जगत में रिपोर्टर और एडिटर जैसी हस्ती की बड़ी भूमिका होती है। वह व्यक्ति जो समाचारपत्र के सम्पादकीय कार्य का निर्देशन और निरीक्षण करता है, उसे सम्पादक कहते हैं। वह सम्पादकीय विभाग का प्रमुख होता है और पत्र में प्रकाशित होने वाली प्रत्येक सामग्री के लिए उत्तरदायी होता है। प्रेस एण्ड रजिस्ट्रेशन ऑफ बुक एक्ट (सन् 1876 में सम्पादक की व्याख्या इस प्रकार की गई है—Editor means the person controls the selection of the matter that is published in a Newspaper. अर्थात् “समाचारपत्र में जो कुछ छपता है उसके चयन पर नियन्त्रण रखने वाला व्यक्ति ‘सम्पादक’ होता है।” उक्त नियम के अनुसार समाचार-पत्र के प्रत्येक अंक पर सम्पादक का नाम (मुद्रक, प्रकाशन के अतिरिक्त) प्रकाशित होता है। सम्पादक प्रतिदिन अपने सहायक सम्पादकों की बैठक बुलाकर उनसे नवीनतम घटनाचक्र या घटनाक्रम पर विचार-विमर्श करता है। किस-किस विषय पर सम्पादकीय या टिप्पणियाँ लिखनी हैं, यह तय करता है। वह सहायक सम्पादकों की विशेष रुचि और विशेष अध्ययन क्षेत्र के अनुसार उन्हें सम्पादकीय लिखने का काम सौंपता है। इसी प्रकार सम्पादक, समाचार-सम्पादक और सहायक सम्पादक को भी प्रतिदिन बुलाकर उनसे समाचारों के सम्बन्ध में विचार-विमर्श करता है। अन्य समाचारपत्रों से अपने पत्र की तुलना करता है, कोई महत्वपूर्ण समाचार छूट गया हो या ठीक ढंग से नहीं दिया गया हो, या अन्य कोई त्रुटि रह गई हो—उसकी ओर ध्यान आकर्षित करता है। ‘नारद’, ‘वार्ताहर’ बनकर संवाददाता घटनाओं के मानसरोवर में गोता लगाता है और नीर-क्षीर विवेकी बनकर समाचारों की मुक्ता माला तैयार करता है। कहा गया है “There is no bigger word in newspapering than Reporter”. रिपोर्टर समाचार-जगत की धुरी होता है।

5.2 सम्पादक का स्वरूप

इसके अन्तर्गत सम्पादक की अवधारणा, सम्पादकीय विभाग के नियम को स्पष्ट किया जायेगा -

5.2.1 सम्पादक की अवधारणा

जिनेवा में हुए एक अन्तर्राष्ट्रीय जन-संचार सेमिनार में भारत की ओर से गये प्रतिनिधि के रूप में जब इस लेखक से पूछा गया कि देश-देश के सम्पादकों में क्या समानता है और क्या असमानता? उसका उत्तर था कि असमानता अनेक होती है। भाषा, भाव, राष्ट्र और वैचारिक सिद्धान्त के अनुरूप हर भाषा की अपनी खूबी होती है, उसकी उपमा-उपमेय व उपमान देश-काल के अनुरूप होती है, उसी प्रकार मुहावरे भी भिन्न होते हैं। भावों पर प्राचीन परम्परागत सरकार, नई वैज्ञानिक सोच और तकनीक अलग-अलग होती है वह विभिन्न देश के सम्पादकों में समान नहीं होती। इसी प्रकार सम्पादक प्रगतिशील विचारों के होते हुए भी साम्यवादी, समाजवादी, राष्ट्रवादी, राजतन्त्रवादी, लोकशाही में विश्वास करने वाला हो सकता है और यह सब असमानता का कारण हो जाता है। किन्तु समानता की एक बात यह है कि हर देश का और भाषा का सम्पादक अपने आप को संसार का सर्वोच्च विचारक, मानवतावादी और बुद्धिमान समझता है। हमने शब्द-व्यवहार किया था कि हर सम्पादक अपने को “कुतुबमीनार” मानता है।

वैसे तो समाचारपत्र में कई विभाग होते हैं, जैसे एक सम्पादकीय विभाग, दूसरे मुद्रण-विभाग जहाँ समाचारपत्र मुद्रित होता है, तीसरा विज्ञापन-विभाग जिसका कार्य समाचारपत्र के लिए विज्ञापन प्राप्त करना होता है, चौथा वितरण अथवा प्रसार-विभाग जो समाचारपत्र के छपने के बाद उसे पाठक तक पहुँचाने का कार्य करता है और पांचवाँ लेखा-विभाग जो आय-व्यय का हिसाब तो रखता ही है कार्यालय के विभिन्न विभागों के कार्य-कार्यकर्ताओं, कर्मचारियों आदि के

वेतन आदि का हिसाब-किताब भी रखता है। सम्पादकीय विभाग के साथ ही फोटो एवं ब्लाक बनाने वाला विभाग भी होता है जो ब्लाक, ग्राफ आदि तैयार करने का कार्य करता है, और होता है कार्टून विभाग जहाँ व्यंग्य-चित्रकार बैठता है। इन सभी का समन्वयन करने वाला सम्पादक होता है।

इस प्रकार एक छोटे से समाचारपत्र के लिए समाचार-संकलन से लेकर सम्पादन, मुद्रण तथा प्रकाशित होने तक एक व्यापक मशीनरी कार्य करती है जो किसी भी समाचार-प्रतिष्ठान के लिए आवश्यक है। यह तो हो सकता है कि विभिन्न कार्यों को बहुत छोटे प्रतिष्ठानों में एक-दो व्यक्ति ही अंजाम देते हों किन्तु कार्य इतने ही हैं और ये आवश्यक भी हैं।

आधुनिक समय में तो और भी विभाग, उप-विभाग होने लगे हैं क्योंकि अद्यतन मुद्रण तकनीक अपनाये जाने के कारण मुद्रण-विभाग में हाथ-कम्पोज से लेकर फोटो ग्रब्योर-कम्प्यूटर और सिलिंडर मशीन से लेकर रोटीरी मशीन तक के उप-विभाग बन गये हैं। इस प्रकार अब बड़े प्रतिष्ठानों में लेखा-विभाग में कम्प्यूटर का उप-विभाग भी कार्यरत है।

5.2.2 सम्पादकीय विभाग का निर्देशन

सम्पादकीय विभाग में कई उप-विभाग भी होते हैं। सम्पादक अपना पूर्ण कार्य अपने विभिन्न सहयोगियों द्वारा अपने निर्देशन में कराता है। बहुत पहले वह स्वयं ही सम्पादकीय लेख, टिप्पणियों तथा अन्य लेखन-कार्य करता था किन्तु आज उत्तरदायित्व तो उसी का होता है पर लेखन का कार्य उसके सहयोगी संयुक्त अथवा सहकारी सम्पादक करते हैं। इसी प्रकार समाचारों की मेज का विभागाध्यक्ष समाचार सम्पादक होता है जिसके अन्तर्गत मुख्य उप-सम्पादक और उसके अन्तर्गत उप-सम्पादक होते हैं इसी प्रकार के विभिन्न स्तम्भों का लेखन अपने-अपने विषय के विशेष जानकार विशेषज्ञों-स्तम्भकारों द्वारा किया जाता है।

समाचार-संकलन का कार्य विशेष प्रतिनिधि, विशेष संवाददाता और संवाददाता करते हैं। नगर के समाचार का संकलन नगर प्रतिनिधि के अन्तर्गत नगर संवाददाता करते हैं, जिनके अपने-अपने क्षेत्र होते हैं। जैसे-राजनीतिक दल, संसद, विधान परिषद, विधानसभा, नगर-निगम, नगरपालिका, जिला बोर्ड आदि। इसी प्रकार आपराधिक समाचारों के लिए पुलिस से सम्पर्क के लिए पृथक् समाचारदाता होता है। मुफस्सिल अथवा दूर नगर, कस्बों, गाँवों से समाचार-संग्रह का कार्य समाचार पत्रों से सम्बद्ध संवाद-प्रेषक करते हैं। ये अपने समाचार डाक, तार तथा दूरभाष द्वारा पत्र-कार्यालय को भेजते हैं जहाँ उपसम्पादक अपने मुख्य उपसम्पादक तथा समाचार सम्पादक के निर्देशन में समाचारों का सम्पादन करके प्रायः पुनर्लेखन के बाद मुद्रण-विभाग को मुद्रित करने के लिए भेजते हैं।

इन सब कार्य-कलापों का दायित्व उपविभागाध्यक्षों का होते हुए भी सम्पादक का ही होता है क्योंकि नैतिक रूप से ही नहीं, कानूनी दृष्टि से भी वही जिम्मेदार माना जाता है। अतः सम्पादक को इन समस्त कार्यों का ज्ञान होना परमावश्यक है।

सम्पादक को यह भी जानकारी होनी चाहिए कि कौन-सी महत्वपूर्ण घटना कहाँ घटित होने को है अथवा घटित हो रही है। उसे अपने पाठकों तक अपने समाचारपत्र द्वारा त्वरित पहुँचाने की व्यवस्था करने के लिए अपने समाचार प्राप्त करने के जाल को सक्रिय करना होता है। दूरभाष, दूरमुद्रक अथवा तार द्वारा दूर स्थानों पर और नगर-संवाददाताओं द्वारा नगर में उन्हें भेजकर यह कार्य सम्पादन करना होता है। जल्दी-से-जल्दी और प्रामाणिक समाचार प्राप्त करके उन्हें प्रकाशित कर पत्र को जल्दी-से-जल्दी पाठकों के हाथ में पहुँचाना कुशल सम्पादक का कर्तव्य होता है।

5.2.3 परख-शक्ति और सम्पादक

सम्पादक समाचारों के महत्त्व तथा अपने सूत्रों अथवा संवाद-समितियों द्वारा प्राप्त समाचार को विवेक-बुद्धि से आकलन करने की क्षमता का होना जरूरी है, अन्यथा ग्रामक अथवा मिथ्या समाचारों के प्रकाशित होने का भय बना रहता है, जिससे किसी भी समय अदालत में खींचतान हो सकती है। अतः सम्पादक में सत्यान्वेषण का गुण भी बहुत आवश्यक है। इतिहास, भूगोल, संविधान तथा कानून की मुख्य धाराओं के ज्ञान के साथ-साथ प्रायः सभी विषयों का सामान्य ज्ञान भी जरूरी है। विभिन्न राष्ट्रों की राष्ट्रीयता एवं परराष्ट्रीय नीतियों, गुटबन्दी, संयुक्त राष्ट्र-संघ में उसका व्यवहार तथा विदेश-नीति का सामान्य ज्ञान भी उसे होना चाहिए। इससे किसी भी वैदेशिक समाचार के समझने में आसानी रहती है। पिछले दो महायुद्धों में परिस्थितियाँ क्या हुईं? कौन देश किस ओर से लड़ा? दूसरे महायुद्ध के बाद यूरोप, एशिया एवं अफ्रीका महाद्वीपों और उप-महाद्वीपों के कौन-कौन से देश स्वतन्त्र हुए? संयुक्त राज्य अमेरिका तथा सोवियत संघ गुटों में कौन-कौन देश किस के साथ है? कम्युनिस्ट खेमों के देशों में तथा पश्चिमी देशों में किस प्रकार की आन्तरिक और बाह्य स्पर्धाएं चल रही हैं? गुट-निरपेक्ष देशों की बढ़ती हुई शक्ति और लोकप्रियता किस सीमा तक पहुँची है? ब्रिटिश राष्ट्रमण्डल के अब राष्ट्रमण्डलीय देशों में भारत की प्रमुखता किस प्रकार वृद्धि पर है? परमाणुशक्ति-सम्पन्न देशों के अलावा कौन-से अन्य देश उसे प्राप्त करने की तैयारी में हैं और किस-किस देश के सहयोग से? ये सब ऐसे विषय हैं जिनकी जानकारी सम्पादक के लिए आवश्यक ही नहीं अनिवार्य भी है।

अँग्रेजी की एक कहावत है कि "Jack of all and master of none" पत्रकार सब विषयों का ज्ञानी पर किसी में निष्णात नहीं होता।" हमारी सम्मति में यह उक्ति होनी चाहिए कि "पत्रकार सामान्यतः सभी विषयों का अल्पज्ञानी और एक विषय का पंडित" होता है। उसके लिए यह आवश्यक है कि वह निरन्तर अध्ययन-रत रहे और अपने एक विषय की गहराई के साथ अध्ययन और मनन करता रहे और उस विषय का विशेषज्ञ बन जाय। सम्पादकीय विभाग को हम बहुआयामी कार्य करने वाला कह सकते हैं। उन सभी कार्यों को अकेला सम्पादक सम्पन्न नहीं कर सकता। अतः सम्पादक को अपने सहयोगियों के साथ भ्रातृत्व तथा मित्रवत व्यवहार करना चाहिए। निरन्तर चलने वाली मशीन में यदि एक पुर्जा भी ढीला रह गया अथवा समस्वरता में न रहा हो तो प्रत्येक उपविभाग का सर्वोत्कृष्ट कार्य होते हुए भी परिणाम सुखद नहीं निकलेगा। समाचारपत्र में तो कर्तव्य-पालन और समय की पाबन्दी बेहद जरूरी है। उसमें व्यवधान हुआ तो कार्य सम्पन्न न हो सकेगा। समाचारदाता से लेकर संयुक्त सम्पादक तक सभी जन एक कुशल समन्वय-टीम की तरह कार्य करते हैं, तब समाचारपत्र अपने पाठकों का प्रिय बनता है।

पत्रकारिता

अब वह उद्योग बन गया है। पहले वह व्यय का साधन था, अब आय का स्रोत है। इसलिए बड़े-बड़े उद्योगपति इस ओर आकर्षित हुए और अब पत्र मालिक तथा सम्पादक अलग-अलग व्यक्ति हैं। उद्योगपति-मालिक धन कमाने के लिए इस व्यवसाय में लगे हैं। वे कभी नहीं चाहते कि समाचारपत्र-प्रकाशन से उसे हानि उठानी पड़े। इतना ही नहीं, वे समाचारपत्र के प्रभाव का उपयोग अपने अन्य उद्योगों और व्यापारों के लिए भी करना चाहते हैं। राष्ट्र, समाज अथवा मानवता पर किसी समाचारपत्र में प्रकाशित समाचार, लेख अथवा टिप्पणी का क्या प्रभाव पड़ेगा इससे उन्हें कोई मतलब नहीं। सरकार की किसी नीति से जनता को लाभ होगा या नहीं, इससे उसे कोई सरोकार नहीं। उन्हें तो अपने उद्योगों और व्यापार का हित चाहिए भले ही उससे किसी का भी अहित होता हो।

दूसरी ओर सम्पादक को अपने देश, अपने समाज और मानवता के हित को सर्वोपरि

रखना होता है। इसलिए कभी-कभी मालिक और सम्पादक की दृष्टि में विभेद हो जाता है। कुशल सम्पादक वह समझा जाता है जो मौलिक सिद्धान्तों पर समझौता न करते हुए पत्र के मालिक से सम्बन्ध बिगड़ने का अवसर न आने दे।

सम्पादक को विज्ञापन विभागाध्यक्ष से समस्वरता बनाकर चलना पड़ता है। यदि सम्पादकीय विभाग और विज्ञापन-विभाग में तालमेल न हो तो समाचारपत्र की व्यवस्था ठीक नहीं चल सकती।

समाचारपत्र छपकर तैयार हो जाये और वह समय से पाठकों के हाथ में न पहुँच सके तो हानि ही होगी, कोई लाभ नहीं होगा। इसलिए सम्पादक को प्रसार-विभाग के साथ समय-समय पर यह चर्चा करते रहना आवश्यक होता है कि नगर में किस प्रकार अन्य समाचार पत्रों के पूर्व नहीं तो साथ-साथ कैसे पहुँचा जाये और बाहर के नगरों में किस ट्रेन से अथवा बस द्वारा पत्रों के पहुँचाने की किस प्रकार उचित व्यवस्था की जाए। दैनिक पत्रों का डाक से भेजा जाना आज उपयोगी नहीं रह गया।

मुद्रण-विभाग भी कम महत्वपूर्ण नहीं होता। समय से समाचार एवं विज्ञापन-संकलन भी हो जाये और उसे सम्पादित कर मुद्रण के लिए तैयार भी कर दिया जाये फिर भी वह यदि समय से छपकर वितरण के लिए प्रसार-विभाग को प्राप्त नहीं हो जाता है तो सारी तैयारी बेकार है। समाचारपत्र की बिक्री नहीं हो सकेगी।

इस प्रकार हम देखते हैं कि सम्पादकीय विभाग, व्यवस्था-विभाग, लेखा-विभाग, विज्ञापन-विभाग, वितरण एवं प्रसार-विभाग में समन्वय अत्यन्त आवश्यक है। एक स्थान पर भी चूक होने पर सारा खेल बिगड़ जाता है। कुशल सम्पादक को सफल समन्वयक होना पड़ता है।

5.2.4 सम्पादक पर दबाव

आमतौर से पूछा जाता है कि सम्पादक पर जोर अथवा दबाव कहाँ-कहाँ से पड़ सकता है, जिससे उसकी स्वतन्त्रता में बाधा पड़े। कोई शक नहीं कि सम्पादक पर मालिक का प्रभाव सबसे अधिक रहता है। बड़े-बड़े विज्ञापनदाता भी प्रभाव डालने का प्रयत्न करते हैं। इसका एक मुख्य उदाहरण है सिनेमा-विज्ञापन। कोई फिल्म कितनी ही रद्दी हो, उसका वितरक अथवा प्रदर्शक यह कभी नहीं चाहेगा कि समाचारपत्र के फिल्म-समीक्षा स्तम्भ में उसकी कटु आलोचना हो। इसी प्रकार के शराब आदि के विज्ञापन हो सकते हैं। यह भी देखने में आया है कि समाचारपत्र विक्रेता अपने क्षेत्र अथवा नगर के समाचारों के प्रकाशन के लिए हर समय सम्पादकीय विभाग पर जोर देता रहता है। यहाँ तक कि अपने क्षेत्र में अपने मनोनुकूल संवाददाता नियुक्त कराने तक के लिए प्रयत्न करता रहता है। पर सम्पादक को अपने विवेक से इस पर विचार करना होता है और तदनुसार निर्णय करना होता है।

आज के जमाने में आन्दोलनों का दौर है। हर आन्दोलनकर्ता अपने पक्ष के समाचार प्रकाशित कराने के लिए लालायित रहता है। येन-केन प्रकारेण वह सम्पादक को प्रभावित करने का प्रयत्न करता है। उससे बचने के लिए और तथ्यात्मक समाचार देने के लिए सम्पादक को कटिबद्ध रहना होता है। किसी एक पक्ष के समाचार देना पत्रकारिता की परम्परा के विरुद्ध है। सन्तुलन आवश्यक है। यदि कोई समाचार छप जाए और उसका प्रतिवाद आए तो पत्रकारिता की स्वच्छ परम्परा के अनुसार उसे प्रकाशित कर देना चाहिए।

अपने आप को धार्मिक और सांस्कृतिक नेता कहने वाले बहुत से संगठन भी समाचारपत्र पर छाना चाहते हैं। कभी-कभी ये हिंसात्मक उपद्रव भी कर बैठते हैं। साम्प्रदायिक लोग भी अपने पक्ष में समाचार देने के लिए दबाव डालते हैं। इसी प्रकार समाज-विरोधी तत्त्व भी धमकियाँ देते रहते हैं। कुशल सम्पादक इन सबसे पचकर सत्य मार्ग पर चलता है। यदि वह स्वयं झंझटों से परे है तो उसका बाल बाँका नहीं होता।

छोटे-छोटे स्थानों पर पुलिस तथा स्थानीय अधिकारी भी कुछ कम प्रभाव डालने से बाज नहीं आते। राजधानियों में तो कतिपय मन्त्री तथा सरकारी उच्चाधिकारी सम्पादकों को अपने प्रभाव में रखने के लिए सदा प्रयत्नशील रहते हैं। वे सम्पादक जो निजी लाभ उठाने की दृष्टि से प्रलोभनों में फँस जाते हैं, कभी सफल सम्पादक नहीं बन पाते और अपनी स्वतन्त्रता अक्षुण्ण नहीं रख पाते।

सरकारों के दबाव के मामले आये दिन सामने आते रहते हैं। आपातकाल के दौरान तो इस प्रकार की शिकायतें अनेक बार की गयी थीं। देखा तो यह जाता है कि हर क्षमतावान सरकार अपने समर्थन में समाचार और लेख-टिप्पणियों को तो प्रेस की स्वतन्त्रता का अंग मानती है किन्तु उसके थोड़ा भी इधर-से-उधर हुआ तो वह सम्पादक की स्वेच्छाचारिता तथा चरित्रहनन का कार्य कहने लगती है। वैसे इसमें संदेह नहीं कि हमारे देश में समाचारपत्र अपेक्षाकृत बहुत स्वतन्त्र हैं।

सम्पादक को दबावों और प्रलोभनों से बचकर चलना होता है। कोई शक नहीं कि यह तलवार पर चलने के समान है। किन्तु सीधे मार्ग पर चलने वाला सम्पादक चाहे आर्थिक सम्पन्नता प्राप्त न कर सके किन्तु वह सदा समादृत होता है।

हमारे देश में सम्पादकों की कोटि में आने वाले महापुरुषों में महात्मा गाँधी, लोकमान्य तिलक, गणेश शंकर विद्यार्थी, बाबूराव विष्णु पराडकर, सी. वाई. चिन्तामणि, लक्ष्मण नारायण गर्दे, इन्द्र विद्यावाचस्पति, श्री कृष्ण दत्त पालीवाल, बनारसी दास चतुर्वेदी आदि नाम सदा स्मरणीय रहेंगे। स्वराज्य के बाद की पीढ़ी में लाला जगतनारायण, मुकुट बिहारी वर्मा, अक्षयकुमार जैन, रत्नलाल जोशी, कपूरचन्द्र कुलिश, डोरीलाल अग्रवाल, नरेन्द्र मोहन, अभय छजलानी, प्रभाष जोशी, राजेन्द्र माथुर आदि नाम उल्लेखनीय हैं।

दबाव का एक और रूप है प्रलोभन। कुछ संगठन, व्यापारिक संस्था और व्यक्ति सम्पादक को भ्रांति-भ्रांति के प्रलोभनों से अपनी ओर आकर्षित करते रहते हैं। उच्च सरकारी पद का भी बड़ा भारी आकर्षण होता है। उसे संवरण करना आवश्यक है। कभी-कभी विदेशी सरकारें अथवा उनके प्रतिनिधि विदेश की सैर आदि के भ्रांति-भ्रांति के प्रलोभन देते हैं। ज्ञानवर्धन और शिक्षण के लिए विदेश यात्रा में कोई दोष नहीं, किन्तु उनसे प्रभावित होकर उस देश के मनोनुकूल बन जाना किसी दृष्टि से भी उचित नहीं होता। आज के जमाने में मदिरा-पान का व्यसन इस कदर बढ़ गया है कि उसे उच्च वर्ग का परिचायक माना जाने लगा है। विदेशी शराब बहुत महँगी होती है। आदत पड़ जाने पर इतना खर्च कहाँ से आये, इसलिए पत्रकार उसकी निःशुल्क प्राप्ति के लिए अपने आप को सस्ता बना देते हैं। सम्पादक को अपने विवेक, अपने पद की मर्यादा और व्यक्तित्व को कायम रखने के लिए इस प्रलोभनों से बचना होगा। उसे समाज के अन्य अंगों से अपने आप को सदा अधिक विवेकशील रखना होगा। सम्पादक एक ऐसा पद है जो जन-दृष्टि में भ्रष्टाचार से रहित होता है, वह तो भ्रष्टाचार का भंडाफोड़ करता है, स्वयं उसमें कैसे रत हो सकता है। यह बात सम्पादक को कभी नहीं भूलनी चाहिए।

सम्पादक की मर्यादा यदि नहीं रहती तो समाज में जो उसकी छवि बनी हुई है वह धूमिल हो जाएगी। अतः सम्पादक की मर्यादा स्वयं सम्पादक को कायम रखनी होगी।

5.2.5 लोकपाल एवं सम्पादक

सर्वोच्च न्यायालय के भूतपूर्व मुख्य न्यायाधीश प्रफुल्लचन्द्र भगवती को 'द टाइम्स ऑफ इण्डिया' का पहला लोकपाल (ओबुत्समान) नियुक्त कर टाइम्स प्रकाशन समूह ने अपने डेढ़ सौ वर्ष के इतिहास में एक महत्वपूर्ण अध्याय जोड़ लिया है। 'द टाइम्स ऑफ इण्डिया' में लोकपाल की नियुक्ति न सिर्फ भारतीय पत्रकारिता में, बल्कि देश की किसी भी सरकारी, गैर-सरकारी संस्था में "स्व नियन्त्रण" का प्रथम प्रयास है लेकिन इस नियुक्ति का अर्थ "प्रेस" पर या सम्पादक पर किसी प्रकार का अंकश लगाना भी नहीं है।

7 जनवरी, 1989 को द टाइम्स ऑफ इण्डिया अखबार के लिए लोकपाल की नियुक्ति की घोषणा करते हुए बेनेट कोलमैन एण्ड कम्पनी के अध्यक्ष अशोक जैन ने कहा कि इसका उद्देश्य जनसंचार माध्यमों को अधिक जवाबदेह बनाना है। किसी भी दूसरी व्यवस्था से प्रेस की स्वतन्त्रता प्रभावित हो सकती है, इसलिए यह जवाबदेही समाचारपत्र के भीतर की ही किसी व्यवस्था को उठानी होगी। जवाबदेही के अलावा पत्रकारिता के स्तर में सुधार लाना और पाठकों की शिकायतें दूर करना भी जरूरी है। यह इस नियुक्ति से सम्भव है।

इस अवसर पर यह भी स्पष्ट किया गया कि लोकपाल द टाइम्स ऑफ इण्डिया का "महासम्पादक" नहीं होगा। वे पत्र की नीति में कोई दखल नहीं देंगे और उन्हीं शिकायतों की जाँच करेंगे, जो सम्पादक उनके पास भेजेंगे या सम्पादकीय कार्रवाई से असन्तुष्ट शिकायतकर्ता उनके पास लेकर आयेंगे। "टाइम्स" प्रबन्धकों ने अपने इस "सरपंच" को काफी अधिकार दिये हैं और यह वायदा भी किया है कि लोकपाल का निर्णय प्रबन्धकों और सम्पादक को मान्य होगा—भले ही वे निर्णय से असन्तुष्ट हों। लोकपाल के निर्णय से असन्तुष्ट शिकायतकर्ता, प्रेस परिषद या अदालत में जाने को स्वतन्त्र होंगे।

स्व-नियन्त्रण की दिशा में द टाइम्स ऑफ इण्डिया की पहल इस दृष्टि से भी महत्वपूर्ण है कि सरकारी अफसरों और मन्त्रियों के खिलाफ आम जनता की शिकायतों की जाँच के लिए लोकपाल की नियुक्ति की व्यवस्था करने वाला विधेयक केन्द्र सरकार ने वापस ले लिया है। 1966 के प्रशासनिक सुधार आयोग ने मन्त्रियों और अफसरों की शिकायतों और भ्रष्टाचार के खिलाफ आम जनता की शिकायतों की जाँच के लिए केन्द्र स्तर पर लोकपाल और राज्य स्तर पर लोकायुक्त की नियुक्ति की सिफारिश की थी। 1968, 1971, 1979 और 1985 में यह विधेयक संसद में लाया भी गया पर हमेशा किसी-न-किसी कारण से पास होने से रह गया। हालांकि कुछ राज्यों में इस बीच लोकायुक्त की नियुक्ति की भी गई।

ओबुत्समान (लोकपाल) भारत के लिए भले नयी संस्था हो, पर इसका इतिहास बहुत पुराना है। इस स्वीडिश शब्द का अर्थ है—मध्यस्थ यानी पंच। 1809 में सबसे पहले स्वीडन की संसद ने सरकारी अफसरों के विरुद्ध नागरिकों की शिकायतों की स्वतन्त्र जाँच के लिए ओबुत्समान की नियुक्ति की थी। केवल राज्य और मन्त्री ही जाँच के दायरे से बाहर थे। स्वीडन में यह संस्था आज भी सफलता से अपनी भूमिका निभा रही है। वहाँ ओबुत्समान नागरिकों की शिकायतों की जाँच के लिए अधिकारियों से पूरी जानकारी प्राप्त करने का अधिकार रखता है। जरूरत पड़ने पर वह कानून में परिवर्तन भी करा सकता है।

स्वीडन ने इस संस्था की सफल भूमि देखकर ही डेनमार्क, नार्वे, फिनलैंड, न्यूजीलैंड, ब्रिटेन, पश्चिम जर्मनी, इजराइल, अमेरिका, कनाडा इत्यादि 35 देशों में इस संस्था की स्थापना की गयी। सरकारी अधिकारियों, मन्त्रियों के कार्य-कलापों पर नज़र रखने के अलावा विश्वविद्यालयों, स्वास्थ्य सेवाओं, जेल प्रशासन और समाचारपत्रों पर स्व-नियन्त्रण के लिए भी लोकपाल की नियुक्ति की गई। लोकपाल का जाँच का तरीका अनौपचारिक होता है। वह फैसला जल्दी करता है और शिकायतकर्ता का कुछ खर्च नहीं होता इसलिए वह संस्था काफी लोकप्रिय हुई है।

समाचारपत्रों पर निगरानी का काम 18 देशों में प्रेस परिषद कर रही है लेकिन उसकी भूमिका बहुत सन्तोषप्रद नहीं मानी जा रही। भारत में भी प्रेस परिषद की काफी अवहेलना की जा रही है। ब्रिटेन और अमेरिका जैसे देशों में तो पत्र, इस परिषद से सहयोग ही नहीं करते। शायद इसी असहयोग के वातावरण के कारण अमेरिका के समाचारपत्रों ने ओबुत्समान की नियुक्ति में पहल की। वहाँ के कूरियर अनरल पत्र ने सबसे पहले लोकपाल नियुक्त किया। अमेरिका और कनाडा के 38 पत्रों और दूरदर्शन केन्द्रों में ओबुत्समान की नियुक्ति की जा चुकी है। ब्रिटेन, जापान, स्वीडन, स्पेन और इजराइल में भी अखबारों ने स्व-नियन्त्रण के लिए ओबुत्समान पद्धति को अपनाया है।

5.2.6 उप मुख्य सम्पादक और उपसम्पादक के गुण

समाचारपत्र के प्रकाशन में मान्य-सम्पादकीय विभाग की ही भूमिका नहीं होती, बल्कि समाचारपत्र के विज्ञापन, प्रसार, मुद्रण विभाग सहित सभी-करीब तीन-चार सौ व्यक्तियों का सहयोग होता है। प्रत्येक विभाग का समय निर्धारित होता है। सभी को समय के भीतर ही कार्य सम्पन्न करना पड़ता है ताकि अखबार सुबह चार बाजे तक हाकरों के हाथ में पहुँच जाय। डाक संस्करण समय पर विभिन्न स्थानों में पहुँचाया जा सके इसलिए सभी को प्रायः तनावपूर्ण स्थिति में काम करना पड़ता है।

उप मुख्य सम्पादक और उप सम्पादकों के आवश्यक गुण इस प्रकार हैं-

शान्तचित्त : समाचार टेबुल के सम्पादकों को किसी भी स्थिति में काम करने के लिए तैयार रहना चाहिये। उसे घबराना नहीं चाहिये। बड़ी-से-बड़ी घटनाओं के समाचार आने पर उन्हें शान्त चित्त से सम्पादित करना चाहिये। इससे समाचार सही ढंग से सम्पादित किये जा सकेंगे।

निर्णयात्मक बुद्धि : कभी-कभी देर से समाचार आते हैं और आवश्यक होते हैं। उनका प्रकाशन जरूरी होता है। अतः इस सम्बन्ध में तत्काल निर्णय की क्षमता उपसम्पादकों में होनी चाहिये। समाचार का अखबार में कैसे संयोजन होगा, इस पर भी तुरन्त निर्णय करने की क्षमता वांछित है।

निष्पक्ष दृष्टि : उपसम्पादकों को समाचार चयन और सम्पादन दोनों स्थितियों में निष्पक्ष होना चाहिये। ऐसा नहीं करने से अखबार की विश्वसनीयता गिरती है।

अच्छी-स्मरण शक्ति : समाचारों के सम्पादन में आंकड़ों, तथ्यों, नामों आदि का शुद्ध रूप जाना चाहिये। इसके लिए उपसम्पादक की स्मरण शक्ति अच्छी होनी चाहिए।

ग्राह्यशक्ति : किसी भी घटना को समझने और उसे सही ढंग से प्रस्तुत करने के लिए उपसम्पादक की अच्छी ग्राह्य शक्ति होनी चाहिये। अगर समाचार ठीक से नहीं समझ सका तो उसकी प्रस्तुति गलत हो सकती है।

आत्मविश्वास : किसी भी समाचार को अधिकारपूर्वक सम्पादन करने की क्षमता होनी चाहिये। उसे यह विश्वास होना चाहिये जो कुछ सम्पादन किया है वह शुद्ध और उच्च स्तरीय है। उसमें उसे कहीं संदेह नहीं होना चाहिये। इसके लिए सबसे जरूरी आत्मविश्वास है।

पाठकों की रुचि का ज्ञान : उपसम्पादक को अपने अखबार के पाठकों के बारे में पूरी जानकारी होनी चाहिये। समाचार सम्पादन के समय भी ध्यान रखना पड़ता है कि हमे अपने पाठक को कौन-सा समाचार देना चाहिये। इसलिए अपने पाठकों की अभिरुचि का ध्यान रखना जरूरी है।

प्रौढ़ ज्ञान : उपसम्पादक को प्रौढ़ ज्ञान होना चाहिये। उसमें यह क्षमता होनी चाहिये कि समाचार को सर्वोत्तम पठनीय बनाने के लिए उसमें अधिकार पूर्वक संशोधन कर सके।

बहुज्ञ : सम्पादकों को बहुज्ञ होना चाहिये। किसी भी विषय का उसे ज्ञान रखना चाहिये। धर्म-दर्शन, विज्ञान, मनोविज्ञान, साहित्य, व्याकरण, खेल-कूद, वाणिज्य व्यापार सहित दुनियाँ के सभी विषयों की जानकारी होनी चाहिये। इसीलिए कहा गया सम्पादक हरफन मौला होता है।

स्थिरता : सम्पादकों को सहनशील होना चाहिये। किसी भी खराब स्थिति में भी अपने कर्तव्य से नहीं हटना चाहिये। कार्य के समय जितना भी, अधिक दबाव हो, उसके सामने झुकना नहीं चाहिये। गीता की भाषा में सम्पादक को स्थितिप्रज्ञ होना चाहिये अर्थात् किसी भी प्रकार के संकट की स्थिति में भी उसे सहज रूप में बना रहना चाहिये। किसी समाचार में तथ्यों सम्बन्धी भूल हो या संशयात्मक होने पर उसकी पूरी तरह पुष्टि करने के बाद ही समाचार सम्पादित करना चाहिये।

संवाददाता स्थान, समय, परिस्थिति में कोई भी हो सकता है। किन्तु किसी भी विशेष

जानकारी, घटना को सही तरीके से ग्रहण करना और उसे सही तरीके से प्रेषण करने के लिए विशेष दक्षता की जरूरत है और उसके लिए प्रशिक्षण की आवश्यकता है और संवाददाता के लिए यह और जरूरी है।

जैसे-जैसे पत्रकारिता के क्षेत्र में विकास हो रहा है और उसके तकनीकी माध्यमों में परिवर्तन आ रहा है, वैसे-वैसे संवाददाता के स्वरूप में भी परिवर्तन हो रहा है।

पत्रकारिता के पिछले 100 वर्ष के इतिहास में पत्रकारिता ने कई रूप बदले, आज़ादी के पहले पत्रकारिता भारत में मिशन के रूप में थी, किन्तु आज़ादी के बाद पत्रकारिता ने कई रूपों में जन्म लिया और संवाददाता भी कई प्रकार के हो गये, आज़ादी के पहले, संवाददाता के पास शरीर और दिमाग की ही ताकत थी और इसी ताकत के बल पर उसे समाचार खोजने के लिए नित नई तकनीकों का भरपूर भण्डार है पहले समाचार प्राप्त करने और उसे छपने के लिए संवाददाता को ज्यादा समय लगाना पड़ता, सबेरे से साम तक समाचार प्राप्त करने के लिये इधर-उधर घुमने के कारण कुछ विद्वानों ने संवाददाता को देवर्षि नारद के समान माना है।

“समाचार का अस्तित्व संवाददाता से है, अगर समाचार के मूल स्रोत से चलने तथा संवाददाता के पास आने पर मूल समाचार में कुछ परिवर्तन हो जाता है तो उसका नतीजा तब सामने आएगा जब समाचार सबके सामने आएगा और संवाददाता को अपनी गलती से बहुत बुरा नतीजा भुगतना पड़ सकता है।

संवाददाता समाचारपत्र की नींव की ईंट होता है जिस पर समाचारपत्र का पूरा दारोमदार होता है। एक अच्छा संवाददाता समाचारपत्र को सब कुछ दिला सकता है और एक खराब संवाददाता समाचारपत्र को बदनाम भी कर सकता है।

इसको ऐसे भी समझा जा सकता है कि एक कम प्रचार वाले अखबार या टीवी या रेडियो को संवाददाता की अच्छी टीम से ज्यादा प्रसार वाला अखबार, टीवी, रेडियो बनाया जा सकता है और ज्यादा प्रसार वाले अखबार, टीवी, रेडियो को खराब संवाददाता की टीम (समूह) से कम प्रसार वाला बनाया जा सकता है।

अधिकांश समाचारों के प्रेषण में संवाददाता छुपा सा रहता है और जिसके लिये तो काम करता है उसको शोहरत की बुलन्दी पर पहुँचाता है क्योंकि सभी ये कहते हैं कि फलौं समाचार फला अखबार में छपा है’ तो संवाददाता एक मजबूत नींव की ईंट का अपना दायित्व सफल ढंग से निभाता है।

सोचने वाले तो यह भी सोचते हैं कि फलौं संवाददाता फलौं अखबार या टीवी का है इसलिए ये इतना समझदार हैं, किसी नामी अखबार या टीवी से जुड़ने से संवाददाता बुद्धिमान है किन्तु ऐसा नहीं है उस अखबार या टीवी में ऐसे संवाददाता जुड़े हैं, जिसके चलते उस अखबार या टीवी का इतना नाम है।

संवाददाता अखबार, टीवी, रेडियो की ऑक्सीजन है संवाददाता अगर समाचार देना एक मिनट भी रोक ले तो अखबार, टीवी, रेडियो की हालत खराब हो जायेगी।

संवाददाता पहले नैतिकता से बँध कर ही समाचारों को आगे बढ़ाते थे किन्तु आज ऐसा नहीं है संवाददाता को बस खबर से मतलब है चाहे जैसे हो उन्हें खबर चाहिये। आज पश्चिम की हवा हमारे संवाददाता को भी लग गई है उल्टी-सीधी खबरों को बटोरने का काम संवाददाता कर रहे हैं संवाददाता आज निजी हितों को पूरा करने के लिए किसी भी हद तक चले जा रहे हैं। संवाददाता के लिए आज रुपया महत्वपूर्ण होता जा रहा है।

एक अच्छे संवाददाता के लिए जनहित सर्वोपरि होना चाहिये जनता किस समस्या से ग्रसित और उस समस्या का अपने अखबार, टीवी, रेडियो द्वारा निराकरण करवाने में सहयोग दें, तभी संवाददाता का स्वरूप सबके सामने आयेगा और समाज संवाददाता से प्रेरणा लेगा।

5.3 संवाददाता

5.3.1 संवाददाता की परिभाषा

संवाददाता का अर्थ समाचार देने वाला है, ब्रिटेन में पत्रकारिता के प्रारम्भिक काल में गुप्तचरों को संवाददाता कहा गया है।

“समाचार को खोजने वाला व्यक्ति संवाददाता है, संवाददाता शोधकर्ता है संवाददाता, गुप्तचर है संवाददाता सत्य है, संवाददाता कल्पनाशील प्राणी है, संवाददाता समाचार, टीवी, रेडियो के लिए प्रोटीन है।

संवाददाता को लार्ड नार्थक्लिफ ने सृजनात्मक और मौलिक साहित्यकार कहा है।

संवाददाता वह है जो दोस्त-दुश्मन दोनों के पास से समाचार लाता है।

संवाददाता लक्ष्य भेदी होता है। संवाददाता किसी के लिए अच्छा किसी के लिए बुरा होता है।

संवाददाता समाचारपत्र रूपी शरीर का आँख, कान और मुख है, घटनाओं के प्रत्यक्षदर्शी होने के नाते वह आँख है। गली, सड़क, मंच एवं सभागार की विभिन्न गतिविधियों को सुन-सुनकर उसे अपने मस्तिष्क में सँजोता रहता है। अतः वह पत्र का कान है, घ्राण शक्ति के बल पर संवाददाता समाचार को सूँघता रहता है, फलतः वह नाक है। सशक्त लेखनी से समाचार को एक विशिष्ट रूप देकर उसे जनता के सामने सुनाने का कार्य संवाददाता का है, इस कारण वह मुख है। इस प्रकार आँख, कान, नाक और मुख रूप संवाददाता पत्रकारिता रूपी प्राणी का मुख्य अवयव है।

संवाददाता को कुँठ लोग व्यावहारिक व्यक्ति मानते हैं। संवाददाता खबरों का भीष्म पितामह हैं क्योंकि उसके पास हर प्रकार की छोटी बड़ी खबर रहती है। संवाददाता समाचार-पत्रों की पहली सीढ़ी है क्योंकि खबर पहले संवाददाता के पास आती है और फिर समाचार पत्रों के पास अतः संवाददाता को किसी एक अर्थ में समेटना उसके साथ न्याय नहीं होगा।

5.3.2 संवाददाता का महत्त्व

संवाददाता का किसी भी समाचारपत्र, टीवी चैनल्स, रेडियो के लिए बहुत महत्त्वपूर्ण है।

श्री हेरम्ब मिश्र संवाददाता के महत्त्व पर प्रकाश डालते हुए लिखते हैं कि-“समाचारपत्र वैसे तो कार्यालय स्थित सम्पादक का ही कृतित्व मालूम होता है किन्तु यदि ध्यान से देखा जाय तो वह सबसे पहले संवाददाता का कृतित्व है।”

स्वतन्त्रता के बाद संविधान की रचना, कश्मीर की लड़ाई, पंचवर्षीय योजना, उद्योग, परिवहन, दूरसंचार कृषि, सिंचाई और विकास की अन्य योजनाओं के समाचारों पर ध्यान केन्द्रित हुआ। समाचारों का महत्त्व बढ़ा और उनका दायरा भी। उद्योग, वाणिज्य, वित्त, विज्ञान आदि के समाचार पहले से कहीं अधिक छपने लगे। शुद्ध समाचार के अलावा विश्लेषण, पृष्ठभूमि आदि दी जाने लगी। सम्पादकीय लेख और टिप्पणियों का कलेवर छोटा हुआ और समाचारों का महत्त्व बढ़ा। संवाददाताओं के नाम भी समाचारों के साथ दिये जाने लगे।

संवाददाता का महत्त्व किसी समाचारपत्र के सम्पादक की तरह होता है क्योंकि सम्पादक से तो कोई रोज मिलने नहीं जायेगा, और संवाददाता तो हर समय हमारे आस-पास रहता है लोग जानते हैं कि अखबार में उनके शहर के बारे में छपी खबरें उसी की लिखी हैं।

प्रसिद्ध पत्रकार श्री एम०वी० कामत का कहना है कि ‘समाचार संगठन के लिए संवाददाता का वही महत्त्व है जो हवेली के लिए ईंट का है।’

संवाददाता समाचारपत्र की जान है संवाददाता सीधे जनता से जुड़े होते हैं जनता के सुख-दुख के जानकार होने के कारण समाचारपत्र या प्रशासन इन्हें विशेष महत्त्व देता है ये चाहे

तो प्रशासन से जनता की समस्या पर ध्यान दिलवा सकते हैं और प्रशासन को जनता के हित पर विशेष नजर रखने के लिए अप्रत्यक्ष तौर पर बाध्य कर सकते हैं आज किसी भी राजनयिक यात्रा पर जाते समय विभिन्न प्रमुख पत्र-पत्रिका चैनल्स आदि के संवाददाता को अपने साथ ले जाने में नेता गर्व महसूस करते हैं।

5.3.3 संवाददाता के गुण

एक अच्छे संवाददाता में कौन-कौन से गुण होने चाहिए? यह एक ऐसा प्रश्न है जिसका उत्तर बहुत कठिन है, क्योंकि परिस्थितिवश कोई गुण, अवगुण भी बन सकता है और अवगुण गुण बन सकता है। जैसे विश्वसनीयता का गुण होना, और यही गुण कभी संवाददाता पर विश्वास करने वालों को संवाददाता पर अविश्वास करने के लिये प्रेरित भी करता है, मान लीजिये किसी भी व्यक्ति ने संवाददाता को गोपनीय रूप से कुछ बातें बतायीं और संवाददाता उस जानकारी को उस व्यक्ति के नाम के साथ छपने के लिये भेज देता है तो उस व्यक्ति का विश्वास संवाददाता पर से हट जायेगा और संवाददाता की विश्वसनीयता पर प्रश्नचिह्न लग जायेगा या फिर तथ्यों की सही जाँच किये बिना उन्हें छपने के लिए भेज देता है और वह तथ्य बाद में झूठे पाए जाते हैं तो भी संवाददाता पर से विश्वास के कदम डगमगाने लगते हैं।

सम्प्रति संवाददाता के गुणों पर विशेष ज्ञान के लिए निम्नलिखित गुणों पर भी चर्चा करनी होगी।

1. भाषा पर पकड़

संवाददाता को अपने समाचार की भाषा इस प्रकार की रखनी चाहिये कि वह न तो बहुत कठिन शब्दों का प्रयोग करे या बहुत सरल शब्दों का। भाषा का अर्थ स्पष्ट होना चाहिये और इससे वही अर्थ निकलना चाहिये जो वह चाहता है।

भाषा की सरलता केवल शब्दों पर ही निर्भर नहीं है। उतना ही महत्त्व वाक्यों की रचना का भी है। संवाददाता को याद रखना चाहिये कि भाषा उसके लिए अधिकाधिक लोगों तक समाचार पहुँचाने का माध्यम है। व्याकरण और वाक्य-विन्यास की दृष्टि से भाषा शुद्ध होनी चाहिये और सरल भी होनी चाहिये। शुद्ध हिन्दी के चक्कर में उसे दाखिल, खारिज, बयान, बर्खास्त, मुनादी, ऐसे उर्दू के शब्दों को त्यागना नहीं चाहिये। पर उर्दू के शब्दों का प्रयोग करते समय एकवचन, बहुवचन का ध्यान रखना चाहिये। कागजात, जवाहरात आदि शब्द बहुवचनार्थी हैं – इस कारण कागजातों कहना हास्यास्पद है। ऐसे ही अंग्रेजी या अन्य भाषाओं के शब्दों के प्रयोग करते समय भी ध्यान देना चाहिये।

2. निष्पक्षता

हर समस्या या विवाद के पीछे दो पक्ष या कई पक्ष हो सकते हैं। इनमें से एक का पक्ष प्रस्तुत करना और दूसरे पक्ष की उपेक्षा करना उनके साथ अन्याय करने के बराबर होगा। संवाद समितियों और बड़े अखबारों के कार्यालयों में कई संवाददाता होते हैं और उनके कार्यक्षेत्र निर्धारित होते हैं। इस कारण सभी सम्बद्ध पक्षों के साथ सम्पर्क स्थापन कर उनका पक्ष उपस्थित करना आसान होता है। पर छोटे शहरों में और छोटे अखबारों में एक ही संवाददाता होता है और उसके लिए सभी से सम्पर्क स्थापित करना कठिन होता है। किन्तु ऐसा करने से समाचार एकपक्षीय हो जाएगा और उसका 'नफा-नुकसान एक पक्ष को होगा।

संवाददाता को, चाहे वह बड़े अखबार का हो या छोटे अखबार का, दोनों पक्षों की बात सुनने के बाद ही समाचार देना चाहिये।

अधिकारियों और खासकर पुलिस से सम्बन्धित मामलों में दूसरा पक्ष प्रस्तुत करने में ही नहीं, दूसरे पक्ष से सम्पर्क स्थापित करने में भी कठिनाई आती है। भीड़ को तितर-बितर करने

के लिए जब अधिकारी गोली चलाने का आदेश देता है तब वह संवाददाताओं को बताता है कि उसे बाध्य होकर गोली चलानी पड़ी। संवाददाता अगर मौके पर उपस्थित रहा हो तब वह कहा सकता है कि अधिकारियों का दावा कहाँ तक सच है। पर अगर वह घटना-स्थल पर बाद में पहुँचा हो तो उसे केवल एक ही पक्ष की बात सुनने को मिलती है। दूसरे पक्ष की बात सामने नहीं आती और अधिकारियों का पक्ष ही छपता है। अतः संवाददाता को बिना किसी लोभ, मोह, भय के बिना दोनों पक्षों की बात सुनकर समझकर, समाचार देना चाहिये। जिससे उनका समाचार निष्पक्ष लगेगा और संवाददाता की इज्जत बढ़ेगी।

3. जिज्ञासा

संवाददाता को सब-कुछ जानने की इच्छा होनी चाहिये। उसे अगर किसी विषय पर समाचार प्राप्त होता है, और मात्र उतने ही समाचार को छपने के लिए भेजता है तो वह एक सफल संवाददाता नहीं माना जायेगा। संवाददाता को खबर के प्रति उदासीन रवैया नहीं अपनाना चाहिये, उन्हें खबर के प्रति जिज्ञासा रखनी चाहिए किसी से साक्षात्कार लेते समय उसे साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति से अधिक-से-अधिक प्रश्न करने चाहिये उसे प्रश्नकर्ता बनकर रहना चाहिये। उसे घटना के हर पहलू के बारे में अधिक-से-अधिक जानकारी बटोरनी चाहिये। क्योंकि आधी-अधूरी, जानकारी से खबर के मूल मुद्दे से हटने का डर रहता है और अच्छे संवाददाता के हित में यह ठीक नहीं होगा।

4. जागरूकता

संवाददाता द्वारा दी जाने वाली खबरें ऐसी हो जिससे ऐसा लगे कि वह समाज के हित में काम कर रहा है। प्रत्यक्षतः उसकी खबरें समाज का आईना होती हैं। समाज को सक्रिय रखने में संवाददाता का बहुत बड़ा योगदान है। संवाददाता को सजग एवं सक्रिय होना चाहिये जैसे कि देस की सीमा की रक्षा करने वाले प्रहरी। उसको किसी भी खबर की सही व्याख्या करनी चाहिये तभी वह जागरूक संवाददाता कहलाएगा।

5. नैतिकता

संवाददाता की नैतिकता यह प्रश्न बहुत जटिल है, संवाददाता की नैतिकता की क्या सीमा होगी यह प्रश्न संवाददाता के पूरे व्यक्तित्व पर प्रकाश डालता है। संवाददाता का यह गुण ही उसकी सोच को प्रगट करता है। समय और परिस्थिति में संवाददाता की नैतिकता बदलती रहती है। कुछ वर्षों पहले की एक घटना है जिसमें संवाददाताओं ने खबरों के लिए ब्रिटेन के प्रिंस चार्ल्स की पत्नी का पीछा किया और संवाददाताओं को पीछा करते देख उनकी पत्नी अपना उनसे पीछा छुड़ाने के लिए अपनी गाड़ी की रफ्तार तेज की और गाड़ी की रफ्तार तेज होने से गाड़ी दुर्घटनाग्रस्त हो गयी और संवाददाताओं की सभी लोगों ने आलोचना की और उस घटना ने संवाददाताओं की काफी बदनामी की। कहा जाता है कि वकील, डॉक्टर, सरकारी कर्मचारी, सांसद, जनप्रतिनिधि और सभी बुद्धिजीवियों के लिए यह नैतिकता का पाठ है। किन्तु संवाददाता के लिए जो सबको नैतिकता का पाठ पढ़ाता है उसके लिये नैतिकता का सारा पाठ बेकार सिद्ध हो जाता है। पत्रकारों के अन्य वर्गों की अपेक्षा संवाददाता समाज के सभी वर्गों से निकटता से मिलने का अवसर ज्यादा प्राप्त करते हैं। इसलिये समाज के सभी वर्गों से निकटता के कारण सभी उनसे हर प्रकार की बातें करते हैं और उन बातों को संवाददाता खबर के रूप में बदलता है और उसमें कुछ बातें ऐसी हो, जिनसे किसी की भावना और आत्मसम्मान को ठेस पहुँचे तो उन बातों को इस प्रकार से खबर का रूप दें कि उससे किसी को ठेस भी न लगे और सही बात उभरकर सबके सामने आये जैसे कि कहीं दंगा हो जाय, या दो वर्गों में झगड़ा हो जाय, और वहाँ शान्ति के प्रयास कैसे हो, ऐसी बातों को संवाददाता अपनी खबर बनाये जिससे अमन-चैन बना रहे। इस प्रकार के कार्य करने से नैतिक रूप से संवाददाता अपने को सफल बना

स्मरणशक्ति

संवाददाता की स्मरण-शक्ति अच्छी होनी चाहिए क्योंकि कई बार ऐसा होता है कि संवाददाता अगर नोटबुक निकाले तो संभव है बात करने वाला अपनी जवान बन्द करे या कहे कि वह जो कह रहा है वह इस आधार पर कहा रहा है कि संवाददाता उसको उपयोग नहीं करेगा। अतः वह उन बातों को स्मरण नहीं रखेगा तो हो सकता जब उन बातों की जरूरत हो तो वो कुछ नहीं कर पाएगा।

5.3.4 संवाददाता के प्रकार

संवाददाताओं को उनके कार्यों, स्थितियों और गुणवत्ता आदि के आधार पर विभिन्न पदनाम दिए जाते हैं। मुख्यतः संवाददाताओं को कार्य के आधार पर, वेतन आयोग के आधार पर, मीडिया के आधार पर तथा क्षेत्र के आधार पर पद-नाम दिया जाता है। इन सभी पर निम्नलिखित बिन्दुओं से पूर्ण प्रकाश पड़ेगा -

कार्य की महत्ता के आधार पर

1. **लाइनर** : छोटे कस्बे से समाचार प्रेषित करने वाला लाइनर है जो प्रकाशित संवाद की पंक्तियों के अनुसार पारिश्रमिक पाता है। ऐसे व्यक्ति का मुख्य कार्य कुछ दूसरा ही होता है, शौकिया तौर पर ये कभी-कभी संवाद-प्रेषण कर देते हैं।
2. **स्ट्रिंजर** : लाइनर से थोड़ा अधिक सुविधा प्राप्त संवाददाता स्ट्रिंजर है। यह भी पूर्णकालिक पत्रकार नहीं होता। पत्र द्वारा इसे निश्चित रकम प्रतिमास प्राप्त होती है। कुछ लोग इसे रिटेनर भी कहते हैं।
5. **फुल फ्लेज्ड जर्नलिस्ट** : ये महत्वपूर्ण जिला मुख्यालयों पर पूर्णकालिक पत्रकार के रूप में रखे जाते हैं। इन्हें उपसम्पादक की सुविधाएँ प्राप्त होती हैं।
4. **स्टाफर्स** : प्रान्त की राजधानियों में पूर्णकालिक संवाददाता नियुक्त होते हैं, जिन्हें स्टार्स कहते हैं। ये पत्र के नियमित कर्मचारी होता हैं। इनका सीधा सम्पर्क पत्र के मुख्य कार्यालय से होता है।

दूसरे वेतन आयोग ने संवाददाता की चार श्रेणियाँ बनायी हैं-

(1) विशेष संवाददाता

समाचारपत्र के सहायक सम्पादक, सम्पादकीय, लेखक तथा समाचार-सम्पादक के समकक्ष महत्वपूर्ण व्यक्ति विशेष **संवाददाता** होता है।

(2) उपमुख्य कार्यालय संवाददाता

इन्हें चीफ रिपोर्टर भी **कहते हैं जो विशेष** संवाददाताओं से दूसरी श्रेणी में आते हैं।

(3) उपमुख्य कार्यालय **संवाददाता**

ये संवाददाताओं के तीसरे वर्ग में **समाहित** होते हैं।

(4) कार्यालय संवाददाता

संवाददाताओं के चौथे वर्ग में कार्यालय संवाददाता आते हैं। इन्हें संवाददाता भी कह सकते हैं।

मीडिया के आधार पर

(1) प्रिंट मीडिया

विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं के लिये मुख्यतः कार्य करने वालों को प्रिंट मीडिया रिपोर्टर कहते हैं।

(2) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के रिपोर्टर

(i) टीवी संवाददाता : स्वच्छ पत्रकारिता के जो मूलभूत सिद्धान्त समाचारपत्र और अन्य पत्रिकाओं के लिये सही हैं वे इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों (रेडियो और टेलीविजन) के संवाददाताओं पर भी लागू होते हैं। पर इनके लिए समाचार संकलन की व्यवस्था भले ही वहीं हो पर उसे अंकित करने का और प्रसारित करने का तरीका बिल्कुल भिन्न होता है। टीवी क्रान्ति से अब ध्वनि के साथ-साथ चित्र भी प्रसारित होने लगे हैं। अब सरकारी क्षेत्र के अलावा निजी क्षेत्र की भी कम्पनियाँ भी इस क्षेत्र में आ गई हैं। इसके चलते इस क्षेत्र में संवाददाताओं के लिये रोजगार की सम्भावना बढ़ गई है, प्रतिस्पर्धा का माहौल संवाददाताओं के कार्य में बढ़ोत्तरी करवाता है।

(ii) रेडियो संवाददाता : रेडियो संवाददाता के पास समय की कमी होती है और यही कमी रेडियो संवाददाता को सबसे सफल संवाददाता में शुमार कराती है। रेडियो संवाददाता को तत्काल समाचार देना पड़ता है, रेडियो संवाददाता ऐसे शब्दों का चयन करते हैं जिससे कम शब्दों में पूरी बात भी कह दी जाय और लोगों को वे बातें पूरी तरह से समझ में आ जाय। रेडियो संवाददाता अधिकांश जगह पूर्णकालिक के तौर पर ही कार्य करते हैं। रेडियो जानकारी का सस्ता माध्यम है इसकी पहुँच देश के कोने-कोने तक है, इसलिये रेडियो संवाददाता की विशेष महत्ता है। इसके संवाददाता हर जगह रहते हैं।

इसके अतिरिक्त निम्नलिखित प्रकार के भी संवाददाता होते हैं।

विधायिका के संवाददाता

संसद और विधान सभा के लिए विशेष संवाददाता नियुक्त किये जाते हैं जो वहाँ पर विभिन्न कार्यवाहियों, अध्यादेशों, विधेयक, बजट विभिन्न विषयों की रिपोर्टिंग करते हैं।

विधि संवाददाता

इन संवाददाताओं को न्यायपालिकाओं में विभिन्न महत्वपूर्ण मुकदमों की जानकारी अपने समाचारपत्र को उपलब्ध करवाने का होता है। ये संवाददाता दिन भर न्यायालय में रहते हैं और वहाँ से विभिन्न मुकदमों की एक सीमित जानकारी प्राप्त करना और उसमें से उचित जानकारी को अपने समाचारपत्र को देना। उनका उद्देश्य होता है।

संवाद समिति का संवाददाता

कितना ही बड़ा समाचारपत्र हो या न्यूज चैनल, सरकारी चैनल, अथवा रेडियो आदि सभी अपने संवाददाता हर जगह तैनात नहीं कर सकते हैं, इसके लिये इन सभी को बहुत हद तक संवाद समितिया पर भी निर्भर रहना पड़ता है। हमारे देश में दो बड़ी संवाद समितियाँ-प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया (पी०टी०आई०) और यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया (यू०एन०आई०) हैं। दोनों की मूल सेवा अँग्रेजी में है। यू०एन०आई० ने 1982 में हिन्दी समाचार सेवा 'यूनीवार्ता' और कुछ वर्षों पहले उर्दू समाचार सेवा शुरू की। पी०टी०आई० की हिन्दी समाचार सेवा 'भाषा' है। यूनीवार्ता-संक्षेप में 'वार्ता' और 'भाषा' हिन्दी भाषाई क्षेत्र में समाचारों का संकलन

हिन्दी में करती हैं। अहिन्दी-भाषी राज्यों के समाचार इन्हें यू०एन०आई० और पी०टी०आई० से अँग्रेजी में प्राप्त होते हैं। अपनी आवश्यकता के अनुसार 'वार्ता' और 'भाषा' उनका अनुवाद या रूपान्तर कर उन्हें हिन्दी में प्रसारित करती हैं। पी०टी०आई० और यू०एन०आई० के भारत के बाहर कुछ देशों में भी संवाददाता हैं। पर विदेशों की खबरों के लिए ये 'रायटर', 'ए०पी०', 'अर्जी' 'फ्रांस प्रेस', जैसी अन्तर्राष्ट्रीय संवाद समितियों पर निर्भर रहती हैं। इनकी अपनी नीति नहीं होती है ये जो हो रहा है, वही बताती है।

विदेश संवाददाता

विदेशों से समाचार प्राप्त करने के लिए विदेश में संवाददाता नियुक्त किये जाते हैं, इस क्षेत्र में सरकारी चैनलों, रेडियो के संवाददाताओं की स्थिति निजी क्षेत्र के प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के संवाददाताओं से ज्यादा अच्छी होती है। क्योंकि उनके रहन-सहन खान-पान का सरकार ख्याल रखती है। किन्तु ऐसी स्थिति निजी क्षेत्र के अधिकांश विदेश संवाददाता के साथ नहीं होती है। संवाददाता जब अपने देश में काम करता है, तो उसे सारी सुविधाएँ प्राप्त रहती हैं। उसे सारा परिप्रेक्ष्य मालूम रहता है, सहायता के लिए पूरा कार्यालय रहता है। विदेश में तैनात संवाददाता अपरिचित परिप्रेक्ष्य में रहता है। उसे सब काम स्वतः करने पड़ते हैं। केबुल से समाचार भेजना हो तो उसे स्वतः जाना पड़ता है। अगर फैक्स से समाचार भेज रहा है तो उसे समाचार स्वयं तैयार करना पड़ता है। अगर वह आकाशवाणी का संवाददाता है तो उसे स्वतः ही रिकार्डिंग करनी पड़ती है। विदेश संवाददाता स्वयं में टाइपिस्ट भी, रेकार्डिस्ट भी, ड्राइवर भी और चपरासी भी होता है। उसके कार्यालय में काम करने वाले सहयोगी समझते हैं कि वह विदेश में आराम फरमा रहा है। काफी हद तक यह सही भी है पर यह भुला दिया जाता है कि उसे सारा काम स्वतः करना पड़ता है। उसे किसी की सहायता नहीं होती। उसे न केवल समाचार प्राप्त करना होता है, वरन यह भी देखना होता है कि हजारों किलोमीटर दूर उसके कार्यालय में समाचार समय से पहुँच जाये।

सुरक्षा विशेषज्ञ संवाददाता

सुरक्षा के मसले से जुड़ी हर खबर का सही रूप से विश्लेषण करना ही सुरक्षा विशेषज्ञ संवाददाता का दायित्व होता है और अगर वह सुरक्षा से जुड़ी खबरों की सही व्याख्या किये बिना भेजता है तो हो सकता है कि उससे जनता, या सरकार, या पड़ोसी राष्ट्र के लिए गलत संदेश जाये और उससे बहुत हानि उठानी पड़े अतः इस क्षेत्र से जुड़े संवाददाता को उचित-अनुचित का ख्याल रखकर ही खबर बनानी चाहिए। उसे रक्षा सम्बन्धी सामान्य निर्देशों की जानकारी भी होनी चाहिए। अगर वह युद्ध के समय मोर्चे पर मौजूद हो तो क्या समस्या है और क्या स्थिति चल रही है। ऐसे मसलों पर उचित रूप से खबर बनाकर भेजनी चाहिए। महाभारत का संजय संभवतः विश्व का पहला युद्ध-संवाददाता था। आज भी युद्ध से जुड़ी खबरों के प्रति जनता में उत्सुकता रहती है।

आतंक और संवाददाता

यह क्षेत्र संवाददाता के जीवन के प्रति किये जाने वाले मोह को खत्म कर देता है क्योंकि इस क्षेत्र में संवाददाता को काम करते समय सरकार और आतंकवादियों दोनों का विरोध झेलना पड़ता है, क्योंकि अगर वह सरकार के पक्ष का समाचार देता है तो आतंकवादी नाराज होते हैं और अगर वह आतंकवादियों का समाचार देता है तो सरकार की पैनी दृष्टि झेलनी पड़ती है। संवाददाता के लिए जहाँ आतंकवाद फैला हो वहाँ काम करना अपनी जान को हथेली पर रखकर घूमने के बराबर है। संवाददाता फिर भी निष्पक्ष होकर सही खबर जनता तक पहुँचाने का काम करते हैं और कई बार इस चक्कर में उनको अपनी जान भी गँवानी पड़ती है। यह संवाददाता का सबसे कठिन क्षेत्र है। इसका रास्ता चुनौतियों से भरा हुआ है। संवाददाता अकेले ही संगठित

होकर आतंकवाद का मुकाबला नहीं कर सकते हैं वे तो केवल आतंकवाद के विरुद्ध जनता और प्रशासन को जागरूक बना सकते हैं। इस समस्या से मुकाबला करने के लिए संवाददाता को विशेष रणनीति बनानी चाहिए।

वाणिज्य एवं अर्थ संवाददाता

आज यह क्षेत्र संवाददाताओं का सबसे ज्यादा कमाऊ जरिया बना हुआ है। क्योंकि यह ऐसा क्षेत्र है जिससे राष्ट्र की अर्थ के नाव उल्टी-सीधी होती है। कम्पनियाँ गोते लगाती रहती हैं अगर संवाददाता इस क्षेत्र की सही-गलत जानकारी को बिना किसी लोभ के खबर बनाता है तो वह सच्चा संवाददाता है और अगर ऐसा नहीं करता है तो वो संवाददाता अपने समाज देशहित के विरुद्ध जाना जायेगा। यह क्षेत्र बहुत महत्वपूर्ण है। हर संवाददाता इस क्षेत्र में आना चाहता है क्योंकि विदेशी मुद्रा का विनिमय हो या सोना चाँदी का। लंदन और मुम्बई का भाव या दक्षिण भारत की धान की फसल हो या उत्तर भारत की गन्ना की फसल हो, चाहे वो चाय काफी मसाले, रबड़, तम्बाकू या फिर शेयर मार्केट सभी जुड़ी अति महत्वपूर्ण खबरों का सही विश्लेषण कर जनता को सही मार्गदर्शन करना ही वाणिज्य एवं अर्थ संवाददाता का दायित्व है।

खेलकूद संवाददाता

खेलकूद के समाचार देना पत्रकारिता की एक बिल्कुल निराली छवि है। बहुत से संवाददाता खेलकूद से जुड़ी खबरों को देना अपने बायें हाथ का खेल समझते हैं लेकिन जब खेल के मैदान में फुटबाल या हॉकी जैसे द्रुतगामी खेलों की रिपोर्टिंग करते हैं, तो उन्हें पता चलता है कि किसने किसको पास दिया, किसने बीच में ही गेंद रोकी और उस पर कब्जा कर किसने अपने किस साथी को पास दिया, उसने रस्ता रोकने का प्रयास करने वाले किसी दूसरे खिलाड़ी को कैसे चकमा दिया और गोल किया! यह सब इतनी तेजी से होता है कि कोई अनुभवी संवाददाता ही याद रख सकता है। खेल कूद पत्रकारिता की अपनी विशेष शब्दावली, विशेष मुहावरे हैं, जिसकी जानकारी होने से ही संवाददाता बहुत कुछ जान सकता है। यहाँ बहुत से खेल हैं और रोज बहुत से खेल खेले जाते हैं और रिकार्ड बनते हैं, टूटते हैं, यह सब बातें संवाददाताओं को याद रखनी पड़ती हैं क्योंकि यहाँ रोज कुछ नया होता है। यह सबसे रोचक रिपोर्टिंग का क्षेत्र है। इसमें काम करने से संवाददाता एक मैदान के बाहर का खिलाड़ी बन जाता है।

साहित्य, संस्कृति-संवाददाता

यह क्षेत्र भी चिरकालीन समय से मन्थर गति से आगे बढ़ रहा है। इस क्षेत्र के संवाददाताओं को विभिन्न साहित्यिक कृतियों एवं संस्कृतियों की जानकारी एक सामान्य रूप से होनी चाहिए ताकि वक्त-बेवक्त कभी भी वह साहित्यिक कृतियों की सही विश्लेषणात्मक व्याख्या सब प्रकार के लोगों से करवाने की क्षमता रखता हो। साहित्य किसी भी समाज का आईना होता है जिससे उस समाज की जानकारी मिलती है। यह क्षेत्र भी एक रोचक क्षेत्र है।

फिल्म संवाददाता

इनसे जुड़ी हुई खबरों को देने वाले को समीक्षक भी कहते हैं जो कि खास तौर से फिल्मी दुनिया से जुड़ी हुई खबरों को देने का काम करते हैं। बहुत से संवाददाता इस क्षेत्र में काम करने में ज्यादा रुचि प्रदर्शित करते हैं। फिल्म अभिनेता, अभिनेत्री, खलनायक, चरित्र अभिनेता, निर्माता, निर्देशक, गायक एवं लेखक आदि से जुड़ी खबरों को भी जानने की ललक आम लोगों में होती है। इस ललक को फिल्म संवाददाता अपनी चटाकेदार और मसालेदार भाषा से बाँधकर पूरी करते हैं। संवाददाता दिन रात इस क्षेत्र की छोटीखबर को बड़ी खबर, बड़ी खबर को छोटी खबर बना डालते हैं। फिल्मों के किसी एक दृश्य को ऐसा लिख देते हैं कि फिल्म अच्छी हो

या खराब हो, लोग फिल्म देखने जाते हैं। प्रायः संवाददाताओं की कलम के कारण बहुत बार उचित बात अनुचित रूप ले लेती है और अनुचित बात उचित रूप ले लेती है। इसके अतिरिक्त और भी बहुत से ऐसे क्षेत्र दिन-प्रतिदिन बनते जा रहे हैं और उन क्षेत्रों में विशेषज्ञ संवाददाताओं की माँग बढ़ती जा रही है जैसे कि अन्तरिक्ष से जुड़ी खबरें या फिर समुद्र के अन्दर की खबरों के लिये या दवाओं के क्षेत्र में या फिर भूगोल के क्षेत्र में या फिर पर्यावरण के क्षेत्र में ऐसे अनगिनत क्षेत्र संवाददाताओं के खबर के दायरों में आते जा रहे हैं और उन क्षेत्रों में विशेषज्ञ संवाददाताओं की पूछ बढ़ती जा रही है।

5.3.5 संवाददाता के कार्य

संवाददाता के तीन मुख्य कार्य हैं।

1. समाचारों का संकलन करना,
2. समाचारों को व्याख्यायित करना,
3. समाचारों का विश्लेषण करके अभिमत देना।

एक संवाददाता से अपेक्षित होता है कि वह आवांटित बीट या क्षेत्र में निष्ठापूर्वक कार्य करते हुए पत्र और सम्पादक की नीति का अनुसरण करके लोकहित एवं लोकरुचि को ध्यान में रखकर समाचार संकलित करेगा। विदित है कि संवाददाता ही समाचार कार्यालय को कच्चा माल प्रदान करता है। कार्यालय की अपेक्षा होती है कि संवाददाता द्वारा प्रेषित रिपोर्ट सत्य हो क्योंकि समाचार छपने के बाद उसकी नैतिक अथवा कानूनी जिम्मेदारी सम्पादक की होती है। संवाददाता की जरा सी अज्ञानता से समाचार तथा समाचारपत्र की साख प्रभावित हो सकती है। अतः संवाददाता को सुनी हुई, नहीं अपितु देखी हुई या जाँची हुई बातों पर ही यकीन करना चाहिए।

दूसरी ओर संवाददाता पर खबर छिपाने अथवा तोड़-मरोड़ कर प्रस्तुत करने के लिए दबाव बनाये जाते हैं, एक अच्छे संवाददाता को ऐसे समय अपनी नैतिकता, तटस्थता, निष्पक्षता बनाये रखना चाहिए। उसे यह बोध होना चाहिए कि प्रलोभन के फेर में वह उस अच्छी सूचना से हाथ धो सकता है जो उसके कैरियर को एक नया मोड़ दे सकती है।

समाचारों को संकलित करके, माँजकर शीघ्रातिशीघ्र, 'समाचार', डेस्क पर पहुँचा देना संवाददाता के लिए अनिवार्य है क्योंकि उसके द्वारा की गयी थोड़ी-सी देर से खबर छपने से रुक सकती है तथा समय व्यतीत होने के बाद उसके द्वारा भेजी गई नई खबर बासी हो जाती है।

संवाददाताओं का कार्यक्षेत्र

संवाददाताओं का क्षेत्र कहां तक हो यह एक जटिल प्रश्न है क्योंकि सभ्य समाज के हित से जुड़ा हुआ कोई भी क्षेत्र जो कि चाहे वह देश-विदेश, गाँव, शहर, राजधानी, अन्तरिक्ष, समुद्र, कोर्ट-कचहरी, सब्जी-मंडी, सड़क, हवा में, जमीन के अन्दर, मकान में मकान के बाहर सब जगह संवाददाता की जरूरत है। क्योंकि संवाददाता को हर जगह से खबर बटोर कर अपने समाचारपत्र को देनी पड़ती है और नित्य नयी खबर चाहिये। संवाददाता के कार्यों का बोझ दिन प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है। उसे अपने अखबार के लिए खबर चाहिए। उसके लिए उसे दिन-रात भाग-दौड़ करनी पड़ती है। सबरे उसे मुख्यमन्त्री से मिलना है तो दोपहर में उसे एक महात्मा से मिलना है। शाम को उसे एक पुलिस से मिलना है, रात को एक डकैत से मिलना है। संवाददाता दिन-रात एक न बन्द होने वाली मशीन है जिसे निष्पक्ष होकर अपने समाचारपत्र के लिए एकदम ताजातरीन खबर चाहिए। संवाददाता को इसके चलते बहुत कुछ ध्यान में रखना पड़ता है। उसे अपने समाचारपत्र का हित अपना हित, जनता का हित, राष्ट्र हित आदि सबको ध्यान में रखकर ही कोई कदम बढ़ाना पड़ता है। पहले के संवाददाता लिखते-लिखते सीखते थे। किन्तु आज विविध क्षेत्रों के लिए विशेषज्ञ संवाददाता की जरूरत पड़ रही है जिससे वह दूर-

दूर तक सही जानकारों कम समय में, कम खर्च में पहुँचा सके। आज संवाददाता को कम्प्यूटर का ज्ञान, भाषा तथा ज्ञान उस क्षेत्र में निपुणता होनी चाहिए जिस क्षेत्र की वह रिपोर्टिंग करता है।

5.4 सारांश

समाचार-जगत में सम्पादक का अपना विशेष महत्व होता है। सुप्रसिद्ध विद्वान कार्लाइल के शब्दों में—“पत्र-सम्पादक सम्राट और धर्मोपदेशक होते हैं।” सम्पादक का मुख्य कार्य निर्धारित नीति के अनुसार पत्र को चलाना होता है। संचालक या संचालन-मण्डल पत्र के सम्बन्ध में जो नीति निर्धारित करता है उसे इस प्रकार कार्यान्वित करना कि पत्र की उत्तरोत्तर प्रगति होती चले, यही सम्पादक का मुख्य कर्तव्य है।

सम्पादक की तीन मुख्य निष्ठाएँ रहती हैं। पहली निष्ठा संचालक के प्रति होती है। वह संचालक और उसके पत्र के हित को हानि पहुँचाने वाली कोई बात नहीं कर सकता। दूसरी निष्ठा वह अपने सम्पादकीय विभाग के प्रति रखता है क्योंकि सम्पादकीय विभाग के सदस्यों की नियुक्ति आदि में उससे परामर्श किया जाता है। यदि वह अपने विभाग के प्रति निष्ठावान नहीं रहा तो विभाग भी उसके प्रति निष्ठा से काम नहीं कर सकता। सम्पादकीय विभाग के सदस्यों पर कार्यालय के अन्दर या बाहर जो भी आक्रमण हो, उससे उनकी रक्षा करनी पड़ती है। सम्पादक की तीसरी निष्ठा अपने पत्र के पाठकों के प्रति रहती है। पत्र के पाठक क्या कहते हैं, क्या पसन्द करते हैं, क्या नापसन्द करते हैं, इसके बारे में उसे हमेशा सतर्क रहना पड़ता है। इस बारे में उसे पाठकों की डाक पर ध्यान रखना होता है और प्रत्येक पत्र का सहानुभूति और शिष्टता के साथ विचार कर उत्तर देना पड़ता है।

समाचारों को सूँघने, खोदने, गढ़ने तथा लिखने वाला संवाददाता सृजनात्मक साहित्यकार होता है जो पूरे समाचारपत्र का शिल्पी है। अपनी प्रत्युत्पन्नमति और क्षिप्रकारिता के चलते रिपोर्टर समाचार-संकलन, समाचार प्रसारण के द्वारा समाज-कल्याण के कार्य सम्पादित करता है।

5.5 शब्दावली

इस इकाई में प्रयुक्त शब्दावली इस प्रकार है -

सम्पादक (Editor) - समाचार पत्र में प्रकाशित होने वाले प्रत्येक समाचार के लिए उत्तरदायी होता है। वह सम्पादकीय विभाग का प्रमुख होता है और उसके कार्य का निर्देशन और निरीक्षण करता है।

• **सम्पादकीय विभाग (Editorial Department)** - समाचार पत्र का वह विभाग जहाँ समाचार एकत्र होते हैं और उनका सम्पादन किया जाता है। मुख्य रूप से सम्पादकीय विभाग तीन कार्य करता है—1. समाचार एकत्र करना, 2. समाचार का चयन और सम्पादन करना, 3. समाचार पर अपना दृष्टिकोण प्रस्तुत करना।

समाचारपत्र (News paper) - नियमित रूप से प्रतिदिन प्रकाशित होने वाले समाचारपत्र दैनिक समाचारपत्र कहलाते हैं। भारत के प्रेस एंड रजिस्ट्रेशन ऑफ बुक्स एक्ट के अनुसार, “समाचारपत्र कोई भी मुद्रित निश्चित अवधि में प्रकाशित होने वाला पत्र है, जिसमें सार्वजनिक समाचार या ऐसे समाचारों पर टिप्पणियाँ हों।”

5.6 सन्दर्भ ग्रन्थ

हिन्दी पत्रकारिता विविध आयाम

- डॉ० वेद प्रताप वैदिक,
नेशनल पब्लिकेशन हाउस, नई दिल्ली

सम्पादन कला	-	के. पी. नारायणन मध्यप्रदेश हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, भोपाल
सम्पादन के सिद्धान्त	-	डॉ० रामचन्द्र तिवारी, आलेख प्रकाशन, दिल्ली
News : Editing	-	Westly Oxford Publishing Co. New Delhi
आधुनिक पत्रकारिता	-	डॉ० अर्जुन तिवारी
समाचार और संवाददाता	-	काशीनाथ गोविन्द जोगलेकर
संवाददाता : सत्ता और महत्त्व	-	श्री हेरम्ब मियाँ

5.7 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

- (क) 'समाचारपत्र की टीम का कप्तान सम्पादक होता है-' स्पष्ट करें।
- (ख) सम्पादक पर दबाव कैसे पड़ता है? संक्षेप में बताइये।
- (ग) संवाददाता पत्र का आँख, कान होता है-स्पष्ट करें।
- (घ) रिपोर्टर की महत्ता बताइए।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. "सम्पादक समाचारपत्र को टीम का कप्तान होता है। जिस प्रकार मन्त्रिमण्डल का प्रमुख प्रधानमन्त्री या मुख्यमन्त्री होता है, सम्पादक की स्थिति भी उसी प्रकार की होती है।" इस कथन की विवेचना कीजिए।
2. "सम्पादक को दबाओं और प्रलोभनों से बचकर चलना चाहिए।" क्या आप इस मत से सहमत हैं?
3. "पत्रकार समान्यतः सभी विषयों का अल्पज्ञानी और एक विषय का पण्डित होता है।" इस कथन के पक्ष या विपक्ष में अपने मत की विवेचना कीजिए।
4. सम्पादक की मर्यादा कौन कायम रख सकता है?
5. एक दैनिक समाचारपत्र के सम्पादक के रूप में कौन-कौन से स्तम्भ प्रस्तुत करना चाहेंगे और क्यों? विवेचना कीजिए।
6. एक सामयिक साप्ताहिक-पत्र के सम्पादक के रूप में आप अपने पत्र में कौन-कौन सी सामग्री देना चाहेंगे, उसका संकलन कैसे करेंगे और प्रस्तुतीकरण कैसे करना चाहेंगे? विवेचन कीजिए।
7. मीडिया में रिपोर्टर के क्रिया-कलाप लिखिए।
8. सम्पादक और संवाददाता के बीच सम्बन्ध पर प्रकाश डालिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. सम्पादक होता है-

क. सम्पादकीय विभाग का प्रमुख	ख. प्रचार विभाग का प्रमुख
ग. प्रसार विभाग का प्रमुख	घ. विज्ञापन विभाग का प्रमुख

2. संवाददाता है-

क. संवाद स्थापित करने वाला

ग. सूचना संकलन कर्ता

3. पी. टी.आई. क्या है-

क. एक संवाद समिति

ग. पैरेंट टीचर्स समिति

4. प्रभु चावला का सम्बन्ध है-

क. प्रभुपाद आश्रम से

ग. 'आज' अखबार से

ख. वाद-विवाद को बढ़ाने वाला

घ. सभा का संयोजक।

ख. पोस्ट टेलीग्राफ इकाई

घ. एक मीडिया का एक संघ

ख. 'सीधी बात' से

घ. दूरदर्शन से

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1 - क

2 - ग

3 - क

4 - ख



उत्तर प्रदेश

राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

PGDCWH-07

समाचार-संकलन

लेखन एवं सम्पादन

खण्ड

2

विशेषीकृत रिपोर्टिंग

इकाई 1

अपराध और न्यायालय रिपोर्टिंग 1-16

इकाई 2

संसदीय रिपोर्टिंग 17-29

इकाई 3

खेल रिपोर्टिंग 30-42

इकाई 4

कृषि, विज्ञान और प्रौद्योगिकी 43-55

इकाई 5

आर्थिक, वाणिज्यिक एवं औद्योगिक रिपोर्टिंग 56-67

परामर्श-समिति

प्रो० देवेन्द्र प्रताप सिंह

कुलपति-अध्यक्ष

डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल

वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक

डॉ० आर०के० बसलस

कुलसचिव - सचिव

विशेषज्ञ समिति

1. प्रो० जे० एस० यादव, पूर्व निदेशक, भारतीय जनसंचार संस्थान, नयी दिल्ली
 2. प्रो० सूर्यप्रसाद दीक्षित, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ वि०वि०, लखनऊ
 3. प्रो० रामदेव शुक्ल, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं पत्रकारिता विभाग, गोरखपुर वि०वि०, गोरखपुर
 4. प्रो० श्यामसुन्दर शुक्ल, - अवकाशप्राप्त प्रोफेसर, भाषा विशेषज्ञ हिन्दी विभाग, काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, 33/71 रोहित नगर, नरिया, वाराणसी
 5. डॉ० रमेश चन्द्र त्रिपाठी, अध्यक्ष पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ
 6. श्री सुरेश प्रताप, वरिष्ठ उपसम्पादक, दैनिक जागरण, वाराणसी
-

सम्पादक

डॉ० अर्जुन तिवारी, पूर्व पत्रकारिता विभागाध्यक्ष, म. गाँ. काशी विद्यापीठ, वाराणसी

लेखक मंडल

1. प्रो० राम मोहन पाठक, निदेशक, म.मो.मा. हिन्दी पत्रकारिता संस्थान, म.गाँ.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
 2. डॉ० अरुण शर्मा, प्राध्यापक, पत्रकारिता विभाग, म.गाँ. काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
 3. डॉ० धीरेन्द्र नाथ सिंह, अवकाश प्राप्त सम्पादक, 'आज', वाराणसी।
 4. डॉ० सुमन दुबे, उप सम्पादक - 'आज', वाराणसी।
 5. डॉ० जयंत शुक्ल, शोध सहायक, डी.एस. रिसर्च सेन्टर, वाराणसी।
 6. श्री राघवेन्द्र मिश्र, पत्रकारिता विभाग, म.गाँ.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
-

परामर्श-समिति

प्रो० केदार नाथ सिंह यादव

कुलपति-अध्यक्ष

डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल

वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक

डॉ० रत्नाकर शुक्ल

कुलसचिव - सचिव

© उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

सर्वाधिकार सुरक्षित। इस पाठ्य सामग्री का कोई भी अंश उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना मिमियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

विशेषीकृत रिपोर्टिंग नामक इस खण्ड में निम्नलिखित इकाइयाँ हैं -

1. अपराध और न्यायालय रिपोर्टिंग
2. संसदीय रिपोर्टिंग
3. खेल रिपोर्टिंग
4. कृषि, विज्ञान और प्रौद्योगिकी
5. आर्थिक, वाणिज्यिक एवं औद्योगिक रिपोर्टिंग

नैतिकता के विरुद्ध किया गया कार्य अपराध है। हत्या, चोरी, डकैती, बलात्कार, वेश्यावृत्ति जैसे कदाचार की रिपोर्टिंग के समय न्यायालय तथा विधिविधानों को दृष्टिगत रखना पड़ता है। संसद राष्ट्र की सर्वोच्च सत्ता है। इसकी कार्यवाही की रिपोर्टिंग में विशेष ध्यान रखना पड़ता है। स्वस्थ शरीर में ही स्वस्थ मस्तिष्क रहता है। खेल जीवन का एक आवश्यक अंग है जिसके सम्बन्ध में रिपोर्टिंग के विभिन्न आयामों की जानकारी आवश्यक है। कृषि, विज्ञान, प्रौद्योगिकी, अर्थ, वाणिज्य, उद्योग के संदर्भ में रिपोर्टिंग की विभिन्न बातों की सम्यक् जानकारी इस खण्ड के अध्ययन के पश्चात् हो जाएगी।

खण्ड - 2

विशेषीकृत रिपोर्टिंग

When somebody says, "Gee whiz, I didn't know that", it's news.

– Keith Fuller



The basic qualities of the news are accuracy, interest, and timeliness. To these must be added a fourth, explanation. Of what use is an accurate, interesting and timely report of a news even if people cannot understand it?

– John Hohenberg



Investigative Journalism, which can be of great value exposing waste and corruption, is less held back by law than by laziness, the prevailing ethics, and dykes in the flow of information.

– Harold Evans



इकाई की रूपरेखा

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 अपराध की व्याख्या
 - 1.2.1 अपराध के विविध रूप
 - 1.2.2 हत्या
 - 1.2.3 चोरी
 - 1.2.4 डकैती
 - 1.2.5 बलात्कार
 - 1.2.6 वेश्यावृत्ति
 - 1.2.7 दंगे
- 1.3 अपराध रिपोर्टिंग एवम् समाचार
- 1.4 न्यायालय
 - 1.4.1 न्यायालय के विविध रूप
 - 1.4.2 उच्चतम न्यायालय
 - 1.4.3 उच्च न्यायालय
 - 1.4.4 अधीनस्थ न्यायालय
- 1.5 न्यायालय के समाचार एवम् स्वरूप
 - 1.5.1 न्यायालय रिपोर्टिंग में सावधानियाँ
- 1.6 सारांश
- 1.7 संदर्भ ग्रन्थ
- 1.8 प्रश्नावली

1.0 उद्देश्य

इस पाठ के अध्ययन के पश्चात् आप:

- न्यायालय एवं अपराध रिपोर्टिंग के अर्थ को समझने में सक्षम होंगे।
- अपराध एवं न्यायालय रिपोर्टिंग के दौरान प्रयुक्त होने वाले शब्दों से परिचित हो सकेंगे।
- अपराध एवं न्यायालय रिपोर्टिंग के लिए किन-किन सूत्रों से सूचनाएँ प्राप्त की जा सकती हैं, यह जान सकेंगे।
- अपराध एवं न्यायालय रिपोर्टिंग के दौरान रखी जाने वाली सावधानियाँ बरत सकेंगे।

1.1 प्रस्तावना

हमारी सामाजिक व्यवस्था को सुचारु रूप से चलाने के लिए एक विशेष प्रकार की शासन प्रणाली को स्वीकार किया गया है जो निश्चित विधि-विधानों पर आधारित है। इन विधानों का अतिक्रमण दंडनीय अपराध माना जाता है। व्यक्ति के निर्बाध जीवन-यापन के लिए यह आवश्यक है कि उसे सभी प्रकार की सुरक्षा दी जाए। उसकी इस सुरक्षा को प्रभावित करने वाला व्यक्ति पूर्ण जानकारी लेने के पश्चात् ही दण्डित किया जा सकता है।

1.2 अपराध की व्याख्या

अपराध समाचारों पर विचार करते समय यह स्वाभाविक प्रश्न उठता है कि अपराध का तात्पर्य क्या है? शब्दकोशों में दी गयी इसकी व्याख्या के अनुसार समाज के प्रचलित कानूनों के विरुद्ध किया गया कार्य या कानूनों का अतिक्रमण अथवा नैतिकता के विरुद्ध किया गया कोई भी कार्य अपराध के अन्तर्गत आता है।

1.2.1 अपराध के विविध रूप

अपराध का क्षेत्र अत्यन्त व्यापक एवं विस्तृत होता है। यह अपराध व्यक्तिगत जीवन से लेकर राष्ट्रीय जीवन तक फैला होता है। एम०बी०कामथ ने अपराधों को वर्गीकृत करने का प्रयास किया है।

- (1) अपराध करने के लिए उकसाना, सहायता देना, भड़काना, सामान्यतः इन सभी कर्मों के लिए अपराध करने के दोषी को समान ही दंड दिए जाते हैं।
- (2) दो या दो से अधिक व्यक्तियों द्वारा अपराध करने के लिए बनायी गयी योजना, अपराधिक षडयंत्र है जहाँ इस योजना के अनुसार एक अथवा अधिक पार्टियों द्वारा इसका क्रियान्वयन किया जाता है।
- (3) सार्वजनिक शांति के विरुद्ध अपराध— जैसे दंगे, गैर कानूनी रूप से जमा लोगों की भीड़ में शामिल होना, अनधिकृत रूप से जमा भीड़ में भाग लेने के लिए कुछ पैसा देकर लोगों को लाया जाना, सार्वजनिक अधिकारियों पर हमला बोलना, दो वर्गों के बीच शत्रुता के भाव को भड़काना अथवा दंगा या हंगामा कराना।
- (4) राज्य के विरुद्ध अपराध— जिसमें राजद्रोह तथा राज्य के अधिकारियों पर हमला आते हैं।
- (5) सरकारी कर्मचारियों द्वारा या उनसे सम्बन्धित अपराध। इसमें गैर कानूनी रूप से वित्तीय घोटालों, भ्रष्टाचार, सरकारी कर्मचारी का छद्म रूप धारण करना या सरकारी कर्मचारी द्वारा किए गए अपराध जैसे कि हानि पहुँचाने के उद्देश्य से कानून की अवज्ञा करना, गलत दस्तावेज तैयार करना और कानूनी रूप से सम्पत्ति का क्रय-विक्रय करना या व्यापार में संलग्न रहना।
- (6) सेना से सम्बन्धित अपराध जैसे बगावत, पलायन, भगोड़े सैनिकों को शरण देना, सैनिक का छद्म रूप धारण करना एवम् आदेशों की अवहेलना करना।
- (7) धर्म से सम्बन्धित अपराध— जिसमें पूजा स्थलों को दूषित करना अथवा नुकसान पहुँचाना तथा धार्मिक विश्वासों का अनादर करना शामिल है।
- (8) चुनावों से सम्बन्धित समाचार— जैसे रिश्वत, झूठा वक्तव्य तथा चुनावों का हिसाब रखने में असफल रहना।
- (9) सार्वजनिक स्वास्थ्य, सुरक्षा, सुविधा, शालीनता तथा नैतिकता को प्रभावित करने

वाले अपराध। इसमें जानबूझकर बीमारियों को फैलाना, भोजन तथा पेय पदार्थों में मिलावट, दवाओं में मिलावट, सार्वजनिक जल वितरण को दूषित करना, सार्वजनिक रास्तों पर लापरवाही से मानवीय जीवन को खतरे में डालते हुए ड्राइवर द्वारा वाहन चलाना, मानवीय जीवन के लिए खतरनाक विष, आग, विस्फोटक पदार्थ से सम्बंध रखना आदि।

- (10) सार्वजनिक कर्मचारियों के कानूनी अधिकार की अवमानना— जैसे जारी किए गए सम्मन को न प्राप्त करने के उद्देश्य से गायब होना, गलत सूचना देना, सरकारी कर्मचारियों को रोकना अथवा धमकाना।
- (11) सरकारी मोहरों तथा सिक्कों से सम्बन्ध अपराध— इसमें जालसाजी जान-बूझकर नकली मुद्रा रखना तथा फर्जी मोहरें रखना सम्मिलित है।
- (12) तौल और माप से सम्बन्ध अपराध— इसमें नाप तौल के लिए गलत उपकरणों का धूर्ततापूर्वक अथवा गलत उपकरणों का निर्माण सम्मिलित है।

1.2.2 हत्या

हत्या गम्भीर अपराधों में आता है। इस तरह के समाचारों में भी पूर्ण गंभीरता बरती जानी चाहिए। इस प्रकार के समाचार को लिखते समय निम्न बातों का ध्यान रखना चाहिए।

- (1) किसकी हत्या की गयी? उसकी आयु का अनुमान लगाने तथा उसके घर का पता लागने का प्रयास करना चाहिए। अगर मृतक के बारे में विशेष जानकारी न चल रही हो तो उसके रंग रूप उसके पहनावे का विवरण दिया जाना चाहिए।
- (2) अपराध किस समय और कहाँ हुआ?
- (3) यदि अपराधी का पता लग गया है या उसका सुराग लग गया है तो वह कहाँ रहता है? अगर जानकारी नहीं मिली है तो उसकी सम्भावनाओं के बारे में जानकारी प्राप्त कर जानकारी दी जानी चाहिए।
- (4) हत्या कैसे हुई? शस्त्र के सहयोग से अथवा बिना शस्त्र के।
- (5) हत्या करने के पीछे कोई मकसद था अथवा झगड़े के दौरान हत्या हुई।
- (6) हत्या के कारण क्या हो सकते हैं? क्या कोई पुरानी दुश्मनी अथवा उत्तेजनावश या लूट के दौरान?
- (7) पुलिस द्वारा क्या कार्यवाही की गयी? क्या गिरफ्तारी हुई है या हत्यारों को दबोचने के लिए पुलिस पीछे गयी है।
- (8) यदि पुलिस में मामला दर्ज किया गया है तो उसमें हत्यारे पर कौन से आरोप लगाये गये हैं? गिरफ्तार व्यक्ति को अदालत में पेश किया गया अथवा नहीं, गिरफ्तार व्यक्ति कौन है? गिरफ्तार व्यक्ति पर कौन सा अभियोग लगाया गया है।
- (9) प्रत्यक्षदर्शी तथा अन्य लोगों का क्या कहना है? इन लोगों की बातों को जहाँ तक संभव हो सके रिपोर्ट में उद्धृत किया जाना चाहिए।

1.2.3 चोरी

चोरी की घटना मामूली हो तो उसका समाचार बनाने की आवश्यकता नहीं होती। मगर चोरी की बड़ी घटना घटी हो तो समाचार बनता है। इसके अतिरिक्त किसी विशेष क्षेत्र में चोरी की छोटी-छोटी घटना आये दिन होती रहती है। तो ऐसे समाचारों को दिया जाना चाहिए।

- (1) चोरी से प्रभावित व्यक्ति कौन है, चोरी कैसे हुई, चोरी होने का समय,
- (2) चोरी किस तरह से की जा रही है, अथवा चोरी के कौन से तरीके अपनाये जाते हैं।

- (3) अनुमान के अनुसार चोरी में कितने धन की हानि हुई? इसका अनुमान प्रभावित व्यक्ति और पुलिस दोनों की सूचनाओं से लगाया जाना चाहिए।
- (4) पुलिस द्वारा कौन-कौन सी कार्रवाई की गयी है?

1.2.4 डकैती

डकैती की घटनाओं में अक्सर कुछ नाटकीयता होती है। उसे समाचार से उजागर किया जाना चाहिए। किन्तु इस प्रकार से नहीं कि डकैत को बहादुर व्यक्ति के रूप में प्रस्तुत किया जाए। इसके विपरीत यदि डकैती के शिकार होने वाले व्यक्तियों ने अथवा आसपास के लोगों ने डकैतों से भिड़ने का साहस दिखाया है तो उसे अवश्य अच्छी तरह से लिखा जाना चाहिए। अपराधों को रोकने और अपराधियों से लड़ने का बल और साहस समुदाय में बढ़ाना, पुलिस व प्रशासन का ही नहीं सभाचारपत्रों का भी कर्तव्य है। डकैती की घटनाओं में संभावित डकैतों की जानकारी अवश्य दी जानी चाहिए। यदि इस गिरोह ने आसपास के क्षेत्रों में पहले भी डके डाले हैं तो उनका उल्लेख भी कर देना चाहिए। डकैती के समाचारों में पता लगाने वाली अन्य प्रमुख बातें वहीं होती हैं जो चोरी के समाचारों में होती हैं।

कुछ बातें इस प्रकार के समाचारों में विशेष रूप से प्रस्तुत की जानी चाहिए जैसे क्षेत्र में पुलिस की व्यवस्था कैसी है। पुलिस बल को दिए जाने वाले शस्त्रों की स्थिति कैसी है, अर्थात् आधुनिक हथियार हैं अथवा, पुराने जमाने के हथियारों से पुलिस डकैतों का सामना करने को मजबूर है। स्थानीय पुलिस जागरूक है अथवा नहीं? डकैती पड़ने के कितनी देर बाद पुलिस घटना स्थल पर पहुँची। इन सब बातों का उल्लेख समाचार में होना चाहिए।

1.2.5 बलात्कार

इस प्रकार के समाचार बहुत संवेदनशील होते हैं। अतः इस प्रकार के समाचार को लिखते समय पूर्ण सावधानी बरतनी चाहिए। इस प्रकार के समाचार के अन्तर्गत एक विशेष व्यक्ति आता है। जरा सी असावधानी से एक निर्दोष व्यक्ति के साथ भारी अन्याय हो सकता है। अगर ऐसा नहीं है तो किसी व्यक्ति के चरित्र पर सदा के लिए एक काला धब्बा लग जायेगा। इसके अतिरिक्त रिपोर्टर एवं समाचारपत्र मानहानि के आरोप में अदालत में भी घसीटे जा सकते हैं।

बलात्कार के समाचार लिखते समय यह ध्यान देना चाहिए कि शिकार हुई लड़की या महिला का नाम समाचार में नहीं दिया जाना चाहिए।

परन्तु कभी-कभी पीड़ित या शिकार वयस्क महिला का नाम देना मजबूरी हो जाती है जैसे बलात्कार करने के पश्चात् महिला की हत्या कर दी गयी, ऐसी स्थिति में उक्त महिला का नाम देना जरूरी हो जाएगा। इस महिला ने ग्लानिवश आत्महत्या कर ली हो ऐसी स्थिति में भी नाम देना जरूरी हो जाएगा।

1.2.6 वेश्यावृत्ति

वेश्यावृत्ति का समाचार बलात्कार के समाचार के ठीक विपरीत समाचार होता है, इसमें महिलाओं का नाम दिया जाता है जो वेश्यावृत्ति के अपराध में शामिल रहती हैं। इन समाचारों में भी एक स्थान पर नामों को देने से परहेज करना चाहिए जैसे कुछ नाबालिक लड़कियों को इस कार्य में जबरदस्ती ढकेल दिया जाता है, ऐसी लड़कियों का नाम देने से बचने का प्रयास करना चाहिए, जिससे ये भविष्य में अपने को सुधार सकें। वेश्यावृत्ति की रिपोर्टिंग के दौरान अभद्र भाषा का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए क्योंकि समाचार हर उम्र के लोग पढ़ते हैं।

1.2.7 दंगे

दंगों का समाचार देते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि समाचार उत्तेजक भाषा में न लिखे गये हों क्योंकि इस तरह की घटनाएँ उत्तेजना के कारण ही पनपती हैं। साम्प्रदायिक

दंगों में दो समुदायों का पक्ष होता है, अतः दोनों समुदाय या धर्म के लोगों का नाम दिया जाना चाहिए अथवा नहीं, इस विषय पर विद्वान एक मत नहीं हो पाये हैं। मान लिया जाए कि अगर समुदाय का नाम दिया जाता है तो ऐसी स्थिति में देश के अन्य भागों में भी दंगा भड़काने का डर बना रहेगा, मान लीजिए कि रिपोर्ट में केवल दो सम्प्रदाय ही कहा गया तो ऐसी स्थिति में अफवाह फैलने का डर बना रहता है। अतः अब यह समाचारपत्रों एवं उनके सम्वाददाताओं के विवेक पर निर्भर करता है कि वे नाम देते हैं अथवा नहीं। इसके अतिरिक्त दंगों के समाचार देते वक्त दंगे को भड़काने वाली सूचनाओं से परहेज करना चाहिए जैसे किसी समुदाय विशेष के लोग मार दिए गये हैं अथवा घायल हुए हैं तो उनकी संख्या का विवरण रिपोर्ट में नहीं दिया जाना चाहिए। ऐसी स्थिति में उस सम्प्रदाय अथवा समुदाय के लोग दूसरे से बदला लेने के लिए उत्तेजित होंगे। हताहत के बारे में पुलिस की सूचना को ही बरीयता देनी चाहिए।

साम्प्रदायिक दंगे के शुरुआती कारणों की जानकारी रिपोर्ट में जरूर होनी चाहिए। किसी सम्प्रदाय विशेष पर दोष आरोपित नहीं करना चाहिए। सम्पत्ति के नुकसान की भी जानकारी देनी चाहिए, इसके अतिरिक्त पुलिस की भूमिका पर जरूर लिखा जाना चाहिए।

1.3 अपराध रिपोर्टिंग

अपराधों के समाचारों के अन्तर्गत उसी प्रकार के समाचार आते हैं जो कानून की किताबों में उल्लिखित अपराध है, वही अपराध समाचार के लिए भी अपराध होता है।

अपराधों के समाचारों का प्रमुख सूत्र पुलिस होती है जिसका काम ही अपराधों का पता लगाना, उन्हें रोकना तथा अपराधियों को न्यायपालिका से दण्डित कराना है। इसके अतिरिक्त अपराधों के शिकार होने वाले लोग और घटनाओं के साक्षी भी अपराधों की खबरों के स्रोत होते हैं।

समाचारपत्रों में अपराध समाचार बहुत बड़ी संख्या में प्रकाशित होते हैं। ये समाचार प्रत्यक्षतः मानवीय अन्तः चेतना से जुड़े होते हैं। इसलिए व्यक्ति की रुचि भी इसमें काफी अधिक होती है। हमारे समाज में परिस्थितियाँ ही काफी हद तक व्यक्ति को अपराधी बनने के लिए मजबूर करती हैं। बेरोजगारी, आर्थिक परेशानियाँ, शोषण, वर्ग विशेष के अत्याचार औद्योगीकरण से उत्पन्न खतरे, अधिकार-लिप्सा, सामाजिक अंधविश्वास तथा मानवीय मनोवृत्तियाँ आदि ऐसे प्रमुख कारण हैं जो अपराध-प्रवृत्ति को प्रोत्साहित करते हैं।

अपराधों के समाचारों के लिए यह सम्भव हो सकता है कि पुलिस अपराधों का विवरण न दे किन्तु इन अपराधों को छोड़कर जिनकी खबर देना वह पुलिसिया तहकीकात में बाधक मानती है अथवा समाचार जिन्हें छिपाने में पुलिस रुचि रखती हो, अधिकांश अपराधों की सूचना पुलिस से पूछने पर मिल जाती है।

प्रायः बड़े शहरों में पुलिस सूचना केन्द्र भी होते हैं जहाँ अपराधों की खबरें मिल जाती हैं। इन स्थानों पर पुलिस विभाग के लिए एक सूचना अधिकारी भी नियुक्त किया जाता है जो प्रायः केन्द्रीय सूचना सेवा की परीक्षा पास कर वहाँ आता है। उसका अपने क्षेत्र के शीर्ष पुलिस अधिकारी से सम्पर्क रहता है। उससे सब प्रकार के अपराधों एवं स्वयं पुलिस की गतिविधियों की सूचना मिल जाती है। स्वयं पुलिस पिछले चौबीस घण्टों में घटित अपराधों और दुर्घटनाओं की सूचना अपनी विज्ञप्तियों के माध्यम से प्रसारित करती है।

अपराध समाचार का संकलन

सामान्यतः रिपोर्टर या संवाददाताओं को अपने ही प्रयास से अपराधों के समाचार संकलित करने पड़ते हैं। सम्पर्क सूत्रों से सम्पर्क ठीक रखने पर यह कार्य ज्यादा कठिन नहीं

होता। बहुत सी सूचनाएँ टेलीफोन पर ही भिन्न जाती हैं। अगर अपराध के समाचार फोन पर ही लिये जाते रहें तो नीरस हो जाते हैं, उनमें प्राण तत्व की कमी हो जाती है। अगर अपराध के समाचार का पीछा किया जाए और पुलिस और जनता की रिपोर्ट में सत्यासत्य का चित्र न दिया जाए जो कि जरूरी है, ऐसी स्थिति में सूचना के साथ न्याय करना कठिन हो जाएगा।

विज्ञप्तियों से मिली जानकारी अपराधों के अच्छे और पूर्ण समाचार बनाने के लिए काफी नहीं होती, ज्ञात जानकारी को संकेत मात्र ही मान कर चलना चाहिए और यह समझ कर चलना चाहिए कि इसमें सारा का सारा सच नहीं है। हाँ घटना का एक पहलू इसमें जरूर है। इसलिए इसका महत्व है। यों भी किसी अपराध की खबर लिखने में पुलिस का पक्ष जरूर दिया जाना चाहिए। यदि थानों या पुलिस के मुख्यालय में आपके सूत्र सही हैं तो आपको टेलीफोन का भरसक प्रयोग करना चाहिए। यह प्रतिदिन का अभ्यास बना लिया जाना चाहिए कि आप कम से कम एक बार दिन में पुलिस को टेलीफोन जरूर करेंगे। यह जरूरी नहीं है कि रोज कुछ न कुछ समाचार बनाने लायक अपराध घटे ही हों किन्तु पूछ लेने या पता लगाने में कुछ नहीं जाता। अतः फोन पर सम्पर्क बनाये रखना चाहिए।

अन्य कई देशों में अपराध समाचारों को पुलिस से जोड़ने की परम्परा नहीं है। वहाँ पुलिस की खबरों की पुष्टि या खण्डन कराया जाता है। मगर पुलिस द्वारा कही गयी बातों को समाचार का मूल आधार नहीं बनाया जाता।

जैसे-यदि पुलिस यह कहे कि छात्रों के उग्र भीड़ ने आज नगर के मुख्य बाजार में आग लगा दी और भीड़ को तितर बितर करने के लिए सभी उपाय निष्फल होने के कारण पुलिस को गोली चलानी पड़ी तो इस समाचार को इसी रूप में समाचारपत्रों में नहीं देना चाहिए, क्योंकि इस समाचार में कितनी सत्यता है अथवा पुलिस अपने बचाव के लिए कितना झूठ बोल रही है इसकी जानकारी प्राप्त करना समाचार के लिए हितकर होगा। अतः संवाददाता को अपने सूत्रों से पुलिस द्वारा दी गयी सूचना को पुष्ट कर समाचार लिखे, यह दीगर बात है कि अपने समाचार के साथ पुलिस की बातों को भी एक पक्ष के रूप में प्रस्तुत कर समाचारपत्र का उपसम्पादक समाचार के साथ न्याय करता है।

हमारे देश में पुलिस के कथन को ही अपराध समाचारों का आधार बनाया जाता है। यदि किसी राजनैतिक नेता या नागरिक ने इसका खण्डन किया तभी दूसरे पक्ष का उल्लेख किया जाता है, अन्यथा नहीं परन्तु अपराध रिपोर्टिंग का यह श्रेष्ठ पक्ष नहीं है। समाचार समितियों के समाचारों में विशेष रूप से पुलिस की सूचनाओं को अपराधों के समाचारों का आधार बनाया जाता है। चूँकि अधिकांश समाचार, संवाद समितियों पर निर्भर रहते हैं, इसलिए उनके ही समाचारों को प्रमुखता देकर अधिकांश पत्र समाचार छापते हैं। जबकि बड़े समाचारपत्र ऐसा नहीं करते क्योंकि उनके पास अपने निजी संवाददाता होते हैं और वे संवाददाता घटना स्थल पर जाकर समाचार से सम्बन्धित सभी पहलुओं पर ध्यान देकर समाचारपत्र को सूचना भेजते हैं।

अपराध समाचारों के उदाहरण

श्रीनगर में चार की हत्या

श्रीनगर 12 फरवरी (एजेसिया)। श्रीनगर में आतंकवादियों ने एक हेड कान्स्टेबल के पिता व उसके दो भाइयों को गोली से उड़ा दिया, दूसरी तरफ सुरक्षा बलों ने 30 आतंकवादियों को गिरफ्तार किया है। आठ आतंकवादियों ने कल रात बारामुला जिले के एक गांव में हेड कान्स्टेबल सिकन्दर के घर का दरवाजा छटछटाया, दरवाजा जैसे ही खुला, आतंकवादियों ने अन्धाधुन्ध गोलियाँ चलानी शुरू कर दी। सिकन्दर के पिता और उसके दो भाई घटनास्थल पर ही मर गए। आतंकवादी घर में आग लगाकर भाग गये।

पुलिस का कहना है कि आतंकवादियों ने हाल ही में सेना द्वारा तलाशी के दौरान हुए मुठभेड़ में मारे गये आठ आतंकवादियों की मौत का बदला लिया है। उस मुठभेड़ में सिकन्दर ने भी हिस्सा लिया था।

कल रात चार आतंकवादियों ने पूंछ क्षेत्र में एक ग्रामीण की गोली मार कर हत्या कर दी। आतंकवादियों

ने हत्या के पश्चात् गाँव में आग लगा दी, जिससे कई मकान जलकर राख हो गये।

पुलिस और सुरक्षा बलों ने पूर्व सूचना के आधार पर बिलावल जिले के एक गाँव में दस आतंकवादियों को गिरफ्तार कर एक बड़े आतंकवादी गिरोह का भंडाफोड़ किया। इनके पास से तीन विदेशी पिस्तौलें, 36 कारतूस, कारतूस बनाने में इस्तेमाल होने वाले पाँच हजार छर्रे और कैप बरामद हुए हैं। बिलावल के एक वरिष्ठ पुलिस अधिकारी ने यह दावा किया है कि इस गिरोह के पकड़े जाने में एक बड़ी वारदात टल गयी। ये आतंकवादी ग्रामीणों की हत्या कर क्षेत्र में आतंक फैलाना चाहते थे।

विमान अपहर्ता को छापामारों ने गोली मारी, यात्री बचे

अमृतसर 20 अगस्त (91)। जोधपुर से खाना हुए इण्डियन एयर लाइन्स के बोईंग 737 विमान के अपहरण के से 6 घण्टे के नाटक का, अपहर्ता को गोली से मार दिए जाने के बाद पटाक्षेप हो गया। इस विमान में कुल 61 यात्री और छः कर्मचारी सवार थे।

अपहर्ता का नाम कासिम बताया गया और विमान के भीतर फुर्ती से की गई एक कारवायी में विशेष दस्ते ने उसे गोली मार दी। इस प्रकार विमान के सभी यात्री तथा चालक दल के छः सदस्य मुक्त हो गये।

एयर लाइन्स का यह विमान बम्बई से जोधपुर, उदयपुर होते हुए दिल्ली जा रहा था। जोधपुर से उड़ान भरने के तुरन्त बाद अपहर्ता विमान को लाहौर ले गया जहाँ वह डेढ़ घण्टे तक मँडराने के बाद अमृतसर आकर उतरा। छापामारी की कारवायी में किसी यात्री या चालकों को कोई नुकसान नहीं पहुँचा। अपहर्ता चार आतंकवादियों को छोड़ने एवं उन्हें सीमा पार कराने की माँग कर रहा था।

वाहन चोर गिरोह का सरगना पकड़ा गया

वाराणसी 28 फरवरी। वाहन चुराने वाले अन्तर्राज्यीय गिरोह के सदस्य को कैन्ट पुलिस ने गिरफ्तार कर लिया है। गिरफ्तार मुन्ना अपने आपको पत्रकार, डाक्टर तथा वकील बताकर भी लोगों को ठगता था। पुलिस ने मुन्ना के पिता एवं एक अन्य राजेन्द्र कुमार को भी अपने गिरफ्त में लिया है।

पुलिस ने इस गिरोह के पास से एक मारुति एवं कई मोटर साइकिलें बरामद की हैं, जो शहर के भिन्न-भिन्न स्थानों से चुराई गयी थीं। पुलिस का दावा है कि इस गिरोह से अभी कई चोरियों का और पता लगने की संभावना है।

मुन्ना की ठगी और चोरी का सिलसिला पिछले काफी अर्से से चल रहा है। मुन्ना और उसके परिवार के अन्य सदस्य बेनिया बाग के पास नयी कालोनी में रहते हैं। चूँकि इनका रहन-सहन ऊँचे स्तर का था इसलिए किसी को भी इन पर सन्देह नहीं होता था। इनके जानने वाले इन्हें पत्रकार अथवा व्यापारी समझते थे।

बताया जाता है कि मुन्ना ने कानून की डिग्री प्राप्त की है।

एक करोड़ की हेरोइन बरामद

गाजीपुर 28 फरवरी। गाजीपुर पुलिस ने दो तस्करों को गिरफ्तार कर उनके कब्जे से एक करोड़ मूल्य की हेरोइन बरामद की। पुलिस अधीक्षक के अनुसार पुलिसको सूचना मिली कि कुछ तस्कर नशीले पदार्थ लेकर आ रहे हैं। पुलिस तुरन्त हरकत में आ गयी और उसने पाँच किलोमीटर तक पीछा करने के बाद राजा बाजार के पास तस्करों को पकड़ लिया, गिरफ्तार तस्कर बिहार के गया जिला के रहने वाले बताये गये हैं।

1.4 न्यायालय

न्यायालय न्याय का आलय है इसे एक व्यक्ति या व्यक्तियों के ऐसे समूह, जिनके पास न्यायिक प्राधिकार हो, किसी विशिष्ट अभियोग के संदर्भ में विवादों के निर्णय की सुनवायी के लिए अधिकार प्राप्त हो जैसे राजस्व, दीवानी, फौजदारी, सैन्य आदि मामले में निर्णय देना। **कोर्ट** का तात्पर्य उस चैम्बर, हाल, अथवा भवन से भी होता है या ऐसे स्थान से भी होता है जहाँ इस प्रकार की न्यायिक प्रक्रिया सम्पन्न होती है।

1.4.1 न्यायालय के विविध रूप

संविधान अधिनियम 1935 के अन्तर्गत भारत में संघीय न्यायालय स्थापित किया गया था, परन्तु उस समय भारत का संघीय न्यायालय सर्वोच्च न्यायालय नहीं था क्योंकि इस संघीय न्यायालय के निर्णय के विरुद्ध लन्दन स्थित प्रिवी कौंसिल की न्यायिक समिति में अपील की जा सकती थी। इस न्यायिक समिति के निर्णय अंतिम होते थे। स्वतंत्रता के बाद भारत में ही उच्चतम न्यायालय एवं हर प्रदेश में उच्च न्यायालय एवं प्रदेश के हर जिले में अधीनस्थ न्यायालय की स्थापना की गयी।

1.4.2 उच्चतम न्यायालय

संविधान के द्वारा 1950 में उच्चतम न्यायालय में एक मुख्य न्यायाधीश तथा सात अन्य न्यायाधीशों की संख्या निश्चित की गयी थी, जिसे संसद आवश्यकतानुसार बढ़ा सकती थी। संसदीय अधिनियम 1957 द्वारा यह संख्या 7 से 10 और 1960 में 10 से 13 कर दी गयी। 1976 तक उच्चतम न्यायालय में मुख्य न्यायाधीश सहित 14 न्यायाधीश थे। 1977 में सम्बन्धित कानून में पुनः परिवर्तन कर यह व्यवस्था की गयी कि उच्चतम न्यायालय में एक मुख्य न्यायाधीश और अधिक से अधिक 17 अन्य न्यायाधीश होंगे। अर्थात् मुख्य न्यायाधीश को मिलाकर कुल 18 न्यायाधीश हो सकते हैं। सर्वोच्च न्यायालय के न्यायाधीशों की संख्या अधिनियम 1985 के अन्तर्गत वर्तमान में एक मुख्य न्यायाधीश और 24 अन्य न्यायाधीश सम्मिलित हैं। भारत में उच्चतम न्यायालय को विश्व के सम्भवतः अन्य किसी भी न्यायालय की अपेक्षा अधिक व्यापक क्षेत्राधिकार प्राप्त है, जिन्हें चार वर्गों में बाँटा जा सकता है।

1. अभिलेख क्षेत्राधिकार अनुच्छेद 129,
2. लेख क्षेत्राधिकार,
3. प्रारम्भिक क्षेत्राधिकार,
4. अपील क्षेत्राधिकार (अनुच्छेद 132 से 136 तक)

1.4.3 उच्च न्यायालय

संविधान के अनुच्छेद 214 से 237 तक राज्य न्यायपालिका से सम्बंधित है। संविधान का पांचवाँ अध्याय राज्यों के उच्च न्यायालयों और छठा अध्याय अधीनस्थ न्यायालयों से सम्बंधित है। अनुच्छेद 214 के अनुसार प्रत्येक राज्य के लिए उच्च न्यायालय की व्यवस्था रखी गयी है, किन्तु कानून द्वारा संसद को दो या दो से अधिक राज्यों के लिए अथवा दो या दो से अधिक राज्यों तथा एक संघीय क्षेत्र के लिए एक ही उच्च न्यायालय की स्थापना का अधिकार दिया गया है। वर्तमान में देश में 17 उच्च न्यायालय कार्य कर रहे हैं जिनमें से दो ऐसे हैं जिनका न्यायाधिकार क्षेत्र एक से अधिक राज्यों में है। राजधानी क्षेत्र दिल्ली का अपना उच्च न्यायालय है। प्रत्येक उच्च न्यायालय में एक मुख्य न्यायाधिपति तथा उतने न्यायाधीश होते हैं, जितने की राष्ट्रपति समय-समय पर आवश्यकतानुसार नियुक्त करें। संविधान के सातवें संशोधन के अनुसार अतिरिक्त और कार्यकारी न्यायाधीश नियुक्त किए जा सकते हैं।

1.4.4 अधीनस्थ न्यायालय

अधीनस्थ न्यायालय भारत की न्यायिक प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करते हैं। कतिपय विभिन्नताओं को छोड़कर सारे देश में अधीनस्थ न्यायालयों का संस्थागत स्वरूप तथा ढाँचा समान है। प्रत्येक राज्य कई जिलों में बाँटा होता है। हर जिले में एक जिला न्यायाधीश की अध्यक्षता में चलाए जा रहे प्रमुख दीवानी न्यायालय के न्यायाधिकार क्षेत्र के अधीन रहता है। कभी-कभी अपर जिला न्यायाधीश उसकी सहायता करते हैं। जिला न्यायाधीश के नीचे दीवानी न्यायालयों के विभिन्न एट क्रमों के बहत से कर्मचारी होते हैं। मुकदमों की सुनवाई करने के

अतिरिक्त दीवानी न्यायालय मध्यस्थ निर्णय, अभिवक्ता, विवाह-विच्छेद और प्रमाणित इच्छा-पत्र जैसे अनेक मामलों को अपने अधिकार क्षेत्र के अधीन रखते हैं।

अपराध और न्यायालय रिपोर्टिंग

फौजदारी अदालत का विधान और गठन दण्ड प्रक्रिया संहिता अधिनियम 1973 के अधीन किया जाता है जो दण्ड प्रक्रिया संहिता अधिनियम 1968 के स्थान पर अप्रैल 1974 से लागू हुआ। संहिता में कार्यपालिका और न्यायपालिका से सम्बन्धित कार्यों के लिए अलग-अलग मजिस्ट्रेटों की व्यवस्था है। कार्यपालिका से सम्बद्ध मजिस्ट्रेट राज्य सरकारों के और न्यायपालिका से सम्बद्ध उच्च न्यायालय के अधीन है। कार्यपालिका में हर जिले के लिए एक मजिस्ट्रेट और उसके अधीन कई अधीनस्थ मजिस्ट्रेट होते हैं। ये मजिस्ट्रेट कानून और व्यवस्था बनाए रखने और अपराध रोकने की समस्याओं से निपटते हैं। न्यायपालिका में जिला स्तर पर अपर मुख्य न्यायिक मजिस्ट्रेट और फिर प्रथम तथा द्वितीय श्रेणी के न्यायिक मजिस्ट्रेट होते हैं। निष्कर्षतः यह कहा जा सकता है कि मजिस्ट्रेटों से सम्बंधित वे कार्य जो प्रमुखतः न्यायिक प्रकृति के हैं, न्यायिक मजिस्ट्रेटों के जिम्मे हैं। दस लाख से अधिक आबादी वाले महानगरीय क्षेत्रों में महानगरीय मजिस्ट्रेट हैं जिनके पास मुकदमों को शीघ्र निपटाने के लिए इससे अधिक अधिकार होते हैं।

1.5 न्यायालय के समाचार एवम् स्वरूप

न्यायालय के समाचार को लिखते समय विशेष सावधानी बरतने की आवश्यकता होती है। इम समाचारों को देते समय इस बात का विशेष ध्यान रखना होगा कि जब तक अभियोग सिद्ध न हो जाए तब तक कोई भी व्यक्ति अपराधी नहीं कहा जा सकता। इसलिए उसके साथ मुकदमे का फैसला होने तक समाचारपत्रों में समाचार देते समय न्याय किया जाना चाहिए। वादी और प्रतिवादी दोनों पक्षों को संतुलित रूप से प्रस्तुत करना अदालत के समाचारों के संकलन और लेखन की बुनियादी बात समझी जानी चाहिए।

मामला अदालत के विचारार्थ प्रस्तुत होने के बाद उसके विचाराधीन हो जाता है। इस स्थिति में संवाददाताओं को अपनी सारी खबरें न्यायालय में हुई कार्यवाही के अनुसार ही बनानी चाहिए। लेकिन मामला न्यायालय में जाने से पूर्व भी संवाददाताओं को घटना का समाचार बनाना होता है। उस काल खण्ड के दौरान समाचार लिखते समय कुछ बातों पर ध्यान रखना चाहिए।

मुकदमे से पूर्व

सुनवाई के पूर्व की खबरें मुख्यतः पुलिस में लिखायी गयी रिपोर्ट, कतिपय व्यक्तियों पर लगाये गये आरोप, गिरफ्तारियों और कुछ कानूनी कागज अदालत में दाखिल करने पर आधारित होती हैं। मामले के इस चरण में यह नहीं करना चाहिए कि अमुक व्यक्ति पर अमुक अपराध का आरोप (अभियोग) लगाया गया है। अगर कोई व्यक्ति पुलिस द्वारा पूछताछ के लिए थाने में ले जाया जाता है तो इसका अर्थ यह नहीं कि वह गिरफ्तार कर लिया गया। वारण्ट जारी होने से भी यह नहीं कहा जा सकता कि अमुक व्यक्ति जिस पर वारण्ट है गिरफ्तार हो गया है। अधिकांश अभियोगों में गिरफ्तारी संबंधित व्यक्ति को वारण्ट दे देने पर ही मानी जाती है। पुलिस वारण्ट के बिना भी लोगों को अपनी हिरासत में ले लेती है। परन्तु इसे हिरासत में लेना कहा जाता है, गिरफ्तार करना नहीं। इन सब में भेद करना संवाददाता को अपनी साख, जानकारी व बचाव के लिए जरूरी है।

मुकदमा अदालत में विचाराधीन होने से पूर्व समाचार में इन बातों का उल्लेख आवश्यक होता है। व्यक्ति का नाम व पता, जिसके विरुद्ध शिकायत दर्ज करवायी गयी है, अथवा वारण्ट जारी है। अपराध का पूरा विवरण, पुलिस ने अब तक क्या कार्यवाही की है, यदि नामजद व्यक्ति को मुचलके व जमानत पर छोड़ दिया गया है तो उसके परिणाम का उल्लेख संबंधित

घटना में करना चाहिए। इस बात पर भी ध्यान देना चाहिए कि व्यक्ति को पूर्व में गिरफ्तार किया गया था, अथवा नहीं परन्तु उनके रिकार्ड को समाचार में नहीं दिया जाना चाहिए। ऐसी भां सम्भावना हो सकती है कि पुलिस उस व्यक्ति को केवल संदेह में गिरफ्तार कर ले गयी हो।

दीवानी के मामले में समाचारों में मुकदमें से संबंधित व्यक्तियों के नाम और उनके पते कानूनी कार्यवाही का आधार अर्थात् संबंधित व्यक्तियों के खिलाफ दर्ज शिकायतें और उनके जवाब, मांगे गये हर्जाने की रकम, मामले की पृष्ठभूमि बनायी जानी चाहिए। मुकदमें की सुनवायी के दौरान संवाददाता को सनसनीखेज तरीके से समाचार पेश कर के पाठकों के विवेक को प्रभावित करने का प्रयास नहीं किया जाना चाहिए, बल्कि ऐसा चित्र पेश किया जाना चाहिए जो अदालत में उपस्थित व्यक्तियों ने वहाँ देखा हो, किन्तु इसे पेश करने में वादी या प्रतिवादी किसी के पक्ष की ओर संवाददाता का झुकाव नहीं होना चाहिए।

सुनवाई से सम्बन्धित समाचार में प्रमुख व्यक्तियों के नाम और पते देने के अलावा यह भी दिया जाना चाहिए कि समाचार लिखने के वक्त तक सुनवाई किस चरण में थी। पाठक को बताया जाना चाहिए कि कल तक की सुनवायी में मोटे तौर पर कौन-कौन से तथ्य प्रकाश में आये। आज की सुनवाई में कौन से महत्वपूर्ण साक्ष्य थे, इनका यथोचित विस्तार से उल्लेख करने के बाद अगले दिन किस प्रकार के गवाहों को पेश किया जाना है या कौन से कानूनी कदम उठाये जाने की सम्भावना है, यह भी लिखना चाहिए। मुकदमें का महत्व क्या है यह तो बताया ही जाए। इसके साथ ही पाठकों को सुनवाई के दौरान अदालत में उपस्थित वातावरण के दृश्य का आभास भी कराया जाना चाहिए। सुनवाई के दौरान के समाचारों में सबसे पहले नवीनतम स्थिति का उल्लेख किया जाय। इसके बाद महत्वपूर्ण साक्ष्य का विवरण देना चाहिए और अंत में कोई समाचार (फीचर) रूपक बनने की स्थिति में पहुँच गया हो तो उसका रोचक वर्णन करना चाहिए।

गवाहों से हुए सवाल जवाब अपनी भाषा में भी लिखा जा सकता है किन्तु न्यायालय में न्यायाधीश वकीलों और गवाहों की बात को उन्हीं की भाषा शैली में पेश करने का प्रयास करना चाहिए जिससे समाचार में रोचकता आती है तथा समाचार प्रभावी होता है। अगर सवाल-जवाब महत्वपूर्ण हों तो उन्हें प्रश्नोत्तर के रूप में लिखना ज्यादा प्रभावी होता है। वैसे आम तौर से विभिन्न व्यक्तियों के कथनों को उन्हीं के शब्दों में बीच-बीच में उद्धृत करना ज्यादा ठीक रहता है।

अदालत के समाचारों में यह बात विशेष उल्लेखनीय है कि संवाददाताओं को पेचीदे कानूनी शब्दों की परिभाषा बताये या इन्हें अपनी सरल और सामान्य भाषा में लिखें, अंग्रेजी के समाचारपत्रों में विशेष रूप से यह प्रवृत्ति देखी जा सकती है कि कानूनी संवाददाता लैटिन शब्दों का प्रयोग करके कानून की अपनी जानकारी की बात पाठकों को समझाने का प्रयत्न करते हैं। जबकि आम पाठक किसी भाषा का कितना ही अच्छा जानकार क्यों न हों, यह आवश्यक नहीं है कि वह सभी तकनीकी और कानूनी शब्दों का अर्थ समझता हो। संवाददाता के लिए यह जरूरी है कि वह अदालत में प्रयुक्त होने वाली कानूनी शब्दावली की स्वयं जानकारी प्राप्त करे! उसे यदि स्वयं यह जानकारी न होगी तो वह न तो मामले को स्वयं समझ पायेगा और न अपने पाठकों को ही समझा सकेगा।

अदालत के फैसलों के समाचारों में सबसे पहले अपनी सरल भाषा में यह बताना चाहिए कि निर्णय क्या हुआ, इसके बाद अभियोगों की चर्चा करनी चाहिए। पाठक को बताना चाहिए कि क्या अपराधी को सभी अभियोगों में अपराधी पाया गया है या कुछ में, जिन अभियोगों से उनको मुक्त किया गया है उनका उल्लेख करना नहीं भूलना चाहिए। समाचार में यह भी बताया जाना चाहिए कि वादी पक्ष के वकीलों ने अपराध सिद्ध करने के लिए कौन-सी मुख्य दलीलें पेश की। इसी प्रकार प्रतिवादी पक्ष के बचाव के लिए क्या मुद्दे पेश किए गये? फैसलों के समाचारों में न्यायाधीश का नाम ऊपर ही दे देना अच्छा होता है। बाद में दोनों पक्षों के वकीलों के नाम दिए जाने चाहिए।

जिन मुकदमों में अभियुक्त अपना अपराध स्वीकार कर लेता है उनके समाचारों में यह बताना आवश्यक है कि उसने किस स्थिति में ऐसा किया? क्या उसने अदालत से नरमी के रुख की याचना की? जज ने निर्णय देते समय क्या कहा? क्या दोष स्वीकार कर लेने के बाद भी सजा कड़ी रही या हल्की सजा सुनायी गयी? इन सब बातों के अलावा यह भी जरूर बताना चाहिए कि अपराधी पर अभियोग क्या लगाये गये थे।

उच्च अदालतों के फैसलों के समाचार बनाते समय फैसलों को तो सर्वमान्य भाषा में लिखा ही जाना चाहिए, उनमें साथ ही यह भी बताना जरूरी होगा कि इन फैसलों से सामान्य या वर्तमान व्यवस्था पर तत्काल क्या प्रभाव पड़ेगा। मान लिया जाय कि किसी विधायक या सांसद के विरुद्ध चुनाव याचिका पर फैसला सुनाया जाता है तो यह रिपोर्ट में बताना चाहिए कि संबंधित व्यक्ति को भविष्य में चुनाव लड़ने या कोई निर्वाचित पद प्राप्त करने से तो नहीं रोक दिया गया?

यदि ऐसा किया गया है तो कितने वर्षों के लिए? यदि कोई विधायक या सांसद सदस्य चुनाव में भ्रष्ट तरीका अपनाने का दोषी ठहराया गया है तो भारतीय जन प्रतिनिधि कानून के अनुसार वह छः वर्षों तक किसी भी निर्वाचित पद के योग्य नहीं रह जाता। ऐसे फैसलों से संबंधित व्यक्तियों का भविष्य तो प्रभावित होता ही है कभी-कभी प्रदेश या देश की राजनीति पर भी इसका असर पड़ता है।

आंध्र प्रदेश के तैलंगाना क्षेत्र में लागू मुल्की नियमों की वैधता को चुनौती दिए जाने पर उच्च न्यायालय (हाईकोर्ट) और सर्वोच्च न्यायालय (सुप्रीम कोर्ट) ने जो फैसले सुनाये उनके फलस्वरूप इस राज्य में भारी उथल-पुथल की स्थिति आ गयी।

निचली अदालतों के फैसलों के खिलाफ दी गयी याचिकाओं के निर्णय भी जनता की दृष्टि से अनेक बार बड़े महत्त्व के होते हैं। इनके समाचारों में यह बता देना काफी नहीं होता कि उच्च अदालत ने निचली अदालत के फैसले को बदल दिया, समाचार में यह भी बताना चाहिए कि निचली अदालत का फैसला क्या था और ऊँची अदालत ने जो फैसला दिया है वह क्या है। इतना ही नहीं इस फैसले का फलितार्थ भी विस्तार से समझाना चाहिए।

यदि अदालत ने एक राय से फैसला नहीं दिया है तो यह जरूर लिखा जाना चाहिए कि कितने और कौन-कौन से जज बहुमत के निर्णय के साथ थे, और कितने व कौन-कौन उसके विरुद्ध। दोनों के अलग-अलग निर्णय भी दिए जाने चाहिए। उल्लेखनीय है कि मौलिक अधिकारों संबंधी मुकदमों में उच्चतम न्यायालय के तेरह जजों ने अलग-अलग ग्यारह फैसले दिए थे। समाचारपत्रों ने इन सब फैसलों को प्रकाशित किया। ऐसे निर्णयों में यह जरूर बताया जाना चाहिए कि इनमें तुरन्त कोई असाधारण स्थिति तो पैदा नहीं होगी।

1.5.1 न्यायालय रिपोर्टिंग में सावधानी

न्यायालय की कार्यवाही का समाचार सुनी-सुनायी बातों पर कदापि नहीं बनाना चाहिए। या तो आपको सुनवाई के दौरान पूरे समय अदालत में उपस्थित रहना चाहिए या केवल उस संवाददाता की मदद लीजिए जिस पर आपको भरोसा हो और जो खुद अदालत में उपस्थित रहा हो। अदालती समाचार बनाते समय भाषा का प्रयोग बहुत संयत होना चाहिए। समाचारों को ऐसा रूप नहीं देना चाहिए जिससे न्यायपालिका के प्रति जनता का विश्वास हिले, क्योंकि जन सामान्य का यह विश्वास है कि अन्याय के विरुद्ध अंतिम राहत पाने का स्थान न्यायालय है।

1.6 सारांश

समाचारपत्रों में अपराध एवं न्यायालय के समाचार बहुत अधिक होते हैं। ये समाचार प्रत्यक्षतः मानवीय अन्तः चेतना से जुड़े होते हैं। इसलिए ज्यादातर पाठकों की रुचि भी इस

प्रकार के समाचारों में काफी अधिक होती है। इसमें कोई दो राय नहीं है कि हमारे समाज की परिस्थितियाँ ही काफी हद तक व्यक्ति को अपराधी बनने के लिए मजबूर करती हैं। बेरोजगारी, आर्थिक परेशानी, अत्याचार, औद्योगीकरण से उत्पन्न खतरे, अधिकार लिप्सा, सामाजिक अंधविश्वास तथा मानवीय मनोविकृतियाँ आदि ऐसे कई कारण हैं जो अपराध-प्रवृत्ति को प्रोत्साहित करते हैं। अतः ऐसे समाचारों को लिखते समय रिपोर्टर को विशेष सावधानी बरतनी चाहिए।

1.7 संदर्भ ग्रन्थ

- | | | |
|-----------------------------|---|------------------------|
| 2. समाचार संकलन व लेखन | - | श्री नन्द किशोर त्रिखा |
| 3. समाचार लेखन के सिद्धान्त | - | डा०संजीव भानावत |

1.8 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. अपराध की व्याख्या करें।
2. चोरी की कैसी घटना को समाचार बनाना चाहिए?
3. क्या डकैती की घटनाओं में नाटकीयता का पुट देना चाहिए? स्पष्ट करें।

दीर्घ उत्तरी प्रश्न

1. अपराध समाचारों के विविध रूप को स्पष्ट करें।
2. अपराध रिपोर्टिंग में बरती जाने वाली सावधानियों को लिखें।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. उच्चतम न्यायालय है -

(i) प्रान्त का उच्च न्यायालय	(ii) देश का सर्वोच्च न्यायालय
(iii) उत्तर का सर्वोच्च न्यायालय	(iv) दक्षिण का सर्वोच्च न्यायालय
2. उच्चतम न्यायालय के क्षेत्राधिकार को कितने वर्गों में बांटा गया है।

(i) पाँच	(ii) तीन
(iii) सात	(iv) चार
3. न्यायालय की रिपोर्टिंग करनी चाहिए?

(i) सुनकर
(ii) स्वयं उपस्थित होकर सभी बातों पर ध्यान देकर
(iii) न्यायाधीश के संकेत पर
(iv) पेशकार की विज्ञप्ति पर

वस्तुनिष्ठ प्रश्न के उत्तर

1. (ii)
2. (iv)
3. (ii)

इकाई-2 संसदीय रिपोर्टिंग

इकाई की रूपरेखा

- 2.0 उद्देश्य
- 2.1 प्रस्तावना
- 2.2 संसद का महत्त्व, और उसकी रूपरेखा
 - 2.2.1 संसदीय रिपोर्टिंग
 - 2.2.2 संसदीय रिपोर्टिंग की सावधानियाँ
- 2.3 संसदीय कार्यवाही (प्रश्नोत्तर)
 - 2.3.1 प्रश्न काल
 - 2.3.2 शून्य काल
 - 2.3.3 तारांकित प्रश्न
 - 2.3.4 अल्प सूचना के प्रश्न
 - 2.3.5 गैर तारांकित प्रश्न
 - 2.3.6 ध्यानाकर्षण प्रस्ताव
- 2.4 संसदीय कार्यवाही (विधायी)
 - 2.4.1 विधेयकों पर विचार
 - 2.4.2 कार्य स्थगन प्रस्ताव
 - 2.4.3 अविश्वास प्रस्ताव
 - 2.4.4 विशेष चर्चा
 - 2.4.5 मत विभाजन
- 2.5 बजट एवं संसदीय समिति
 - 2.5.1 बजट
 - 2.5.2 संसदीय समितियाँ
- 2.6 संसद के अन्य कार्य
 - 2.6.1 संयुक्त अधिवेशन
 - 2.6.2 अनुच्छेद 377 के तहत उठाये जाने वाले मुद्दे
- 2.7 प्रेस दीर्घा
 - 2.7.1 व्यवहार सूत्र
 - 2.7.2 लेखन शैली की विशिष्टता
- 2.8 सारांश
- 2.9 शब्दावली
- 2.10 सन्दर्भ ग्रन्थ
- 2.11 प्रश्नावली

2.0 उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के पश्चात् आप जान पायेंगे -

- संसद की कार्यवाही कैसे संचालित होती है ?
- संसद एवं विधान सभाओं के सदस्यों को मिले अधिकार कौन से होते हैं?
- संसद में उठे ध्यानाकर्षण प्रस्ताव के स्वरूप कैसे होते हैं?
- स्थगन अविश्वास प्रस्ताव की बारीकियाँ क्या होती हैं?
- संसदीय रिपोर्टिंग के दौरान रखी जाने वाली सावधानियाँ कौन सी हैं।

2.1 प्रस्तावना

भारतीय संविधान ने संघ की समूची सत्ता एक संसद के हाथों में सौंपी है। वह लोकतांत्रिक पद्धति का एक स्वाभाविक परिणाम है। लोकतन्त्र के भीतर सर्वोच्च सत्ता का अधिष्ठान जनता है। सच्चे लोकतंत्र में राज्य सत्ता का प्रयोग स्वयं जनता को ही करना चाहिए। भारतीय संसद भी जनता की प्रतिनिधि है। वह जनता की ओर से संघ शासन का संचालन करती है।

भारतीय संसद के तीन अंग हैं—(1) राष्ट्रपति (2) राज्य सभा (3) लोकसभा। यद्यपि राष्ट्रपति संसद के किसी सदन का सदस्य नहीं होता किन्तु वह संसद का एक अभिन्न अंग है। उसकी कार्यवाहियों में भाग लेता है। संसद के सत्र को आहूत करता है, उसे स्थगित कर सकता है और लोकसभा को विघटित कर सकता है। वह संसद द्वारा पारित सभी विधेयकों पर अनुमति देता है। संविधान में प्रत्येक राज्य के लिए एक विधान मण्डल का उपबन्ध है। प्रत्येक राज्य का विधान मण्डल राज्यपाल तथा एक या दोनों सदनों को मिलाकर बनता है, राज्य में विधान मण्डल या तो एक सदनीय होता है या दो सदन वाला होता है।

2.2 संसद का महत्त्व, और उसकी रूपरेखा

विधायिका और प्रेस के अन्तर्सम्बन्धों का गहन महत्त्व है। जनजीवन के हर क्षेत्र में राज्य के बढ़ते हुए हस्तक्षेप और लोककल्याणकारी राज्य की नित्य प्रति विस्तीर्ण हो रही गतिविधियों के सन्दर्भ में विधायिका के कार्यों और दायित्वों का विस्तार हो रहा है। अनेक प्रकार के क्लिष्ट और दूरगामी प्रभाव वाले कानून ही संसद और राज्य विधान मण्डलों में नहीं बनते बल्कि विभिन्न संसदीय प्रक्रियाओं जैसे प्रश्नोत्तर, अल्पसूचना प्रश्नों, ध्यानाकर्षण प्रस्तावों, विशेष उल्लेखों, आधे घण्टे की बहस, अल्पावधि के अभिभाषण के लिए धन्यवाद प्रस्ताव पर बहस, बजट पर बहस, मंत्रियों के वक्तव्यों पर विचार आदि के माध्यम से देश और जनता की हर समस्या वहाँ उजागर होती है।

संसद एवं विधान सभा की संरचना

संसदीय रिपोर्टिंग के लिए यह आवश्यक है कि संवाददाता या रिपोर्टर को लोकसभा, राज्य सभा तथा राज्य विधान सभा एवं विधान परिषद की संरचना के बारे में पूरी जानकारी हो। लोकसभा को 'निम्न सदन' और राज्य सभा को 'उच्च सदन' भी कहा जाता है। निम्न और उच्च शब्द वास्तव में कुछ भ्रामक हैं क्योंकि लोकसभा को वस्तुतः राज्य सभा से कुछ अधिक अधिकार प्राप्त हैं, जैसे संविधान के अनुसार धन-संबंधी सभी विधेयक लोकसभा में ही पुरस्थापित किए जा सकते हैं और इसी सदन का निर्णय उस संबंध में अंतिम होता है। जबकि राज्य सभा इन पर बाद में विचार मात्र करती है। वह इन विधेयकों को रद्द नहीं कर सकती। यह राज्य सभा संबंधी विधेयकों में कुछ संशोधन करने का सुझाव देती है तो ऐसा विधेयक पुनः

लोकसभा में विचारार्थ लौट जाता है। यदि लोकसभा इन संशोधनों को स्वीकार न करे तो विधेयक उसी रूप में पारित माना जाता है जिस रूप में पूर्व में यह लोकसभा से पास हुआ था।

विधेयकों को लेकर अगर दोनों सदनों में मतभेद खड़ा होता है तो उसे सुलझाने के लिए संविधान के दोनों सदनों का संयुक्त अधिवेशन बुलवाने की व्यवस्था है लेकिन धन-संबंधी विधेयकों के बारे में ऐसी कोई व्यवस्था नहीं है अर्थात् इनके संबंध में लोकसभा का निर्णय अंतिम माना जाता है।

दूसरी ओर राज्य सभा में ऐसे सभी विधेयकों को पहले पेश किया जाता है जिनका सीधा संबंध राज्यों से होता है। कारण स्पष्ट है। राज्यसभा राज्यों की परिषद मानी जाती है। राज्यसभा के सदस्यों का चुनाव मोटे तौर पर राज्यों की जनसंख्या के आधार पर होता है। लोकसभा प्रत्यक्ष निर्वाचन सदन है अर्थात् उसके सदस्यों का चुनाव मतदाताओं द्वारा सीधे किया जाता है। राज्यसभा के सदस्य विधानसभा के सदस्यों द्वारा चुने जाते हैं। इनकी संख्या लोकसभा के सदस्यों की संख्या के लगभग आधी होती है परन्तु दोनों सदनों के सदस्यों का कार्यकाल अलग-अलग है। लोकसभा के सदस्य जहाँ पाँच वर्षों के लिए चुने जाते हैं वहीं राज्यसभा के सदस्यों का कार्यकाल छः वर्ष का होता है। लोकसभा को अपना पाँच वर्ष का कार्यकाल पूरा करने से पूर्व ही भंग किया जा सकता है किन्तु राज्यसभा का सदन कभी भंग नहीं होता। वह निरन्तर बना रहता है।

लोकसभा के सभी 545 सदस्यों का चुनाव पाँच वर्षों के लिए एक साथ होता है जो देश के विभिन्न राज्यों एवं केन्द्रशासित प्रदेशों से चुन कर आते हैं। इसके अतिरिक्त दो सदस्यों को राष्ट्रपति ऐंग्लो इण्डियन समुदायों का प्रतिनिधि बनाकर भेजता है। इस प्रकार लोकसभा के कुल सदस्यों की संख्या 547 होती है। संविधान के अनुसार लोकसभा का अपने प्रथम बैठक की तिथि से पाँच वर्ष का कार्यकाल माना गया है, परन्तु किसी आपाताकल की घड़ी में इसके कार्यकाल को एक वर्ष के लिए बढ़ाया भी जा सकता है।

दूसरी ओर राज्यसभा का गठन 250 संसद सदस्यों से होता है जिनमें 12 सदस्य राष्ट्रपति द्वारा नामित होते हैं। इन सदस्यों को राष्ट्रपति इनकी ख्याति एवं देश सेवा को ध्यान में रखकर करता है जैसे-किसी प्रसिद्ध साहित्यकार, वैज्ञानिक, कानूनविद, शिक्षाविद, प्रसिद्ध चित्रकार, कलाकार एवं जनसेवकों को इस श्रेणी में रखा जाता है। इस सदन के सदस्य विभिन्न राज्यों एवं केन्द्रशासित प्रदेशों का प्रतिनिधित्व करते हैं। सामान्यतः राज्य की जनसंख्या के अनुसार ही वहाँ के प्रतिनिधियों की संख्या राज्य सभा में होती है। परन्तु संविधान के अनुसार प्रत्येक राज्य से कम से कम एक सदस्य राज्य सभा में सदस्य होना आवश्यक है। राज्य सभा के इन सदस्यों को प्रदेश के विधायक चुन कर भेजते हैं। जहाँ लोकसभा के सभी सदस्य लोकसभा के भंग होते ही एक साथ हट जाते हैं वहीं राज्य सभा में एक तिहाई सदस्य हर दो वर्ष के बाद अवकाश ग्रहण करते हैं और इनके स्थान पर नये सदस्यों का चुनाव किया जाता है।

लोकसभा के अध्यक्ष को अंग्रेजी में स्पीकर कहते हैं। इनका चुनाव लोकसभा के सदस्यों द्वारा किया जाता है, किन्तु राज्य सभा के अधिष्ठाता का निर्वाचन नहीं होता। देश के उपराष्ट्रपति राज्य सभा के पदेन सभापति होते हैं। यह सदन के दल उपसभापति का चुनाव करता है जो सभा के सदस्यों में से ही कोई सदस्य हो सकता है।

संसद के रूपरेखा के अनुसार देश के प्रदेशों में विधान सभा का गठन किया गया है जबकि राज्य सभा के अनुसार विधान परिषद का इनकी कार्य प्रणाली भी लोकसभा एवं राज्य सभा से मिलती है। भारत के कई ऐसे प्रदेश भी हैं जहाँ केवल विधान सभा है। वहाँ विधान परिषद नहीं है।

2.2.1 संसदीय रिपोर्टिंग

संसदीय रिपोर्टिंग जन माध्यमों के महत्वपूर्ण कार्यों में से एक है। संसद के दोनों सदनों लोकसभा और राज्यसभा तथा प्रदेश के विधान मण्डलों, विधान सभा एवं विधान परिषद की कार्रवाई में नागरिकों की विशेष रुचि होती है। जनतांत्रिक शासन व्यवस्था में नागरिकों के लिए कानून तथा योजनाएँ बनाने से लेकर सामान्य समस्याओं के समाधान तक के कार्य जनता द्वारा चुने गये संसद-सदस्यों तथा विधायकों द्वारा ही किए जाते हैं। जन-प्रतिनिधियों के संसदीय आचार-विचार तथा व्यवहार को जानने के लिए जनतांत्रिक देशों की जनता पत्रकारों पर ही निर्भर रहती है, परन्तु संसदीय-समाचारों का संकलन अत्यन्त कठिन व दायित्वपूर्ण कार्य है। संसदीय रिपोर्टों से सरकार व जनता दोनों लाभान्वित होती है। चाहे रिपोर्ट लोकसभा राज्य सभा से हो अथवा विधान सभा व विधान परिषद से, इन स्थानों से मिलने वाले समाचारों का महत्व जनता के लिए इस कारण बढ़ जाता है क्योंकि इन्हीं स्थानों से कानून बनते बिगड़ते हैं।

चूँकि संसद और विधान सभाओं के सदनों को विशेष व्यापक अधिकार प्राप्त होता है इसलिए समाचारपत्रों को उनकी कार्यवाहियों का विवरण बहुत समझ बूझ कर देना चाहिए। एडमण्ड वर्क के अनुसार संसद की पत्रकार दीर्घा में बैठे संवाददाता चौथी सत्ता का प्रतिनिधित्व करते हैं, संसदीय या विधान मण्डलीय कार्यवाही की रिपोर्टिंग करने के लिए संसदीय संवाददाताओं को आवश्यक सुविधायें दी जाती हैं। ये सुविधायें केवल मान्यता प्राप्त पत्रकारों को ही दी जाती हैं। मान्यता के लिए निर्धारित फार्म का आवेदन किया जाता है। यह आवेदन पत्र संसद के लिए सूचना मंत्रालय तथा प्रदेश विधान मण्डलों के लिए प्रदेश के सूचना विभाग से प्राप्त होता है।

2.2.2 संसदीय रिपोर्टिंग की सावधानियाँ

संसद की कार्यवाही करते समय इससे जुड़े कानूनी प्रश्नों की जानकारी पत्रकार के लिए आवश्यक है। भारत के संविधान की मौलिक व्यवस्थाएँ संसद के सम्बन्ध में उसके प्राविधानों की जानकारी आवश्यक है। चूँकि संसद में संविधान के अन्तर्गत सभी प्रकार की बातें समय-समय पर उठती हैं इसलिए रिपोर्टर को वस्तुतः संविधान की सारी व्यवस्थाओं से मोटे तौर पर परिचित रहना चाहिए। वर्तमान प्रावधानों के अनुसार संसद के दोनों सदनों में से किसी भी सदन की कार्यवाही के मूल रूप से सही प्रकाशन करने पर किसी भी व्यक्ति पर न्यायालय में दीवानी या फौजदारी का मुकदमा नहीं चलाया जा सकता, इसलिए सदन की कार्यवाही की रिपोर्ट प्रकाशित करते समय वास्तविकता सम्पूर्णता तथा निष्पक्षता का ध्यान रखना आवश्यक है। सदन की कार्यवाही को तोड़-मरोड़ करके अथवा उस पर निन्दाजनक टिप्पणी करके तथा संसद की कार्यवाही से निकाली गई बातों को भी प्रकाशित करने पर विशेषाधिकार हनन का मामला बनता है। सदस्य विशेष पर व्यक्तिगत द्वेष के कारण लगाए गए आरोप उसके आचरण पर द्वेषपूर्ण टिप्पणी आदि भी सदस्यों के विशेषाधिकार का हनन है। इसके अतिरिक्त अनुभवी पत्रकार केवल प्रेस दीर्घा में बैठकर संसद की कार्यवाही देखने, सुनने और लिखने में ही अपने कर्तव्य की इतिश्री नहीं समझ लेते। वरिष्ठ संवाददाता संसद के केन्द्रीय समाचार कक्ष में सत्तारूढ़ और विपक्षी सदस्यों से सम्पर्क करके महत्वपूर्ण राजनैतिक गतिविधियों की आन्तरिक बातें जानने का प्रयास करते हैं।

संसद के दोनों सदनों की सम्पूर्ण कार्यवाही बहुत लम्बी होती है। इस कार्यवाही में विवरण की रिपोर्टिंग का कार्य वस्तुतः बहुत दायित्वपूर्ण होता है। यदि कोई समाचारपत्र पूरी की पूरी कार्यवाही प्रकाशित करना चाहे तो इसके लिए लगभग 20 हजार कालम सेंटीमीटर स्थान अर्थात् 45 पृष्ठों में स्टैन्डर्ड साइज का समाचारपत्र प्रतिदिन प्रकाशित करना पड़ेगा। स्पष्ट है कि कोई भी समाचारपत्र इतना स्थान उपलब्ध नहीं करा सकता। समाचारपत्रों में संसद के दोनों सदनों की

बैठकों में बोले गये लगभग 4 लाख शब्दों में से औसतन 5000 शब्द ही प्रतिदिन छप पाते हैं। लीड बनाने के लिए पूरे दिन की कार्यवाही के मुख्य-मुख्य मुद्दों को ध्यान में रखकर लगभग 500 शब्दों में लिखा जाता है। “लीड” को प्रायः समाचारपत्र के प्रथम पृष्ठ पर और विस्तृत समाचार को भीतर के किसी पृष्ठ पर प्रकाशित किया जाता है।

भारत में छोटे समाचारपत्र संसदीय समाचारों के लिए समाचार एजेंसियों पर ही निर्भर रहते हैं। इसलिए प्रेस ट्रस्ट आफ इण्डिया, यूनाइटेड न्यूज आफ इण्डिया, भाषा एवं वार्ता के सम्वाददाताओं को सभी क्षेत्रों के समाचारपत्रों की आवश्यकता को ध्यान में रखकर सम्वाद संकलन करना पड़ता है।

2.3 संसदीय कार्यवाही (प्रश्नोत्तर)

संसद की कार्यवाही कार्य-विधि-संबंधी नियमों के अनुसार चलायी जाती है। संसद का यह अधिकार हमेशा रहता है कि वह किसी भी समय इन नियमों को स्थगित कर किसी विषय विशेष पर अपने मतानुकूल नयी प्रक्रिया तत्काल अपना ले। अध्यक्ष के भी कुछ नियम स्थगित करने का अधिकार रहता है परन्तु हर हाल में सदन का निर्णय ही अंतिम माना जाता है। संसद का अधिवेशन प्रधान-मंत्री की सिफारिश पर राष्ट्रपति द्वारा आहूत किया जाता है। अध्यक्ष अथवा सभापति स्वयं अधिवेशन नहीं बुला सकते। अगर कोई अधिवेशन अस्थायी रूप से स्थगित किया गया है तो उसे सभापति या अध्यक्ष राष्ट्रपति के निर्देश के वगैर एवम् सरकार के परामर्श के बिना बुला सकता है।

2.3.1 प्रश्न काल

संसद की कार्यवाही के प्रारम्भ में प्रायः एक घण्टे का समय प्रश्न काल का होता है। प्रश्न काल समाचारों की दृष्टि से अत्यन्त महत्त्वपूर्ण होता है। जन समस्याओं और जनहित से जुड़े अनेक प्रसंग इस अवधि में उठाये जाते हैं, जिनमें 1. तारांकित प्रश्न, 2. गैर तारांकित प्रश्न, एवं 3. अल्प सूचना के प्रश्न होते हैं।

2.3.2 शून्य काल

प्रश्नोत्तर काल के बाद शून्य काल का समय होता है। इस काल में सदस्य अध्यक्ष की अनुमति लेकर तात्कालिक महत्त्व के विषयों की ओर सरकार और सदन का ध्यान आकृष्ट करते हैं, जिन्हें स्थगित या ध्यानाकर्षण प्रस्ताव के रूप में नहीं उठाया जा सकता। जैसे कहीं हड़ताल चलने लगे, कहीं किसी पर कोई अत्याचार हुआ हो, या समाचारपत्रों में कोई गम्भीर बात छपी हो तो सदस्य पहले ली गयी अनुमति से सरकार का ध्यान उस पर आकृष्ट करते हैं और समुचित कार्यवाही की माँग करते हैं। हाल के वर्षों में बोफोर्स तोप खरीद तथा अयोध्या मुद्दा पर इस काल में बहस हो चुका है।

शून्य काल में विशेषाधिकार के प्रश्नों को भी वरीयता दी जाती है। विशेषाधिकार का मामला कोई भी सदस्य मन्त्री भी उठा सकते हैं। इसके लिए अध्यक्ष की मंजूरी आवश्यक होती है। इस काल में सरकार विभिन्न विभागों सार्वजनिक प्रतिष्ठान और ऐसी समितियों, आयोगों अथवा संस्थानों की रिपोर्ट सदन में रखती है जिनके सम्बन्ध में ऐसा किया जाना विभिन्न कानूनों में अनिवार्य है।

यदि किसी मंत्री ने किसी विषय पर ठीक उत्तर न दिया हो तो इस काल में वह उत्तर को संशोधित कर प्रस्तुत कर सकते हैं। विभिन्न संसदीय समितियों के प्रतिवेदन भी इस काल में प्रस्तुत किए जाते हैं। यह उल्लेखनीय है कि ये प्रतिवेदन आमतौर पर गैर मंत्री सदस्यों के होते हैं। कार्य स्थगन प्रस्ताव इसी अवधि में पेश किया जाता है।

2.2.3 तारांकित प्रश्न

तारांकित प्रश्न का उत्तर सदन में मौखिक रूप से दिया जाता है जिस पर सदस्य पूरक प्रश्न पूछ सकते हैं। सामान्यतः इस प्रकार के प्रश्न एवं उनके उत्तर को लिखित रूप में नहीं रखा जाता। इस प्रकार के प्रश्नों को सम्बंधित मंत्री मौखिक रूप से उत्तर देते हैं परन्तु समयाभाव के कारण जिन प्रश्नों का उत्तर न दिया गया हो उन्हें अतारांकित प्रश्नों की श्रेणी में मानकर उसे लिखित प्रश्न मान लिया जाता है। अतः उन प्रश्नों के उत्तर लिखित रूप में दिए जाते हैं।

2.3.4 अल्प सूचना के प्रश्न

जनहित के अत्यन्त महत्वपूर्ण मामलों पर अल्प सूचना का प्रश्न पूछा जा सकता है। इसमें नोटिस की समय सीमा सामान्य से कम होती है। प्रश्नोत्तर काल में आम तौर से नीति-विषयक बातों पर विचार नहीं किया जाता हालाँकि कई बार सरकार इन प्रश्नों का उत्तर प्रश्नोत्तर काल में देने से मना कर देती है। प्रश्नोत्तर काल संसद का निश्चय ही बड़ा ही रोचक और उपयोगी समय होता है।

2.3.5 गैर तारांकित प्रश्न

गैर तारांकित प्रश्न का उत्तर सरकार लिखित रूप से देती है। ऐसे प्रश्नों के लिए प्रायः कुछ दिनों का समय सरकार को दिया जाता है जिससे प्रश्नोत्तर काल के दौरान लिखित रूप से इन प्रश्नों का उत्तर सम्बन्धित मंत्रालय एवं मंत्री दे सकें।

2.3.6 ध्यानाकर्षण प्रस्ताव

इस प्रस्ताव को पेश करने की अनुमति कुछ उदारता से दी जाती है। अतः हर दिन ही किसी न किसी विषय पर ध्यानाकर्षण प्रस्ताव पेश किया जाता है। इसकी सूचना एक या अधिक सदस्य दे सकते हैं। चूँकि इनमें निंदा का भाव नहीं होता इसलिए सरकारी पक्ष के सदस्य भी विपक्ष के समान उत्सुकता से ध्यानाकर्षण प्रस्ताव पेश करते हैं। ध्यानाकर्षण प्रस्ताव रखने की स्वीकृति देने के लिए यह आवश्यक है कि अध्यक्ष उसे तात्कालिक महत्व का विषय मानें।

ध्यानाकर्षण प्रस्तावों पर विचार की प्रक्रिया यह है कि प्रस्ताव रखने वालों की सूची में जिस सदस्य का नाम सर्वप्रथम होता है वह इसे पेश करता है, फिर सम्बंधित मंत्री उस पर वक्तव्य देते हैं। इस पर सबसे पहले उस सदस्य का और उसके बाद अन्य सदस्यों को पूरक प्रश्न करने का अवसर मिलता है।

2.4 संसदीय कार्यवाही (विधायी)

शून्य काल के बाद सदन की कार्यवाही प्रारम्भ होती है। इसमें आमतौर से सरकारी विधेयकों या प्रस्तावों पर विचार होता है। सप्ताह में एक दिन पूरे या आंशिक रूप से गैर सरकारी प्रस्तावों और विधेयकों के लिए आवंटित रहता है। सामान्यतः उस दिन किसी भी दल का कोई भी सदस्य (जो मंत्री न हो) ऐसे विधेयक या प्रस्ताव पेश कर सकता है। एक बार पुरस्थापित विधेयक उसी समय तक सदन के विचाराधीन रहता है जब तक संबंधित सदस्य उसका सदस्य होता है या जब तक सदन का कार्यकाल समाप्त न हो जाए। निजी प्रस्ताव अधिवेशन की समाप्ति के साथ स्वतः समाप्त हो जाता है। आमतौर पर एक सप्ताह विधेयकों पर और दूसरे सप्ताह प्रस्तावों पर विचार किया जाता है। निजी विधेयकों पर जब कोई मंत्री बोलता है तो उसे बहस का जवाब देना नहीं कहते बल्कि मंत्री द्वारा बहस में हस्तक्षेप करना कहा जाता है। बहस का उत्तर देने का अधिकार सम्बंधित सदस्य का ही होता है।

2.4.1 विधेयकों पर विचार

सरकारी या गैर सरकारी विधेयकों पर विचार के तीन चरण होते हैं-

1. विधेयक पर आम बहस, 2. विधेयक की प्रत्येक धारा पर विचार और 3. विधेयक पर विचार पूर्ण हो जाने पर उसे पारित करने का प्रश्न अधिष्ठाता द्वारा रखने से पूर्व किए जाने वाले भाषणों की प्रक्रिया।

2.4.2 कार्य स्थगन प्रस्ताव

लोक महत्व के विषय पर सामान्य काम-काज छोड़कर स्थगन प्रस्ताव के मध्यम से चर्चा की जा सकती है। अध्यक्ष की स्वीकृति तथा सभा द्वारा अनुमोदन करने पर इस प्रस्ताव पर चर्चा की जा सकती है। महत्वपूर्ण जनहित का मामला है कि नहीं इसका निर्णय अध्यक्ष स्वयं करता है। अध्यक्ष को प्रस्ताव अस्वीकृत करने का पूर्ण अधिकार है जिसके लिए उन्हें कारण बताना आवश्यक नहीं है। स्थगन प्रस्ताव की स्वीकृति मिलने पर चर्चा के लिए अध्यक्ष समय निर्धारित करता है इसके लिए चर्चा का समय ढाई घण्टे का होता है।

2.4.3 अविश्वास प्रस्ताव

यह प्रस्ताव केवल लोकसभा में प्रस्तुत किया जा सकता है। राज्य सभा में नहीं, शून्य काल के दौरान सरकार के विरुद्ध अविश्वास प्रस्ताव या विशेषाधिकार भंग होने पर सवाल या किसी तात्कालिक महत्व के विषय पर कतिपय मांगें उठायी जाती हैं। अविश्वास प्रस्ताव पेश करने की अनुमति देने की मांग पर सबसे पहले विचार किया जाता है। प्रस्ताव की सूचना मिलने पर अध्यक्ष इसे लोकसभा के सदस्यों के समक्ष रखता है।

2.4.4 विशेष चर्चा

संसद की प्रक्रिया नियमावली के अनुसार विशेष बहस उठाने के कुछ खास नियम हैं। इनके अधीन पूर्ण अथवा अल्पकालिक बहस उठायी जा सकती है। अल्पकालिक बहस आम तौर से ढाई घण्टे की मानी जाती है लेकिन वह व्यवहार में कभी-कभी ज्यादा देर तक चल जाती है। कोई भी सदस्य ऐसे विषय पर आधे घण्टे की बहस उठा सकता है जिस पर किए गये प्रश्न का संतोषजनक उत्तर उसे प्रश्नोत्तर काल में न मिल सका हो।

इसकी प्रक्रिया यह है कि संबंधित सदस्य खड़ा होकर यह कहता है कि मैं अमुक विषय पर किए गये प्रश्न के संदर्भ में बहस उठाता हूँ। इसके बाद मंत्री उसका उत्तर देते हैं।

जबकि राज्य सभा में सरकार के विभिन्न मंत्रालय और विभागों के कार्यक्रम पर विस्तृत चर्चा की जाती है। इसके पीछे उद्देश्य यह है कि लोकसभा में बजट अनुदानों पर विचार के दौरान विभिन्न मंत्रालयों और विभागों के क्रियाकलापों की समीक्षा करने का अवसर मिलता है किन्तु राज्य सभा में इस प्रकार का कोई मौका नहीं मिलता। विधेयक या प्रस्ताव सरकारी हो या गैर सरकारी सभी सदस्यों को उन पर संशोधन पेश करने का अधिकार रहता है। किसी विधेयक या प्रस्ताव पर निर्णय करने से पूर्व इन संशोधनों पर ही पहले मतदान कराया जाता है। विधेयकों और प्रस्तावों के अतिरिक्त संसद सरकारी वक्तव्यों, अनेक रिपोर्टें, राष्ट्रपति की अधिघोषणाओं आदि पर भी बहस होती है। राष्ट्रपति-शासन के दौरान संबंधित राज्यों के बजट भी संसद पारित करती है। बजट के अतिरिक्त राज्यों के कानून बनाने की जिम्मेदारी भी राष्ट्रपति शासन के दौरान संसद की ही होती है। चूंकि संसद के पास राज्यों के सभी कानूनों पर विचार करने का समय नहीं होता, इसलिए दोनों सदनों से यह प्रस्ताव पारित करा लिया जाता है कि राष्ट्रपति शासनाधीन राज्यों के लिए कानून बनावेंगे। इसके साथ ही दोनों सदनों के सदस्यों की सर्वदलीय कमेटी बनती है।

2.4.5 मत विभाजन

संविधान में संशोधन करने वाले विधेयकों को छोड़कर शेष सभी विधेयकों को सदन में उपस्थित सदस्यों के बहुमत का मत मिल जाने पर उन्हें पारित घोषित किया जाता है। जबकि संविधान-संशोधन विधेयकों पर एक तिहाई मतों की आवश्यकता होती है। संविधान के अनुच्छेद 361 के अनुसार अध्यक्ष द्वारा अनुमति दिए जाने पर सम्बन्धित सदस्य केवल एक मामले के सम्बन्ध में संक्षिप्त तथा विशिष्ट वक्तव्य दे सकता है। वक्तव्य में कोई अपमानजनक अथवा दोष लगाने वाला आरोप नहीं होना चाहिए। ऐसे मामलों में अध्यक्ष मंत्री को कोई वक्तव्य देने का निर्देश नहीं देता। यदि मंत्री स्वयं चाहे तो अध्यक्ष की अनुमति से सम्बन्धित मामले पर वक्तव्य दे सकता है।

संविधान के संशोधन के लिए मतदान के समय सदन में उसके कुल सदस्यों के कम से कम आधा सदस्य उपस्थित होने चाहिए और उपस्थित तथा मतदान करने वाले सदस्यों की कुल संख्या के दो-तिहाई से कम वोट नहीं पड़ने चाहिए।

2.5 बजट एवं संसदीय समिति

प्रतिवर्ष बजट अधिवेशन सामान्यतः फरवरी मार्च में होता है। इस अधिवेशन में दोनों सदनों के सदस्य उपस्थित होते हैं। इस संयुक्त अधिवेशन में सर्वप्रथम राष्ट्रीय संसद को राष्ट्रपति और प्रदेशों के विधान मण्डलों में वहाँ के राज्यपाल सम्बोधित करते हैं। इस अभिभाषण में विगत वर्ष की सरकारी गतिविधियों की समीक्षा और भावी नीतियों तथा विशेष महत्त्व के विधायिका कार्यों की ओर संकेत निहित रहते हैं। इस अभिभाषण पर जनता के द्वारा चुने गये प्रतिनिधि अपने-अपने दल की नीति और निर्दलीय हों तो निजी विचार के अनुसार बहस करते हैं। यह बहस दोनों सदनों में अलग-अलग चलती है और राष्ट्रपति (विधान मण्डल हो तो राज्यपाल) के प्रति अभिभाषण के लिए धन्यवाद प्रस्ताव पारित किया जाता है। यदि धन्यवाद प्रस्ताव नहीं पारित हो पाता अथवा सदन द्वारा उस पर कोई बड़ा संशोधन बहुमत से स्वीकार कर लिया जाता है तो इस स्थिति को सरकार के प्रति अविश्वास माना जाता है और सरकार से त्यागपत्र दे देने की अपेक्षा की जा सकती है। धन्यवाद प्रस्ताव पारित हो जाने के पश्चात् सदन में वार्षिक बजट पर विचार किया जाता है।

संसद और विधान मण्डलों की विभिन्न समितियों के कार्यों तथा उनके सदस्यों के सम्बन्ध में भी पूरी जानकारी होनी चाहिए।

2.5.1 बजट

बजट संसद के कार्यों में महत्त्वपूर्ण स्थान रखता है। आगामी वर्ष का बजट पारित करना चुनौतीपूर्ण कार्य है। चूँकि बजट पास करने में समय लगता है, इसलिए सरकार फरवरी या मार्च माह में ही सरकारी खर्च का अनुदान सदन से स्वीकृत करा लेती है। पूर्ण बजट के अलावा चालू वर्ष के अनुपूरक अनुदान भी पेश किया जाता है। सामान्य बजट के अतिरिक्त लोकसभा में रेलवे बजट भी अलग से पेश किया जाता है। रेलवे बजट आम बजट से पूर्व प्रस्तुत किया जाता है।

सामान्य बजट पर पहले तो कुछ दिनों तक आम बहस होती है। इसके बाद प्रत्येक मंत्रालय का विभाग की अनुदान माँगों पर अलग-अलग चर्चा की जाती है। इन सब पर स्वीकृति मिल जाने के बाद सम्पूर्ण खर्च को मंजूर करने वाला विनियोग विधेयक पारित किया जाता है। इसके बाद संसद में वित्त विधेयक पर विचार कर उसे स्वीकृत किया जाता है। इन विधेयकों में नये वर्ष के लिए करों और शुल्कों की व्यवस्था की जाती है। विनियोग विधेयक और वित्त विधेयक पारित हो जाने पर ही बजट संबंधी कार्यवाही पूर्ण होती है।

2.5.2 संसदीय समितियाँ

दोनों सदनों में अनेक स्वतंत्र और संयुक्त समितियाँ होती हैं। इनमें से तीन समितियाँ मुख्य हैं—(1) लोक-लेखा समिति, (2) प्राक्कलन समिति (3) सरकारी उपक्रम की समिति। सरकारी उपक्रम समिति दोनों सदनों की संयुक्त समिति मानी जाती है, जबकि अन्य दोनों समितियों मुख्यतः लोकसभा की समितियाँ हैं। इनमें से प्राक्कलन समिति में राज्य सभा का कोई सदस्य नहीं लिया जाता जबकि लोक-लेखा समिति से राज्य सभा के सदस्यों का सम्बन्ध माना जाता है।

सदस्य इन सब समितियों का चुनाव आनुपातिक मतदान प्रणाली से करते हैं। अतः इनमें विभिन्न संसदीय दलों को अपनी सदस्य संख्या के अनुपात में स्थान प्राप्त हो जाता है।

इस प्रकार इन समितियों में सभी दलों के सदस्य मौजूद रहते हैं। तीनों समितियों के अध्यक्षों का मनोनयन स्वयं लोकसभा के अध्यक्ष करते हैं। अब तक की परम्परा के अनुसार प्राक्कलन और सरकारी उपक्रम समिति के अध्यक्ष सत्तारूढ़ दल के सदस्य ही बनाये गये हैं किन्तु लोक-लेखा समिति का अध्यक्ष विपक्ष दलों में से चुना जाता है। इस समिति के अध्यक्ष पर विपक्षी नेताओं के नामजद करने से पहले सत्तारूढ़ दल का ही कोई सदस्य अध्यक्ष बनता था परन्तु बाद में इसे विपक्षी दलों के नेताओं में से अध्यक्ष चुना जाने लगा।

इन तीनों समितियों के अलावा किसान विधेयक पर दोनों सदन संयुक्त अथवा अलग-अलग प्रवर समितियाँ गठित करते हैं। प्रवर समितियों और इन तीनों समितियों के विशेषाधिकार वही होते हैं जो पूर्ण संसद के रहते हैं। इन सब समितियों की रिपोर्ट संसद में पेश होने से पूर्व समाचारपत्रों में प्रकाशित नहीं की जाती, क्योंकि ऐसा करना संसद के विशेषाधिकारों के दायरे में आता है।

दोनों सदनों की कई अन्य समितियाँ भी होती हैं जिनके काम भिन्न-भिन्न हैं। उदाहरण के लिए दोनों सदनों की कार्य सलाहकार समितियाँ होती हैं, जो यह फैसला करती हैं कि सरकारी विधेयकों, प्रस्तावों, वक्तव्यों आदि पर विचार के लिए कितना-कितना समय दिया जाना चाहिए। दोनों की विशेषाधिकार समितियाँ भी होती हैं जो विशेषाधिकारों का उल्लंघन करने की शिकायतों पर विचार करती हैं। उपर्युक्त के अतिरिक्त कुछ अन्य महत्वपूर्ण समितियाँ भी हैं—(क) आश्वासन समिति यह समिति, मंत्रियों द्वारा सदन को दिए गये आश्वासनों वचनों और प्रतिक्रियाओं की जाँच करके यह रिपोर्ट देती है कि आश्वासन कहाँ तक पूरे किए गये, (ख) विधायन समिति, यह समिति इस बात की जाँच करती है कि विनियम, नियम और उपनियम बनाने में संविधान और संसद प्रदत्त अधिकारों का प्रयोग उचित ढंग से कर रहा है या नहीं।

2.6 संसद के अन्य कार्य

संसद के कार्य देश के लिए संविधान बनाना और सरकार को अपेक्षित धन उपलब्ध कराना है। किसी क़ानून को तभी वैध माना जाता है जब संसद के दोनों सदन उसे मान्यता दे देते हैं। वित्त विधेयक के सम्बन्ध में लोकसभा के निर्णय को अंतिम माना जाता है। सदन के सभी कार्यों को मुख्यतः निम्न चार वर्गों में विभाजित किया जा सकता है -

- (1) **सरकारी कार्य**— संसद में प्रस्तुत की गई सभी प्रस्तावनायें सरकारी कार्य के अन्तर्गत ही आती हैं। इस वर्ग के कार्यों से सम्बंधित सभी सूचनायें सरकार के सदस्य मंत्री, राज्यमंत्री, उपमंत्री अथवा संसदीय सचिव देते हैं।
- (2) **गैर सरकारी कार्य**— इस प्रकार के कार्य सदन के सभी दलों के सदस्यों द्वारा प्रेषित हो सकते हैं। विभिन्न मंत्रालयों से सम्बंधित मंत्रियों से किए जाने वाले सभी

प्रश्न इसी वर्ग में आते हैं।

- (3) **अर्ध सरकारी कार्य**—सरकार द्वारा सदन के पटल पर रखे गये गैर सरकारी सदस्यों की ओर से आने वाले प्रश्नों पर वाद-विवाद को अर्द्ध सरकारी कार्य वर्ग के अन्तर्गत माना जा सकता है।
- (4) **सामान्य कार्य**—इस वर्ग में शोक प्रस्ताव, बधाई, विशेषाधिकार तथा कार्य प्रणाली से सम्बंधित प्रश्न और समितियों के चुनाव आदि आते हैं।

2.6.1 संयुक्त अधिवेशन

संयुक्त अधिवेशन में दोनों सदनों की संयुक्त बैठक होती है, जिसमें राष्ट्रपति अपना अभिभाषण पढ़ते हैं। अभिभाषण में पिछले वर्ष की सरकारी गतिविधियों की एक प्रकार से समीक्षा की जाती है, एवम् भावी नीतियों और कार्यों की ओर इशारा किया जाता है। अभिभाषण पर दोनों सदनों में अलग-अलग चर्चा होती है और राष्ट्रपति के प्रति धन्यवाद-प्रस्ताव पारित किया जाता है। यदि यह प्रस्ताव पारित न हो सके या उसमें कोई ऐसा बड़ा संशोधन सदन मंजूर करे जो सरकार की महत्वपूर्ण नीतियों के विपरीत हो या उन्हें अमान्य कर दे तो सरकार से अपेक्षा की जाती है कि वह त्याग पत्र दे दे।

2.6.2 अनुच्छेद 377 के तहत उठाये जाने वाले मुद्दे

ऐसा मामला जो संसद की अन्य प्रक्रियाओं के तहत संसद में नहीं उठाया जा सकता, उसे अनुच्छेद 377 के तहत उठाया जा सकता है।

2.7 प्रेस दीर्घा

संसद के लिए वरिष्ठ पत्रकारों की एक प्रेस दीर्घा होती है। इस दीर्घा के सदस्य एक वर्ष के लिए अध्यक्ष द्वारा मनोनीत किए जाते हैं। पत्रकारों को प्रेस दीर्घा में प्रवेश देने की मान्यता इस दीर्घा की समिति की अनुशंसा पर ही की जाती है। सामान्यतः अध्यक्ष समिति की अनुशंसा को स्वीकार कर लेता है किन्तु अध्यक्ष पर ऐसी कोई नियमित बाध्यता नहीं होती। समिति परामर्श दायी होती है। अतः उसके द्वारा की गई अनुशंसा के मानने या न मानने के लिए अध्यक्ष को पूर्ण स्वतंत्रता होती है। जो पत्रकार 10 वर्ष या उससे भी अधिक की संसदीय रिपोर्टिंग का अनुभव रखता है उन्हें संसद के केन्द्रीय सभागार और मतदान कक्ष में जाने के लिए स्पेशल पास जारी किया जाता है। संसद भवन के केन्द्रीय सभागार में दोनों सदनों लोकसभा अथवा राज्य सभा के संयुक्त अधिवेशन तो होते ही हैं, इनमें दोनों सदनों के सदस्यों की अनौपचारिक बैठकें, व्यक्तिगत मुलाकातें और गोष्ठियों भी प्रायः होती रहती हैं। इसलिए संवाददाताओं को प्रायः अनेक महत्वपूर्ण समाचार इसी केन्द्रीय सभा कक्ष से प्राप्त हो जाते हैं। राजनीतिक संवाददाताओं, स्तम्भ लेखकों और हर समय कुछ नया (इक्सक्लूसिव) लिखने के लिए प्रयत्नशील पत्रकारों को इस केन्द्रीय सभागार की गतिविधियों में विशेष रुचि होती है।

प्रेस दीर्घा के अग्रिम स्थानों पर रेडियो, टेलीविजन समाचार एजेन्सियों तथा प्रमुख समाचारपत्रों के प्रतिनिधि बैठते हैं। सभी संवाददाताओं के लिए हेडफोन होते हैं जिनकी सहायता से संसद सदस्यों द्वारा दिए गये किसी भी वक्तव्य का हिन्दी अंग्रेजी में अनुवाद (लाइन बाई लाइन ट्रांसलेशन) सुना जा सकता है। संसदीय संवाददाता अपने अन्य सहयोगियों से मिलकर थोड़ी-थोड़ी देर के लिए रिपोर्टिंग का समय निर्धारित कर लेते हैं।

2.7.1 व्यवहार सूत्र

संसदीय या विधायिका संवाददाताओं के लिए निम्न व्यवहार सूत्र उपयोगी हो सकते हैं—

- (1) भारतीय संसद ने संसद कार्यवाही प्रकाशन संरक्षण अधिनियम 1956 बनाया है।

यह अधिनियम सदन की रिपोर्टिंग करने वालों के लिए पथ प्रदर्शक का काम करता है। प्रत्येक रिपोर्टर को इस अधिनियम का अध्ययन करना चाहिए।

- (2) सदन के प्रत्येक सदस्य से पहचान स्थापित करके उसके बैठने के लिए निर्धारित स्थान से अवगत होने से रिपोर्टिंग में सुविधा होती है। कौन सदस्य किस दल से संबंधित है या निर्दलीय है इसकी जानकारी रखनी चाहिए जो कि रिपोर्टिंग में मदद करती है।
- (3) सदन के अध्यक्ष जिस कार्यवाही या उसके किसी अंग को अमान्य कर दें या गुप्त रखने का आदेश दे उसे प्रकाशनार्थ न भेजा जाए।
- (4) किसी प्रस्ताव पर हुए मतदान के समय पक्ष और विपक्ष में प्रकट किए गये महत्वपूर्ण विचार का उल्लेख आवश्यक है। मतदान के बाद पक्ष और विपक्ष में पड़े मतों की संख्या के साथ ही यदि आवश्यक हो तो समर्थकों विरोधियों और तटस्थ रहने वाले सदस्यों का नाम दिया जाना चाहिए।
- (5) गैर सरकारी प्रस्ताव पर यदि सत्तारूढ़ पक्ष का कोई सदस्य भी अपना समर्थन व्यक्त करता है तो प्रस्ताव विपक्ष या सदस्य के नाम का उल्लेख करते हुए सत्ता पक्ष के समर्थक सदस्य के नाम का उल्लेख अवश्य किया जाना चाहिए।

2.7.2 लेखन शैली की विशिष्टता

संसदीय समाचार की रिपोर्टिंग लिखते समय सम्वाददाताओं के सामने सबसे बड़ी परेशानी यह होती है कि उन्हें पाँच-छह घंटे या उससे भी अधिक समय तक चलने वाली कार्यवाही की रिपोर्ट को संक्षेप में देना होता है क्योंकि समाचारपत्र में एक सीमित स्थान रहता है। संसद की किसी भी सामान्य दिन की कार्यवाही का अधीकृत विवरण देखें तो आपको पता चलेगा कि हर दिन इसकी कई पुस्तिकाएँ बनती हैं। इसलिए संसदीय सम्वाददाता की दक्षता उसके इस गुण में निहित रहती है कि वह लम्बे और कभी-कभी हंगामा और कोलाहलपूर्ण कार्यवाही को किस प्रकार संक्षेप में लिखे।

सम्वाददाता का यह भी कर्तव्य है कि कार्यवाही का यथासम्भव सही चित्र प्रस्तुत करे और उसमें सभी सदस्यों को उचित स्थान दे जिन्होंने उसमें चर्चा में भाग लिया हो। संवाददाता को यह भी नहीं भूलना चाहिए कि वह सदन का सदस्य नहीं है, अपितु वह एक विशेष दर्शक है जिसकी जिम्मेदारी उन लोगों को अपने प्रतिनिधियों की कार्यवाही का विवरण देना है जो वहाँ उपस्थित नहीं हैं। संवाददाता को अपने विचार लिखते समय किसी भी दल का पक्ष नहीं लेना चाहिए। संसदीय संवाददाता का वास्तविक दायित्व यह होता है कि वह अपने पाठकों को यह बताये कि संसद में आज क्या हुआ न कि वह बताये कि किसने क्या किया।

2.8 सारांश

देश की राजनीति में संसद और विधान सभाओं का स्थान महत्वपूर्ण होने से राष्ट्रीय संसद और राज्यों के विधान मंडलों की कार्यवाही में जनता की दिलचस्पी होना स्वाभाविक है। जिन कानूनों के अधीन हम रहते हैं या व्यवहार करते हैं या जो कर (टैक्स) हम देते हैं अथवा जनकल्याण और राष्ट्र-निर्माण के लिए जो भी योजनाएँ बनती हैं, इन सबका फैसला संविधान के अनुसार पार्लियामेंट या विधानमंडलों तथा अन्य प्रतिनिधि संस्थाओं में होता है। सरकार या व्यवस्था के बिना किसी भी सामाजिक या राष्ट्रीय जीवन की कल्पना नहीं की जा सकती। यहाँ तक कि किसी व्यक्ति की सुरक्षा और सामान्य जीवन की सुविधा भी किसी न किसी रूप में शासन-व्यवस्था के बिना नितांत असंभव है। इसीलिए सभी लोग संसद और विधानमंडलों की बहसों अथवा फैसलों के बारे में नवीनतम विश्वसनीय समाचारों की मांग करते हैं।

समाचारपत्र आर ससद एक दूसरे के पूरक और सहायक हैं। संसद एवं विधान सभाओं के समाचारों से समाचारपत्रों के कालम भरे होते हैं। संसद को समाचारपत्र से अपने कार्य में बड़ी सहायता मिलती है। जनता की जो शिकायतें-समस्याएँ या कठिनाइयाँ हैं, इसके बारे में संसद सदस्य समाचारपत्रों में प्रकाशित समाचारों, सम्पादक के नाम पत्रों, सम्पादकीय टिप्पणियों तथा विशेष लेखों से जानकारी प्राप्त करते हैं। संसद की रिपोर्टिंग पर मानहानि या अवज्ञा (कन्टेन्ट) के कानून वैसे ही लागू होते हैं जैसे कि सामान्य-मामलों में। इसलिए पत्रकारों को संसद या संसद सदस्यों और राज्य विधान मंडलों या विधायकों की प्रतिष्ठा और सम्मान का पूरा ध्यान रखना होता है। संसद का एक नियम यह भी है कि जब तक कोई विधेयक या रिपोर्ट संसद में पेश नहीं हो जाये उसका समाचार अग्रिम में प्रकाशित नहीं हो सकता।

संसद और राज्यों के विधानमंडलों में मुख्यतः एक ही प्रकार की सुविधा प्रदान की जाती है। प्रेस-प्रतिनिधियों को संसद या राज्यों के विधानमण्डलों की कार्यवाही की रिपोर्टिंग के लिए केन्द्र और राज्यों में प्रेस वालों को बैठने के लिए विशेष प्रेस दीर्घा होती है। यहाँ समाचार भेजने की एवं टाईप और फैक्स की सुविधा होती है।

प्रेस दीर्घा कमेटी का मुख्य काम संसद की प्रेस दीर्घा में बैठने और संसद की कार्यवाही के समाचार संकलित करने की अनुमति के आवेदन-पत्रों पर विचार करना और अपनी सिफारिश अध्यक्ष को भेजना है। अध्यक्ष से स्वीकृत होने पर समाचारपत्रों और समाचार एजेन्सियों के प्रतिनिधियों को प्रेस दीर्घा में बैठने की जगह निर्धारित की जा सके, जिससे पत्रकार सेंट्रल हाल, संसद भवन में संयुक्त अधिवेशन वाले हाल में जाकर रिपोर्टिंग का कार्य कर सकें।

2.9 शब्दावली

संसद समीक्षा	:	संसद की कार्यवाही का विवेचन-विश्लेषण।
संसदीय पत्रकार	:	संसद की कार्यवाही का प्रस्तोता।

2.10 सन्दर्भ ग्रन्थ

(1) समाचार संकलन एवं लेखन	-	श्री नन्द किशोर मिश्र
(2) हिन्दी पत्रकारिता, विविध स्वरूप	-	डा० रमेश जैन
(3) The Journalist's Handbook	-	M.V. Kamath

2.11 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

- (1) संयुक्त अधिवेशन कब बुलाया जाता है?
- (2) शून्य काल के दौरान किन विधेयकों पर विचार किया जाता है?
- (3) गैर तारंकित प्रश्न से आप क्या समझते हैं?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

- (1) संसदीय रिपोर्टिंग में बरती जाने वाली सावधानियों पर प्रकाश डालिए।
- (2) संसदीय विशेषाधिकार से आप क्या समझते हैं, बताइये।
- (3) संसद की संरचना एवं महत्त्व पर लेख लिखिए।
- (4) बजट क्या है? उसकी रिपोर्टिंग की विशेषता पर प्रकाश डालिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

- (1) संसदीय विशेषाधिकार उपबंधित है -
 - (i) अनुच्छेद 105 एवम् 194
 - (ii) अनुच्छेद 110 एवम् 210
 - (iii) अनुच्छेद 100 एवं 200
 - (iv) अनुच्छेद 101 एवम् 201
2. संसद की संरचना होती है -
 - (i) राष्ट्रपति, लोकसभा, राज्यसभा
 - (ii) लोकसभा, राज्यसभा
 - (iii) प्रधानमंत्री, लोकसभा, राज्यसभा
 - (iv) उपराष्ट्रपति, लोकसभा, राज्यसभा
3. संविधान संशोधन विधेयक पर कितने मतों की आवश्यकता होती है -
 - (i) पूर्ण बहुमत
 - (ii) दो तिहाई
 - (iii) तीन चौथाई
 - (iv) आधे से एक अधिक
4. अनुच्छेद 377 के तहत कौन से मुद्दे उठाये जाते हैं -
 - (i) बजट सत्र में उठाया जाता है,
 - (ii) संसद के किसी प्रक्रिया के तहत उठाया जा सकता है
 - (iii) संसद के अन्य प्रक्रियाओं के तहत उठाया जा सकता है।
5. संसदीय कार्यवाही के प्रकाशन पर संवैधानिक संरक्षण प्राप्त है-
 - (i) अनुच्छेद 370
 - (ii) अनुच्छेद 352
 - (iii) अनुच्छेद 361
 - (iv) अनुच्छेद 360

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1. (i)
2. (i)
3. (ii)
4. (iii)
5. (iii)

इकाई-3 खेल रिपोर्टिंग

इकाई की रूपरेखा

- 3.0 उद्देश्य
 - 3.1 प्रस्तावना
 - 3.2 खेल पत्रकारिता का इतिहास
 - 3.3 खेलों के प्रकार
 - 3.3.1 खेल समाचारों के प्रकार
 - 3.3.2 क्रिकेट
 - 3.3.3 हाकी
 - 3.3.4 फुटबाल
 - 3.3.5 अन्य खेल
 - 3.4 खेल समाचारों की रिपोर्टिंग एवं जानकारियाँ
 - 3.4.1 पहला अंश
 - 3.4.2 दूसरा अंश
 - 3.5 स्थानीय खेल
 - 3.6 खेल समाचारों की भाषा, शब्दावली एवं शीर्षक
 - 3.7 विशेषज्ञता की आवश्यकता
 - 3.8 प्रमुख राष्ट्रीय प्रतियोगिताएँ एवम् कुछ खेल समाचार
 - 3.9 सारांश
 - 3.10 शब्दावली
 - 3.11 सन्दर्भ ग्रन्थ
 - 3.12 प्रश्नावली

3.0 उद्देश्य

इस पाठ के अध्ययन के पश्चात् आप जानेंगे।

- पाठकों की खेल के प्रति जिज्ञासा को,
- खेल रिपोर्टिंग की विभिन्न बारीकियों को
- खेल समाचारों में प्रयोग में लाये जाने वाले शब्दों, खेलों की बारीकियों एवं इतिहास को
- खेल रिपोर्टिंग को,

3.1. प्रस्तावना

खेल के प्रति लोगों की रुचि प्रारम्भ से ही रही है। यह रुचि बालकों में ही हो ऐसा नहीं है। हर आयु के पुरुष-स्त्री खेल के प्रति हमेशा आकृष्ट हुए हैं। कृष्ण भगवान का गेंद खेलना, आचार्य द्रोण द्वारा पांडवों और कौरवों को खेल-खेल में दी गई अनेक शास्त्रों की शिक्षा, रथ

पाश्चात्य साहित्य में भी खेल के रिपोर्टाज के कई उदाहरण मिलते हैं। सुप्रसिद्ध यूनानी विद्वान् होमर ने इलियड की 23वीं पुस्तक में मल्ल युद्ध का वर्णन किया है। यूनान के ओलंपिक खेलों के आरम्भ से वहाँ खेलों की व्यवस्थित चर्चा होती रही है। इसी प्रकार रोमन सभ्यता के उत्कर्ष से रथ और घुड़दौड़ की प्रतियोगिताओं को विशेष प्रोत्साहन मिला।

3.2 खेल पत्रकारिता का इतिहास

भारतीय खेल पत्रकारिता का इतिहास महत्वपूर्ण है। खेलकूद मानव के जीवन का अभिन्न अंग है। इस कारण उसकी उपेक्षा नहीं की जा सकती आज समाचारपत्रों में खेल समाचार देने की जो व्यवस्था है, वह बहुत पुरानी नहीं है। इंग्लैंड के पत्रों को देखकर भारत के अंग्रेजी समाचारपत्रों में खेल के समाचारों को छोटी-मोटी जगह दे दी जाती थी, उसमें भी कुछ विशेष खेलों के ही समाचार होते थे, जाहिर है यह वही खेल होते थे जिन्हें अंग्रेज पसन्द करते थे जैसे क्रिकेट, फुटबाल इत्यादि। उस समय डूरण्ड रोवर्स, आगा खां प्रतियोगिता के लिए होने वाले मैचों का विवरण बम्बई, कलकत्ता तथा मद्रास के अंग्रेजी पत्र कुछ स्थान देते थे। इसी तरह टेनिस गोल्फ आदि खेलों को भी कुछ स्थान मिलता था।

आज शायद ही ऐसा कोई दैनिक या साप्ताहिक समाचारपत्र हो जिसमें खेल समाचार का एक अलग पेज न हो इतना ही नहीं खेलों के विशेष आयोजन पर कई-कई पेज समाचारपत्रों द्वारा उन खेलों को आवंटित किए जाते हैं। जबकि पूर्व में हिन्दी के समाचारपत्रों का अवलोकन किया जाए तो पता चलेगा कि उसमें बड़ी मुश्किल से एक या दो कालम के खेल समाचार प्रकाशित किए जाते थे।

भारतीय समाचारपत्रों में पूर्व में छपे एक रिपोर्ट का विवरण

मेलबोर्न (रा)/आस्ट्रेलिया और वेस्टइंडीज के पाँचवें तथा अंतिम कसौटी के दूसरे दिन आज आस्ट्रेलिया ने अपने प्रथम दाव में 3 खिलाड़ी बाद 236 धाव एकत्र किए इसके पूर्व वेस्टइंडीज के समस्त खेलाड़ी 292 धाव बनाकर बाद हो गये सामने देखने के लिए 90 हजार 800 प्रेक्षकों की महती भीड़ जमा हुई।

यह रिपोर्ट 1961 में नवभारत टाइम्स में प्रकाशित हुई थी

उपर्युक्त उदाहरण के आधार पर आज सहज ही अनुमान लगा सकते हैं कि खेल समाचारों की भाषा में कितना परिवर्तन हो गया है। विविध खेलों से जुड़े खेल पत्रकार एवं पत्रिकाओं ने भी इस क्षेत्र में काफी कार्य किया है।

3.3 खेलों के प्रकार

खेल मुख्यतः दो प्रकार के होते हैं—एक 'इनडोर' तथा दूसरा 'आउटडोर'। 'इनडोर' खेल छत के नीचे कमरे में बिना किसी मैदान के खेले जाते हैं। 'आउटडोर' खेल मैदान में खुले आसमान के नीचे खेले जाते हैं। खेलकूद सम्बन्धी गतिविधियों की जानकारी और प्रशिक्षण देने के लिए प्रत्येक विद्यालय, महाविद्यालय एवं विश्वविद्यालय में खेल प्रशिक्षक होते हैं। इन्हें खेल कूद नियम, प्रशिक्षण खेलों का इतिहास आदि की पूरी जानकारी होती है। आजकल विश्वविद्यालयों में खेल विभाग अलग से खुले हैं जहाँ खेलों के विषय में पूर्ण जानकारी दी जाती है।

3.3.1 खेल समाचारों के प्रकार

खेल के समाचार मुख्यतः दो प्रकार के होते हैं -

- (i) खेले गये खेल के विवरण के बारे में।

(ii) खेल जगत की अन्य गतिविधियों के विषय में।

पहले प्रकार के समाचारों को तीन भागों में लिखा जाता है, पहले समाचार का इंट्रो और कुछ विशेष बातों को लिखा जाता है। दूसरे भाग में खेल का क्रमवार विवरण दिया जाता है और तीसरे भाग में तालिका को शामिल किया जाता है, जिसमें परिणामों को तालिकाबद्ध किया जाता है। तालिका का होना खेलों पर भी निर्भर करता है, जैसे क्रिकेट के खेल में पूरी तालिका देना आवश्यक है, जिसमें यह बताना आवश्यक होता है कि किस खिलाड़ी ने कितने रन बनाये और वह कैसे आउट हुआ, इसी प्रकार किस गेंदबाज ने कितने ओवर बोलिंग किया कितना मैडन ओवर फेंका कितने रन देकर कितने खिलाड़ियों को आउट किया।

दूसरे प्रकार के समाचारों में रिपोर्टर यह बताता है कि निकट भविष्य में खेल सम्बन्धी कौन-कौन से बड़े आयोजन होने वाले हैं, खेल संघों में क्या हो रहा है, कौन खिलाड़ी किस प्रकार से तैयारी कर रहा है, वर्तमान में किस खिलाड़ी का प्रदर्शन श्रेष्ठ रहा, और किन-किन खिलाड़ियों का प्रदर्शन आगामी के अनुरूप नहीं हो सका है। खेलों पर पूर्व के खिलाड़ी एवम् विशेषज्ञों के विचार आदि समाचार अन्य गतिविधियों वाले समाचारों में आते हैं।

3.2.2 क्रिकेट

अंतर्राष्ट्रीय क्रिकेट काउंसिल की स्थापना

क्रिकेट खेल की नियमावली तथा तकनीकी की स्थापना मेलबोर्न क्रिकेट क्लब द्वारा की गयी। इस खेल का प्रारम्भ इंग्लैंड के क्लबों द्वारा हुआ। सन् 1873 में काउंटी मैचों की शुरुआत हुई। सन् 1877 में इंग्लैंड एवं आस्ट्रेलिया के बीच क्रिकेट खेलने की शुरुआत हुई। मार्च 1977 में पहला टेस्ट मैच इंग्लैंड तथा आस्ट्रेलिया के बीच खेला गया। सन् 1809 में इम्पीरियल क्रिकेट कांफ्रेंस की स्थापना की गई और क्रिकेट अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रसिद्ध इम्पीरियल क्रिकेट कांफ्रेंस की सदस्यता केवल ब्रिटिश कामन वेल्थ देशों को ही प्रदान की गयी। ब्रिटिश कामन वेल्थ देशों के सदाचार पर सन् 1921 में न्यूजीलैंड भारत और वेस्ट इंडीज को इस समिति का सदस्य बनाया गया। पाकिस्तान को इस समिति का सदस्य 1952 में बनाया गया। इसके पश्चात् सन् 1956 में ब्रिटिश कामन वेल्थ देशों से बाहर के देशों को इस समिति का सदस्य बनाये जाने का कार्य सम्पन्न हुआ और इस समिति का नाम बदल कर इंटरनेशनल क्रिकेट काउंसिल रख दिया गया। अब इस समिति के संयुक्त सदस्य संयुक्त राज्य अमरीका, डेनमार्क, हालैंड, हांगकांग, न्यूगुयाना, पूर्वी अफ्रीका, जिब्राल्टर सहित कई देश हैं। भारत में इस खेल का आगमन अंग्रेजों द्वारा ही हुआ आज हमारे देश में यह अत्यधिक परिचित और लोकप्रिय खेलों में से एक है।

क्रिकेट का स्वरूप

विशेष रूप से क्रिकेट अंग्रेजों का खेल है क्योंकि इसका जन्म सर्वप्रथम इंग्लैंड में हुआ। वर्तमान समय में यह खेल विश्व के दस देशों में लोकप्रिय है। इन देशों में इंग्लैंड, आस्ट्रेलिया, भारत, वेस्टइंडीज, पाकिस्तान, न्यूजीलैंड, श्रीलंका, दक्षिण अफ्रीका, जिम्बावे एवं बांग्लादेश की टीम प्रमुख हैं। इन देशों के अतिरिक्त केन्या, संयुक्त अरब अमीरात और हालैंड जैसे देशों में भी क्रिकेट अब लोकप्रिय होता जा रहा है।

क्रिकेट का खेल दो प्रकार से खेला जाता है। एक तो टेस्ट मैच के रूप में और दूसरा एकदिवसीय मैच के रूप में, जिसको सीमित ओवर का खेल भी कहते हैं। वर्तमान समय में टेस्ट मैच के मुकाबले एकदिवसीय क्रिकेट अधिक लोकप्रिय हो गया है। टेस्ट मैच पाँच दिनों में खेला जाता है जिसमें प्रत्येक टीम द्वारा दो-दो पारियाँ खेली जाती हैं। क्रिकेट की इस विधा में प्रत्येक टीम द्वारा खेले गये दोनों पारियों में बनाए गये रनों के आधार पर परिणाम निकाला जाता है। इस विधा में हार जीत का फैसला हो सकता है अथवा मैच बिना हार जीत के समाप्त

4. जॉन एच हैजलउड ने अपनी पुस्तक "हाउस जर्नल्स" में लिखा है कि "गृहपत्रिका वह प्रकाशन है जो उद्योग या व्यापार में सम्प्रेषण या संचार-माध्यम के रूप में नियमित रूप से प्रकाशित किया जाता हो। यह प्रकाशन भीतरी और बाहरी दोनों प्रकार के सदस्यों के लिए होता है। कहीं-कहीं इसका अलग से प्रकाशन होता है, पर ज्यादातर एक ही प्रकाशन आन्तरिक और बाह्य दोनों का काम करता है। उसके पाठक कर्मचारी, ग्राहक या अंशधारी आदि होते हैं।"
5. "गृहपत्रिका किसी व्यापार संघ' औद्योगिक संस्थान अथवा राष्ट्रीयकृत उद्योग एवं बैंकों द्वारा अपने कर्मचारियों, सदस्यों एवं ग्राहकों से सम्पर्क-लाभ के लिए प्रकाशित पत्रिका है जिसका प्रकाशन मुनाफे या आय की दृष्टि से नहीं किया जाता है। इसका उपयोग विशिष्ट समूह के लिए अभिप्रेत है, कभी-कभी जनता के लिए भी यह लाभदायक एवं उपयोगी हो सकती है।"

गृहपत्रिका जनसम्पर्क एवं प्रचार का एक मिला-जुला माध्यम है, जो प्रतिष्ठान के लिए एक सबल एवं सुदृढ़ मंच के रूप में पारस्परिक दृष्टिकोण को समझने-समझाने तथा नीति-कार्यक्रमों के सफल क्रियान्वयन की वाहक बन सकती है।

3.2.3 क्षेत्र-विस्तार

गृहपत्रिका में क्षेत्र-विस्तार के अन्तर्गत निम्न बिन्दुओं को सम्मिलित करना चाहिए -

1. आलोच्य अवधि के दौरान प्रतिष्ठान में घटित होने वाली महत्त्वपूर्ण घटनाएँ एवं उन पर सामयिक टिप्पणी।
2. श्रम-कल्याण सम्बन्धी गतिविधियाँ।
3. विभिन्न खेलकूद एवं अन्य गतिविधियाँ।
4. कर्मचारियों के बच्चों द्वारा शिक्षा एवं शैक्षणोत्तर गतिविधियों में प्राप्त उपलब्धियों का विवरण (फोटो सहित)।
5. कर्मचारियों तथा उनके परिवार के सदस्यों द्वारा प्राप्त उपलब्धियों एवं पारितोषित आदि का विवरण।
6. अति विशिष्ट एवं महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों के आगमन सम्बन्धी विवरण।
7. पदोन्नति, स्थानान्तरण, नियुक्तियों, सेवा-निवृत्ति, मृत्यु आदि का विवरण।
8. महत्त्वपूर्ण परिपत्र एवं अधिसूचनाएँ।
9. सांस्कृतिक एवं सामाजिक गतिविधियों का विवरण।
10. कर्मचारियों की शंकाओं का विशेषज्ञ अधिकारियों द्वारा समाधान।
11. प्रतिष्ठान की भावी योजनाएँ।

3.2.4 प्रकार

गृहपत्रिकाएँ तीन प्रकार की हो सकती हैं -

1. आन्तरिक गृहपत्रिकाएँ (Internal House Journal)
2. बाह्य गृहपत्रिकाएँ (External House Journal)
3. आन्तरिक बाह्य गृहपत्रिकाएँ (Internal External combined)

1. आन्तरिक गृहपत्रिका

यह मूलतः कम्पनी या प्रतिष्ठान के आन्तरिक उपयोग के लिए होता है, जिसका उद्देश्य कर्मचारियों का सहयोग प्राप्त करना होता है। भारत सरकार के सेवा-निवृत्त उप मुख्य सूचना

अधिकारी श्री बलदेव सहाय ने अपनी पुस्तक “पब्लिक रिलेशन्स ए साइन्टिफिक एप्रोच” में आन्तरिक गृहपत्रिका के तीन कार्य बताये हैं -

- क. ऊर्ध्वाकार संप्रेषण (Vertical Communication)
- ख. क्षैतिज संप्रेषण (Horizontal Communication)
- ग. इतिवृत्तात्मक प्रमुख घटनाएँ (Chronicling Important events)

ऊर्ध्वाकार सम्प्रेषण से तात्पर्य प्रबन्धक वर्ग की बात को कर्मचारी वर्ग तक पहुँचाने से है। कर्मचारी की प्रतिक्रिया को ऊपर पहुँचाना भी इसमें सम्मिलित है। प्रतिष्ठान की उपलब्धियों की सूचना, नीति एवं कार्यक्रमों का विवरण, कर्मचारी वर्ग की कल्याण सम्बन्धी योजनाएँ विभागीय परिपत्र एवं निर्देशपत्रों का स्पष्टीकरण, संस्थान की कठिनाइयों एवं कमियों की जानकारी तथा उसके सुधार के उपाय सुझाने की पेशकश आदि बिन्दु इसमें आने चाहिये।

क्षैतिज सम्प्रेषण से तात्पर्य प्रतिष्ठान के आन्तरिक विभागों तथा कर्मचारियों के मध्य विचारों एवं जानकारी का परस्पर आदान-प्रदान करने से है। विभिन्न शाखा-प्रशाखाओं की सम्पूर्ण जानकारी सामाजिक-सांस्कृतिक समाचार, कर्मचारियों की सृजनात्मक गतिविधियाँ, सेवा-निवृत्त होने वाले या लम्बी सेवा अवधि वाले कर्मचारियों के रोचक अनुभव, नियुक्ति, पदोन्नति, स्थानान्तरण सम्बन्धी जानकारी, कर्मचारियों के परिवार व बच्चों के सम्बन्ध में जानकारी आदि का समावेश इसमें हो सकता है।

इतिवृत्तात्मक प्रमुख घटनाओं के अन्तर्गत प्रतिष्ठान में घटने वाली सभी प्रमुख एवं महत्वपूर्ण घटनाओं का विवरण, विभिन्न समारोह, जयन्ती, दशक, विशिष्ट व्यक्तियों के आगमन का विवरण आदि बातें इसमें सम्मिलित होती हैं। चुटकुले, कार्टून, पहेली, पुरस्कार, बाल-सभा, लेख, कहानियाँ, कविताएँ आदि को भी इसमें सजाना चाहिए।

भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा प्रकाशित होने वाली गृहपत्रिका “विदाउट रिजर्व”, भारतीय जीवन बीमा निगम की पत्रिका “योगक्षेम”, इण्डियन ऑयल मैनेजमेन्ट एकेडमी की पत्रिका “सीनरीज”, हिन्दुस्तान जिंक लिमिटेड की “जिंक न्यूज”, स्टैण्डर्ड बैटरीज का प्रकाशन “एक्यूमुलेटर”, हिन्दुस्तान पेट्रोलियम की पत्रिका “एच पी न्यूज” तथा “भारत रिफाइनरीज हाउस जर्नल” दिल्ली क्लार्क मिल गजट, दौराला मिल पत्रिका, स्वतंत्र भारत मिल पत्रिका, सामयिकी, भारतीय रेल, उत्तर रेल, पूर्वी रेल पत्रिका, जनकल्याण आदि आन्तरिक गृह पत्रिकाओं के उदाहरण हैं।

2. बाह्य गृहपत्रिका

बाह्य गृहपत्रिका मुख्यतः कम्पनी के ग्राहकों एवं स्टॉकिस्टों के लिए होती है। इसके माध्यम से कम्पनी अपने स्टॉकिस्टों के नजदीक आती है, उनके बारे में जानकारी प्राप्त करती है तथा अपने बारे में बताती है। इसमें अनुभवी डीलरों से विशेष लेख, उनके स्वयं के बारे में जानकारी, आधुनिक विपणन-तकनीकों की जानकारी अधिकतम लाभ प्राप्त करने के उपाय एवं सुझाव आदि विवरण सम्मिलित होते हैं। श्री बर्नेज (Bernays) ने बाह्य गृहपत्रिका के निम्न चार मुख्य उद्देश्य बताये हैं -

- क. प्रतिष्ठान को समाचारों में नियमित स्थान मिलते रहना चाहिए।
- ख. विक्रेताओं की समस्याओं पर विचार, आर्थिक दशा तथा विक्रय-वृद्धि सम्बन्धी नीतियों का विवरण।
- ग. प्रतिष्ठान के अपने उत्पादकों की अपने ही क्षेत्र में सर्वोच्च छवि बनाना।
- घ. नये उत्पादकों एवं सेवाओं की सम्पूर्ण जानकारी देना।

गृहपत्रिका को उपयोगी एवं जनरुचिपूर्ण पत्रिका बनाना चाहिए। इसमें जनता की जानकारी

के लिए प्रतिष्ठान की अधिकाधिक बातें छापीं जाएं तथा जनता, ग्राहक, कर्मचारी सबका ध्यान रखा जाए। बाह्य पत्रिका के सर्वश्रेष्ठ उदाहरण के रूप में भौषजिक क्षेत्र की प्रसिद्ध कम्पनी "होएस्ट" (Hoechst) द्वारा प्रकाशित "होएस्ट ट्रेड बुलेटिन" का नाम आता है। इस वर्ग में फोर्ड टाइम्स, डेण्टल, रेडियोग्राफी एण्ड फोटोग्राफी, किराना बाजार पत्रिका, साइकिल बाजार पत्रिका, स्वास्थ्य और जीवन, रेडक्रास, भारत स्काउट्स, कार्पेट्स आदि व्यवसायविशेष या वर्गविशेष की प्रतिनिधि पत्रिकाएँ भी आती हैं।

3.2.5 गृह पत्रिका के लक्ष्य

गृहपत्रिकाओं का उद्देश्य न केवल अपने कर्मचारियों बल्कि अपने प्रतिष्ठान के बड़े हुए बाह्य परिवार के बारे में भी जानकारी देना होता है। यह वह पत्रिका होती है, जो अपने कर्मचारियों के अतिरिक्त सामान्य जनता के हितसाधन का माध्यम बनती है। प्रतिष्ठान का इतिहास, उसके उत्पाद, उसकी आय-व्यय, कार्य-विस्तार, भविष्य-योजनाएँ आदि सूचनाएँ कर्मचारियों के साथ-साथ आम जनता को भी देते हुए संस्थान के प्रति जन-अभिमत जुटाना इसका अभिप्रेत है। भारतीय जहाजरानी निगम द्वारा प्रकाशित होने वाली पत्रिका "सन्देश" इस प्रकार की एक श्रेष्ठ पत्रिका है। इसके पाठक वर्ग में इसके कर्मचारियों के अतिरिक्त सरकारी कर्मचारी, केन्द्रीय मंत्री, दूसरी जहाजरानी कम्पनियों तथा समाचार पत्रों के लोग शामिल हैं। शालीमार पेन्ट्स लिमिटेड नामक कम्पनी द्वारा प्रकाशित पत्रिका "दी शालीमार स्टैण्डर्ड", टिस्को समाचार, स्टील भारती, सैनिक समाचार (रक्षा मंत्रालय) आदि भी इसी श्रेणी की पत्रिकाएँ हैं।

3.3 संपादन-कला

गृहपत्रिका की सामग्री सरल, स्पष्ट, रुचिकर एवं मानवीय आधार पर लिखी हुई होनी चाहिए। विषय-विशेषज्ञों के विशिष्ट आलेख, समस्या-समाधान, उनके अनुभव आदि का समावेश भी होना चाहिए। विषय को ज्ञानवर्द्धक तथा सुबोध बनाने के लिए यथा-स्थान फोटोचाटर्स, ग्राफ, डिजाइन्स आदि को सम्मिलित किया जाना चाहिए। एक विभाग की जानकारी इतने सरल एवं रोचक ढंग से दी जानी चाहिए कि उस कार्य से सम्बन्ध न रखने वाले व्यक्ति भी उस लेख को आसानी से समझ सकें। चित्रात्मक एवं हल्की-फुल्की शैली का प्रयोग उपयोगी साबित होता है।

चयनित सामग्री का प्रस्तुतीकरण उत्तम होना चाहिए। जहाँ तक हो सके, निर्धारित कालमों के लिए डिजाइन तथा ब्लाक बनवा लेने चाहिए। समस्त सामग्री को यथास्थान संजोकर एक तरफ ले आउट अर्थात् "डमी" तैयार कर लेनी चाहिए। शीर्षक, उपशीर्षक, प्रमुख कथन आदि के लिए टाइप का आकार, मुद्रण-स्थिति आदि भी नियत कर देनी चाहिए। मुख-पृष्ठ तथा आवरण में क्या छपना है, उसका ब्लाक रंग-डिजाइन का भी चयन पहले ही कर लेना चाहिए। कभी-कभी बहुरंगी आवरण भी पत्रिका के रूप को संवार देते हैं। गृहपत्रिका किस कागज पर छपानी है, किस साइज में छपानी है, कितनी संख्या में छपानी है, यह भी पूर्व निर्धारित होना चाहिए।

गृहपत्रिका का सम्पादन कुशलतापूर्वक होना चाहिए। कुशल सम्पादक अपनी विवेकबुद्धि तथा अपनी कलम की कारीगरी से औद्योगिक सम्बन्धों में सौहार्द्र बढ़ता है। पत्रिका की साज-सज्जा, प्रस्तुतीकरण, फोटो का यथास्थान व्यवस्थित उपयोग, पठनीय सामग्री का सुरचिपूर्ण संयोजन आदि से पत्रिका में चार चाँद लग जाते हैं। दो या तीन कालमों में छपाई कराना भी खूबसूरती बढ़ाने वाला होता है। "यूनियन कार्बाइड हेक्सामिन" में छपे मीटर के स्थान पर फोटोग्राफ का अधिक प्रयोग होता है। जीवन बीमा निगम की पत्रिका "योगक्षेम" आदर्श सम्पादन का उत्कृष्ट नमूना है, जिसे इण्डियन एसोसिएशन आफ इण्डिस्ट्रीयल एडीटर्स का

गृहपत्रिका का सम्पादक अपने कौशल से इसके सृजनात्मक एवं प्रेरणादायी रूप को निखार सकता है अन्यथा यह प्रबन्ध वर्ग का "माउथ पीस" मात्र बनकर रह जायेगी। एक दक्ष, निपुण, कल्पनाशील एवं दायित्व बोध से भरपूर सम्पादक, जिसे पत्रिका के प्रस्तुतीकरण, गेटअप, ब्लाक, टाइप आदि तकनीकी पक्षों का सम्यक् ज्ञान हो, वही अपनी सम्पादन-पटुता से संस्था की प्रतिभा-निर्माण करने, उत्पादकता में अभिवृद्धि करने तथा कर्मचारी प्रबन्ध सेत-निर्मात्री अच्छी गृहपत्रिका का नियमित प्रकाशन कर सकता है।

सम्पादकीय किसी भी पत्रिका की आत्मा माना जाता है। गृहपत्रिकाओं के लिए भी यह बात सही है। गृहपत्रिका के सम्पादक का अपने पाठकों से डाक, टेलीफोन, व्यक्तिगत मेल-मिलाप आदि के द्वारा निकट का सम्पर्क बना रहना चाहिए। सम्पादक एवं पाठक के बीच नियमित सम्पर्क से पत्रिका के निरन्तर सुधार की सम्भावनाएँ बनती हैं। सम्पादकीय इस निरन्तरता को बनाये रखने में एक अटूट कड़ी का काम करता है। गृहपत्रिका के लिए सामग्री चयन करके उसकी साज-सज्जा तो आपने निखार दी, किन्तु कुछ निम्नलिखित अतिरिक्त बिन्दुओं की जानकारी प्राप्त करना भी आपके लिए आवश्यक है।

3.3.1 आकार

गृहपत्रिकाओं का कलेवर सामान्यतः मासिक पत्रिकाओं जैसा होता है तथा इसकी साइज भी 8 1/2"x11" या 9"x12" होती है।

3.3.2 शीर्षक

संस्थान के नाम के साथ बुलेटिन, न्यूज, रिपोर्टर, न्यूजलेटर आदि शब्द जोड़कर शीर्षक दिया जाता है, किन्तु कल्पनाशील शीर्षक पत्रिका की रोचकता को बढ़ा देता है। एस्कोर्ट न्यूज, टाटा न्यूज, श्रीराम न्यूजलेटर आदि नामों की तुलना में "यात्री" (भारतीय पर्यटन विकास निगम) "भैजिक कारपेट" एवं "स्वागत" (एयर इण्डिया) "सागरिका" (विशाखापत्तनम गोदी) "भागीरथ" (सिंचाई व ऊर्जा विभाग) तथा "योगक्षेम" (जीवन बीमा निगम) नाम अधिक सटीक, रोचक एवं मनोहारी लगते हैं।

3.3.3 आवृत्ति

गृहपत्रिका कितने समयान्तर पर निकाली जानी चाहिये। इस सम्बन्ध में यही उपयुक्त होगा कि प्रतिष्ठान की आवश्यकता क्या है। किन्तु सामान्यतया जहाँ साप्ताहिक तथा पाक्षिक पत्रिका होना बहुत शीघ्र होगा, वहीं द्विमासिक या त्रैमासिक पत्रिका होना बड़ी विलम्ब की बात रहेगी। आदर्श स्थिति मासिक होनी चाहिए। आन्तरिक गृहपत्रिका अक्सर बाहरी व्यक्तियों, जैसे पत्रकार, सांसद, विधानसभा सदस्य, आम जनता, अन्य सहभागिनी संस्थाओं आदि में वितरित की जाती है, किन्तु बाह्य पत्रिका केवल डीलरों के लिए ही होती है। ऐसी स्थिति में बाह्य पत्रिका द्वैमासिक या त्रैमासिक हो सकती है, किन्तु आन्तरिक पत्रिका का मासिक होना आवश्यक है।

3.3.4 भाषा

इसके लिए यह आवश्यक है कि पत्रिका उन लोगों की अपनी भाषा में छपनी चाहिए। यदि कर्मचारी वर्ग में एक बड़ी मात्रा ऐसी हो जो अपनी मातृभाषा के अलावा कोई भी भाषा न समझती हो तो पत्रिका का द्विभाषी होना अत्यन्त उपयोगी रहेगा।

कुरती लड़ते हैं वही 'सूमो' कहलाता है।

बैडमिन्टन – इस खेल को हिन्दुस्तानी खेल कहा जाए तो कोई हैरानी की बात नहीं है क्योंकि यह खेल नाम से ब्रिटिश लेकिन स्वरूप से भारतीय है। कहा जाता है कि इंग्लैंड की ग्यूलैस्टशायर काउंटी के दक्षिणी भाग में ड्यूक आफ ब्यूफोर्ड रहते थे। इन ड्यूक महोदय के निवास का नाम 'बैडमिन्टन' था। सम्भवतः बैडमिन्टन इंग्लैंड में पहली बार यहीं पर खेला गया था, अतः इसका नाम बैडमिन्टन पड़ा।

बैडमिन्टन के बारे में दूसरी दिलचस्प बात यह है कि यह दो खेलों पूना और बैटलडोर नामक खेलों का मिला जुला रूप है। ये दोनों खेल इंग्लैंड में खेले जाते थे। प्रश्न यह उठता है कि ब्रिटिश सेना के अधिकारियों से यह खेल 'बैडमिन्टन' के मालिक ड्यूक आफ ब्यूफोर्ड तक पहुंचा। ड्यूक महोदय ने मित्रों के मुँह से पूना खेल जो भारत के पूना में खेला जाता था की प्रशंसा सुनी तो उन्होंने एकदम अपने मित्रों को 'बैडमिन्टन' के लान में इसे खेलने की दावत दे डाली। ड्यूक भी इस खेल से प्रभावित हुए बिना न रह सके। देखते ही देखते बैडमिन्टन खेल का जन्म हो गया। 1877 में कराची में इस खेल के कायदे-कानून तथा नियमावली तय की गयी।

बैडमिन्टन के नियम सबसे पहले भले ही कराँची में बने लेकिन इस खेल की देखरेख करने वाली पहली संस्था इंग्लैंड में 'बैडमिन्टन' एसोसियेशन आफ इंग्लैंड' के नाम से 1893 में स्थापित हुई। इस एसोसियेशन ने बैडमिन्टन की जो नियमावली तैयार की, उसका मुख्य आधार कराँची में बनाए नियम ही थे। इंग्लैंड से यह खेल ब्रिटिश साम्राज्य के अन्य देशों में भी फैला। 1934 में बैडमिन्टन की अन्तर्राष्ट्रीय नियंत्रक संस्था 'इन्टरनेशनल बैडमिन्टन फेडरेशन' की स्थापना की गई।

बैडमिन्टन का खेल कम से कम दो और ज्यादा से ज्यादा चार खिलाड़ियों के बीच खेला जाता है। दो खिलाड़ियों के बीच जो मैच या खेल होता है उसे 'सिंगल्स' या एकल मैच कहते हैं चार खिलाड़ियों के बीच जो मैच खेला जाता है उसे 'डबल्स' या युगल कहते हैं। इसकी प्रत्येक टीम में दो-दो खिलाड़ी होते हैं अर्थात् दो के विरुद्ध दो।

टीम के सम्बन्ध में दिलचस्प बात यह है कि जो टीम पहले सर्विस करती है उसे इन-साइड या इन टीम कहते हैं और जो टीम सर्विस खेलती है अर्थात् विपक्षी टीम उसे आउट साइड या आउट टीम कहा जाता है। यह जालीदार रैकेट और पंखों वाली शटल कॉक से खेला जाता है। बैडमिन्टन का मैदान 44 फुट लम्बा और 20 फुट चौड़ा होता है।

3.4 खेल समाचारों की रिपोर्टिंग एवं जानकारीयाँ

खेल समाचार का सम्पादन करने के लिए एक विशेष प्रकार की प्रतिभा की आवश्यकता होती है। यह अलग बात है कि खेल समाचारों का लेखन सामान्य समाचारों पर लागू कई प्रतिबंधों से मुक्त होता है। उदाहरणार्थ, खेल के समाचारों की भाषा सरल और सामान्य के साथ लच्छेदार भी हो सकती है। चूँकि खेल के समाचार वर्णनात्मक अधिक होते हैं, इसलिए उन पर विस्तार संबंधी प्रतिबंध भी कम रहता है। अक्सर इन समाचारों में शब्दों का बाहुल्य रहता है और उसे बुरा भी नहीं माना जाता है जबकि दूसरी खबरों में कम से कम शब्दों के प्रयोग से सारी बात प्रस्तुत करने का सिद्धान्त अपनाया जाता है। दूसरी ओर खेल सम्पादक या संवाददाता का दायित्व अन्य संवाददाताओं से अधिक होता है क्योंकि खेल समाचारों के पाठक खेलों के बारे में जानकारी रखते हैं। इसलिए खेल संवाददाता की तथ्य सम्बन्धी त्रुटियों की जानकारी सभी को आसानी से हो जाती है और संवाददाता की आलोचना होने लगती है।

खेल समाचारों की रिपोर्टिंग करते समय निम्न बातों का ध्यान रखना चाहिए –

1. जिस खेल-समाचार की रिपोर्टिंग की जाए उस खेल के विषय उसके इतिहास तथा

टीम के सदस्यों की जानकारी अवश्य हो। खेल रिपोर्टर को विषय की जानकारी होना जरूरी है।

2. विभिन्न खेलों के परिणाम किस प्रकार के होते हैं, इसका ज्ञान जरूरी है। ऐसा देखा जाता है कि बैडमिन्टन खेल में अनभिज्ञ सम्पादक ने उसके परिणामों को रनों अथवा गोलों में दे दिया। अतः प्रचलित खेलों के आधारबूत नियमों-उपनियमों की जानकारी अनिवार्य है।
3. किसी खेल समाचार की रिपोर्ट करने से पूर्व उसके परस्पर सम्बन्धों का ज्ञान आवश्यक है। उदाहरणार्थ-क्रिकेट के खेल में दो टीमों की तुलना करने के लिए रिपोर्टर को दोनों टीमों की स्थिति का पूरा ज्ञान आवश्यक है। यदि उक्त बातें सम्पादक के मस्तिष्क में नहीं हो तो बहुत संभव है कि कोई भारी गलती हो जाए।
4. खेल समाचारों में खिलाड़ियों के नाम के आगे आदरसूचक शब्द लगाने की परम्परा नहीं है अतः इस प्रकार की भूल रिपोर्टर को नहीं करनी चाहिए।
5. गोल अथवा रनों का लेखा-जोखा प्रस्तुत करते समय यह लिखना उचित नहीं है कि अमुक टीम ने 150 रन बनाये और अन्य टीम ने 500 रन या यह लिखें कि अमुक टीम ने 4 गोल एवं अमुक टीम ने एक गोल इसके स्थान पर टीमों के नाम देकर सामने रन लिखना या गोल लिखना पर्याप्त है। जहाँ गोल वाली प्रतियोगिता या खेल हो वहाँ विजयी टीम को पहले स्थान देना चाहिए, तथा दूसरे स्थान पर पराजित टीम का नाम और परिणाम जैसे-ईस्ट बंगाल ने मोहन बगान को 4-2 से हराया।
6. प्रत्येक खेल में उसके अनुकूल भाषा, शब्दावली का प्रयोग होता है। कहीं ऐसा न हो जाये कि क्रिकेट की शब्दावली से अनभिज्ञ होने के कारण आप खिलाड़ी को आउट कर दें, पर वह आगे रन बनाता रहे। फुटबाल में फुटबाल को 'किक' लगाया जाता है जबकि हाकी में 'हिट' किया जाता है। किसी खेल में सेट होता है तो किसी में फ्रेम। अतः हर शब्द के बारे में जान कर ही लिखना चाहिए।
7. रेफरी और अम्पायरों के निर्णयों की आलोचना करना उचित नहीं होता। साथ ही खेल नियमों, खेल संघों में होने वाले चुनाव, निर्णायक की योग्यता आदि का मजाक नहीं उड़ाना चाहिए।
8. खेल समाचारों में प्रयुक्त व्याख्यात्मक शब्दावली भी वही होनी चाहिए जिसका प्रयोग अधिकृत रूप से किया जाता है। खेल समाचार का लेखन औसत पाठक के समझ से बाहर नहीं होना चाहिए।

3.4.1 पहला अंश

खेल समाचार में इन्ट्रो में ये बातें मुख्य रूप से दी जानी चाहिए नाम, विजेता और उसके द्वारा किया गया स्कोर, खेल का विशेष आकर्षण और उसकी विशेषतायें। इस खेल के फलस्वरूप संबंधित टीमों का प्रतियोगिता में अब क्या स्थान है? स्कोर किन खिलाड़ियों ने किया? खेल का स्तर कैसा रहा। दोनों टीमों के प्रमुख खिलाड़ियों का अंशदान कैसा रहा। यह भी बताना चाहिए कि संबंधित टीमों और उनके खेल तुलनात्मक दृष्टि से कैसे रहे। जैसे कभी-कभी देखने में आता है कि मजबूत समझी जाने वाली टीम को किसी कमजोर मानी जा रही टीम से हरा दिया। खेल के मैदान दोनों टीमों ने अपने को कैसे प्रस्तुत किया? खेल शुरू होने से पूर्व दोनों टीमों को किस स्तर का समझा जाता था। दर्शकों की संख्या और उनके व्यवहार के बारे में भी थोड़ा-सा इशारा किया जाना चाहिए। इसके अतिरिक्त परिणाम में अगर आवश्यक हो तो मौसम का भी उल्लेख किया जाना चाहिए।

3.4.2 दूसरा अंश

दूसरा भाग खेल के विवरण का होता है। इसमें खेल का क्रमानुसार विवरण दिया जाना चाहिए। खेल शुरू कैसे हुआ? कब किस टीम का पलड़ा भारी रहा। किस खिलाड़ी ने किस समय विशेष खेल का प्रदर्शन किया जिससे खेल के परिणाम पर असर पड़ा। फुटबाल या हाकी के खेल में यह बताना आवश्यक है कि किस समय गोल किया गया। क्रिकेट का खेल है तो यह बताना आवश्यक है कि गेंदबाज की किस तरह की गेंद पर बल्लेबाज आउट हुआ या बल्लेबाज द्वारा गेंदबाजों की किस प्रकार से धुनाई की गयी इत्यादि।

विवरण लिखते समय इस बात का ध्यान रखा जाना चाहिए कि आप किस तरह के पाठकों के लिए लिख रहे हैं। पाठकों का एक वर्ग वह होता है जो खेल जगत में बहुत गहरी रुचि नहीं रखता। किन्तु उसके बारे में पर्याप्त जानकारी रखना चाहता है। कुछ पाठक खेल की पीढ़ियों के बारे में कुछ नहीं जानते लेकिन यह समझने में रुचि जरूर रखते हैं कि खेल कैसे खेला जाता है। दूसरे वह लोग होते हैं जो अपनी रुचि के खेल का हर मैच देखते हैं। अगर देख न सके तो उसकी विस्तार से रिपोर्ट पढ़ना चाहते हैं। ऐसे लोग देखे हुए मैच के बारे में भी बहुत उत्सुकता से पढ़ते हैं। खेल की जो तस्वीर उनके दिमाग में बनी है उसका वह समाचार पढ़कर समीक्षक की तरह मिलान करने का प्रयास करते हैं। ऐसे लोग खेल के जानकार होते हैं। अतः रिपोर्टर को दोनों प्रकार के पाठकों को संतुष्ट करने के लिए संतुलित रूप से विवरण लिखना चाहिए।

3.5 स्थानीय खेल

अच्छे समाचारपत्रों में भी यह बात देखी जाती है कि वे राष्ट्रीय अन्तर्राष्ट्रीय और प्रादेशिक स्तर के समाचारों को ही अधिक महत्त्व देते हैं। स्थानीय और आसपास के खेलों के समाचारों को अपेक्षाकृत कम स्थान दिया जाता है। इसका एक बड़ा कारण यह है कि अन्तर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय और प्रादेशिक स्तर के खेलों की खबरें समाचारपत्रों में बनी बनायी मिल जाती है, जबकि स्थानीय खेलों के समाचार को लिखने के लिए विशेष प्रयास करना होता है। छोटे समाचारपत्रों को यह कठिनाई जरूर है कि उनके पास अधिक संख्या में रिपोर्टर नहीं होते लेकिन इस बात को ध्यान में रख यह विचार किया जाए कि स्थानीय खेलों के अधिक समाचार देकर वे अपने खेल पृष्ठ में पाठकों की रुचि बढ़ा सकते हैं।

खेल संवाददाताओं का यह दायित्व है कि वे खेलों को लोकप्रिय बनाने में अपनी भूमिका निभायें। इसलिए उनका लेखन ऐसा होना चाहिए कि जनसमुदाय की रुचि खेलों में बढ़ने की बजाय कम न हो जाए।

3.6 खेल समाचारों की भाषा शब्दावली एवं शीर्षक

खेल समाचारों की भाषा में गति होनी चाहिए जिससे पाठक के मन पर अनुकूल प्रभाव पड़े। भाषा जनसाधारण की हो, चालू शब्दों और मुहावरों से भरपूर हो। शब्दों को आत्मसात करते समय इस बात का ध्यान रखना कि उसका प्रयोग हिन्दी व्याकरण के अनुरूप किया जाय चाहे शब्द किसी भाषा का क्यों न हो। उदाहरण के लिए क्रिकेट में प्रयुक्त अंग्रेजी 'रन' शब्द है। यह शब्द छोटा सरल और ग्राह्य है। इस शब्द को पचाया जा सकता है। इसका अनुवाद दौड़ कहीं से भी ठीक नहीं लगता। रन शब्द इतना प्रचलित हो गया है कि इसके अनुवाद की आवश्यकता ही नहीं है।

शब्दों का अनुवाद करते समय हमें इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि पाठक खेल-समाचार पढ़ते समय किसी 'शब्दकोश' को लेकर नहीं बैठे। यदि किसी नये शब्द का प्रयोग

किया जाए तो कुछ समय तक अवश्य ही उसके मूल शब्दों को 'कोष्ठ' में देना चाहिए। अनुवादित शब्द भी ऐसे होने चाहिए जो सरल और उपयुक्त हो। खेल समाचार लेखन के दो रूप होते हैं। एक तो यह कि आप डेस्क पर बैठे-बैठे किसी समाचार एजेन्सी की रपट का अनुवाद कर डालें, दूसरा यह कि स्वयं मैदान में जाकर स्वतंत्र रूप से रपट तैयार करें। अधिकांश हिन्दी पत्रों में समाचार एजेन्सियों की रपट का अनुवाद ही होता है।

'शीर्षक' का सिद्धान्त खेल समाचारों पर भी वही लागू होता है जो अन्य समाचारों में लागू होता है। खेल समाचारों में मुख्यतः परिणाम का महत्त्व होता है। पाठक भी पहले उसी को जानना चाहता है अतः शीर्षक इस प्रकार होना चाहिए जो समाचार के सार को प्रचारित करा दे।

3.7 विशेषज्ञता की आवश्यकता

खेल के क्षेत्र में विशेषज्ञ रिपोर्टर्स की आवश्यकता महसूस की जाती है, क्योंकि प्रत्येक खेल का क्षेत्र काफी विस्तृत है। यह आवश्यक नहीं है कि आप सभी खेलों की रिपोर्ट को समान अधिकार से पाठकों के समक्ष प्रस्तुत कर पायें। यह जरूर है कि आप को प्रत्येक खेल के बारे में कुछ-कुछ जानकारी हो, परन्तु इसके साथ ही यह आवश्यक है कि आप को किसी एक दो खेलों के रिपोर्टिंग की विशेषज्ञता हासिल हो। आज क्रिकेट, हाकी, फुटबाल, टेनिस, तैराकी, बैडमिन्टन, एथलेटिक्स, जिमानस्टिक इत्यादि सभी प्रमुख खेल हैं। जब आप खेल पत्रकारिता के बारे में जानकारी हासिल कर रहे होंगे, तभी आपको कुछ खेलों के प्रति रुचि उत्पन्न हो जाएगी और आपको चाहिए कि आप इन खेलों के बारे में अधिक से अधिक जानकारी एकत्र कर उस खेल की बारीकियों को जानें जिससे आप उस खेल के विशेषज्ञ रिपोर्टर बन सकें। इसी के साथ-साथ आप अपने लिखने की नयी शैली का विकास करें।

3.8 प्रमुख राष्ट्रीय प्रतियोगिताएँ

1. **बैडमिन्टन** - इण्डियन मास्टर्स बैडमिन्टन प्रतियोगिता, राष्ट्रीय बैडमिन्टन चैम्पियनशिप।
2. **टेनिस** - राष्ट्रीय लॉन टेनिस चैम्पियनशिप।
3. **बास्केट बाल** - नेशनल बास्केट बाल चैम्पियनशिप, जूनियर बास्केटबाल चैम्पियनशिप इत्यादि।
4. **फुटबाल** - संतोष ट्राफी, फेडरेशन कप, डा०पी०सी०राय ट्राफी, डी०सी०एम० कप, रोवर्स कप, डूरण्ड कप, आई०एफ०ए० कप इत्यादि।
5. **हाकी** - रंगास्वामी कप, जूनियर राष्ट्रीय हाकी, बम्बई गोल्ड कप, नेहरू कप
6. **क्रिकेट** - रणजी ट्राफी, ईरान ट्राफी, दिलीप ट्राफी, देवधर ट्राफी तथा महिलाओं की राष्ट्रीय क्रिकेट चैम्पियनशिप।

इसी प्रकार बालीबाल, शतरंज, टेबल टेनिस आदि विभिन्न प्रतियोगिताओं में राष्ट्रीय चैम्पियनशिप की प्रतियोगिता आयोजित की जाती है। एथलेटिक्स, कुश्ती आदि की भी प्रतियोगिता समय-समय पर आयोजित की जाती है।

3.8.1 कुछ खेल समाचार 'क्रिकेट'

हर अंदाज से 'अद्भुत'

गावस्कर का रेकार्ड हर तरह से अद्भुत है। कुछ एक तुलनाएँ हो रही हैं बिना इस बात पर ध्यान दिए हुए कि उसके ये रन एक सलामी बल्लेबाज के हैसियत से बनाए गए हैं। ऐसे तेज गदबाजों का

मुकाबला करते हुए जो न केवल तेज शब्द के पूरे अर्थ में तेज थे बल्कि जिन्होंने उसे धुंधली रेखा के पार कभी नहीं बखशा जो बाउन्सर और खतरनाक बाउन्सर के बीच खिंची होती है।

कुछ समय पहले एक अंग्रेज आलोचक ने गावस्कर को यह कहते हुए छोटा बनाने की कोशिश की थी कि उसके चौतीस शतकों में से अधिकांश भारतीय पिचों पर बने थे। इसमें शायद उनका इशारा पिच और अम्पायर की ओर था परन्तु अगर गावस्कर के पूरे कैरियर पर नजर डालें तो पायेंगे कि गावस्कर का शतक किंगस्टन से कलकत्ता और मुम्बई से ब्रिस्बेन तक तमाम बड़े टेस्ट केन्द्रों में जमाया गया है।

कलकत्ता 14 अप्रैल (प्रे०)

संतोष ट्राफी जीतने की सशक्त दावेदार बंगाल धमाके के साथ राष्ट्रीय फुटबाल चैम्पियनशिप के सेमीफाइनल में प्रवेश कर लिया। ग्रुप डी के क्वार्टर फाइनल लीग मैच में आज उन्होंने महाराष्ट्र को तीन गोलों से पीट दिया। मोहन बगान मैदान पर खेले गए इस मैच में बंगाल की टी टाइम के समय एक गोल से आगे थी।

पूर्व में महाराष्ट्र की टीम ने हरियाणा के खिलाफ खेले गये मैच में बढ़िया खेल का प्रदर्शन करते हुए मैच को 8-1 के अंतर में से जीता था। लेकिन आज के शक्तिशाली बंगाल के सामने टिक नहीं सकी। 20 बार की चैम्पियन बंगाल का अब मुकाबला ग्रुप बी में केरल और कर्नाटक की विजेता से 27 को होगा।

अलविदा अटलांटा, सिडनी में मिलेंगे

अटलांटा 9 अगस्त (वार्ता)। अटलांटा की धरती पर सोलह दिन तक 271 स्पर्धाओं से गौरव लूटने वाले विजेताओं की मुस्कराहटों, जबरदस्त आतिशबाजी और पश्चिमी संगीत पर धिरकते लाखों लोगों के हर्षोन्माद के बीच आधुनिक ओलम्पिक का सौ साल का सफर कल रात पूरा हो गया।

धरती की शान बढ़ाने वाले हजारों युवा एथलीट स्टेडियम में गर्व के साथ उतरे और ओलम्पिक की सौवी वर्षगांठ का समापन समारोह मनाने के साथ उन्होंने चार साल बाद फिर आस्ट्रेलिया के सिडनी शहर में जमा होने का संकल्प लिया।

3.9 सारांश

खेलों के प्रति मनुष्य की रुचि काफी पुरानी है। समय परिवर्तन के साथ इसका स्वरूप बदलता गया। खेल न सिर्फ मनोरंजन के अच्छे साधन हैं वरन् मनुष्य को स्वस्थ एवं तरोताजा बनाये रखने में भी इनका महत्वपूर्ण योगदान है। जिस प्रकार खेलों का इतिहास हम अनादिकाल से खोज सकते हैं उसी भाँति खेल समाचारों की प्रवृत्ति भी खोजी जा सकती है। खेल समाचारों का लेखन कई प्रतिबन्धों से मुक्त होता है। खेल के समाचार को बढ़ा-चढ़ाकर लिखा जाता है, अतः इसकी भाषा लच्छेदार रहती है। परन्तु यह जरूरी है कि खेल पत्रकार को खेलों के नियमों, मान्यताओं, लोकप्रियता, और परम्पराओं के सम्बन्ध में जानकारी होनी चाहिए।

3.10 शब्दावली

अम्पायर	-	क्रिकेट खेल का निर्णायक,
रेफरी	-	फुटबाल, हाकी खेल का निर्णायक,
डक	-	वाउन्सर गेंद पर बल्ले बाल द्वारा झुककर बचने की क्रिया,
पेनाल्टी	-	हाकी में पेनाल्टी कार्नर हिट किया जाता है जबकि फुटबाल में पेनाल्टी किक लगायी जाती है।

3.11 सन्दर्भ ग्रन्थ

1. The Journalist's Handbook - M.V. Kamath
2. समाचार लेखन के सिद्धान्त एवं तकनीक - डा०संजीव भानावत

3.12 प्रश्नावली

लघुउत्तरी प्रश्न

1. खेल समाचारों को मुख्यतः किन वर्गों में जा सकता है?
2. खेल समाचारों को लिखते समय बरती जाने वाली सावधानियाँ कौन-कौन सी हैं?

दीर्घ उत्तरी प्रश्न

1. क्रिकेट खेल के बारे में विस्तार से वर्णन करें।
2. बैडमिन्टन की शुरुआत कैसे हुई, वर्णन करें।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. क्रिकेट के खेल में कुल खिलाड़ियों की संख्या होती है—
(i) 11 (ii) 12 (iii) 15
2. अम्पायर होते हैं?
(i) हाकी (ii) फुटबाल (iii) क्रिकेट (iv) टेनिस
3. रंगास्वामी कप किस खेल से सम्बन्धित है?
(i) क्रिकेट (ii) बैडमिन्टन (iii) टेनिस (iv) हाकी
4. क्रिकेट खेल की शुरुआत हुई
(i) 1870 (ii) 1877 (iii) 1873 (iv) 1875

वस्तुनिष्ठ का उत्तर

1. (i)
2. (iii)
3. (iv)
4. (iii)

इकाई-4 कृषि, विज्ञान और प्रौद्योगिकी

इकाई की रूपरेखा

- 4.0 उद्देश्य
- 4.1 प्रस्तावना
- 4.2 कृषि जगत
 - 4.2.1 कृषि का स्वरूप
 - 4.2.2 कृषि पत्रकारिता का उद्भव और विकास
 - 4.2.3 ग्रामीण जीवन एवम् कृषि पत्रकारिता
 - 4.2.4 कृषि सम्बंधित रिपोर्टिंग
- 4.3 विज्ञान
 - 4.3.1 विज्ञान की अवधारणा
 - 4.3.2 विज्ञान की मात्रा
 - 4.3.3 जीवन में वैज्ञानिक चेतना
 - 4.3.4 विज्ञान पत्रकारिता
- 4.4 प्रौद्योगिकी
 - 4.4.1 प्रौद्योगिकी का स्वरूप एवम् विकास
 - 4.4.2 प्रौद्योगिकी के प्रकार
 - 4.4.3 जनजीवन को प्रभावित करने वाली प्रौद्योगिकी
- 4.5 सारांश
- 4.6 संदर्भ ग्रन्थ
- 4.7 शब्दावली
- 4.8 प्रश्नावली

4.0 उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के पश्चात् आप जान जायेंगे-

- सामान्य रिपोर्टिंग एवं **विज्ञान रिपोर्टिंग** में क्या अन्तर है?
- विज्ञान और प्रौद्योगिकी की रिपोर्टिंग के समाचार किन स्थानों से और कैसे प्राप्त किया जा सकता है?
- डाटा, सूचना संग्रह के साधन कौन से हैं?
- समाज पर विज्ञान, **कृषि** एवं **प्रौद्योगिकी** रिपोर्टिंग के प्रभाव किस रूप में पड़ते हैं?

4.1 प्रस्तावना

वर्तमान युग विज्ञान और **प्रौद्योगिकी** तकनीक का युग है। नित नयी-नयी वैज्ञानिक खोजों और नयी प्रौद्योगिकी के चमत्कारिक परिणामों ने आज सारी दुनियाँ के माहौल को बदल दिया

है। लोगों के आधार, विचार एवं दिनदिन व्यवहार में भी भारी बदलाव आया है। इमर्सन ने एक बार कहा था “विज्ञान ने पुरानी दंतकथाओं के चमत्कारों को बहुत पीछे छोड़ दिया है। आज की दुनिया में शिक्षा के प्रसार और जन जागृति के कारण लोगों में वैचारिक एवं तर्कबुद्धि का तेजी से विकास हुआ है।” विज्ञान और तकनीकी के विकास के साथ-साथ लोगों की सोच में भी बदलाव आया है। दुनिया में गहराई से फेरबदल हो रहे हैं। लोगों में कई प्रकार की जिज्ञासायें बढ़ रही हैं। इसी का परिणाम है कि कुछ वर्षों पूर्व तक उपेक्षित कृषि के विकास हेतु नई रणनीति अपनायी गयी। फलस्वरूप कृषि उत्पादन में वृद्धि, कृषि को लाभकारी उद्योग के रूप में स्थापित करना, कृषि के क्षेत्र में व्याप्त डर एवं असमानता को दूर करना, कृषक को अपने संसाधनों से युक्त बनाने के लिए सरकारी गैर सरकारी सूचना तंत्र का आगे आना, साथ ही साथ कृषि विज्ञान से जुड़े वैज्ञानिकों ने इस ओर भी प्रयास किया कि कृषक पर्यावरण को असंतुलित न करते हुए अपने कृषि उत्पादन को बढ़ाये। परम्परागत साधनों को उन्नत बनाने पर भी जोर दिया गया। व्यापक भूमि सुधार के साथ उपभोक्ता और किसान के बीच की दूरी को कम किया गया जिससे किसानों को उनके फसल का अच्छा दाम मिल सके।

4.2 कृषि जगत

हमारे देश में शुरू से ही ‘उत्तम खेती और मध्यम बान’ की बात की जाती रही है। देश की अर्थ व्यवस्था में कृषि का ही सर्वाधिक महत्त्व रहा है। अतः इस क्षेत्र में रोजगार के पर्याप्त अवसर हैं। कृषि का सम्बन्ध मात्र खेती से ही नहीं है इसमें कृषि एवं कृषि उत्पाद का प्रबंधन, कृषि उत्पादों का प्रसंस्करण, खेती के लिए आवश्यक सामग्री जैसे उर्वरक, कीटनाशक, कृषि उद्योग, कृषि विकास, कृषि अनुसंधान, कृषि सुधार से सन्दर्भित अनेक कार्य हैं जिनमें कृषि वैज्ञानिक, कृषि तकनीक-विशेषज्ञ, कृषि अध्यापक एवं उद्यमी जैसे अनेक क्षेत्र हैं। कृषि के क्षेत्र में विकास की गति धीमी न पड़े उसके लिए धन का अभाव न हो इस कारण बैंकों की शाखायें ग्रामीण क्षेत्रों में खुल रही हैं, राष्ट्र या कृषि और ग्रामीण विकास बैंक (नावार्ड) में कृषि स्नातकों को अधिकारी के रूप में नियुक्ति का अवसर उपलब्ध है। कृषि उत्पाद का विपणन (मार्केटिंग) कृषि वित्त, सहकारिता सम्बन्धी रोजगार उपलब्ध है। कृषि के प्रबंध के साथ कर नये-नये पाठ्यक्रम चलाये जा रहे हैं। इस समय देश के कई विश्वविद्यालयों में उच्च शिक्षा के अवसर उपलब्ध हैं। जनसंचार और सम्प्रेषण में निपुण योग्य व्यक्ति कृषि पत्रकारिता के क्षेत्र में अपना कौशल दिखाकर ख्याति प्राप्त कर रहे हैं। कृषि को बढ़ावा देने हेतु तथा पूरे देश के किसानों को नयी-नयी जानकारी सुलभ कराने के लिए टी०वी० पर कृषि सम्बन्धी कार्यक्रमों का प्रसारण किया जा रहा है जिनमें कई कृषि विशेषज्ञ रोजगार प्राप्त करने में सफल हुए हैं।

4.2.1 कृषि का स्वरूप

वर्तमान वैज्ञानिक युग में भी कृषि सर्वश्रेष्ठ कलाओं में से एक है, जो सभी उद्योगों को बढ़ाती है और मनुष्य के जीवन की सुरक्षित रखती है। यह सच है कि भारतवर्ष की बड़ी जनसंख्या कृषि पर आश्रित है। आज का कृषि कर्म बहुत विकसित हो गया है। किसान जानकार और जागरूक होकर उत्पादन बढ़ाये, गाँव की कृषि सम्बन्धी चुनौतियों का सामना करे, कृषि सम्बन्धी परम्परागत पद्धति में सुधार कर उसे वैज्ञानिक पद्धति पर लाया जाए, जिससे समय, श्रम और धन की बचत हो सके इन विचारों के प्रचार की जरूरत है। इन सभी पहलुओं पर संचार माध्यम का उपयोग हो तो कृषि राष्ट्र के विकास को पुष्ट कर सकती है। किसानों को विचारमूलक प्रशिक्षण देकर कृषि पत्रकारिता द्वारा राष्ट्र का काया-कल्प किया जा सकता है।

आजकल कृषि के क्षेत्र में हो रहे नित नूतन अनुसंधानों और किसानों द्वारा उन्हें स्वीकार करने के बीच की दूरी समाचार माध्यमों के द्वारा पाटी जा चुकी है। हरित क्रान्ति श्वेत-क्रान्ति से संदर्भित अनुसंधान को प्रयोगशालाओं से खेतों तक पहुँचाकर संचार माध्यमों ने अपनी

उपयोगिता को सिद्ध कर दिखाया है। रेडियो, टी०वी०, तथा कृषि से सम्बन्धित डाकुमन्ट्री फिल्मों बनाकर किसानों के व्यवहार, उनकी सूझबूझ तथा तत्परता को प्रभावित किया गया है। किसानों को नई किस्मों के बीजों की जानकारी मिट्टी, पानी, ऋण उपलब्धता, पौध-संरक्षण, विपणन तथा कृषि सेवा केन्द्रों की गतिविधियों की सामयिक सूचना देकर कृषि पत्रकारिता ने कृषि के वर्तमान स्वरूप को बदल दिया है।

कृषि कार्य की विवेचना की जाए तो हमें एक नई दृष्टि मिलती है। पृथ्वी की भाँति ही मनुष्य को भी धीर गंभीर होना चाहिए, मनुष्य की कर्मभूमि भी उपजाऊ है। यदि उसे उत्तम विचारों से सींच कर उसमें सत् कर्मों के बीज बोये तो कीर्ति की फसल लहलहायेगी। इसी प्रकार मस्तिष्क की उर्वरता का भी यदि हम ठीक से उपयोग करें और श्रेष्ठ चिन्तन के बीज बोयें तो बहुत उन्नति होगी।

कृषि शब्द कृष् धातु से बना है जिसका अर्थ है जोतना या कूँड़ बनाना। महर्षि पतंजलि के समय में कृषि शब्द में वे सभी क्रियाएँ सम्मिलित की जो आजकल कृषि के अधीन मान्य हैं जैसे जोतना, खोदना, बोना, सींचना, निराना, काटना आदि। पतंजलि ने इन सभी क्रियाओं के अतिरिक्त बीज और बौलों की व्यवस्था को भी कृषि में शामिल किया है। किसानों का मुख्य व्यवसाय खेती बाड़ी है, परन्तु जनसंख्या वृद्धि के साथ कृषक जीवन का क्षेत्र कृषि एवं पशु पालन के अतिरिक्त अन्य कुटीर उद्योग धंधों के साथ मछली, मुर्गी, खरगोश, शूकर आदि पालना भी होता जा रहा है। गाँवों में सहकारिता और पंचायती राज की स्थापना से किसानों के राजनैतिक दायित्वों में एक नया परिवर्तन आ रहा है। विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी के प्रवेश से कृषि एक लाभकारी उद्योग के रूप में स्थापित हो रही है। पूँजीपति एवं उद्योगपति भी कृषि की ओर आकृष्ट हो रहे हैं। वे बीज उद्योग और कृषि यंत्र निर्माण के माध्यम से समुन्नत एवं वैज्ञानिक कृषि में प्रवेश कर रहे हैं।

कृषक, कृषि वैज्ञानिक एवं उपभोक्ता के बीच सहयोग और तालमेल बैठाने वाली सशक्त विद्या ही कृषि पत्रकारिता है जो राष्ट्र की सम्पूर्ण अर्थव्यवस्था की रीढ़ है। कृषि जगत की बहुआयामी पहलुओं की विविध प्रवृत्तियों, धाराओं एवं परिस्थितियों से सम्बद्ध कृषि पत्रकारिता राष्ट्रीय विकास का दर्पण है। नित-नूतन हो रहे कृषि अनुसंधान सम्बन्धी तथ्यों की वाहिका यही कृषि पत्रकारिता है जिससे विकास के नये क्षेत्र बन रहे हैं तथा किसानों में नई संकल्पनाओं का सृजन होता है।

कृषि पत्रकारिता कृषि विषयक समाचारों को विभिन्न संचार माध्यमों की सहायता से किसानों तक और किसानों की समस्याओं को उपयुक्त स्थानों तक पहुँचाने की एक कला है। खेतीबाड़ी से सम्बद्ध सूचना, जानकारी और विविध अनुसंधान, उपलब्धि से अधिकाधिक लोग कैसे परिचित हों, पत्र-पत्रिका परम्परागत संचार माध्यम तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा कृषि क्षेत्र में संचार रिक्तता को कैसे दूर किया जाए, इन प्रश्नों के उत्तर हेतु कृषि पत्रकारिता की ओर सबकी दृष्टि जाती है।

4.2.2 कृषि पत्रकारिता का उद्भव और विकास

पेरिस में सन् 1743 में कृषि पत्र 'किसान गजट' के नाम से फ्रांसीसी भाषा में छपा। इस पत्र में कृषि विज्ञान पर चर्चा की गयी थी। इसका मुख्य उद्देश्य किसानों को कृषि विज्ञान में हो रहे नये-नये प्रयोगों से परिचित कराना था। भारत में पहला 'कृषि सुधार' 1914 में और 'कृषि' 1918 में आगरा से छपा। पहले पत्र के सम्पादक श्री बंशीधर तिवारी थे। 1934-35 में बंगाल से कृषि सम्बन्धी पत्र-पत्रिकाएँ बंगला भाषा में छपीं और अंग्रेजी भाषा में 1940 में 'फार्मर' के नाम तथा दूसरा पत्र 'एग्रीकल्चर गजट' नाम से पत्र निकाला।

इसके बाद कृषि शोध और वैज्ञानिक तथ्यों से संबंधित कानूनों, पंचायती राज, सहकारिता आदि विधाओं के प्रचार-प्रसार के लिए विभिन्न भाषाओं में और हिन्दी में भी कृषि पत्रों का

प्रकाशन शुरू हो गया। इसमें सरकारी और गैर-सरकारी दोनों ही प्रकार के पत्र थे। सरकारी पत्रों में 1946 में 'खेत' और 1950 में 'कुरुक्षेत्र' पत्र का प्रकाशन हुआ। दूसरी ओर गैर सरकारी क्षेत्र में 1946 में नागपुर में 'कृषक जगत' और 1948 में बंगाल में 'फार्म जर्नल' का कलकत्ता से प्रकाशन शुरू हुआ। मराठी भाषा में निकलने वाला कृषि पत्र 'शेतकरी' भी एक पुराना पत्र था। दोनों पत्रों के जन्मदाता डी०सी०लोथ और माणिकचन्द्र बोर्दिया थे। मध्यप्रदेश बनने के बाद, 'कृषक जगत' भोपाल गया। सन् 1950 से 1960 के मध्य 'सेवा ग्राम', 'सरकारी पशुपालन', 'किसान समाचार', 'कृषक समाचार' आदि पत्र प्रकाशित हुए।

सन् 1966 का वर्ष कृषि-पत्रकारिता के लिए स्वर्णयुग कहलायेगा। 1966 में कृषि क्रान्ति का शुभारम्भ होते ही देश-भर में अनेक सरकारी, अर्ध सरकारी और निजी क्षेत्र की पत्र-पत्रिकाओं की बाढ़ आ गई। विस्तार सेवा निदेशालय और भारतीय कृषि अनुसंधान परिषद ने कृषि से सम्बन्धित अनेक पत्र-पत्रिकायें निकलीं, जिनमें 'धरनी', 'गोवर्धन', 'उन्नत खेती', 'खेती', 'पशुपालन' 'कृषि चयनिका' आदि प्रमुख थीं।

इसके अतिरिक्त कृषि विश्वविद्यालयों ने भी कृषि पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन किया। इनमें 'हरियाणा खेती', 'किसान खेती', 'अनपा पत्र', 'आधुनिक कृषि', 'किसान विश्व उपज' आदि उल्लेखनीय हैं। इसी दौरान राज्यों के विकास विभागों ने भी 'राजस्थान विकास', 'कृषि व पशुपालन' 'किसानी समाचार' आदि पत्र-पत्रिकायें निकालीं। नई दिल्ली से भी कई पत्र प्रकाशित हुए, जिनमें 'आज की खेती', 'गोसंवर्द्धन', 'गाँव', 'ग्राम भूमि', 'कृषि विकास', 'किसानी समाचार', 'पशुपालन', 'कृषि लोक', 'उजाला' 'सेवा ग्राम' आदि पत्र कृषकों के लिए उपयोगी रहे हैं। इसके अतिरिक्त 'अपना पत्र' (उदयपुर) 'ग्रामीण जनता' (रुड़की) आदि उल्लेखनीय हैं। आज लगभग 250 कृषि पत्रिकाओं का प्रकाशन हो रहा है। इनमें से 190 हिन्दी तथा अन्य प्रादेशिक भाषाओं में प्रकाशित हो रहे हैं। आज सभी कृषि पत्रिकाओं के कुल पाठकों की संख्या लगभग 5 लाख (पाँच लाख) है; इनमें निजी पत्रिकाओं के कुल पाठक 20 प्रतिशत हैं। इससे पता चलता है कि अधिकांश पाठक वर्ग में प्रचलित पत्र-पत्रिकाएँ सरकारी संगठनों द्वारा ही प्रकाशित की जाती हैं।

यह देखा गया है कि निजी क्षेत्र की ग्रामीण कृषि पत्रिकाएँ प्रायः कुछ समय बाद बंद हो जाती हैं। इसका कारण प्रसार संख्या की कमी तथा सरकारी संगठनों से स्पर्धा है। इसके अतिरिक्त निजी क्षेत्र की पत्रिकाओं का स्तर भी पाठकों को संतुष्ट न कर सका अमूमन यह देखने में आता है कि कृषि पत्रकारिता में ऐसे प्रशिक्षित लेखकों की कमी है जो सरल और सुबोध ढंग से लिखें जिन्हें ग्रामीण पाठकों को पढ़ने में आसानी हो, तथा पाठकों को प्रभावपूर्ण शैली में नयी जानकारी दी जाए। दूसरी ओर सरकारी कृषि पत्रिकायें जिन्हें न तो विज्ञापन की चिन्ता है और न उनके प्रसार बढ़ाने एवं घटने का दबावा। इनके पास निजी कृषि-पत्रों की अपेक्षा ज्यादा अच्छे लेखक सुलभ हैं जो अच्छी पाठक सामग्री देने में सक्षम हैं। अतः इनके पाठकों की संख्या ठीक-ठाक है, निजी क्षेत्र की पत्र-पत्रिकाओं में आर्थिक परेशानी के कारण समय से प्रकाशित होने का संकट लगा रहता है। अच्छे लेखकों को उनके लेखों का उचित पारिश्रमिक नहीं मिल पाता, अतः स्तरीय लेखों का अभाव रहता है।

4.2.3 ग्रामीण जीवन एवम् कृषि पत्रकारिता

हमारे देश के गाँवों में जितनी विविधता है, शायद उतनी किसी देश में न होगी। अनेक धर्मों के लोग और उन धर्मों की जातियों उपजातियों के लोग यहाँ रहते हैं। उनके अपने रीति-रिवाज परंपराएँ उत्सव, रूढ़ियाँ, कुरीतियाँ और सामाजिक आर्थिक विषमतायें ग्रामीण पत्रकारों को ढेरों समाचार देती हैं। समय के साथ-साथ बदलते सामाजिक मूल्यों ने हमारे गाँवों, कस्बों या छोटे शहरों के सामाजिक ढाँचे पर जो प्रभाव डाला है, उस पर ग्रामीण पत्रकारों की लेखनी बहुत कम चली। शायद इसकी एक वजह यह भी है कि उन घटनाओं, आयोजनों, परम्पराओं

के बीच जाने वाले। पत्रकार समाचार की दृष्टि से उनका पर्याप्त आकलन नहीं कर पाते। जो इक्का-दुक्का पत्रकार इन घटनाओं का महत्व समझते हैं वे जान-बूझकर उन विषयों पर कलम चलाने की कोशिश नहीं करते। जबकि पत्रकारों को चाहिए कि गाँवों की रीति-रिवाजों, कुरीतियों, रुढ़वादी घटनाओं को सामाजिक बुराई के रूप में देखें और दूर करने का प्रयत्न करें। दहेज प्रथा, छुआछूत, बाल-विवाह, नारी उत्पीड़न, विधवाओं की स्थिति आदि ऐसी ही कुछ सामाजिक बुराइयाँ हैं, जिन्हें दूर करने के लिए ग्रामीण पत्रकारों को असरदार भूमिका अदा करनी चाहिए। पत्रकारों को यह ध्यान रखना चाहिए कि उनका रवैया एकदम नकारात्मक न हो।

धार्मिक आयोजनों, खेलों और सांस्कृतिक कार्यक्रमों का भी अपना विशिष्ट महत्व होता है। इन कार्यक्रमों के माध्यम से लोग अपने संबंधों को पुख्ता करते हैं एवं उन्हें पुनर्जीवित करते हैं। पत्रकारों को इस तरह के कार्यक्रमों पर भी नजर रखनी चाहिए। समय की रफ्तार, महँगाई और बिखरते संयुक्त परिवारों के कारण उत्सवों में जो बदलाव आ रहा है, वह भी पत्रकार की कलम से बचना नहीं चाहिए। परन्तु धार्मिक अनुष्ठानों या कार्यक्रमों के समाचारों में संवाददाताओं को यह ध्यान रखना चाहिए कि उनसे किसी भी धर्म के अनुयायी की भावनाओं को चोट न पहुँचे और न किसी धर्म का अपमान हो। ग्राम पंचायतों के न्याय की खबरों को भी देना चाहिए, पंचायती राज-संस्थाएँ हमारे सामाजिक ढाँचे का महत्वपूर्ण अंग हैं। प्रजातंत्र की मजबूती के लिए इन संस्थाओं का मजबूत होना आवश्यक है। जब भी वे ऐसे फैसले लेते हैं, जो पूरे समाज के लिए लाभप्रद हो, उन्हें पत्रकारों को उद्घाटित करना चाहिए।

गाँवों में अधिकतर झगड़े जमीन या चुनाव को लेकर होते हैं। ये झगड़े कई बार खूनी संघर्षों में बदल जाते हैं। संवाददाता को इन संघर्षों के समाचार पूरे घटनाक्रम का अध्ययन करने के बाद ही देना चाहिए। यदि आवश्यक हो तो घटना के विषय में पुलिस से जानकारी लेकर समाचार लिखें या घटना के तह तक जायें, किसी भी पक्ष का सहयोग करनेवाली रिपोर्ट समाचारपत्र में न दें।

गांव में होने वाली दुर्घटनाओं के समाचारों के दो रूप होते हैं। ये हैं प्राकृतिक आपदा और मानव निर्मित प्राकृतिक आपदाओं में आँधी-तूफान, बाढ़, भूकम्प, सर्दी, बर्फ, ओले, सूखा, टिड्डी दल का हमला और भू-स्खलन जैसी घटनायें। इसलिए किसी भी पत्रकार को इन घटनाओं की रिपोर्ट लिखते समय कुछ सवालों के बारे में जानकारी प्राप्त कर लेनी चाहिए। घटना का कारण, दुर्घटना से होने वाले नुकसान के बारे में जानकारी, प्रभावित लोगों को सरकारी मदद मिली अथवा नहीं तथा ऐसी आपदाओं, दुर्घटनाओं से बचने के लिए किए जाने वाले उपाय इन सब बातों को ध्यान में रखकर समाचारों का संकलन किया जाना चाहिए। मानव निर्मित दुर्घटनाओं में आगजनी, वाहनों की टक्कर, नाव डूबना इत्यादि समाचार आते हैं। प्रायः इन दुर्घटनाओं में दोषी व्यक्ति को पकड़ना कठिन होता है। इसलिए संवाददाता को प्रमाण जुटाने और घटना की कड़ियों को जोड़ने का प्रयास कर रिपोर्ट तैयार करनी चाहिए।

आज शहर ही अथवा ग्रामीण क्षेत्र, हर जगह अपनी तरह की समस्याएँ हैं जिनसे व्यक्ति जूझ रहा है। ग्रामीण पत्रकारों को भी इन कठिनाइयों से जूझना पड़ता है—इसका कुछ कारण यह है कि शहरी और ग्रामीण जीवन शैली में काफी फर्क है, इसलिए शहर और गाँव की समस्याओं की प्रकृति अलग-अलग है।

शहरों में साक्षरता का प्रतिशत अपेक्षाकृत गाँवों से अधिक होता है। इस वजह से शहरी नागरिक अपनी परेशानी से खुद ही निकलने का प्रयास करते हैं, परन्तु गाँवों में स्थिति इससे भिन्न है। अशिक्षा और अज्ञान के कारण लोग परेशानियों को झेलते रहते हैं। अतः हर ग्रामीण अपनी परेशानी पत्रकारों को बता कर उठवाना चाहता है क्योंकि सरकारी कर्मचारी इनकी बातों को सुनने के लिए तैयार नहीं रहते ऐसा देखा गया है कि समाचारपत्रों में क्षेत्रीय समस्याओं से सम्बंधित समाचार छपने के पश्चात् उस क्षेत्र के लोग समस्याओं से निजात पा जाते हैं। यही कारण है कि ग्रामीण नागरिकों की अपेक्षा पत्रकारों से अधिक होती है। ऐसी स्थिति में पत्रकारों

को सामान्य या प्रधान समाचार की रिपोर्ट देनी हो तो उसके साथ फोटो भी भेजें जिससे समाचार सम्पादक को वास्तविकता की जानकारी हो सके एवं गाँवों में ज्यादातर सामान्य ट्यूटी-फूटी सड़कों, गन्दगी का साम्राज्य, बिजली की समस्या, सिंचाई सुविधाओं की कमी अस्पताल में डाक्टरों का न होना, अथवा सरकारी दवा के वितरण में धाँधली इत्यादि समस्याएँ रहती हैं।

ग्रामीण पत्रकारों का यह दायित्व है कि वह यह देखें कि संबंधित विभागों में समाचार छपने के बाद उस दिशा में कोई कार्य किया है अथवा नहीं। यदि विभाग ने वास्तव में समस्या का हल कर दिया है तो उसकी भी एक खबर लगानी चाहिए।

4.2.4 कृषि संबंधित रिपोर्टिंग

अधिक तरह पत्रकार कृषि समाचारों की उपेक्षा करते हैं। ग्रामीण पत्रकारिता के लिए यह ठीक नहीं है। देश की 70 प्रतिशत आबादी आज भी गाँव में रहती है। उनकी जीविकोपार्जन का मुख्य साधन कृषि एवं कृषि सम्बंधित कार्य ही है। फिर भी आज किसान जानकारी के लिहाज से शून्य है और शहरों में रहने वाले लोग खेती किसानी में आने वाली समस्याओं से परिचित नहीं हैं। ग्रामीण पत्रकारों ने भी मानसून, मौसम, बीज, कृषि उपकरण, कर्ज, आवागमन के साधनों की कमी आदि विषयों पर चर्चा करना व्यर्थ समझा ग्रामीण परिवेश के विशेषज्ञ पत्रकारों से यह अपेक्षा की जानी चाहिए कि वह अपने क्षेत्र की मिट्टी, जलवायु, सिंचाई साधनों, मानसून के संकेत, जंगलों की स्थिति, फसलों आदि की पूरी जानकारी रखते हों। इसके अतिरिक्त सरकार द्वारा किसानों को दी जाने वाली सुविधा अथवा योजनाओं की जानकारी भी होनी चाहिए, जिससे वे यह देख सकें कि सरकारी योजनाओं का लाभ किसानों तक पहुँच रहा है अथवा नहीं।

4.3 विज्ञान पत्रकारिता

4.3.1 विज्ञान की अवधारणा

वर्तमान युग विज्ञान और तकनीक का युग है। नित नयी-नयी वैज्ञानिक खोजों और नई तकनीकों के चमत्कारिक परिणामों ने आज सारी दुनियाँ के सारे वातावरण को बदल दिया है। लोगों के आचार, विचार एवं दैनिक व्यवहार में भी काफी बदलाव आया है। दुनियाँ में बड़ी गहराई तक कई फेरबदल हो रहे हैं। लोगों में कई प्रकार से जिज्ञासायें बढ़ रही हैं। वे जानने की उत्सुकता और किसी भी कार्य की कुशलता को लेकर कई तरह के प्रश्न उठाते हैं। पत्रकारिता ने विज्ञान से जनमानस को परिचित कराने में बड़ी भूमिका अदा की है। मानवीय क्षमता का भी विकास हुआ है और लोगों की अपेक्षायें भी बहुत बढ़ गयी हैं। इससे लोगों में नयी चीजों का निर्माण एवं नयी आशाओं की उत्पत्ति की भावना भी बढ़ी है। कई विकासशील देश ऐसे भी हैं जहाँ प्राकृतिक संसाधनों की बहुतायत है लेकिन तकनीक के अभाव में उन संसाधनों का वे पूरा-पूरा दोहन नहीं कर सकते। अपने देशवासियों के आर्थिक उत्थान के लिए तथा संसाधनों के सही इस्तेमाल के लिए उनके पास नयी तकनीक की जानकारी समझ तथा उसको चलाने का ज्ञान प्राप्त होना जरूरी है। नयी तकनीक की जानकारी उन तक पहुँचाने में मीडिया बहुत बड़ा रोल अदा कर सकता है। मीडिया तक उस जानकारी को एवं उसके फायदे को पहुँचाने के लिए विशेषज्ञों से जानकारी लेनी होगी। व्यक्ति और विभाग को इस जानकारी की उपयोगिता का अहसास करना होगा।

4.3.2 विज्ञान की महत्ता

विज्ञान की शिक्षा इंसान की बौद्धिक जिज्ञासा को संतुष्ट करती है। उसकी मानसिक कसरत के लिए सामग्री और माध्यम प्रदान करती है। इससे इंसान के मस्तिष्क पर उसके अनुशासन का

असर होता है। इसीलिए वैज्ञानिक और वैज्ञानिक सोच की बात कही जाती है। वह सोच संतुलित हो एवं तर्क और व्यावहारिकता की कसौटी पर खरी-हो। अंधविश्वास या अंधी नकल से संचालित न हो। भावना या उन्माद से दूर हो। चूँकि विज्ञान के ज्ञान का दायरा व्यापक है, इसलिए इसका अध्ययन करने वाले इस समस्त ब्रह्मांड की गूढ़ता और उसके रहस्य को जानकर आश्चर्य चकित होते हैं। इससे अध्ययन करने वालों का दृष्टिकोण ज्यादा विशाल हो जाता है। वर्तमान युग में विज्ञान की क्रांति यूरोप से शुरू हुई। वहाँ इसका अध्ययन शुरू हुआ। दूसरे देशों में कई खोजें हुईं। सारी वैज्ञानिक खोजों का फल आज पूरी दुनिया को मिल रहा है। मीडिया के जरिए यह सारा ज्ञान जन-जन तक पहुँच रहा है। यह पहुँचना कितना जरूरी था यह सर्वविदित है। यह सिलसिला सतत चलते रहना चाहिए।

विज्ञान की उपलब्धियाँ और उसके फायदे आधुनिक समाज के सारे तबकों तथा सारे स्तरों को छूते हैं। आधुनिक मानव ने साइंस और तकनीक का मानवता के कल्याण के लिए इस्तेमाल किया। मशीनों की खोज की और प्राकृतिक संसाधनों का दोहन किया। इससे मानव जीवन में सुख-सुविधा बढ़ी। जीवन जीना आसान हो गया। जीवन स्तर ऊँचा उठा कृषि उद्योग, यातायात संचार, स्वास्थ्य सेवा एवं दवाओं के उत्पादन आदि में उसके उपयोग से सारी दुनिया का स्वरूप ही बदल गया। इसलिए विकासशील एवं अविकसित देशों में भी विज्ञान की शिक्षा पर जोर दिया जा रहा है। बड़ी संख्या में वैज्ञानिक एवं तकनीकी संस्थान स्थापित हुए हैं। वहाँ से नये वैज्ञानिक एवं तकनीकी विशेषज्ञ तैयार हो रहे हैं। इससे हर क्षेत्र में उत्पादकता बढ़ी है। यह सर्वविदित है। इसका स्वरूप लोगों के सामने आना चाहिए।

एक बात और ध्यान देने की है कि विज्ञान और तकनीकी के विकास के कारण यूरोपीय देशों में औद्योगिक प्रगति हुई। सम्पन्नता बढ़ी। लेकिन इसका इस्तेमाल उन्होंने अपने साम्राज्य के प्रसार में ही किया। कई देशों को अपने अधीन कर के इस शक्ति का दुरुपयोग उन देशों के दमन के लिए किया गया। नए-नए हथियारों, परमाणु बमों आदि द्वारा वे आतंक जमाने लगे। अनेक देश अपने हथियारों के कारखानों को चलाने के लिए तथा बिक्री करके मुनाफा कमाने के लिए दुनियाँ में युद्ध को भड़काने में लग गये। आज भी हथियारों एवं आर्थिक समृद्धि से सम्पन्न देश दादागिरी, दुनियाँ में टकराव, युद्ध उन्माद-विस्तार एवं मानवता के दमन में व्यस्त है। विज्ञान एवम् तकनीक के इस दुरुपयोग के प्रति जनमत बनाने और लोगों को आगाह करने में मीडिया का सही उपयोग हो सकता है। वैज्ञानिक लेखन के माध्यम से इसे बढ़ाया जा सकता है।

भारत के लिहाज से विज्ञान काफी महत्वपूर्ण है क्योंकि यहाँ की आबादी एक अरब के आसपास है। इतनी बड़ी जनसंख्या होने के बावजूद यहाँ साक्षरता का प्रतिशत बढ़ा है। आर्थिक विकास हुआ है। कृषि एवं उद्योग में तरक्की हुई है। कम्प्यूटर, क्रांति हुई है। वैज्ञानिक अध्ययन का क्षेत्र भी विस्तृत हुआ है और लोग अंधविश्वास एवं कुरीतियों के दायरे से बाहर आए हैं। नये विकास में विज्ञान एवं तकनीक का बहुत योगदान है। भारत ने परमाणु शक्ति भी प्राप्त किया। उसका उपयोग विकास एवं मानवीय हित के लिए करने के प्रति वह प्रतिबद्ध है। वैज्ञानिक सोच भी विकसित हुई है। लक्ष्य तो अच्छा है पर इसका विस्तार जरूरी है। विज्ञान के ज्ञान और उसके सदुपयोग का भाव मजबूत होना चाहिए।

4.3.3 जीवन में वैज्ञानिक चेतना

विज्ञान की शिक्षा का सामाजिक जरूरतों और समस्याओं पर ध्यान केन्द्रित करके उनके निवारण की प्रक्रिया तय करने की दिशा में उपयोग किया जाय। आम आदमी में विज्ञान से सम्बन्धित चर्चाओं में रुचि पैदा करनी होगी। विज्ञान संबंधी कार्यक्रमों का ज्यादा से ज्यादा प्रकाशन होना चाहिए। अध्ययन के क्षेत्र में जो नयी-नयी चुनौतियाँ पैदा हो रही हैं, वह अध्ययन के माहौल में तेजी से हो रहे विकास के कारण है। विज्ञान संबंधी सामग्री के अध्ययन से लोग

तेजी से बदल रहे समाज के साथ चल सकेंगे। शिक्षा आयोग की राय में 'विज्ञान से दिमाग समृद्ध होता है और मानवीय भावना एवं चेतना का विस्तार होता है। विकास की संभावनायें अपार हैं। विज्ञान की प्रगति हर कदम पर प्रकृति के बारे में समझ को गहरी बनाती है। लेकिन दूसरी तरफ विज्ञान की भावना का विस्तार होकर ज्यादा जानने एवं प्राप्त करने की भावना बलवती होती जाती है। 'प्रकृति में जो जानने योग्य है, उसकी थाह नहीं है। वह अनंत है। विज्ञान की क्रान्ति का मानवीय विकास पर जो असर हुआ है, उसकी तुलना नहीं की जा सकती।' इस प्रकार की सारी सूचनायें मीडिया के माध्यम से जन-जन के सामने आनी चाहिए। जैसे शोध पत्रिकायें तो बहुत निकलती हैं। विज्ञान एवं टेक्नालाजी के हर विषय की विशिष्ट पत्रिकायें (हाउस जर्नल) भी उपलब्ध हैं। फिर भी इसकी महत्वपूर्ण जानकारी समाचारपत्रों के माध्यम से इन विषयों के जानकार एवं विद्वान जन-जन तक पहुँचा सकते हैं। इसके लिए विज्ञान एवं तकनीक से जुड़ी पत्रकारिता उपयोगी है।

वैज्ञानिक चेतना और विज्ञान की शिक्षा को जन-जन तक पहुँचाने के लिए मीडिया को आगे आना होगा। मार्शल मैक्लूहन ने कहा था "मीडिया ही संदेश है।" मीडिया का महत्व अपने आप सिद्ध होता है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आने और छपाई के विधा में नयी-नयी विधाओं के आ जाने से जनजीवन में नयी चेतना आयी है। लोगों में जानने की जिज्ञासा बढ़ी है। समाचारपत्रों एवं टी०वी० चैनलों का तेजी से फैलाव हुआ है। अब विज्ञान सम्बन्धी विविध कार्यक्रमों का टी०वी० पर प्रसारण होने लगा है। इससे लोगों की जानकारी का दायरा बढ़ा है। इसकी जरूरत भी थी। अब समाचारपत्रों में विज्ञापन तकनीक संबंधी विशेष कालम, विशेष पृष्ठ, पुल आउट तथा विशेष अंक छपने लगे हैं। विज्ञान सम्बन्धी लेखकों की संख्या बढ़ी है।

टी०वी० के जरिए जनता में विज्ञान को लोकप्रिय बनाया जा सकता है। विद्यार्थी भी टी०वी० की मदद से विज्ञान की शिक्षा प्राप्त कर सकते हैं। इससे देश में वैज्ञानिक माहौल बनाने में मदद मिल सकती है। विज्ञान संबंधी वीडियो टेप बनाकर टी०वी० के माध्यम से उसका प्रसारण किया जा सकता है। भौतिक शास्त्र, रसायन शास्त्र, वनस्पति विज्ञान, प्राणिशास्त्र आदि की नयी-नयी जानकारी दूर-दूर गाँव तक बैठे विद्यार्थियों तक पहुँचायी जा सकती है। वे प्रयोग के लिए नोट्स ले सकते हैं। उनके शिक्षक भी लाभ उठा सकते हैं। हमारे देश में विज्ञान शिक्षा का व्यापक तंत्र है, जिसे टी०वी० के जरिए प्रस्तुत करने की आवश्यकता है। शिक्षण संस्थायें ऐसे पाठ तैयार करके टी०वी० के जरिए उनका प्रसारण कर सकती हैं। रेडियो के जरिए भी यह कार्य हो सकता है। आज रेडियो करीब-करीब शत प्रतिशत जनता तक पहुँच रहा है। विदेशी विश्वविद्यालयों के विज्ञान कार्यक्रम प्राप्त करके उन्हें भी प्रसारित किया जा सकता है। इसके लिए लेखकों की जरूरत है। जहाँ विज्ञान के ज्ञाता लेखक लेखन का कार्य करें वहीं पत्रकार भी विज्ञान सम्बन्धी विषयों का अध्ययन करके उन विषयों पर लिखें। पत्रकारों को इस कार्य में प्रशिक्षित करने के लिए उनकी कार्यशालायें आयोजित हो सकती हैं, जहाँ विज्ञान के जानकार नई शोध से उन्हें परिचित करा सकते हैं और उन बातों को लोगों के लिए उपयोगिता की ओर ध्यान दिला सकते हैं।

इसके लिए आडियो कैसेट, वीडियो कैसेट प्राप्त किए जा सकते हैं। विज्ञान के विद्यार्थी को भी उनके टेप दिए जा सकते हैं। उन्हें पूरी जानकारी देने कुछ जटिल प्रश्नों के समाधान देने, विद्यार्थियों द्वारा प्रयोग करने पर उनकी दिक्कतों का पता लगाकर समाधान करने आदि कार्य उपयोगी हो सकते हैं। अब दूरस्थ शिक्षा (डिस्टैन्स एजुकेशन) की संस्थायें भी विज्ञान की शिक्षा देने लगी हैं। आज नयी तकनीक के कारण जहाँ शिक्षकों का काम आसान हुआ है, विदेशों में तो सेटलाइट की मदद से विज्ञान की शिक्षा दी जाने लगी है। इन सारे विषयों में लिखने के लिए विज्ञान के विद्वानों को आगे आना होगा।

इसमें कोई शक नहीं कि लोगों तक विज्ञान का ज्ञान पहुँचाने में उनमें जागृति आयी है। अज्ञान और अविश्वास किस तरह हावी हो जाता है, इसका उदाहरण पान देने लायक है। नवम्बर 1960 में तात्कालीन प्रधानमंत्री पं० जवाहर लाल नेहरू ने मध्य प्रदेश में चंबल नदी पर बने बाँध का उद्घाटन किया था, जहाँ पन बिजली पैदा होनी थी, और वहाँ के खेतों में सिंचाई भी होनी थी। कई सालों तक किसानों ने सिंचाई का पानी नहीं लिया। उनका कहना था कि “पानी में से बिजली तो निकाल ली, अब क्या बचा? पोका पानी नहीं लेंगे” धीरे-धीरे यह धारणा दूर हुई। उसी बाँध से सिंचित क्षेत्र बाद में राज्य में हरित-क्रांति में सहायक बना। उस इलाके के किसानों की आर्थिक दशा सुधरी। इस क्षेत्र में कृषि उत्पादन पर आधारित उद्योग बड़ी मात्रा में स्थापित हुआ।

4.3.4 विज्ञान पत्रकारिता

विश्व में प्रथम वैज्ञानिक पत्रिका का आरम्भ सन् 1665 में फ्रांस में हुआ था, जिसका श्रेय ‘जुनाल दे सेवांस’ को जाता है। इसके मात्र तीन माह उपरांत लंदन की रायल सोसायटी के तत्कालीन सचिव हेनरी ओल्डनबर्ग ने ‘फिलोसाफिकल ट्रांजिक्शन’ का प्रकाशन प्रारम्भ किया। ‘जुर्नाल दे सेवांस’ में मौलिक वैज्ञानिक शोध निष्कर्ष के अतिरिक्त पुस्तकों की समालोचना पर भी बल दिया जाता था, जबकि ‘फिलोसाफिकल ट्रांजिक्शन’ में मुख्यतः शोध निष्कर्ष ही प्रकाशित होते थे, दोनों निजी पत्रिकायें थीं। कुछ व्यक्ति ‘फिलोसाफिकल ट्रांजिक्शनस’ को ही विश्व की प्रथम वैज्ञानिक पत्रिका मानते हैं।

भारत में प्रथम वैज्ञानिक पत्रिका एशियाटिक रिसर्च थी, जिसका प्रकाशन सन् 1788 में रायल एशियाटिक सोसायटी ने आरम्भ किया। कुल मिलाकर भारतीय भाषाओं की प्रथम वैज्ञानिक पत्रिका होने का श्रेय बंगला भाषा की ‘पाथ्वावली’ को जाता है जिसका प्रारम्भ 1821 में हुआ था। जब हिन्दी में वैज्ञानिक पत्रिकाओं का नियमित प्रकाशन आरम्भ हुआ, उस समय तक यूरोपीय भाषाओं में विज्ञान लेखन शोध निष्कर्ष तथा लोक विज्ञान दोनों प्रकार के लेखन की सुदृढ़ परम्परा विकसित हो चुकी थी।

भारत में हिन्दी में वैज्ञानिक तथा तकनीक क्षेत्रों में अनुभवों को लिपिबद्ध करने की परम्परा का अभाव था। हमारे शिल्पी जो अपने क्षेत्रों में विश्व के किसी भी देश के वैज्ञानिकों से कम नहीं थे, अपने व्यावहारिक ज्ञान को लिपिबद्ध करने में असमर्थ थे। वे उसे पीढ़ी दर पीढ़ी ही हस्तांतरित करते थे। अतः लिपिबद्ध सामग्री का अभाव ही रहा।

हिन्दी में वैज्ञानिक पत्रिकाओं का प्रकाशन बीसवीं सदी के द्वितीय दशक में हुआ। हिन्दी में वैज्ञानिक पत्रिकाओं को प्रारम्भ करने का श्रेय ‘आयुर्वेद महासम्मेलन पत्रिका’ को दिया जाता है। इसका प्रकाशन 1913 में प्रारम्भ हुआ था। गर्व का विषय है कि यह मासिक पत्रिका आज भी नियमित रूप से प्रकाशित हो रही है। ‘आयुर्वेद महासम्मेलन पत्रिका’ के दो वर्ष बाद इलाहाबाद से विज्ञान परिषद द्वारा ‘विज्ञान’ का प्रकाशन आरम्भ हुआ। ‘विज्ञान’ का अपना गौरवशाली इतिहास है। इससे हिन्दी के माध्यम से विज्ञान का प्रचार-प्रसार करने वाले अनेक विद्वानों का अत्यन्त घनिष्ठ संबंध रहा है। अपनी हीरक जयंती धूमधाम से मनाने के पश्चात् शतायु की ओर अग्रसर है।

वैज्ञानिक पत्रिकाओं को दो वर्गों में बाँटा जा सकता है। पहले वर्ग में वे पत्रिकायें आती हैं जिनमें वैज्ञानिक अपने शोध निष्कर्ष प्रकाशित करते हैं। अतः इनकी भाषा और शैली उनके अनुरूप होती है। जन साधारण के लिए आमतौर से ये उपयोगी नहीं होतीं उनकी विषयवस्तु को भली प्रकार समझना कठिन होता है। दूसरे वर्ग में वे पत्रिकायें आती हैं जिनमें महत्वपूर्ण और सार्वजनिक दृष्टि से उपयोगी शोध निष्कर्ष को ऐसी भाषा शैली में प्रकाशित किया जाता है, जिससे जनसाधारण भी उन्हें समझ सकें। आरम्भ में शोध पत्रिकाओं का प्रकाशन हुआ था। आज भी इसी प्रकार की वैज्ञानिक पत्रिकाओं की संख्या अधिक है।

शोध पत्रिका की दृष्टि से देखा जाए तो हिन्दी में आज भी उनकी संख्या अत्यन्त कम है। अंग्रेजी की तुलना में यह नगण्य है। इन पत्रिकाओं में विज्ञान परिषद अनुसंधान पत्रिका, आयुर्वेद पत्रिका, जर्नल आफ रिसर्च इन इंडियन मेडिसिन, भारतीय कृषि अनुसंधान पत्रिका और जर्नल आफ साइन्टिफिक एवं इंडस्ट्रियल रिसर्च आदि कुछ पत्रिकाओं को ही सम्मिलित किया जा सकता है। इनमें विज्ञान परिषद द्वारा प्रकाशित की जाने वाली विज्ञान परिषद अनुसंधान पत्रिका सबसे पुरानी है। इसका प्रकाशन 1958 में आरम्भ हुआ था। इस त्रैमासिक पत्रिका में पहले अंग्रेजी से अनुवाद कर के शोध लेख प्रकाशित किए जाते थे परन्तु अब हिन्दी में भी शोध लेख प्रकाशित होने लगे हैं। वैज्ञानिकों की दृष्टि में शोध पत्रिकाओं का विशेष महत्त्व है परन्तु साधारण जनता के लिए दूसरे वर्ग की पत्रिकायें-लोक विज्ञान पत्रिकायें ही अत्यधिक उपयोगी सिद्ध होती हैं।

हिन्दी लोक विज्ञान पत्रिकाओं में अनेक पत्रिकायें ऐसी होती हैं जिनमें हिन्दी के अतिरिक्त अंग्रेजी में भी सामग्री प्रस्तुत की जाती है। कुछ ऐसी हैं जिनमें हिन्दी और अंग्रेजी के साथ-साथ अन्य भारतीय भाषाओं की सामग्री पाई जाती है। आयुर्वेद महासम्मेलन पत्रिका के अन्तर्गत हिन्दी, अंग्रेजी तथा संस्कृत भाषा में सामग्री प्रकाशित होती है। साठ और सत्तर के दशक में 'नवभारत टाइम्स' में विज्ञान स्तम्भ नियमित रूप से प्रकाशित होता था।

हरीश अग्रवाल अनेक वर्षों तक इस स्तम्भ को लिखते रहे। डा० कृष्ण कुमार गुप्त और बाद में डा० रमेश दत्त शर्मा विज्ञान की उपलब्धियों की चर्चा रोचकता पूर्वक करते थे। वैज्ञानिक सामग्री प्रकाशित करने में साप्ताहिक हिन्दुस्तान का स्थान एक समय में अग्रणी माना जाता था। उसके प्रोत्साहन से हिन्दी में विज्ञान लेखकों की नई पीढ़ी तैयार हुई। बाद में धर्मयुग और अब इण्डिया टुडे तथा आउट लुक भी विज्ञान परक लेख प्रकाशित करते रहते हैं।

4.4 प्रौद्योगिकी

यंत्रीकरण, विज्ञान और प्रौद्योगिकी प्रमुख क्षेत्रों में से एक क्षेत्र है जो राष्ट्रीय गतिविधियों के महत्त्वपूर्ण क्षेत्रों जैसे शिक्षा, वैज्ञानिक अनुसंधान, उद्योग, कृषि, औषधि एवं स्वास्थ्य इत्यादि पर महत्त्वपूर्ण प्रभाव डालते हैं। विज्ञान और प्रौद्योगिकी विभाग अपने यंत्रीकरण विकास कार्यक्रम के माध्यम से यंत्रीकरण के क्षेत्र को प्रोत्साहित करता रहा। इसका उद्देश्य अनुसंधान कार्यों के लिए स्वदेशी क्षमता को सशक्त बनाना, देश में ही यंत्रों की डिजाइनिंग कर उनका विकास करना। ताकि उनका अपने ही देश में विकास व उत्पादन किया जा सके। प्रौद्योगिकी को लगातार बढ़ाते रहना ताकि विश्व स्तर पर होने वाले प्रौद्योगिकी विकास कार्यों के साथ कदम से कदम मिलाकर चला जा सके। और समय-समय पर यंत्रीकरण के क्षेत्रों में अनुसंधान/डिजाइन/विकास कार्य करने तथा नव प्रवर्तन हेतु आई०डी०जी० के तहत परियोजनाओं को सहायता उपलब्ध करना होता है। देश में विभिन्न आर०एण्ड डी० संगठनों में विश्लेषणात्मक चिकित्सा पर्यावरण प्रदूषण, नियंत्रण, जांच एवं अनुमापन, खाद्य प्रसंस्करण भू-विज्ञान, कृषि इलेक्ट्रॉनिक, वस्त्र निर्माण, चमड़ा, यंत्रीकरण के कार्यक्रम शामिल हैं।

4.4.1 प्रौद्योगिकी का स्वरूप एवम् विकास

प्रौद्योगिकी विकास बोर्ड अधिनियम 1995 के प्रावधानों के तहत सितम्बर 1996 में प्रौद्योगिकी विकास बोर्ड का गठन किया गया। इसका उद्देश्य स्वदेशी प्रौद्योगिकी के विकास व वाणिज्यीकरण को बढ़ावा देना तथा आयातित प्रौद्योगिकियों को विस्तृत घरेलू अनुप्रयोगों के लिए उपनाना था। यह बोर्ड औद्योगिक इकाइयों तथा दूसरी एजेंसियों को वित्तीय सहायता उपलब्ध कराता है।

हाल के वर्षों में बोर्ड ने चार व्यापारिक उद्यमों के साथ समझौता पर हस्ताक्षर किया। इन परियोजनाओं की कुल लागत 18.93 करोड़ रुपये है। बोर्ड द्वारा 5.42 करोड़ रुपए का ऋण स्वीकृत किया गया।

1996 में इसके गठन से ही बोर्ड ने 91 करारों पर हस्ताक्षर किया है। बोर्ड की 363.50 करोड़ रुपये की बचत है। सहायता सहित इसकी कुल परियोजना लागत 1007.40 करोड़ रुपए हैं। इन 91 करारों में 3 एजेंसियों के साथ 3 करार भी शामिल हैं और शेष करार 15 राज्यों और केन्द्रशासित प्रदेशों में फैले व्यवसायिक उद्यमों के साथ किए गए हैं।

सरकार ने नए तकनीक उद्यमियों को विशेषकर शुरुआती अवस्था में पर्याप्त अवसर प्रदान किए हैं। बोर्ड ने उनमें से कुछ की मदद वित्तीय संस्थाओं एवं व्यावसायिक बैंकों से आसानी से ऋण प्राप्त करने में भी की। बोर्ड के लाभार्थियों में 20 नए उद्यम थे। बोर्ड द्वारा प्रदान की गई वित्तीय सहायता विभिन्न क्षेत्रों को विकसित करने में लगी है। जैसे स्वास्थ्य एवं चिकित्सा इंजीनियरी, रसायन, कृषि, परिवहन, ऊर्जा और कचरा प्रौद्योगिकी इत्यादि बोर्ड से लाभ प्राप्त करने वालों में पब्लिक लिमिटेड, और प्राइवेट लिमिटेड कम्पनियाँ हैं।

4.4.2 प्रौद्योगिकी के प्रकार

प्रौद्योगिकी को कई श्रेणियों में बाँटा जा सकता है। जैसे-विकसित यंत्र प्रणाली, चिमनियों एवं भट्टों के लिए पोटैबल-स्टेक ओपेसिटी मॉनिटर, भू-तकनीकी अनुप्रयोगों के लिए मल्टीपल यूजर-फील्ड आपरेटेट डेटा रिकार्डर, कैंसर रोगियों के लिए कम्प्यूटर सूचना मावाक, मिलों में धागे की विभिन्न अवस्थाओं में ऊर्जा की खपत के आंकलन मानीटरन एवं नियंत्रण के लिए प्रणाली, धागे के लिए लाइट फास्टनेस टेस्टिंग मशीन, सूक्ष्म अर्हता निवेदक चावल अनाज फ्लेकिंग उद्योग में स्वचालन, जल तापीय स्रोतों में हिलियम के लिए पायलर इनरिचमेंट संयंत्र, खनिज प्रसंस्करण उद्योगों के लिए उन्नत प्रसंस्करण नियंत्रण तथा सर्वोत्तम प्रौद्योगिकी।

4.4.3 जनजीवन को प्रभावित करने वाली प्रौद्योगिकी

सामाजिक कार्यक्रम का लक्ष्य संसाधनों के तर्क संगत प्रबन्धन विज्ञान और प्रौद्योगिकी अनुभव तथा लोगों की दक्षताओं द्वारा उचित लाभ अर्जित करना है। ग्रामीण क्षेत्रों में लोगों के लाभ हेतु विशिष्ट हस्तक्षेप पैकेजों को लाना सम्भव हो गया है। विशेष तौर पर कमजोर वर्गों जैसे महिलाओं जनजातियों तथा अनुसूचित जनजातियों के लिए।

- (i) **ग्रामीण विकास के लिए विज्ञान और प्रौद्योगिकी** – इस कार्यक्रम के तहत ग्रामीण विकास के क्षेत्र में कार्य करने के लिए वचनबद्ध युक्त वैज्ञानिकों सहित इच्छुक वैज्ञानिकों द्वारा कार्यवाहीपरक अनुसंधान एवं विकास कार्य करने का अवसर मिलता है। इससे स्थानीय नेटवर्किंग तथा विज्ञान और प्रौद्योगिकी आधारित स्वैच्छिक संगठनों और विकासात्मक एजेंसियों में समन्वय करने में भी मदद मिलती है।
- (ii) **कमजोर वर्ग के लिए विज्ञान और प्रौद्योगिकी** – ग्रामीण एवम् शहरी क्षेत्रों में समाज के आर्थिक रूप से कमजोर वर्गों का विकास करना है। यह ग्रामीण शिल्पकारों, भूमिहीन मजदूरों आदि के सुधार के लिए विशिष्ट विज्ञान और प्रौद्योगिकी की जानकारी पर ध्यान देती है। उपलब्ध स्थानीय संसाधनों पर आधारित मूल विचारों को शामिल कर बहुक्षेत्रात्मक दृष्टिकोण तथा निर्णय लेने की प्रक्रिया में प्रत्यक्ष लाभकारी समूहों को शामिल करने पर ध्यान दिया जाता है।
- (iii) **शैक्षिक रूप से अपंग और लाभ वंचित युवाओं के लिए डेस्क टॉप पब्लिशिंग तथा कम्प्यूटर प्रशिक्षण** – एबलिटी एड्स इंडिया इंटरनेशनल ने शैक्षिक रूप से अपंग तथा लाभवंचित युवाओं के लिए प्रशिक्षण उपलब्ध कराने

के लिए कार्यक्रम प्रबंधन हेतु एक साफ्टवेयर का विकास किया है। साफ्टवेयर स्कैनरों एवं प्रिन्टरों के प्रयोग से डी०टी०पी० टाइप सेटिंग में अपंग विद्यार्थियों को उपयुक्त प्रशिक्षण एवं जानकारी दी जाएगी। इसके तहत डी०टी०पी० न्यूजलेटर्स पत्रिकाएं, ब्रोशर्स विज्ञापन तकनीकी रिपोर्ट, स्कैन्ड फोटोग्राफ तथा एनिमेटेड तस्वीरों के साथ विभिन्न भाषाओं में दस्तावेज तैयार करने के लिए एक फास्ट फाइंडिंग एजुकेशन है। इससे विद्यार्थियों में महत्वपूर्ण सामाजिक बदलाव के साथ समाज की मुख्य धारा में आने के आत्म विश्वास का विकास होगा।

4.5 सारांश

वर्तमान युग विज्ञान प्रौद्योगिकी का युग है। रोज ही नये आविष्कार हो रहे हैं। यह समाचार सुन कर आप को कैसा लगेगा कि कोई मरे ही नहीं वह समय दूर नहीं जब मुर्दे पुनः जीवित किए जा सकेंगे। आज वैज्ञानिकों ने ऐसी औषधियों की खोज कर ली है जिससे अकाल मृत्यु को प्राप्त व्यक्ति के शव को सुरक्षित रख कर उन बीमारियों का इलाज ढूँढ़ कर उस व्यक्ति को पुनः जीवित किया जा सकेगा। इसके अतिरिक्त मंगल ग्रह पर बसने की बात भी आज वैज्ञानिकों द्वारा की जा रही है। कुछ वैज्ञानिकों का अनुमान है कि आगामी 50 वर्षों के अन्दर ही मंगल ग्रह पर मानवों का साम्राज्य स्थापित हो जायेगा और इस दूसरी दुनिया का जन-जीवन पृथ्वी से कहीं अधिक विकसित एवं परिष्कृत होगा। विज्ञान के विकास की सम्भावनाएँ अनन्त हैं।

4.6 संदर्भ ग्रन्थ

1. कृषि एवं ग्रामीण विकास पत्रकारिता - डा० अर्जुन तिवारी
2. भारत सरकार की वार्षिक रिपोर्ट -
3. हिन्दी पत्रकारिता स्वरूप और आयाम - राधेश्याम शर्मा

4.7 शब्दावली

प्रौद्योगिकी	-	तकनीकी ज्ञान
विपणन	-	मार्केटिंग, उत्पाद को बाजार में बेचना

4.8 प्रश्नावली

लघु उत्तरी प्रश्न

1. जीवन स्तर को ऊँचा उठाने में विज्ञान का महत्व समझाइए।
2. कृषि पत्रकारिता का ग्रामीण जीवन पर प्रभाव स्पष्ट कीजिए।
3. जीवन को बेहतर बनाने में वैज्ञानिक चेतना का महत्व बताइए।
4. 'प्रौद्योगिकी एवं विज्ञान ने अपंगों को नयी जिन्दगी दी' इस कथन को स्पष्ट करें।

दीर्घ उत्तरी प्रश्न

1. कृषि पत्रकारिता का उद्भव, एवं विकास का वर्णन करें।
2. विज्ञान पत्रिका के इतिहास पर एक लेख लिखें।
3. प्रौद्योगिकी ने जन जीवन को प्रभावित किया है, इस पर अपना मत स्पष्ट करें।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

कृषि, विज्ञान और प्रौद्योगिकी

1. प्रौद्योगिकी विकास बोर्ड का गठन कब हुआ -
(i) 1995 (ii) 1996 (iii) 1970 (iv) 1984
2. कृषि पत्रकारिता के लिए स्वर्ण युग कौन सा वर्ष था
(i) 1966 (ii) 1972 (iii) 1956 (iv) 1958
3. विश्व में प्रथम वैज्ञानिक पत्रिका की शुरुआत कब हुई
(i) फ्रांस में (ii) इंग्लैण्ड में
(iii) जर्मनी में (iv) मिस्र में

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1. II
2. I
3. I

इकाई की रूपरेखा

- 5.0 उद्देश्य
- 5.1 प्रस्तावना
- 5.2 आर्थिक पत्रकारिता
 - 5.2.1 भारत में आर्थिक पत्रों की शुरुआत
 - 5.2.2 विकसित और विकासशील देशों में आर्थिक पत्र
 - 5.2.3 आर्थिक समाचारों के प्रकार
- 5.3 वाणिज्यिक पत्रकारिता
 - 5.3.1 भारत में वाणिज्यिक पत्रकारिता
 - 5.3.2 वाणिज्यिक पत्रकारिता के प्रकार
 - 5.3.3 वाणिज्यिक समाचार की उपयोगिता
 - 5.3.4 वाणिज्यिक रिपोर्टिंग में सावधानी
 - 5.3.5 वाणिज्यिक पत्रकारिता का भविष्य
- 5.4 औद्योगिक पत्रकारिता
 - 5.4.1 प्रतिष्ठित पत्रिकाएँ
 - 5.4.2 आंतरिक जनसम्पर्क पत्रिकाएँ
 - 5.4.3 बाह्य जनसम्पर्क पत्रिकाएँ
 - 5.4.4 संयुक्त जनसम्पर्क पत्रिकाएँ
- 5.5 सारांश
- 5.6 संदर्भ ग्रंथ
- 5.7 प्रश्नावली

5.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के पश्चात् आप आर्थिक, वाणिज्यिक एवं औद्योगिक पत्रकारिता के बारे में जानेंगे

- पाठकों की आर्थिक पत्रिका के बारे में जानने की जिज्ञासा का समाधान कर सकेंगे।
- आर्थिक, वाणिज्यिक पत्रकारिता और औद्योगिक पत्रकारिता में मूलभूत अंतर समझ सकेंगे।
- समाज में इन पत्र पत्रिकाओं की उपयोगिता जान सकेंगे।
- इन सभी पत्रिकाओं के विषय सामग्री को समझ सकेंगे।

5.1 प्रस्तावना

आर्थिक एवं वाणिज्यिक पृष्ठों का समावेश भारतीय समाचारपत्रों में हाल ही में हुआ है। अंग्रेजी एवं हिन्दी के समृद्ध समाचारपत्रों में तो इसके लिए पृथक से विभाग होते हैं। आजकल

हिन्दी एवं अन्य भारतीय भाषाई पत्रों में भी वाणिज्यिक व आर्थिक पत्रकारिता का विकास तेजी से हो रहा है। समाचारपत्रों में उद्योग और वाणिज्यिक के समाचार प्रकाशित होते रहते हैं। लेकिन इनके संकलन और वितरण का कोई सुव्यवस्थित प्रबन्ध नहीं है। भारत में आर्थिक व वाणिज्यिक समाचारों को लोक-प्रिय बनाने में समाचार समितियों का महत्वपूर्ण योगदान रहा है। देश के सभी प्रमुख समाचार समितियाँ टेलीप्रिन्टों के माध्यम से भारत के सभी मुख्य समाचारपत्रों को समाचार भेजती हैं।

5.2 आर्थिक पत्रकारिता

जीवन के किसी भी क्षेत्र में धन के बिना कोई कार्य करना सम्भव नहीं है। धन से संबंधित क्रियाकलापों को उजागर करने के लिए आर्थिक पत्रकारिता का महत्वपूर्ण स्थान है। समाचारपत्रों तथा पत्रिकाओं में प्रकाशित होने वाले अर्थ सम्बन्धी लेख, मुद्रा बाजार, पूंजीबाजार, राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय आय, वस्तु बाजार, पंचवर्षीय योजना, श्रम बजट, ग्रामोद्योग आदि से सम्बन्धित समस्त समाचार पाठकों को अत्यधिक आकर्षित करते हैं। आर्थिक पत्रकारिता को विकसित करने के लिए अनेक समाचारपत्र एवं पत्रिकाएँ अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। हमारे देश में अनेक पत्रिकाओं के माध्यम से अर्थशास्त्र, वाणिज्य और औद्योगिक रिपोर्टों में लोगों के रुचि को बढ़ाने का प्रयास पिछले कई वर्षों से चल रहा है। यूरोप एवं जापान की तुलना में भारत में अर्थव्यवस्था का बाजारीकरण देर से प्रारम्भ हुआ लेकिन उदारीकरण की नीति की गतिशीलता के फलस्वरूप पूँजी बाजार का भी विस्तार होता गया और आर्थिक पत्रकारिता का भी विकास होने लगा। आज इसका पाठक वर्ग बहुत बड़ा है। परन्तु हिन्दी में आर्थिक समाचारपत्रों की कमी कभी भी महसूस की जा रही है।

5.2.1 भारत में आर्थिक पत्रों की शुरुआत

भारत में आर्थिक पत्रकारिता का प्रारम्भ सन् 1961 में हुआ। इससे पहले भारत में कोई आर्थिक समाचारपत्र नहीं था। अंग्रेजी शासन में यहाँ व्यापार और उद्योग से सम्बंधित गतिविधियाँ नगण्य थीं, क्योंकि अंग्रेजों ने भारत में आर्थिक विकास के लिए कोई कदम नहीं उठाया। परिणामस्वरूप 20वीं शताब्दी के प्रारम्भिक वर्षों में भारत में कृषि और औद्योगिक धंधे मन्द गति से आगे बढ़े।

सन् 1900 से 1950 तक भारत में आर्थिक वृद्धि की वार्षिक दर १/२ प्रतिशत की रही। इसका प्रमुख कारण अंग्रेजों द्वारा लम्बी अवधि तक भारत में आर्थिक गतिविधियों को हतोत्साहित करना था। प्रसिद्ध अर्थशास्त्री जे०आर०हिपस, एस मुखर्जी और एस०के०घोष का मत है कि सन् 1885 से 1905 और 1925 से 1950 के बीच भारत में प्रति व्यक्ति औसत आय में अत्यधिक गिरावट आई थी जबकि 1930 से 1935 और 1945 से 1951 के मध्य इसमें एक प्रकार से ठहराव आ गया था।

आर्थिक पत्रकारिता आर्थिक गतिविधियों के फलस्वरूप ही पनपती है। पश्चिम के विकसित देशों और जापान में जैसे-जैसे कापेरिट सेक्टर विकसित होता गया, आर्थिक समाचारपत्र भी निकलने लगे। उत्पादन बढ़ने से ज्यों-ज्यों आर्थिक गतिविधियाँ तीव्र होती गईं, आर्थिक पत्रकारिता का महत्व भी बढ़ता गया। स्टाक एक्सचेंज बाजारों के विस्तार के कारण आर्थिक समाचारपत्र लोकप्रिय होने लगे क्योंकि शेयर बाजार में धन लगाने के इच्छुक लोग कापेरिट सेक्टर के विषय में उचित जानकारी रखना चाहते हैं।

कौन सी कम्पनी पूँजी बाजार में ऊँची जा रही है, कौन सी कम्पनियाँ अधिक मुनाफा कमा रही हैं, कौन सी कम्पनियाँ भविष्य में मुनाफा कमा सकती है, कोई कम्पनी कैसे आगे बढ़ती है, कुछ विशेष कम्पनियों के आगे आने की क्या कार्य योजना है, तथा बाजार भाव और लाभांश

बढ़ाने के लिए कम्पनी क्या तरीके अपना रही है, आदि अनेक प्रकार के प्रश्नों के उत्तर जानने में लोगों की उत्सुकता थी। न्यूयार्क से प्रकाशित होने वाला द 'वाल स्ट्रीट जनरल' और लंदन का 'द फाइनेन्शियल टाइम्स' दो प्रमुख समाचारपत्र हैं जो बाजार के विस्तार का सीधा लाभ पाने में सफल रहे जिससे उनकी माँग भी बढ़ती गयी। जैसे-जैसे व्यापार देश की सीमाओं के बाहर निकल कर अन्तर्राष्ट्रीय रूप लेता गया, इन दोनों समाचारपत्रों की माँग भी बाहर के देशों में बढ़ती गयी।

5.2.2 विकसित और विकासशील देशों में आर्थिक पत्र

जहाँ एक ओर विकसित देशों में आर्थिक पत्रकारिता तीव्र गति से विकसित हुई वहीं दूसरी ओर विकासशील देशों में तथा पूर्व सोवियत यूनियन एवं पूर्वी यूरोप की नियंत्रित अर्थव्यवस्था में इसका विकास शिथिल पड़ा रहा। इस सब देशों की तुलना में भारत ने बहुत हासिल की। सन् 1961 में भारत में आर्थिक पत्रकारिता का उदय हुआ। इसके कई कारण रहे। प्रथम, भारत में यह क्षेत्र काफी विस्तार से बढ़ा, दूसरे उद्यमी वर्ग बहुत तेजी से बाजार में पैसा लगाने के लिए आगे आया, इसके साथ ही यहाँ का एक वर्ग अंग्रेजी भाषाई पत्रों में भी रुचि रखता था।

मुख्यतः भारत में आर्थिक पत्रकारिता का प्रारम्भ 1961 से शुरू हुआ। आजादी से पूर्व भी इस क्षेत्र में कुछ हलचल देखी जा सकती है। आजादी से पूर्व बम्बई प्राप्त से कुछ आर्थिक पत्र निकलते थे। इनमें उद्योगों के विकास और उनकी समस्याओं का विवरण तथा विश्लेषण प्रस्तुत किया जाता था। इनके पास आँकड़ों का विशाल भंडार था। इसका स्वरूप व्यावसायिक कम और शैक्षणिक अधिक था। यह एक साप्ताहिक पत्रिका थी। जिसका प्रकाशन मफतलाल ग्रुप द्वारा किया जाता था। एक समय था जब भारत में आर्थिक समाचारों को एक वर्ग विशेष के लिए रुचिकर माना जाता था। आम जनता का उसमें कोई रुझान नहीं था। आज स्थितियाँ बदल गयी हैं। देश की आर्थिक योजनाओं में, आर्थिक विकास में तथा अर्थतन्त्र में जन रुचि निरन्तर बढ़ने लगी है। शेर बाजार में तो यह रुची झरनी ज्यादा हो गयी है कि घर-घर में इन पर चर्चा सुनने को मिलने लगी है। सामान्य व्यक्ति भी शेयर में अपनी पूँजी लगाने लगा है। इसके अतिरिक्त सरकार की विविध बचत योजनाओं के प्रति भी जन आकर्षण बढ़ने लगा है। यही कारण है कि आज के समाचारपत्र भी आर्थिक जगत को हलचलों को प्रमुखता से प्रकाशित कर रहे हैं। समर्थ और साधन सम्पन्न समाचारपत्र संस्थानों को विशेष रूप से आर्थिक संवादादाताओं की नियुक्तियाँ भी होती हैं।

5.2.3 आर्थिक समाचारों के प्रकार

1. सूचनात्मक- विभिन्न मण्डियों या क्षेत्रों से प्राप्त सूचनाओं के आधार पर दरों और भावों के उतार-चढ़ाव और उनके अनुमानित झुकावों की जानकारी तथ्यों और आँकड़ों के रूप में दी जाती है। कम से कम स्थानों में अधिक से अधिक जानकारी के समाचार देकर जनताको सूचित करने का कार्य किया जाता है। इसके लिए आँकड़ों का प्रयोग जो एक विशिष्ट शैली में दिए जाते हैं, जिसे साहूकारों की भाषा तो नहीं कहेंगे परन्तु आर्थिक समाचारों के जिज्ञासु पाठकों की भाषा कह सकते हैं क्योंकि वे इन समाचारों पर एक नजर डालते ही समझ जाते हैं कि आगामी दिनों में बाजार का क्या रुख रहेगा।

2. विश्लेषणात्मक - मण्डियों में दरों के दैनिक उतार-चढ़ाव को दृष्टिगत रखते हुए साप्ताहिक, पाक्षिक एवं अन्य किसी निश्चित अवधि में सामान्यतः अनाज, कपास, सोना, चाँदी अन्य कच्चे माल एवं सेवाओं के भावों की क्या स्थिति रही, भाव में चढ़ाव रहा अथवा उतार इसकी जानकारी लेकर उस पर विशेष रिपोर्ट लिखा जाता है। इस प्रकार के विश्लेषणात्मक लेखों को पढ़कर पाठक भविष्य के बाजार की स्थिति की समीक्षा करने में सफल होते हैं, एवम् व्यापारिक क्षेत्रों में पैसा लगाना है अथवा नहीं इसका निर्णय लेते हैं।

आर्थिक समाचार प्रायः आर्थिक एवं व्यावसायिक संगठनों, बैंक, वित्तीय तथा औद्योगिक निगमों एवं संगठनों, सरकारी संगठनों, श्रमिक संगठनों आदि से प्राप्त किए जा सकते हैं। अतः आर्थिक संवाददाताओं को इन निगमों तथा संगठनों से अपना सम्पर्क बनाए रख कर समाचार की रिपोर्टिंग करना लाभप्रद होता है।

आज अनेक समाचारपत्र आर्थिक पत्रकारिता के क्षेत्र में कार्य कर रहे हैं। आर्थिक पत्रकारिता के पहले दो दशक लगभग अस्तित्वहीन ही रहे क्योंकि भारत का आर्थिक विकास रुसी पद्धति से प्रभावित रहा। अर्थव्यवस्था पूर्ण रूप से नियंत्रित थी। सरकारी क्षेत्र फल फूल रहे थे जबकि निजी क्षेत्र का महत्त्व निरन्तर गौण होता जा रहा था। आर्थिक विकास किसी क्षेत्र की क्षमता और सफलता पर आधारित न होकर किन्हीं मुख्य मुद्दों पर आधारित था।

अस्सी के दशक के अन्त तक बाजारों का विस्तार हो चुका था। अधिकतर लोग स्टॉक मार्केट के उतार चढ़ाव के बारे में अधिक से अधिक जानकारी प्राप्त करने में रुचि लेने लगे थे। क्योंकि ज्यादातर शेयर होल्डर शेयर जगत के टेढ़े-मेढ़े रास्तों से परिचित नहीं थे। वे हर तरह की सूचना के लिए पत्रिकाओं और समाचारपत्रों पर निर्भर थे। फलतः बाजार नए पत्रिकाओं से आबाद हो गया मनी, फाइनेन्स विजार्ड, दलाल स्ट्रीट जर्नल जैसे अनेक पत्रों का इस क्षेत्र में विकास हुआ। मनी और दलाल स्ट्रीट जर्नल के हिन्दी संस्करण भी प्रकाशित होने लगे।

सन् 1991 में भारतीय अर्थव्यवस्था में भारी परिवर्तन हुआ। वह खास ढाँचा जो नियमों से नियंत्रित होता था, लाइसेंस परमिट आदि पर टिका था, तोड़ दिया गया। पूरी व्यवस्था बाजार पर टिक गई। कारपोरेट क्षेत्र अत्यंत महत्त्वपूर्ण हो गया। सरकार ने विदेशी पूँजी निवेश का नियंत्रण हटा दिया। बाहर की अधिक पूँजी और तकनीक को आकर्षित करने के लिए सीमा शुल्क में भारी कमी कर दी गई। इस परिवर्तन से अधिक पत्रकारिता के क्षेत्र में एक नया अध्याय जुड़ गया जिससे आर्थिक पत्रकारिता को और भी प्रोत्साहन मिला।

भारतीय भाषाओं में आर्थिक समाचारपत्रों का सफल प्रयोग 'फाइनेंशियल एक्सप्रेस' ने किया। 1991 में अहमदाबाद से गुजराती में इस समाचारपत्र को प्रारम्भ किया गया। अंग्रेजी 'फाइनेंशियल एक्सप्रेस' की समाचार सेवा के कारण इसकी समाचार एकत्र करने की लागत कम रही। दूसरे वर्ष में प्रवेश करने तक इसकी प्रसार संख्या 10,000 तक पहुँच गयी।

भारत में आर्थिक पत्रकारिता एक अच्छी स्थिति में पहुँच रही है। अर्थव्यवस्था के बाजारीकरण के कारण विश्व के विनियोजनकर्ताओं की रुचि भारत के उद्योगों में बहुत बढ़ गई है। इसके साथ शेयर खरीदने वालों की संख्या में भी अत्यधिक वृद्धि हुई है। ये लोग कम्पनियों की योजनाओं उनकी नीतियों, उसके वर्ष के लेखे जोखे और शेयर बाजार में हो रही घटनाओं को विस्तार से जानना चाहते हैं। अतः भारतीय भाषाओं में आर्थिक पत्रों को पढ़ने वालों की संख्या कम नहीं है। आवश्यकता है उपक्रमियों की जो समय को समझ अच्छे आर्थिक पत्र भारतीय भाषाओं में निकाल सकें।

हार्डवेयर के मेले में 58 करोड़ का कारोबार

नयी दिल्ली। भारत ने हाल में कोलोन जर्मनी में आयोजित अंतर्राष्ट्रीय हार्डवेयर मेले में 58 करोड़ रुपये का कारोबार किया। इसमें भाग लेने वाली कम्पनियों के अनुसार 26 करोड़ रुपये का व्यापार मेला स्थल पर ही हुआ, जबकि 32 करोड़ रुपये के व्यापारिक आर्डर मिले। मेले में देश की तीन प्रमुख कंपनियों ने भाग लिया था।

निजी कम्पनियों को पेट्रोलियम क्षेत्र में आमंत्रित किया जाएगा

नयी दिल्ली। सरकार ने 'तेल और प्राकृतिक गैस निगम' (ओ०एन०जी०गि) और 'डी इण्डियन आयल लिमिटेड' के साथ संयुक्त उपक्रम लगाने के लिए निजी क्षेत्र को आमंत्रित करने का निर्णय लिया है।

‘भारतीय प्रबंधन संस्थान’ द्वारा असम के विकास पर आयोजित एक संगोष्ठी का उद्घाटन करते हुए पेट्रोलियम मंत्री ने आज कहा कि तेल क्षेत्र में निवेश बढ़ाने के लिए यह निर्णय लिया गया है कि वर्तमान योजना में इस क्षेत्र में लगभग 6500 करोड़ रुपये में निवेश किए जायेंगे। उन्होंने कहा कि इसके अन्तर्गत राष्ट्रीय सीसमिक ग्रिड का निर्माण सीमांत क्षेत्रों और गहरे समुद्र में तेल की खोज आदि के लिए किए जायेंगे।

मंत्री महोदय ने बताया कि असम में तेल की खोज में नई निजी कंपनियाँ रुचि ले रही हैं। राज्य में तेल की खोज के लिए 10 ब्लाक खोलने के प्रस्ताव अब तक मिल चुके हैं। उन्होंने कहा कि पेट्रोलियम मंत्रालय उन सभी क्षेत्रों के विकास में योगदान देने के लिए वचनबद्ध है जहाँ निजी क्षेत्रों की भागीदारी सम्भव है। ये कम्पनियों, सड़कों, पुलों आदि की सुविधा बढ़ाने में निवेश कर सकती हैं।

5.3 वाणिज्यिक पत्रकारिता

आर्थिक एवं वाणिज्यिक पत्रकारिता का घनिष्ठ सम्बंध है। किसी भी देश की अर्थव्यवस्था में वाणिज्यिक (व्यावसायिक) पत्रकारिता का संबद्ध क्षेत्रों से विशेष महत्त्व होता है। इसी के माध्यम से उद्योगों, विभिन्न प्रकार के उपादानों एवं अनेक व्यापारिक गतिविधियों की जानकारी प्राप्त होती है। इसलिए बड़े-बड़े औद्योगिक प्रतिष्ठानों एवं व्यावसायिक केन्द्रों से अनेक वाणिज्यिक पत्रिकाओं को प्रकाशित किया जाता है। अंग्रेजी में तो ऐसे पत्रों की कमी नहीं है लेकिन हिन्दी में इनकी संख्या कम है। हिन्दी में पत्रिकाएँ अभी भी अपनी शुरुआती व्यवस्था में हैं, लेकिन देश में प्रकाशित होने वाले अनेक राष्ट्रीय एवं क्षेत्रीय स्तर के दैनिक समाचारपत्र इस कमी को पूरा कर रहे हैं। कुछ पत्रिकाएँ भी प्रकाशित होने लगी हैं, जिनके अंतर्गत वाणिज्य से सम्बन्धित जानकारियों को विवरण सहित स्थान दिया जाता है। दैनिक पत्रों में प्रतिदिन स्टॉक एक्सचेंज, सर्राफा बाजार, मंडी भाव, शेयर बाजार, कारोबार आदि का लेखा-जोखा वाणिज्यिक पत्रकारिता की ही देन है।

5.3.1 भारत में वाणिज्यिक पत्रकारिता

भारत में वाणिज्यिक पत्रकारिता का शुभारंभ ब्रिटिश मैनेजिंग एजेंसियों के प्रोत्साहन से हुआ। सन् 1886 में ‘कैपिटल’ नामक प्रथम वाणिज्यिक पत्रिका कलकत्ता से प्रकाशित हुई थी। इसके लगभग 50 वर्ष उपरान्त बम्बई में कामर्स नाम से पत्र निकला सन् 1928 एवं 1943 में दिल्ली से क्रमशः ‘इंडियन टाइम्स’ एवं ‘ईस्टर्न इकोनामिस्ट’ प्रकाशित हुआ। हिन्दी के दैनिक पत्रों में वाणिज्यिक समाचारों को सर्वप्रथम प्रकाशित करने का श्रेय ‘नवभारत टाइम्स’, ‘टाइम्स ऑफ इण्डिया’, ‘स्टेटसमैन’, ‘इंडियन एक्सप्रेस’ आदि महत्त्वपूर्ण दैनिकों को है जिनमें वाणिज्य से संबंधित समाचार छपते तो थे लेकिन वर्तमान की भाँति उनकी स्थिति अथवा छवि कोई विशेष नहीं थी। परन्तु आज प्रत्येक दैनिक समाचारपत्र चाहे वह किसी भी भाषा का क्यों न हो, व्यापार (वाणिज्य) जगत से सम्बंधित समाचारों के लिए अलग से पृष्ठ निर्धारित करके बड़ी तन्मयता से इनको प्रकाशित करता है। वाणिज्यिक पत्रकारिता के क्षेत्र में गुजराती भाषा के ‘व्यापार’ पत्र का विशेष योगदान है जो सन् 1949 से प्रारम्भ हुआ। पहले यह मासिक पत्र था लेकिन आज यह सप्ताह में दो बार प्रकाशित होता है। श्री नेकीराम गुप्त, ने केसर सिंह और कैलाश चन्द्र के सहयोग से दिल्ली से सन् 1972 में दैनिक ‘व्यापार भारती’ की शुरुआत की। इस पत्र में व्यापार सम्बंधी जानकारी, उपभोक्ता वस्तुओं की दरों एवं व्यापार समीक्षा प्रकाशित की गयी। श्री केसर सिंह ने इसके साथ-साथ दिल्ली से ही ‘व्यापार केसरी’ नामक पत्र प्रकाशित किया। ‘प्रत्यक्ष कर’ और ‘उद्योग भारती’ नामक पत्र कलकत्ता से प्रकाशित होते हैं ‘उद्यम’ नामक मासिक पत्रिका का प्रकाशन नागपुर से किया जाता है। वाणिज्यिक पत्रकारिता के क्षेत्र में ‘उद्योग विकास’ ‘आर्थिक संपदा’ ‘आर्थिक समीक्षा’ ‘जागृति’ ‘जन उद्योग’ ‘राजस्थान लघु उद्योग व्यापार

पत्रिका' आदि पत्रों का नाम भी उल्लेखनीय है।

'विश्वमित्र' प्रथम हिन्दी समाचारपत्र है जिसने वाणिज्यिक समाचारों को नियमित रूप से प्रकाशित करने का कार्य किया। दिल्ली से प्रकाशित होने वाले 'नवभारत टाइम्स', 'हिन्दुस्तान', 'जनसत्ता' एवं 'पंजाब केसरी' नामक पत्रों में भी नेशनल न्यूज सर्विस द्वारा वाणिज्यिक समाचार दिये जाते हैं। राष्ट्रीय सहारा 'कारोबार' शीर्षक के अंतर्गत इन समाचारों को प्रकाशित करता है। इसी प्रकार अनेक दैनिक पत्रों में अलग-अलग शीर्षकों द्वारा वाणिज्यिक समाचार प्रकाशित किए जाते हैं। वाणिज्यिक समाचार अब नियमित रूप से अनेक पत्रों में स्थान पाने लगे हैं। लेकिन इसके संकलन एवं वितरण के लिए कोई व्यवस्थित प्रबंध नहीं है। 'प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया', 'यू एन आई', 'यूनिवार्ता', नेशनल न्यूज सर्विस आदि समाचार समितियों के माध्यम से इसको प्रकाशित किया जाता है। कुछ प्रतिष्ठित अंग्रेजी एवं हिन्दी पत्रों ने अपने वाणिज्यिक संवाददाता अवश्य नियुक्त किए हैं लेकिन अन्य पत्र पत्रिकाओं तथा समाचार समितियों पर ही इन समाचारों के लिए निर्भर करती हैं।

वाणिज्यिक समाचारों के अन्तर्गत दैनिक बाजार भाव, नवीनतम राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय उत्पादनों की जानकारी, देश-दुनिया की आर्थिक समस्याएँ, उद्योग धंधों की गतिविधियों के साथ-साथ वस्तु के मूल्यों की जानकारी, वस्तुओं के भावों में उतार-चढ़ाव, वाणिज्यिक एवं औद्योगिक लेख, मुद्रा विनियम, की जानकारी आदि सम्मिलित होती हैं।

5.3.2 वाणिज्यिक पत्रकारिता के प्रकार

वाणिज्यिक समाचार प्रकाशित करने वाले पत्र-पत्रिकाओं को प्रायः दो वर्गों में विभाजित किया जाता है। प्रथम तो वे दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक अथवा मासिक पत्र जिनमें अन्य समाचारों के साथ-साथ वाणिज्यिक समाचारों को भी स्थान दिया जाता है, द्वितीय वे पत्र हैं जिनमें केवल उद्योग व्यापार एवं वाणिज्य से संबंधित गतिविधियों का प्रस्तुतीकरण होता है।

5.3.3 वाणिज्यिक समाचार की उपयोगिता

वाणिज्यिक समाचारों की उपयोगिता क्या है? किस वर्ग के लिए है? इसमें संदेह नहीं है कि जो व्यक्ति व्यापार नहीं करते, बाजार से जिनका सम्पर्क सामान्य उपभोक्ता की हैसियत से है, जिनका अपना उद्योग नहीं है, उनके लिए वाणिज्य समाचारों का विशेष महत्त्व नहीं है। क्योंकि अन्य समाचारों की भाँति वाणिज्य समाचार भी दूसरे-तीसरे दिन उनके पास पहुँचते ही हैं। उदाहरणार्थ मंगलवार के प्रातःकालीन संस्करण में सोमवार के समाचार होंगे। एक दो दिनों से बाजार भाव, शेयर जिस, सर्राफा मंडियों आदि के भाव बदलते रहते हैं, इसलिए सोमवार के भाव दूसरे दिन काम में नहीं आते। सोमवार के भाव दूसरे दिन काम में नहीं आते। ऐसे समाचार को छापने की आवश्यकता क्या है?

आवश्यकता है विशेष रूप से व्यापारी वर्ग के लिए। सम्पन्न से सम्पन्न व्यापारी भी देश-विदेश की समस्त आर्थिक-वाणिज्यिक, व्यापारिक गतिविधियों का दैनिक विवरण प्राप्त नहीं कर सकता। ऐसी स्थिति में व्यापारिक सफलता के लिए यह आवश्यक है कि विभिन्न बाजारों, मंडियों के चढ़ाव-उतार तथा उनकी धारणाओं के बारे में विस्तृत और तथ्यपूर्ण जानकारी नियमित रूप से मिलती रहे। यह कार्य दैनिक समाचारपत्र सरलता से कर सकते हैं। आज विश्व के प्रत्येक देश अपनी आर्थिक स्थिति सुदृढ़ कर रहे हैं। वह आर्थिक-उद्योग मामलों में अपने आप को आगे रखना चाह रहे हैं। इसलिए उद्योग-वाणिज्य समाचार प्रबुद्ध एवं सामान्य पाठक के लिए उपयोगी है। हाँ इतना अवश्य है कि उद्योग-वाणिज्य पृष्ठों में नई सामग्रियों का समावेश करना होगा। वाणिज्य समाचारों का प्रस्तुतीकरण को सरल, सुबोध बनाना होगा।

5.3.4 वाणिज्यिक रिपोर्टिंग में सावधानी

वाणिज्यिक समाचार सम्पादक की प्रतिभा अन्य समाचार संपादकों की अपेक्षा भिन्न होती है। वाणिज्यिक समाचारों का संपादन करते समय निम्न अर्हतायें प्रमुख होती हैं।

1. वाणिज्यिक पत्रकार के देश-विदेश का आर्थिक नीतियों और भौगोलिक गतिविधियों का विशेष ज्ञान होना चाहिए। देश-विदेश के अतिरिक्त पत्रकार को क्षेत्रीय (जहाँ वह रहता है) आर्थिक एवं भौगोलिक गतिविधियों की भी जानकारी आवश्यक है।
2. संपादक को हमेशा यह ध्यान देना चाहिए कि जिस पत्र में ये समाचार दिए जा रहे हैं वह किस क्षेत्र के पाठकों तक पहुँचता है? मुख्यतया समाचारपत्र के प्रसार क्षेत्र को ध्यान में रखकर उसे पूरे क्षेत्र से संबंधित समाचारों का होना जरूरी समझा जाता है क्योंकि पाठक सर्वप्रथम अपने आसपास की गतिविधियों, बाजार भावों उत्पादनों आदि के बारे में जानने का इच्छुक होता है। और यही उसके लिए आवश्यक भी है।
3. व्यापारिक समाचारों के चयन के पश्चात् उनको विधिवत रूप से प्रस्तुत करने की बात आती है। पाठक को विविध समाचार एक साथ मिल जाएँ तो उसके लिए सुविधा हो जाती है। विभिन्न समाचारों के यत्र-तत्र बिखरे रहने से उनको मुख्य-मुख्य समाचारों को इधर-उधर ढूँढने में परेशानी हो सकती है। आज लगभग सभी पत्रों के वाणिज्यिक संपादक इस बात का ध्यान देते हैं और अलग पृष्ठ के रूप में इन समस्त समाचारों को प्रकाशित कर पाठक का समय बचाते हुए उनको सुविधा प्रदान करते हैं।

5.3.5 वाणिज्य पत्रकारिता का भविष्य

हिन्दी तथा अन्य भाषाई पत्रों में वाणिज्य पत्रकारिता का विकास हो रहा है। अंग्रेजी के बड़े-बड़े समृद्ध पत्रों में इसके लिए पृथक विभाग ही होते हैं। हिन्दी पत्रों ने भी इसके लिए पृथक विभाग खोले हैं। और वाणिज्य संवाददाता तथा वाणिज्य संपादकों की उन्होंने नियुक्ति की है, फिर भी विकास गति उतनी उत्साहजनक दिखाई नहीं पड़ती है। लेकिन वाणिज्य-पत्रकारिता का भविष्य आशापूर्ण एवं उज्ज्वल है, इसमें कोई संदेह नहीं। एक विद्वान ने वाणिज्य पृष्ठ को समाचारपत्र का सबसे पिछड़ा पेज बताया है। उनके अनुसार वाणिज्य पृष्ठ के उन्नयन का लम्बा रास्ता तय करना है। हमारे बड़े-बड़े पत्र वाणिज्य समाचारों के बारे में एक प्रकार की हीन भावना से ग्रसित दिखती हैं। अंग्रेजी पत्रों के पिछलग्गू होने के नाते हिन्दी पत्रों की मानसिकता और भी दयनीय है। सरकारी क्षेत्र और निजी क्षेत्र में एक प्रकार की घृणा की भावना दृष्टिगोचर होती है। सबसे अधिक आश्चर्य की बात यह है कि निजी क्षेत्र द्वारा संचालित समाचारपत्र ही निजी क्षेत्र की औद्योगिक एवं वाणिज्यिक उपलब्धियों को नजरंदाज कर जाते हैं। इसका उल्लेख करना पत्रकारिता के प्रतिकूल मानते हैं। उनके सामने निरा गप और अनुमान पर आधारित राजनीतिक समाचारों का ही सर्वाधिक महत्वपूर्ण स्थान होता है।

वाणिज्यिक समाचार के उदाहरण

1. निर्यातकों की कमजोर माँग से चावल बासमती टूटा

दिल्ली 7 फरवरी। स्थानीय स्टॉक लगभग 2 लाख क्विन्टल जमा होने तथा पंजाब, हरियाणा के मंदे समाचार और निर्यातकों की कमजोर माँग के कारण चावल बासमती 200 रुपये टूट गया, मटर में भी 50 से 75 समय तक का उतार-चढ़ाव देखा गया, लेकिन अन्य दालें स्थिर रही, चीनी मिल डिलेवरी में सुस्ती रही, लेकिन तेल तिल के भाव तेज रहे। जबकि अन्य तेलों में कारोबार कमजोर रहा।

अनाज तथा दालों-स्थानीय अनाज मंडी में पंजाब हरियाणा का सामान्य बासमती चावल 2400 से घटकर 2000 (दो हजार) रुपये प्रति क्विन्टल रह गया। गुड़, चीनी, देसी चीनी, मिल डिलेवरी वीनस

एक और एम ग्रेड 5 रुपये घटकर 1140 तथा 1150-रह गया। विदेशी चीनी 1190 से 1275 रुपये तथा 1205 से 1290 रुपये तक गयी।

शेयर बाजार एक नजर

निवेशकों के समर्थन से सुधार का रुख रहा

नयी दिल्ली 9 मार्च। एजेंसी। देश के प्रमुख शेयर बाजारों में गत साल अप्रैल को समाप्त सप्ताह के दौरान सटोरिया और विदेशी संस्थागत निवेशकों के समर्थन से शेयर भूल्यों में सुधार जारी रहा।

शेयर बाजारों में विशिष्ट शेयर वर्ग में वायदा कारोबार जल्दी शुरू होने की उम्मीद से निवेशकों और कारोबारियों में उत्साह बना हुआ है। हालांकि सप्ताह के अंत में एम एस शूज ईस्ट के प्रमुख पवन सचदेव की गिरफ्तारी से शेयर बाजार का हल्का होता माहौल एक बार फिर गंभीर होने की स्थिति में पहुँच गया।

समीक्षागत सप्ताह में मुम्बई शेयर सूचकांक 211.10 अंक के आकर्षक बढ़त लेकर 3400 के स्तर से ऊपर निकल कर 3472.06 अंक पर बंद हुआ। राष्ट्रीय शेयर सूचकांक में 1690.98 अंक पर 85.41 अंक बढ़त दर्ज की गयी। शेयरों के बंद भाव पूर्व सप्ताह में भी अधिक हुआ था।

बाजार सूत्रों का कहना है कि देशी और विदेशी वित्त संस्थानों की खरीद दारी शुरू होने से सप्ताहांत बाजार में सुधार का रुख मजबूती के साथ आगे बढ़ा। विदेशी बाजारों में भारतीय कम्पनियों के जी०डी०आर० की लिवाली बढ़ने से भी यहां बाजार को सहारा मिला।

जाबर्स और शेयर दलालों को इस वर्ष विभिन्न औद्योगिक क्षेत्रों में अच्छे परिणाम आने की उम्मीद है, इसलिए अनेक कारोबारियों ने अभी से गिने चुने शेयरों में अपनी खरीद की स्थिति मजबूत करनी शुरू कर दी है।

5.4 औद्योगिक पत्रकारिता

भारत में जिन विविध विषयों की पत्रिकाएँ निकलती हैं, उनमें समाचार एवं सामयिक विवेचन, साहित्य एवं संस्कृति, धर्म एवं दर्शन, वाणिज्य एवं उद्योग चिकित्सा एवं स्वास्थ्य समाज कल्याण, फिल्म, कृषि एवं पशुपालन, विधि एवं लोकप्रशासन, श्रम, इंजीनियरिंग, शिक्षा, विज्ञान, बाल, महिला, परिवहन एवं संचार, वित्त एवं अर्थशास्त्र, बीमा, बैंकिंग एवं सहकारिता खेल रेडियो एवं संगीत तथा कला। 'रजिस्ट्रार आफ न्यूज पेपर्स' का यह वर्गीकरण यूनेस्को के वर्गीकरण पर आधारित है। इन सभी प्रकार की पत्रिकाओं में पाठक को विषय विशेष की सामग्री तथा संबंधी नवीनतम जानकारी देने का प्रयास दिखाई देता है। ये पत्रिकाएँ प्रायः समूल्य रहती हैं और इनकी बिक्री बढ़ाकर, विज्ञापन प्राप्त करके अपने भरोसे चलाने की दृष्टि रहती है। अतः इनमें सामग्री के अन्तर या मुद्रण, संपादन के स्तर भेद के अलावा विशिष्ट दृष्टि भेद नहीं रहता। इसलिए इनके संचालन एवं संपादन में पत्रकारिता के समान मानदण्ड व्यवहार में लाये जाते हैं।

इसके विपरीत कुछ अन्य प्रकार की पत्रिकाएँ भी हैं, जिनके प्रकाशन का उद्देश्य उक्त उद्देश्य से भिन्न है। इन पत्रिकाओं को रजिस्ट्रार आफ न्यूज पेपर्स एक पृथक श्रेणी में रखता है। और इनके प्रकाशन को 'नान इंक्लूडिड' श्रेणी की संज्ञा देता है। ऐसी पत्रिकाओं में (1) बाजार भाव के बुलेटिन या रिपोर्ट (2) विद्यालयों की पत्रिकाएँ (3) प्रचार पत्रिकाएँ या प्रतिष्ठान पत्रिकाएँ, (4) ज्योतिष की पत्रिकाएँ (5) विविध पत्रिकाएँ आदि शामिल हैं।

इस वर्ग की पत्रिकाओं में सबसे अधिक संख्या विद्यालयों की तथा प्रतिष्ठानों की पत्रिकाओं की रहती है। जिनसे पत्रकारिता के स्तर की अपेक्षा नहीं की जाती। विद्यालय पत्रिकाओं में से अधिकांश का उद्देश्य विद्यार्थियों की प्रतिभा को प्रकाश में लाना होता है। अतः वहाँ पत्रकारिता के स्तर का प्रश्न नहीं उठता। विद्यार्थियों या अध्यापकों की रचनाओं के अतिरिक्त उनमें विद्यालय की गतिविधियों के प्रगति के समाचार रहते हैं। इन सभी बातों के कारण ही रजिस्ट्रार आफ न्यूज पेपर्स ने इनको 'अगणित' पत्रिकाओं की श्रेणी में रखा है। बाजार बुलेटिनों या ज्योतिष की पत्रिकाओं में स्तर का अभाव रहने से इन्हें भी 'अगणित' श्रेणी में रखा जाता

5.4.1 प्रतिष्ठान पत्रिकाएँ

पत्रकारिता की दृष्टि से प्रतिष्ठान पत्रिकाओं का महत्त्व अधिक होता है क्योंकि विविध औद्योगिक प्रतिष्ठान, संस्थान, संस्थायें या सरकारी विभाग इनका प्रकाशन करते हैं और इनके प्रकाशन के पीछे एक निश्चित उद्देश्य रहता है। बहुप्रचारित पत्र-पत्रिकाओं में जो बात नहीं कही जा पाती वह प्रायः इन पत्रिकाओं के माध्यम से प्रचारित की जाती है। यह बात सरकार के विभागीय प्रकाशनों के विषय में विशेषतः सत्य है। प्रतिष्ठान पत्रिकाएँ प्रायः तीन दृष्टियों से निकलती हैं।

1. अपने कर्मचारियों या निकट सम्पर्क वालों को जानकारी देने के लिए। इन्हें आंतरिक जनसम्पर्क पत्रिकाएँ कहते हैं जो कर्मचारियों, एजेन्टों, सेल्समैनो आदि से सम्पर्क रखने के लिए निकाली जाती हैं।
2. अन्य लोगों को जानकारी देने वाली पत्रिकाएँ जो बाह्य ज्ञान सम्पर्क पत्रिकाएँ कहलाती हैं और जन-साधारण विशेषतः कम्पनियों के स्टॉक होल्डरों, ग्राहकों वितरकों दुकानदारों आदि के लिए निकलती हैं।
3. संयुक्त जनसम्पर्क पत्रिकाएँ जो आंतरिक एवं बाह्य दोनों प्रकार का जनसम्पर्क करती हैं। इन पत्रिकाओं के प्रकाशन का प्रमुख उद्देश्य प्रकाशक संस्था या प्रतिष्ठान की साख बढ़ाना होता है। अपने उद्देश्य में ये कितनी सफल होती हैं, वह इस पर निर्भर करता है कि उन्हें कितना पढ़ा जाता है। उसमें से कितना समझा जाता है और उसके विचारों में से कितने पर विश्वास किया जाता है।

5.4.2 आंतरिक जनसम्पर्क पत्रिकाएँ

जब तक कम्पनी, संस्था या प्रतिष्ठान का आकार छोटा होता है उसके मालिक का हर कर्मचारी से सीधा सम्पर्क रहता है। जैसे-जैसे उसका आकार बड़ा होता है, उसके मालिक तथा शीर्ष अधिकारियों के लिए कर्मचारियों या उससे सम्बन्ध व्यक्तियों के साथ सीधा व्यक्तिगत सम्पर्क रखना कम सम्भव हो पाता है। ऐसे में सम्पर्क का काम आंतरिक जन-सम्पर्क पत्रिकाएँ ही करती हैं। इन पत्रिकाओं की उपयोगिता बहुत होती है। इसलिए इनका सुसंपादित होना जरूरी होता है क्योंकि इनके माध्यम से ही शीर्षस्थ व्यक्ति या संस्था-प्रमुख या उच्च अधिकारियों के विचार नीचे तक पहुँचते हैं।

इन्हें प्रायः बड़े-बड़े औद्योगिक घराने, सरकारी संस्था, बैंक, रेल या राजकीय परिवहन निगम जैसे बड़े आकार की औद्योगिक इकाइयाँ निकालती हैं। अपने कर्मचारियों का संबद्ध व्यक्तियों जैसे कि एजेन्टों, सेल्समैनो आदि तक अपनी बात पहुँचाने के लिए भी इन्हें निकाला जाता है। इसीलिए इन्हें अंग्रेजी के साथ-साथ हिन्दी या क्षेत्रीय भाषाओं में भी निकाला जाता है। सामान्यतः एक प्रतिष्ठान एक ही पत्रिका निकालता है। कुछ विशाल संगठन अपने अलग-अलग कारखानों के लिए या विभागों के लिए अलग-अलग पत्रिकाएँ निकालते हैं। यथा 'सामयिकी', 'जनकल्याण' और रेल पत्रिका आदि रेलवे के विभिन्न क्षेत्रों की पत्रिकाएँ हैं।

उद्देश्य

1. कम्पनी या संस्थान के प्रति कर्मचारियों की निष्ठा बढ़े। इसके लिए कम्पनी का राष्ट्रीय जीवन में महत्त्व, उसके विकास आदि पर प्रकाश डालना।
2. कर्मचारियों एवं प्रबन्धकों के बीच सहयोग बढ़ाने, इन पत्रिकाओं में वस्तुस्थिति को प्रस्तुत करके कर्मचारियों के संदेह को दूर करने तथा कर्मचारियों को प्रबन्धकों को कठिनाइयाँ बताने तथा प्रबन्धकों का मानवीय स्वरूप प्रस्तुत करना है जिससे

प्रतिष्ठान के प्रति कर्मचारियों का लगाव बढ़े।

3. कर्मचारियों में मिल कर काम करने की भावना को जगाना।
4. प्रतिष्ठान की नीतियों, समस्याओं तथा उद्देश्यों को व्याख्या सहित उपस्थित करना ताकि कर्मचारी उनसे भलीभाँति परिचित हो सकें।
5. प्रतिष्ठान या संस्थान के नियमों, उत्पादनों, कार्य पद्धति, नयी नीतियों तथा योजनाओं की सूचना कर्मचारियों को देना।
6. कर्मचारियों के दृष्टि में प्रतिष्ठान की साख बढ़ाना।
7. स्वास्थ्य संवर्द्धन तथा सुरक्षा का संवर्धन करना।
8. कर्मचारियों के विचारों तथा उनके मानसिक स्तर को सामने लाना।

5.4.3 बाह्य जनसम्पर्क पत्रिकाएँ

अपने कर्मचारियों के अलावा अन्य सभी वर्गों के लिए अपने कार्यों से परिचित कराने, अपनी समस्याओं एवं अपनी सफलताओं का ज्ञान कराने के उद्देश्य से बाह्य जनसम्पर्क पत्रिकाएँ निकाली जाती हैं, जिससे प्रतिष्ठान या संस्थान से सम्बद्ध सभी वर्गों के लोगों का विश्वास जीता जा सके और उनके प्रतिष्ठान की साख बढ़ती चली जाय। इससे संस्थान को अपना कार्य करने में सुगमता होती है। यदि स्थितियाँ सर्वथा अनुकूल नहीं बनती तो प्रतिकूल परिस्थितियाँ भी उत्पन्न होने से बचायी जा सकती हैं।

ये पत्रिकाएँ प्रायः सामान्य पत्रिकाओं जैसी ही होती हैं—केवल प्रतिष्ठान विशेष-विषयक समाचारों का इनमें प्रधानता रहती है। महीगी वस्तुओं के प्रयोगकर्ताओं के लिए प्रकाशित पत्रिकाएँ, जैसे अमेरिकी कार निर्माता फोर्ड कम्पनी की 'फोर्ड टाइम्स'। वितरक-विक्रेताओं के लिए पत्रिकाएँ, स्टोक होल्डरों के लिए पत्रिकाएँ आदि इसी श्रेणी में आती हैं। दवाइयाँ, इमारती सामानों तथा उपकरणों के निर्माता, डाक्टरों, इंजीनियरों तथा वास्तुविदों के लिए पत्रिकाएँ निकालती हैं। विशिष्ट वर्ग के लिए विशेषज्ञतापूर्ण पत्रिकाएँ जैसे अमेरिका की ईस्टमैन या कोडक कम्पनी द्वारा प्रकाशित 'डेन्टल रेडियोग्राफी एवं फोटोग्राफी'। इस प्रकार की पत्रिकाएँ कमाने की भावना से रहित होती हैं।

5.4.4 संयुक्त जनसम्पर्क पत्रिकाएँ

जनसम्पर्क पत्रिकाओं की तीसरी कोटि संयुक्त जनसम्पर्क पत्रिका की होती है। इसको अपने कर्मचारियों तथा बाहरी जनता दोनों के हित-साधन के उद्देश्य से प्रकाशित किया जाता है। इन पत्रिकाओं के प्रकाशन के पीछे मान्यता यह रहती है कि प्रतिष्ठान से सम्बंधित अधिकांश जानकारी, उसका इतिहास, वस्तुओं का विवरण, आय-व्यय विस्तार एवं नीतियों तथा उनमें परिवर्तन आदि के विषय में अपने कर्मचारियों तथा बाह्य जनता दोनों को समान रूप से उचित जानकारी दी जाए। इसलिए उनके हित के लिए अलग-अलग पत्रिका निकालना निरर्थक है और संयुक्त पत्रिका निकालना चाहिए। ऐसी पत्रिकाओं से जहाँ खर्च कम होता है वहीं इससे हानि यह होती है कि ये पत्रिकाएँ किसी भी वर्ग पर पूर्ण प्रभाव नहीं डालतीं।

इन जनसम्पर्क पत्रिकाओं में सम्पादन की विशेष दृष्टि रहती है। पत्रिका के उद्देश्यों को सामने रख कर सामग्री का संकलन किया जाता है। औद्योगिक वातावरण के दौरान इसकी उपयोगिता बढ़ जाती है। भारत में अभी इन पत्रिकाओं में विशेषता का अभाव देखा जा रहा है। इसके लिए यह आवश्यक है कि संस्थान का शीर्षस्थ व्यक्ति जितना इस पत्रिका पर आश्वस्त होगा उतना ही इन पत्रिकाओं की उपयोगिता बढ़ेगी।

ये पत्रिकाएँ 4 पृष्ठों से लेकर 40 पृष्ठों तक की हो सकती हैं। यह पत्रिका की संस्था पर निर्भर करता है कि वह उसमें कितनी गठनीय सामग्री या आवश्यक जानकारी दे। ये पत्रिकाएँ

प्रचार प्रधान होने के कारण प्रायः निःशुल्क वितरित होती हैं। समूल्य होने पर भी इसका निःशुल्क वितरण किया जाता है। परन्तु कुछ प्रचार पत्रिकाएँ बाजार में बिकती भी हैं। इस तरह की पत्रिकाओं को छापने वाला प्रतिष्ठान इनकी जनसम्पर्क उपयोगिता को ध्यान में रखकर ही धन लगाता है। इन पत्रिकाओं की उपयोगिता कम समय में ही नहीं प्रकट होती। लोगों का विश्वास ही इनकी उपयोगिता दर्शाता है। इसके लिए कुछ अधिक समय की आवश्यकता होती है। अतः इस प्रकार की पत्रिकाओं का उन्हें निकालने वाली संस्था को खासा व्यय भार लम्बे समय तक उठाना पड़ता है।

इन पत्रिकाओं का सुसंपादित होना और सज्जा की दृष्टि से आकर्षक होना आवश्यक है। इनमें उपदेश देने की प्रवृत्ति नहीं होनी चाहिए और न अपने विचार थोपने की चेष्टा। इनकी रचनाएँ समाचार या कथ्य लम्बा नहीं होना चाहिए। छोटी तथा मनोरंजक रचनाएँ अधिक प्रभावशाली होती हैं। लम्बी तथा उपदेशात्मक रचनाएँ उबाने वाली होती हैं। इनके कारण पत्रिका का अधिकांश सौन्दर्य एवं आकर्षण नष्ट हो जाता है। जनसम्पर्क अधिकारी को स्मरण रखना चाहिए कि उसकी पत्रिका जहाँ भी होगी वह अपने प्रतिष्ठान की छवि को ध्वनित करने का सशक्त माध्यम होगी। पत्रिका का आकार-प्रकार, सज्जा-सम्पादन देखकर लोग उस संस्थान के स्तर का आकलन करेंगे। इस प्रकार इन पत्रिकाओं का स्तरीय होना आवश्यक है।

भारत में नयी आर्थिक नीति को अपनाया गया है। अतः हमें औद्योगीकरण की दौड़ में संसार से होड़ लेना होगा। ऐसे में जनसम्पर्क पर उचित ध्यान दिया जाना आवश्यक है। इसके लिए आवश्यक है कि संस्थान या सरकारी विभाग के जनसम्पर्क अधिकारी इस प्रकार की पत्रिकाओं के लिए अच्छे कागज, उपयुक्त साज-सज्जा एवं अच्छी छपाई के द्वारा इस पत्रिका की उपयोगिता को बढ़ायें।

पत्रिका के उद्देश्य की पूर्ति के लिए सामग्री का उपयुक्त चयन और चित्र सज्जा के लिए उपयुक्त चित्रों को चयन के साथ ही उसकी सज्जा भी आकर्षक होनी चाहिए। घटिया पत्रिका से संस्था जितना बचत नहीं करती उससे अधिक उस संस्था की साख खराब हो जाती है। कुशलता से छपी पत्रिका अपनी रूप सज्जा के सहयोग से (जो सीमित भी हो सकता है) समाज पर अथवा पाठकों पर अच्छा प्रभाव छोड़ सकती है। इस पत्रिका की शुरुआत करते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि इसका शुभारम्भ जितना ही उत्साहवर्धक होता है, अकस्मात् बंद होना उतना ही खराब। अतः पत्रिका को निकालने से पूर्व सभी पक्षों पर भलीभाँति विचार कर लिया जाना चाहिए।

5.5 सारांश

आर्थिक एवं वाणिज्यिक समाचारों को प्रमुखता से प्रकाशित करना अब सभी समाचारपत्रों एवं पत्रिकाओं यहाँ तक कि इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में भी अनिवार्य हो गया है। इसका मुख्य कारण यह है कि अब समाज में इस तरह की सूचनाओं को जानने वालों की संख्या पूर्व के पाठकों की संख्या से काफी बढ़ गयी है। वर्तमान समय में विश्व भर के आर्थिक सम्बन्धों में तेजी से विकास हो रहा है। विकसित एवं विकासशील राष्ट्र आर्थिक आत्मनिर्भरता की ओर बढ़ने के लिए प्रयत्नशील हैं। अतः आज राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय आर्थिक सन्दर्भों को समझने के लिए भी जन मानस में उत्सुकता है। इन्हीं सब कारणों को ध्यान में रखकर आज कल के समाचारपत्र इस ओर प्रमुखता से ध्यान देने लग गये हैं।

5.6 सन्दर्भ ग्रन्थ

डा० अर्जुन तिवारी	:	कृषि ग्रामीण विकास पत्रकारिता
Dr. Mankakar	:	Media and the third world.

5.7 प्रश्नावली

लघुउत्तरी प्रश्न

1. आर्थिक समाचारों के कितने प्रकार होते हैं।
2. विश्लेषणात्मक रिपोर्ट का आर्थिक एवम् वाणिज्यिक पत्रकारिता में महत्व समझाइए।
3. औद्योगिक पत्रकारिता से आप क्या समझते हैं?

दीर्घ उत्तरी प्रश्न

1. भारत में आर्थिक एवं वाणिज्यिक पत्रों के इतिहास का विस्तार से वर्णन करें।
2. औद्योगिक प्रतिष्ठानों से प्रकाशित होने वाले पत्रों के बारे में विस्तृत चर्चा करें।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. भारत में आर्थिक पत्रकारिता की शुरुआत हुई -
(i) सन् 1947, (ii) 1932, (iii) 1954, (iv) 1961
2. भारत में प्रथम वाणिज्यिक पत्रिका का नाम क्या है -
(i) हिक्की (ii) गजट, (iii) कैपिटल, (iv) इकोनामिक टाइम्स
3. भारत के प्रथम हिन्दी समाचारपत्र का नाम बतायें, जिसने वाणिज्यिक समाचार प्रकाशित किया -
(i) सुधा वर्षण, (ii) उदन्त मार्तण्ड,
(iii) हिन्दी प्रदीप (iv) विश्व मित्र

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1. (iv)
2. (ii)
3. (iv)



NOTES



उत्तर प्रदेश

राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

PGDCWH-07

समाचार-संकलन

लेखन एवं सम्पादन

खण्ड

3

जनमाध्यमों के लिए लेखन

इकाई 1

समाचार लेखन के मूल तत्त्व

5-25

इकाई 2

फीचर लेखन

26-38

इकाई 3

सम्पादकीय पृष्ठ एवं स्तम्भ लेखन

39-62

इकाई 4

स्वतंत्र लेखन और पत्रिका लेखन

63-80

परामर्श-समिति

प्रो० देवेन्द्र प्रताप सिंह

कुलपति-अध्यक्ष

डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल

वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक

डॉ० आर०के० बसलस

कुलसचिव - सचिव

विशेषज्ञ समिति

1. प्रो० जे० एस० यादव, पूर्व निदेशक, भारतीय जनसंचार संस्थान, नयी दिल्ली
 2. प्रो० सूर्यप्रसाद दीक्षित, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ वि०वि०, लखनऊ
 3. प्रो० रामदेव शुक्ल, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं पत्रकारिता विभाग, गोरखपुर वि०वि०, गोरखपुर
 4. प्रो० श्यामसुन्दर शुक्ल, - अवकाशप्राप्त प्रोफेसर, भाषा विशेषज्ञ हिन्दी विभाग, काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, 33/71 रोहित नगर, नरिया, वाराणसी
 5. डॉ० रमेश चन्द्र त्रिपाठी, अध्यक्ष पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ
 6. श्री सुरेश प्रताप, वरिष्ठ उपसम्पादक, दैनिक जागरण, वाराणसी
-

सम्पादक

डॉ० अर्जुन तिवारी, पूर्व पत्रकारिता विभागाध्यक्ष, म. गाँ. काशी विद्यापीठ, वाराणसी

लेखक मंडल

1. प्रो० राम मोहन पाठक, निदेशक, म.मो.मा. हिन्दी पत्रकारिता संस्थान, म.गाँ.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
 2. डॉ० अरुण शर्मा, प्राध्यापक, पत्रकारिता विभाग, म.गाँ. काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
 3. डॉ० धीरेन्द्र नाथ सिंह, अवकाश प्राप्त सम्पादक, 'आज', वाराणसी।
 4. डॉ० सुमन दुबे, उप सम्पादक - 'आज', वाराणसी।
 5. डॉ० जयंत शुक्ल, शोध सहायक, डी.एस. रिसर्च सेन्टर, वाराणसी।
 6. श्री राघवेन्द्र मिश्र, पत्रकारिता विभाग, म.गाँ.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
-

परामर्श-समिति

प्रो० केदार नाथ सिंह यादव

कुलपति-अध्यक्ष

डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल

वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक

डॉ० रत्नाकर शुक्ल

कुलसचिव - सचिव

© उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

सर्वाधिकार सुरक्षित। इस पाठ्य सामग्री का कोई भी अंश उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना मिमियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने को अनुमति नहीं है।

खण्ड परिचय

'जनमाध्यमों के लिए लेखन' की निम्नलिखित इकाइयाँ हैं

1. समाचार लेखन के मूल तत्त्व
2. फीचर लेखन
3. सम्पादकीय पृष्ठ एवं स्तम्भ लेखन
4. स्वतंत्र लेखन और पत्रिका लेखन

जनाकर्षण, जनरुचि के आधार पर समाचारों का चयन होता है। लीड, इंट्रो, शीर्षक-लेखन के विभिन्न विधाओं की जानकारी पत्रकारों हेतु अपरिहार्य हैं। मानवीय अभिरुचि से संश्लिष्ट सचित्र चटपटा लेख ही फीचर है। फीचर-लेखन की कला से पत्रकार विशिष्ट रूप से सम्मान्य होता है। सम्पादकीय पृष्ठ पत्र-जगत में विचार पृष्ठ के रूप में मान्य है। राजनीतिक, सांस्कृतिक, साहित्यिक लेखों के अतिरिक्त इस पृष्ठ पर कार्टून, सम्पादक के नाम पत्र छपते हैं। स्वतंत्र-लेखन और पत्रिका लेखन में दक्षता प्राप्त कर कोई भी बुद्धिजीवी यश, धन अर्जित कर सकता है।

खण्ड - 3

जनमाध्यमों के लिए लेखन

It is hard news that catches readers.

– Lord Northcliffe



A good sub-editor is a creative artist.

– F.J. Mansfield



The facts we see depends on where we are plaed and the habits of our eyes.

– Walter Lippmann



इकाई की रूपरेखा

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 समाचार के स्वरूप
- 1.3 समाचार चयन के आधार
 - 1.3.1 जनाकर्षण
 - 1.3.2 जनरुचि
 - 1.3.3 तथ्यों की पवित्रता
 - 1.3.4 लीड
- 1.4 समाचारों की प्रस्तुति
 - 1.4.1 आमुख
 - 1.4.2 समाचारों की भाषा शैली
- 1.5 शीर्षक लेखन
 - 1.5.1 शीर्षक संरचना
 - 1.5.2 इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में शीर्षक
- 1.6 समाचारपत्र कार्यालय की कार्यप्रणाली
- 1.7 बाक्स तथा इनसेट
- 1.8 सारांश
- 1.9 शब्दावली
- 1.10 सन्दर्भ ग्रन्थ
- 1.11 प्रश्नावली

1.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप जान पायेंगे कि -

- समाचार क्या है और उसका महत्त्व क्या है?
- समाचारों का कैसे चयन करके कैसे बनायेंगे?
- समाचारों को कैसे चुनेंगे और उन्हें किस पृष्ठ पर स्थान देंगे?
- समाचार के इन्द्रो और शीर्षक कैसे लिखें?

1.1 प्रस्तावना

पत्रकारिता-जगत में समाचार को 'कथा' भी कहते हैं। समाचार को कथा के रूप में रसीला, नशीला, चुटीला और दिलचस्प बनाकर प्रस्तुत करना एक सफल कलाकार की क्षमता

पर निर्भर है। समाचार लिखते समय इन बातों पर ध्यान रखने की जरूरत है कि कोई भी कथा कम से कम सत्य प्रतीत होनी चाहिए, सुसंगत होनी चाहिए, अच्छे ढंग से कही जानी चाहिए, संक्षिप्त और नयी होनी चाहिए। जब कभी इन नियमों का उल्लंघन होगा, बुद्धिमान मनुष्य उसे छोड़कर सो जाएगा। इसीलिए समाचार लेखन के लिए समग्र तथ्यों की सत्य जाँच परख कर, योजना बनाकर लिखा जाता है, ताकि समाचार (घटना) की जानकारी सभी को हो जाये।

1.2 समाचार के स्वरूप

पत्रकारिता का प्राण तत्व है समाचार। मानव की ज्ञान पिपासा तब शांत होती है, जब वह समाचार सुन लेता है। श्री रामकृष्ण रघुनाथ खाडिलकर के अनुसार, “दुनिया में कहीं भी किसी समय कोई छोटी मोटी घटना या परिवर्तन हो उसका शब्दों में जो वर्णन होगा, उसे समाचार या खबर कहते हैं।”

सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है, जिसमें बहुसंख्यकों की अधिकतम रुचि हो। इसीलिए समाचार की व्याख्या करते समय कुछ विशेष बातों का ध्यान रखा जाता है -

- नूतनता** - समाचार में नवीनता हो। मन्तव्य यही है कि ताजा से ताजा समाचार पाठकों ओ आकर्षित करता है।
- सत्यता** - किसी घटना का सत्य, परिशुद्ध एवं संतुलित विवरण समाचार को मूल्यवान बनाता है।
- सामीप्य** - निकटस्थ घटित घटना दूरस्थ की बड़ी दुर्घटना से अधिक महत्त्वपूर्ण होती है।
- सुरुचिपूर्णता** - पाठकों की रुचि को प्रभावित करने वाले समाचार अधिक पठनीय होते हैं।
- व्यक्तिकता** - उच्च पदस्थ व्यक्तियों का भाषण समाचार बन जाता है।
- संख्या और आकार-** अधिक संख्या में मृत और घायल यात्रियों से सम्बद्ध भयंकर रेल दुर्घटना महत्त्वपूर्ण होगी, जबकि मामूली चोट वाली घटना समाचार की दृष्टि से गौण है।
- संशय और रहस्य -** संशय और रहस्य से परिपूर्ण समाचारों की ओर पाठकों की अधिक जिज्ञासा होती है। सीधे, सत्य, समाचार का महत्त्व होता है। पाठक उस पर विश्वास करता है। सीधा समाचार सरल तथा सुस्पष्ट विधि से घटनाओं का सही-सही तथ्यात्मक विवरण देता है। इसमें तथ्यों को तोड़ा-मरोड़ा नहीं जाता। ऐसे समाचार में आरोप लगाने, निष्कर्ष निकालने एवं सम्मति देने का प्रयास नहीं होता। आजकल के अति व्यस्त पाठकों के पास समाचार की जटिलता और रहस्यमयता से जूझने की फुर्सत नहीं है। अतः समग्र तथ्यों की व्याख्या द्वारा समाचार को सुग्राह्य बना दिया जाता है। ऐसे समाचारों का अधिक महत्त्व होता है।

1.3 समाचार चयन के आधार

समाचार पत्र के संपादक को 'सारं गृहणन्ति पंडिता' के अनुरूप समाचार चयन का महत्त्वपूर्ण कार्य करना पड़ता है। संवाद समितियों एवं अन्य स्रोतों से प्राप्त समाचारों के अम्बार से किसी समाचार के चयन के सन्दर्भ में जूलियस साल्टर इलियास का सुझाव द्रष्टव्य है-“हम अपने पत्र में ऐसे समाचार दें, जिससे पाठक मुस्कराए और उत्साहित हो। प्रत्येक पृष्ठ पर ऐसे समाचारों को स्थान मिले, जिनसे पाठकों का मन प्रसन्न हो।”

बोर्ड परीक्षा के लिए डेढ़ सौ केंद्र व्यवस्थापक बने

वाराणसी। उत्तर प्रदेश को परीक्षाएं सुचारु रूप से कराने माध्यमिक शिक्षा परिषद (यूपी बोर्ड) की जिम्मेदारी सौंपी गई है। स्वकेंद्र की अगले महीने होने वाली दसवीं और बारहवीं की परीक्षाओं के लिए डेढ़ सौ केंद्र व्यवस्थापक बनाए गए हैं। भी केंद्र व्यवस्थापकों से 28 फरवरी तक कक्षा निरीक्षकों के लिए आवश्यकता अनुसार मांग पत्र देने का निर्देश दिया गया है। केंद्र व्यवस्थापकों की सूची बोर्ड को भी भेजी जाएगी।

वाराणसी में बोर्ड परीक्षा के लिए 150 परीक्षा केंद्र बनाए गए हैं। सभी केंद्र व्यवस्थापकों की सूची बना दी गई है। केंद्र व्यवस्थापकों

की जिम्मेदारी सौंपी गई है। स्वकेंद्र की अगले महीने होने वाली दसवीं और बारहवीं की परीक्षाओं के लिए सभी परीक्षा केंद्रों पर 90 फीसदी कक्षा निरीक्षक बाहरी तैनात करने का निर्देश है। सिर्फ दस फीसदी ही कक्षा निरीक्षक उसी विद्यालय के हों कसते हैं। जिला विद्यालय निरीक्षक आंकार सुवंल न कहा है कि सभी विद्यालयों को सूचित किया गया है कि विद्यालय में कार्यरत शिक्षक (वित्तपोषित, वित्तविहीन व विषय विशेषज्ञ) की सूची व कक्षा निरीक्षकों के लिए मांग पत्र 28 फरवरी तक हर हालत में उपलब्ध करा दें।

रेल कैंटरिंग में कमजोर तबकों को आरक्षण

नई दिल्ली। रेलवे मंत्री लालू प्रसाद यादव ने रेलवे स्टेशनों पर विभिन्न श्रेणियों की कैंटरिंग (खानपान सेवा) का लाइसेंस देने में एससी/एसटी समेत विभिन्न कमजोर तबकों को 25 से 49 फीसदी आरक्षण का प्रावधान किया है।

लोकसभा में शनिवार को रेल बजट पेश करते हुए रेल मंत्री लालू ने ऐलान किया कि इस आरक्षण का लाभ उठाने वालों में अनुसूचित जाति, अनुसूचित जनजाति, पिछड़ा वर्ग, अल्पसंख्यक, युद्ध में शहीद हुए सैनिकों की विधवाएं, रेल कर्मियों की विधवाएं, स्वतंत्रता सेनानी व अन्य कमजोर वर्ग के लोग शामिल होंगे।

रेलवे की खानपान सेवा की नई नीति के तहत आरक्षण आ आधार स्टेशन की ए, बी, सी श्रेणी के मुताबिक 25 फीसदी आरक्षण और अन्य श्रेणियों में 49 फीसदी आरक्षण होगा।

सूचना-भण्डार से मुद्रण द्वार तक की यात्रा में समाचारों को रोके जाने, छोड़े जाने, आगे बढ़ाये जाने की नियन्त्रण प्रक्रिया को 'गेटकीपिंग' (Gatekeeping) कहा जाता है। Selection, Filter, Screening से सभी शब्द इस 'गेटकीपिंग' से मिलते जुलते शब्द हैं। प्रकार्य समाचारों के चयनकर्ता को गेटकीपर कहा जाता है, जो प्रायः उपसम्पादक होता है।

Individual or groups who decide what will be printed or broadcast. They select and reject news item out of a host of such items available at their disposal.

वस्तुतः समाचार-चयनकर्ता पत्रकारिता का प्रमुख उपस्थापक है।

1.3.1- जनाकर्षण

किसी भी समाचार की सामयिकता, सामग्रीय, आकार-प्रकार तथा महत्त्व इन चार विशेषताओं से परिपूर्ण समाचार आकर्षक होते हैं जिनके चयन पर बल दिया जाता है।

'फास्टफूड से पैदा हो रही नई बीमारियाँ'

संवाददाता

वाराणसी। लखनऊ स्थित संजय गांधी आयुर्विज्ञान संस्थान के निदेशक प्रो० करतार सिंह ने कहा कि असंयमित खानपान की वजह से लीवर की नई-नई बीमारियाँ पैदा हो रही हैं। पिज्जा आदि फास्टफूड खाकर लोग रोगी बन रहे हैं। वे कार्शो हिंद विश्वविद्यालय में आयोजित एक समारोह में बोल रहे थे।

चिकित्सा विज्ञान संस्थान के के० एन० उदय प्रेसागुह में आयोजित इंडियन गैस्ट्रोइंटेरोलाजी के वार्षिक अधिवेशन में उन्होंने कहा कि खाने

में सफाई की कमी की वजह से पेट के रोगों बढ़ रहे हैं। पेस्टिसाइड व मक्खियों के संक्रमण से भी नए रोग पनप रहे हैं। उन्होंने कहा कि फास्ट फूड और जंक फूड से मोटापा बढ़ रहा है। उन्होंने बताया कि जंक फूड में कार्बोहाइड्रेट व वसा की मात्रा बढ़ाने के कारण लोग मोटापे के शिकार हो रहे हैं। सामान्य तौर पर आम आदमी का भोजन में 60 फीसदी कार्बोहाइड्रेट, 15 फीसदी प्रोटीन व 25 फीसदी वसा की मात्रा लेनी चाहिए। अमेरिका में तो अभी हाल ही में फास्ट फूड के खिलाफ लोगों ने प्रदर्शन भी किया है।

उन्होंने कहा कि लीवर के लिए चित्ताना घातक अल्कोहल है, इस प्रकार के खाद्य पदार्थ भी उतने ही हानिकारक लीवर की नैश (नान अल्कोहलिक स्टीपरिक हेपेटाइटिस) रोगों के लिए अल्कोहल की जगह ऐसे खाद्य पदार्थ ही जिम्मेदार हैं। इंडिया गैस्ट्रोइंटेरोलाजी सोसायटी के अध्यक्ष प्रो० एस० पी० त्वगी ने कहा कि स्वास्थ्य सेवाओं में जैसे-जैसे बढ़ोतरी हो रही है वैसे-वैसे नए-नए रोग पनपते जा रहे हैं। विभिन्न अतिथि प्रो० गजेन्द्र सिंह ने कहा कि हमें विकास के साथ-

साथ अपना खानपान भी सुधारना होगा। भारत में लोगों का आर्थिक स्तर जैसे जैसे बढ़ रहा है वैसे-वैसे लोग खानपान के मामले में अनियंत्रित होते जा रहे हैं। कार्यक्रम में आई०एम०एस० जे० गैस्ट्रोइंटेरोलाजी विभाग के संस्थापक डा० जे०पी० गुप्ता को सम्मानित किया गया। सोसायटी की वार्षिक रिपोर्ट डा० अरुण खंडूरी ने पेश की। स्वागत भाषण प्रो० ए० के० जैन, संचालन डा० आलोक मिश्रा तथा धन्यवाद ज्ञापन डा० वी० के० दीक्षित ने किया।

1.3.2 जनरुचि

जनरुचि, जातिरुचि और समूह रुचि को तुष्ट करने वाले समाचार वरेण्य होते हैं। लोक-नाड़ी को परख कर उसके अनुरूप समाचारों का प्रकाशन होना चाहिए, परन्तु यहाँ एक कठिनाई है। हत्या, डकैती, पकैटमारी, जालसाजी, धोखाधड़ी और बलात्कार सम्बन्धी लोकरुचि के घिनौने अंशों को प्रस्तुत कर पाठकों की रुचि को विकृत भी किया जा सकता है। आदर्श सम्पादक सत्य को न छुपाने की मजबूरी में रहते हुए भी शालीनता के परिधान में आवेष्टित कर ऐसे समाचारों को प्रकाशित करते हैं।

अश्लीलता के गढ़ बनते जा रहे हैं साइबर कैफे

विजय विनीत

वाराणसी। साइबर कैफे को अश्लीलता का गढ़ बनने से प्रशासन नहीं रोक पा रहा है। अश्लीलता रोकने के लिए शासन ने पिछले महीने साइबर कैफे को आंतरिक सज्जा में आमूलचूल परिवर्तन का निर्देश दिया था। अब तक एक भी साइबर कैफे को चिन्हित नहीं किया जा सका है, जबकि कैफे के मालिक स भी कानून की धजियाँ उड़ा रहे हैं। इन्हें अब तक सूचीबद्ध नहीं किया जा सका है।

वाराणसी महानगर में साइबर कैफे की संख्या सात सौ से अधिक है। प्रतिस्पर्धा के चलते कई कैफे के मालिकों ने वी-सेट कनेक्शन ले रखा है। लेकिन अधिकांश साइबर कैफे में केबिल है और दस से पंद्रह रुपये प्रति घंटे की दर पर लोगों को सर्किंग

की सुविधा मुहैया कराई जाती है। दिया था। प्रशासन ने इस आदेश का अनुपालन नहीं किया। साइबर से इनकार करते हैं कि उनके कैफे में बढ़ती अश्लीलता रोकने के लिए सूचना प्रौद्योगिकी एक्ट 2000 की धारा 67 में दंड

- दस साल कैद और दो लाख जुर्माने का प्रावधान
- धड़ल्ले से उड़ाई जा रही हैं कानून की धजियाँ
- सूचीबद्ध भी नहीं किए गए जिले के साइबर कैफे

है। तमाम साइबर कैफे में मनमाने का प्रावधान किया गया है। इसके ढंग से अश्लील वेबसाइटों की मुताबिक पहली बार अपराध करने सर्किंग हो रही है। आईटी एवं पर पाँच साल कारावास और इलेक्ट्रॉनिक विभाग के मुख्य एक लाख रुपये जुर्माने का सचिव नवीन चंद्र वाजपेयी ने प्रावधान है। दूसरी और तीसरी पिछले महीने जिलाधिकारियों को मर्तबा अपराध करने पर दस साइबर कैफे में बढ़ती अश्लीलता साल की सजा और दो लाख की रोकथाम के लिए साइबर रुपये तक जुर्माना हो सकता है। कैफे का निरीक्षण करने और श्री वाजपेयी का मानना है कि दोषी लोगों के खिलाफ प्रभावी कड़े कानून और शासनदेश के दंडात्मक कार्रवाई करने का निर्देश बावजूद साइबर कैफे में

अश्लीलता एवं अपराधिक गतिविधियों पर प्रभावी नियंत्रण नहीं हो सका है। निर्देश दिया है कि साइबर कैफे के मालिकों और उद्यमकर्ताओं को इस बात के लिए प्रोत्साहित किया जाए कि वह कंप्यूटर और हार्डवेयर को इस तरह से स्थापित करें कि उनकी वीडियो डिस्क्रे स्क्रीन पर हाल में मौजूद नियंत्रक की नजर में रहे। प्रमुख सचिव ने निर्देश दिया है कि अब नए साइबर कैफे के कंप्यूटर हार्डवेयर की स्थापना बिना केबिन, बिना पार्टीशन एवं बिना दरवाजा और यथासंभव खुले हाल या बड़े कमरे में की जाए। उन्होंने जिले में स्थापित साइबर कैफे का नियमित निरीक्षण करने का निर्देश देते हुए इनकी गतिविधियों पर नजर रखने का आदेश दिया है।

1.3.3 तथ्यों की पवित्रता

तथ्य पवित्र है और सत्य ही प्रकाश्य है। कभी-कभी चयन प्रक्रिया में धर्म संकट की स्थिति आ जाती है जैसे-सूचना विभाग द्वारा हड़ताल की सफलता सम्बन्धी विज्ञप्तियों के डेर के साथ ही विविध सूत्रों द्वारा हड़ताल की असफलता के समाचार प्राप्त होते हैं। ऐसी परिस्थिति में राष्ट्रहित तथा पत्रकारिता की न्यायोचित माँग के अनुरूप बड़ी ईमानदारी से उभय पक्ष के तथ्यों को पाठकों के समक्ष रखा दिया जाता है।

1.3.4 लीड

‘लीड’ शब्द अंग्रेजी के लीडर का लघु रूप है। जैसे लीडर (नेता) नेतृत्व करता है, उसी प्रकार ‘लीड’ समाचार सब समाचारों का मुखिया होता है। प्रथम स्थान पाने वाले समाचार को पृष्ठ का ‘लीड’ बनाया जाता है। समाचारों में जो समाचार सबसे प्रमुख होता है, वही ‘लीड’ बनता है।

अब समस्या आती है कि समाचारों के अपार भण्डार से प्रथम पृष्ठ और अन्दर के पृष्ठों का समाचार कैसे चुनें? कौन सा समाचार प्रथम पृष्ठ पर दिया जाय कौन सा भीतर के अन्य पृष्ठों पर। पृष्ठों का वर्गीकरण तो केवल सुविधा के लिए है। प्रथम पृष्ठ पर सभी प्रकार के अति

महत्त्वपूर्ण समाचार दिए जा सकते हैं। समाचार पत्र के सभा पृष्ठ महत्त्वपूर्ण ह, पर प्रथम पृष्ठ अपना विशेष महत्त्व और आकर्षण रखता है। समाचार पत्र के प्रथम पृष्ठ पर किसी संस्करण के प्रकाशन समय तक का अति महत्त्वपूर्ण समाचारों को स्थान दिया जाना चाहिए। समाचारों के भी दो भाग किए जा सकते हैं -

समाचार लेखन के मूल तत्त्व

(1) स्वतन्त्र अस्तित्व रखने वाले समाचार

(2) प्रथम पृष्ठ पर या अन्य पृष्ठ पर जाने वाले समाचार से सम्बन्धित।

पृष्ठ की आवश्यकता और सज्जा को ध्यान में रखते हुए महत्त्व के अनुसार खबरों को दो कालम अथवा एक कालम बनाया जाता है। प्रथम स्थान वाले समाचार पर सबसे मोटे टाइप का शीर्षक होता है।

उदाहरण-

चिदंबरम की बहार, सपनों की भरमार

वैतनभोगियों के लिए राहत, आयकर छूट सीमा एक लाख

www.bhaskar.com

प्रथम कोटि के समाचार को पत्रकारी भाषा में प्रथम 'लीड' कहा जाता है। उदाहरण- 'कांग्रेस ने ठुकराया पासवान का फार्मूला' लीड खबर है।



कांग्रेस ने ठुकराया पासवान का फार्मूला

जदयू के सहारे कोई सरकार मंजूर नहीं



लालू ने फिर ललकारा पासवान ने नकारा

यदि प्रथम लीड पृष्ठ के वाम भाग में दिया जाता है तो उस समाचार की तुलना में कुछ कम महत्त्व के समाचार को द्वितीय लीड के रूप में प्रथम लीड से कुछ हल्के टाइप में दाहिनी ओर देते हैं। यह भी कोई जरूरी नहीं कि द्वितीय लीड दी ही जाय। सजावट और महत्त्व की दृष्टि से यदि प्रथम लीड को छोड़कर अन्य दो चार महत्त्व के समाचारों को सामान्य दो-या तीन कालम का शीर्षक दिया जा सकता है। प्रथम पृष्ठ पर अधिक महत्त्व के समाचार को जगह दी जाती है और कम महत्त्व के समाचारों को अन्दर के पृष्ठों पर जगह दी जाती है। हर पृष्ठ पर

चित्र-कांग्रेस ने ठुकराया पासवान का फार्मूला

यदि प्रथम लीड पृष्ठ के वाम भाग में दिया जाता है तो उस समाचार की तुलना में कुछ कम महत्त्व के समाचार को द्वितीय लीड के रूप में प्रथम लीड से कुछ हल्के टाइप में दाहिनी ओर देते हैं। यह भी कोई जरूरी नहीं कि द्वितीय लीड दी ही जाय। सजावट और महत्त्व की दृष्टि से यदि प्रथम लीड को छोड़कर अन्य दो चार महत्त्व के समाचारों को सामान्य दो-या तीन कालम का शीर्षक दिया जा सकता है। प्रथम पृष्ठ पर अधिक महत्त्व के समाचार को जगह दी जाती है और कम महत्त्व के समाचारों को अन्दर के पृष्ठों पर जगह दी जाती है। हर पृष्ठ पर

उस महत्त्वपूर्ण खबरों को लीड बनाया जाता है। प्रथम पृष्ठ पर राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय खबर महत्त्वपूर्ण होती है जब कि अन्दर के पृष्ठों पर क्षेत्रीय महत्त्वपूर्ण की खबर उस पृष्ठ की लीड बनती है।

लीड के अतिरिक्त जो अधिक रोचक जान पड़ते हैं, उन्हें प्रथम पृष्ठ के लिए चुन लिया जाता है। अनेक ऐसी खबरें भी होती हैं, जिन्हें 'स्वतंत्र' कहा जा सकता है और कुछ ऐसे होते हैं, जिनका आपस में सम्बन्ध होता है। उन्हें एक दूसरे के आस-पास, ऊपर-नीचे इस प्रकार सम्पादित करना होता है, मानो उनका आपसे सम्बन्ध हो। एक का मैटर दूसरे के शीर्षक से मिला दिया जाता है।

1.4 समाचारों की प्रस्तुति

समाचारों की प्रस्तुति वैज्ञानिक कला है। यह बड़ी सहजता, कल्पना, व्यवस्था एवं सुरक्षित की माँग करती है क्योंकि इस क्षेत्र में इतना वैविध्य है कि इनके लिए एकरूपता निर्धारित करना अत्यन्त कठिन है। वैसे तो मध्यम, विशेष/समाचार पत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन के अनुसार प्रस्तुति का स्वरूप बदलता ही है, किन्तु एक ही माध्यम के लिए विभिन्न विषयों के समाचार लिखते समय भाषा शैली, शीर्षक रचना, आमुख पंक्ति तथा आकार सीमा बदल जाती है। यह परिवर्तन इतने सूक्ष्म और अनुभव आधारित होते हैं कि इनकी प्रस्तुति के लिए सर्वमान्य सिद्धान्तों को आरोपित करके सन्तुष्ट होना कठिन है, किन्तु विद्वानों द्वारा सृजित सर्वमान्य सिद्धान्तों को प्रारंभिक स्तर पर सीखने हेतु प्रयोग में लाया जा सकता है।

समाचार प्रस्तुति के तीन प्रमुख घटक हैं—चयन, लेखन, सज्जा। चयन के संदर्भ में पूर्व अध्याय में विचार किया जा चुका है और सज्जा का दायित्व सम्पादक का है। अतः प्रस्तुत पाठ में समाचार लेखन ही हमारा अभीष्ट है।

समाचार लेखन—समाचार लेखन के संदर्भ में यह प्रश्न उठता रहा है कि समाचार लेखन 'विज्ञान है या 'कला'? इस संदर्भ में विद्वानों के अलग-अलग मत हैं, किन्तु व्यावहारिक पहलू पर ध्यान केन्द्रित करने से एक बात स्पष्ट हो जाती है कि समाचार लेखन में उपर्युक्त दोनों तथ्य परस्पर पूरकता का निर्वाह करते हुए प्रयुक्त होते हैं। अर्थात् समाचार लेखन को प्रभावशाली ढंग से प्रस्तुत करने के लिए लेखक को विविध विषयों की जानकारी, भाषा पर अधिकार और काल्पनिकता आदि के गुण से परिपूर्ण होना अनिवार्य है, तभी वह रोचक उत्सुकतापूर्ण, कुतुहलमय एवं पठनीय प्रस्तुति में सफल होगा। इस आधार पर लेखन, कला का स्वरूप ग्रहण कर लेता है, वहीं दूसरी ओर समाचार के विभिन्न प्रभागों शीर्षक, सूत्रोल्लेख, आमुख, व्याख्या निष्कर्ष आदि का एक निश्चित क्रम होता है, जिसकी प्रस्तुति अत्यंत व्यवस्थित होती है। इस कारण समाचार लेखन को विज्ञान भी माना जाता है किन्तु यह निर्विवाद है कि दोनों स्वरूप एक दूसरे के पूरक हैं।

अच्छे लेखन के लिए चार सकारण-सामयिकता, सत्यता, स्पष्टता तथा संक्षेपण और छः ककारों—क्या, कहाँ, कब, कैसे, क्यों, कौन का विशेष महत्त्व है। प्रसिद्ध पाश्चात्य विद्वान रूडियर्ड किपलिंग ने इन्हें 5-डब्ल्यू और 1-एच के रूप में उल्लिखित किया है अर्थात् What, where, when, who, why and how.

उपर्युक्त आधारों पर केन्द्रित समाचार के लेखन प्रारूप को विद्वानों ने स्तुपाकार, विलोम स्तुपाकार तथा बहुआयामी (डायमण्डाकार) तीन स्वरूपों में स्पष्ट किया है। इन पर स्वतंत्र रूप से विचार किया जाएगा। यहाँ हम रिपोर्ट को समाचार विधा में ढालने की प्रक्रिया को स्पष्ट करेंगे।

प्रसिद्ध पाश्चात्य विद्वान एल० के० डिकर के अनुसार एक अच्छे समाचार में सूचना (Information), उद्देश्य (Intention), प्रक्रिया (Method), पृष्ठभूमि, एवं प्रबंध (Administration) और पारस्परिक संचार (Inter Communication) होना अनिवार्य है। इस प्रक्रिया को

पूर्वोल्लिखित है कि समाचार का स्वरूप पाँच प्रभागों में विभाजित होता है। इसको यह भी कह सकते हैं कि समाचार की काया (बॉडी) के पाँच भाग हैं। व्यवस्थित समाचार प्रस्तुति में यह अपेक्षा की जाती है कि सर्वप्रथम शीर्षक प्रस्तुत किया जाये, फिर सूत्रोल्लेख, आमुख, व्याख्या और निष्कर्ष क्रमवत लिखे जायें।

□ **शीर्षक** – समाचार को विस्तृत रूप में पढ़ने, सुनने, देखने से पूर्व, पाठक की दृष्टि उसके शीर्ष अथवा, हेडिंग या मुख्य समाचार पर केन्द्रित होती है। इसलिए शीर्षक को 'समाचार का झरोखा' कहा जाता है। संभवतः दूरदर्शन पर मुख्य हेडिंग के साथ की गई चित्रों की क्लिपिंग का यही लक्ष्य शीर्षक पढ़ने/देखने/सुनने पर यदि समाचार विस्तार से पढ़ने की ललक उत्पन्न नहीं हुई तो सारा परिश्रम व्यर्थ जाता है। शीर्षक निर्धारण प्रक्रिया पर हम स्वतंत्र अध्याय में विचार करेंगे।

□ **सूत्रोल्लेख** – शीर्षक के पश्चात् समाचार का स्रोत उल्लिखित किया जाना चाहिए। यह स्रोत समाचार समिति, न्यूज ब्यूरो, विशेष प्रतिनिधि, अथवा व्यक्तिगत संवाददाता के रूप में उल्लिखित होता है। जैसे

सात औद्योगिक गलियारे विकसित करेगी सरकार

नई दिल्ली 18 अगस्त/उत्तर प्रदेश सरकार

□ **फिजी में लोकतंत्र बहाली के लिए अंतरराष्ट्रीय दबाव बने-अटल**

नयी दिल्ली; 18 अगस्त (वार्ता)।

□ **भारती मामले की सुनवाई 21 को**

इलाहाबाद कार्यालय

□ **विधान परिषद उपचुनाव को लेकर संकट**

दूरदर्शन और रेडियो पर समय सीमा के कारण सूत्रोल्लेख अनिवार्य नहीं हैं। हालाँकि अधिकांशतः सूत्रोल्लेख कम ही किया जाता है। इन माध्यमों में संवाददाता से सीधा साक्षात्कार कराने की प्रक्रिया विश्वसनीयता को बढ़ाती है। दूरदर्शन पर घटना का विवरण, शब्दों के अतिरिक्त सीधे/रिकार्डिंग प्रसारण द्वारा प्रस्तुत किया जाता है। आवश्यकता होने पर सूत्रोल्लेख होता है, अगर उच्चारण में नहीं तो कैप्शन रूप में।

1.4.1 आमुख

आमुख – समाचार प्रस्तुति में शीर्षक या हेडलाईन अथवा मुख्य समाचार के बाद आमुख (Intro) का विशेष महत्त्व है। यह सम्पूर्ण समाचार का प्राण तत्त्व है। आमुख को समाचार की भूमिका भी कह सकते हैं। 'Intro' शब्द अंग्रेजी के Introduction शब्द का संक्षिप्त रूप है। उर्दू में इसे 'मुखड़ा' कहा जाता है। अमरीकी पत्रकारिता में इसे लीड (Lead) कहा जाता है। डा० अर्जुन तिवारी कहते हैं कि 1880 ई० से पूर्व पत्रों में कालक्रम से घटना का विवरण दे दिया जाता था। सर्वप्रथम एडविन एल० शूमैन ने आमुख द्वारा आकर्षक समाचार रचना पर ध्यान दिया। समाचार का पहला अनुच्छेद जिसमें संवाद का सार-सर्वस्व निहित हो, आमुख होता है। आमुख तो समाचार दुर्ग का प्रवेश द्वार है।

आमुख की विशेषताओं पर प्रकाश डालते हुए डा० श्री एन० सी० पंत लिखते हैं "समाचार का प्राण समाचार के मध्य में न होकर उसके आरंभ में तथा पहले वाक्य में होता है। समाचार के शीर्षक और उसके आरंभिक अंश को पढ़ने तथा देखने से ही सम्पूर्ण समाचार की स्थिति घटना चक्र तथा निष्कर्ष का पता चल जाता है।"

डॉ. अर्जुन तिवारी का अभिमत है कि—“यह प्रथम अनुच्छेद जो मूलतः समाचार के सार रूप अथवा मुख्य तथ्य को उद्घाटित करता है, प्रभावी और आकर्षक होना चाहिए। इन्ट्रो का प्रभावीपन ही पाठक को समाचार पढ़ने के लिए प्रेरित करता है।”

प्रसिद्ध पत्रकार श्री रंगास्वामी पारसार्थी के अनुसार अच्छे इन्ट्रो में चार विशेषताएँ होनी चाहिए –

1. यह पाठक को तुरन्त पकड़े।
2. यह कुछ न कुछ अवश्य कहे।
3. यह कार्य वह तुरन्त करे।
4. यह कार्य ईमानदारी से करे।

उपर्युक्त विचारों से स्पष्ट है कि आमुख समाचार का प्राण तत्व है। इसमें लेखक से अपेक्षित है कि वह अपना सम्पूर्ण कला-कौशल प्रदर्शित करके इसे सूचनाप्रद एवं सुरुचिपूर्ण बनाये। इसके लिए आवश्यक है कि इसमें रिपोर्ट का सार दो या तीन पंक्तियों में इस प्रकार प्रस्तुत कर दिया जाये कि प्रमुख घटना/सूचना का आभास हो जाये और विवरण जानने की उत्सुकता बढ़े। विद्वानों का मत है कि समाचारों के प्रमुख छः ‘ककारों’ में से कम से कम प्रथम तीन ककारों का उल्लेख आमुख में अवश्य होना चाहिए।

1. **आमुख के प्रकार** – आमुख का वर्गीकरण करना अत्यंत कठिन कार्य है, क्योंकि जितने प्रकार के समाचार होते हैं, उतने ही प्रकार के आमुख भी। फिर, संवाददाता अथवा सम्पादक का पूर्वाग्रह अथवा दृष्टि भी विविधत इसके लिए उत्तरदायी है। श्री एन० सी० पंत ने सामान्य रूप से इन्ट्रो के दो प्रमुख प्रकारों की चर्चा की है—एक भावनात्मक इण्ट्रो, दूसरा तथ्यात्मक इण्ट्रो। भावनात्मक इण्ट्रो हार्ड न्यूज और घटना की प्रामाणिकता के लिए सार्थक होता है। डॉ० अर्जुन तिवारी ने समाचारों की प्रकृति के अनुरूप आमुख के निम्नलिखित रूप प्रस्तुत किए हैं –

- (i) **सारांश आमुख (Summary Lead)** – इसमें समाचार का मूलभाव संक्षेप में प्रस्तुत किया जाता है।
- (ii) **विस्तृत आमुख (Comprehensive Lead)** – इसमें घटना से सम्बद्ध सभी प्रमुख बातों का उल्लेख किया जाता है। इस प्रकार के आमुख में एक अनुच्छेद में समस्त तथ्य आने की अनिवार्यता नहीं रहती।
- (iii) **दुर्घटना आमुख (Accident Lead)** – इस प्रकार के आमुख में विवरण के साथ, प्रभावित व्यक्तियों के नामों का उल्लेख सविस्तार किया जाता है।
- (iv) **पंच आमुख (Punch Lead)** – रिपोर्ट को क्रमवत प्रस्तुत किया जाता है।
- (v) **आश्चर्यजनक आमुख (Astonisher Lead)** – बिना विस्मयादिबोधक चिह्न का प्रयोग किए ही आश्चर्यजनक तथ्यों को प्रस्तुत करना।
- (vi) **कारतूस आमुख (Cartridge Lead)** – बड़ी घटना को सीधे वाक्य में लिखा जाता है। इसका प्रथम अनुच्छेद प्रायः शीर्षक सदृश प्रतीत होता है।
- (vii) **उद्धरण आमुख (Quote Lead)** – इस प्रकार के आमुख सभाओं और गोष्ठियों में व्यक्त विचारों को समाचार के रूप में प्रस्तुत करते समय लिए जाते हैं।
- (viii) **आलंकारिक आमुख (Figurative Lead)** – इसमें काव्यमय, आलंकारिक शैली का प्रयोग होता है।
- (ix) **सूक्ति आमुख (Epigram Lead)** – सार्वभौम सत्य को सूक्ति आमुख के रूप में रखते हैं।

□ **विवरण** – शीर्षक, सूत्रोल्लेख तथा आमुख के बाद समाचार का मुख्य अंश विवरण आता है। जिसमें समाचार का सम्पूर्ण विवरण विस्तार के साथ प्रस्तुत किया जाता है। यह विस्तार समय और स्थान पर आधारित होता है। यह विस्मृत नहीं होना चाहिए। समाचार की आवश्यकता एवं विषयानुसार इसे एक, दो या तीन अथवा उससे अधिक अनुच्छेद में प्रस्तुत किया जा सकता है। लेखक से अपेक्षा होती है कि अनुच्छेद तथा वाक्य संरचना संक्षिप्त हो, क्योंकि बड़े-बड़े अनुच्छेद तारतम्य में व्यवधान उपस्थित करने के साथ-साथ नीरसता भी उत्पन्न करते हैं, जबकि रोचकता और स्पष्टता समाचार लेखन की अपेक्षित अनिवार्यता है।

□ **निष्कर्ष** – समाचार के निष्कर्ष, उपसंहार में अपेक्षा की जाती है कि समाचार लेखक/संपादक पूर्ण घटनाचक्र के संबंध में अपनी टिप्पणी अथवा राय प्रस्तुत करें। ध्यान रहे कि यह राय पूर्वाग्रह-ग्रस्त नहीं होती, अपितु आगामी प्रभावों को परिलक्षित करती हुई अथवा संभावनाओं को दर्शाती हुई, श्रेयस्कर मानी जाती है।

1.4.2 समाचारों की भाषा-शैली

□ **समाचारों की भाषा शैली** – ऊपर समाचार बताने और जताने का ढंग प्रस्तुत किया गया है। अब प्रश्न यह उपस्थित होता है कि समाचारों की संप्रेषणीयता के लिए किस प्रकार की भाषा शैली अपेक्षित है। इस संबंध में अकबर इलाहाबादी का शेर उद्धृत किया जा सकता है—‘जुबां ऐसी कि सब समझें, बयाँ ऐसा कि सब मानें’ अर्थात् भाषा में वह सहजता, स्वाभाविकता एवं संप्रेषणीयता होनी चाहिए, जो सर्वग्राह्य हो। यह कैसे संभव है? इसके लिए आवश्यकता है कि बोलने और लिखने की भाषा एक सी हो। इसलिए विराट साधना की आवश्यकता है। वरिष्ठ पत्रकार श्री अखिलेश मिश्र का मानना है कि इस गुण को हाशिल करने के लिए ‘समाचार लिखते समय अपनी और पाठक की दैहिक भाषा के प्रभावों की कल्पना करके उन प्रभावों को लिखित भाषा में उतारने का प्रयास जरूरी होता है।कल्पना और वास्तविकता के बीच की दूरी जिस हद तक घटाई जा सके, उतनी ही सफलता समाचार लिखने में मिलेगी।’¹

विदित है कि सम्प्रेषणीयता एवं सुपाठ्यता के लिए भाषा में सहजता और स्वाभाविकता के साथ कसाव भी होना चाहिए। कसी भाषा के कुछ गुर निम्नवत् हो सकते हैं—

1. लम्बे, जटिल वाक्यों एवं बड़े पैराग्राफों का प्रयोग न किया जाय।
2. जहाँ तक संभव हो पुनरुक्ति से बचें। निरन्तर नवीनता रमणीयता उपस्थित करती है।
3. जब तक बहुत आवश्यक न हो, तब तक विशेषणों से बचना चाहिए।
4. निष्प्रयोजन विभक्तियाँ अर्थ ग्रहण में बाधा उत्पन्न करती हैं। अतः इनसे बचना चाहिए।
5. ‘कहने का तात्पर्य यह है’, ‘मतलब यह है’, ‘ध्यान रहे’, ‘ज्ञातव्य है’ और इसी तरह के अन्य प्रयोगों से बचना चाहिए क्योंकि यह असमर्थ भाषा के लक्षण हैं। अखिलेश मिश्र लिखते हैं कि ‘मतलब बताना पड़े, ध्यान दिलाना पड़े, यानि काव्य में रस बताना पड़े तो रसास्वाद में बाधा आती है अर्थात् दोष माना जाता है। इन दोषों से बचना चाहिए।
6. हिन्दी में दोहरी-तिहरी क्रियायें, जैसे-‘बेच डाला, बंद कर दिया, लेट गया’ आदि, बोलने का चलन है। इसके स्थान पर क्रिया इकहरी रखने से भाषा में कसाव आता है।
7. समाचारों में लाक्षणिक एवं आलंकारिक भाषा का प्रयोग नहीं करना चाहिए।
8. संकेताक्षरों के स्थान पर पूर्ण नाम उल्लिखित करना चाहिए। जो संकेताक्षर आम प्रचलन में आ गए हैं, उनका प्रयोग उचित है। जैसे उत्तर प्रदेश के लिए उ०प्र०,

सेन्ट्रल इन्टेलीजेन्स ब्यूरो के लिए सी०बी०आई० आदि।

9. संख्याएँ अंकों में न लिखकर शब्दों में लिखना चाहिए।
10. संस्कृतनिष्ठ शब्दावली के स्थान पर सहज एवं आम बोलचाल की शब्दावली प्रयोग करनी चाहिए किन्तु आर्थिक जगत् खेलकूद आदि विषयक समाचार लिखते समय तत्सम्बन्धी पारिभाषिकों का प्रयोग अनुचित नहीं होता। साथ ही क्षेत्र विशेष अथवा प्रबंधन रीति के कारण संस्कृत अथवा उर्दू, संस्कृत मिली, हिन्दुस्तानी भाषा का प्रयोग भी उचित है। जैसे-पंजाब केसरी अथवा डेलीट्रिब्यून।

□ **दृश्य श्रव्य माध्यम : समाचार प्रस्तुति** — दृश्य-श्रव्य माध्यमों पर समाचार प्रस्तुति के लिए संवाददाता या रिपोर्टर, सकारों तथा ककारों का प्रयोग तो करता ही है। लेकिन विलोमस्तूपी प्रारूप के स्थान पर यहाँ आयताकार और षट्कोणीय प्रारूप चला करते हैं। रेडियो; टी० वी० पर पहले शीर्षकों की झड़ी उसके बाद तीन-चार वाक्यों के 8-10 समाचार प्रस्तुत किये जाते हैं। इन समाचारों को सुनकर यह अहसास होता है कि प्रिन्ट मीडिया के अंतर्गत पत्र में उल्लिखित समाचार की हेडिंग और इन्ट्रो को लेकर रेडियो और टी० वी० पर काम चल सकता है।

दृश्य-श्रव्य माध्यम के लिए लेखन करने वाले समाचार लेखक को इन माध्यमों की सीमाओं का बोध अत्यन्त आवश्यक है। इन माध्यमों पर एक-एक सेकण्ड का उपयोग होता है। अतः समाचार लेखक को समाचार बुलेटिन की निर्धारित अवधि के अनुसार लिखने पड़ते हैं। सामान्यतः यह माना जाता है कि अधिकांश वाचक 110 से 125 शब्द प्रति मिनट वाचन करते हैं। अतः 10 मिनट के समाचार बुलेटिन में 1200 से 1350 तक शब्द लिखे जाते हैं। इसके साथ-साथ समाचार लेखन को कैप्शन, मोन्टाज, स्ट्रिंगर, फ्लैश के साथ-साथ संवाददाता से सीधी बातचीत अथवा रिपोर्ट तथा विज्ञापन आदि के लिए आवश्यक समय निर्धारित कर लेना चाहिए।

संक्षेप में दृश्य-श्रव्य माध्यम के लिए समाचार लेखन करते समय निम्नलिखित अपेक्षाएँ लेखक से हैं—

1. शब्दावली सरल तथा बोधगम्य हो। जैसे कि अगर सायं को घटित किसी घटना का उल्लेख करना है तो समाचार लिखते समय **गोधूलि बेला, संध्या** आदि परिनिष्ठित एवं आलंकारिक शब्दावली के स्थान पर **आज शाम, सायंकाल** शब्द का प्रयोग उचित होगा।
2. जहाँ तक संभव हो तृतीय पुरुष के कथनों का उल्लेख करें। जैसे **उन्होंने कहा था, विभिन्न सूत्रों के अनुसार** आदि।
3. सकर्मक क्रियाएँ श्रोता को बाँधने में सहायक होती है। द्विअर्थी शब्दों के प्रयोग से बचना चाहिए। संयुक्ताक्षर के स्थान पर सरल शब्द चुनना चाहिए।
4. संख्या लेखन में विशेष सावधानी अपेक्षित है जैसे-दशमलव के बदले **तीन चौथाई, साढ़े आठ** आदि शब्दों का प्रयोग करना चाहिए। इसी प्रकार 999 से ऊपर की संख्या को उनके उचित गणकों जैसे-**सौ, हजार, लाख, दस लाख** आदि। उदाहरणार्थ अगर 3876 लिखना है तो उसे तीन हजार आठ सौ छिहत्तर लिखना अधिक उचित है। इसी तरह 63,22,210 को 63 लाख, 22 हजार, 210 लिखना द्रुत पाठन के लिए उचित है।
5. लेखन में केवल उन्हीं संकेताक्षरों का प्रयोग करें जो रूढ़ हो गये हों। जैसे **भारतीय जनता पार्टी के लिए भाजपा, सेन्ट्रल इन्टेलीजेन्स ब्यूरो के लिए सी०बी०आई०** आदि।

6. जहाँ तक संभव हो व्यक्ति को पूर्ण अथवा मुख्य नाम की पुनरावृत्ति से बचना चाहिये। एक बार पूर्ण नाम लेने के बाद अंतिम नाम तथा पदनाम से काम चलाना चाहिये। जैसे-आज भारत के प्रधानमंत्री श्री अटल बिहारी बाजपेयी जी अमेरिका पहुँचे। वहाँ पहुँचने पर भारतीय प्रधानमंत्री का स्वागत जोरशोर से किया गया। अमेरिकी नागरिकों का अभिनंदन स्वीकार करते हुए बाजपेयी जी ने कहा कि "....."।

भाषा के साथ-साथ प्रारूप तैयार करने में निम्नलिखित सावधानियाँ अपेक्षित हैं -

- (i) सामान्यतः ए-4 आकार का कागज प्रयोग किया जाना चाहिये और कागज पर केवल एक ओर लिखना चाहिये।
- (ii) कागज के प्रत्येक पृष्ठ पर केवल एक ओर समाचार लिखना उपयुक्त होता है। यदि पृष्ठ बढ़ाना है तो उसकी सूचना प्रथम पृष्ठ पर ओर या More चिह्नित करके देनी चाहिये और कागज पर आईटम संख्या का उल्लेख करते हुए, उपभाग लिखना चाहिये जैसे-5ए, 5बी आदि।
- (iii) सम्पूर्ण समाचारों को कागज पर ऊपर से ढाई इंच तथा दोनों किनारों से एक-एक इंच का हाशिया छोड़कर दोहरे अन्तराल (डबल स्पेस) में टंकित किया जाना चाहिये।
- (iv) वाक्य छोटे छोटे होने चाहिये। सामान्यतः दस शब्दों का वाक्य उचित समझा जाता है।
- (v) अनुच्छेदों के बीच पाँच अंतराल का अंतः हाशिया छोड़ना उपयुक्त समझा जाता है।
- (vi) मुख पृष्ठ पर समाचार का समय, वाचक, संवाददाता, संपादक का नाम तथा दिनांक आदि यथोचित स्थान पर टंकित किया जाना चाहिये। इसके पश्चात् समाचारों का क्रमवत विवरण देते हुए समाचार वाचक को बीच-बीच में प्रयोग होने वाली जीवन्त रिपोर्ट, फिल्म, क्लैपन की अवधि एवं स्थान का स्पष्ट संकेत करना चाहिये।
- (vii) प्रस्तुति से सम्बन्धित संकेत चिह्नों को वृत्त में कर देना चाहिए, जिससे उन्हें अलग से पहचाना जा सके।
- (viii) प्रश्न वाचक वाक्य से समाचार प्रारंभ करना रेडियो/दूरदर्शन पर उचित नहीं माना जाता।
- (ix) समाचारों के सम्बन्ध में अपनी राय नहीं देनी चाहिए। अर्थात् खबर अच्छी है, बुरी है, लाभदायक अथवा हानिकारक है, सबका निर्णय श्रोता-दर्शक समूह पर छोड़ देना चाहिए।
- (x) सूचनाओं में नयापन बनाये रखने के लिए "आज", आज सुबह, आज दोपहर, आज सायं/शाम शब्दों का प्रयोग उपयुक्त लगता है।
- (xi) धर्म, नैतिकता, रंगभेद, सम्प्रदाय और यौन सम्बन्धी समाचारों में भाषिक संतुलन रखना अनिवार्य है।

निश्चित रूप से उपर्युक्त सुझावों का ध्यान रखते हुए लेखन करने से समाचारों के प्रस्तुतीकरण को सुधारा जा सकता है।

उपर्युक्त प्रस्तुति से परिचित होने के बाद भी यह समझ लेना चाहिए कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की कुछ ऐसी सुविधाएँ हैं जो प्रिन्ट मीडिया को नहीं मिल सकतीं। वहीं दूसरी ओर कुछ मजबूरियाँ भी हैं। जैसे कि तात्कालिकता। अर्थात् किसी भी कारण के चलते कार्यक्रम को

रोककर, त्वरित विशेष सूचना को प्रसारित करना तथा प्रतिपल घटित होने वाली घटनाओं को प्रसारित करते चलना, इलेक्ट्रॉनिक माध्यम का गुण एवं विशेषता है, वहीं एक बार समाचार पत्र छप जाने पर, अगला समाचार, नए अंक में ही प्रकाशित होता है। प्रिन्ट मीडिया के पास यह सुविधा नहीं है कि समाचार, फीचर पढ़ते-पढ़ते, पाठक को बीच में रोककर तात्कालिक घटित घटना से परिचित कराया जा सके। लेकिन समाचार पत्रों में घटना विशेष के आधार पर जो विशेषांक निकाला जाता है वह इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों की अपेक्षा, अधिक संग्रहणीय बनकर पाठक की स्थायी संपत्ति हो जाती है।

1.5 शीर्षक लेखन

आम व्यक्ति जब सरसरी दृष्टि से समाचारपत्र का अवलोकन करता है तो समाचारों का शीर्षक देखकर मन ही मन, खाका बनाता चला जाता है कि उसे किस समाचार को पढ़ना है? किसको छोड़ना है? वैसे तो समाचार को पढ़ना या छोड़ना पाठक की निजी रुचि और समय पर निर्भर होता है, किन्तु एक बात और, उसे न चाहते हुए भी, समाचार पढ़ने के लिए विवश कर देती है। वह है समाचार का शीर्षक। इन शीर्षकों को प्रसिद्ध पत्रकार श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी 'समाचार का प्राण, उसके सार का ज्ञापक और समाचार पत्र की मनोभावना का प्रतीक मानते हैं।' समाचार प्रस्तुति में शीर्षक का महत्त्व निर्विवाद है। इसे Show Window भी कहते हैं। इसी महत्त्व को इंगित करते हुए डॉ० अर्जुन तिवारी लिखते हैं कि—“समाचार के शीर्षक बड़े मुखर होते हैं। वे पाठक को पुकारते हैं। बार-बार यही दोहराते हैं—मैं महत्त्वपूर्ण हूँ, मैं आकर्षक हूँ। ये आँखों को विश्राम देते हैं, ये पत्र के विज्ञापन जैसे होते हैं जो पाठक को पत्र खरीदने हेतु प्रेरित करते हैं। अर्थात् समाचार के शीर्षक में आकर्षण का वह तत्त्व निहित होता है जो पाठक को आकर्षित करके समाचार पत्र खरीदने, समाचार पढ़ने के लिए विवश करता है और रुचि के समाचार चुनने में सहयोग करता है।

अब प्रश्न यह उपस्थित होता है कि समाचार का शीर्षक कैसे लिखा जाता है? कैसे आकर्षक बनाया जाता है? इसके लिए हमें दो बिन्दुओं पर ध्यान देना होगा। एक-शीर्षक लेखन की प्रक्रिया और दूसरा-मुद्रण कला। मुद्रण कला का दायित्व सम्पादक अथवा पृष्ठ सज्जाकार का होता है, किन्तु लेखन एवं प्रस्तुति का समाचार लेख का हम इसको बिन्दुसार देखेंगे।

□ **शीर्षक का उद्देश्य** – सर्वप्रथम हमारे सामने प्रश्न उपस्थित होता है कि शीर्षक का क्या उद्देश्य है। पूर्वोल्लिखित है कि शीर्षक, पाठक को समाचार पत्र खरीदकर, समाचार पढ़ने के लिए विवश कर देते हैं। अतः इनमें निम्नलिखित तत्त्व अपेक्षित हैं—

1. समाचार के मूल भाव की अभिव्यक्ति करना,
2. पाठक को रुचि अनुसार चयन का अवसर देना,
3. समाचार को आकर्षक बनाना,
4. प्रभावपूर्ण पृष्ठ सज्जा करना,
5. समाचार पत्र के क्रय के लिए ग्राहक को प्रभावित करना।

□ **अच्छे शीर्षक के गुण** – शीर्षक से अपेक्षा होती है कि वह समाचार का संपूर्ण सार, घटना का परिणाम तथा स्थिति की सूचना देने वाला हो। इसके लिए लेखक को अत्यंत सचेत, सजग और मुद्रण तकनीक का ज्ञाता होना चाहिए। मुद्रण तकनीक का ज्ञाता होने का परिणाम यह होगा कि सम्पादक को बिना समय और श्रम व्यर्थ किए शीघ्र लक्ष्य की प्राप्ति हो जायेगी। विदित है कि कोई छोटा बड़ा समाचार पत्र 3-4 कॉलम से लेकर 7-8 कॉलम तक का होता है। अतः शीर्षक ऐसा दिया जाता है, जो इच्छित कॉलम में शब्दशः समा जाये। मुद्रण में 10 और 12 प्वाइंट के टाइप समाचार देने के काम आते हैं। अन्य बड़े टाइपों से शीर्षक दिये

जाते हैं। हालांकि कम्प्यूटर के आगमन से, मॉटर और शीर्षक कम्पोज, करने की प्रक्रिया में, कॉलम की चौड़ाई का ध्यान रखना, आवश्यक नहीं रह गया है क्योंकि कम्प्यूटर की सुविधाओं का लाभ उठाकर, विशेष आग्रह पर दोनों की चौड़ाई छोटी-बड़ी की जा सकती है। टाईप के आकार के संदर्भ में कहा गया है कि—“टाइप का आकार पत्र का स्वर होता है। यह जितना बड़ा होगा उसका स्वर उतना ही ऊँचा होगा।”

इस तकनीक से परिचित होने के पश्चात् हमें एक अच्छे शीर्षक में अपेक्षित तत्त्वों से भी परिचित होना अनिवार्य है।

एक अच्छा समाचार लेखक एक ऐसा शीर्षक तैयार करता है, जो आकर्षक होने के साथ-साथ उत्प्रेरक एवं विश्वसनीय लगे। इसके लिए लेखक को निम्नलिखित बिन्दुओं का ध्यान रखना चाहिए—

1. शीर्षक में समाचार का मूल भाव निहित होना चाहिए।
2. शीर्षक में 'विशेषण' अथवा 'अभिमत' प्रकट न हो। सम्मति प्रकट होने पर, पक्षपात न दिखाई पड़े।
3. शीर्षक-आमुख में तारतम्य हो।
4. शीर्षक पढ़कर सरलता से तत्त्व-बोध हो जाये।
5. शीर्षक भूतकाल में न लिखा जाए।
6. शीर्षक द्वयर्थक न हो।
7. शीर्षक में मात्र सुविख्यात व्यक्ति के 'नाम' या 'उपनाम' का प्रयोग हो।
8. शीर्षक के आश्रित उपवाक्यों को किसी संयोजक के द्वारा न जोड़कर, अर्द्धविराम का योग किया जाय। जैसे—दोबारा गिरफ्तारी अवैध, अभियुक्त को छोड़ने का आदेश।
9. अक्रमक क्रिया का प्रयोग यथासंभव कम हो।
10. शब्दों, विचारों को पुनः न दोहराया जाय।
11. रोचकता एवं उत्कृष्टता निहित हो।
12. यदि समाचार के दो या तीन शीर्षक देने हो तो ध्यान रहे कि वह यथासंभव स्वतंत्र हों, किन्तु गठन तारतम्यता पूर्ण हो, पढ़ने पर दोनों परस्पर विरोधी न लगे।
13. यथासंभव संख्या को अंकों के स्थान पर शब्दों में लिखा जाय।
14. टेलीग्राफिक वाक्यों का निर्माण किया जाय।
15. शेषांश का शीर्षक लगाते समय ध्यान रहे कि मूल शीर्षक और शेषांश के शीर्षक में ऐसा संबंध हो कि पाठक आसानी से पहचान ले। यदि प्रधान शीर्षक का कोई विशेष शब्द शेषांश में आ जाता है, तो उसे पहचानने में सुविधा होगी। जैसे —

मूल शीर्षक—

उत्तरांचल अंतरिम विस गठन प्रक्रिया में शुरू से ही भूल चूक

शेषांश शीर्षक—

गठन की प्रक्रिया में शुरू से ही भूल चूक

16. बाक्स समाचारों के शीर्षक कवित्वपूर्ण दिए जा सकते हैं।

1.5.1 शीर्षक संरचना

□ शीर्षक संरचना – समाचारपत्रों में शीर्षक तैयार करने के लिए कई विधियाँ प्रचलित हैं। डॉ० अर्जुन तिवारी ने सर्वग्राह्य लगभग बारह विधियों का उल्लेख किया है।

जो निम्नवत् है—

1. **क्रास लाइन**—समाचार पत्र के एक कॉलम या मध्य भाग में रखे गये, केवल एक पंक्ति के लघु शीर्षक को क्रास लाइन शीर्षक के नाम से जाना जाता है। इसे 'की' लाइन भी कहते हैं—

फ्लाइ ओवर स्थल बदलने की माँग

2. **ड्राप लाइन** – इसमें दो या कभी-कभी तीन पंक्तियाँ होती हैं। जिन्हें बायीं ओर से दाईं ओर बढ़ाकर; एक के बाद एक शब्द लिखे जाते हैं। देखने में यह विधि सीढ़ीनुमा प्रतीत होती है। इसे 'स्टेप हर्ड' के नाम से भी पहचाना जाता है। सम्प्रति, इसका उपयोग मात्र स्थान भरने के लिए रह गया है।

पी०जी० कक्षाओं के लिए

काउंसलिंग के दिन

जमा होगी फीस

3. **विलोम सोपानी** – यह सम्प्रति प्रयुक्त होने वाली बहुप्रचलित पद्धति है। इसमें भी बाईं से दाईं ओर लिखा जाता है किन्तु प्रत्येक अगली पंक्ति पहली के प्रथम अक्षर के समानांतर शुरू होती है, किन्तु दाहिनी ओर समांतर न रहकर छोटी हो जाती है। इसे 'विलोम सोपानी' शीर्षक कहते हैं।

पी०जी० कक्षाओं के लिए

काउंसलिंग के दिन

फीस जमा होगी

4. **पूर्ण पाती** – इस शीर्षक में एक कॉलम के अन्दर समा जाने वाले शब्द, एक ही पंक्ति में रखना चाहिए—

'सूरत में कर्फ्यू हटा'

5. **फ्लश लेफ्ट** – इसमें भी पंक्ति बाईं ओर से प्रारंभ होती है किन्तु दूसरी तीसरी का कोई निश्चित क्रम नहीं होता—

“कोर्ट का हस्तक्षेप,

नौ माह बाद लिखी गई

हत्या की रिपोर्ट

6. **विलोम स्तूपी** – इस शीर्षक में पहली पंक्ति पूरे कॉलम की चौड़ाई में तथा दूसरी एवं तीसरी पंक्ति में, क्रमवार दोनों ओर स्थान छोड़ा जाता है।

पी०जी० कक्षाओं के लिए

काउंसलिंग के दिन

जमा होगी फीस

7. **हैगिंग इण्डेशन** – इस शीर्षक में पहली पंक्ति पूरे कॉलम की चौड़ाई में तथा दूसरी एवं तीसरी पंक्ति में, क्रमवार बाईं ओर स्थान छोड़ा जाता है।

पी०जी० कक्षाओं के लिए

काउंसलिंग के दिन

जमा होगी फीस

समाचार लेखन के मूल तत्त्व

8. **स्क्वायर इण्डेंशन** – पूरे कॉलम में फैले तीन या चार पंक्तियों वाले शीर्षक को स्क्वायर इण्डेंशन कहते हैं।

पी.जी. कक्षाओं के लिए

काउंसलिंग के दिन भी

जमा की जायेगी फीस

9. **कटि शीर्षक** – इस शीर्षक में पहली और तीसरी पंक्ति समानांतर होती है, किन्तु मध्य पंक्ति दोनों ओर से छोटी।

पी०जी० कक्षाओं के लिए

काउंसलिंग के दिन

जमा की जायेगी फीस

10. **कपाली शीर्षक** – मुख्य शीर्षक के ऊपर छोटे टाइप में दिए जाने वाले शीर्षक को कपाली शीर्षक कहा जाता है। इसके नीचे सीधा रूल डाल दिया जाता है।

पी०जी० कक्षाओं में प्रवेश शुरू

काउंसलिंग के दिन जमा होगी फीस

11. **पताका शीर्षक** – नामपट्टी के नीचे पूरी चौड़ाई में सबसे मोटे टाइप में दिया जाने वाला शीर्षक पताका (बैनर) या स्ट्रीमर शीर्षक कहलाता है।

दो कम्पनियों के साथ पन्द्रह हजार करोड़ के समझौते

12. **गगन रेखा** – इसका प्रयोग विशेष स्थिति में होता है। समाचार पत्र के नामपट्ट के ऊपर सर्वाधिक मोटे टाइप में लिखा जाता है।

13. **डेक** – डेक एक पूर्ण एवं स्पष्ट शीर्षक होता है, जो एक से अधिक पंक्तियों में हो सकता है। एक ही टाइप में तीन चार पंक्तियों तक का डेक माना जाता है, जैसे-

उत्तर प्रदेश समेत कई राज्यों

में बाढ़ से खतरा

14. **डबल डेक** – यदि दो-दो पंक्तियों में दो प्रकार के शीर्षक दिए गए हैं तो यह दो डेक या डबल डेक शीर्षक कहलाएगा। जैसे-

उ० प्र० समेत कई राज्यों

में बाढ़ से खतरा

सेना सतर्क

15. **उद्धरण शीर्षक** – प्रमुख अथवा विशिष्ट व्यक्तियों के वक्तव्य के नाम के साथ प्रस्तुति किया जाता है।

भारत को कोई खतरा नहीं : आडवानी

न ताज न लाज

अपराध तय करना
संसद नहीं, कोर्ट
का काम : अटल

■ दोषियों को सजा मिले, निर्दोष रिहा हों
■ अयोध्या मुद्दे पर वाजपेयी की दलील

स्वामी करपात्री प्रकृत्य भगवतस्य एका दिनः

स्वामी करपात्री जी समय से
बहुत आगे थे- विद्या निवास निम्न
'तुम मुझे यूँ भुला ना पाओगे'

गर्भपात करा लेती तो
बच जाती मधुमिता

मौसम की मार खाये
किसानों की लगान
माफी पर विचार

फूल के अवैध
कारोबारियों की
धर-पकड़ आज से

अब मंत्रिमंडल में
जगह पाने की
आपाधापी

अंग
प्रदर्शन
से
परहेज

अपराध दुःख

मंगल ग्रह पर
जीवन का संकेत
देते गर्म धब्बे
॥ प्रणाम ॥



इस बार ऐश का चूबन से इनकार नहीं

अंग-प्रदर्शन आज की मांग है

शीतल पेयों के गुणवत्ता मानकों में संशोधन की कवायद

● शीतल पेयों: प्याज, टमाटर व अनार डॉक्टर से रखे दूर

1.5.2 इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में शीर्षक

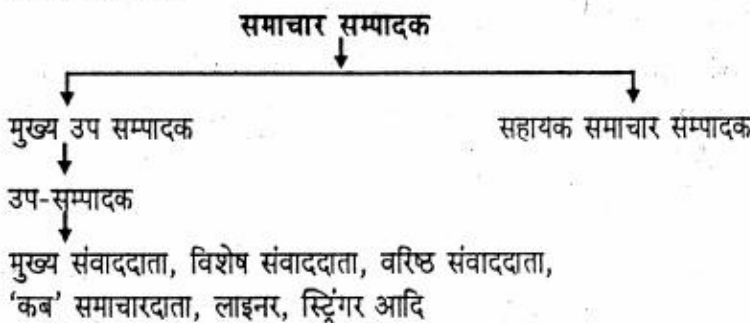
- इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में शीर्षक - इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में विशेष रूप से आकाशवाणी एवं दूरदर्शन के समाचार अत्यधिक लोकप्रिय हैं। आकाशवाणी तथा दूरदर्शन पर प्रसारित समाचारों में, समाचार-पत्र के शीर्षक के समकक्ष, इन माध्यमों पर प्रसारित 'मुख्य समाचारों' को रखा जा सकता है। मुख्य समाचार में समस्त समाचारों का निचोड़ होता है।

पूर्वोल्लिखित है कि आकाशवाणी और दूरदर्शन पर समाचार पत्र के कॉलम के स्थान पर, समय का महत्त्व होता है। सामान्यतः यह देखा गया है कि दस मिनट के समाचारों के लिए 4 से 6 पंक्तियाँ, शीर्ष समाचार के लिए उपयोगी होती हैं। इन्हें लगभग 50 सेकेन्ड में प्रस्तुत किया जाता है। इसमें लगभग 100 से 110 शब्द प्रयुक्त होते हैं। आकाशवाणी पर लिखित सामग्री का महत्त्व नहीं होता, किन्तु दूरदर्शन पर समाचारपत्र में प्रयुक्त की जाने वाली विभिन्न विधियाँ प्रयोग में लायी जाती हैं। बस इसमें नियम यह है कि शब्दावली सरल हो, सुग्राह्य हो और वाक्य संक्षिप्त हों। दूरदर्शन पर सम्पादक का दायित्व अधिक बढ़ जाता है, क्योंकि कभी-कभी मुख्य समाचार के उच्चारण के साथ क्लिपिंग दिखाई जाती हैं।

उपर्युक्त समस्त सिद्धान्त अथवा प्रक्रिया शीर्षक लेखन एवं संरचना से संबंधित है। एक बात विस्मृत नहीं करना चाहिए कि इनको अधिक आकर्षक बनाने में माध्यमानुरूप मूद्रण कला, कैमरे एवं वाचक का विशेष महत्त्व है।

1.6 समाचार पत्र कार्यालय की कार्यप्रणाली

समाचार विभिन्न स्रोतों से प्राप्त होते हैं। समाचार पत्र कार्यालय में उन्हें एकत्रित करके, प्रबंध समिति की नीति एवं समाचार पत्र की आवश्यकता अनुरूप चयनित करके, संपादित किया जाता है। प्रबंध संपादक इसके लिए एक व्यवस्थित नेटवर्क तैयार करता है। उसके मुख्य सहयोगियों में समाचार सम्पादक का स्थान महत्वपूर्ण है, क्योंकि उसके ऊपर प्रबंध समिति की समस्त नीतियों को क्रियान्वित करके, विभिन्न इकाइयों में संतुलन बना, समाचार पत्र को सही रूप में प्रस्तुत करने की जिम्मेदारी होती है। इसके लिए वह अपने सहयोगियों की एक विशेष टीम गठित करता है, जिसके सदस्य समाचार के प्रत्येक स्रोत से सीधा सम्पर्क बनाये रखते हैं। एक दृष्टि में यह टीम निम्नवत हो सकती है। हालाँकि प्रत्येक पत्र-कार्यालय की इस संबंध में अपनी आंतरिक नीति है।



1.7 बॉक्स तथा इनसेट

चुटीले, रसीले, भीषण और अप्रत्याशित समाचारों को बॉक्स के अन्दर प्रकाशित किया जाता है जिस पर पाठक का ध्यान बरबस चला जाता है। बॉक्स बनाने के लिए कभी शीर्षक बॉक्स से बाहर रखते हैं तो कभी शीर्षक और काया को पूर्णरूपेण आवृत कर देते हैं। कई बार रंगीन बॉक्स बना देते हैं और कभी-कभी अलंकारिक। एक ही खबर से जुड़े कई पहलुओं को इनसेट में डाल कर सुन्दर बनाया जाता है।

उर्मिला ने वीएचयू में युना फिजिक्स का लेक्चर

आगामी (10) फिलिम 'नानस' की शूटिंग में
रिपॉर्टर को चुटकी के दिने बाएण्ड में एक फभा घटी: वह
की फिजिक्स की घटी रिपॉर्टर का लेक्चर गुनक करती में
उर्मिला फिजिट कर भी थी। एकेल कोकय धवरे में फिजिक्स

■ अस्मित के गायन के कायल हुए मास्टर
■ फिल्म बनारस की शूटिंग का चौथा दिन

पले इस दुरय में पहले दुरय करके संकलन के गतिवार में
प्रतिष्ठा-मय बनारस को कलाकर दिभर गुनक के
कोकय फिजिक्स फिजिक्स में एक घटी दा की टेक में
कोकय को गता।

इसके पहले फिजिक्स रिपॉर्टर कोकय ने देरता फिजिट
रिपॉर्टर कोकय कोकय में आगामी कोकय दुरय के दुरय
में अस्मित दुरय को कलाकर। अस्मित दुरय में अस्मित
कोकय को निरुधित को कलाकर परोधा को कलाकर
फिजिक्स कोकय था। अस्मित दुरय में अस्मित कोकय दुरय में
परोधा को कलाकर एक अस्मित कोकय कोकय कोकय
इसी कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय
कोकय में अस्मित कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय
कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय
कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय
कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय
कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय
कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय कोकय

1.8 – सारांश

समाचार एक कला है, रिपोर्ट है अथवा विवरण। यह व्यक्ति से व्यक्ति या समाचार माध्यमों द्वारा सम्प्रेषित की जा सकती है। मूल रूप से इसे न्यूज कहा जाता है। संचार प्रक्रिया में समाचार एक सन्देश है और सन्देश भेजने वाला रिपोर्टर। रिपोर्टर सन्देश, विचार, तथ्य या समस्या को व्यक्त करने के लिए शब्दों चित्रों का सहारा लेता है। उसकी सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि प्राप्तकर्ता ने उसे सन्देश को कितनी सूक्ष्मता से समझा है। इसे व्यक्त करने का एक नियम, तरीका होता है। व्यक्ति जो देखता और महसूस करता है उसे व्यक्त करता है। वह अपनी बात कितने आकर्षक ढंग से चुटीले रसीले और प्रभावशाली तरीके से कैसे व्यक्त करे इस इकाई में इसी पर विस्तृत चर्चा की गयी है समाचार का स्वरूप अत्यन्त व्यापक और विशुद्ध है आवश्यकता है, समाचार के मूल्य को समझ कर प्रभावशाली और आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करने की।

1.9 शब्दावली

- समाचार** – समाचार विचारों, घटनाओं, यथार्थ और समस्याओं का विवरण है।
- रिपोर्टर** – यह स्थलों पर जाकर समाचार संग्रह कर पत्र के पास भेजता है।
- संवाददाता** – समाचार पत्र के पाठक के नेत्र होते हैं जिनके माध्यम से वह विश्व रंगमंच की घटनाओं को देखता है।
- इन्द्रो** – समाचार का पहला अनुच्छेद इन्द्रो या आमुख कहलाता है।
- रिपीट** – पत्रकारिता की दृष्टि से रिपोर्ट घटना या दृश्य का विवरण है।
- जनरुचि** – ऐसी घटनाएँ या समाचार जिसे जन-जन पसन्द करें।

1.10 सन्दर्भ ग्रन्थ

डॉ० अर्जुन तिवारी	- आधुनिक पत्रकारिता
प्रवीण दीक्षित	- जनमाध्यम और पत्रकारिता
डा० नन्द किशोर त्रिखा	- समाचार संकलन और लेखन
संजीव मानावत	- समाचार लेखन के सिद्धान्त और तकनीक
K. M. Shrivastava	- News reporting and Editing
James M. Neal and Suzanne S. Brown	- News writing and Reporting
डा० त्रिपाठी और डा० अग्रवाल	- मीडिया लेखन
एन० सी० पंत	- पत्रकारिता एवं सम्पादन कला
आर० पारसर्धी	- बेसिक जर्नलिज्म

1.11 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

- (1) समाचार की परिभाषा लिखें
- (2) समाचार की व्याख्या करते समय किन बिन्दुओं पर ध्यान देना चाहिए।
- (3) इण्ट्रो किसे कहते हैं?
- (4) लीड क्या है?
- (5) रिपोर्टर क्या है?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

- (1) इण्ट्रो कितने प्रकार के होते हैं।
- (2) समाचार चयन की व्याख्या करें।
- (3) शीर्षक संरचना की चर्चा करें।
- (4) समाचार पर बेलन समझाएँ।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

- (1) इण्ट्रो क्या है?
 - (क) इसमें केवल घटना का वर्णन करते हैं।
 - (ख) यह कथा का विस्तृत वर्णन है।
 - (ग) इण्ट्रो समाचार से नहीं चुनते।
 - (घ) इण्ट्रो समाचार के अनुरूप सारपूर्ण होता है।
- (2) समाचार कैसे लिखें?
 - (क) एक कहानी की तरह लिखें।
 - (ख) कविता की तरह लिखें।
 - (ग) समाचार ऐसा लिखें जिसमें पाठकीय अभिरुचि, तथ्य, मानवीय रुचि पर ध्यान देते हैं।
 - (घ) भावविह्वल होकर अति उत्साह में लिखते हैं।

(3) शीर्षक

(क) एक चित्र है।

(ख) यह एक कला है।

(ग) यह पूरा समाचार है।

(घ) यह समाचार सार है।

(4) आलंकारिक आमुख में

(क) गोष्ठियों का वर्णन होता है।

(ख) सीधी, तीखी शब्दावली का प्रयोग करते हैं।

(ग) समाचार का सारांश प्रस्तुत करते हैं।

(घ) काव्यमय आलंकारिक शब्दावली का प्रयोग होता है।

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

(1) घ

(2) ग

(3) घ

(4) घ

इकाई 2 फीचर लेखन

इकाई की रूपरेखा

- 2.0 प्रस्तावना
- 2.1 उद्देश्य
 - 2.2.1 फीचर की परिभाषा
 - 2.2.2 फीचर के प्रमुख तत्त्व
 - 2.2.3 फीचर और समाचार
 - 2.2.4 फीचर और निबन्ध
 - 2.2.5 फीचर और कहानी
- 2.3 फीचर के प्रकार
 - 2.3.1 मानव रुचि आधारित फीचर
 - 2.3.2 व्यक्तित्वपरक फीचर
 - 2.3.3 वैज्ञानिक फीचर
 - 2.3.4 पर्यटन फीचर
 - 2.3.5 ऐतिहासिक फीचर
 - 2.3.6 व्यंग्यात्मक फीचर
 - 2.3.7 चित्रात्मक फीचर
 - 2.3.8 सांस्कृतिक एवं त्योहारों पर आधारित फीचर
 - 2.3.9 समाचार फीचर
- 2.4 फीचर लेखन की कला
 - 2.4.1 फीचर लेखन की विशेषता
 - 2.4.2 फीचर की प्रभावोत्पादकता
 - 2.4.3 फीचर लेखक की योग्यताएँ
- 2.5 फीचर सामग्री का चयन
- 2.6 सारांश
- 2.7 शब्दावली
- 2.8 संदर्भ ग्रन्थ
- 2.9 प्रश्नावली

2.0 प्रस्तावना

समाचार पत्र केवल समाचारों का पुलिन्दा नहीं होता। समाचार अखबार की रीढ़ है तथा फीचर समाचार पत्र की आत्मा है। रहस्य रोमांच से युक्त विषय का मनोरम और विशद प्रस्तुतीकरण ही फीचर है। इसमें दैनिक समाचार और सामयिक अथवा बहुसंख्यक पाठकों की रुचि वाले विषयों की चर्चा होती है। इसका लक्ष्य मनोरंजन करना, सूचना देना तथा जनता को कार्य करने का व्यावहारिक निर्देशन प्रदान करना है।

2.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के पश्चात आप -

- समाचारपत्र में फीचर का महत्त्व जान लेंगे।
- फीचर लेखन की कला से परिचित हो जायेंगे।
- फीचर का समाचार और निबंध से तुलना कर पायेंगे।
- विषय का गहराई, सच्चाई, विशिष्टता को जान पायेंगे।
- अच्छा फीचर लेखक बन जायेंगे।

2.2.1 फीचर की परिभाषा

फीचर की परिभाषा - फीचर को हिन्दी के विद्वान 'रूपक' नाम से भी जानते पहचानते हैं हालाँकि इसका प्रचलित नाम फीचर ही है।

फीचर की परिभाषा करने का प्रयास अनेक पत्रकारों ने किया है। पंजाब विश्वविद्यालय के पृथ्वीपाल सिंह का कहना है कि "किसी रोचक विषय का मनोरंजक शैली में विस्तृत विवेचन फीचर है।"

पी० डी० टण्डन ने कहा है कि "फीचर एक प्रकार का गद्य गीत है, जो नीरस, लम्बा और गंभीर नहीं हो सकता।"

कृष्णचन्द्र शर्मा के अनुसार "फीचर किसी विचार, घटना, व्यक्ति आदि का ऐसा त्रिविध शाब्दिक चित्रण है जिसे स्थाई रूप दे दिया गया हो।"

नील कोपिल का मत है कि "फीचरीकरण अथवा मानवीकरण गहन, संवादन का एक औजार या उपकरण है।"

मैकिनी के अनुसार "सामान्य समाचार के आधारभूत क्षेत्र, कौन, क्या, कब, कहाँ, क्यों और कैसे (छह ककार) बाहर अथवा परे हटकर संघात करने वाला लेखन फीचर है।"

डा० अर्जुन तिवारी के अनुसार "सचित्र वृत्तात्मक रचना रूपक है। मानवीय अभिव्यक्ति के साथ मिश्रित समाचार जब चटपटा सचित्र संक्षिप्त लेख बन जाता है तो फीचर है।"

ऊपर दी गयी फीचर की परिभाषाएँ कुछ न कुछ भिन्नता लिए हुए हैं। यदि गहराई से उन्हें देखें तो उनमें कुछ तत्त्व ऐसे हैं, जो समान हैं। कहने के ढंग से विचारों में कुछ उलट फेर हो सकता है। यदि समन्वय की दृष्टि से देखा जाए तो समस्त परिभाषाओं का सार इस रूप में प्रकट किया जा सकता है -

"फीचर समाचार मूलक यथार्थ भावना प्रधान और सहज कल्पना वाली रसमय एवं संतुलित गद्यात्मक अथवा दृश्यात्मक समस्या आदि के रहस्य की विशेष जानकारी के साथ-साथ आत्मीयता, भावना और विवेचना का भी समावेश करता है।"

श्री खाडिलकर का विचार है कि, "फीचर वे लेख हैं, जो पाठकों को यह बताते हैं कि यह घटना क्यों घटी और उसका परिणाम क्या होगा?"

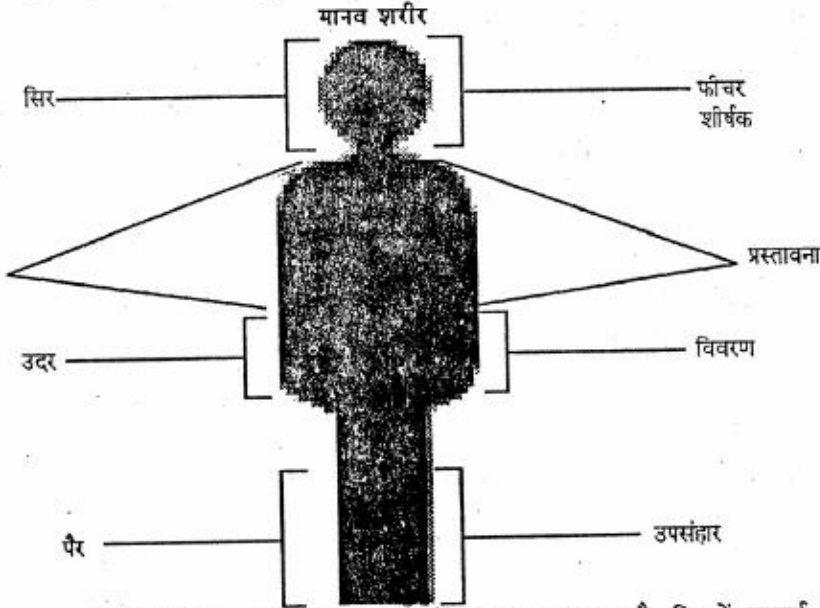
2.2.2- फीचर के प्रमुख तत्त्व

फीचर लेखन एक महत्त्वपूर्ण तथा रसमय कार्य है। हर व्यक्ति फीचर लेखक नहीं हो सकता। फीचर लेखक होने के लिए फीचर की संरचना की जानकारी होना बेहद जरूरी है, ताकि फीचर तुरंत प्रकाशन के लिए भेजा सके।

यहाँ फीचर के प्रमुख अंगों का वर्णन करेंगे। फीचर के प्रमुख चार तत्त्व हैं-

- (1) शीर्षक
- (2) प्रस्तावना
- (3) विवरण या मुख्य कलेवर
- (4) उपसंहार।

फीचर की तुलना मानव शरीर से की जा सकती है। फीचर का शीर्षक मानव के सिर की भाँति महत्वपूर्ण है और प्रस्तावना गरदन से लेकर कमर तक के हिस्से की भाँति समझा जा सकता है। उदर वाले भाग को मुख्य कलेवर और पैरों को उपसंहार मानना चाहिए।



(1) शीर्षक (लीड) - शीर्षक अल्प शब्दों का वह समुच्चय है, जिसमें सम्पूर्ण फीचर का मूल कथ्य या भाव हमारे समक्ष प्रकट हो जाता है। शीर्षक स्वयं में सम्पूर्ण फीचर की विषय वस्तु को सँजोए रखता है। सामयिकता अच्छे फीचर का प्रमुख गुण है। शीर्षक का नयापन उसकी ताजगी एवं आकर्षक फीचर के सौन्दर्य की अभिव्यक्ति में विशेष सहायक होता है। श्री विद्यावाचस्पति के शब्दों में -

‘सम्पादकीय विचारों को प्रकट करने का एक उपाय शीर्षक है।’

शीर्षक का प्रारम्भ केवल आलेख का विषय सूचित करने के लिए ही हुआ था, परन्तु धीरे-धीरे वह पाठकों का ध्यान आकृष्ट करने, रुचि बढ़ाने और सम्मति द्वारा परोक्ष रूप से लोकमत को प्रभावित करने के काम में आने लगा है। अब तो शीर्षक बनाना एक हुनर बन गया है। शीर्षक लिखते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि उसमें पूर्णता हो। फीचर एवं समाचार के शीर्षक में विशेष भेद नहीं होता समाचार का शीर्षक बनाते समय समाचार के महत्त्व, काया, किस पृष्ठ और किस कॉलम में दिया गया है, उसे ध्यान रखने के साथ-साथ यह भी ध्यान में रखा जाता है कि उस समाचार का अन्य समाचार से क्या संबंध है, जबकि फीचर के शीर्षक बड़े, आकर्षक व विषय के अनुरूप होते हैं। शीर्षक लेखन कई तरह के होते हैं-

- | | | |
|------------------------|----------|------------------------------|
| (क) एक शब्द का शीर्षक | - उदाहरण | - ‘मंगलाचरण’ |
| (ख) प्रश्नवाचक शीर्षक | - उदाहरण | - ‘कौन बनेगा प्रधानमंत्री’ |
| (ग) आश्चर्य बोध शीर्षक | - उदाहरण | - ‘साठ वर्षीय महिला मां बनी’ |
| (घ) तुलनात्मक शीर्षक | - उदाहरण | - ‘बापू और नेहरू’ |
| (ङ) समाचारी शीर्षक | - उदाहरण | - ‘सुनामी भूकंप से तबाही’ |

- (च) सामान्य शीर्षक - उदाहरण - हिन्दी दिवस मनाया गया
 (छ) भावनात्मक शीर्षक - उदाहरण - हमारे बीच नहीं रहे राजीव
 (ज) सनसनीखेज शीर्षक - उदाहरण - संसद में बम
 (झ) लम्बे शीर्षक - इसमें शीर्षक लम्बे होते हैं।

2. प्रस्तावना - प्रस्तावना में पाठक को फीचर का संक्षिप्त परिचय दिया जाता है ताकि पाठक आगे के फीचर को पढ़ने के लिए प्रेरित हो सके। एक अच्छा फीचर लेखक वही है, जो पाठक को फीचर की पहली पंक्ति से ही आकर्षित कर लेता है तथा उसे सम्मोहित कर अंत तक पढ़ने के लिए मजबूर कर देता है। प्रस्तावना को निम्नलिखित भागों में बाँटा जा सकता है -

- (क) चित्रात्मक प्रस्तावना-इस प्रकार की प्रस्तावना में आकर्षक रूप से तथा शब्दों के जाल में बाँध कर पाठकों के समक्ष किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति, असाधारण वस्तु तथा मनोरम स्थल की झलक प्रस्तुत की जाती है।
 (ख) घटनात्मक प्रस्तावना-किसी भी घटना को शब्दों का ऐसा जामा पहनाकर प्रस्तावना लिखी जाती है जो पाठक को घटना की संपूर्ण जानकारी प्राप्त करने के लिए बाध्य करती है।
 (ग) प्रश्नात्मक प्रस्तावना-इस प्रकार की प्रस्तावना में कुछ प्रश्न पाठकों के समक्ष रखे जाते हैं। उनके उत्तर जानने के लिए पाठक को आगे का लेख पढ़ने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।
 (घ) सादृश्य मूलक प्रस्तावना-इस प्रकार की प्रस्तावना में लेखक पाठकों के सामने घटन विशेष का दृश्य इस प्रकार उपस्थित करता है जैसे घटना सामने ही घटित हो रही हो साथ ही उस घटना से संबंधित दूसरी घटना से प्रस्तावना शुरू की जाती है।
 (ङ) विरोधात्मक प्रस्तावना-पाठक की जानने की इच्छा जगाने के लिये दो विरोधी स्थितियों का चित्रण या विवरण देते हुए प्रस्तावना लिखी जाती है, ताकि पाठक वास्तविकत जानने की उत्सुकता में सारा लेख पढ़ लें।
 (च) लघु वाक्यांश प्रस्तावना-इस प्रकार की प्रस्तावना का आरम्भ फीचर के सबसे महत्वपूर्ण वाक्य या शब्द से किया जाता है।
 (छ) उद्धरण प्रस्तावना-इस प्रकार की प्रस्तावना किसी समकालीन प्रासंगिक तथा उपयुक्त उद्धरण के साथ लिखी जाती है, ताकि पाठक दोनों का सहसंबंध जानने की उत्सुकता संग फीचर का पूर्ण अध्ययन करें।

3. विवरण या मुख्य कलेवर - शीर्षक देख कर बड़ी उत्सुकता प्रस्तावना पढ़ने के बाद अपनी चरम सीमा पर पहुँच जाती है, जिसे एक फीचर लेखक को विवरण या मुख्य कलेवर में दिये जाने वाले विभिन्न अनुच्छेदों में शान्त करना होता है। इंट्रो में दिये गये विशिष्ट मुद्दों का जवाब या कथा का विकास फीचर के इसी भाग में पूरा होता है। इसमें फीचर लेखक स्वयं के अनुभवों तथा अन्य लोगों से प्राप्त जानकारी को क्रमबद्ध, व्यवस्थित एवं संतुलित शब्दों की माला में पिरोकर पाठकों के समक्ष उपस्थित करता है। फीचर के इस भाग को लिखते समय लेखक को भावातिरेक या भावशून्य की स्थिति से बचना चाहिए और फीचर को बोझिल होने से बचाने का प्रयास करना चाहिए।

(4) उपसंहार - फीचर के इस भाग पर संपूर्ण फीचर खड़ा होता है, अर्थात् निर्भर होता है, क्योंकि इस भाग में सम्पूर्ण फीचर का निचोड़ या सारांश होता है। यह भाग फीचर के अन्तिम अनुच्छेद के रूप में सामने आता है। यह लेखक पर निर्भर करता है कि वह पाठकों को संपूर्ण फीचर का सार देना चाहता है। या अनुत्तरित प्रश्न पाठक के लिए छोड़ना चाहता है। पाठक की जिज्ञासा को बढ़ाने का प्रयास करना चाहता है या उसे किसी निर्णय पर पहुँचाने की कोशिश

करना चाहता है लेखक पाठकों को हास्य के सागर में डुबकियाँ लगाने के लिए छोड़ना चाहता है या उसे दुःख व करुणा की भूमि पर छोड़ कर जाना चाहता है। लेकिन किसी भी फीचर का उपसंहार भी उसके शीर्षक की तरह महत्त्वपूर्ण होता है। अतः उसके लेखन में पर्याप्त सावधानी बरती जानी चाहिए।

2.2.3 फीचर एवं समाचार

समाचार घटना का विवरण है। घटना स्वयं में समाचार नहीं है। 'हाउ टू राइट स्पेशल फीचर आर्टिकल्स' के लेखक विलियम जी० ब्लेयर का कहना है कि सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है जिसमें बहुसंख्यकों की अधिकतम रुचि हो। फीचर का आधार समाचार है, पर फीचर समाचार नहीं है। समाचार में 'कब का' महत्त्व है। यह कब फीचर लेखक का सिरदर्द नहीं होता। समाचार में छह ककारों का 'क्या', कब, कहाँ, क्यों, कौन और कैसे का महत्त्व है। 'क्या' का समाधान तो समाचार के प्रथम अंग में ही आ जाना अनिवार्य है। अन्य ककारों के क्रम के बारे में मान्य नियम यही है कि अति महत्त्व के तथ्य या परिणाम को सबसे पहले दिया जाय। समाचार देने की इस पद्धति को 'विलोम स्तूपी' नाम दिया गया है। किन्तु ऐसा क्रम फीचर में नहीं होता है। फीचर लेखक अपनी शैली, पद्धति का निर्धारण करने में स्वतंत्र है। फीचर लेखन की शैली में अधिक विविधता लाना संभव है जबकि समाचार लेखन में विविधता नहीं के बराबर होती है। कह सकते हैं कि एक मुक्त है तो दूसरी बँधी और कसी हुई। फीचर लेखक अधिक विमर्शक होता है तो समाचार लेखक अधिक वर्णनात्मक। 'द मास मीडिया' के लेखक विलियम एल० रिवर्स का मानना है कि फीचर समाचार से बड़ा होता है। फीचर लेखक पठनीय अनुभव प्रस्तुत करता है। उसमें सूचना को उतना महत्त्व नहीं दिया जाता जितनी शैली लालित्य और विनोद को।

2.2.4 फीचर और निबन्ध

निबन्ध ('ऐसे') का अर्थ किसी विषय या विचार से सम्बन्धित सामग्री को एकत्र करना है। निबन्ध मुक्त या स्वच्छन्द रचना है। निबन्ध लेखन केवल शब्दों का खेल नहीं है। यह वह गद्य है, जिसमें अभिव्यक्ति की ऐसी सिद्धि नहीं है। यह वह गद्य है, जिसमें अभिव्यक्ति की ऐसी सिद्धि और ऐसा कलात्मक संप्रेषण है, जिसमें लेखक अपने जीवनानुभवों और उपलब्धियों को जाने अनजाने में इस प्रकार रखता है कि पाठक भी उसी भाव भूमि पर संचरण करने लगता है। मोहन कृष्ण बोहरा का मत है कि 'निबन्ध में लेखक का अपनापन अधिक प्रकट होता है, जबकि फीचर तो अधिकतर घटनाक्रम और लोक प्रतिक्रिया पर केन्द्रित रहता है। निबन्ध को 'अपनेपन' या 'मैं पन' से नहीं बचाया जा सकता है। वह निबन्ध में रहता अवश्य है चाहे प्रत्यक्ष हो या परोक्ष।

कह सकते हैं कि निबन्ध और फीचर दोनों में श्रेष्ठ गद्य के दर्शन होते हैं। दोनों ही स्थायी साहित्य की कोटि में पहुँचने की कोशिश में रहते हैं। दोनों के आधारभूत विषय चयन की कोई सीमा नहीं। निबन्ध में 'मैं' किसी न किसी रूप में झलकता है किन्तु फीचर में 'मैं' होता ही नहीं। निबन्ध में पांडित्य की झलक मिलती है किन्तु फीचर में पांडित्य का प्रदर्शन लेशमात्र नहीं होता।

2.2.5 फीचर और कहानी

फीचर और कहानी में काफी भेद है। फीचर तथ्यों पर आधारित है, पर कहानी कल्पना पर। फीचर विश्वसनीय है, पर कहानी नहीं। कई बार कहानियाँ सच्ची घटनाओं पर लिखी जाती हैं पर उसे तोड़ा-मरोड़ा भी जाता है। उसे रोचक साहित्यिक बनाने के लिए काल्पनिक पुट भी दिया जाता है, जिससे कहानी न तो इतिहास रहती है न ही फीचर। फीचर में कहानी की तरह

कभी-कभी कल्पना की कुछ झलक प्रसंगत: आ सकती है, किन्तु वह फीचर के रोचक व प्रभावी बनाने के लिए किया जाता है। उदाहरण के लिए जैसे मुख के सौन्दर्य एक दो तिल बढ़ा देता है। वैसे ही कभी-कभी कहानी विधा का संक्षिप्त प्रयोग फीचर की शोभा बढ़ा सकता है, किन्तु अधिक प्रयोग फीचर की विशिष्टता तथा प्रभावोत्पादकता नष्ट कर देता है।

2.3 फीचर के प्रकार

फीचर लेखन के विषय असीम हैं। शायद ही कोई ऐसा विषय होता है, जिस पर फीचर लिखा न जा सके। अस्पताल में काम पर एक नर्स, व्यस्त सड़क को पार करने का प्रयास करता एक बालक, फेरी वाला आपकी गली में आदि। वास्तव में किसी भी विषय पर फीचर लिखा जा सकता है। फीचर की विशिष्ट लम्बाई नहीं होती। यह चार पैरा ग्राफ का भी हो सकता है। उससे अधिक का भी।

फीचर विभिन्न प्रकार के होते हैं -

2.3.1 मानव रुचि आधारित फीचर

मानवीय पहलू पर लिखे गये फीचर आज विशेष लोकप्रिय हो रहे हैं। विलियम रिवर्स के अनुसार 'मानवीय रुचि को फीचर वे हैं जिसे पाठ्य भावनात्मक रूप से जुड़ा हो'

मानवीय रुचि के अनुकूल लिखे गये फीचर भावप्रधान होते हैं, जो कारुणिक, मार्मिक तथा अनुभूतिपूर्ण हो सकते हैं। ये फीचर पाठक की संवेदनाओं को उद्दीप्त करते हैं। वस्तुतः यह क्षेत्र अत्यन्त व्यापक एवं विस्तृत है तथा अपराध, प्रेम, रोमांस, फैशन, स्वास्थ्य, मानवीय समस्याएँ आदि विषयों पर लिखे गये फीचर काफी लोकप्रिय हो सकते हैं।

उदाहरण - "ल्यूरिन विश्वविद्यालय (इटली) के रेडियोलॉजी विशेषज्ञ मारियो पोंजियो ने मानवता की सेवा में अपनी काया की आहुति दे दी। वह कैसर के इलाज की खोज के लिए रेडियम किरणों के प्रभाव का अध्ययन कर रहे थे। घातक किरणों ने उनके सारे शरीर को छेद डाला। उनकी दशा देखकर मित्रों ने उन्हें रेडियम से दूर रहने की सलाह दी। तब उन्होंने शान्त स्वर में कहा, 'हमें अपने जीवन के प्रत्येक क्षण का पूरा लाभ उठाना चाहिए। प्रयोग किये बिना मेरे लिए कोई विकल्प नहीं है।'

2.3.2 व्यक्तित्व परक फीचर

प्रत्येक युग में ऐसे महान पुरुषों ने जन्म लिया है, जिन्होंने क्षेत्र विशेष में महत्वपूर्ण उपलब्धियाँ प्राप्त की हैं। साहित्य, संगीत, चित्रकला, खेल जगत, राजनीति, विज्ञान आदि क्षेत्रों में समाज को नेतृत्व प्रदान करने वाले व्यक्तियों पर विशेष अवसरों पर लिखे गये लेख 'व्यक्तित्व फीचर' की कोटि में आते हैं। उदाहरण - "आजादी के इतिहास में महारानी लक्ष्मी बाई एक ऐसी अग्नि शिखा हैं, जो दीपक की लौ बन कर रह गयी हैं। अंग्रेजों की अधीनता न स्वीकार करने वाली वे एक ऐसी स्वतन्त्र रानी हैं, जिसे हम दुर्गा का अवतार कह सकते हैं। वे जब देखती थीं तो बिजलियाँ छिप जाती थीं, वे जब बोलती थीं तो तोप और बन्दूकों की आवाज मर जाती थी, वे जब चलती थीं तो तूफान साथ चलते थे। वे एक शक्ति थीं, शक्ति।"

2.3.3 वैज्ञानिक फीचर

वैज्ञानिक फीचर से तात्पर्य है वैज्ञानिक विषयों से जुड़े फीचर को सरल भाषा में इस तरह लिख जाये कि सामान्य पाठक भी उसे समझ सके।

उदाहरण – 'ऑक्सफोर्ड' और नार्टिंगम यूनिवर्सिटी के शोध कर्ताओं ने संसार की सबसे छोटी परखनली का निर्माण किया है। इस कार्य के लिए इनका नाम 'गिनीज बुक' ऑफ वर्ल्ड रिकार्ड्स ने भी अपने संस्करण में दर्ज किया है। कार्बन अणुओं से बनी इस परखनली को 'नेनो ट्यूब' नाम दिया गया है।

2.3.4 पर्यटन फीचर

अनेक लोग विभिन्न जगहों पर पर्यटन करते हैं। वह अपने अपने यात्रा वृत्तान्त को आकर्षक ढंग से फीचर के रूप में व्यक्त करते हैं। जिसे पढ़कर उन स्थलों पर न जाने वालों को भी आनन्द आता है और वह स्वयं को वहाँ पाते हैं। ऐसे फीचर पर्यटन या यात्रा फीचर कहलाते हैं।

उदाहरण – दुनिया का सबसे बेहतरीन शहर है सिडनी। आप भी आस्ट्रेलिया के इस महानगर की सैर करोगे तो कह उठोगे सिडनी जैसा कोई नहीं। अमरीकी पत्रिका 'ट्रेवल एंड लेयर' ने पिछले दस सालों में आठ बार सिडनी को 'वर्ल्ड बेस्ट सिटी' करार दिया है। इसकी खूबसूरती लुभावने ब्रिज, स्वादिष्ट खाना, जरदस्त लाइफ, आर्ट और कल्चर हैं।

2.3.5 ऐतिहासिक फीचर

अतीत की घटनाओं के प्रति मनुष्य के हृदय में स्वाभाविक उत्सुकता रहती है। ऐतिहासिक व्यक्तियों, घटनाओं और स्मारकों आदि पर भावपूर्ण ऐतिहासिक फीचर लिखे जा सकते हैं।

उदाहरण – संसार का सबसे बड़ा विजय तोरण वह बुलन्द दरवाजा, छाती निकाले दक्षिण की ओर देख रहा है। इसने उन मुगल योद्धाओं की ओर देखा होगा जो सर्वप्रथम मुगल साम्राज्य के विस्तार के लिए दक्षिण की ओर बढ़े थे। इसने विद्रोही औरंगजेब की उमड़ती हुई सेना को घूरा होगा और पास ही पराजित दारा के स्वरूप में अकबर के आदर्शों का पतन भी दिख पड़ा होगा।

2.3.6 व्यंग्यात्मक फीचर

सामाजिक, राजनैतिक परिवेश में घटित होने वाली घटनाओं पर व्यंग्य करते हुए सरस और चुटीली भाषा में हास्य का पुट देकर लिखे गए फीचर इस कोटि में आते हैं। इनके पीछे एक विशेष लक्ष्य या उद्देश्य रहता है। ये व्यंग्य मात्र छींटाकशी या चरित्र हनन का प्रयास न होकर सामाजिक, राजनैतिक जीवन में शुद्धता हेतु किए जाते हैं।

2.3.7 चित्रात्मक फीचर

चित्रों के माध्यम से अपनी बात कहने की प्रवृत्ति आज पाठकों में काफी लोकप्रिय हो रही है। ऐसे फीचरों में चित्र या फोटो अपनी बात कहते हैं। के० पी० नारायणन के शब्दों में 'चित्रात्मक फीचर का विकास हो रहा है और इसके लिखने का ढंग भी बदल रहा है।' इस तरह के फीचर में चित्रों के नीचे एक या दो पंक्तियाँ लिख दी जाती हैं। चित्रों का चयन इस प्रकार किया जाता है कि वह अपनी पूरी बात कह देते हैं।

2.3.8 सांस्कृतिक और त्योहारों पर फीचर

इस श्रेणी में सांस्कृतिक कार्यक्रमों और त्योहारों से सम्बन्धित फीचर लिखे जाते हैं। इस तरह के फीचर में सांस्कृतिक पुट होता है।

उदाहरण – लो, होली का आगमन हो गया, प्रकृति के अपार वैभव एवं ऐश्वर्य के साथ। सर्दों का कँपा देने वाला प्रभाव समाप्त हो चुका है। फूलों पर मंडराते भौरों की मधुर गुंजार, भीनी-भीनी सुगन्ध से महकती आम्र मंजरिया, बाग-बगीचों में कूकती कोयल की संगीतमय स्वर लहरियाँ किसे न मदमस्त बनाएँगी?

2.3.9 समाचार फीचर

ऐसे फीचर का मूल भाव समाचार ही होता है। ये फीचर कथात्मक गठन के कारण पूर्ण लोकप्रियता अर्जित करते हैं। घटित घटना का पूर्ण विवेचन-विश्लेषण इसके अन्तर्गत किया जाता है।

उदाहरण – “भारत समारोह के लिए विशाल स्तर पर तैयारियाँ पूरी कर ली गयी हैं। समारोह का शुभारम्भ 22 मार्च को लन्दन के रायल फेस्टिवल हाल की छत से एक साथ 500 फाख्ता उड़ा कर किया जायेगा। इस छत के विशाल सभागार में श्रीमती इंदिरा गांधी, ब्रिटेन की प्रधानमंत्री श्रीमती मार्गरेट थैचर, युवराज चार्ल्स की उपस्थिति में संगीत गोष्ठी होगी।”

2.4 फीचर लेखन की कला

फीचर लेखन एक कला है। जिस प्रकार प्रत्येक कला में दक्षता पाने के लिए कुछ मूलभूत सिद्धान्तों का ज्ञान प्राप्त कर उसका सतत अभ्यास करना जरूरी होता है, इसी प्रकार लेखन कला में पटुता पाने के लिए भी कुछ सिद्धान्त की बातों पर ध्यान रखना होगा। जिस विधा के हम लेखक बनना चाहते हैं, उसी विधा की कृतियों का हमें सतत अध्ययन करना चाहिए।

फीचर लेखन की जब बात करते हैं तो हमारा सबसे पहला ध्यान उसके चार मूलभूत आधारों पर जाता है। यह मूल आधार है – सत्य, जिज्ञासा, विश्वास और योग्यता। फीचर सत्य पर आधारित हो और ऐसे लिखा जाना चाहिए कि प्रथम वाक्य से ही पाठक के मन में उत्तरोत्तर जिज्ञासा उत्पन्न हो। फीचर पाठक में जानकारी की प्यास पैदा करे और उसे बुझाता भी रहे।

फीचर लिखते समय लेखकों को कालिदास के ग्रंथों के टीकाकार मल्लिनाथ का कथन याद रखना चाहिए—‘नामूलं लिख्यते किंचित्’ अर्थात् जिस बात का आधार न हो उसे नहीं लिखना चाहिए।

फीचर लेखन की कला में लेखक के स्वाध्याय, तथ्यों के प्रेषण और शैली के हृदयग्राही स्वरूप के साथ-साथ लेखक की योग्यता समाहित है। फीचर के प्रति विश्वास लेखक और पाठक दोनों के लिए जरूरी है। आत्मविश्वास से लिखा गया फीचर पाठक के मन में विश्वास उत्पन्न करेगा। श्रेष्ठ फीचर वही है जो सत्य पर आधारित हो। जिसे पढ़कर पाठक को नयी जानकारी प्राप्त हो और वह सन्तुष्ट हो सके।

फीचर लेखन में लेखक के व्यक्तित्व का प्रदर्शन नहीं होता, किन्तु उसकी अपनी विशेषता और शैली होनी चाहिए। यदि हमारे लेखन में अपनी कोई विशेषता नहीं होगी तो हम में सृजन का आत्मविश्वास नहीं होगा। आचार्य सीताराम चतुर्वेदी का विचार है कि ‘लेखन की अच्छी शैली वही है, जो लोक प्रयोगों से समन्वित हो। वह अपनी और अपने देश की जान पड़े, जिसमें शब्दों का प्रयोग शिष्ट और प्रभावोत्पादक हो, पाठक जिसे भली प्रकार समझ सकें।’

फीचर लेखन की शैली के बारे में श्री के० पी० नारायणन का मत है कि ‘वह छोटी नदी के एक प्रवाह जैसी होनी चाहिए। फीचर के लिए भावात्मक शैली का प्रयोग अधिक उपयुक्त हो।’

शैली के आवश्यक गुण हैं—सरलता, स्पष्टता, सजीवता, मर्मस्पर्शिता और प्रभावोत्पादकता। इसके साथ ही विनोद का पुट भी होने से ‘सोने में सुहागा’ जैसा प्रभाव होगा। श्री भारतीय (सत्य जीवन वर्मा) का कहना है कि यदि हमारी रचनाओं में शैली नहीं तो कोई विशेषता नहीं पाई जा सकती। यदि लेखन के क्षेत्र में चमकना है तो अपनी शैली बनानी होगी।

आप पूछेंगे शैली क्या है?— हमारे विचार व्यक्त करने की शक्ति ही शैली है। रामचन्द्र वर्मा के अनुसार, “शैली का एक गुण यह भी माना गया है कि कथन या लेख में शब्द तो थोड़े हों पर उनमें अर्थ या भाव अधिक हो।” फीचर लिखने की भाषा वही अच्छी मानी जाती है जो

बोलचाल की भाषा हो। जिस वाक्य में 'अर्थात्' की जरूरत पड़ता है, उसकी सरल भाषा में लिखने वाले पसन्द नहीं करते। पाठक भी ऐसे लेख पढ़ना नहीं चाहता। कहा जा सकता है कि अच्छा फीचर लिखने के लिए शैली के साथ साथ भाषा भी शुद्ध, सरल और हृदयग्राही हो।

2.4.1 फीचर लेखन की विशेषता

फीचर आधुनिक पत्रकारिता के क्षेत्र में लेखन की वह विधा है जो मनोरंजक ढंग से समाचार की वर्तमान भूमि पर खड़ी होकर भूत पर दृष्टि डालती हुई, भविष्य की उड़ान भरने में सक्षम हो। फीचर न रेखाचित्र है, न रूपक और न ही गद्यगीता। फीचर फीचर है। फीचर किसी समाचार के व्यापक प्रभाव का दर्शन और मूल्यांकन है।

फीचर लेखक को फीचर की उन विशेषताओं की जानकारी अवश्य होनी चाहिए जिन्हें जानने व अपनाने के बाद उसका फीचर तुरंत प्रकाशित होने के लिए पात्रता अर्जित कर ले।

इसकी विशेषताएँ निम्नलिखित हैं -

- एक अच्छे फीचर को नवीनतम जानकारी से परिपूर्ण होना चाहिए।
- फीचर में भाव प्रधानता का गुण होना चाहिए। नीरस फीचर कोई पढ़ना नहीं चाहता।
- फीचर मात्र छोटे दायरे के लिए न होकर बड़े दायरे के लिये हो, क्योंकि पत्र दूर-दूर तक जाते हैं।
- फीचर ऐसा हो, जिसे आवश्यकता पड़ने पर तर्क की कसौटी पर कसा जा सके।
- फीचर में कुछ नयापन होना चाहिए। घिसा-पिटा लेखन किसी को पसंद नहीं आता।
- फीचर को जरूरत से ज्यादा नाटकीय नहीं बनाया जाना चाहिए।
- फीचर में सम्मोहनता का गुण होना चाहिए।
- फीचर पाठकों की मानसिक योग्यता एवं शैक्षिक पृष्ठभूमि को ध्यान में रखते हुए लिखा जाये तो अच्छा रहता है।
- फीचर लेखक को अपनी निष्पक्ष राय फीचर में प्रकट करनी चाहिए ताकि पाठकों को अपनी बात मनवाने की बाध्यता उत्पन्न की जा सके।
- फीचर लोगों की आँखों के रास्ते दिल में उतरने वाला होना चाहिए।
- फीचर सीधी तरह के वाक्यों से प्रस्तुत करें। घुमा-फिरा कर बात लिखने से फीचर का आकर्षण समाप्त हो जाता है।
- फीचर ऐसा हो, जिसे तर्क की कसौटी पर कसा जा सके।
- प्रसिद्ध व्यक्तियों, कथनों, उदाहरणों, लोकोक्तियों और मुहावरों का यथास्थान प्रयोग करना चाहिए।
- फीचर में पाठकों की राय जानने का भी प्रचलन है। अतः प्रश्नोत्तर विधा का भी प्रयोग किया जा सकता है।
- रोज की घटनाओं को भी फीचर में यथास्थान प्रयोग किया जाना चाहिए।
- समय विशेष पर लिखे फीचर पाठकों को आकर्षित करते हैं, जैसे छुट्टियों में सैर सपाटे पर लिखे फीचर पसन्द किये जाते हैं।
- फीचर में कहीं भी जबरदस्ती के आरोप-प्रत्यारोप से बचना चाहिए।
- फीचर में सम्मोहकता का गुण होना चाहिए।
- यदि फीचर के साथ संबंधित चित्र, कार्टून या फोटो लगाया जाय तो फीचर की खूबसूरती में चार चाँद लग सकते हैं।

- फीचर में किसी एक शब्द का अधिक प्रयोग फीचर की गुणवत्ता को बिगाड़ देता है।
- फीचर में यदि किसी व्यक्ति या घटना विशेष का उदाहरण दिया गया है तो उसकी संक्षिप्त जानकारी प्रदान करनी चाहिए।
- अच्छे फीचर में लेखक की स्वास्थ्य की प्रवृत्ति तथा कल्पनाशीलता का संतुलित नजारा देखने को मिलना चाहिए।
- जरूरत से अधिक आदर्शात्मक एवं उपदेशात्मक फीचर पाठकों के मन में ऊब पैदा कर देते हैं।
- मानवीय या संवेदनात्मक फीचर लिखते समय फीचर के साथ पक्षपात नहीं करना चाहिए।
- फीचर की प्रमुख विशेषता है संवेदना। फीचर पाठक की भावनाओं पर जितना अधिक प्रभाव डालने की शक्ति रखेगा, वही पाठक को सन्तुष्ट करेगा।
- ब्रायन निकोलस का कहना है कि-मनोभाव ही तो फीचर की कुंजी है। फीचर में क्रोध, घृणा, हास्य-व्यंग्य का प्रदर्शन हो सकता है। कह सकते हैं कि फीचर में कुछ न कुछ प्रकट होना चाहिए।
- फीचर की विशेषता उसकी पैठ, चमक और भावना में है। फीचर में नाटकीय अतिरंजना जितनी कम हो, उतना अच्छा है।
- फीचर समाचार का प्राण है। इससे पत्र का व्यक्तित्व बनता है।
- फीचर केवल शुष्क विवरण ही नहीं है, अपितु समीक्षा, विश्लेषण और दिशा निर्देश आदि तथ्यों से परिपूर्ण होना चाहिए।
- फीचर का मूल आधार समाचार है, पर समाचार नहीं। लेखक समाचार के रहस्यों, उसके सत्य तारतम्य, दुर्घटनाओं एवं स्वप्नों का तालमेल मनोरंजक ढंग से प्रस्तुत करता है तो वह फीचर हृदय को छू लेता है।
- फीचर समाचार को आच्छादित कर लेता है। खोजी और व्याख्यात्मक समाचारों पर भी फीचर छा जाता है। समाचार पत्रों में भी समाचार की तुलना में फीचर को अधिक महत्त्व दिया जाता है।
- डी० एस० मेहता के अनुसार, 'समाचार तथ्यपरक है, फीचर उस समाचार को नया आयाम ही नहीं देता, उसकी परीक्षा और शल्य क्रिया भी कर डालता है। दोनों की लेखन शैली और प्रस्तुतीकरण में भेद होता है। फीचर लेखन की विशेषता यह भी है कि इसमें विविधता के दर्शन होते हैं। इसमें तथ्य रंगीन और सजीव होते हैं। चुटीली तथा प्रभावोत्पादक भाषा उसमें पृष्ठभूमि प्रतिपादन और भावात्मक प्रस्तुतीकरण का आधार होती है। फीचर लेखक अधिक विमर्शक होता है और वह शाश्वत समाचार की क्षण भंगुरता को लाँघने वाला होता है। फीचर में लेखक के अनुभव शैली लालित्य और विनोद के भी दर्शन होते हैं।

2.4.2 फीचर की प्रभावोत्पादकता

फीचर लेखन की प्रभावोत्पादक शैली के लिए लेखन में आवश्यक गुण होने चाहिए।

- तुलसीदास के कथनानुसार- 'अरथु अमित आखर अतिथोरे'।
- साहित्यिक पुट लिए हुए ओजपूर्ण भाषा।
- प्रसाद गुण जो आसानी से समझ में आ जाये।
- शब्दों, वाक्यों और विचारों की पुनरावृत्ति न हो।
- वाक्यों का गठन सरल हो, पर ढीलापन लिए हुए नहीं।

- मुहावरे, कहावतों और सूक्तियों का सही प्रयोग हो।
- कहने का अपनापन जो नवीन, चटकीला, सटीक और मनोरंजक हो।
- भाव और भाषा में उलझन न पड़े।
- फीचर में अनावश्यक कुछ न हो, न भाव और न वाक्य।
- विषय के अनुरूप कथन का प्रारंभ हो।
- तकनीकी और दुरूह वाक्यावली तथा शब्दों का कम से कम प्रयोग किया जाये।
- फीचर की लम्बाई पर विशेष ध्यान दिया जाय, फीचर छोटा, संतुलित और सुगठित हो।
- ग्रामीण शब्दों का प्रयोग न किया जाय तो अच्छा। प्रसंगानुसार कहीं उनका प्रयोग कर भी दिया जाय तो बुरा नहीं।

2.4.3 फीचर लेखक की योग्यताएँ

फीचर लेखन श्रम साध्य कार्य है। इसके लिए प्रतिभा, परिश्रम और अनुभव की विशेष आवश्यकता है। अच्छे फीचर लेखक में निम्न विशेषताएँ अवश्य होनी चाहिए -

- फीचर लेखक का भाषा पर पूर्ण अधिकार होना चाहिए। यदि भाषा लेखक के इशारे पर थिरकती रहेगी तो फीचर में लालित्य और सरलता का समावेश हो सकेगा।
- फीचर को प्रभावकारी तथा मनोरंजक बनाने के लिए आवश्यक है कि फीचर लेखक के पास कवि का हृदय, समीक्षक जैसा प्रौढ़ चिन्तन, वैज्ञानिक की सी तार्किकता, सभाजबोध, इतिहासबोध तथा युगद्रष्टा की भाँति भविष्य को परखने की शक्ति हो।
- फीचर लेखक का ज्ञान बहुआयामी होना चाहिए। धर्म, दर्शन, संस्कृति, समाज, इतिहास आदि का ज्ञान फीचर को पूर्ण तथा तर्कसंगत बनाता है।
- फीचर लेखक को अध्ययन की आदत डालनी होगी।
- आधुनिक फीचर कला में चित्रकला और **फोटोग्राफी का विशेष** स्थान है। अतः फीचर लेखक को रेखांकन तथा छाया-चित्रों की गहरी **पकड़ भी होनी** चाहिए।
- फीचर लेखक को परिवेश के प्रति सजग तथा समसामयिक परिस्थितियों के प्रति जागरूक भी होना चाहिए। ताकि वह उन विविध विषयों को अपनी सूक्ष्म दृष्टि से देख सके, जिन पर रोचक फीचर लिखे जा सकते हों।
- फीचर लेखक को अपनी आन्तरिक प्रवृत्ति, ज्ञान और अनुभव पर विश्वास होना चाहिए। उसे अपनी आँखों, अपने कानों पर विश्वास रखते हुए भावों, अनुभूतियों, मनोवेगों एवं निरीक्षण शक्ति का सहारा लेकर फीचर तैयार करना चाहिए।

2.5 फीचर सामग्री का चयन

एक अच्छा फीचर लेखक तभी सफल होता है जब विषय वस्तु के घटनाक्रम का चयन भी सोच समझ कर करे। लेखक को विषय वस्तु के साथ-साथ प्रभावी प्रस्तुतीकरण के गुणों का भी ज्ञान होना चाहिए। एक फीचर लेखक दो स्रोतों से तथ्य अर्जित कर सकते हैं-

- (i) प्राथमिक स्रोत
- (ii) द्वितीयक स्रोत।

प्राथमिक स्रोत में व्यक्तियों से मिलकर या स्वयं के अनुभव से प्राप्त होते हैं।

द्वितीयक स्रोत में विभिन्न पुस्तकों, पत्र-पत्रिकाओं, आत्मकथाओं सरकारी व गैर सरकारी कार्यालयों किम्बदंतियों आदि से भी फीचर के लिए विषय का चयन किया जा सकता है।

फीचर लेखक को फीचर का विषय चयन करते समय निम्न बातों का ध्यान रखना चाहिए-

- फीचर सरल भाषा में लिखें।
- फीचर समसामयिक विषय से जुड़ा हो।
- आजकल यों तो हर तरह के फीचर्स की माँग है लेकिन महिलाओं व बच्चों पर लिखने वाले फीचर लेखकों की कमी सदैव बनी रहती है।
- अच्छे फीचर के विषय की तलाश करने के लिए स्वाध्यायी और अच्छी स्मरण शक्ति का मालिक होना चाहिए।
- एक फीचर को नवीनतम रूप देकर उसकी प्रासंगिकता को बढ़ाया जा सकता है।
- फीचर चयन के लिए फीचर एजेंसियों, अखबार के सम्पादकों से भी टाई रूप किया जा सकता है। फीचर एजेंसियाँ आपको समयानुकूल विषय भी बता देंगी तथा उसे छपवाने की प्रक्रिया में भी मददगार साबित होंगी।
- फीचर का चुनाव करते समय पत्र या पत्रिका के स्वरूप का ध्यान रखना चाहिए। अगर प्रकाशन संस्थान बड़ा है तो 1500-2000 शब्दों का फीचर लिखना उचित रहेगा। छोटे स्वरूप के संस्थान में 900-1000 शब्दों का फीचर ठीक रहता है।
- एक फीचर चयन करते समय संबंधित उदाहरणों, उद्धरणों, व्यक्तियों एवं विचारों की रूपरेखा अपने दिमाग में बनाना तथा जरूरी बातें लिख लेना अधिक अच्छा रहता है।
- फीचर के विषय के चयन के साथ-साथ यह भी निर्धारित कर लेना चाहिए कि लेखक विषय से संबंधित जगह पर जाना चाहेगा या अपने पूर्वानुभवों एवं कल्पनाशीलता के आधार पर फीचर का निर्माण करेगा।

2.6 सारांश

‘फीचर’ पत्रकारिता का अभिन्न अंग है। आधुनिक पत्रकारिता का यह अनिवार्य आग्रह भी है। अच्छे फीचर पत्र-पत्रिकाओं की लोकप्रियता बढ़ाने में संक्षम है। फीचर का विषय निश्चित और संकुचित होता है। यह अनौपचारिक ढंग से लिखा जाता है। लेखक अपनी राय प्रक्षिप्त रूप में प्रकट करता है। आलोचना करने का उसका तरीका सीधा न होकर अप्रत्यक्ष होता है। फीचर की भाषा शैली, तथ्यपरक, और विशेष सामग्री को रोचक ढंग से प्रस्तुत करने की शैली के चलते पाठक लेखक को पढ़ना चाहते हैं। इसलिए पत्र-पत्रिकाओं में फीचर लेखन का महत्त्व बढ़ रहा है। इसकी खपत भी बढ़ रहा है। सुन्दर उपयोगी फीचर का प्रकाशन होता है। श्रेष्ठ लेखकों के फीचर से समाचार पत्र की माँग बढ़ती है। फीचर प्रकाशन की व्यावहारिकता के दो मोटे तरीके हैं। एक तो व्यक्तिगत प्रयास और दूसरा एजेंसी का माध्यम। व्यक्तिगत प्रयास से सुन्दर फीचरों को खपाने में कठिनाई नहीं होती। सम्पादक की आवश्यकता पर ध्यान देकर लिखे गये फीचर की खपत होती है। इस इकाई के अध्ययन से फीचर लेखन में सहायता मिलेगी।

2.7 शब्दावली

फीचर	-	रंगीन, चित्रात्मक, चटपटा लेखन
पाँच ककार	-	कब, क्यों, कहाँ, कैसे, कौन?
समाचार	-	घटना का सरस सामाजिक विवरण
निबंध	-	गम्भीर विषय विवेचन
शीर्षक	-	समाचार के प्रमुख तत्वों का कैप्सूल

2.8 संदर्भ ग्रन्थ

1. संजीव भानावत : 'समाचार लेखन के सिद्धान्त और तकनीक
यूनिवर्सिटी पब्लिकेशन्स, जयपुर
2. पी० डी० टंडन : "भारतीय पत्रकार कला"
ज्ञान मंडल, वाराणसी
3. प्रेमनाथ चतुर्वेदी : 'फीचर लेखन'
सूचना और प्रसारण मंत्रालय
4. डा० वेद प्रकाश वैदिक : हिन्दी पत्रकारिता : विविध आयाम
हिन्दी बुक सेन्टर, नयी दिल्ली
5. डा० अर्जुन तिवारी : आधुनिक पत्रकारिता
विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी
6. के० पी० नारायणन : रूपक लेखन
7. विष्णु दत्त शुक्ल : पत्रकार कला

2.9 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. फीचर के प्रमुख तत्वों का वर्णन कीजिए।
2. फीचर और समाचार में अंतर बताइए।
3. फीचर के कितने प्रकार होते हैं।
4. वैज्ञानिक फीचर का वर्णन कीजिए।

निबन्धात्मक प्रश्न

1. किसी राजनीतिक या साहित्यिक विषय पर एक फीचर लिखिए?
2. किसी त्योहार पर एक फीचर लिखिए?

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. फीचर है-
 - क एक लघु उपन्यास
 - ख एक सारगर्भित निबन्ध
 - ग सचित्र, मनोरम, दिलचस्प लेख
 - घ साहित्य की एक विधा
2. व्यक्तित्व परक फीचर होता है-
 - क वृहद जीवनी
 - ख व्यक्तित्व की अनुकरणीय विशिष्टता
 - ग आत्मकथा
 - घ इनमें से कोई नहीं

2.9.4 उत्तर

1. (ग), 2. (ख)

इकाई 3 सम्पादकीय पृष्ठ एवं स्तम्भ लेखन

इकाई की रूपरेखा

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 सम्पादकीय पृष्ठ की संरचना
 - 3.2.1 सम्पादकीय पृष्ठ में क्या होता है?
- 3.3 सम्पादकीय / अग्रलेख / संपादकीय टिप्पणियाँ
- 3.4 सामयिक लेख
- 3.5 संपादक के नाम पत्र
- 3.6 व्यंग-विनोदात्मक स्तम्भ
- 3.7 संपादकीय पृष्ठ का लेखन एवं संपादन
- 3.8 संपादकीय पृष्ठ का महत्त्व एवं प्रभाव
- 3.9 सारांश
- 3.10 शब्दावली
- 3.11 सन्दर्भ ग्रन्थ
- 3.12 प्रश्नावली

3.0 उद्देश्य

संपादकीय पृष्ठ समाचारपत्र की आत्मा है। बिना संपादकीय के पत्र ऐसे ही हैं जैसे आत्मा-विहीन शरीर। संपादकीय पृष्ठ न केवल संपादक के व्यक्तित्व का द्योतक होता है प्रत्युत समस्त समाचार-पत्र के व्यक्तित्व की झाँकी भी प्रस्तुत करता है।

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप :

- सम्पादकीय पृष्ठ की संरचना समझ सकेंगे।
- सामयिक लेखों के महत्त्व को जान लेंगे।
- 'सम्पादक के नाम पत्र' के विविध रूपों को समझ लेंगे।
- अग्र लेख लेखन की प्रक्रिया को समझ लेंगे।

3.1 प्रस्तावना

किसी भी समाचारपत्र में संपादकीय पृष्ठ वस्तुतः आत्मा होता है। बिना संपादकीय के अखबार ऐसे ही हैं। जैसे आत्मा-विहीन शरीर। पत्रिकाओं में भी संपादकीय का अपना महत्त्व है। ऐसी पत्रिकाओं में संपादकीय का विकल्प अन्य प्रकार के लेख भी बन जाते हैं। फिर भी सभी प्रतिष्ठित पत्रिकाएँ संपादकीय का समावेश अवश्य करती हैं। संपादकीय के महत्त्व का अनुमान इसी बात से लगाया जा सकता है कि रेडियो और टेलीविजन जैसे माध्यम उल्लेख करते हैं कि इस विषय पर किस पत्र के संपादकीय में क्या विचार व्यक्त किए गए हैं।

इस तरह समाचार पत्र में संपादकीय और संपादकीय पृष्ठ का महत्त्व प्रथम पृष्ठ और उसकी प्रथम खबर से भी कहीं अधिक है। विशेषकर प्रबुद्ध पाठकों की अभिरुचि के अनेक नमूनों

के सर्वेक्षणों से भी इस तथ्य की पुष्टि हुई है कि ऐसे अधिकांश पाठक प्रथम पृष्ठ के शीर्षक देखने के तत्काल पश्चात् संपादकीय पृष्ठ पर नजर दौड़ाने का लोभ संवरण नहीं कर पाते। वस्तुतः संपादकीय पृष्ठ ही वह आधार है, जिसने 'प्रेस' को प्रजातन्त्र के चौथे स्तम्भ की मान्यता दिलाई है। इसका मुख्य कारण यह है कि जहाँ समाचार पत्र समाचारों से अवगत कराता है। वहाँ संपादकीय पृष्ठ विभिन्न समाचारों, घटनाओं, गतिविधियों, मुद्दों पर विचारों से अवगत कराता है। जनमत को जाग्रत करना, दिशा देना और जनता की राय कायम करने में संपादकीय पृष्ठ की ही भूमिका सबसे महत्वपूर्ण रहती है और लोकतन्त्र के सुस्वास्थ्य के लिए यह एक अनिवार्य शर्त है। जिन देशों में लोकतन्त्र नहीं है, उनमें भी संपादकीय पृष्ठ का महत्व इतना ही है, क्योंकि सत्ता के दृष्टिकोण को जनता तक पहुँचाने का कार्य संपादकीय पृष्ठ से होता है।

3.2 संपादकीय पृष्ठ की संरचना

भारत के प्रमुख समाचारपत्रों में, जिनमें सभी भाषाओं के समाचारपत्र सम्मिलित हैं, में संपादकीय पृष्ठ का रंग-ढंग लगभग एक जैसा होता है। सामान्यतः संपादकीय पृष्ठ को चार भागों में विभक्त किया जा सकता है -

1. संपादकीय
2. सामयिक लेख
3. संपादक के नाम पत्र
4. अन्य स्तम्भ
5. व्यंग्य-विनोदात्मक स्तम्भ

3.2.1 संपादकीय पृष्ठ में क्या होता है?

संपादकीय पृष्ठ में केवल अग्रलेख नहीं होता। उसमें पाठकों के पत्र होते हैं, अतिविशिष्ट स्तंभलेखकों और राजनीति समीक्षकों के लेख होते हैं, विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं के लेखों के सार-संक्षेप और संक्षिप्त उद्धरण होते हैं और कभी-कभी कुछ गवेषणापूर्ण लेख भी होते हैं। स्थानीय या राष्ट्रीय हितों के संपादकीय विभाग के सदस्यों द्वारा तैयार किये गये लेख भी होते हैं।

संपादकीय पृष्ठ के वैविध्य को बनाये रखने के लिए हरेक बड़े समाचार-पत्र ने कुछ अपनी अलग परंपराएँ कायम कर रखी हैं। जैसे, कुछ पत्र विभिन्न राज्यों की गतिविधियों से संबद्ध 'अमुक राज्य की चिट्ठी के रूप में अपने संवाददाताओं द्वारा भेजी गई उस राज्य की गतिविधियों की रिपोर्ट प्रकाशित करते हैं। ये चिट्ठियाँ केवल भारत के राज्यों के संबंध में नहीं, अपितु नेपाल, बर्मा, पाकिस्तान, श्रीलंका जैसे पड़ोसी देशों के संबंध में भी होती हैं। मारीशस, फीजी, थाईलैण्ड, जापान, हांगकांग, इंडोनेशिया और इनके अलावा सुदूर मास्को, लंदन, वाशिंगटन तक की सामाजिक सांस्कृतिक और राजनीतिक गतिविधियों की सूचना देने वाली चिट्ठियाँ हिंदी के पत्रों में छपती हैं।

कुछ पत्रों ने सप्ताह में छह दिन के लिए (सातवें दिन तो प्रायः रविवारीय संस्करण निकलते हैं) दिन के अलग-अलग विषय नियत कर रखे हैं। एक दिन कृषि के संबंध में लेख जायेगा, तो दूसरे दिन विज्ञान के संबंध में, तीसरे दिन स्वास्थ्य के संबंध में, चौथे दिन शिक्षा और संस्कृति के संबंध में आदि। राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय समस्याओं के संबंध में भी अमूमन संपादकीय पृष्ठ पर लेख आते रहते हैं। अक्सर देखने में आया है कि अंग्रेजी के समाचार-पत्रों में जहाँ अंतरराष्ट्रीय विषयों पर अधिक जोर दिया जाता है, वहाँ भाषाई पत्रों में राष्ट्रीय विषयों पर। तात्कालिक और स्थानीय समस्याओं पर प्रकाश डालने वाले लेखों का अभाव कभी-कभी

अखरता है। शायद इसका कारण यह हो कि बड़े पत्रों के बड़े संपादकों को हवा में उड़ने की इतनी आदत हो जाती है कि उन्हें धरती की या अपनी नाक तले की चीज नजर नहीं आती या अंतरराष्ट्रीय के चक्कर में उन्हें स्थानीय समस्या महत्त्वहीन प्रतीत होती है।

3.3 संपादकीय/अग्रलेख/संपादकीय टिप्पणियाँ

सामान्य भाषा में संपादकीय का अर्थ है संपादक की राय। इसे अग्रलेख भी कहते हैं किसी भी समाचारपत्र में संपादकीय का होना अनिवार्य है। अनेक राज्य सरकारों ने तो ऐसे नियम भी बना रखे हैं जिनके अनुसार विज्ञापन देने के लिए मान्यता प्रदान करते समय यह देखा जाता है कि अखबार में संपादकीय छपता है अथवा नहीं। संपादकीय लेखों की हमारे स्वाधीनता संग्राम में भी उल्लेखनीय भूमिका रही है। स्वर्गीय गणेश शंकर विद्यार्थी, महात्मा गांधी और राजगोपालाचारी के संपादकीय देश की जनता को दिशा प्रदान करने वाले हुआ करते थे। राजनीति ही नहीं आर्थिक और सामाजिक धरातल पर भी संपादकीय लेखन का विशेष महत्त्व रहा है।

वस्तुतः संपादकीय का अर्थ है किसी भी घटना, गतिविधि अथवा विषय पर समाचारपत्र की राय। इसलिए संपादकीय की पहली आवश्यकता है निष्पक्षता, निर्भोक्तता और निर्लिप्तता। किसी भी मसले पर गहराई से अध्ययन करने के बाद अपनी राय की अभिव्यक्ति ही संपादकीय है। यही वजह है कि बड़े समाचारपत्रों में संपादकीय लिखने वालों की एक टीम होती है अर्थात् विभिन्न विषयों पर संपादकीय लिखने वाले पृथक् लोग होते, जैसे राजनीति, आर्थिक मामले, अंतर्राष्ट्रीय मामलात, सामाजिक विषय इत्यादि। ये लेखक अपने विषय के गहन ज्ञाता तो होते ही हैं, साथ ही इनकी सहायता के लिए एक पूरा पुस्तकालय और उसमें संदर्भ अनुभाग होता है। संदर्भ अनुभाग के लोग जरूरत पड़ने पर सम्बद्ध विषय के बारे में अधिकतम जानकारी उपलब्ध कराते हैं ताकि विषय का सूक्ष्म विवेचन किया जा सके।

संपादकीय का विषय सामान्यतः नवीनतम घटना, गतिविधि अथवा ज्वलन्त प्रश्न ही होता है। यह पूर्व निर्धारित नहीं किया जा सकता कि अमुक विषय पर ही संपादकीय लिखा जाएगा। जैसे-जैसे अखबार बड़ा होता जाता है और साधन बढ़ते जाते हैं अक्सर संपादकीय लेखों की संख्या भी बढ़ती है। संपादकीय की संख्या एक से चार तक भी हो सकती है। ऐसी स्थिति में यह निर्धारित कर लिया जाता है कि एक संपादकीय ज्वलन्त घटना पर एक अंतर्राष्ट्रीय विषय पर, एक राष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य में तथा एक प्रादेशिक अथवा स्थानीय। इस रूपरेखा के बाद एक सीमा में ही संपादकीय के विषय खोजते होते हैं।

संपादकीय ही विचार-अभिव्यक्ति का साक्षात् स्वरूप है इसलिए जब भारत में आपातकाल और अखबारों पर सेंसर लागू हुआ, तब अनेक समाचार पत्रों ने अपने संपादकीय कॉलम खाली छोड़ दिए। यह बात सरकार को नागवार गुजरी और स्थान रिक्त नहीं छोड़ने के आदेश हुए लेकिन फिर भी एक बार तो अखबारों ने संपादकीय का स्थान रिक्त छोड़कर भी अपनी राय और विचारों को अभिव्यक्त कर ही दिया। इसी प्रकार किसी अपार दुख के समय भी संपादकीय कॉलम को रिक्त छोड़ देने की परम्परा है। जैसे पंडित जवाहरलाल नेहरू तथा श्रीमती इंदिरा गांधी के निधन पर संपादकीय कालम खाली छोड़े गए। इसका अर्थ यह है कि अखबार यह कहना चाहता है कि इस दुख से वह इतना विह्वल है कि कलम नहीं उठा सकता अर्थात् अपने विचार अभिव्यक्त करने की स्थिति में नहीं है।

अत्यधिक महत्त्वपूर्ण घटना पर संपादकीय अपने निर्धारित पृष्ठ की बजाय मुख पृष्ठ पर भी लिखा जाता है। इसका अर्थ है विषय की अत्यधिक महत्ता। ऐसे अवसरों पर हस्ताक्षरित संपादकीय भी लिखे जाते हैं, जिनसे संपादकीय की गरिमा बढ़ती है।

पत्रकारिता के इतिहास के आरम्भिक दौर में, जबकि जनसंपर्क के अन्य साधन विकसित नहीं थे, समाचारपत्र उनके संपादकों के विचारों और अन्य प्रमुख व्यक्तियों के विचारों तथा वक्तव्यों के लिए बिका करते थे। उनमें खबरों का अंश कम होता था और खबरें दी जाती थीं, वे खबर लाने वाले व्यक्ति के हवाले से छापी जाती थीं। स्थानीय पत्रों के पाठक यह जानने के लिए उत्सुक रहते थे कि विभिन्न समस्याओं तथा मुद्दों पर समाचारपत्रों की राय क्या है? बहुधा समाचारपत्र की राय ही उन मुद्दों पर राज्य तथा नगर की जनता के बहुमत की राय मानी जाती थी और संपादक द्वारा उठाई गई माँग को जनता के एक वर्ग की माँग माना जाता था। अक्सर ही नगर परिषदों, राज्यों की सरकारों और राष्ट्रीय सरकारों को वह माँग माननी पड़ जाती थी।

लोकतन्त्रीय शासन-व्यवस्था में संपादकों या समाचारपत्रों की इस शक्ति का मूल यह है कि समाचारपत्र पाठकों तथा गैर-पाठकों के जनमत का प्रतिनिधित्व करते हैं। संपादक की व्यक्तिगत राय की भी कद्र इसलिए की जाती है कि वे अखबार की विस्तृत पाठक संख्या के कारण अपनी राय के पक्ष में जनमत बनाने की क्षमता रखते हैं और किसी समस्या पर जनमत या संपादक का मत समाचारपत्रों के संपादकीय लेखों तथा संपादकीय टिप्पणियों में प्रकट होता है। हमारे देश में संसदीय लोकतन्त्र है, जिसके चार स्तम्भों में से एक प्रेस है। देश में संवाद तथा विचार प्रकाशित करने की पूर्ण स्वतंत्रता है। लोकतन्त्रीय शासन व्यवस्था में जनता के विचारों और मत का प्रकटीकरण अत्यन्त महत्त्वपूर्ण है। अतः समाचारपत्रों में उनकी आवश्यकता और उपबोधिता स्पष्ट है।

मानवीय स्वतंत्रता और मौलिक मानव अधिकारों में आस्था रखने वाले संसदीय लोकतन्त्र में समर्थक बुद्धिवादियों तथा विचारों का मत है कि किसी भी देश में वास्तविक लोकतन्त्र के लिए लोकतन्त्रीय ढाँचा ही होना काफी नहीं है। सच्चा लोकतन्त्र वहाँ ही माना जाता है, जहाँ प्रकाशन के सब स्तरों पर निर्णय जनता के बहुमत और आकांक्षा के अनुरूप लिए जाते हैं। लोक प्रशासन जनता की राय के मुताबिक चल रहा है, यह सब क्षेत्रों में प्रकट होना भी चाहिए।

जनता के विभिन्न वर्गों की राय उसके निर्वाचित प्रतिनिधियों के अलावा समाचार पत्र तथा पत्रिकाओं के माध्यम से ही प्रकट होती है। जिस देश में लोकतन्त्र की जड़ें जितनी गहरी हैं और प्रेस जितना विकसित है, उतना ही महत्त्व उस देश की सरकार और नागरिकों द्वारा संपादकीय विचारों को दिया जाता है। जाहिर है, संपादकीय लेखों या अग्रलेखों और संपादकीय टिप्पणियों के बिना समाचारपत्र और पत्रिकाएँ अपना दायित्व पूरी तरह नहीं निभा सकते और उनके अभाव में उन समाचारपत्रों का व्यक्तित्व भी अधूरा रहेगा। अतः वे पाठकों की नजर में भी कुछ ओछे अधूरे साबित होंगे। महात्मा गांधी द्वारा संपादित 'इंडियन ओपिनियन' तथा 'हरिजन' और स्व० चक्रवर्ती राजगोपालाचार्य द्वारा संपादित 'स्वराज' दैनिक समाचार-पत्र नहीं थे। पाठक, शासन और यहाँ तक कि अन्य समाचारपत्रों के संपादक समकालीन समस्याओं तथा प्रश्नों पर उनके विचार जानने के लिए उनके अंकों की प्रतीक्षा करते थे। उनके विचार अन्य अखबारों तथा सरकारी रिपोर्टों में उद्धृत भी किए जाते थे। यह कहा जा सकता है कि समाचारपत्र और संपादक दोनों के व्यक्तित्व से अग्रलेखों की गरिमा बढ़ती है।

विषय चयन

संपादकीय लेखों तथा टिप्पणियों की विविधता की कोई सीमा नहीं है। विषयों का चयन संपादक की सूझ-बूझ तथा इस बात पर निर्भर करता है कि वह किन समस्याओं तथा विषयों को प्राथमिकता देता है। कोई समस्या या विषय तो वर्ष भर में एक बार संपादकीय लेख का विषय बन सकता है, तो किसी ज्वलंत समस्या पर थोड़े समय में कई संपादकीय लेख भी लिखे

जा सकते हैं। अक्सर संपादकीय लेख राष्ट्रीय समस्याओं, सामाजिक एवं आर्थिक प्रश्नों, अन्तर्राष्ट्रीय स्थिति और जनता को प्रभावित करने वाली अन्य बातों अथवा घटनाओं पर लिखे जाते हैं। आज लेख के विषयों का चयन करते समय यह ध्यान रखना होता है कि पाठकों की रुचि किस विषय में अपेक्षाकृत अधिक होगी। वे तात्कालिक घटनाओं, आकस्मिक विपदाओं तथा सुखद घटनाओं से प्रभावित होते हैं।

भाषा और सामग्री

संपादकीय लेख गम्भीर चिन्तन, तथ्यात्मक अन्वेषण के उपरांत शालीन परन्तु यथासंभव प्रभावशाली भाषा एवं शैली में पाठकों को संबोधित करके लिखे जाते हैं। सरकार, किसी नेता, दल या व्यक्ति-समूह को संबोधित करके लिखे जाने वाले अग्रलेखों का पाठकों पर अच्छा असर नहीं पड़ता। असल में समाचारपत्रों तथा अग्रलेखों की उपयोगिता पाठकों को प्रबुद्ध जानकार एवं जागरूक बनाने में निहित है। अग्रलेख अनावश्यक रूप से लम्बे नहीं होने चाहिए और न उन्हें समाचार का विकल्प बनाना ठीक होता है।

स्थान एवं संरचना

संपादकीय पृष्ठ प्रत्येक पत्र-पत्रिका में निश्चित होता है। उसे पत्रिकाओं के आरम्भ में और दैनिक समाचारपत्रों के मध्य में रहने की परम्परा है। उसकी अदल-बदल अत्यन्त आवश्यक होने पर ही की जाती है। संपादकीय पृष्ठ की सामग्री या उसकी संरचना की भी संसार भर में प्रायः समान परम्परा है। पत्रिकाएँ अक्सर एक विषय पर और दैनिक पत्र प्रत्येक अंक में एक, दो या तीन विषयों पर संपादकीय लेख अथवा टिप्पणियाँ प्रकाशित करते हैं। छोटे अग्रलेख संपादकीय टिप्पणी कहलाते हैं। आर्थिक तथा फिल्मी पत्र-पत्रिकाएँ अग्रलेखों के विषय सामान्यतः अपने विषय तक ही सीमित रखती हैं। वैसे संपादक के लिए यह बाध्यता नहीं है।

संपादकीय लेख (या अग्रलेख) संपादकीय पृष्ठ का सब से महत्वपूर्ण अंग है, जिसके साथ संपादक का सीधा संबंध है। यों तो समाचारपत्र में जो कुछ छपता है, उन सभी के लिए संपादक जिम्मेदार होता है, पर संपादकीय लेख तो अक्षरशः संपादक और समाचार-पत्र के विचारों तथा नीति का दर्पण होता है। यह संभव है कि अमुक संपादकीय लेख स्वयं संपादक की कलम से न निकला हो। आधुनिक युग का संपादक सप्ताह में (या महीने में) एक अग्रलेख भी लिख दे तो उसके संपादकत्व में कमी नहीं आती। सभी बड़े पत्रों में अग्रलेख लिखने के लिए एकाधिक व्यक्ति सह संपादक के रूप में नियुक्त रहते हैं। इतना अवश्य है कि वे संपादक के परामर्श के बिना कभी कुछ नहीं लिखते, क्योंकि वे जो कुछ भी लिखते हैं, उनके लिये जिम्मेदार संपादक ही समझा जाता है, समाचारपत्रों के कार्यालय में अग्रलेख-लेखन बहुत गौरवपूर्ण कार्य समझा जाता है, इसलिए कभी किसी नौसिखिये को यह काम नहीं दिया जाता-कार्यालय के वरिष्ठतम पत्रकार ही इस काम के उपयुक्त समझे जाते हैं।

क्षुरस्य धारा

संपादक (या अग्रलेख-लेखक) के समक्ष बड़ी विषम परिस्थिति होती है। प्रत्येक राष्ट्र में दो वर्ग होते हैं—एक शासक और दूसरा शासित। संपादक मुख्य रूप से जनता के प्रति उत्तरदायी होता है। सरकारें बदल सकती हैं, पर जनता नहीं बदलती। शासन की प्रणाली चाहे कोई भी क्यों न हो, सरकार को जनता पर शासन करने के लिए कुछ कायदे-कानून बनाने पड़ते हैं। यह ठीक है कि जनतंत्र में जनता के प्रतिनिधि ही संविधान का निर्माण करते हैं और जनता के प्रतिनिधि ही विधान-सभाओं में या लोकसभा में जाते हैं और जनता के प्रतिनिधि ही मंत्री आदि चुने जाते हैं, पर जो भी कायदे-कानून बने हैं वे संविधान के अनुकूल हैं या नहीं, स्वयं सरकारी अधिकारी

भी उनका पालन करते हैं या नहीं, चुनावों में निष्पक्षता बरती जाती है या नहीं, कहीं प्रच्छन्न रूप से व्यक्तिगत स्वार्थों की खातिर किसी स्तर पर भ्रष्टाचार को प्रश्रय तो नहीं दिया जाता—इत्यादि बातों के निर्णय के लिए न्यायालय हैं, या उन्हें सबके सामने लाने के लिए समाचारपत्र हैं। जनतंत्र में अभिव्यक्ति के स्वातंत्र्य का महत्त्व सब से अधिक है और अभिव्यक्ति के स्वातंत्र्य का अर्थ है—प्रेस की स्वाधीनता। समाचारपत्र ही जनता के न्यायालय हैं जिनके द्वारा जनता-जनार्दन के लिए सदा खुले रहने चाहिए।

जहाँ समाचारपत्रों का इतना महत्त्व है वहाँ उनका नैतिक कर्तव्य भी अत्यन्त महान है। बड़े समाचारपत्र बिना पूँजी के नहीं निकल सकते। पूँजी अर्थात् पूँजीपति। पूँजीपति अर्थात् आर्थिक नियंत्रण और निहित स्वार्थ। भारत के प्रायः सभी बड़े अखबार पूँजीपतियों से संबद्ध हैं। जब देश में गरीबी हटाने के लिए या पिछड़े वर्गों को उन्नति के समान अवसर प्रदान करने के लिए या अत्यधिक आर्थिक विषमता को दूर करने के लिए सरकार कुछ अंकुश लगाती है, तब निहित स्वार्थों का बौखलाना भी स्वाभाविक है। ऐसे समय संपादक की बड़ी कड़ी परीक्षा होती है। वह सरकार का पक्ष ले, या अपने मालिकों का पक्ष ले, यह जनता-जनार्दन का पक्ष लें? जनता तो बेचारी निरीह है, वह तो पूँजीपति और सरकार दोनों के शोषण का समान रूप से शिकार होती है। जनता के मन में संपादक की तस्वीर ऐसी है कि वह समझती है कि जब और कहीं सुनवाई नहीं होगी तब यहाँ तो होगी ही।

संपादक इस प्रकार तीन ओर के दबावों से घिरा होता है—किसी एक का पक्ष लेता है तो बाकी दोनों पक्ष उससे नाराज होते हैं। इस परीक्षा में उत्तीर्ण होना आसान नहीं। संस्कृत के कवि ने कहा है—

नरपति हितकर्ता द्वेष्यतां याति लोके

जनपदहितकर्ता त्यज्यते पार्थिवेन्द्रैः।

इति महति विरोधे वर्तमाने समाने

नृपति जनपदानां दुर्लभः कार्यकर्ता।।

—अर्थात्, “जो राजा का पक्ष लेता है, प्रजा उससे द्वेष करने लगती है, जो प्रजा के हित की बात करता है वह राजाओं की नजरों से गिर जाता है। इस प्रकार जब दोनों ओर समान रूप से विरोधी परिस्थिति हो तब ऐसा व्यक्ति बहुत दुर्लभ है जो राजा और प्रजा दोनों का काम करने वाला हो और दोनों का संमान भाजन हो।” संपादक एक ऐसा ही दुर्लभ प्राणी है।

ऐसे समय संपादक को स्वयं अपने लिए कुछ मानदंड निर्धारित करने चाहिए। वह जनता के हित को सर्वोपरि स्थान दे—यही उसके गौरवपूर्ण पद का तकाजा है। उसे सदा सत्य का पक्ष लेना है। यद्यपि पत्र के स्वामी पूँजीपति को और सर्वसत्ताधीश सरकार को अप्रसन्न करना उसकी कुर्सी के लिए संकट उपस्थित कर सकता है, पर वह ऐसी भाषा का प्रयोग तो कर ही सकता है जिससे जन-हित भी सुरक्षित रहे और सरकार और पत्र-स्वामी भी अप्रसन्न न हों। उसकी सारी कुशलता तीन घोड़ों-की सवारी की जिमनास्टिक में ही छिपी है।

संपादक का काम तलवार की धार पर चलना है। उपनिषद् में कहा है—“क्षुरस्य धारा निशिता दुरत्यया दुर्गं पथस्तत्कवयो वदन्ति” वही बात संपादक के साथ है। सबको प्रसन्न कोई कर नहीं सकता और संपादक के पद पर रहते हुए वह आलोचना से बच नहीं सकता—आलोचना करने से भी और आलोचना सुनने से भी। पर आलोचना करते हुए इतना ध्यान अवश्य रखा जा सकता है कि आलोचना विध्वंसात्मक न होकर रचनात्मक हो।

पंजाब केशरी

3 मार्च, 2005 दिल्ली, वीरवार (संपादकीय)

जनसेवक का जीवन पारदर्शी होना चाहिए - महात्मा गाँधी

झारखंड - राज्यपाल की ज्यादाती

पिछले दो दिनों से लोकसभा व राज्यसभा शोर-शराबे में स्थगित हो रही हैं। 1 मार्च को संसद में गोवा के राज्यपाल एस. जमीर द्वारा भाजपा की मनोहर पारीकर सरकार को बर्खास्त किये जाने पर हंगामा हुआ वहीं 2 मार्च को झारखण्ड के राज्यपाल द्वारा राजग के साथ किए गए व्यवहार को लेकर भारी शोर-शराबा हुआ।

4 वर्ष पूर्व बने झारखंड की 81 सदस्यीय विधानसभा में भाजपा व जद (यू) की 52 सीटें थीं तथा वहां भाजपा नेतृत्व में पहले बाबू लाल मरांडी की सरकार बनी और फिर अर्जुन मुंडा की। यहां पहली बार हुए चुनावों में राजग के घटकों भाजपा-जद (यू) ने मिलकर चुनाव लड़ा तथा उन्हें 36 सीटें प्राप्त हुईं, झामुमो व कांग्रेस को क्रमशः 16 व 9 तथा राजद को 8 और निर्दलीयों व अन्य को 12 सीटें मिलीं।

त्रिशंकु विधानसभा आने के कारण पिछले 2 दिनों से राजग व यू०पी०ए० द्वारा बहुमत के लिए जोड़-तोड़ शुरू हुई। राजग ने कार्यकारी मुख्यमंत्री अर्जुन मुंडा को पुनः विधायक दल का नेता चुनकर अपने 36 तथा 5 निर्दलीय विधायकों के समर्थन की सूची राज्यपाल सिब्बे रजी को सौंपी तथा सरकार बनाने का दावा किया।

राज्यपाल ने राजग को सरकार बनाने के लिए तत्काल आमंत्रित करने की बजाय पहले सभी निर्दलीय विधायकों से अलग-अलग बात करने का फैसला किया। उनसे पांच निर्दलीय विधायक मिले तो राजग को समर्थन की पुष्टि भी कर दी।

भाजपा व राजग नेताओं ने राज्यपाल के टालमटोल के खैए का विरोध किया। राजग कार्यकर्ताओं ने राजभवन के समक्ष धरना दे दिया। नई दिल्ली में राजग नेताओं ने बैठक कर फैसला किया कि राज्यपाल जब तक राजग को सरकार बनाने के लिए आमंत्रित नहीं करेंगे तब तक वे संसद की कार्यवाही नहीं चलने देंगे और वे राष्ट्रपति से भी मिले।

इसी मध्य एक अप्रत्याशित घटनाक्रम में राज्यपाल ने शिबू सोरेन को सरकार बनाने के लिए आमंत्रित कर लिया तथा शाम 4.45 बजे मुख्यमंत्री पद की शपथ भी दिला दी और उन्हें विधानसभा में 21 मार्च तक बहुमत सिद्ध करने को कहा।

राज्यपाल के इस कदम को असंवैधानिक, पक्षपातपूर्ण तथा लोकतंत्र की हत्या बताते हुए राजग ने आज झारखंड बंद का आह्वान किया है। रांची में विरोध प्रदर्शन के साथ ही राज्यपाल का पुतला जलाया गया। राजग व झामुमो समर्थकों में मारपीट की नौबत तक भी आई।

जब राजग ने अर्जुन मुंडा के नेतृत्व में 41 विधायकों की लिखित सूची, उनकी सहमति तथा उन्हें राज्यपाल के समक्ष प्रस्तुत कर दिया तो श्री मुंडा को सरकार बनाने के लिए आमंत्रित क्यों नहीं किया गया। लोकतांत्रिक व संवैधानिक परम्परा तो यही थी कि श्री मुंडा को मुख्यमंत्री पद की शपथ दिलाई जाती और उन्हें विधानसभा में अपना बहुमत सिद्ध करने के लिए कहा जाता। यदि वह ऐसा न कर पाते तो फिर यू०पी०ए० नेता शिबू सोरेन को आमंत्रित किया जाता।

लोकतंत्र में इस प्रकार की जो कुपरम्पराएँ कायम हो रही हैं उसका दुष्परिणाम सभी को आखिर भुगतना पड़ेगा। इनकी वजह से हमारे लोकतंत्र का रूप विकृत तथा राजनीति का अपराधीकरण होता जा रहा है और चुनावों में हिंसा व गड़बड़ी बढ़ती जा रही है।

हम इस बात के पक्षधर नहीं हैं कि विपक्ष द्वारा संसद का काम न चलने दिया जाए लेकिन इसके साथ ही यह भी अनुभव करते हैं कि झारखंड के राज्यपाल की भूमिका उचित नहीं थी।

राज्यपालों के ऐसे व्यवहार के कारण उनके पद समाप्त करने की मांग की जाती रहती है। केन्द्र में सत्ताधारी दल द्वारा जिस तरह अपनी पार्टी के लोगों को राज्यपाल नियुक्त किया जाता है उससे उन पर पक्षपात के आरोप लगते हैं। स्वतंत्र व्यक्ति भी इस पद से जुड़ी जो सुख-सुविधाएँ हैं उन्हें देखते हुए केन्द्र सरकार की इच्छा के विरुद्ध नहीं जाते।

लोकतांत्रिक व्यवस्था व राजनीति में जिस तरह की गिरावट आ रही है उसे दूर करने के लिए सभी बड़े नेताओं को दलगत राजनीति से ऊपर उठ कर स्वस्थ परम्पराएँ लाने के लिए गंभीरता से विचार करना चाहिए।

झारखंड में राज्यपाल ने शिबू सोरेन को जिस प्रकार सरकार बनाने के लिए आमंत्रित किया तथा उन्हें 20 दिन विश्वास मत के लिए दिए, उससे झारखंड में विधायकों की खरीद-फरोख्त बढ़ेगी तथा आया राम गया राम की संस्कृति जोर पकड़ेगी। राजनीतिक अनिश्चितता बढ़ेगी तथा राज्यपाल शासन या पुनः चुनाव की संभावनाएँ ही बनेंगी।

- विजय

संपादकीय लेखक

वैसे तो पत्रकारिता एवं जनसंचार के क्षेत्र में पदार्पण करने वाले प्रत्येक शिक्षार्थी को भारत के इतिहास और भूगोल का अच्छा ज्ञान होना चाहिए, परंतु संपादकीय लिखने के आकांक्षी पत्रकारों के लिए तो यह बहुत ही आश्यक है। यह भी आवश्यक है कि भारत का इतिहास और भूगोल अंग्रेजी इतिहास-भूगोल की पुस्तकों से न पढ़ा जाये, प्रत्युत भारतीय दृष्टि से पढ़ा जाए।

संपादकीय लेख का लेखन विचारों की दुनिया में रहता है। पर उसे पता होना चाहिए कि दुनिया में कहाँ क्या हो रहा है। विशेषज्ञता और टैक्नोलाजी के इस युग में उसे इस बात की पहचान होनी चाहिए कि मानवीय आकांक्षाएँ और दुर्बलताएँ क्या हैं। उसे यह ज्ञात होना चाहिए कि कोई भी घटना उसी अनुपात में बड़ी होती है, जिस अनुपात में वह मानवों को प्रभावित करती है। इसके लिए कोरा ज्ञान उतना जरूरी नहीं है, जितना कि संवेदनशील एवं बुद्धिमान होना। अणुयुद्ध का जनता पर क्या असर होगा यह जानने के लिए भौतिकीविद् होना जरूरी नहीं है, पर संवेदनशील होना जरूरी है। अन्य व्यवसायों में लोग कम से कम चीजों के बारे में अधिक से अधिक जानते हैं, पर यहाँ इससे उलटा है अर्थात् उसे अधिक से अधिक चीजों के बारे में न्यूनातिन्यून जानना ही चाहिए। इसीलिए पत्रकार बनने की पहली सीढ़ी पर कदम रखते ही बताया जाता है कि किसी एक विषय के विशेषज्ञ बनो और अन्य अनेक विषयों को थोड़ा-बहुत जानो।

कर्त्तव्य

अन्य व्यवसायों की तरह अब पत्रकारिता भी व्यवसाय बन गई है, पर अग्रलेख-लेखक को अपने निम्नलिखित कर्त्तव्यों का ध्यान रखना आवश्यक है-

1. वह तथ्यों को ईमानदारी से पेश करे और पाठकों को कभी पथभ्रष्ट करने का प्रयत्न न करे।
2. वर्णित तथ्यों से निष्कर्ष निकालने में सदा निष्पक्ष रहें।
3. व्यक्तिगत स्वार्थों से दूर रहे और कभी भ्रष्टाचार में लिप्त न हों।
4. अपनी भूल की ओर इंगित करने वाले या अपने मत से विपरीत मत रखने वाले लोगों का उचित आदर करें।

5. नयी जानकारी के आधार पर अपने निष्कर्षों पर पुनर्विचार करने को सदा तत्पर रहे।
6. जीवन की जनतंत्रीय विचारधारा में उसकी आस्था हो और अपने विचारों में वह सदा दृढ़ रहे।
7. पत्रकारिता के स्तर को उन्नत रखने में सदा अपने सहयोगियों की सहायता करे और सदा यह ध्यान रखे कि सहयोगियों की प्रतिष्ठा में ही उसकी अपनी और समाचार पत्र की प्रतिष्ठा है।

पत्रकार-प्रवर पुलिट्जर सदा तीन बातों पर जोर दिया करता था—

1. संक्षेप,
2. सीधापन
शैली।

कभी-कभी अग्रलेख इतने लंबे हो जाते हैं कि पाठक का मन उन्हें पढ़ने का नहीं होता। यदि 500 शब्द लिखना चाहते हों तो थोड़ा ठहर कर सोचें कि क्या इससे आधे से काम नहीं चल सकती। अग्रलेख की सफलता इसी बात में है कि उसका लेखक जो कुछ कहना चाहता था उसे वह सही ढंग से कह सका या नहीं? वह पाठक की दृष्टि से सुसंगत है या नहीं? पाठक के मन में जो प्रतिक्रिया और विचार-शृंखला वह पैदा करना चाहता था, वह कर सका या नहीं? और इस दृष्टि से अच्छे अग्रलेख की उसी तरह कोई कीमत नहीं आंकी जा सकती जैसे किसी अच्छी कविता की।

अग्रलेख-लेखक का काम इतना ही है कि वह किसी केंद्रीभूत विचार पर अपना ध्यान केन्द्रित करे और उसे पाठक के मन पर उतार दे। पाठक सहज ही जो बात अनुभव करता है, अग्रलेख उसके लिए उसे युक्तियाँ देता है। जनता अग्रलेख को अपने मत के समर्थन में तर्क जुटाने के लिए पढ़ती है। अच्छा अग्रलेख पाठक को चिंतन के लिए प्रेरित करता है। संपादक की निष्पक्षता पर यदि पाठक को विश्वास हो तो वह संपादक के मत से सहमत भी होता है। पर केवल एक संपादकीय से पाठक का मत-परिवर्तन करना संभव नहीं। वास्तव में तो संपादकीय लेख का मुख्य कार्य पाठक को विचार करने के लिए प्रेरित करना है। किसी दल, वर्ग या संप्रदाय का समर्थन या विरोध संपादक का काम नहीं। हमेशा समाधान देना या 'सही' होने का गर्व भी इष्ट नहीं। यह संभव है कि किसी राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय मुद्दे पर कभी वह ऐसा प्रबल संघर्ष करे, मानो धर्मयुद्ध कर रहा हो, पर ऐसे अवसर हमेशा नहीं आते। जो संपादक चाहता है कि सार्वजनिक हितों के विषयों पर तर्कसम्मत और निष्पक्ष विचार-विनिमय हो, उसे वैसी परिस्थितियों के निर्माण के लिए सदा तत्पर रहना चाहिए।

कांतासम्मत

अग्रलेख संबंधी कुछ अन्य दोष भी हैं जिनसे संपादक को सदा बचना चाहिए। जैसे विना गंतव्य स्थान का निश्चय किये बिना चल पड़ने से पथिक कभी मंजिल पर नहीं पहुँच सकता, वैसे ही संपादक को भी लिखने से पहले लेख का उद्देश्य मन में निर्धारित कर लेना चाहिए— इस सीमा तक कि अग्रलेख का सार एक वाक्य में बताया जा सके। अपर्याप्त तथ्यों के आधार पर अपनी लेखनी से कतिपय निष्कर्षों की घोषणा किसी भी संपादक को शोभा नहीं देती। जो भी अग्रलेख लिखा जाय, उसमें साहित्यिक पुट रहना चाहिए, असाहित्यिक लेखन को कोई भी पाठक पसंद नहीं करता। अग्रलेख कभी लापरवाही से न लिखा जाए, लिखने में पूरी सावधानी बरती जाए। परम अतिशयता-बोधक (सुपरलेटिव डिग्री) वाक्यों के प्रयोग से सदा बचना चाहिए। अधूरे वाक्य, अपरिचित और अप्रचलित शब्दों का प्रयोग, गलत वर्तनी, संज्ञा का विशेषण की तरह प्रयोग और मध्यम पुरुष का प्रयोग भी पाठक के मन में संपादक की योग्यता के प्रति शंका पैदा करते हैं। हीनोपमा, या शब्दालंकारों और अर्थालंकारों का पंगु प्रयोग भी

संपादक का मान घटाता है। लंबे-लंबे वाक्य या सुदीर्घ पैराग्राफ और बहुत लंबा (या बहुत छोटा) अग्रलेख भी पाठक के लिये रुचिवर्द्धक नहीं हो सकता।

सम्पादकीय पृष्ठ एवं
स्तम्भ लेखन

संपादक सर्वज्ञ नहीं होता। उसके मन में भी संदेह और शंकाएँ होती हैं। इन संदेहों और शंकाओं को छिपाने के लिये या विवाद से बचने के लिए या अपनी निष्पक्षता प्रकट करने के लिए कुछ खास ढंग से वाक्य-खंड प्रयुक्त होते हैं। जैसे-‘जरूरी प्रतीत होता है’, ‘ऐसा हो सकता है’, ‘यह देखना शेष है’, ‘एक तरह से’, ‘एक रास्ता यह भी है’, ‘यह जानना कठिन है’, ‘आशा के सबल आधार’, ‘स्थापना सही प्रतीत होती है’, ‘यह स्पष्ट लगता है’, ‘किसी कदर’-इत्यादि वाक्य खंडों के प्रयोग से लेखक के युक्तियुक्त होने का आभास होता है, कम से कम यह तो लगता ही है कि लेखक में दुराग्रह नहीं है। पर इन वाक्य खंडों के बारंबार प्रयोग से लेखक का अज्ञान ही सामने आता है। यों अपने अज्ञान को छिपाने के लिए भी संपादक लोगों ने खास ढंग की एक शब्दावली बना रखी है। जरा उसका भी मुलाहिजा लें-‘सावधानीपूर्वक अध्ययन की आवश्यकता है’, ‘सही दिशा में एक कदम है’, ‘उसके बारे में कुछ न कुछ किया जाना चाहिए’, ‘इसकी जिम्मेदारी सीधी उन कंधों (जो कंधे सब से निकट नजर आयें) पर है, यह चेतावनीपूर्ण स्थिति है’, ‘शाश्वत जागरूकता आवश्यक है’, ‘कटु वास्तविकताएँ’, ‘नग्न तथ्य’, ‘दोषपूर्ण चिन्तन’, ‘हम कहने का साहस करते हैं’, आदि।

अच्छा संपादकीय लिखने में समय लगता है। कभी-कभी ऐसे संपादकीय लेख पढ़ने को मिलते हैं, जिन्हें देखकर लगता है कि अच्छे-भले विषय को भी चक्की के दो पाटों के बीच में रखकर पीस दिया गया हो, उसका कचूर निकाल दिया गया हो, या जैसे किसी कसाई के छुरे के नीचे रखकर उसे जिबह कर दिया गया हो। इसे देहाती भाषा में रांध काटना या घास काटना कह सकते हैं। एक बार मध्यप्रदेश के एक प्रमुख पत्र के संपादक दस पंद्रह दिन के लिए दिल्ली आए, तो उन्होंने बड़े गर्व के साथ कहा-‘मैं तो आगामी 15 दिन के लिए सब अग्रलेख पहले से ही लिखकर यहाँ आया हूँ।’ ऐसे अग्रलेखों की क्या कीमत होगी और उनके पीछे कितना चिन्तन तथा पाठकों का मार्गदर्शन होगा, यह स्वतः सिद्ध है। अपने पाठकों पर उद्देश्यहीन, तर्कहीन और असंगत वाक्यों की बौछार व्यर्थ है। अच्छा गद्य वह है, जिसमें पद्य की सी लय हो। जब तक संपादकीय लेख में अर्थ गांभीर्य, वाग्-वैदग्ध्य और कुछ चमत्कार न हो, तब तक पाठक को उसमें आनंद नहीं आता।

संपादकीय लेखन की प्रक्रिया

विमान चालन के लिए कोई कह सकता है-उसमें क्या रखा है, विमान में बैठो और उसे उड़ाना शुरू कर दो। उचित प्रशिक्षण पाकर विमान चालक बन जाने के पश्चात् यह काम इतना ही आसान हो सकता है, पर बिना प्रशिक्षण-प्राप्त किए किसी नौसिखिये के लिए विमान चलाना संभव नहीं है। यही बात अग्रलेख के लेखक के साथ है। यहाँ ‘पंडित सोई जो गाल बजावा’ या ‘ढाई आखर प्रेम का पढ़े सो पंडित होय’ वाली कहावत लागू नहीं होती। अग्रलेख-लेखन के लिए भी उचित प्रशिक्षण, पर्याप्त अनुभव और अभ्यास अपेक्षित है।

समाचारपत्र कार्यालयों में यह काम प्रायः मुख्य संपादक करता है। प्रतिदिन निश्चित समय पर वह अपने सहयोगी अग्रलेख-लेखकों की बैठक बुलाता है। उनसे उस दिन के घटनाचक्र के विषय में विचार-विनिमय करता है और फिर यह निश्चय करता है कि अमुक घटना-विकास के बारे में हमारे समाचारपत्र को क्या विचार-दिशा अपनानी चाहिए और उसके बाद अपने सहयोगियों को उनकी रुचि और योग्यता के अनुसार विषय बाँट देता है कि अमुक-अमुक विषय पर अमुक-अमुक व्यक्ति अग्रलेख लिखेगा।

पुस्तकालय में रखे संदर्भ-ग्रन्थों और समाचार-पत्रों की विषयवार संचित कतरनों की सहायता से वह उस विषय के संबंध में अधिकतम और नवीनतम जानकारी हासिल करता है। साथ ही ताजा समाचारों पर भी पैनी नजर डालता है क्योंकि घटना-प्रवाह इतनी तेजी से

परिवर्तित होता है कि लिखते-लिखते ही अकस्मात् सारा लिखा हुआ असंगत और कालातीत बन सकता है। फिर जो कुछ लिखना होता है, उसकी रूपरेखा वह अपने मस्तिष्क में तैयार करता है और उसके बाद लिखना प्रारंभ करता है। पहले विषय-प्रवेश, फिर उसका क्रमिक विस्तार और अंत में निष्कर्ष इस प्रकार प्रत्येक सामान्य अग्रलेख में प्रायः तीन अनुच्छेद (पैराग्राफ) होते हैं।

अग्रलेख-लेखक प्रायः आपस में एक-दूसरे के लिखे हुए को पढ़ते हैं ताकि प्रमाद या अनवधानता के कारण कहीं कोई लेखनी-स्खलन (पेन-स्लिप) न रह जाए। अंत में संपादक सब अग्रलेखों को स्वयं देखता है और उसमें यथोचित संशोधन, परिवर्तन और परिवर्धन करता है। उसके बाद वे अग्रलेख कंपोज होने के लिए प्रेस में भेज दिए जाते हैं। कभी-कभी घटनाचक्र में आकस्मिक परिवर्तन हो जाने से अखबार के छपते-छपते मशीन रुकवाकर भी मैटर में आवश्यक परिवर्तन किये जाते हैं। जो संपादक इतनी निगरानी नहीं रखते, वे कभी-कभी विद्रूप के शिकार हो जाते हैं। मान लीजिए कि कोई मान्य और लोकप्रिय नेता बीमार है, समाचार आया कि उसके स्वास्थ्य में सुधार हो रहा है। राष्ट्र के लिए उस नेता के जीवन का उपयोगिता समझते हुए आपने उसके स्वास्थ्य और चिर-जीवन की कामना करते हुए अग्रलेख लिख दिया। अकस्मात् आधी रात के पश्चात् उस नेता का स्वर्गवास हो गया। अगले दिन प्रातः समाचारपत्र के प्रथम पृष्ठ पर उस नेता के स्वर्गवास का समाचार प्रमुख स्थान पर जा रहा होगा जब कि समाचार के संपादकीय पृष्ठ पर अग्रलेख में आप उस नेता के स्वास्थ्य की कामना कर रहे हैं। इस प्रकार की असंगतियों से बचने के लिए ही जब किसी बड़े नेता की गंभीर दशा का समाचार मिलता है तब संपादकगण उसकी जीवनी और राष्ट्र के लिए किये गए उसके कार्यों का सचित्र विवरण तथा अन्य सामग्री पहले से ही तैयार रखते हैं, ताकि अवसर आने पर वे पिंछड़ न जाएँ।

शीर्षक और प्रथम वाक्य

अग्रलेख के शीर्षक और पहले वाक्य का भी बहुत महत्त्व होता है। शीर्षक की तुलना तो 'शो-विंडो' से की जाती है, जो दूर से ही ग्राहक को आकर्षित कर अपने पास बुलाती है। प्रथम वाक्य ऐसा जायकेदार लुकमा होता है कि उसके मुँह में आते ही थाली में परोसा सारा भोजन चट कर जाने को जी चाहता है। यदि पाठक ने सहज भाव से रुचिपूर्वक सारा अग्रलेख पढ़ लिया तो लेखक का श्रम सार्थक हो गया। पाठक उस अग्रलेख से सहमत होता है या असहमत, यह बाद की बात है। उसकी प्रमुख सफलता इसी बात में है कि वह अधिक से अधिक पाठकों द्वारा पढ़ा जाए। अग्रलेखों को वैसे ही सब लोग नहीं पढ़ते। जो अपेक्षाकृत अधिक जिज्ञासु लोग होते हैं – वही पढ़ते भी हैं, उनके पल्ले यदि बारंबार बोरियत ही पड़े, तो वे भी पढ़ना छोड़ देंगे। अग्रलेख में प्रथम वाक्य का क्या महत्त्व है। यह इस बात से भी स्पष्ट हो जाएगा कि एक सुयोग्य साथी वर्षों से अग्रलेख लिखते आ रहे हैं, परंतु 'अग्रलेख का प्रथम वाक्य क्या हो'—इस विषय पर प्रतिदिन वे अपने साथियों से अवश्य परामर्श करते हैं।

अग्रलेख-लेखकों का भी अपना मन और रुझान होता है, पर कभी-कभी उन्हें मन मारकर ऐसे विषयों पर भी अग्रलेख लिखने पड़ते हैं जिनमें स्वयं उनको भी रस नहीं आता। किसी राजनीतिक दल के समर्थन में, या नागरिक समस्याओं के संबंध में या नैतिकता संबंधी या, किसी दूरस्थ घटना के संबंध में अग्रलेख लिखना प्रायः अरुचिकर कार्य समझा जाता है। उसी अनुपात में महत्वपूर्ण राष्ट्रीय मामलों पर, या ललित-कलाओं के संबंध में, या किसी को श्रद्धांजलि अर्पित करने, या संपादक के अपने निजी अनुभव एवं चिंतन से प्रसूत विनोदात्मक अग्रलेख लिखने वाले का मन भी खूब रमता है।

कुछ प्रमुख पत्रों ने अग्रलेखों की सामान्य दैनिक परंपरा से हटकर रविवार के दिन गैर-राजनीतिक या ग्रामीण जनता संबंधी, या हल्के-फुल्के अग्रलेख देने प्रारंभ किये हैं। उनमें एक प्रकार उद्धरण-प्रधान लेखों का भी है। साहित्यिक पुट अधिक होने के कारण शिक्षित और बुद्धिजीवी लोगों में ऐसे उद्धरण-प्रधान अग्रलेख लोकप्रिय भी हैं। आम तौर पर तो पाठक इसी बात से चकित होता है कि संपादक का ज्ञान कितना गहरा है, कितनी भाषाओं का वह पंडित है, और संस्कृत के कितने श्लोक, उर्दू और फारसी के कितने शेर, कुरान की कितनी आयतें, रवि बाबू के कितने गीत, तुकाराम के कितने अभंग, कबीर की कितनी साखियाँ और तिरवल्लुवर के कितने पद तथा अन्य अनेक कितनी सूक्तियाँ उसे कंठस्थ हैं। पर पाठक को क्या पता कि आजकल सब प्रकार के उद्धरणों के संकलनों की पुस्तकें तैयार हैं। अलबत्ता उन उद्धरणों के यथास्थान प्रयोग के लिए अवल चाहिए। पर उद्धरणों की अधिकता से अग्रलेख उधार लिया हुआ-सा लगता है। यों ऐसे अग्रलेखों में श्रम भी बचता है, क्योंकि स्थान तुरंत भरता जाता है। यदि उद्धरण-प्रधान अग्रलेखों में किसी एक केंद्रीय विचार को सामने रखकर उसका विस्तार करते हुए इस प्रकार ताना-बाना बुना जाय कि लेख की समाप्ति पर वृत्त पूरा होता लगे, तो उस सुसंगत-सुगठित लेख को पढ़कर पाठक जितना आनंदविभोर होगा, उतना ही वह बोर होगा असंगत, बेतुके, ऊटपटांग उद्धरणों की भरमार से।

सामान्यतया समाज की सहायता के लिए जो अग्रलेख लिखे जाते हैं उनमें कुछ तो कर्तव्य-बोधक होते हैं—जैसे बाढ़, अकाल या भूकंप की विभीषिका के उपस्थित होने पर विपद्ग्रस्त लोगों की सहायता के लिए जनता को प्रेरित किया जाता है। कुछ उत्साहवर्धक अग्रलेख होते हैं—जैसे भारत-चीन या भारत-पाक संघर्ष के समय जनता का मनोबल ऊँचा रखने के लिए प्रायः लिखे जाते हैं। कुछ अग्रलेख पक्ष-समर्थक होते हैं—खास तौर से राजनीतिक दलों की ओर से प्रकाशित होने वाले दलीय पत्रों में ऐसे अग्रलेख पक्ष-समर्थक होते हैं कुछ जिहादी अग्रलेख होते हैं—जैसे हिंदी के समर्थक पत्र हिंदी के बारे में और अंग्रेजी समर्थक पत्र अंग्रेजी के बारे में प्रायः लिखते हैं। या संप्रदाय विशेष के पत्र अपने संप्रदाय के समर्थन में और दूसरे संप्रदाय के विरोध में ऐसे लेख लिखते हैं। कुछ अग्रलेख होली-दीवाली-विजयादशमी आदि पर्वों पर तथा स्वतंत्रता-दिवस और गणराज्य-दिवस पर भी लिखे जाते हैं। कुछ अग्रलेख मौसम संबंधी भी होते हैं—जैसे बसंत, ग्रीष्म, हेमंत आदि पर। हिंदी के समाचार-पत्रों में ऐसे अग्रलेख प्रायः कम होते हैं, जबकि विदेशों के पत्रों में मौसम संबंधी अग्रलेखों का भी अच्छा चयन है और वहाँ के लोग उन्हें चाव से पढ़ते हैं। अग्रलेखों के विषयों के उक्त सामान्य क्षेत्र के अलावा एक विशिष्ट क्षेत्र भी है और वह क्षेत्र है, 1. राजनीतिक, 2. शिक्षा, 3. श्रमिक और 4. अपराध का। इन चारों विषयों से संबद्ध समस्याओं पर लेखनी उठाते हुए संपादक का मुख्य लक्ष्य केवल जन-हित होना चाहिए, वर्ग-हित में नहीं।

3.4 सामयिक लेख

संपादकीय पृष्ठ पर संपादकीय के अलावा भी बहुत कुछ होता है। इसमें सर्वप्रथम है सामयिक लेख। जिस प्रकार संपादकीय में अखबार की राय होती है ठीक उसी प्रकार सामयिक लेख में विशिष्ट विषय पर विशिष्ट व्यक्ति की राय और विश्लेषण होता है। बहुधा यह व्यक्ति अपने विषय का पारंगत होता है। सामयिक लेख के लिए विषयों का विभाजन भी किया जा

सकता है। जैसे राजनीतिक, आर्थिक, अन्तरराष्ट्रीय, राष्ट्रीय और प्रादेशिक इत्यादि। इन दिनों और विषयों के अपने स्तम्भ भी बन जाते हैं। उदाहरण के लिए कुलदीप नायर, खुशवंत सिंह और बलराज मेहता जैसे पत्रकार आजकल विभिन्न समाचार पत्रों में लिखते हैं। उनका एक ही लेख अनेक समाचार पत्रों में एक साथ प्रकाशित होता है। ऐसा प्रयास किया जाता है कि इस प्रकार के सामयिक लेख लिखने वाला न केवल प्रतिष्ठित हो बल्कि अपने विषय का पारंगत भी हो। संपादकीय की ही तरह यह लेख भी जनमत जाग्रत करने, जनमत को दिशा देने और जनता को राय बनाने में मदद देता है।

3.5 संपादक के नाम पत्र

संपादक की राय और विशेषज्ञ की राय के पश्चात् सबसे महत्त्वपूर्ण है पाठक की राय। संपादकीय पृष्ठ पर ही संपादक के नाम पत्र के लिए भी निश्चय ही एक स्थान सुरक्षित रहता है। किसी भी अखबार की लोकप्रियता का मापदण्ड उसके यहाँ आने वाले पाठकों के पत्र ही हैं। यही वजह है कि पाठकों के अधिकाधिक पत्रों को प्रकाशित करने का प्रयास किया जाता है।

पाठकों के पत्र में संपादकीय की ही तरह किसी भी विषय पर पाठक की अपनी राय हो सकती है। पाठक अखबार की प्रशंसा भी कर सकता है तथा किसी खबर, रीति-नीति और यहाँ तक कि संपादकीय की आलोचना भी कर सकता है। आलोचना पाठकों के पत्र छापना समाचार पत्र के लिए बहुत जरूरी है। क्योंकि समाचारपत्रों को अक्सर आलोचना करनी ही पड़ती है। ऐसी स्थिति में अपनी आलोचना को स्थान देना भी एक स्वस्थ प्रक्रिया है। इससे अखबार की लोकप्रियता भी बढ़ती है। पाठकों के पत्र भी जनमत को भी प्रतिबिम्बित करते हैं इसलिए जितना महत्त्व संपादकीय अथवा विशेषज्ञों के सामयिक लेखों का है। उससे कम महत्त्व पाठकों के पत्र का नहीं है।

प्रायः प्रत्येक समाचार-पत्र ने इस स्तंभ के नाम अलग-अलग रखे हुए हैं। 'लोकवाणी' ('हिन्दुस्तान', दिल्ली), 'जनवाणी' ('राष्ट्रदूत', जयपुर), 'आपने लिखा है' ('आर्यावर्त' पटना), 'नजर अपनी-अपनी', ('मवभारत टाइम्स'), 'जनता की आवाज' ('विश्वमित्र बंबई'), आदि। पर सबका अभिप्राय एक ही है। जितने पाठक 'संपादक के नाम पत्र' **स्तंभ के होते हैं, उतने** अग्रलेख के नहीं होते। कारण यह है कि अग्रलेख केवल किसी एक व्यक्ति के विचारों का, संपादक या संपादकीय मंडल के विचारों का प्रतिनिधित्व करता है, जबकि **वह स्तंभ** जनता के विचारों का प्रतिनिधित्व करता है। जनता के द्वारा लिखे गए संपादक के नाम के छोटे-छोटे पत्र एक तरह से जनता के अग्रलेख होते हैं।

इस स्तंभ की एक और विशेषता होती है। पाठक अधिक ईमानदारी से लिख सकता है। यह स्तंभ एक खुला जनमंच का सब से बढ़िया माध्यम है। स्वतंत्र देश के नागरिक प्रत्येक विषय में अपनी राय दें, यह अच्छी बात है और स्वतंत्र जनतंत्र के विकास के लिए उपयोगी भी है। स्तंभ से सरकार को यह पता चलता रहता है कि अमुक कदम की जनता पर क्या प्रतिक्रिया हुई है? जो सही नीति-निर्धारण में सहायक होता है। फिर समाचारपत्र के अन्य स्थान तो नेताओं के भाषणों या अन्य समाचारों से भरे रहते हैं, ले-देकर यही एक स्तंभ जन-सामान्य के लिए बचता है। इस स्तंभ में पत्र लेखक अपने मन की बात कह सकता है। वह अशिक्षित जनता के विचारों को भी प्रकाश में ला सकता है। इसलिए 'संपादक के नाम पत्र' का लेखक आदर का पात्र है, उपेक्षा का नहीं।

यह पत्र-लेखक कौन है? जो लोग आपसे सहमत होते हैं, वे सामान्यतः पत्र कम लिखते हैं। जो असहमत होते हैं, अधिकतर वे ही पत्र लिखते हैं। इसलिए उन पत्रों को छापने की संपादक की एक नैतिक जिम्मेदारी होती है। चूँकि पत्र-लेखन के विचार संपादक से भिन्न होते

हैं, इसलिए उन्हें प्रकाशित करने के लिए मानसिक साहस की आवश्यकता होती है। कुछ समाचारपत्र इतने उदार नहीं होते। वे सदा अपने मंतव्य के समर्थक पत्र ही छापते हैं। खास तौर से दलीय पत्र इस रोग से अधिक ग्रस्त होते हैं। समाचारपत्र की महत्ता इस बात में है कि वह निष्पक्ष रहे और मानवीय दृष्टि से जितना संभव हो निष्पक्ष रह कर अपने मंतव्य के कटु आलोचकों के पत्रों को भी प्रकाशित करे। हाँ, पत्रों की भाषा में शिष्टता और शालीनता का ध्यान तो होना ही चाहिए।

जब तक अग्रलेख निर्जीव होंगे, तब तक संपादकीय पृष्ठ भी निर्जीव रहेगा और निर्जीव संपादकीय पृष्ठ में 'संपादक के नाम पत्र' वाला स्तंभ कभी सजीव नहीं हो सकता। कभी-कभी इस स्तंभ को जीवंत बनाने के लिए संपादकीय विभाग के लोग ही किसी ऐसे विषय पर अपनी ओर से चर्चा का श्रीगणेश करते हैं, जिस पर जनता का ध्यान तुरंत जाता है और पक्ष-विपक्ष में पत्र आने शुरू हो जाते हैं।

पाठकों के ये पत्र अधिकतर किन विषयों पर होते हैं? प्रायः संपादकीय नीति के पक्ष या विपक्ष में ही सामान्य जन अपने विचार प्रकट करते हैं। जो पत्र इस स्तंभ में प्रकाशित होते हैं उनके समर्थन या विरोध में भी पाठकों के पत्र आते हैं। समाचार पत्र में प्रकाशित लेखों के बारे में भी पत्र आते हैं। अनेक बार किसी सामान्य या असामान्य समाचार के संबंध में पाठक अपनी प्रतिक्रिया व्यक्त करते हैं। कभी-कभी किसी दार्शनिक या साहित्यिक विषय पर भी इसी स्तंभ में वाद-विवाद चलता है।

शिकायती पत्र

हिंदी के समाचारपत्रों में सबसे अधिक पत्र होते हैं—व्यक्तिगत शिकायतों के। इससे हिन्दी-भाषी समाज की आर्थिक और सामाजिक दशा का भी अपने आप बोध हो जाता है। अन्य प्रादेशिक भाषाएँ बोलने वाले लोगों की भी स्थिति संभवतः हिन्दी-भाषी समाज से बेहतर नहीं है, पर अंग्रेजी भाषा के समाचारपत्रों में व्यक्तिगत शिकायतों के पत्रों की न्यूनता इस बात का संकेत तो है ही कि भारत का आंग्ल भाषा-भाषी, समाज उतना अभावग्रस्त, शोषित और पीड़ित नहीं है, जितना गैर-आंग्ल भाषा-भाषी समाज है। ये व्यक्तिगत शिकायतें भी बड़ी विविध ढंग की होती हैं। किसी को भविष्य-निधि का पैसा नहीं मिला, विधवा को उसके स्वर्गीय पति की पेंशन नहीं मिली, डाकखाने से मनीआर्डर गायब हो गया, विद्यार्थी को उसका परीक्षा-परिणाम या रोल नंबर नहीं मिला, किसी डाकखाने में लिफाफे या पोस्टकार्ड ही खत्म हो गए, कोई अध्यापक या नगर निगम का चतुर्थ श्रेणी का कर्मचारी तीन मास से वेतन न मिलने से परेशान है, कहीं बस-सर्विस ठीक नहीं है, कहीं यात्रियों से कंडक्टर के दुर्व्यवहार की शिकायत है, दिल्ली दुग्ध-योजना के अंतर्गत बने दुग्धकेंद्रों पर अव्यवस्था की शिकायत है, सड़कें टूटी होने और नालियों की सफाई न होने की शिकायत है। ऊपर की मंजिल पर पानी न चढ़ने और चाहे जब बिजली गुल हो जाने की शिकायत तो आम है। यातायात-नियमों के उल्लंघन और पुलिस की ज्यादती की शिकायत भी आम है, कहीं इसी सरकारी विभाग की धाँधली की शिकायत है। कहीं किसी सरकारी अफसर की रिश्वत और भ्रष्टाचार की शिकायत है। रेलों में कुलियों और आरक्षण संबंधी शिकायतों की भी कमी नहीं होती—इस प्रकार दैनिक जीवन में सामान्य नागरिक को जिन-जिन परेशानियों से गुजरना पड़ता है, उन सबकी शिकायत वह पत्र लिखकर अखबार में छपवाना चाहता है।

प्रश्न यह है कि अखबार में छपे इन शिकायती पत्रों का कुछ प्रभाव भी होता है या नहीं? इसका उत्तर यह है कि जो समाचारपत्र जितना अधिक प्रतिष्ठित होता है और जिसका जितना अधिक प्रसार होता है, उसमें छपे पत्र का उतने ही बड़े पैमाने पर असर होता है। शायद छोटे-मोटे अखबारों में प्रकाशित शिकायती-पत्रों का उतना असर नहीं भी हो। इसीलिए बड़े अखबारों के कार्यालयों में संपादक के नाम भेजे गए शिकायती पत्रों की भरमार रहती है। कभी-कभी पाठक

किसी सरकारी अधिकारी की, बानेदार की, फंती का, प्रधानमंत्री को या राष्ट्रपति को भेजे अपने व्यक्तिगत शिकायती-पत्र की प्रतिलिपि संपादक के पास भेजते हैं, परंतु कोई संपादक प्रतिलिपि वाले पत्रों को छापना पसंद नहीं करता।

कभी-कभी इस स्तंभ में व्यक्तिगत राग-द्वेष से प्रेरित पत्र भी छप जाते हैं। किसी **बेनाम** नाम से या किसी अन्य व्यक्ति के नाम से भी पत्र भेजने से लोग नहीं चूकते और ऐसे पत्र छप भी जाते हैं। पर इसमें संपादक का कोई दोष नहीं होता, क्योंकि पाठक से अपरिचित होने या दूरस्थ होने के कारण संपादक पाठक की ईमानदारी की परख नहीं कर सकता। वह अपनी सहज उदारता या नैतिक जिम्मेदारी की भावना से उस पत्र को प्रकाशित कर देता है। जब अदालत की मार्फत उसे किसी व्यक्ति की मानहानि की नोटिस मिलती है तो पेशियाँ भुगतान में परेशान उसी को होना पड़ता है, क्योंकि कानून की दृष्टि से पत्र या लेखक उस मानहानि के मामले की पकड़ में नहीं आता, पर उस पत्र को प्रकाशित करके जनता के समक्ष लाने वाला संपादक कानून के शिकंजे से नहीं बच पाता। इससे यह भी स्पष्ट है कि इस स्तंभ का संपादन करने वाले व्यक्ति की कितनी अधिक जिम्मेदारी होती है।

समाचारपत्र मूल रूप से जनता-जनार्दन की सेवा के लिए है, इसलिए होना तो यह चाहिए कि शिकायती पत्र प्राप्त होने पर उसकी प्रतिलिपि संपादक की ओर से उस संबद्ध अधिकारी को भेजी जाए, जिसके विरुद्ध शिकायत की गई है। फिर उसका जो उत्तर आए उस उत्तर के साथ यह शिकायती पत्र अखबार में प्रकाशित किया जाए। परंतु समाचारपत्र कार्यालय का काल इससे बहुत बढ़ जाएगा। अंग्रेजी का 'स्टेट्समैन' कुछ असें से इस प्रकार की परंपरा चला रहा है, परंतु हिंदी के किसी समाचारपत्र द्वारा अभी तक इस प्रकार की किसी नियमित कार्रवाई की सूचना देखने-सुनने में नहीं आई।

ये शिकायती पत्र स्वयं पत्र-लेखक की दृष्टि में जितने महत्वपूर्ण होते हैं उतने महत्वपूर्ण अन्य पाठकों की दृष्टि में नहीं होते। यदि संपादक के नाम पत्र वाले स्तंभ में ऐसे शिकायती-पत्रों की ही भरमार हो तो अन्य पाठक 'बोर' हो सकते हैं और स्तंभ का स्तर भी गिरता है, परंतु इन शिकायती पत्रों से सर्वथा किनारा कर लेना भी उचित नहीं होगा। इसलिए अच्छा यह है कि सप्ताह में एक या दो दिन निश्चित कर दिये जाएँ जब इस स्तंभ में केवल शिकायती पत्र ही प्रकाशित हों और शेष अन्य दिनों में शिकायती पत्र न देकर ऐसे पत्र प्रकाशित किये जायें जो अधिक से अधिक जनता की विविध समस्याओं को समाविष्ट करने वाले हों या विचारोत्तेजक हों और जिनमें बुद्धिजीवी लोग भी रुचि ले सकें।

कभी-कभी किसी पत्र के संबंध में संपादक की पाद-टिप्पणी आवश्यक होती है, जिसमें संपादक की ओर से किसी प्रश्न का उत्तर या सफाई दी गयी होती है। कभी ऐसा अवसर भी आता है जब संपादक को किसी पत्र के प्रकाशन के लिए खेद-प्रकाश करना पड़ जाता है। वह स्थिति निस्संदेह प्रिय नहीं होती। पर इससे घबराना क्यों? जनसेवा की यह भी एक अनिवार्य स्थिति है। जब कभी ऐसा करना जरूरी हो तब शालीनता और विनम्रता के साथ खेद-प्रकाश में भी संकोच नहीं करना चाहिए। सार्वजनिक रूप से जिन पत्रों का जवाब देना जरूरी हो, वह भी दिया ही जाना चाहिए। 'संपादक के नाम पत्र' स्तंभ में बारंबार एक ही विषय के पक्ष-विपक्ष में पत्रों के प्रकाशन से वह विषय जनता में आंदोलन का रूप ग्रहण कर लेता है। वह आंदोलन उग्र भी हो सकता है। यह जरूरी नहीं है कि वह आंदोलन समाचारपत्र के दृष्टिकोण के समर्थन में ही हो। जनता प्रायः भावुक अधिक होती है, तर्कशील कम। इसलिए आंदोलन के अवांछनीय रूप ग्रहण करने की संभावना उपास्थित होते ही उस प्रकार के पत्रों का प्रकाशन बंद कर दिया जाना चाहिए। इस संबंध में यहाँ एक उदाहरण याद आ रहा है। 'हिंदुस्तान' के रविवारीय संस्करण में कुछ वर्ष पहले 'वंदे मातरम्' गीत के प्रणेता और भारतीय साहित्य में नवयुग के

सूत्रधार स्व० श्री बंकिमचन्द्र चट्टोपाध्याय की रामायण के संबंध में एक व्यंग्य-प्रधान रम्य रचना छपी। स्वयं 'हिंदुस्तान' ने ही अपने लोकवाणी स्तंभ में उस रचना के पक्ष-विपक्ष में पत्र देने प्रारंभ किए। धीरे-धीरे आंदोलन इतना तूल पकड़ गया कि उसने साहित्यिक स्तर से हटकर राजनीतिक रूप ग्रहण कर लिया। उस समय दिल्ली में जनसंघ का प्रशासन था। प्रशासन भी भावना की रौ में बह गया। बड़ी कठिनाई से वह मामला शांत हो सका। इसी प्रकार विश्व हिंदी सम्मेलन को लेकर 'नवभारत टाइम्स' में छपे एक संपादकीय 'हिंदी मेला : आगे क्या?' को लेकर सम्मेलन के एक कार्यकर्ता ने उसके विरुद्ध जब एक पत्र आग्रहपूर्वक छपवा दिया तो उस पत्र के विरुद्ध सैकड़ों पाठकों ने इतने आक्रोशपूर्ण पत्र लिखे कि उस विषय को तुरंत विश्राम देना पड़ा। कहने का भाव इतना ही है कि 'संपादक के नाम पत्र' स्तंभ में किसी वाद-विवाद को प्रारंभ करना तो समाचार पत्र की लोकप्रियता में सहायक हो सकता है, पर उस वाद-विवाद को किस स्तर तक लाकर समाप्त कर देना चाहिए, यह जानना अत्यंत आवश्यक है।

अन्य स्तंभ

संपादकीय पृष्ठ पर विभिन्न स्तम्भों की भी परम्परा है जो कि नियमित भी होते हैं और समयबद्ध भी। इन स्तम्भों को पाठकों की अभिरुचि, आवश्यकता के अनुरूप निर्धारित किया जाना है। जैसे आकाशवाणी और दूरदर्शन की समीक्षा के स्तंभ आम पाठक की रुचि को बनाए रखना तथा उसे पढ़ने के लिए ललचाना ही इन स्तम्भों की सफलता है। इन स्तम्भों से भी लगभग वही बात कही जाती है जो संपादकीय आदि के माध्यम से कही जाती है। यह स्तंभ ज्ञानवर्द्धक भी होता है।

3.6 व्यंग्य-विनोदात्मक स्तम्भ

इन्हीं स्तम्भों में अक्सर एक स्तम्भ होता है—हास्य अथवा व्यंग्य का स्तम्भ। सभी समाचार पत्र नियमित अथवा जब तब हास्य व्यंग्य का स्तम्भ जरूर चलाते हैं। इसका उद्देश्य होता है पाठक को गुदगुदाना। अन्य ओस और गम्भीर सामग्री के बीच एक कोने में यह ऐसा स्तम्भ होता है जैसे गरिष्ठ भोजन के थाल में एक तरफ रखी चटनी जिसमें खट्टा, मीठा, कसैला और चरपरा सभी तरह का स्वाद होता है, जो कि जायका बदल देता है।

संपादकीय पृष्ठ के प्रति जनता की रुचि जागृत करने के लिए प्रायः हिंदी के पत्र उसी पृष्ठ पर एक हास्य-व्यंग्य का विनोदात्मक ढंग से लिखा स्तंभ प्रकाशित करने लगे हैं। सार्वजनिक न होने पर भी यह यरंयरा उसी तरह वृद्धि पर है जैसे कवि-सम्मेलनों में हास्य-रस की कविताओं का पाठ। इससे संपादकीय पृष्ठ की नीरसता को कम करने में सहायता मिलती है। ऐसे स्तंभ के पाठकों की संख्या अग्रलेख के पाठकों की संख्या से अधिक होती है, क्योंकि इस में बात ऐसे ढंग से कही जाती है कि बुद्धि पर जोर नहीं पड़ता। जिस चीज के पढ़ने से बुद्धि पर जितना अधिक जोर पड़ता है, पाठक उससे उतना ही अधिक विदकता है।

यद्यपि 'चौबेजी का चिट्ठा' या 'भंग की तरंग में' की यह परंपरा काफी पुरानी है। पर तीस-चालीस साल पहले तक इस प्रकार के स्तंभ की आवश्यकता केवल मासिक पत्रिकाओं में ही समझी जाती थी। शायद दैनिक पत्रों में इस प्रकार के स्तंभ की शुरुआत पं० इंद्र विद्यावाचस्पति ने 'अर्जुन' में 'गांडीव के तीर' और 'नारद की वीणा' से की थी। अब तो ऐसा लगता है कि जिन पत्रों में इस प्रकार का स्तंभ नहीं होता वे लोकप्रियता में एक सीढ़ी नीचे ही रह जाते हैं।

जब तक ऐसे स्तंभों के लेखन का उत्तरदायित्व किसी एक लेखक पर न हो तब तक उनमें एकरूपता संभव नहीं है, फिर भी ऐसे स्तंभों की लोकप्रियता का प्रमाण यह है कि जिस किसी

पत्र में भी ऐसा स्तंभ होता है उस पत्र में वही स्तंभ सबसे अधिक पढ़ा जाता है।

इस प्रकार के स्तंभ में प्रायः दैनिक घटनाओं की व्यंग्यपूर्ण चर्चा होती है। उसमें राजनीतिक चर्चा के साथ साहित्यिक पुट भी रहता है। एक तरह से वह साहित्यिक रचना की ही कोटि में आता है। यद्यपि सामयिक घटना पर आधारित होने के कारण उसमें उतना स्थायित्व नहीं होता। इस प्रकार के कुछ स्तंभों में नेताओं की उक्तियों या वक्तव्यों के किन्हीं अंशों या फुटकर छोटी खबरों पर एक-दो वाक्य में ही चुटकी ली जाती है। पाठक को तो उसमें रस आएगा ही।

इस प्रकार के स्तंभों का लेखन उतना आसान नहीं होता, जितना समझा जाता है। फिर रोज-रोज लिखना तो और मुश्किल होता है। जब किसी एक ही व्यक्ति को यह काम रोज करना पड़े तो पाठक को भले ही उसमें आनंद आए, पर लेखक के लिए तो यह निरानंद का विषय रहता है—ठीक वैसे ही जैसे भोजन में उपस्थित षड्रस व्यंजनों के उपभोग में खाने वाले को तो आनंद आ सकता है, पर रसोइए के लिए तो वह श्रम-साध्य ही होता है। यह भी संभव है कि जिस व्यक्ति को समाचारपत्र के कार्यालय में इस प्रकार का स्तंभ लिखने का काम सौंपा जाता है, उसे कार्यालय संबंधी अन्य कामों का दायित्व भी निभाना पड़ता हो और जब अन्य काम में वह थक कर चूर हो जाय तब उसे पाठकों के मनोरंजनार्थ यह 'स्पेशल डिश' या चटपटी चाट तैयार करनी पड़ती हो। ऐसा करने के लिए लेखक को इन स्तंभों में कभी-कभी व्यर्थ की 'लफ्फाजी' या 'बकवास' मात्र का सहारा लेना पड़ता है। पाठक इससे संतुष्ट नहीं होता, उसे लेखक की मनोदशा से क्या मतलब। उसे तो रोज मेज पर गरमागरम, ताजा और स्वादिष्ट भोजन चाहिए।



प्रेम पर धरती

प्रार्थनासे ऊंची सेवा

एक गुच्छे की शिवा से। रोनी को देखकर भण्ड से। इस प्रकार उपवासने का बाद वे आधमने अपने शोचिकों की विधिरासे गुच्छे सहायता किया करते थे। एक दिन प्रवासनाके समय ही कोई कण्ठपीडित रोनी आ पहुंचा। शिवा को देख कर उसे शिवाको बुला सेवा को शिवाको कहना प्रतीत हो गई। बुला बाकी है, बुला समर्पण होते ही आ-सहिवा को शिवाको बुला कर अपनी सेवा। इन कर शिवा आ जाते, सर्व-लोकोंके अपवन्नात बुलावे जाकर अर्पण किया। गुच्छे सेवा, "मैंने तुम्हें इस व्याकिली सेवाक लिए बुलाया था, धर्मबाएँ तो देकर भी कर सकते थे, शिवा उनके नतीजे प्रस्तुत तो समर्थ ही कर सकते हैं। सेवा प्रार्थनासे अधिक सिद्ध है। शिवाको सेवा नहीं कर सकते। शिवा अपने स्वयं पर यह कहिते हुए और उस दिवस प्रार्थनाकी अनेक भावोंके अधिक विस्तार देने लगे।

अपराधीके लिए क्षमायाचना

अमेरिकीके सुप्रसिद्ध दार्शनिक थोरो जब शतबर्षीयपर पहुँचे, तब उनकी दृष्टिके शिवाकी लोपी अनेक विद्वानों आनी उद्यमों के बाद, "वेद प्रसन्नरी शिवाकी प्रार्थना करके पुनः इसकी आज्ञाके अनुसार ही सेवा समाधि की गयी। थोरोके सुकेशपर यही शिवा, इन दोनोंका अपनी अनुभूतिये हुआ ही था किन्तु वास्तवमें अपराधीके हुए ही ऐसा करने की योग्य नहीं। मनुष्य की सेवाके आदर्शका स्वरूप ही शिवा, हमेशा उनके स्वयंपर ही चलना रहना ही मनुष्य वास्तवीकी सेवा है।

यही है जिन्दगी

काम का हमसफर

एक दिन एक किसान ने अपने परिवार के साथ एक खेत में काम कर रहा था। उस दिन वह बहुत थका हुआ था। उसने सोचा कि मैंने अपना काम पूरा कर लिया है, अब मैं घर चला जाता हूँ। लेकिन उसने देखा कि एक और किसान वहाँ खेत में काम कर रहा है। उसने पूछा, "तुम यहाँ काम क्यों कर रहे हो?" उसने जवाब दिया, "मैंने देखा कि तुम्हारे खेत में काम करने में मदद कर सकता हूँ।" उसने कहा, "तुम यहाँ काम क्यों कर रहे हो?" उसने जवाब दिया, "मैंने देखा कि तुम्हारे खेत में काम करने में मदद कर सकता हूँ।" उसने कहा, "तुम यहाँ काम क्यों कर रहे हो?" उसने जवाब दिया, "मैंने देखा कि तुम्हारे खेत में काम करने में मदद कर सकता हूँ।"

काम की बात

युद्ध कर के पुत्र की वसंत

एक युद्ध के समय में एक किसान ने अपना खेत छोड़कर सैन्य में शामिल हो गया। उसका पुत्र भी वहाँ ही रह गया। वसंत ऋतु में किसान अपने खेत में काम करने के लिए वापस आया। उसने देखा कि उसके खेत में बहुत कुछ बढ़ चुका है। उसने सोचा कि मैंने अपना खेत छोड़ दिया था, लेकिन मेरा पुत्र यहाँ काम कर रहा है। उसने कहा, "तुम यहाँ काम क्यों कर रहे हो?" उसने जवाब दिया, "मैंने देखा कि तुम्हारे खेत में काम करने में मदद कर सकता हूँ।"

अमृत्यु धारा

एक दिन एक पुराने व्यक्ति ने अपनी पत्नी के हाथ में एक कागज की थैली डाली। उस थैली में अमृत्यु का राज था। उसने कहा, "मैंने तुम्हें अमृत्यु का राज बताया है। तुम इसे अपने हाथ में रखो।" उसने कहा, "मैंने तुम्हें अमृत्यु का राज बताया है। तुम इसे अपने हाथ में रखो।" उसने कहा, "मैंने तुम्हें अमृत्यु का राज बताया है। तुम इसे अपने हाथ में रखो।"

अमिताभ बच्चन

अमिताभ बच्चन उस सर पर ना खुबे हैं, वहाँ हर धूमिल उनके निराद व्यक्तित्व के अने हुच लगी है। शैलप लीरा भारती के लोक इरी का उदाहरण है। वेद प्रीणय है कि पूरा अपनी पहली विषय आते और फिर अपनी या विषय बस-द तब अर्थात् रूप में उचित थी के रूप। बस करने का लोक मिला। अर्थात् थी के बारे में एक ही वाक्य कह सकता है कि न पहले कभी, न कभी अने एक फलदाता होगा।

प्रसूति: अमृत

चाणक्य ने कहा है

चाणक्य ने कहा है कि राजा को अपने राज्य को सफलतापूर्वक चलाने के लिए अपने अंतर्गत लोगों को समझना और नियंत्रित करना चाहिए। उन्होंने कहा कि राजा को अपने राज्य को सफलतापूर्वक चलाने के लिए अपने अंतर्गत लोगों को समझना और नियंत्रित करना चाहिए। उन्होंने कहा कि राजा को अपने राज्य को सफलतापूर्वक चलाने के लिए अपने अंतर्गत लोगों को समझना और नियंत्रित करना चाहिए।

महाप्राण निराला

शब्द को जब अनुभूति का स्पर्श मिलता है तो वह जीवंत हो उठता है। और मानवीय संवेदनाएँ जब शब्दों का जामा पहन लेती हैं तब नैतिकता अभिव्यक्ति के लिए व्याकुल हो छटपटाने लगती है। ऐसा ही कुछ देखने को मिलता है निराला के साहित्य में। महाप्राण सूर्यकान्त त्रिपाठी निराला के पूर्वज उत्तर प्रदेश के उन्नाव जनपद के अंतर्गत गढ़ाकोला ग्राम में रहते थे। इनके पिता पं० रामसहाय त्रिपाठी जीविकोपार्जन के उद्देश्य से बंगाल चले गये थे, वहीं महिषादल राज्य के मेदिनीपुर में सन् 1896 में इनका जन्म हुआ था। बाल्यावस्था में ही इनके माता-पिता का देहावसान हो गया था। इनका विवाह बैसवारे के डलमऊ कस्बे में हुआ था। इनकी पत्नी अत्यन्त धार्मिक प्रवृत्ति की थीं, जो सूर-तुलसी के पद व चौपाइयाँ गाया करती थीं, जिन्हें सुनकर निराला जी ने हिन्दी सीखी। किन्तु थोड़े ही समय बाद इनकी पत्नी और पुत्री सरोज का निधन हो गया।



इसके पश्चात् निराला जी ने आध्यात्मिकता का सहारा लिया और रामकृष्ण मिशन संस्था से जुड़ गये। जहाँ उन्होंने श्री रामकृष्णवचनामृत का तीन खण्डों में बँगला से हिन्दी में अनुवाद किया। साथ ही मिशन की पत्रिका समन्वय का उन्होंने सन् 1922 में सम्पादन किया। इसके बाद उन्हें मतवाला में सम्पादक नियुक्त किया गया, जो कलकत्ता से ही निकलता था। इनके जन्म के विषय में कहा जाता है कि चूँकि बंगाल में वसंत पंचमी के दिन सरस्वती पूजन होता है, अतः इसी को आधार मानकर निरालाजी ने वसंत पंचमी को ही अपना जन्म निर्धारित किया। निराला जी ने अपनी रचनाओं के विषयवस्तु के लिए नये आयाम बनाये और आध्यात्मिकता के साथ-साथ समसामयिकता को भी स्थान दिया। राम की शक्तिपूजा, भवानी पूजा, जूही की कली, वह तोड़ती पत्थर, भिखारी, गुलाब जैसी कविताओं में लोगों ने प्रगतिवादी और साम्यवाद के दर्शन किये। निराला जी ने लिली, सुकुल की बीवी, सखी की कहानियाँ, बिल्लेसुर बकरिहा, जैसे सामान्य चरित्रों को अपने लेखन का विषय बनाया। निराला जी की संवेदनशीलता केवल कविता रचना तक ही सीमित नहीं थी, वरन् वे मजदूरों और भिखारियों के प्रति भी दयापूर्ण होकर अभिभूत हो उठते थे। वे जरूरतमन्दों की सहायता करने के लिए सदैव तत्पर रहते थे।

उन्होंने तमाम विद्यार्थियों को फीस व पुस्तकें खरीदने के लिए धन दिया। वे बहुत उदार थे, अपने पास के वस्त्र व भोजन देने में कतई सोच विचार नहीं करते थे। कीमती शाल व कपड़े जो उन्हें मिलते थे उन्हें जरूरतमन्दों को देने में उन्हें सुख का अनुभव होता था। ऐसे उदारमना थे निराला जी, जिनका महाप्रयाण सन् 1961 में हुआ था। निराला जी की संवेदनशीलता भारतीय संस्कृति के प्रति निष्ठा और बंधनों तथा रूढ़ियों को त्यागने की प्रकृति जैसी थी। नवीन उद्भावनाओं के सृजन उनके व्यक्तित्व और कृतित्व के मुखर स्वर थे। निराला जी पौरुषेय, आशावादी, युगप्रवर्तक रचनाकार थे जिनसे कवि कर्म धन्य बन जाता है।

3.7 संपादकीय पृष्ठ लेखन और संपादन

संपादकीय पृष्ठ की सामग्री का लेखन और संपादन अपेक्षाकृत अधिक महत्त्वपूर्ण माना जाता है। संपादकीय लेख का लेखन संपादन या संपादक-मण्डल के वरिष्ठ सदस्य (सहायक संपादक) करते हैं। उनके विषयों का चुनाव करना संपादक का विशेष अधिकार होता है।

अग्रलेखों का लेखन गम्भीर चिंतन और विषयों की विशिष्ट जानकारी प्राप्त करके ही किया जा सकता है। लेखन के लिए समाचार पत्रों के पुस्तकालयों में उपलब्ध विषयवार जानकारी की सहायता ली जाती है। लेकिन विचार संपादक या सहायक के अपने होते हैं।

संपादकीय लेख ही किसी भी समाचारपत्र की नीति को प्रकट करते हैं। अतः संपादकीय लेख विभिन्न विषयों तथा राजनीतिक एवं अन्तरराष्ट्रीय समस्याओं पर पत्र की नीति के अनुसार ही लिखे जाते हैं। पत्र की नीति संपादक समाचार-पत्र मालिकों की सहमति से निर्धारित करते हैं। अग्रलेख संपादक मंडल के किसी भी सदस्य ने क्यों न लिखा हो, वह संपादक द्वारा लिखित ही माना जाता है और इसलिए उसके छपने से पूर्व उसमें परिवर्तन करने का विशेषाधिकार होता है। कोई अग्रलेख पत्र की नीति के अनुसार है या नहीं है, इस बारे में बहस की तनिक भी गुंजाइश नहीं होती। संपादक का निर्णय अन्तिम होता है।

अग्रलेख लिखने के लिए अनुभव के अलावा गहरा अध्ययन, चिंतन एवं लेखन की योग्यता प्राप्त करना आवश्यक होता है। बड़े पत्रों में सहायक-संपादकों में विभिन्न विषयों के विशेषज्ञ होते हैं। अग्रलेख लेखन के लिए सब तरह के समाचार, विचार तथा पुस्तकें पढ़ते रहना आवश्यक होता है। स्वाध्याय की प्रवृत्ति के बिना अग्रलेखों का लेखन कठिन होता है। लेखक की भाषा शिष्ट, मंजी हुई और प्रभावशाली होनी चाहिए।

व्यंग्य-लेखन सबसे कठिन कार्य है। जब तक किसी व्यक्ति में हास्य व्यंग्य लेखन की विशेष प्रतिभा न हो या इस तरह के लेखन का विशेष अभ्यास न किया जाए तब तक हास्य-

व्यंग्य लेखन कठिन होता है। लगातार कालम का स्तंभ चलाना तो और भी दुष्कर होता है। इसलिए बहुधा ऐसे कालम बाहर के लेखकों से लिखवाए जाते हैं या व्यंग्यकार लेखकों को अनुबन्धित कर लिया जाता है। सामान्यतः सब भाषाओं के व्यंग्यकारों की और विशेष रूप से पत्रकार-व्यंग्यकारों की व्यवसाय में बहुत कमी हो रही है।

संपादकीय पृष्ठ के अन्य नियमित कालमों (स्तंभों) को लगातार लिखने के लिए भी विशेष रुझान और प्रतिभा की आवश्यकता पड़ती है। अगर कालम या उसके अंश बाहर से लेखकों या फ्रीलांस पत्रकारों से लिखवाए जाते हैं तो उनका संपादन करते समय यह ध्यान रखना होता है कि वे स्तंभ के 'साँचे-ढाँचे' से भिन्न न हो जाएँ। विषय या संपादन की शैली बदल जाने से स्तम्भ का स्वरूप तो बिगड़ता ही है, उसके नियमित पाठकों के लिए उसका आकर्षण भी कम हो जाता है।

'व्यक्तिगत या हस्ताक्षरयुक्त' कालम की सामग्री की अधिक काँट-छाँट नहीं की जाती है क्योंकि वे स्तम्भ-लेखक द्वारा उपस्थित सामग्री तथा उसकी लेखन-शैली की विशिष्टता के लिए ही पढ़े जाते हैं। इसलिए उनका संपादन सावधानी से करना होता है। यह भी कह सकते हैं कि हस्ताक्षरयुक्त स्तम्भों की सामग्री में अधिक संपादन (बदलने-काटने-छाँटने) की बहुत कम गुंजाइश होती है।

पाठकों के पत्रों का चयन और उनका संपादन सबसे सहज होता है। यह आम धारणा गलत है। यह बहुत सावधानी का काम है। अतः सभी दैनिक समाचारपत्रों में यह काम वरिष्ठ पत्रकारों को ही सौंपा जाता है। पत्रों के चयन और संपादन के अनेक मापदण्ड होते हैं, जिनमें से एक की भी उपेक्षा करने से 'पाठकों के पत्र' स्तम्भ की पठनीयता कम हो जाती है।

पाठकों के पत्रों में से सामयिक विषयों के पत्रों, गम्भीर शिकायतों और सामाजिक समस्याओं पर विचार वाले पत्रों का चयन उनकी पठनीयता देखकर और यह समझकर किया जाना चाहिए कि उसे ज्यादा-से-ज्यादा पाठक पढ़ना चाहेंगे। अधिक लोगों से सम्बन्ध रखने वाले पत्रों को प्राथमिकता दी जानी चाहिए। सरकार तथा सरकारी विभागों तथा उनके अधिकारियों के खिलाफ आम शिकायतें छपना उचित होता, लेकिन उनमें अधिकारियों के नाम नहीं छापे जाने चाहिए। गुमनाम पत्र तथा ज्ञापन आदि भी इस स्तम्भ से बाहर रखने की परम्परा है। अपीलों तथा व्यक्तिगत प्रशंसा चाहने वालों के पत्र न छापे जाएँ तो अच्छा रहता है। पत्र के नीचे पत्र-लेखक का नाम छापने से संपादक, प्रकाशक और मुद्रक उस पत्र के प्रकाशन से होने वाली किसी भी क्षति की जिम्मेदारी से मुक्त नहीं होते। पत्रों में अग्रलेखों तथा लेखों की अनुकूल तथा विपरीत प्रतिक्रिया भी आती है। सराहना के पत्र एक बार छोड़े जा सकते हैं, लेकिन आलोचना के पत्र छापना समाचार-पत्र का नैतिक कर्तव्य हो जाता है। पत्रों के संपादन के दौरान अनावश्यक भाग काटकर केवल वह अंश छोड़ा जाना चाहिए, जिसमें पाठक ने अपने विचार प्रकट किए हों।

संपादकीय पृष्ठ के सामयिक लेख संबंधित विषय पर यथासंभव अधिक से अधिक जानकारी प्राप्त करके उपलब्ध स्थान के अनुसार संक्षिप्त लिखे जाते हैं। बाहर के लेखकों की नई जानकारी तथा विचारों से पूर्ण संक्षिप्त लेख ही स्वीकार भी किए जाते हैं। अतः संपादकीय पृष्ठ का सामयिक लेख लिखने का प्रयास करने से पूर्व लेखक को पूरी तैयारी कर लेनी चाहिए। संपादकीय पृष्ठ के लेखों का संपादन भी इस प्रकार करना होता है कि विषय सम्बन्धी जानकारी तथा लेखक के विचार उसमें अवश्य रहें।

अतः संपादकीय पृष्ठ की सामग्री में से कुछ भी लिखने के लिए यह आवश्यक है कि पत्रकार विषय की सामयिकता का ध्यान रखते हुए पूरे अध्ययन तथा चिंतन के बाद ही लेखन आरम्भ करे। संपादकीय पृष्ठ के लेखन में अधिकचरणपन स्वीकार्य नहीं होता।

3.8 संपादकीय पृष्ठ का महत्त्व एवं प्रभाव

गोस्वामी तुलसीदास ने कहा है

जिय बिनु देह नदी बिनु वारी।

तैसेहि नाथ पुरुष बिनु नारी।।

— इसी तरह की बात समाचारपत्र के संपादकीय पृष्ठ के लिए कही जा सकती है। जैसे बिना मेरुदंड के मनुष्य, वैसे ही बिना संपादकीय पृष्ठ के समाचार-पत्र। संपादकीय पृष्ठ न केवल संपादक के व्यक्तित्व का द्योतक होता है, प्रत्युत समस्त समाचारपत्र के व्यक्तित्व की झांकी प्रस्तुत करता है। कुछ पत्र केवल समाचारों को महत्त्व देते हैं, अग्रलेख या संपादकीय पृष्ठ को नहीं। निःसंदेह समाचारपत्र में सर्वाधिक महत्त्व समाचारों का होता है और इसीलिए सब समाचारपत्रों में ताजा से ताजा और अधिक से अधिक समाचार देने की होड़ लगी रहती है। समाचार जुटाने के लिए समाचार दाताओं, संवाददाताओं, विशेष संवाददाताओं और प्रतिनिधियों की भरमार रहती है और इन पर भरपूर व्यय भी किया जाता है। पर किसी भी समाचारपत्र के व्यक्तित्व का निर्माण केवल समाचारों के आधार पर नहीं होता। उसका निर्माण होता है मुख्यतः संपादकीय पृष्ठ से। संपादकीय पृष्ठ पत्र की अंतरात्मा है, वह उसकी अंतरात्मा की आवाज है। इसलिए कोई बड़ा समाचारपत्र बिना संपादकीय पृष्ठ के नहीं निकलता।

पाठक प्रत्येक समाचारपत्र का अलग व्यक्तित्व देखना चाहता है—उसमें कुछ पूरी विशेषता देखना चाहता है, जो उसे अन्य समाचारपत्र से अलग करती हो, जिस विशेषता के आधार पर वह उस पत्र की पहचान नियत कर सके। यह विशेषता समाचारपत्र के विचारों में, उसके दृष्टिकोण में परिलक्षित होती है, किंतु बिना संपादकीय पृष्ठ के समाचारपत्र के विचारों का पता नहीं लगता। यदि समाचारपत्र के कुछ विशिष्ट विचार हों, उन विचारों में दृढ़ता हो और बारंबार उन्हीं विचारों का समर्थन हो तो पाठक उन विचारों से असहमत होते हुए भी उस समाचार का मन में आदर करता है। मेरुदंडहीन व्यक्ति को कौन पूछेगा?

किसी समाचार-पत्र का संपादकीय पृष्ठ इतना नीरस होता है कि उसे पढ़ना भी एक सजा जैसा लगता है। संपादकीय पृष्ठ की नीरसता संपादक के व्यक्तित्व की नीरसता की निशानी है, क्योंकि वह संपादक का अपना निजी पृष्ठ समझा जाता है। इसमें शक नहीं कि जितनी उत्सुकता से और जितनी अधिक संख्या में लोग समाचारों को पढ़ते हैं, उतनी उत्सुकता से और उतनी अधिक संख्या में संपादकीय पृष्ठ या अग्रलेख को नहीं पढ़ते। पर जितने भी सुशिक्षित और प्रबुद्ध पाठक होते हैं उन सबको प्रत्येक विषय में अपनी कुछ राय होती है, अपने कुछ विचार होते हैं और वे संपादक की राय जानना चाहते हैं। संपादकीय पृष्ठ का एक ही लक्ष्य है—वह यह कि सामान्य पाठकों से अधिक प्रबुद्ध पाठकों को वह अपनी विशिष्ट सुविचारित पाठ्य सामग्री से प्रभावित करे। केवल खबरें छापने से और उन खबरों के संबंध में अपनी ओर से कोई टिप्पणी या कोई विचार न देने से सुविज्ञ पाठकों की दृष्टि में पत्र का महत्त्व घट जाता है।

सामान्य नागरिक के पास समयाभाव रहता है, इसलिए संपादक अपने पाठकों के लिए घटनाओं की पृष्ठभूमि प्रस्तुत करता है, जो तथ्य स्पष्ट नहीं हैं, उनको स्पष्ट करके उभारता है और खबरों का मूल्यांकन करता है। समझदार पाठक यही चाहता है। इस परिवर्तनशील संसार में घटनाओं का प्रवाह इतना तीव्र होता है कि पाठक उनका तारतम्य स्मरण नहीं रख पाता। समय-समय पर आने वाली खबरों को जोड़ कर पाठक अपने मन में कोई एक चित्र नहीं बना पाता, क्योंकि या तो वह उस विषय में बहुत कम जानता है या उसे सारे तथ्य याद नहीं रहते। बड़ी-बड़ी राजनीतिक घटनाओं में कार्य-कारण संबंध स्थापित करना उसके वश की बात नहीं होती, न ही वह पूर्वापर प्रसंगों की शृंखला जोड़ पाता है। संपादक अपनी विचारपूर्ण टिप्पणियों से और शांतचित्त रह कर किये गये विश्लेषण से घटनाओं को सही परिप्रेक्ष्य में समझने की सामर्थ्य पाठक को देता है। सब घटनाओं का एक समन्वित और समझ में आने योग्य चित्र

उपस्थित करने के लिए कल, परसों, सप्ताह-भर पहले और उससे भी पहले क्या-क्या घटित हुआ और क्या घटित हो सकता था या भविष्य में क्या-क्या घटित होना संभव है? यह सब बताना संपादक का काम है। एक वाक्य में कहना हो तो कह सकते हैं कि प्रतिक्षण परिवर्तनशील वर्तमान को स्पष्ट करना और भविष्य को बुद्धिमतापूर्वक इंगित करना संपादक का काम है। और यह सब काम वह संपादकीय पृष्ठ के माध्यम से ही कर सकता है। इसीलिए उस पृष्ठ का इतना महत्त्व है।

3.9 सारांश

इस इकाई में संपादकीय पृष्ठ के बारे में विस्तार से पढ़ा। हिंदी के समाचारपत्रों में एक पूर्व निश्चित पृष्ठ सामान्यतः संपादकीय पृष्ठ होता है।

संपादकीय पृष्ठ का समाचारपत्र में अपना अलग महत्त्व होता है। यह पृष्ठ पत्र की नीतियों का प्रतीक होता है। सामयिक विषयों पर संपादकीय टिप्पणियों के अतिरिक्त आर्थिक, सामाजिक, राजनैतिक आदि घटनाओं का विश्लेषण करने वाले विचारोत्तेजक लेख भी इसी पृष्ठ में रहते हैं। पाठकों के पत्र तथा व्यंग्य एवं हास-परिहास के स्तंभ भी इसी में होते हैं।

3.10 शब्दावली

कॉलम	:	पृष्ठ का लम्बवत् विभाजन, इसे कॉलम स्तम्भ भी कहा जाता है यथा ग्रंथ समीक्षा
एसाइनमेंट	:	संवाददाताओं को सौंपा गया कार्य
रपट	:	रिपोर्ट का तद्भव रूप
संस्करण	:	पत्र-पत्रिका का एक बार का मुद्रण

3.11 संदर्भ ग्रन्थ

हिंदी पत्रकारिता : विविध आयाम संपादक	-	डॉ० वेदप्रताप वैदिक (द्रष्टव्य-संपादकीय पृष्ठ लेखक क्षितीश वेदालंकार)
समाचार संपादन	-	प्रेमनाथ चतुर्वेदी
पत्रकार कला	-	विष्णुदत्त शुक्ल
भारतीय पत्रकार कला	-	पोलैण्ड ई० वूलसले
संपादन कला	-	के० पी० नारायणन्
संपादन के सिद्धांत	-	डॉ० रामचन्द्र तिवारी
समाचार संपादक एवं पृष्ठ सज्जा	-	डॉ० रमेश जैन
आधुनिक पत्रकारिता	-	डॉ० अर्जुन तिवारी
समाचारपत्र कला	-	पं० अम्बिका प्रसाद वाजपेयी
News Editing	-	Bruce Westly
Sub-Editing	-	F. J. Mansfield
News Reporting and Editing	-	K. M. Shrivastava

3.12 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. “दैनिक समाचारपत्र के सभी स्तम्भों में से संपादकीय पृष्ठ सबसे कम पढ़ा जाता है।” इस कथन पर समीक्षात्मक टिप्पणी कीजिए।

2. 'संपादकीय' का समाचारपत्र में क्या महत्व है?
3. 'संपादकीय किसी भी समाचारपत्र की नीति का घोषणा पत्र होता है। उसके लेखन में गहन अध्ययन, विश्लेषण की आवश्यकता होती है।' उदाहरण देकर एक अच्छे संपादकीय का विवेचन कीजिए।

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. संपादक के नाम पत्र से आप क्या समझते हैं? इसके महत्व पर प्रकाश डालिए।
2. संपादकीय पृष्ठ की संरचना को स्पष्ट कीजिए।
3. व्यंग-विनोदात्मक स्तम्भ से क्या समझते हैं?
4. सम्पादकीय लेखक को किन-किन बातों से बचना चाहिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(क) संपादक के नाम पत्र लिखे जाते हैं-

- (i) संपादक द्वारा
- (ii) पत्रकार द्वारा
- (iii) पत्र के स्टाफ द्वारा
- (iv) पाठक या जनता द्वारा

(ख) सम्पादकीय प्रकाशित होता है -

- (i) प्रथम पृष्ठ पर
- (ii) सम्पादकीय पृष्ठ पर
- (iii) अंतिम पृष्ठ पर
- (iv) शहर के पृष्ठ पर

(ग) सम्पादकीय लिखा जाता है-

- (i) पाठक द्वारा
- (ii) सम्पादक द्वारा
- (iii) उप सम्पादक द्वारा
- (iv) प्रूफ रीडर द्वारा

(घ) सम्पादकीय पृष्ठ होता है -

- (i) विचारों का
- (ii) समाचारों का
- (iii) मनोरंजन का
- (iv) सूचना का

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

- (क) (iv) (ख) (ii) (ग) (ii) (घ) (i)

इकाई 4 स्वतन्त्र पत्रकारिता और पत्रिका लेखन

इकाई की रूपरेखा

- 4.1 उद्देश्य
- 4.2 प्रस्तावना
- 4.3 स्वतन्त्र लेखन
 - 4.3.1 स्वतंत्र लेखन का क्षेत्र
 - 4.3.2 स्वतंत्र लेखन की विधाएँ
 - 4.3.3 स्वतंत्र लेखन की विशेषताएँ
 - 4.3.4 लेखक की उपयोगिता
 - 4.3.5 लेखन के मार्ग में कठिनाइयाँ
 - 4.3.6 स्वतंत्र पत्रकारिता की विशिष्टता
 - 4.3.7 फीचर समितियाँ
 - 4.3.8 सफल स्वतंत्र लेखन
- 4.4 पत्रिका लेखन
 - 4.4.1 पत्रिका लेखन की भाषा शैली एवं प्रस्तुति
 - 4.4.2 पत्रिका में फीचर का प्रस्तुतिकरण
- 4.5 सारांश
- 4.6 शब्दावली
- 4.7 संदर्भ ग्रंथ
- 4.8 प्रश्नावली

4.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप-

- स्वतंत्र पत्रकार और पूर्ण कालिक पत्रकार, श्रमजीवी पत्रकार और स्टाफ पत्रकार में अंतर कर सकते हैं।
- सफल स्वतंत्र पत्रकार के गुणों की व्याख्या कर सकते हैं।
- समाचार पत्र, पत्रिका की विशेषता का उल्लेख कर सकते हैं।
- स्वतंत्र पत्रकार और मैगजीन लेखक के बीच अंतर कर सकते हैं।

4.2 प्रस्तावना

समाचार पत्रों, मैगजीन, रेडियो, टेलीविजन में स्वतन्त्र पत्रकारों और लेखकों की जरूरत होती है। समाचार पत्र जगत में किसी विषय पर लिखा गया लेख व्यक्ति के चिन्तन, विचार, घटनाओं, समस्याओं और उसके निराकरण का सम्मिश्रण होता है। इस इकाई में स्वतन्त्र पत्रकार एवं लेखक कैसे कार्य करें? इस पर चर्चा की जायेगी। स्वतंत्र लेखकों के लिए यह जानना आवश्यक है कि पत्र-पत्रिकाओं और रेडियो, टेलीविजन के लिए किस तरह की सामग्री की

4.3.1 स्वतन्त्र लेखन

यदि आप नियमित रूप से समाचारपत्र, और विभिन्न पत्रिकाएँ पढ़ते होंगे तो आपने देखा होगा बहुत से लोग इन पत्र-पत्रिकाओं में फीचर, लेख, समीक्षा निबन्ध आदि लिखते हैं। उन लेखकों में से कुछ लेखक या पत्रकार विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में नियमित पत्रकार होते हैं तो कुछ स्वतंत्र पत्रकार या लेखक होते हैं। अधिकांश पत्र-पत्रिकाओं के लेखक स्वतंत्र लेखक ही होते हैं। यह उन समाचार पत्रों के नियमित वैतनिक कर्मचारी नहीं होते हैं। ऐसे लोगों को स्वतंत्र लेखक कहा जाता है। यह लेखक विभिन्न दैनिक समाचारपत्र या साप्ताहिक, पाक्षिक या मासिक पत्र-पत्रिकाओं में स्वतंत्र लेखन का ही कार्य करते हैं। साधारणतः स्वतंत्र लेखक स्वतंत्र पत्रकारिता करते हैं। वह किसी समाचार पत्र या पत्रिका के साथ जुड़े नहीं होते। बहुत सी पत्र-पत्रिकाएँ इन स्वतंत्र लेखकों के ऊपर ही आधारित रहते हैं।

दैनिक समाचारपत्र में रिपोर्टर और उपसम्पादक नियुक्त किये जाते हैं, क्योंकि उन्हें नियमित समाचार पत्र निकालने होते हैं। मासिक, पाक्षिक और साप्ताहिक पत्रिकाओं में कुछ नियमित पत्रकार रखे जाते हैं किन्तु इनमें अधिकांश कार्य स्वतंत्र लेखकों के द्वारा किया जाता है। इनमें अधिक पूर्णकालिक पत्रकार की जरूरत महसूस नहीं किया जाता इसीलिए इन पत्रिकाओं के संपादक स्वतंत्र पत्रकार या लेखकों के ऊपर ही आधारित रहते हैं। स्वतन्त्र पत्रकार किसी एक पत्र-पत्रिका से जुड़े नहीं रहते। वह चाहे तो विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में एक साथ लिख सकते हैं। उन पर किसी सम्पादक का दबाव भी नहीं होता।

वर्तमान समय में स्वतन्त्र लेखक की माँग बढ़ रही है। स्वतन्त्र पत्रकारों की माँग समाचार पत्रों के साथ-साथ आकाशवाणी और दूरदर्शन में भी है। मैगजीन पत्रकारिता और समाचार पत्रकारिता में अधिक अंतर नहीं है, किन्तु रेडियो और इलेक्ट्रानिक पत्रकारिता में भिन्नता है। रेडियो और इलेक्ट्रानिक पत्रकारिता के लिए स्वतन्त्र पत्रकारिता की जरूरत होती है वहाँ भी विभिन्न विषयों पर विचारवान लेख, क्षेत्रीय कार्यालयों से प्राप्त किये जाते हैं। चूँकि देश के सभी भागों में स्टूडियो, कर्मचारी, ट्रांसमीटर आदि की सुविधाएँ पर्याप्त नहीं है इसलिए विभिन्न एजेंसियों से इसके लिए मदद ली जाती है। इसके लिए स्वतन्त्र पत्रकारों की जरूरत पड़ती है। स्वतंत्र पत्रकारों को उनके द्वारा संकलित लेख या पारिश्रमिक दिया जाता है।

आकाशवाणी व समाचार पत्रों से इस माध्यम के समाचार व लेख को स्पष्ट करते हुए श्री प्रवीण दीक्षित ने लिखा है—टेलीविजन में न तो समाचार पत्रों की तरह विलोमी स्तूपी संरचना पर विशेष जोर दिया जाता है और न रेडियो के समान। पत्र-पत्रिका रेडियो व टेलीविजन में वही पत्रकार सफल होते हैं जिनका भाषा शैली पर अधिकार होता है और आत्मविश्वास के साथ प्रस्तुत करने का गुण भी होता है।

समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं में लेखन कार्य करने वाले लोग पत्रकार कहलाते हैं। यदि किसी अन्य व्यवसाय में लगे रहकर अपनी मरजी से विभिन्न विषयों पर लेखन कार्य करने वाले तथा विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं को अपने खर्च पर तथा उचित पारिश्रमिक की एवज में लेखन सामग्री भेजने वाले लेखक स्वतन्त्र पत्रकारों की श्रेणी में आते हैं। ये स्वतन्त्र पत्रकार किसी फीचर एजेंसी से सम्पर्क करके उनके माध्यम से भी अपनी लेखन सामग्री उचित जगह प्रेषित करवाते हैं।

लेखन को अपना शौक मानने वाले लोगों के लिए किसी अन्य व्यवसाय से सम्बद्ध रहकर भी लेखन कार्य करना आत्मसंतोष तो देता ही है, उन्हें सम्मान भी मिलता-है। हालाँकि स्वतन्त्र लेखन के लिए छपना ज्यादा मुश्किल होता है, लेकिन अपनी गुणवत्तापूर्ण एवं लेखन के गुर जानने वाली शैली के कारण कई स्वतंत्र लेखक नाम, शोहरत तथा धन तीनों प्राप्त कर चुके हैं, जिनमें से कुछ प्रमुख हैं- खुशवंत सिंह, सत्यमित्र दूबे, दीनानाथ मिश्र, राजीव शुक्ला, सुभाषिणी अली, लवलीन सिंह, भानुप्रताप शुक्ल, आशारानी व्होरा, आदि।

अधिकांश समाचार पत्र या पत्रिकाएँ भारी संख्या में पत्रकार रख नहीं पाते हैं। वह फीचर्स एवं समाचार के लिए स्वतन्त्र पत्रकारों की मदद लेते हैं। स्वतन्त्र लेखक विभिन्न तिथियों एवं विषयों को ध्यान में रखकर प्रकाशित होने के समय से पूर्व ही फीचर संबंधित समाचार पत्र-पत्रिका को भेज देते हैं। स्वतन्त्र पत्रकार या लेखक चूँकि शौकिया लेखन कार्य करते हैं, अतः गुणवत्ता एवं विशिष्टता का ये विशेष रूप से ध्यान रखते हैं। स्वतन्त्र लेखक अपनी तरफ से बेबाक होकर लेखन कार्य करते हैं। हालाँकि यह एक श्रमसाध्य एवं कठिनाई पूर्ण कार्य है, लेकिन समाचार पत्र या पत्रिका में छपे अपने नाम को देखकर जो सुखद गर्वानुभूति होती है, वह अपने आप में विलक्षण एवं उत्साहवर्द्धक होती है। वर्तमान समय में महिलाओं, बालकों, बागवानी, राजनीति, अर्थ संबंधी, बीमारियों, स्वास्थ्य, योग, व्यायाम आदि विषयों पर स्वतंत्र लेखकों की काफी माँग रहती है।

4.3.2 स्वतंत्र लेखन की विधाएँ

(1) **आत्मकथा** – स्वतन्त्र लेखन में अनेक विधाएँ सम्मिलित हैं। आत्मकथा एक महत्त्वपूर्ण विधा है। इस विधा को जीवनी के नाम से जाना जाता है। संसार के राजनीतिक, साहित्यिक या आर्थिक या किसी भी क्षेत्र में महत्त्वपूर्ण उपलब्धियाँ प्राप्त करने वाले व्यक्ति के ऊपर लिखी गई रचना को आत्मकथा कहते हैं। यह रचना व्यक्ति के जीवन का एक आईना होती है। इसमें व्यक्ति की अच्छाई-बुराई, हार-जीत, संस्कार, शिक्षा, व्यवसाय आदि के संबंध में पूरी जानकारी दी जाती है। जैसे गांधी जी, नेहरू जी, इंदिरा गांधी, भगत सिंह आदि पर लिखी गयी रचना।

(2) **अनुवाद**-वर्तमान समय में एक ही भाषा के जानकार या लेखक होना सफलता की चरम सीमा नहीं माना जा सकता। विभिन्न भाषाओं की पुस्तकों एवं रचनाओं का स्थानीय भाषाओं में रूपांतरण 'अनुवाद' कहलाता है। अनुवादक का कार्य भी किसी लेखक के कार्य से कम महत्त्वपूर्ण नहीं होता। यह एक चुनौतीपूर्ण एवं समझ व श्रम की माँग करने वाला कार्य है। क्योंकि अनुवादक को स्रोत भाषा (जिसमें लेख लिखा हुआ है) तथा अनुवाद की लक्ष्य भाषा (जिसमें लेख तब्दील करना है) की जानकारी अच्छी तरह होना चाहिए।

(3) हिन्दी में कहानी के नाम से, बंगला में गल्प के नाम से तथा अंग्रेजी में शार्ट स्टोरी (लघु कथा) के नाम से कहानी लिखी जाती है। खुशवंत सिंह ने लिखा है कि, 'एक अच्छी कहानी बीस लेख लिखने के बराबर है।' कहानी के प्रमुख तत्व-कथानक, पात्र, देश-काल और परिस्थितियाँ होती हैं। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में कहानी के प्रकाशन की व्यवस्था होती है।

(4) **एकांकी**-नाटक के किसी एक अंक को लेकर लिखा गया लेख एकांकी कहलाता है। इसमें मुख्यतः किसी एक घटना, चरित्र या क्षण विशेष पर ध्यान केन्द्रित किया जाता है। इस विधा में विस्तार से लिखने का समय एवं स्थान नहीं होता। एकांकी श्रमसाध्य और रुचिकर शिल्प एवं आकर्षक शैली का संगम है। वर्तमान समय में एकांकी का प्रचलन साहित्यिक पत्रिकाओं, रेडियो एवं टेलिविजन पर बरकरार है।

(5) **लेख**-विभिन्न विषयों पर सूचनात्मक, विश्लेषणात्मक, समसामयिक, ज्ञानवर्द्धक एवं

प्रवाहमयी लेखन को लेख के रूप में जाना जाता है। इसके अन्तर्गत संपादकीय, अग्रलेख, टिप्पणी, स्वतंत्र-लेख, साप्ताहिक भविष्य, महिला एवं बाल विषयक चिंतनशील सामग्री आदि आती है। इसकी विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में विशेष माँग होती है। दर्पण, नमस्कार, स्वागत (तीनों एयरलाइंस की पत्रिकाएँ हैं) गृहलक्ष्मी, सरिता, सहेली, मुक्ता गृहशोभा, मनोहर कहानियाँ, मनोरमा, महकता आँचल, माया, सुमन सौरभ, चंपक, मधुर कथाएँ, प्रतियोगिता दर्पण, मेरी सहेली आदि ऐसी अनेक पत्रिकाएँ हैं, जिसमें लेख, कविता एवं कहानियों को विशेष स्थान दिया जाता है। यह स्वतंत्र पत्रकारों के लिए ही कार्य कर रही है।

(6) **समीक्षा** – किसी पुस्तक, लेख या रचना की स्वस्थ आलोचना समीक्षा कहलाती है। इस तरह की समीक्षाओं में नव प्रकाशित पुस्तकों, की समीक्षा की जाती है। वहाँ लेखक के महत्त्व का ध्यान नहीं रखा जाता। आज ऐसे कई समीक्षक हैं जो स्वतंत्र लेखन में माहिर हैं।

(7) **यात्रा वृत्तांत**—यात्रा करना और अपने अनुभवों को दूसरों के साथ बाँटना मनुष्य का स्वभाव है। ऐसे अनुभव को यदि रोचक बनाकर पाठक के समक्ष रखा जाये तो पाठक भी उस स्थल का आनन्द उठा सकते हैं। पत्र-पत्रिकाओं में ऐसे लेखों की माँग होती है।

(8) **रेखाचित्र**—रेखाचित्र को अंग्रेजी में स्केच कहा जाता है। इसमें मुख्यतः व्यक्ति-वस्तु क्रिया पर अपना ध्यान केन्द्रित करना होता है। किसी भी विषय को लेकर वर्णनात्मक, संस्मरणात्मक, मनोवैज्ञानिक दृश्यात्मक, व्यंग्यात्मक, विवरणात्मक आदि रूप में ढालकर लेखन कार्य रेखाचित्र के अन्तर्गत आता है।

(9) **व्यंग्य**—फीचर, निबंध, नाटक, कविता, लेख, कहानी किसी भी विधा में व्यंग्य को शामिल किया जा सकता है व्यंग्य ऐसी विधा है, जिसके द्वारा बातों-बातों में एवं मजाक के द्वारा व्यक्ति, कार्य, वस्तु, स्थान विशेष की कमियों को बताकर उसके सुधार के रास्ते खोल दिये जाते हैं। इस विधा में हरिशंकर परसाई, शरदजोशी आदि प्रसिद्ध व्यंग्य लेखक रहे हैं। व्यंग्य एक समृद्ध एवं प्रसिद्ध विधा है, लेकिन इसका उद्देश्य किसी का अपमान करना नहीं है।

(10) **फीचर**—सूचना-प्रधान, तथ्य परक, मनोरंजक, आकर्षक सत्यता से परिपूर्ण लेखन फीचर के अन्तर्गत आता है। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में इस तरह के विभिन्न विषयों की तलाश रहती है जो कि फीचर का रूप धारण कर सके।

(11) **रिपोर्टाज**—इसमें किसी सामयिक घटना, दृश्य आदि का विवरण सूक्ष्म जानकारी एवं तथ्यों को प्रस्तुत किया जाता है। यह एक उद्देश्यपूर्ण एवं सामयिक रचना होती है। रंगेय राघव, धर्मवीर भारती, अमृत राय आदि ऐसे ही रिपोर्टाज लेखक हैं जो इस विधा में सफल हुए हैं।

4.3.3 स्वतंत्र लेखन की विशेषताएँ

स्वतंत्र रूप से लिखे गये स्वतंत्र लेखन में कुछ विशेषताएँ देखने को मिलती हैं –

- प्रत्येक वर्ग को ध्यान में रखकर किया गया लेखन
- दबाव रहित लेखन
- लेखन में परिश्रम एवं रुचि
- विभिन्न सामाजिक एवं मानवीय पक्षों से जुड़ा लेखन कार्य
- विशिष्टता और विभिन्नता
- अनुभवी लेखन
- मौसमानुकूल एवं समयानुकूल लेखन
- स्पष्ट एवं स्वच्छ लेखन

□ शौकिया लेखन

□ समय सीमा से पहले ही लेखन सामग्री का संबंधित पत्र-पत्रिकाओं का पहुँचना आदि।

4.3.4 स्वतंत्र पत्रकारिता की उपयोगिता

लेखन में जिनकी रुचि है और वे किन्हीं कारणों से पत्रकारिता से पूर्णकालिक रूप से जुड़ नहीं पा रहे हैं तो वे स्वतंत्र पत्रकार के रूप में जुड़ सकते हैं। आप इसे अपने पूर्णकालिक नौकरी या व्यवसाय या अन्य कार्य के साथ साइड बिजनेस या 'पार्ट टाइम जाब' के रूप में अपना सकते हैं। यदि आप की रुचि किसी विशेष क्षेत्र में हो (उदाहरण-किसी खेल, संगीत, कुकिंग, बच्चों के लिए लेखन, विज्ञान, बिजनेस, फिल्म, धार्मिक स्थलों की सैर आदि) तो आप किसी मैगजीन या समाचार पत्र के लिए उस विशेष क्षेत्र में फीचर या रिपोर्ट लिख सकते हैं। समय-समय पर रोचक लेख या फीचर प्रस्तुत करते रहने से उस क्षेत्र में आपकी पहचान तो बन ही सकती है, आपको इन लेखों का पारिश्रमिक भी मिल सकता है। यह सच है कि स्वतंत्र पत्रकार नियमित आय के हकदार नहीं होते। उन्हें समय-समय पर किये गये कार्यों का पारिश्रमिक मिलता रहता है। यह कार्य आप अपने खाली समय का सदुपयोग करके पूरा कर सकते हैं। जरूरत आपकी न्यूज सेन्स की है। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में कुछ विशेष कॉलम भी निकलते रहते हैं। यदि उसमें आपकी रुचि हो तो आप उसमें लिख सकते हैं। स्वतंत्र पत्रकारिता में लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक होता है। स्वतंत्र लेखक पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में कॉलम, निबन्ध, लेख, कहानी, कविता या अन्य विषयों पर लेखन कर सकते हैं। जरूरत है उन्हें अपनी आँखें खुली रखने की। पाठकों की रुचि जानने की।

- यदि आप किसी अन्य व्यवसाय से जुड़े हैं तो स्वतंत्र लेखन अतिरिक्त आय का साधन बन सकता है।
- स्वतंत्र लेखन से रचनात्मकता बनी रहती है।
- लेखन का शौक पूरा करने का उचित साधन है।
- रचना के प्रकाशन से शोहरत एवं संतुष्टि मिलती है।
- मजबूरी या दबाव की बजाय मेहनत, लगन, ज्ञान एवं विशिष्ट गुणवत्ता का प्रयोग करके लेखों को छापने के लिए भेजा जा सकता है।
- किसी एक क्षेत्र में फीचर लेखन की महारत हासिल की जा सकती है।
- यदि लेखन में आपकी पकड़ बन जाये तो यह अतिरिक्त आय का अच्छा साधन है।
- स्वतंत्र लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक होता है। स्वतंत्र लेखकों को समाज में आदर की दृष्टि से देखा जाता है। कुछ लोग स्वतंत्र लेखकों को सही सूचना भी दे देते हैं।

स्वतंत्र लेखन सम्बन्धी उदाहरण के लिए 'हिन्दुस्तान' के ३० मार्च २००५ के अंक में प्रकाशित लेख प्रस्तुत हैं-

य

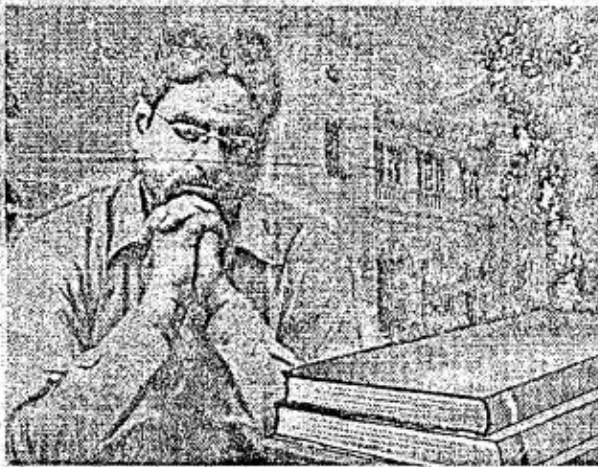
दि आप को लेखन में रुचि हो तो आप स्वतंत्र लेखन कर कमाई कर सकते हैं। इसके लिए आवश्यक नहीं कि आप किसी पत्र-पत्रिका से पूर्णकालिक रूप से जुड़े ही। आप कोई भी नौकरी कर रहे हों या व्यापार में लगे हों या शिक्षा ग्रहण कर रहे हों तो भी आप स्वतंत्र लेखक के रूप में लेखन कार्य से जुड़ सकते हैं और आप इसे अपने पूर्णकालिक नौकरी या व्यवसाय या अन्य कार्य के साथ साइड बिजनेस या पार्ट टाइम जॉब के रूप में अपना सकते हैं। यदि आप की रुचि किसी विशेष क्षेत्र में हो उदाहरण : किसी खेल, संगीत, कुकिंग, बच्चों के लिए लेखन, विज्ञान, बिजनेस, फिल्म, धार्मिक स्थलों की सैर या अन्य तो आप किसी पत्रिकाओं या समाचार पत्र के

यह विषय स्वतंत्र पत्रकारों के लिए होते हैं। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं की स्वतंत्र लेखकों की जरूरत होती है। इसके लिए किसी संस्थान में प्रशिक्षण लेने की जरूरत नहीं होती। सामान्यतः लोग लेखन से तात्पर्य मात्र लेख लिखने से ही लगा बैठते हैं जबकि स्वतंत्र लेखन की अनेक विधाएँ हैं। उदाहरण संस्मरण, अनुवाद, लेख, समीक्षा, यात्रा वृत्तांत, रेखाचित्र, व्यंग्य, फीचर और रिपोर्ताज। इनमें से किसी एक विधा में भी महारत हासिल कर आप आय अर्जित कर सकते हैं।

गुणों और विशेषता के आधार पर फीचर को निम्न भागों में विभक्त किया जा सकता है-

साक्षात्कार, चित्रात्मक, सिनेमा, खेल, चिकित्सा, लोक संस्कृति, यात्रा, विज्ञान, प्रेरणात्मक, परिचयात्मक फीचर, सूचना प्रधान, बन्धु जीवन पर आधारित कृषि संबंधी, व्यंग्य, चागवानी, ऐतिहासिक एवं पुरातात्विक,

स्वतंत्र लेखन से भी कर सकते हैं कमाई



लिए उस विशेष क्षेत्र में अपनी पसन्द के फीचर या रिपोर्ट लिख सकते हैं। समय-समय पर फीचर प्रस्तुत करते रहने से आपकी उस क्षेत्र में पहचान तो बन ही सकती है आप को इन लेखों का पारिश्रमिक भी मिल सकता है। यह सच है कि स्वतंत्र पत्रकार नियमित आय के हकदार नहीं होते उन्हें समय-समय पर किये गये कार्यों का ही पारिश्रमिक मिलता है। यह कार्य आप अपने खाली समय का सदुपयोग कर के पूरा कर सकते हैं। जरूरत आपकी न्यूज सेन्स की है।

स्वतंत्र लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक होता है। आप विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में स्वतंत्र पत्रकार या लेखक के रूप में अपनी प्रतिभा दिखा सकते हैं। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में कुछ विशेष कॉलम भी निकलते रहते हैं। यदि उसमें आपकी रुचि हो तो आप उसमें लिख सकते हैं। इसमें लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक है। उदाहरण - आपके शहर आने वाले किसी विशेष व्यक्ति का साक्षात्कार, किसी उत्सव या महोत्सव, किसी व्रत त्योहार, किसी उभरती प्रतिभा आदि अनेक विषय हैं जिस पर लिखा जा सकता है। पत्रिकाओं, समाचार पत्रों में ऐसे लेखों के लिए कुछ स्थान होता है किन्तु यह याद रखना चाहिए कि ऐसे विषयों के लिए बाजार सीमित होता है। इसलिए स्वतंत्र लेखन में अन्य विषयों पर भी ध्यान देने की जरूरत है। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं द्वारा विभिन्न समग्रियों या किसी विषय विशेष पर समग्री की मांग की जाती है।

औद्योगिक, ज्योतिष एवं वास्तुशास्त्र संबंधी आदि।
लाभ-

● स्वतंत्र लेखन अतिरिक्त आय का साधन तो है ही रचना प्रकाशित होने पर रोहरत एवं संतुष्टि भी मिलती है।

● रचनात्मकता बनी रहती है। लेखन का शौक पूरा करने का यह उचित साधन भी है।

● इस का कार्य क्षेत्र काफी व्यापक है रचना के लिए आप कई लोगों से मिलते हैं तो आप का ज्ञान और पहचान भी बढ़ती है।

लेखन सामग्री का चुनाव-

एक स्वतंत्र लेखक तभी सफल होता है जब वह विषय वस्तु के घटनाक्रम का चयन भी सोच समझ कर करे। उन्हें सामग्री दो स्रोतों से मिल सकती है।

समाचार समितियाँ और फीचर एजेंसियाँ -

समाचार समितियों और फीचर एजेंसियों को जनसंचार की रीढ़ माना जाता है। इन समितियों के पास हर विषय पर उचित दर में फीचर प्राप्त होते हैं यह रजिस्टर्ड संस्था होती है जिसमें नियमानुसार संपादक, उपसंपादक, सहसंपादक, फोटोग्राफर, संवाददाता और फीचर लेखक होते हैं। पत्र-पत्रिकाओं, आकाशवाणी और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया भी इनसे फीचर लेते हैं।

फीचर प्रकाशन के दो तरीके हैं।

● व्यक्तिगत प्रयास

● एजेंसी के माध्यम से

स्वतंत्र लेखक पत्र-पत्रिकाओं के संपादक से मिल कर उनके पत्र-पत्रिका की आवश्यकतानुसार फीचर तैयार कर प्रेषित कर सकते हैं। दूसरा लेखक पत्र-पत्रिकाओं के साथ-साथ इन समितियों के पास भी फीचर भेज सकते हैं। यह एजेंसियाँ फीचर को खपाने का भी कार्य करती हैं और लेखक को पारिश्रमिक भेज देती हैं।

देश की प्रमुख एजेंसियाँ-

● हिन्दुस्तान समाचार, इंडियन न्यूज एंड एंलायंस फीचर, इंडिया प्रेस एजेंसी, पब्लिकेशन सिंडिकेट, यू.एन.आई.न्यूज फीचर ऑफ, इंडिया, यूनाइटेड प्रेस ऑफ अमेरिका, आवास, सत्य समाचार, पी.टी.आई, एसोसियेटेड न्यूज एंड फीचर, प्रेस इंडिया इंटरनेशनल, फीचर सिंडिकेट, अदिति फीचर्स, एशिया फीचर, उर्वशी फीचरर्स, प्रेम शर्मा फीचर्स, मीडिया फीचर्स आर्क इंडिया आदि।

4.3.5 स्वतंत्र लेखन के दौरान आने वाली कठिनाइयाँ

स्वतंत्र लेखन का कार्य आसान कार्य नहीं है। पूरी तरह एकाग्रचित होकर लेखन का ताना-बाना बुनना पड़ता है। इस क्षेत्र में सफलता के मार्ग में कई तरह की कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है -

- मेहनत से लिखी गयी रचना प्रकाशित होगी या नहीं यह आशंका बनी रहती है।
- पुरुष-महिला लेखकों में भेद किया जाता है।
- सही पते का अभाव रहता है।
- उचित पारिश्रमिक का न मिलना।
- बिना जान पहचान के प्रकाशन संभव भी नहीं होता।
- फीचर एजेंसियों के माध्यम से भेजने पर एजेन्सी को भी कमीशन देना पड़ता है।
- सारा खर्च लेखक को ही उठाना पड़ता है। कई पत्र-पत्रिकाएँ समय से पारिश्रमिक भी नहीं देती हैं।
- स्वतंत्र लेखकों का आपस में कोई तालमेल नहीं होता।
- समय से अस्वीकृत रचनाओं की वापसी का अभाव।
- रचना देने और पारिश्रमिक लेने के लिए अधिकांश पत्र-पत्रिकाओं में स्वतंत्र लेखकों को जाना पड़ता है।
- एकांतता एवं एकाग्रचितता का अभाव होना।
- प्रेस मंत्रालय द्वारा मान्यता प्रदान न करना तथा पहचानपत्र (आई कार्ड) न देना। फलस्वरूप महत्वपूर्ण जानकारी प्राप्त करने में कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है।

4.3.6 स्वतंत्र लेखन करते समय ध्यान रखने योग्य बातें

स्वतंत्र लेखकों को पत्र-पत्रिका की मानसिकता की जानकारी कम ही होती है और उनका कोई परिचय भी नहीं होता है। इसलिए स्वतंत्र लेखन करने वाले लेखकों के लिए यह जरूरी हो जाता है कि वह निम्न बातों की ओर ध्यान दें -

- उन्हें विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं के नाम पते तथा उनकी फीचर की विशिष्टता को डायरी में नोट कर लेना चाहिए।
- फीचर्स या लेख का विषय समयानुकूल और पत्र पत्रिका के हिसाब से सूचनाप्रद होना चाहिए।
- रचना साफ, सुपाठ्य एवं सुन्दर लिखावट में प्रस्तुत करें।
- किसी दूसरे लेखक की शैली की नकल करने से बचना चाहिए।
- कागज के एक तरफ ही लिखना चाहिए और एक ही साइज के कागज का प्रयोग करना अच्छा रहता है।
- लेखन के साथ-साथ अध्ययन एवं संकलन को भी लेखन के साथ-साथ अपना शौक बनाना चाहिए।
- भाषा शैली का प्रयोग पत्र-पत्रिका की मर्यादानुसार लेकिन अपनी विशिष्टता बनाए हुए करना चाहिए।
- रचना के साथ-साथ कवरींग लेटर, स्वनाम पता व टिकट लगा लिफाफा और प्राप्त की स्वीकृति का पोर्टकार्ड भेजना चाहिए।

- यदि पत्र-पत्रिका कार्यालय में संपादक से मिलकर पहले ही विषय पर विचार विमर्श कर लिया जाय या स्वीकृति मिलने पर रचना का निर्माण किया जाये तो अधिक अच्छा रहता है।
- लेखन सामग्री को अधिक तोड़-मोड़कर लिफाफे में नहीं रखना चाहिए। पृष्ठों की संख्या एवं साइज के हिसाब से लिफाफे का चयन करना चाहिए।

स्वतन्त्र पत्रकारों या लेखकों के लिए लिखने के विषय अनेक हैं, जिन पर वह लिख सकते हैं। जरूरत उनकी दृष्टि की है। वह फीचर, लेख, समीक्षा, विश्लेषण, समालोचन कर सकते हैं।

उदाहरण – यदि आपको विभिन्न स्थलों में घूमने का शौक (रुचि) है तो आप उस स्थल को विशेष दृष्टि से देखें और दर्शनीय स्थल पर लेख लिखकर पाठकों तक पहुँचाएँ। स्वतन्त्र लेखकों को ऐसे विषय पर लिखना चाहिए जो पठनीय और संग्रहणीय भी हो। हमारे परिवेश के चारों ओर अनेक विषय बिखरे पड़े हैं। आवश्यकता है, अपने मस्तिष्क और नेत्रों को खुला रखने और उचित तथा लोकप्रिय विषय के चयन की।

उदाहरण – श्री पुरुषोत्तम-दास टंडन ने अनेक फीचर लिखे हैं। एक बार वह एक नाई से बाल कटवा रहे थे। सामने एक तस्वीर टँगी थी, जिसमें नाई महात्मा गांधी की हजामत बना रहा था। श्री टंडन ने नाई से तस्वीर के बारे में पूरी जानकारी ली और एक फीचर लिख दिया, जो पठनीय रहा। कोई भी अपने परिवेश के प्रति सजग रहते हुए नवीन और मनोरंजक विषयों पर पठनीय फीचर लिख सकता है।

एक और उदाहरण देखें—श्रीमती विजय लक्ष्मी पंडित जब रूस गयी हुई थीं, उनके साथ रसोइया भी गया था। वह श्रीमती पंडित का खाना बनाता था। वहाँ से लौटने के बाद उसने रोचक फीचर लिखा। शीर्षक था—‘रूस से लौटा हुआ रसोइया।’ इस प्रकार लिखने के लिए जरूरत है दिल, दिमाग का उपयोग करने की तथा दृष्टि खुली रखने की।

पत्र-पत्रिकाओं में लेखन कई तरह से किये जा सकते हैं। श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने इसके प्रमुख दो भेद किए हैं—

1. समाचारी लेख
2. विशिष्ट लेख।

समाचारी लेख— विभिन्न सत्य घटनाओं पर समाचारी लेख लिखे जाते हैं। ऐसे लेख अधिकांशतः विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं के नियमित पत्रकार लिखते हैं। विभिन्न परिस्थितियों में स्वतंत्र पत्रकारों को यह जिम्मेदारी सौंपी जाती है।

विशिष्ट लेख— इसके अन्तर्गत वह लेख या फीचर आते हैं जो नियमित समाचार या समाचारी फीचर से हटकर हों। इनके अन्तर्गत व्यक्तित्व, त्योहार फीचर, चित्रात्मक फीचर, व्यंग्यात्मक फीचर, यात्रा, ऐतिहासिक फीचर, मानवीय रुचि विषयक फीचर आदि समाहित हैं। विशिष्ट लेख अधिकांशतः स्वतंत्र लेखक ही लिखते हैं।

स्वतंत्र लेखन की तैयारी—किसी भी तरह के लेख लिखने से पहले अपनी रुचि के विषय का चुनाव कर लें। फीचर या लेख लिखते समय निम्नलिखित तथ्यों पर ध्यान रखना चाहिए –

1. विषय चयन
2. शीर्षक
3. प्रस्तावना
4. विश्लेषण

4.3.6 स्वतंत्र पत्रकारिता की विशिष्टता

लेखन में रुचि रखने वाले कोई भी स्वतंत्र पत्रकार या लेखक बन सकते हैं। स्वतंत्र पत्रकार किसी पत्र-पत्रिका से जुड़ा नहीं होता, न ही वह नियमित वेतनभोगी होता है। समाचार पत्रों और मैगजीन के वेतनभोगी पत्रकारों को विभिन्न विभागों पर नजर रखने और विशेष खबरें निकालने की जिम्मेदारी सौंपी जाती है। उन्हें स्वयं ही कार्य करते रहना पड़ता है, ताकि विभाग की खबरें छूटे नहीं। नियमित पत्रकारों को विभिन्न विभागों पर नजर रखकर अपने विवेक से विशेष खबरें निकालनी पड़ती हैं। स्वतंत्र लेखकों पर ऐसी कोई जिम्मेदारी नहीं होती। वह विषय स्वयं भी अपनी रुचि के अनुकूल चुन सकते हैं या पत्र-पत्रिकाओं को यह समझ होनी चाहिए कि सम्पादक उनसे किस तरह की सामग्री चाहता है। यदि स्वतंत्र पत्रकार स्वयं ही विषय चुनता है तो उस रचना को किसी भी पत्र-पत्रिका में भेजने के लिए स्वतंत्र हैं। रेडियो, दूरदर्शन में भी स्वतंत्र पत्रकारों की माँग है, किन्तु इसमें रचना को पढ़ा जाता है। रेडियो, दूरदर्शन में कार्यक्रम अधिशासी स्वतंत्र पत्रकार से स्वयं विषय का निर्णय कर के कार्य करवाते हैं और उस सामग्री को प्रसारित करते हैं। जो लेखक स्वतंत्र रूप से पत्रकारिता से जुड़ना चाहते हैं उन्हें पहले बाजार तलाश करने और फिर तैयार रचना को खपाने की व्यवहारिक तरीकों की जानकारी प्राप्त करने की जरूरत है। स्वतंत्र पत्रकार के लिए फीचर लेख या समाचार के प्रकाशन की व्यवहारिकता के दो प्रमुख तरीके होते हैं –

(1) व्यक्तिगत प्रयास

(2) एजेन्सी का माध्यम।

व्यक्तिगत प्रयास— स्वतंत्र लेखकों को अपनी रचना प्रकाशित कराने की समस्या सामने आती है। यदि सम्पादक की आवश्यकतानुसार फीचर तैयार किया जाता है तो उसकी खपत आसानी से हो जाती है। स्वतंत्र लेखक व्यक्तिगत सम्पर्क करके अपनी रचना भेज सकते हैं। इसके लिए पहले यह जानना आवश्यक है कि किस पत्र के लिए लिखना है या फीचर तैयार करना है। फिर उस पत्र या पत्रिका के सम्पादक से सम्पर्क स्थापित करके विषय का विवेचन कर लें इससे स्वतंत्र लेखक अच्छा फीचर कर पायेंगे और उसे प्रकाशित कराने की समस्या भी सामने नहीं आयेगी।

एजेन्सी— प्रकाशन का दूसरा माध्यम है एजेन्सी। अनेक एजेन्सियाँ फीचर लेकर समाचार पत्रों को भेजती हैं। यदि फीचर छप जाता है तो एजेन्सी लेखक को पारिश्रमिक देती है। इसमें भी एक समस्या है। कई पत्र-पत्रिकाएँ लेख या फीचर को एजेन्सी के नाम से प्रकाशित करती हैं। इससे लेखक को रचना का पारिश्रमिक मिल जाता है, पर उसे नाम नहीं मिल पाता। एजेन्सियाँ लेख या फीचर का पारिश्रमिक कम देती हैं, क्योंकि लेखों को भेजने की व्यवस्था करनी पड़ती है और प्रकाशित होने के बाद प्रकाशित सामग्री को एकत्र करनी पड़ती है। यदि किसी लेखक के फीचर विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित होते हैं तो एजेन्सियाँ उनसे फीचर की माँग करती रहती हैं। उस माँग को स्थायी बनाये रखने के लिए भी यह जरूरी है कि उक्त एजेन्सी के सम्पादक से किसी न किसी तरह संपर्क कायम रखा जाये। यह सम्पर्क विचार विनिमय व बाजार की माँग के स्वरूप को जानने एवं कमियों को दूर करने का अच्छा अवसर है।

स्वतंत्र लेखकों के लिए जरूरत होती है, बस एक बार किसी लेखन शैली को पकड़ने की। इसमें फीचर एजेन्सियाँ वरदान का काम करती हैं –

4.3.7 ' विभिन्न फीचर समितियाँ

जब से लोगों में फीचर पाठन की प्रवृत्ति बढ़ी है तब से फीचर समितियों की स्थिति में काफी सुधार आया है और उनकी संख्या में भी निरन्तर वृद्धि हो रही है। भारत में प्रमुख फीचर समितियाँ इस प्रकार हैं -

1. **यूनाइटेड प्रेस ऑफ अमेरिका-1907** में स्थापित यह संस्था व्यापार, खेल, फिल्म, संस्कृति, कला, सामाजिक क्रियाकलापों से सम्बन्धित समाचार संकलन एवं प्रेषण का कार्य कर रही है। यह फीचर सप्लाय करने का भी कार्य करती है।
2. **आवास-सन् 1835** में स्थापित यह समिति संदर्भ लेख और पृष्ठभूमि सामग्री विभिन्न समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं को भेजने का कार्य करती है।
3. **इंडियन न्यूज एण्ड फीचर एलायंस (INEA)-वर्ष 1959** से यह समिति विभिन्न पत्र पत्रिकाओं को लेख, फीचर, आदि हिन्दी और अंग्रेजी भाषा में भेजती है।
4. **न्यूज फीचर्स ऑफ इंडिया-यह मुंबई की संस्था है।** यह संस्था भी विभिन्न विषयों पर फीचर्स, फोटो, समाचार एवं मानचित्र प्रेषित करती है। इसके द्वारा प्रेषित सामग्री का काफी महत्त्व है।
5. **इंडिया प्रेस एजेंसी- सन् 1957** में स्थापित इसका कार्यालय दिल्ली में है। यह समिति विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं को समाचार और फीचर्स आदि भी सप्लाय करती है।
6. **पब्लिकेशन सिंडिकेट - इसका कार्यालय भी दिल्ली में ही है।** यह विशिष्ट प्रकृति के लेख एवं फीचर्स ही उपलब्ध कराती है।
7. **हिन्दुस्तान समाचार- इस समिति का कार्यालय मुंबई में है।** इसकी स्थापना 1948 में हुई थी। यह समिति भी समाचारों के साथ-साथ फीचर्स भी प्रेषित करती है।
8. **सत्य समाचार- यह समिति ग्वालियर में तथा यह भी समाचार भेजने के साथ-साथ विभिन्न फीचर एवं लेख प्रेषित करती है।**
9. **प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया- हालांकि इस समिति की स्थापना 1949 में हो चुकी थी।** पहले यह केवल समाचारों का प्रेषण करती थी, किन्तु 1980 से इस समिति ने फीचर सेवा भी आरम्भ कर दी है।
10. **अदिति फीचर्स- यह समिति नई दिल्ली में स्थित है।** यह सामयिक, अन्तरराष्ट्रीय आदि विषयों पर फीचर प्रेषित करती है।
11. **प्रेस एशिया इंटरनेशन- इसका मुख्यालय भी नई दिल्ली में है।** इस संस्था की विशेषता इसके पाकिस्तान संबंधी लेख हैं। इसके अतिरिक्त भी यह विभिन्न विषयों पर लेख एवं फीचर्स उपलब्ध कराती है।
12. **एशिया फीचर्स- यह समिति नई दिल्ली में स्थित है।** यह विभिन्न फीचर्स अंग्रेजी समाचार पत्रों को सप्लाय करती है।
13. **फीचर सिंडिकेट- यह समिति आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक, धार्मिक, वार्षिक, वैज्ञानिक, मनोरंजनात्मक, पुण्यतिथि, खेलकूद बाजार भाव, निवेश, स्वास्थ्य, योग आदि पर लेख, फीचर, फोटो, चित्र और कार्टून विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं को उपलब्ध कराती है।**
14. **उर्वशी फीचर्स- यह समिति भी नई दिल्ली में कार्यरत है तथा महिलाओं, दांपत्य, फिल्म, स्वास्थ्य से संबंधित विशिष्ट सामग्री प्रेषित करती है।**
15. **मीडिया फीचर्स ऑफ इंडिया- यह भारत की एक प्रतिष्ठित फीचर एजेंसी है जिसका मुख्यालय दिल्ली में है तथा ब्यूरो कार्यालय मेरठ, शिमला, देहरादून, चंडीगढ़, जयपुर,**

मुंबई में है। यह समाचारपत्रों और सेटलाइट चैनल्स को अपनी सेवाएँ देता है। इन सबके अतिरिक्त एसोसिएटेड न्यूज एंड फीचर्स, प्रेस वार्ता फीचर्स, युगान्तर, किंग फीचर सिंडिकेट, शब्दार्थ, यूनीवार्ता, हिंदी फीचर सेवा, प्रेस ट्रस्ट फीचर सेवा, डैप न्यूज, ऋचा फीचर्स, उत्थान सिंडिकेट, एसोसिएटेड प्रेस, महाराजा फीचर्स, युवराज फीचर्स, उत्थान सिंडिकेट, रंगरेखा फीचर्स, सर्वोदय प्रेस सर्विस बुलेटिन, हिन्दुस्तान फीचर सर्विस लि०, विचार आलेख सेवा, मंथ फीचर्स, प्रेस वैंट, कुमार अनिल न्यूज एंड फीचर्स, हिन्दी वार्ता फीचर्स, राष्ट्रीय समाचार फीचर्स नेटवर्क, सवेरा समाचार फीचर सर्विस, सैलानी फीचर सर्विस, विनायक फीचर्स और फीचर सेवा आदि भी फीचर्स प्रेषित करते हैं।

तेजी से बढ़ते व्यवसायीकरण के इस दौर में समाचार पत्र-पत्रिकाएँ भी पीछे नहीं हैं। वह इन फीचर्स एजेंसियों से फीचर एवं समाचार लेते हैं। इन एजेंसियों के पास कुछ पत्रकार होते हैं अधिकांश कार्य स्वतन्त्र पत्रकार की मदद से करते हैं।

4.3.8 सफल स्वतंत्र लेखन

स्वतन्त्र लेखन में सफलता प्राप्त करने के लिए लेखकों को सजग रहने की जरूरत है। उन्हें जिस विषय पर लिखना है, उसकी जितनी अधिक जानकारी मिल सके उसे जुटा कर लिखना चाहिए।

- स्वतन्त्र लेखकों की सफलता में जनसम्पर्क मददगार होते हैं। सम्पादक (एडिटर) से मिल कर आप अपना लेख दिखा सकते हैं। अपनी गलतियों को सुधारा जा सकता है।
- लेखन में कई तरह की त्रुटियाँ हो सकती हैं। सम्पादक से मिलते रहने से त्रुटियों का सुधार तो हो ही जाता है, लिखने के लिए नये विषय भी सुझाये जा सकते हैं।
- स्वतन्त्र लेखकों को अध्ययन के साथ-साथ अपनी भाषा शैली का भी परिमार्जन करते रहना चाहिए।
- लेखकों का ज्ञान बहुआयामी भी होना चाहिए। धर्म, दर्शन, संस्कृति, समाज, इतिहास का ज्ञान फीचर या लेख को पूर्ण और तर्क संगत बनाएगा।
- स्वतन्त्र लेखकों को सफल होने के लिए जरूरी है कि उनके पास कवि का हृदय, समीक्षक का सा प्रौढ़ चिन्तन, इतिहासकार या इतिहास बोध, वैज्ञानिक की सी तार्किकता, समाजशास्त्री का सा समाज बोध तथा युगद्रष्टा की भाँति भविष्य को परखने की शक्ति भी हो।
- आधुनिक फीचर कला में चित्रकला, फोटोग्राफी पर विशेष देना चाहिए। उन्हें छायाचित्रों के रेखांकन का भी ज्ञान होना चाहिए जिससे लेख को प्रभावशाली बना सकें।
- लेखकों को परिवेश के प्रति सजग तथा समसामयिक परिस्थितियों के प्रति जागरूक होना चाहिए, ताकि वह उन विषयों को अपनी दृष्टि से देख सकें और पेशेवर फीचर लिख सकें।
- स्वतन्त्र लेखन एक विशिष्ट कला है, जो सम्पादकों पाठकों की आशाओं के अनुरूप हो।
- स्वतंत्र लेखक वही सफल होते हैं, जो पत्र-पत्रिकाओं की माँग के अनुरूप लिखते हैं। उनकी लेखन शैली उनकी पहचान होती है। कावेट् का मत है कि जो तुमने सोचा है, उसे लिखने बैठ जाओ। बिना झिझक लिखो, जैसे विचार और शब्द आते हैं। शब्दों के चयन में न पड़े। उत्तम शैली के लिए स्वचेतना के प्रति सजग रहे। विषय वस्तु को सामने रखकर उसी पर लिखें।
- यदि स्वतन्त्र लेखकों ने पत्र-पत्रिका के स्टाइल और माँग के अनुरूप लिखा है तो रचना स्वीकार्य होती है।

- जो लेखक उस स्थल पर नहीं रहते हैं, जहाँ से पत्र पत्रिका प्रकाशित होती है। वह लेखक निराश न हो। डाक द्वारा रचना भेज सकते हैं। यदि पता लिखा एवं टिकट लगा लिफाफा भेंजेगे तो आपकी अस्वीकृत रचना लौटायी जा सकती है।
- स्वतन्त्र लेखकों का भविष्य पत्र-पत्रिका के प्रसारण पर निर्भर करता है। यदि पत्र पत्रिका की गुणवत्ता बेहतर है, जो प्रसार संख्या बढ़ेगी साथ ही लेखकों का भविष्य भी उज्ज्वल होगा।

स्वतन्त्र पत्रकार समाचार पत्र, पत्रिका, रेडियो, टीवी पर विभिन्न क्षेत्रों में लेखन कर सकते हैं। विभिन्न क्षेत्रों के पत्रकार उस क्षेत्र के विशेषज्ञ कहलाते हैं। इसके लेखकों के विविध क्षेत्र हैं-

1. साहित्यिक पत्रिका
2. लघु पत्रिका
3. बाल पत्रिका
4. खेल पत्रिका
5. फिल्मी पत्रिका
6. विज्ञान पत्रिका
7. राजनीतिक पत्रिका
8. हास्य व्यंग्य पत्रिका
9. धार्मिक-आध्यात्मिक पत्रिका
10. वाणिज्य या व्यावसायिक पत्रिका
11. सर्वोदय पत्रिका
12. रेडियो पत्रकारिता
13. टी०वी० पत्रकारिता

4.4. पत्रिका लेखन

पत्रिका लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक है। भारत में पत्रिकाएँ विभिन्न भाषाओं में छपती थी। समाचार पत्रिकाएँ भी छपने लगी जिनमें इलेस्ट्रेटेड बीकली ऑफ इण्डिया प्रमुख हैं। उसके बाद अनेक पत्रिकाएँ छपीं। वर्तमान में इण्डिया टुडे, सण्डे आब्जर्वर, फ्रन्ट लाइन, आउटलुक, द हिन्दू, आनन्द बाजार पत्रिका, फिल्म फेयर, स्पोर्ट्स वर्ल्ड, स्पोर्ट स्टार, बिजनेस इण्डिया, बिजनेस टूडे, बिजनेस वर्ल्ड आदि अनेक पत्रिकाएँ प्रकाशित हो रही हैं।

देश में पत्रिकाएँ स्वतंत्रता से पूर्व से ही निकल रही हैं। स्वतंत्रता से पूर्व हिन्दी पत्रकारिता का चरित्र प्रोटेस्ट का था। यह प्रोटेस्ट या विरोध का स्वर एक चुनौती के रूप में साधारण कागज पर मुद्रित होकर छापेखाने से बाहर आता था, जिसे पूरा-पूरा जन समर्थन मिला हुआ था। उन दिनों की पत्रकारिता चुनौती पूर्ण और जोखिम भरी थी। उस समय के पत्रकार भावुक होते थे। वे एक राह पकड़ते थे, उसी पर चलते थे। स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद व्यक्ति के सोचने की दिशा बदल गयी। स्वतन्त्रता ने ही व्यक्ति को कर्तव्य की कसौटी से एक कदम आगे बढ़ाकर 'अधिकार' की भूल भुलैया में भटका दिया। अधिकार पाने और सुख सुविधाओं को बंटोरने के लिए अपने स्वार्थ को ऐसे शब्दों में सामने रखा जाय कि चुनौती का जामा पहन कर चमक उठे। स्वतंत्रता के कुछ वर्ष बाद ही इलाहाबाद में एक सेमिनार आयोजित किया गया। उसमें राज्याश्रय का प्रश्न उठा। यही वह समय था जब 'संगम' साप्ताहिक निकल रहा था। उसके सम्पादक इलाचन्द्र जोशी थे। वे बाद में नये हिन्दी साप्ताहिक 'धर्मयुग' के सम्पादक बन कर बम्बई पहुँच गये। इसके बाद एक नया साप्ताहिक सामने आया 'साप्ताहिक हिन्दुस्तान'। उन दिन केन्द्रीय

सरकार ने अपना मासिक पत्र 'आजकल' शुरू किया और इस तरह हिन्दी पत्रकारिता कई नामों में विभाजित हुई। जैसे व्यावसायिक पत्रकारिता और लघु पत्रकारिता। उन दिनों साहित्यकारों ने कई लघु पत्रिकाएँ निकालीं। उदाहरण 'नये पते' विद्वान, नयी कविता, प्रतीक, कल्पना, नया साहित्य, नया पथ आदि प्रगतिशील लेखकों ने 'हंस' और 'संकेत' जैसी पत्रिका का प्रकाशन किया। बाद में यह पत्रिका भी प्रगतिशील न रहकर व्यावसायिक होती चली गयी। इसी खेमे में शामिल धर्मयुग और साप्ताहिक हिन्दुस्तान उस दौर में काफी लोकप्रिय हो गये। इसी दौर में 'कथा कहानी' नाम की लघु पत्रिका सामने आयी। पूँजीवाद का लघु पत्रिका की भूमि से यह पहला विरोध था।

अगला दस वर्ष हिन्दी पत्रिकाओं के लिए एक ठहराव था। पत्रकार मानसिक शिथिलता से घिरे रहे। धीरे-धीरे पत्रकारिता व्यावसायिक धरातल पर लोकप्रिय होने लगी। चमक-दमक वाली व्यावसायिक पत्रिकाओं को घोर व्यक्तिवादी और वामपंथी दोनों प्रकार के लेखकों का समर्थन प्राप्त हो चुका था। उन दिनों पत्रिकाएँ व्यक्ति की कुंठा, हीन भावना, पलायन की कहानी ही कह रही थी। राष्ट्रीय मुद्दे गौण होते जा रहे थे। उन दिनों मानसिक विलास आधुनिकता का प्रतीक हो गया और जीवन से जुड़े ज्वलंत प्रश्न भुला दिये गये थे। वर्ष 1969 में दिल्ली में लघु पत्रिका की प्रदर्शनी लगी। उन दिनों हिन्दी में 128 पत्रिकाएँ निकल रही थीं। इसके बाद कई तरह की पत्रिकाएँ निकलने लगीं। साहित्यिक, राजनीतिक, व्यावसायिक फिल्मी, महिलाओं और बच्चों की आदि। आज लघु पत्रिका एक चुनौती के रूप में सामने आ रही है यह चुनौती ही समाज में परिवर्तन का वातावरण तैयार करती है।

4.4.1 पत्रिका लेखन की भाषा-शैली एवं प्रस्तुति

पत्रिका लेखन में स्वतंत्र लेखकों के लिए फीचर या अन्य किसी तरह के लेखन के लिए वास्तव में ज्ञान, कौशल, लगन एवं सही समझ का होना बेहद जरूरी है। लेखकों के लिए लेखन में भाषा का प्रयोग करते समय इन बातों का ध्यान रखना चाहिए –

1. **सरलता**– लेखन में प्रयुक्त भाषा ऐसी होनी चाहिए जो आसानी से हर वर्ग के लोगों की समझ में आ जाए। अधिक क्लिष्ट शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिए।
2. **सौम्यता**– किसी भी शब्द का प्रयोग करते समय लेखक को अपनी फीचर और समाचार पत्र या पत्रिका की गरिमा का विशेष ध्यान रखना चाहिए। अतः सौम्य शब्दों का प्रयोग करना चाहिए।
3. **स्पष्टता**– द्विअर्थी संवादों एवं उलझनपूर्ण भाषा का प्रयोग फीचर लेखन में नहीं करना चाहिए। फीचर की गुणवत्ता को बरकरार रखने के लिए भाषा की स्पष्टता बेहद जरूरी है।
4. **स्थानीयता**– यदि फीचर स्थानीय पत्र-पत्रिका के लिए तैयार किया गया है तो वहाँ की स्थानीय भाषा या शब्दों का प्रयोग अवश्य होना चाहिए। इससे स्थानीय लोगों में इसे पढ़ने के लिए जिज्ञासा उत्पन्न होती है।
5. **सामान्यता**– सामान्य बोलचाल में प्रयुक्त अच्छे और सटीक शब्दों की भी फीचर में मांग रहती है।
6. **गुणवत्ता**– फीचर के लिए अश्लील और गाली गलौज युक्त भाषा का प्रयोग नहीं करना चाहिए। न ही ऐसी भाषा प्रयुक्त करनी चाहिए, जिससे किसी की मानहानि होती हो।
7. **भावात्मकता**– भाषा का प्रयोग भावनाओं को स्पष्ट एवं प्रदर्शित करने का वाला होना चाहिए।
8. **उद्देश्यपरक**– शब्दों का प्रयोग चुने गए शीर्षक, घटना एवं तथ्यों को समझाने की दृष्टि से किया जाना चाहिए।

9. **तकनीकी पक्ष**- तकनीकी शब्दों का प्रयोग काफी सोच-समझकर करना चाहिए। यदि संभव हो तो प्रचलित तकनीकी शब्द का ही प्रयोग किया जाए।
10. **गरिमायुक्त**- लेखक को उपदेशात्मक एवं नीरस शब्दों का ज्यादा प्रयोग नहीं करना चाहिए।
11. **शैली**- लेखकों को भाषा के साथ-साथ शैली पर भी ध्यान देने की जरूरत है। फीचर लेखकों को निम्नलिखित शैली में से किसी शैली को फीचर के लिए चुनने का प्रयास करना चाहिए-
 1. व्यंग्यात्मक
 2. सूचनापरक
 3. विवरणात्मक
 4. विवेचनात्मक
 5. कलात्मक
 6. कल्पनात्मक
 7. भावात्मक
 8. संस्मरणात्मक
 9. वैज्ञानिक एवं तकनीकी
 10. व्याख्यात्मक
 11. चित्रात्मक
 12. तुलनात्मक
 13. तथ्यात्मक आदि।

भाषा शैली का उचित प्रयोग ही किसी फीचर की शान में इजाफा कर सकता है।

एक अच्छे फीचर के लिए चार पक्षों का सही समायोजन होना जरूरी है-शीर्षक, प्रस्तावना, मुख्य कलेवर और उपसंहार। फीचर को सही प्रस्तुतीकरण के लिए निम्नलिखित बातों पर ध्यान रखना चाहिए -

- सामग्री टाइप कराकर भेजनी चाहिए, साथ ही फुल स्केप पेपर के दाएं-बाएँ दोनों तरफ थोड़ी जगह छोड़कर लेखन कार्य किया जाना चाहिए।
- जहाँ चित्र का स्केच लगाना हो वहाँ पर चौकोर निशान बनाकर फोटो या चित्र का कैप्शन तथा संख्या लिख देनी चाहिए।
- कागज के ऊपरी भाग में बाईं तरफ विषय लिख देना चाहिए।
- फीचर की समाप्ति पर अपना नाम, पता और टेलीफोन नंबर लिखकर हस्ताक्षर कर देने चाहिए।
- फीचर के साथ संबंधित चित्र, फोटोग्राफ्स तथा कवरींग लेटर लगा देना चाहिए, जिसमें संपादक के नाम एक सूचना होती है कि लेख किस सम्बन्ध में भेजा जा रहा है।
- फीचर के प्रारम्भ में शीर्षक, उपशीर्षक को बोल्ट या डार्क कर दिया जाता है।
- फीचर न अधिक लंबा लिखें न संक्षेप में।
- फीचर को पाठकों की रुचि और समय के अनुकूल हर वर्ग को ध्यान में रखकर लिखा जाना चाहिए।

- फीचर को संबंधित पत्र या पत्रिका को भेजते समय कवरिंग लेटर, स्वनाम पता लिखा लिफाफा, पत्र की स्वीकृति के लिए लिफाफे के ऊपर लगा पोस्टकार्ड (जिस पर लेखक का पता लिखा हो) अच्छी तरह पिनअप किए गए पृष्ठ, संबंधित चित्र एवं फोटो ग्राफस भेजने का ध्यान रखना चाहिए।

पार्ट टाइम जॉब के रूप में अपनाएँ स्वतंत्र लेखन

यदि आप की लेखन में रुचि है तो आप स्वतंत्र लेखन कर आय अर्जित कर सकते हैं। इसके लिए कोई आवश्यक नहीं कि आप किसी पत्र-पत्रिका या पत्रकारिता से पूर्णकालिक रूप से जुड़ें। आप कहीं भी नौकरी कर रहे हों या व्यापार में लगे हों या शिक्षा ग्रहण कर रहे हों या आप गृहणी हैं, तो भी आप स्वतंत्र पत्रकार के रूप में लेखन कार्यों से जुड़ सकते हैं और आप इसे अपने पूर्णकालिक नौकरी या व्यवसाय या अन्य कार्य के साथ साइड बिजनेस या पार्ट टाइम जॉब के रूप में अपना सकते हैं। यदि आप की रुचि किसी विशेष क्षेत्र में हो, उदाहरणार्थ : किसी खेल, संगीत, कुकिंग, बच्चों के लिए लेखन, विज्ञान, बिजनेस, फिल्म, धार्मिक स्थलों की सैर या अन्य तो आप किसी मैगजीन या समाचार पत्र के लिए उस विशेष क्षेत्र में अपनी पसन्द के फीचर या रिपोर्ट लिख सकते हैं। समय-समय पर फीचर प्रस्तुत करते रहने से आपकी उस क्षेत्र में पहचान तो बन ही सकती है, आप को इन लेखों का पारिश्रमिक भी मिल सकता है। यह सच है कि स्वतंत्र पत्रकार नियमित आय के हकदार नहीं होते। उन्हें समय-समय पर किये गये कार्यों का ही पारिश्रमिक मिलता है। यह कार्य आप अपने खाली समय का सदुपयोग कर के पूरा कर सकते हैं। जरूरत आपकी न्यूज सेन्स की है।

स्वतंत्र लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक होता है। आप विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में स्वतंत्र पत्रकार या लेखक के रूप में अपनी प्रतिभा दिखा सकते हैं। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में कुछ विशेष कॉलम भी निकलते रहते हैं। यदि उसमें आपकी रुचि हो तो आप उसमें लिख सकते हैं। इसमें लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक है। उदाहरणार्थ आपके शहर आने वाले किसी विशेष व्यक्ति का साक्षात्कार, किसी उत्सव या महोत्सव, किसी व्रत त्योहार, किसी उभरती प्रतिभा आदि अनेक विषय हैं, जिस पर लिखा जा सकता है। मैगजीन या समाचार पत्रों में ऐसे लेखों के लिए कुछ स्थान होता है, किन्तु यह याद रखना चाहिए कि ऐसे विषयों के लिए बाजार सीमित होता है। इसलिए स्वतंत्र लेखन में अन्य विषयों पर भी ध्यान देने की जरूरत है। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं द्वारा विभिन्न समस्याओं या किसी विषय विशेष पर सामग्री की मांग की जाती है। यह विषय स्वतंत्र पत्रकारों के लिए होते हैं। सामान्यतया अधिकांश नियमित पत्रकार इन विषयों के लिखने के योग्य नहीं होते या वे अपने रूटीन बीट या कार्यों पर इतने व्यस्त होते हैं कि वे विशेष सामग्री के लिए समय नहीं निकाल पाते। इसलिए विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं को स्वतंत्र लेखकों की जरूरत होती है।

इसके लिए किसी संस्थान में प्रशिक्षण लेने की जरूरत नहीं होती। सामान्यतः लोग लेखन से मात्र लेख लिखने का तात्पर्य ही लगा बैठते हैं। जबकि स्वतंत्र लेखन की अनेक विधाएँ हैं। उदाहरणार्थ आत्मकथा, अनुवाद, कहानी, एकांकी, लेख, समीक्षा, यात्रा वृत्तांत, रेखाचित्र, व्यंग्य, फीचर और रिपोर्टाज। इनमें से किसी एक विधा में भी महारत हासिल कर आप आय अर्जित कर सकते हैं।

गुणों और विशेषता के आधार पर फीचर को निम्नलिखित भागों में विभक्त किया जा सकता है - साक्षात्कार फीचर, चित्रात्मक फीचर, सिनेमा फीचर, व्यावहारिक फीचर, खेल चिकित्सा, लोक संस्कृति, यात्रा, विज्ञान, प्रेरणात्मक फीचर, परिचयात्मक फीचर, समाचारात्मक फीचर, जीव जंतुओं पर आधारित फीचर, कृषि संबंधी फीचर व्यंग्य फीचर, बागवानी फीचर, ऐतिहासिक एवं पुरातात्विक फीचर, औद्योगिक फीचर, ज्योतिष एवं वास्तुशास्त्र संबंधी फीचर आदि।

लाभ -

फीचर स्वतंत्र लेखन अतिरिक्त आय का साधन तो है ही रचना प्रकाशित होने पर शोहरत एवं संतुष्टि भी मिलती है।

- रचनात्मकता बनी रहती है। लेखन का शौक पूरा करने का यह उचित साधन भी है।
- इस का कार्य क्षेत्र काफी व्यापक है। रचना के लिए आप कई लोगों से मिलते हैं तो आप का ज्ञान और पहचान भी बढ़ती है।

लेखन सामग्री का चुनाव-

एक स्वतंत्र लेखक तभी सफल होता है जब वह विषय वस्तु के घटनाक्रम का चयन भी सोच समझ कर करे। उन्हें सामग्री दो स्रोतों से मिल सकती है।

- प्राथमिक स्रोत - व्यक्तियों से मिल कर या स्वयं के अनुभव से प्राप्त करते हैं।
- द्वितीय स्रोत - विभिन्न पुस्तकों, पत्र-पत्रिकाओं, आत्मकथाओं, सरकारी व गैर सरकारी कार्यालयों, किंवदंतियों आदि से भी फीचर के लिए विषय का चयन किया जा सकता है।

समाचार समितियाँ और फीचर एजेंसियाँ-

समाचार समितियों और फीचर एजेंसियों को जनसंचार की रीढ़ माना जाता है। इन समितियों के पास हर विषय पर उचित दर में फीचर प्राप्त होते हैं। यह रजिस्टर्ड संस्था होती है जिसमें नियमानुसार संपादक, उपसंपादक, सहसंपादक, फोटोग्राफर, संवाददाता और फीचर लेखक होते हैं। पत्र-पत्रिकाओं, आकाशवाणी और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया भी इनसे फीचर लेते हैं।

फीचर प्रकाशन के दो तरीके हैं।

- व्यक्तिगत प्रयास
- एजेंसी के माध्यम से

स्वतंत्र लेखक पत्र-पत्रिकाओं के संपादक से मिल कर उनके पत्र-पत्रिका की आवश्यकतानुसार फीचर तैयार कर प्रेषित कर सकते हैं।

4.5 सारांश

किसी संस्था से जुड़े बिना भी स्वतंत्र रूप से लेखन किया जा सकता है। यही स्वतंत्र पत्रकारिता है। स्वतंत्र लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक होता है। वह विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में स्वतंत्र पत्रकार के रूप में कार्य कर सकते हैं। इसके लिए लेखन की किसी विधा में विशिष्टता प्राप्त कर सफल हो सकते हैं। स्वतंत्र पत्रकार पत्र-पत्रिकाओं, फीचर एजेंसियों, आकाशवाणी तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में सम्पर्क कर सफल पत्रकार बन सकते हैं। यह एक अतिरिक्त आय का साधन तो है ही लेखक को प्रसिद्धि भी दिला सकता है। इस क्षेत्र में भी पत्रकार की तरह आखें खुली रखने, खबर सूँघने और पाठकों की रुचि पहचानने की जरूरत है, साथ ही भाषा और शैली में भी अपनी विशेष पहचान बना कर विशिष्ट बन सकते हैं।

4.6 शब्दावली

स्वतंत्र पत्रकार - किसी संस्था से न जुड़कर मनोनुकूल लेखन करना।

- फीचर - हिन्दी में रूपक कहा जाता है। सचित्र, चटपटी, छोटी रचना फीचर है।
- आत्मकथा - अपनी जीवनी को अपने ही शब्दों में लिपिबद्ध करना।
- फीचर एजेंसी - फीचर की आपूर्ति करने वाली संस्था।

स्वतंत्र पत्रकारिता और
पत्रिका लेखन

4.7 संदर्भ ग्रन्थ

1. आधुनिक पत्रकारिता : डा० अर्जुन तिवारी
2. पत्रकार कला : विष्णुदत्त शुक्ल
3. हिन्दी पत्रकारिता : विविध आयाम - डा० वेद प्रताप वैदिक
4. रूपक लेखन : के० पी० नारायणन
5. फीचर लेखन : प्रेमनाथ चतुर्वेदी

4.8 प्रश्नावली

लघु प्रश्न

1. स्ट्रींगर कौन है?
2. फीचर और लेख की शिल्पगत तुलना कीजिए?
3. स्वतन्त्र पत्रकारिता के विविध क्षेत्र बताइए?
4. शैली के प्रमुख गुण बताइए?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. स्वतन्त्र पत्रकार की विशेषताएं लिखिए?
2. सुनामी तबाही पर फीचर लिखिए?
3. स्वतन्त्र लेखन की सफलता की चर्चा कीजिए?

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. स्वतन्त्र पत्रकार कौन है?
 - (क) वेतन भोगी पत्रकार
 - (ख) पूर्णकालिक पत्रकार
 - (ग) बिना किसी दबाव के स्वतन्त्र कार्य करने वाला
 - (घ) उपर्युक्त में कोई नहीं
2. लेख प्रकाशित कराने के तरीके हैं?
 - (क) व्यक्तिगत प्रयास
 - (ख) एजेंसी द्वारा
 - (ग) अखबार के कार्यालय के चक्कर द्वारा
 - (घ) उपर्युक्त में कोई नहीं

अन्तर्माध्यमों के लिए लेखन

3. स्वतन्त्र पत्रकारिता एक है -
(क) पूर्णकालिक व्यवसाय
(ख) साइड व्यवसाय
(ग) वेतन भोगी व्यवसाय
(घ) कोई भी नहीं
4. एक सफल स्वतन्त्र लेखक के गुण हैं -
(क) तर्क संगत दृष्टिकोण
(ख) व्यक्तियों की विशेष जानकारी
(ग) गतिशील शैली
(घ) उपर्युक्त सभी

उत्तर

1. (ग)
2. (क)
3. (ख)
4. (घ)





उत्तर प्रदेश

राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

PGDCWH-07

समाचार-संकलन

लेखन एवं सम्पादन

खण्ड

4

रेडियो एवं टीवी के लिए लेखन

इकाई 1

रेडियो समाचार

1-15

इकाई 2

रेडियो के विविध कार्यक्रम

16-24

इकाई 3

टीवी चैनल्स

25-39

इकाई 4

टी वी प्रोडक्शन

40-53

इकाई 5

फोटो एवं फिल्म

54-67

परामर्श-समिति

प्रो० देवेन्द्र प्रताप सिंह

कुलपति-अध्यक्ष

डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल

वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक

डॉ० आर०के० बसलस

कुलसचिव - सचिव

विशेषज्ञ समिति

1. प्रो० जे० एस० यादव, पूर्व निदेशक, भारतीय जनसंचार संस्थान, नयी दिल्ली
 2. प्रो० सूर्यप्रसाद दीक्षित, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ वि०वि०, लखनऊ
 3. प्रो० रामदेव शुक्ल, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं पत्रकारिता विभाग, गोरखपुर वि०वि०, गोरखपुर
 4. प्रो० श्यामसुन्दर शुक्ल, - अवकाशप्राप्त प्रोफेसर, भाषा विशेषज्ञ हिन्दी विभाग, काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, 33/71 रोहित नगर, नरिया, वाराणसी
 5. डॉ० रमेश चन्द्र त्रिपाठी, अध्यक्ष पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ
 6. श्री सुरेश प्रताप, वरिष्ठ उपसम्पादक, दैनिक जागरण, वाराणसी
-

सम्पादक

डॉ० अर्जुन तिवारी, पूर्व पत्रकारिता विभागाध्यक्ष, म. गाँ. काशी विद्यापीठ, वाराणसी

लेखक मंडल

1. प्रो० राम मोहन पाठक, निदेशक, म.मो.मा. हिन्दी पत्रकारिता संस्थान, म.गाँ.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
 2. डॉ० अरुण शर्मा, प्राध्यापक, पत्रकारिता विभाग, म.गाँ. काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
 3. डॉ० धीरेन्द्र नाथ सिंह, अवकाश प्राप्त सम्पादक, 'आज', वाराणसी।
 4. डॉ० सुमन दुबे, उप सम्पादक - 'आज', वाराणसी।
 5. डॉ० जयंत शुक्ल, शोध सहायक, डी.एस. रिसर्च सेन्टर, वाराणसी।
 6. श्री राघवेन्द्र मिश्र, पत्रकारिता विभाग, म.गाँ.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
-

परामर्श-समिति

प्रो० केदार नाथ सिंह यादव

कुलपति-अध्यक्ष

डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल

वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक

डॉ० रत्नाकर शुक्ल

कुलसचिव - सचिव

© उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

सर्वाधिकार सुरक्षित। इस पाठ्य सामग्री का कोई भी अंश उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना मिमियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

खण्ड - परिचय

खण्ड - 4 'रेडियो एवं टीवी के लेखन' की निम्नलिखित इकाइयाँ हैं -

1. रेडियो समाचार
2. रेडियो के विविध कार्यक्रम
3. टीवी चैनल्स
4. टीवी प्रोडक्शन
5. फोटो एवं फिल्म

प्रथम दो इकाइयों में रेडियो समाचार और रेडियो के विविध उपयोगी कार्यक्रमों की महत्ता बतलायी गयी है और उनके लेखन पर प्रकाश डाला गया है। टीवी के विभिन्न चैनल और कार्यक्रमों के निर्माण सम्बन्धी तथ्यों की जानकारी प्रशिक्षु पत्रकारों के निमित्त आवश्यक है। फोटो, फोटोग्राफी तथा फिल्म-जगत की गतिविधियों का अवगाहन कर एक सफल पत्रकार बना जा सकता है।

रेडियो एवं टीवी के लिए लेखन

रेडियो बिना कागज और बिना दूरी का समाचारपत्र है।

- लेनिन



Radio news writing demands greater compression which call for greater skill.

Andrew C. Lang.



"Television? the word is half Latin and half Greek. No good can come out of it."

- C. P. Scott.



When television is good, nothing is better.

When television is bad, nothing is worse.

- Newton Minno.



इकाई 1 रेडियो समाचार

इकाई की रूपरेखा

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 रेडियो समाचार सेवा
- 1.3 रेडियो समाचार कक्ष
- 1.4 रेडियो समाचार बुलेटिन के प्रकार
 - 1.4.1 विशेष समाचार कार्यक्रम
 - 1.4.2 रेडियो समाचार की विशेषताएं
- 1.5 समाचार प्रस्तुतीकरण
 - 1.5.1 समाचार का **वाचन**
 - 1.5.2 समाचार का **गठन** एवं शीर्षक निर्धारण
 - 1.5.3 समाचार
 - 1.5.4 समाचार की भाषा
 - 1.5.5 संक्षिप्त नामों का प्रयोग
 - 1.5.6 पद और नाम का प्रयोग
- 1.6 रेडियो समाचार: संकलन और सम्पादन
- 1.7 समाचार वाचन
- 1.8 रेडियो समाचारों का महत्त्व
- 1.9 सारांश
- 1.10 शब्दावली
- 1.11 संदर्भ ग्रंथ
- 1.12 प्रश्नावली

1.0 उद्देश्य

रेडियो जनसंचार का एक शक्तिशाली माध्यम है। अपनी पहुँच, सुलभता और सस्ती तकनीक के चलते यह आम लोगों के माध्यम के रूप में दर्शकों से अपनी पहचान बनाये हुए है। टीवी, कम्प्यूटर और इन्टरनेट तथा मल्टीमीडिया के धूम-धड़ाके के बीच भी रेडियो सूचना, शिक्षा और मनोरंजन का सर्वप्रिय माध्यम बना हुआ है। भारत में रेडियो समाचारों का एक विशाल पाठक वर्ग है जो करोड़ों की संख्या में है। प्रस्तुत पाठ में रेडियो समाचार पर प्रकाश डाला गया है। इस पाठ के अध्ययन के उपरान्त आप निम्नांकित तथ्यों से परिचित हो सकेंगे-

- रेडियो की समाचार सेवा, उसकी पहुँच तथा विस्तार।
- रेडियो समाचार कक्ष और समाचारों का प्रसारण।
- समाचार बुलेटिन के प्रकार।
- समाचार निर्माण प्रक्रिया।

- समाचार निर्माण के मूल तत्त्व।
- समाचारों का संपादन।
- समाचारों की उपयोगिता।

1.1 प्रस्तावना

रेडियो समाचार श्रोताओं के बीच अपनी निरन्तरता, सुलभता और विशिष्टता के चलते काफी लोकप्रिय हैं। समाचार निर्माण की कुछ बातें तो सभी माध्यमों के लिए लिखे जाने वाले समाचारों में समान होती हैं लेकिन माध्यमगत विशिष्टता के चलते रेडियो समाचारों के गठन का तरीका कुछ भिन्न होता है।

चूँकि रेडियो समाचार समय की सीमा से बंधे होते हैं और इनको दुहराना संभव नहीं होता अतः शब्द चयन, वाक्य की लम्बाई, लोकप्रिय नामों की लिखावट और समाचार वाचन का तरीका इनकी स्पष्टता के लिए महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। प्रस्तुत इकाई में रेडियो समाचार से जुड़े सभी पक्षों का सारगर्भित रूप से विवेचन किया गया है।

1.2 रेडियो की समाचार सेवा

भारत में रेडियो (आकाशवाणी) का समाचार सेवा प्रभाग विश्व के सबसे बड़े समाचार प्रसारण संगठनों में से एक है। यह 1937 में 'सेन्ट्रल न्यूज ऑर्गनाइजेशन' के रूप में अस्तित्व में आया। श्री लियानेल फिल्डन द्वारा ऑल इण्डिया रेडियो के डायरेक्टर जनरल का पद सम्हालने (1935 में) से पहले कलकत्ता रेडियो स्टेशन से अंग्रेजी और बँगला में तथा बम्बई रेडियो स्टेशन से अंग्रेजी और हिन्दुस्तानी में समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते थे। 1949 में समाचारों की पूल प्रणाली आरम्भ की गयी। इससे पूर्व 1945 में विदेश समाचार प्रभाग द्वारा पश्तो, नेपाली, हिन्दी, अंग्रेजी, गुजराती, तमिल, बर्मी, जापानी औप चीनी भाषाओं में प्रसारण आरंभ किये गये।

रेडियो के कार्यक्रमों में समाचार प्रसारण कार्यक्रम सबसे संवेदनशील और प्रतिष्ठापूर्ण कार्यक्रम है। यह श्रोताओं को सवेरे 6 बजे से लेकर रात के 12 बजे तक समाचार सुनाता है। 1939-40 में भारत में रेडियो पर 27 समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते थे जबकि इस समय रोजाना 364 बुलेटिन प्रसारित होते हैं। इनकी कुल प्रसारण अवधि 43 घंटे 10 मिनट की है। इनमें से 84 बुलेटिन दिल्ली से घरेलू सेवा में प्रसारित होते हैं और 45 क्षेत्रीय समाचार यूनितें प्रतिदिन 64 भाषाओं और बोलियों में 187 क्षेत्रीय समाचार बुलेटिन प्रसारित करती हैं। ए. आई. आर. एफ. एम. दिल्ली से हर घण्टे न्यूज हेडलाइन्स प्रसारित की जाती हैं। 'ए आई आर न्यूज आन फोन्स' की शुरुआत 1998 में की गयी। यह सेवा निर्दिष्ट फोन नम्बरों पर अंग्रेजी और हिन्दी में ताजा समाचार सुर्खियां उपलब्ध कराती है। चेन्नई केन्द्र से तमिल में 'न्यूज ऑन फोन्स' सेवा उपलब्ध है।

विदेश प्रसारण सेवा के तहत भारत में रेडियो पर 25 भाषाओं और बोलियों में कुल 17 घण्टे 56 मिनट अवधि के 139 समाचार बुलेटिन रोजाना प्रसारित किये जाते हैं। विदेश प्रसारण सेवा के तहत 25 भाषाओं (भारतीय और विदेशी) में कुल 8 घण्टे 47 मिनट अवधि के 64 समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते हैं। समाचार सेवा प्रभाग दिल्ली, मुम्बई, कोलकाता और चेन्नई से शुरु हुए एम एम दो चैनलों पर हर घण्टे समाचार बुलेटिन और समाचारों पर आधारित अन्य कार्यक्रम भी प्रसारित किये जाते हैं।

रेडियो के विशेष बुलेटिन जैसे खेल-कूद और युवाओं से संबन्धित बुलेटिन भी प्रसारित किये जाते हैं। दिल्ली से दो युवा बुलेटिन हिन्दी और अंग्रेजी में प्रसारित होते हैं। कोलकाता से

बंगला में युवाओं के लिए दो बुलेटिन प्रसारित होते हैं। हज यात्रा के दौरान दिल्ली से 5 मिनट का हज बुलेटिन जायरीन के लिए प्रसारित किया जाता है। इसके अलावा समाचार सेवा प्रभाग हिन्दी और अंग्रेजी में समाचारों पर आधारित कार्यक्रम और समीक्षाएँ भी प्रसारित करता है। हर रोज समाचारपत्रों की टिप्पणियों का कार्यक्रम प्रसारित किया जाता है। संसद के अधिवेशन के दौरान दोनों सदनों में हुई कार्रवाई के बारे में समीक्षा प्रसारित की जाती है। इसी तरह क्षेत्रीय समाचार इकाईयाँ राज्य विधानमण्डल की कार्रवाई की समीक्षा प्रसारित करती हैं।

समाचार सेवा प्रभाग का कार्य एक निदेशक की देख-रेख में होता है जो केन्द्रीय सूचना सेवा के वरिष्ठ प्रशासनिक वर्ग का एक सदस्य होता है। समाचार सेवा प्रभाग के निदेशक का पद उप-महानिदेशक पद के समकक्ष होता है। इसकी सहायता के लिए चार अतिरिक्त महानिदेशक एवं सात संयुक्त निदेशक स्तर के अधिकारी नियुक्त होते हैं। ये सामान्य समाचार कक्ष, समाचार संकलन इकाई, समसामयिक प्रसारण इकाई, भाषा इकाई, क्षेत्रीय, समाचार इकाई और अनुश्रवण इकाई का काम **देखते हैं**।

रेडियो के लिए अधिकांश समाचार **देशभर में** फैले उसके संवाददाताओं से प्राप्त होते हैं। भारत में 90 और विदेशों में विशेषतः कोलम्बो, ढाका, काठमाण्डू, हांगकांग, वाशिंगटन, दुबई और ब्रूसेल्स में सात नियमित संवाददाता हैं। आकाशवाणी के 246 अंशकालिक संवाददाता भी हैं जो महत्वपूर्ण जिला मुख्यालयों में **स्थित** हैं। देश के 500 से अधिक जिला मुख्यालयों पर अंशकालिक संवाददाता नियुक्त करने की कार्य योजना पर काम-चल रहा है।

1.3 रेडियो समाचार कक्ष

समाचार सेवा प्रभाग की गतिविधियों का मुख्य केंद्र एक केन्द्रीय समाचार कक्ष होता है जिसे 'जनरल न्यूज रूम' कहा जाता है। इस कक्ष का प्रभारी 'एडिटर-इन्चार्ज' होता है। उसके कामों में सहायता के लिए सहायक संपादकों की एक टीम होती है। यह टीम खबरों की पूल कॉपियाँ तैयार करने में मदद करती है। रोजाना उसे 4 लाख शब्द इससे प्राप्त होते हैं।

रेडियो न्यूज पूल में विविध स्रोतों से प्राप्त समाचारों को एकत्रित किया जाता है। इस प्रकार समाचारों के संग्रहकेन्द्र को पूल की संज्ञा दी जाती है। पूल से प्राप्त खबरों से पूल कॉपियाँ तैयार होती हैं। इन पूल कॉपियों के आधार पर आवश्यकताओं, जनाकांक्षाओं और रुचियों को ध्यान में रखते हुए विभिन्न क्षेत्रों के लिए समाचार बुलेटिन तैयार किये जाते हैं और उन्हें विभिन्न भाषाओं में अनुवाद करने के लिए भेज दिया जाता है। परन्तु हिन्दी में पूल को आधार मानकर बुलेटिन प्रायः स्वतंत्र रूप से तैयार किये जाते हैं। समाचार सेवा प्रभाग में देश की लगभग सभी भाषाओं की बुलेटिनों का प्रसारण होता है। इसके लिए हर भाषा एकांश में समाचार वाचक और अनुवादक होते हैं।

केन्द्रीय बुलेटिनों के अलावा देश के प्रायः हर राज्य में क्षेत्रीय भाषाओं में प्रादेशिक समाचार प्रसारित किये जाते हैं। उन्हें केन्द्रीय सूचना सेवा का एक अधिकारी-सहायक समाचार संपादक (Asstt. News Editor) तैयार करता है। उसकी सहायता के लिए केन्द्रीय सूचना सेवा का ही एक संवाददाता होता है। कई अंशकालिक संवाददाता भी होते हैं जो राज्य के विभिन्न जिलों में कार्यरत होते हैं और स्थानीय सूचनाएँ प्रादेशिक समाचार एकांशों को भेजते रहते हैं।

1.4 रेडियो समाचार बुलेटिन के प्रकार

भौगोलिक, समय और विषयवस्तु के आधार पर रेडियो समाचारों का वर्गीकरण किया जा सकता है। क्षेत्रीय आधार पर रेडियो समाचारों को -अन्तरराष्ट्रीय, राष्ट्रीय और क्षेत्रीय तीन वर्गों में बाँटा जा सकता है।

अंतरराष्ट्रीय समाचारों के रूप में रेडियो से कुल 8 घण्टे 47 मिनट अवधि के 64 समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते हैं। विदेश प्रसारण सेवा हर शनिवार को संयुक्त राष्ट्र समाचार प्रसारित करता है। इसके अलावा सार्क देशों, मध्य-पूर्व व दक्षिण-पूर्व एशिया के लिए इसके प्रसारणों में रात 9 बजे अंग्रेजी का राष्ट्रीय समाचार बुलेटिन भी प्रसारित किया जाता है। राष्ट्रीय समाचार के रूप में ऑल इण्डिया रेडियो से नियमित समाचार बुलेटिन प्रसारित होते हैं। इनका प्रसारण सभी केन्द्रों द्वारा किया जाता है और देश भर में इनको सुना जा सकता है। क्षेत्रीय केन्द्रों द्वारा क्षेत्रीय भाषाओं और बोलियों में क्षेत्रीय समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते हैं।

समय के आधार पर भी रेडियो समाचारों का वर्गीकरण किया जाता है। इसका मानक प्रसारण समय (अवधि) होता है। प्रातः 6 बजे से लेकर रात के 12 बजे तक रेडियो पर समाचार प्रसारित किये जाते हैं। इनमें 25 मिनट के दीर्घावधि समाचारों से लेकर 2-2-1/2 मिनट के मुख्य समाचारों का प्रसारण शामिल होता है। रेडियो पर 25 मिनट, 15 मिनट, 10 मिनट, 5 मिनट के विभिन्न समाचार बुलेटिनों का प्रसारण किया जाता है। 25-25 मिनट के धीमी गति के समाचार छोटे समाचारपत्रों के लाभ की दृष्टि से प्रसारित किये जाते हैं।

1.4.1 विशेष समाचार कार्यक्रम -

विशेष समाचार कार्यक्रम के अन्तर्गत रेडियो पर खेल, युवा, संसदीय गतिविधियाँ, हज यात्रा, समाचारपत्र समीक्षा, न्यूज रील आदि विविध विषयों पर समाचार परक प्रसारण किये जाते हैं। दिल्ली से दो युवा बुलेटिन प्रसारित होते हैं। श्रोताओं को मनोरंजक और दिलचस्प खबरें देने के लिए 7 अगस्त 1977 से हिन्दी में लोकरुचि समाचार बुलेटिन शुरू किया गया है। समाचारपत्रों में छपी खबरों पर कार्यक्रम अंग्रेजी और हिन्दी में प्रसारित होता है। पत्रों की सम्पादकीय टिप्पणियों के आधार पर राउण्डअप कार्यक्रम का प्रसारण होता है। न्यूजरील अंग्रेजी में और हिन्दी में 'समाचार दर्शन' कार्यक्रम सप्ताह में तीन दिन प्रसारित होते हैं। सामयिक विषय पर आधारित 'स्पॉट लाइट' कार्यक्रम प्रतिदिन प्रसारित होता है। हिन्दी में इसी प्रकार का कार्यक्रम 'सामयिकी' प्रसारित होता है। हर रविवार 'करेंट अफेयर्स' अंग्रेजी में और हिन्दी में 'चर्चा का विषय है' सामयिक महत्त्व के विषयों पर आधारित कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। 'राज्यों की चिठियाँ' समाचार परक कार्यक्रम प्रतिदिन प्रसारित होती है। संसद के सत्र के दौरान दिल्ली से संसद की समीक्षा प्रसारित होती है। हज यात्रा के दौरान विशेष हज बुलेटिन का प्रसारण किया जाता है।

1.4.2 रेडियो समाचार की विशेषताएँ

भारत में रेडियो समाचार वस्तुनिष्ठता, सत्यता और निष्पक्षता के आदर्शों के साथ-साथ राष्ट्र निर्माण के उद्देश्यों से भी बँधे होते हैं। सरकार द्वारा जारी दिशा-निर्देशों के अनुरूप विकासपरक एवं सरकारी नीतियों को उजागर करने वाले समाचारों को वरीयता दी जाती है। यही कारण है कि रेडियो प्रसारित होने वाले समाचारों में मंत्रियों व मंत्रालयों से जुड़े समाचारों की अच्छी संख्या होती है। इस संदर्भ में रेडियो समाचार प्रसारण की अपनी नीति है जिसके अनुसार केवल दुख और आपदा की खबरें ही समाचार नहीं होती हैं। राष्ट्रीय विकास के कार्यक्रमों का वर्णन भी समाचार में होना चाहिए।

1.5 समाचार प्रस्तुतीकरण

रेडियो श्रव्य माध्यम है। इस पर प्रसारित होने वाले समाचारों का समय निर्धारित होता है। अधिकतम 25 मिनट के समाचार बुलेटिन में 14 से 18 समाचार ही औसतन होते हैं। 1500-1600 शब्दों में पूरा समाचार बुलेटिन समाहित होता है। संक्षिप्त बुलेटिन तो 2 से 2-1/2 मिनट के ही होते हैं जिनमें केवल संक्षिप्त रूप में प्रमुख समाचारों का प्रस्तुतिकरण होता है।

रेडियो की कुछ माध्यमगत विशेषताएँ होती हैं। इसमें दुहराव और संग्रह का सुविधा नहीं होती। श्रोता को समाचार एक ही बार में स्पष्ट हो जाना चाहिए। ऐसा नहीं होने पर समाचार बेकार हो जाता है। रेडियो के लिए समाचार तैयार करना सावधानी भरा काम है जिसमें माध्यम के वैशिष्ट्य का हर शब्द, हर पंक्ति में ध्यान रखना पड़ता है।

सुनने के लिए लिखना सहज कार्य नहीं है। सुनने के लिए ऐसी भाषा लिखी जाती है जैसी बोली जाती है। इस भाषा का व्याकरण, वाक्य-विन्यास और शैली लिखित भाषा के व्याकरण और वाक्य-विन्यास से भिन्न होती है। अखबार को हम जितनी बार चाहे पढ़ सकते हैं। लेकिन रेडियो प्रसारण को अगर हमने एक बार में नहीं समझा, तो फिर नहीं समझेंगे क्योंकि जो कुछ प्रसारित होता है हवा में मिल जाता है। इसलिए रेडियो प्रसारण की भाषा ऐसी होनी चाहिए जिसे श्रोता पहली बार में ही समझ सकें।

1.5.1 समाचार का चयन

रेडियो समाचार बुलेटिन के लिए समाचारपत्रों के विपरीत अत्यन्त महत्वपूर्ण खबरें ही चयनित की जाती हैं। चयन का आधार समाचार में निहित उसका मूल्य या उसकी व्यापकता और विश्वसनीयता होता है। समाचार संपादक समाचारों का चयन करते समय यह ध्यान रखता है कि घटना व्यापक रूप से महत्वपूर्ण हो। इसके अतिरिक्त रेडियो से वही समाचार प्रसारित किये जाते हैं और जिनकी विश्वसनीयता असंदिग्ध होती है।

समाचार चयन का एक अन्य महत्वपूर्ण आधार बुलेटिन की थीम से जुड़ा होता है। सामान्य समाचार बुलेटिन में सभी प्रकार की खबरों को प्रसारित किया जाता है लेकिन अगर बुलेटिन विषय विशेष पर आधारित होता है तो खबरों के चयन का पैमाना भी बदल जाता है। जैसे खेल समाचार बुलेटिन में केवल खेल से जुड़े समाचारों का ही चयन होता है। इसी प्रकार अन्तरराष्ट्रीय प्रसारण के लिए ऐसे समाचारों का चयन किया जाता है जिसके प्रति विदेशी श्रोताओं की भी रुचि हो अथवा समाचार उनके लिए भी महत्वपूर्ण हो



विदेश नीति, आयात-निर्यात से जुड़ी सूचनाएँ, व्यापार नीति, आब्रजन नीति, कारपोरेट गतिविधियाँ, बड़ी घटनाएँ-दुर्घटनाएँ ऐसे समाचारों के रूप में चयनित की जाती हैं।

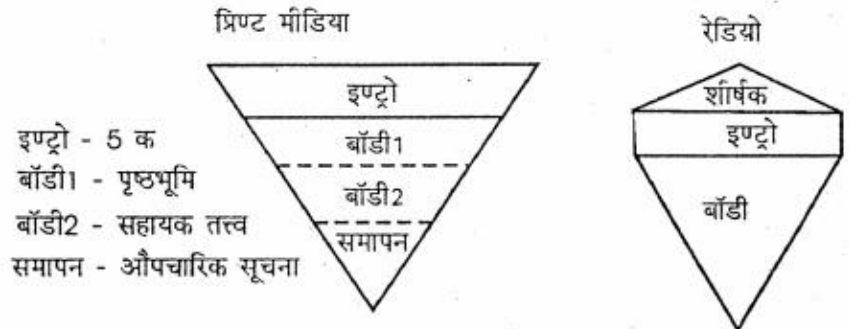
1.5.2 समाचार गठन एवं शीर्षक निर्धारण

रेडियो समाचार की संरचना प्रिण्ट मीडिया के समाचारों की संरचना से भिन्न होती है। प्रिण्ट मीडिया के समाचार में पारम्परिक शैली में विलोमी स्तूप संरचना का प्रयोग होता है। इसमें सर्वप्रथम समाचार का इण्ट्रो होता है जो समाचार का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा होता है। जिसमें

सहायक तत्वों (Supporting Facts)का समावेश किया जाता है।

रेडियो समाचारों में एक महत्वपूर्ण हिस्से के रूप में शीर्षक निर्धारण किया जाता है। दीर्घावधि बुलेटिनों में पहले शीर्षकों को प्रस्तुत किया जाता है और बाद में उन्हें थोड़ा विस्तार देकर दुहराया जाता है। सर्वप्रथम प्रमुख समाचार (Lead Story)दिया जाता है। उसके बाद अन्य खबरों को दिया जाता है। ऐसा करना श्रोताओं की दृष्टि से भी उपयोगी होता है क्योंकि यदि कोई श्रोता अपना रेडियो सेट समाचार बुलेटिन शुरू होने के बाद चालू करता है तो भी वह समाचारों को वह प्राप्त कर लेता है। बड़े बुलेटिन में अंत में भी समाचार शीर्षकों का पुनः वाचन किया जाता है।

प्रिण्ट मीडिया के परिप्रेक्ष्य में देखें तो रेडियो समाचार में मुख्य तत्व शीर्षक/यह इण्ट्रो का भी काम करता है। प्रिण्ट के समान इसमें विस्तार (Body) की गुंजाइश नहीं होती। विस्तार की बहुत व्यापक स्वतंत्रता रेडियो समाचारों में नहीं होती।



रेखाचित्र: समाचार संरचना

1.5.3 समाचार शैली

रेडियो समाचार बातचीत की शैली में लिखा जाना चाहिए। सरल और स्पष्ट रेडियो समाचार श्रोता को पूर्ण रूप से समझ में आते हैं। जटिल समाचारों को भी एक या दो मुख्य तत्व उभारकर सरल बनाया जाता है। समाचारों की लीड अत्यन्त संक्षिप्त होती है तथा जहाँ संभव हो 'वर्तमान काल' में ही वाक्यों की रचना की जाती है। समाचार के कारणों का शुरुआत में ही उल्लेख करते हैं जिससे श्रोता समाचार का मूल **या श्रोत** भी तुरन्त जान जाता है।

रेडियो समाचार लेखक जटिल तत्वों का सरलीकरण करता है। वह घटना के मुख्य तत्व तक सीधे पहुँच जाता है और कभी-कभी तो केवल मुख्य तत्व ही समाचार के तत्व के रूप में सम्मिलित होता है। रेडियो समाचारों के वाक्य संक्षिप्त होने चाहिए। लम्बे वाक्य न तो समाचार उद्घोषक ठीक से पढ़ पाता है और न ही श्रोता ठीक से समझ पाते हैं। औसतन रेडियो समाचार का एक वाक्य 13-14 शब्दों से ज्यादा नहीं होना चाहिए।

तालिका: वाक्य की लंबाई एवं श्रवणीयता

औसत वाक्य लम्बाई	श्रवणीयता
1. 1 से 8 शब्दों तक	अत्यन्त आसानी से समझने योग्य
2. 9 से 11 शब्दों तक	आसानी से समझने योग्य
3. 12 से 14 शब्दों तक	समझने योग्य
4. 15 से 17 शब्दों तक	ठीक से सुनकर समझने योग्य
5. 18 से 21 शब्दों तक	समझने में भूल चूक की संभावना
6. 22 से 25 शब्दों तक	ज्यादा भूल-चूक की संभावना

7. 26 से 29 शब्दों तक चूक होना अवश्यम्भावी

8. 30 शब्दों तक समझना अत्यन्त मुश्किल

चूँकि रेडियो समाचार एक या दो मुख्य तत्त्वों को ही स्पष्ट करते हैं अतः उनकी शुरुआत प्रायः कर्ता (Subject), क्रिया (Verb), कर्म (Object)के प्रतिरूप का अनुसरण करते हुए होती है। ऐसा इसलिए भी होता है क्योंकि रेडियो समाचार में सीधे 'क्या हुआ?' और 'किसने किया या कहा' स्पष्ट कर दिया जाता है।

संक्षिप्तता का तुलनात्मक उदाहरण

रेडियो समाचार	समाचारपत्र प्रस्तुति
पाकिस्तान क्रिकेट टीम ने आगामी भारत दौरे के तहत अहमदाबाद में टेस्ट मैच खेलने से मना कर दिया है। इस संदर्भ में पाकिस्तान टीम ने भारत से लिखित आग्रह भी किया है।	पाकिस्तान ने भारत के साथ अगले माह अहमदाबाद में क्रिकेट टेस्ट मैच खेलने से मना कर दिया है। पी सी बी के दल द्वारा सौंपी गयी रिपोर्ट के आधार पर पाक बोर्ड ने बी सी सी आई को लिखे एक पत्र में अहमदाबाद में खेलने पर ऐतराज जताया है।

उपर्युक्त समाचारों में से एक रेडियो पर जारी हुआ है और दूसरा समाचारपत्र में छपा है। रेडियो समाचार में दो वाक्यों में समाचार को पूर्ण कर लिया गया है। रेडियो कॉपी में कुल 22 शब्द प्रयोग में आये हैं जबकि समाचारपत्र कॉपी में 32 शब्द प्रयुक्त हुए हैं

1.5.4 समाचार की भाषा

रेडियो समाचार में बोलचाल की भाषा का प्रयोग होना चाहिए। बातचीत की शैली और संक्षिप्त नामों का प्रयोग श्रोताओं द्वारा ग्रहणीय होता है। सही और सटीक शब्दों का प्रयोग करना चाहिए। रेडियो समाचारों में उन शब्दों का प्रयोग अच्छा होता है जो सर्वथा उचित हों, आम लोगों की भाषा के हों और उनका उच्चारण भी ऐसा हो जो अर्थ से मेल खाता हो। वाक्यों में शब्दों को इस ढंग से पिरोना चाहिए कि श्रोताओं के दीमाग में आप जो कहना चाहते हैं उसकी तस्वीर खिंच जाये।

शब्द का उपयोग संदर्भ के अनुकूल करना चाहिए। अनौपचारिक शब्दों का प्रयोग अच्छा होता है लेकिन फूहड़ और देहाती शब्दों का प्रयोग उचित नहीं। 'अ' स्वरयुक्त शब्दों के प्रयोग में सावधानी बरतनी चाहिए। इन शब्दों के दोषपूर्ण उच्चारण से अर्थ का अनर्थ होने की पूरी संभावना रहती है। अच्छा तो यही होता है कि इस प्रकार के शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए। यदि प्रयोग आवश्यक हो तो व्याकरण के बजाय सुविधा का ध्यान रखते हुए उन्हें निम्नांकित प्रकार से लिखना चाहिए -

शब्दों का सामान्य रूप

असामान्य

अस्थायी

अस्थिर

रेडियो समाचार शैली

अ- सामान्य

अ- स्थायी

अ-स्थिर

विशेषणों और क्रिया विशेषणों के बदले केवल संज्ञा या क्रिया का ही प्रयोग करना चाहिए। इससे अपनी बात ठीक से कही जा सकती है अन्यथा विशेषणों और क्रिया विशेषणों के प्रयोग से सही अर्थ श्रोता या दर्शक तक पहुँचाने में बाधा उत्पन्न होती है। कई शब्दों के समूह के बदले अगर काम चल जाये तो एक ही सहज शब्द का प्रयोग ज्यादा अच्छा होता है।

तकनीकी शब्दों का प्रयोग समाचार प्रसारण में तब तक नहीं किया जाना चाहिए जब तक उनका प्रयोग आम आदमी नहीं करते हों। समाचार लेखन में प्रत्येक शब्द का महत्त्व होता है। अनावश्यक शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिए। प्रत्येक शब्द ऐसा होना चाहिए कि अगर उसे उसके स्थान से हटा दिया जाय तो समाचार अधूरा लगने लगे।

अनुवाद के समय भाषा की प्रकृति के अनुरूप शब्दों का चयन करना चाहिए। अपराध से जुड़े समाचारों में आरोपियों के लिए 'कथित' (Alleged) शब्द का प्रयोग करना चाहिए। अंकों का प्रयोग कम से कम करना चाहिए। अर्धविरामों का प्रयोग नहीं करना चाहिए। सर्वनाम के बजाय संज्ञा को दुहराना ज्यादा अच्छा होता है।

1.5.5 संक्षिप्त नामों का प्रयोग

संक्षिप्त शब्दों का प्रयोग रेडियो समाचारों में सावधानीपूर्वक किया जाना चाहिए। संक्षिप्त नामों में से कुछ नाम आम लोगों में भी प्रचलित हैं जैसे- एन टी पी सी (NTPC), एस बी आई (SBI), सी बी आई (CBI)। इनका पूरा नाम और संक्षिप्त नाम दोनों ही लोगों को पता होता है। कुछ संक्षिप्त नाम ही लोकप्रिय होते हैं और उनके विस्तार से लोग परिचित नहीं होते, जैसे- सार्स, टी० बी०, एड्स, डी डी टी आदि।

ऐसे संक्षिप्त नामों का प्रयोग बिना उनकी व्याख्या के किया जा सकता है। ये सर्वप्रचलित और सर्वग्राह्य होते हैं। लेकिन ऐसे संक्षिप्त नामों का प्रयोग नहीं करना चाहिए जिनसे भ्रम की संभावना हो।



1.5.6 पद और नाम का प्रयोग

समाचारों में व्यक्तियों के पद आदि का उल्लेख उनके नाम के पहले करना चाहिए, जैसे- प्रधानमंत्री मनमोहन सिंह लिखना ठीक है - न कि मनमोहन सिंह प्रधानमंत्री। कभी-कभी समाचारों में व्यक्तियों के नाम पद सहित बहुत लम्बे हो जाते हैं अतः उनको संक्षिप्त करके लिखा जा सकता है, जैसे राष्ट्रपति ए०पी०जे० कलाम, पूर्व प्रधानमंत्री देवगौड़ा आदि।

इसी प्रकार वक्तव्य या भाषण देते समय उद्धरण का प्रयोग वक्ता के नाम के बाद होना चाहिए अन्यथा श्रोता को वक्तव्य का अंश संदर्भ सहित याद रखने में परेशानी होती है।

'सीमापार तनाव घटाने के लिए पाक से वार्ता होगी- प्रधानमंत्री ने कहा।'

यह गलत प्रयोग है।

सही प्रयोग- 'प्रधानमंत्री ने कहा है कि सीमापार तनाव घटाने के लिए पाक से वार्ता होगी।'

1.6 रेडियो समाचार: संकलन और संपादन

रेडियो समाचारों का सारा ताना-बाना रिपोर्टर और संपादक द्वारा ही बना जाता है। रिपोर्टर ही पहला 'गेटकीपर' होता है जो किसी घटना का निर्धारण- 'समाचार है अथवा नहीं' के रूप में करता है। उसे रेडियो की अपेक्षाएँ और नियमावली का ज्ञान होता है तथा उसी के अनुरूप वह समाचारों का चयन करता है।

रिपोर्टर समाचारों को दो रूपों में भेजता है। कुछ सूचनाएँ तो वह लिखित रूप में प्रस्तुत करता है और कुछ सूचनाओं के लिए वह अपनी आवाज का प्रयोग करता है। आकाशवाणी संवाददाता द्वारा खबरों का प्रस्तुतिकरण हम अक्सर सुनते हैं। इससे बुलेटिन में जीवंतता आ जाती है और उसकी विश्वसनीयता भी मजबूत होती है।

संपादक 'रेडियो न्यूज पूल' में प्राप्त सूचनाओं का संपादन कर उसे प्रसारण के लिए तैयार करता है। रेडियो के 'न्यूज पूल' में रेडियो रिपोर्टर, संवाद समितियाँ, सरकारी विज्ञप्तियाँ, विविध अंतरराष्ट्रीय एजेंसियाँ, अनुश्रवण सेवा आदि से प्राप्त समाचार बनाने योग्य सूचनाएँ संग्रहीत होती हैं। यह संग्रह हजारों शब्दों में हो सकता है। इनमें से संपादक को 16-18 समाचारों का चयन अधिकतम करना होता है।

रेडियो समाचार के संपादक की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण होती है। समाचार का चयन, शीर्षकों का निर्धारण, वाक्य-विन्यास, शब्दों का चयन और समाचार का लेखन उसके उत्तरदायित्वों में सम्मिलित होते हैं। पूर्व में वर्णित नियमों के साथ-साथ



उसे दो बातों का हमेशा ध्यान रखना चाहिए कि वह समाचार सुनने के लिए तैयार कर रहा है और उसका लिखा समाचार दूसरे द्वारा पढ़ा जायेगा।

सरल, सुबोध, स्पष्ट और संक्षिप्त वाक्य-रचना वाली रेडियो स्क्रिप्ट समाचार वाचक के लिए सुविधा जनक होती है।

1.7 समाचार वाचन

रेडियो समाचार की सफलता के लिए उसका संतुलित वाचन भी महत्वपूर्ण होता है। रेडियो पर समाचार वाचन करने वाले व्यक्ति को समाचार वाचक (News Reader) कहा जाता है। समाचार वाचक में एक अच्छे उद्घोषक के सारे गुण मौजूद होने चाहिए। उसकी आवाज खनकदार हो जिसमें घरघराहट नहीं होनी चाहिए। उच्चारण की स्पष्टता और शब्दों को अलग-अलग करके उच्चारित करने की कला का उसे अभ्यस्त होना चाहिए। वाचन के समय आवाज में उतार-चढ़ाव की सटीकता से उसे परिचित होना चाहिए। यदि समाचार स्पष्ट नहीं होगा तो

1.8 रेडियो समाचारों का महत्त्व

रेडियो समाचार भारत में सर्वाधिक लोगों द्वारा सुने जाते हैं। लगभग शत-प्रतिशत जनसंख्या तक भारत में रेडियो प्रसारणों ने अपनी पहुँच बना ली है। ऐसे में लोगों को सम-सामयिक घटनाक्रमों से परिचित कराने की दृष्टि से इनकी उपयोगिता महत्त्वपूर्ण है। इसके अतिरिक्त रेडियो द्वारा पुष्ट श्रोतों से प्राप्त समाचारों का ही प्रसारण किया जाता है। इसकी खबरों में विकासात्मक गतिविधियों और विकास की तस्वीरों, नीतियों आदि का अच्छा वर्णन होता है। उनकी उपलब्धता और सर्वसुलभता के चलते लोगों तक पहुँच की दृष्टि से ये और भी महत्त्वपूर्ण हो जाते हैं।

1.9 सारांश

निष्कर्षतः कहा जा सकता है कि भारत में रेडियो एक महत्त्वपूर्ण और जनप्रिय जनसंचार माध्यम है। इसके समाचार कार्यक्रमों का एक विशाल पाठक वर्ग है रेडियो समाचारों की विशिष्ट संरचना होती है तथा समाचारों की रचना विशिष्ट सावधानियों की माँग करती है। स्पष्टता, सटीकता, सरलता, रेडियो समाचारों की जान होती है। रेडियो समाचारों के लिए एक विशाल संगठन काम करता है और यह सामूहिक कार्य का प्रतिफल होता है।

1.10 शब्दावली

रेडियो वार्ता	:	इसे रेडियो टॉक भी कहते हैं यह सम-सामयिक चर्चा है।
एड (Ad)	:	विज्ञापन का संक्षिप्त रूप
प्रसार	:	ब्राडकास्ट, फैलाना, चारों तरफ पहुँचाना

1.11 संदर्भ ग्रंथ

- (1) ई-जर्नलिज्म - डॉ० अर्जुन तिवारी, संजय बुक सेन्टर, वाराणसी
- (2) रेडियो और टेलीविजन समाचार कैसे लिखें, राम सागर शुक्ल, सनातन प्रकाशन, लखनऊ
- (3) बेसिक न्यूज रायटिंग, मेल विन मेंचर, ब्राउन पब्लिशर्स, नयी दिल्ली
- (4) आकाशवाणी, राम बिहारी विश्वकर्मा, प्रकाशन विभाग, नयी दिल्ली
- (5) भारत (संदर्भ ग्रंथ), प्रकाशन विभाग, नयी दिल्ली

1.12 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

- (1) रेडियो समाचार पूल क्या होता है?
- (2) केन्द्रीय समाचार कक्ष की संरचना बताएँ।
- (3) समाचार वाचक की भूमिका बताएँ।
- (4) रेडियो समाचार का निर्माण कौन करता है?

दीर्घ उत्तरीय

- (1) रेडियो समाचारों की निर्माण प्रक्रिया का वर्णन करें।
- (2) रेडियो समाचार सेवा का परिचय देते हुए समाचार बुलेटिनों के प्रकार बताएँ।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

- (1) 'सेण्ट्रल न्यूज ऑर्गनाइजेशन' कब अस्तित्व में आया

(क) 1934	(ख) 1937
(ग) 1940	(घ) 1945
- (2) भारत में रेडियो समाचार प्रसारित होते हैं-

(क) सुबह 6बजे से रात बारह बजे तक	(ख) सुबह 5.30से रात 11.30 बजे तक
(ग) सुबह 6बजे से रात 12.30बजे तक	(घ) इनमें से कोई नहीं।
- (3) 'चर्चा का विषय है' कार्यक्रम आधारित है-

(क) खेल पर	(ख) युवा मामलों पर
(ग) समसामयिक मुद्दों	(घ) विषय पूर्व निर्धारित नहीं होता
- (4) धीमी गति के समाचारों का लक्षित श्रोता वर्ग है-

(क) बड़े समाचारपत्र	(ख) मंद बुद्धि व्यक्ति
(ग) छोटे समाचारपत्र	(घ) कामकाजी महिलाएँ

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

- 1 ख
- 2 क
- 3 ग
- 4 ग

इकाई 2 : रेडियो के विविध कार्यक्रम

इकाई की रूपरेखा

- 2.0 उद्देश्य
- 2.1 प्रस्तावना
- 2.2 रेडियो जनसंचार का सशक्त माध्यम
 - 2.2.1 सूचनात्मक माध्यम
 - 2.2.2 शैक्षणिक माध्यम
 - 2.2.3 मनोरंजन का माध्यम
- 2.3 रेडियो के विविध कार्यक्रम
 - 2.3.1 संगीत
 - 2.3.2 विविध भारती या विज्ञापन सेवा
 - 2.3.3 वार्ता तथा परिचर्चा
 - 2.3.4 नाटक
 - 2.3.5 रेडियो रूपक
 - 2.3.6 ग्रामीणों के लिए कार्यक्रम
 - 2.3.7 महिला कार्यक्रम
 - 2.3.8 बाल एवं युवा कार्यक्रम
 - 2.3.9 शिक्षा कार्यक्रम
 - 2.3.10 खेल कार्यक्रम
 - 2.3.11 विशेष कार्यक्रम
 - 2.3.12 समाचार एवं समसामयिक विषय पर आधारित सेवाएँ
 - 2.3.13 विदेश सेवाएँ
- 2.4 रेडियो के चैनल
 - 2.4.1 प्राथमिक चैनल
 - 2.4.2 राष्ट्रीय चैनल
 - 2.4.3 विविध भारती (विज्ञापन प्रसारण सेवा)
 - 2.4.4 एफ०एम० चैनल
 - 2.4.5 विदेश प्रसारण चैनल
- 2.5 रेडियो का ध्वनि अभिलेखागार
- 2.6 सारांश
- 2.7 शब्दावली
- 2.8 संदर्भ ग्रंथ
- 2.9 प्रश्नावली

2.0 उद्देश्य

रेडियो ने श्रोताओं को सूचना, मनोरंजन और ज्ञान पिपासा शान्ति के नये और बहुरंगी कार्यक्रम उपलब्ध कराये हैं। प्रस्तुत पाठ के अध्ययन के उपरांत आप निम्नांकित तथ्यों से परिचित हो सकेंगे-

- जनसंचार माध्यम के रूप में रेडियो
- रेडियो के विविध कार्यक्रम
- विशेष वर्गों के लिए रेडियो कार्यक्रम
- विशेष आयोजन परक कार्यक्रम

2.1 प्रस्तावना

23 जुलाई 1927 ई० से भारत में रेडियो प्रसारण का नियमित शुभारम्भ हुआ। हालांकि मद्रास प्रेसीडेंसी क्लब द्वारा 13 जुलाई 1924 से ही रेडियो प्रसारण की शुरुआत भारत में की जा चुकी थी। तब से रेडियो प्रसारण भारत में एक जनमाध्यम के रूप में लोकप्रियता की नयी ऊँचाइयों का लगातार स्पर्श कर रहे हैं। अपने कार्यक्रमों की बहुरंगी आभा से रेडियो भारतीय जनता को लगातार मनोरंजन सूचना एवं शिक्षा से ओतप्रोत कार्यक्रमों से सराबोर कर रहा है।

भारतीय आर्य ग्रंथों में 'नाद ब्रह्म' और 'शब्द ब्रह्म' का उल्लेख मिलता है। वेदों में वर्णित है कि ध्वनि से सृष्टि की रचना हुई। ध्वनि में ही ब्रह्माण्ड का विस्तार होता है तथा ध्वनि में ही वह विलीन होता है। ध्वनि से वाणी की उत्पत्ति हुई। वाणी मन का यथार्थ चित्र है। ध्वनि के संप्रेषक रेडियो से वस्तुतः वाणी का बहुत विकास हुआ है। रेडियो साक्षर-निरक्षर सभी के लिए समान रूप से उपयोगी है। रेडियो लोकतंत्र का संबल और विश्व में विचारों के संप्रेषक का एक श्रेष्ठ माध्यम है। रेडियो तो आकाशीय विद्यापीठ (School of the Air) है जिसके द्वारा विश्व का ज्ञान हो जाता है।

2.2 रेडियो जनसंचार का सशक्त माध्यम

रेडियो अपनी सर्वसुलभता, सस्ती तकनीक एवं सर्वग्राह्यता के चलते विश्व में जनसंचार के सशक्त माध्यम के रूप में आज भी लोकप्रिय है। समुद्री लहरों के सीने से लेकर बर्फीली चोटियों भारी पर्वत श्रृंखलाओं तक, रेतीले धरातल से लेकर दलदली जमीनों तक भारत में रेडियो प्रसारण हर जगह उपलब्ध है। देश भर में फैली प्रसारण केंद्रों की व्यापक श्रृंखला के माध्यम से भारत में रेडियो लोकरुचि, जनहित एवं जनजागरूकता से जुड़े कार्यक्रमों का नियमित प्रसारण करता है। महिला, बच्चे, किसान, युवा, सैनिक, कामगार, व्यवसायी सभी के लिए उपयोगी सूचनाएँ रेडियो के पास हर समय उपलब्ध रहती हैं।

जनता के माध्यम के रूप में रेडियो की भूमिका को हम निम्नांकित भागों में विभक्त कर अवलोकित कर सकते हैं -

2.2.1 सूचनात्मक माध्यम

रेडियो साक्षर हो या निरक्षर, सभी के लिए सूचना प्राप्ति का सशक्त जरिया है। प्रातः 6 बजे से रात के 12 बजे तक समाचारों का प्रसारण कर यह विश्वभर में घटने वाली घटनाओं से श्रोताओं को परिचित कराता है। वैविध्यपूर्ण रेडियो समाचारों को पर्याप्त जगह मिलती है। समाचारों के अतिरिक्त विविध जनोपयोगी सूचनाएँ भी रेडियो श्रोताओं को उपलब्ध रहती हैं।

किसानों के लिए खेती से जुड़ी महत्वपूर्ण जानकारियाँ नियमित रूप से उपलब्ध रहती हैं। युवाओं को कैरियर संबंधी सलाह प्रदान कर रेडियो उनका सारगर्भित मार्गदर्शन करता है। पकवान विधि, बागवानी, पालतू जानवरों की देखभाल, बच्चों का पालन-पोषण, सभी उपयोगी सूचनाएँ रेडियो अपने विविध कार्यक्रमों के माध्यम से श्रोताओं तक पहुँचाता रहता है। समसामयिक परिचर्चाएँ श्रोताओं के सामान्य ज्ञान के स्तर को विकसित करने में मददगार होती हैं। विविध विशेषज्ञ अपनी सलाहों द्वारा रेडियो श्रोताओं को उपयोगी जानकारियाँ देते रहते हैं।

2.2.2 शैक्षणिक माध्यम

भारत में रेडियो प्रसारणों का लगभग 4% समय शिक्षा संबंधी कार्यक्रमों को दिया जाता है। रेडियो अनौपचारिक शिक्षा कार्यक्रम, बच्चों के लिए शैक्षणिक पाठ एवं डिग्री स्तर पर दूरवर्ती शिक्षा प्रणाली के परिक्षार्थियों के लिए 'यूनिवर्सिटी इन एयर' जैसे शिक्षा परक कार्यक्रम रेडियो द्वारा प्रसारित किये जाते हैं। लोगों को शिक्षित करने में रेडियो का योगदान अतुलनीय है। भारत में लगभग 35 करोड़ निरक्षर लोग मौजूद हैं। इनमें से अधिसंख्य लोग गाँवों में रहते हैं। इनके व्यावहारिक शिक्षण का महती दायित्व रेडियो पूरा करता है। वह उन्हें उपयोगी सूचनाएँ देकर इनके ज्ञान और जागरुकता के स्तर को ऊँचा उठाने का काम करता है।

2.2.3 मनोरंजन का माध्यम

रेडियो मनोरंजन का भी उपयोगी माध्यम है। गीत-संगीत, नाटक, फीचर, लोक संगीत प्रस्तुति, कविता, कहानी आदि विविध विधाएँ एवं धाराएँ रेडियो के द्वारा श्रोताओं को निरन्तर सुकून देने वाला मनोरंजन प्रदान करती हैं। भारत में रेडियो ने सोद्देश्यपूर्ण मनोरंजन करने के महती उद्देश्य को तन्मयता से पूरा किया है। भारतीय शास्त्रीय संगीत से आम जनता को परिचित कराने में रेडियो की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। लोक संगीत की स्थानीय महक को रेडियो ही इकलौता माध्यम है जो जनाकांक्षाओं के अनुरूप प्रसारित करता है।

2.3 रेडियो के विविध कार्यक्रम

निरन्तर प्रसारण की अकूत क्षमता वाले इस चमत्कारी माध्यम के कार्यक्रम फलक में अनूठी विविधता है। समाचार परिचर्चा, गीत, संगीत, नाटक, वार्ता, फीचर, सजीव प्रसारण, ग्रामीणों, बच्चों, युवाओं महिलाओं सबके लिए रेडियो के पास सभी तरह-के कार्यक्रम मौजूद हैं। रेडियो के कार्यक्रमों को हम प्रमुख रूप से निम्नांकित प्रकार से वर्गीकृत कर सकते हैं -

2.3.1 संगीत

रेडियो पर संगीत के विस्तृत कार्यक्रमों की श्रृंखला प्रसारित होती है। शास्त्रीय संगीत, लोक संगीत, समूह गान, वादन, वाद्य-वृन्द, सुगम संगीत, संगीत पाठ, भक्ति संगीत आदि संगीत कार्यक्रम रेडियो पर नियमित रूप से प्रसारित होते हैं।

हिन्दुस्तानी एवं कर्नाटक शैली के शास्त्रीय संगीत कार्यक्रम रेडियो पर नियमित रूप से प्रसारित होते हैं। अनेक ख्यातिलब्ध एवं उभरते कलाकारों की संगीत प्रस्तुतियाँ रेडियो के माध्यम से जन-जन तक पहुँचती हैं। नवोदित कलाकारों को प्रोत्साहन देने के उद्देश्य से रेडियो प्रत्येक वर्ष संगीत प्रतियोगिता भी कराता है।

रेडियो वाद्य-वृन्द की स्थापना 1952 में हुई। वाद्यवृन्दों का उद्देश्य भारतीय रागों और अन्य सामूहिक गायनों के आधार पर 'ऑर्केस्ट्रा' तैयार करना और विभिन्न प्रकार के वाद्यों का संतुलित रूप प्रस्तुत करना है। भारतीय लोक संगीत की समृद्ध परम्परा रही है। रेडियो के माध्यम से लोक संगीत को जन-जन तक पहुँचाया गया है। स्थानीय केन्द्रों द्वारा स्थानीय लोक कलाकारों की प्रस्तुतियाँ लक्षित श्रोताओं तक निरन्तर पहुँचती हैं। 8 जून 1953 से मुम्बई में लोक संगीत

यूनिट की स्थापना हुई व सुगम संगीत का प्रसारण किया जाने लगा। इसका उद्देश्य फिल्मी संगीत के अतिरिक्त अन्य संगीत को तैयार करना है। संगीत की शिक्षा देने के लिए संगीत पाठ का प्रसारण भी रेडियो पर होता है। पश्चिमी संगीत का भी रेडियो पर नियमित प्रसारण किया जाता है। प्रातः भक्तिपूरित भजन प्रसारित किये जाते हैं।

इसके अतिरिक्त फिल्म संगीत के जादू को जन-जन तक पहुँचाने का काम भी रेडियो ने किया है। फिल्म संगीत रेडियो पर सुना जाने वाला सर्वाधिक पसंदीदा कार्यक्रम है जिसके दिवाने पूरे देश में रेडियो पर फिल्म संगीत का आनन्द लेते हैं।

2.3.2 विविध भारती विज्ञापन सेवा

रेडियो के मनोरंजक चैनल 'विविध भारती सेवा' की शुरुआत अक्टूबर 1957 में हुई। उस समय लोकप्रिय फिल्म संगीत इसका मुख्य आकर्षक था। 1967 में 1 नवम्बर से इसपर व्यवसायिक प्रसारण शुरु हुए। विविध भारती सेवा 38 मीडियम वेव केन्द्रों और 4शार्टवेव केन्द्रों से दिन में 15 घण्टे मनोरंजन करती है। करीब 85 प्रतिशत कार्यक्रम संगीत पर आधारित होते हैं। इसके अतिरिक्त साक्षात्कार, नाट्य प्रस्तुतियाँ आदि भी प्रसारित की जाती हैं।

2.3.3 वार्ता तथा परिचर्चा

रेडियो के सभी केन्द्रों से वार्ताएँ तथा परिचर्चाएँ प्रसारित की जाती हैं। वार्ताओं तथा परिचर्चाओं का अखिल भारतीय कार्यक्रम 29 अप्रैल 1953 से शुरू हुआ। रेडियो वार्ता तथा परिचर्चा के मुख्य विषयों का निर्धारण तात्कालिक आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए किया जाता है। परिचर्चा के लिए प्रायः ऐसे विषयों को चुना जाता है जिनपर कई पहलुओं से विचार किया जा सके। ये विषय राष्ट्रीय-अन्तरराष्ट्रीय महत्त्व के हो सकते हैं। वार्ता में किसी खास विषय पर बातचीत होती है।

2.3.4 नाटक

रेडियो नाटकों का प्रसारण 1928 से ही शुरू हो गया था। नाटकों के अखिल भारतीय कार्यक्रम के अन्तर्गत पहला रेडियो नाटक 26 जुलाई 1956 को प्रसारित किया गया। शुरू में रेडियो नाटक भी रंगमंचीय नाटकों जैसे ही होते थे। राजनारायण मेहरा रे के नाटक 'नल दमयन्ती' को अधिकांश लोग हिन्दी का पहला रेडियो नाटक मानते हैं। यह 13 नवम्बर 1936 को प्रसारित हुआ था।

रेडियो को उच्च स्तरीय नाटककारों की सेवाएँ प्राप्त होती रही हैं। सआदत हसन मण्टो, कृष्ण चंद्र, उपेन्द्र नाथ 'अश्क', डॉ रामकुमार वर्मा, उदय शंकर भट्ट, सेठ गोविन्द दास, चन्द्रगुप्त विद्यालंकार, विष्णु प्रभाकर, चिरंजीत, मोहन राकेश, राजाराम शास्त्री, धर्मवीर भारती आदि लब्ध प्रतिष्ठ नाटककारों के नाटक रेडियो पर प्रसारित होते रहे हैं। रेडियो पर प्रति वर्ष 5 हजार से ज्यादा नाटकों का प्रसारण होता है। रेडियो नाटकों का मुख्य उद्देश्य राष्ट्रीय एकता, साम्प्रदायिक सद्भाव, सामाजिक न्याय, परिवार-कल्याण, दहेज-प्रथा का उन्मूलन तथा अन्य सामाजिक बुराइयों को दूर करने जैसे सामाजिक उद्देश्यों पर नाटक के माध्यम से प्रकाश डालना है। लेकिन मनोरंजन ही रेडियो नाटकों का मूल उद्देश्य होता है। अन्धा जोगी (एफ०सी० माथुर), पूरन भगत (कृष्ण लाल प्रेम), मालती माधव (जे०एन०श्रीवास्तव), विश्वामित्र (सेठ गोविन्द दास), अंधायुग (धर्मवीर भारती), हम हिन्दुस्तानी (चिरंजीत), रंगीन रोशनदान (के०पी० सक्सेना), विद्रूप (मुद्राराक्षस) आदि रेडियो के कुछ चर्चित और लोकप्रिय नाटक रहे हैं।

2.3.5 रेडियो रूपक

रेडियो रूपकों का प्रमुख उद्देश्य लोगों को मनोरंजन के साथ-साथ जानकारी देना भी है।

रूपकों का अखिल भारतीय कार्यक्रम 15 अगस्त 1956 से शुरू किया गया। रूपकों के अखिल भारतीय कार्यक्रमों में प्रायः देश के सामाजिक तथा सांस्कृतिक पहलुओं और विकास आदि के बारे में कार्यक्रम प्रस्तुत किये जाते हैं। रेडियो रूपक शब्द चित्र होते हैं जिनकी सौन्दर्यानुभूति से श्रोताओं को आनन्द का अनुभव होता है। हास-परिहास, व्यंग्य, ब्यक्ति-चित्रण, प्रकृति-चित्रण, उपयोगी विषय, यात्रा आदि रेडियो-रूपक के प्रमुख विषय होते हैं। सरल-सहज व चित्रात्मक शब्दावली एवं रुचिपूर्ण कौशल की मदद से रेडियो रूपकों को प्रसारित किया जाता है।

2.3.6 ग्रामीणों के लिए कार्यक्रम

ग्रामीण जनता एवं कृषि जगत के लिए रेडियो पर विशेष कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। भारत में ग्रामीण कार्यक्रमों का प्रसारण सर्वप्रथम उत्तर-पश्चिमी सीमान्त प्रान्त में 1935 में हुआ। उसी वर्ष इलाहाबाद (नैनी) कृषि विश्वविद्यालय में भी ग्रामीण प्रसारण शुरू किया गया।

कृषकों तथा ग्रामीण लोगों के लिए रेडियो के कुल प्रसारण समय का 7 से 8 प्रतिशत तक समय दिया जाता है। ग्रामीण कार्यक्रमों की अवधि प्रायः 30 से 75 मिनट की होती है। रेडियो ने ग्रामीण कार्यक्रमों को सटीक व उपयोगी बनाने के लिए ग्रामीण मंच की भी व्यवस्था की है जिसमें रेडियो से जुड़े लोग तथा प्रबुद्ध किसान शामिल होते हैं। खेती की तकनीकों, उन्नत बीजों, बागवानी, पशुपालन, मछली व कुक्कुट पालन, कृषि विपणन, कृषि ऋण व कृषि बीमा, रोगों से फसलों का बचाव, शुष्क या बाढ़ क्षेत्रों में बचाव के उपाय फसल व फसल चक्र का चुनाव आदि विविध ग्रामीणोपयोगी तथा सूचनाप्रद कार्यक्रम रेडियो पर प्रसारित किये जाते हैं। इसके अतिरिक्त स्थानीय ग्रामीण संस्कृति व कलाओं को भी रेडियो कार्यक्रमों का विषय बनाया जाता है।

2.3.7 महिला कार्यक्रम

रेडियो महिलाओं के लिए भी विशेष कार्यक्रमों का प्रसारण करता है। लगभग 2 प्रतिशत समय महिला कार्यक्रमों के लिए भी दिया जाता है। सप्ताह में दो से तीन बार महिलाओं के लिए 20 से 30 मिनट के विशेष कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। श्रमजीवी और ग्रामीण महिलाओं के लिए अलग कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। कैरियर, घर-गृहस्थी, पाक कला, हस्त शिल्प, कानूनी जानकारी, गृह-उद्योग, महिलाओं की स्वास्थ्य समस्या आदि पर विशेष रूप से कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है।

2.3.8 बाल एवं युवा कार्यक्रम

बाल कार्यक्रम आकाशवाणी के सबसे लोकप्रिय कार्यक्रमों में से एक हैं। बाल कार्यक्रमों का मुख्य उद्देश्य बच्चों में रचनात्मकता का विकास और उनकी जिज्ञासा शान्ति तथा ज्ञान के स्तर में वृद्धि करना होता है। रेडियो प्रसारणों के 20 प्रतिशत समय को बाल कार्यक्रमों पर खर्च किया जाता है। बाल कार्यक्रम में बच्चों के दो वर्ग- 3 से 6 वर्ष और 7 से 14 वर्ष के होते हैं। कार्यक्रम प्रायः क्षेत्रीय भाषाओं में प्रसारित किये जाते हैं। बाल कार्यक्रमों में कहानी, नाटक, स्क्रिप्ट, पहेली, कूट-प्रश्न (क्विज), लघु भेंट, वार्ता आदि का प्रसारण होता है।

युवा कार्यक्रम भी आकाशवाणी के लोकप्रिय कार्यक्रमों में से एक हैं। युवावाणी कार्यक्रम रेडियो प्रसारित करता है। युवाओं की रचनात्मक क्षमता का विकास, राष्ट्रीय निर्माण के उद्देश्यों के प्रति उन्हें सचेत करने और राष्ट्र निर्माण में उनकी भागीदारी बढ़ाने के उद्देश्य से युवावाणी कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। यह कार्यक्रम 15-30 आयुवर्ग के युवाओं को ध्यान में रखकर तैयार होते हैं। कविता-कहानी, पाठ, भेंटवार्ता, कैरियर सलाह, परिचर्चा, गीत-संगीत आदि कार्यक्रम के प्रमुख विषय होते हैं।

2.3.9 शिक्षा कार्यक्रम

लगभग 3.2 प्रतिशत समय रेडियो शैक्षणिक प्रसारणों के लिए देता है। देश में रेडियो पर

पहला स्कूली शिक्षा कार्यक्रम नवम्बर 1937 में कलकत्ता से शुरू किया गया था। रेडियो के शैक्षणिक कार्यक्रम विविध आयु वर्गों को ध्यान में रखकर बनाये जाते हैं। स्कूली बच्चों के लिए विशेष पाठ्यक्रम कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। दूरवर्ती शिक्षा प्रणाली के कार्यक्रम व विभिन्न विश्वविद्यालयों द्वारा तैयार कार्यक्रम भी प्रसारित किये जाते हैं। अध्यापकों को प्रशिक्षण देने के लिए भी कई राज्यों में कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं।

2.3.10 खेल कार्यक्रम में अग्रणी भूमिका निभाता

रेडियो महत्वपूर्ण राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय खेल प्रतियोगिताओं को व्यापक कवरेज देने में अग्रणी भूमिका निभाता है। दिल्ली से हिन्दी और अंग्रेजी में हर रोज खेल समाचार प्रसारित किये जाते हैं। वर्ष के दौरान कवर जाने वाली प्रमुख प्रतियोगिताएँ ग्रैंड स्लैम टेनिस आयोजन, क्रिकेट मैच श्रृंखलाएँ, फुटबाल लीग, थामस कप, उवेर कप, हॉकी श्रृंखलाएँ आदि हैं। आकाशवाणी खेल समीक्षा, आँखों देखा हाल, रेडियो रिपोर्ट आदि के माध्यमों से भी खेलों जैसे खो-खो, कबड्डी आदि पर रेडियो विशेष ध्यान दिया है।

2.3.11 विशेष प्रसारण

रेडियों पर सैनिकों, औद्योगिक श्रमिकों, जनजातियों वर्गों के लिए विशेष कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। इनमें उनके मनोरंजन, परांगत एवं वर्गगत विशेषताओं का ध्यान रखकर कार्यक्रम तैयार किये जाते हैं। सैनिकों के लिए 'जलमाला' लोकप्रिय कार्यक्रम है। सीमान्त क्षेत्रों में नियुक्त सैनिकों के लिए विशेष सैनिक सभाओं के कार्यक्रम भी प्रसारित किये जाते हैं। विविध भाषाओं में क्षेत्रीय केन्द्रों से भाषा पाठ प्रसारित किये जाते हैं। इसके अतिरिक्त स्मारक व्याख्यान मालाएँ संगोष्ठियों पर आधारित रपटें आदि भी विशेष कार्यक्रमों के रूप में प्रसारित होती हैं।

2.3.12 समाचार एवं समसामयिक विषय आधारित सेवाएँ

रेडियो सुबह 6 बजे से लेकर रात 12 बजे तक समाचार प्रसारित करता है इसके अतिरिक्त सम सामयिक महत्व के विषयों पर वार्ता, समीक्षा परिचर्चा आदि कार्यक्रमों का नियमित प्रसारण होता है। इनका विस्तृत उल्लेख पूर्ववती इकाई में किया गया है।

2.3.13 विदेश सेवाएँ

इलेक्ट्रॉनिक राजदूतों के रूप में रेडियो का विदेश सेवा प्रभाग भारत और शेष विश्व के बीच महत्वपूर्ण संपर्क कायम करता है। दुनिया के विदेश रेडियो नेटवर्कों में पहुँच और कवरेज रेंज दोनों दृष्टियों से इसका स्थान बहुत ऊँचा है। इसके कार्यक्रम करीब सौ देशों में सुनाई देते हैं, जो 17 विदेशी और 10 भारतीय भाषाओं सहित कुल 27 भाषाओं में प्रसारित किये जाते हैं। विदेश प्रसारण के जरिये भारतीय रेडियो का लक्ष्य विदेशों में में बसे अपने श्रोताओं को भारतीय लोकाचार से जोड़े रखना है। अंग्रेजी, फ्रेंच, तिब्बती, नेपाली, बर्मी, चीनी, थाई और इण्डोनेशियाई प्रसारण की प्रमुख विदेशी भाषाएँ हैं। प्रसारित कार्यक्रमों का स्वरूप मिलाजुला होता है और सामान्यतः समाचार, समसामयिक फीचर, भारतीय मीडिया की समीक्षा, खेल और साहित्य पर पत्रिका कार्यक्रम, वार्ताएँ और सामाजिक, सांस्कृतिक, राजनीतिक और ऐतिहासिक विषयों पर वार्तालाप कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। सभी प्रकार के संगीत कार्यक्रम भी पर्याप्त मात्रा में प्रसारित किये जाते हैं जिनमें भारतीय शास्त्रीय संगीत कार्यक्रमों पर विशेष ध्यान दिया जाता है।

2.4 रेडियो के चैनल

भारत में रेडियो की तीन स्तरीय प्रसारण प्रणाली- राष्ट्रीय, क्षेत्रीय और स्थानीय, प्रचलन में है। राष्ट्रीय चैनल अखिल भारतीय स्तर, क्षेत्रीय चैनल प्रादेशिक स्तर और स्थानीय चैनल क्षेत्र विशेष के श्रोताओं की जरूरतों को पूरा करते हैं। आकाशवाणी निम्नांकित चैनलों के जरिये

अपनी सेवाएँ संचालित करता है -

- (1) प्राथमिक चैनल
- (2) राष्ट्रीय चैनल
- (3) विज्ञापन प्रसारण सेवा (विविध भारती)
- (4) एफ०एम० चैनल
- (5) विदेश प्रसारण चैनल

2.4.1 प्राथमिक चैनल

आकाशवाणी के सार्वजनिक सेवा प्रसारण चैनल अर्थात् प्राथमिक चैनल अपने श्रोताओं के लिए 'सूचना मनोरंजन' (Infotainment) आधारित कार्यक्रम प्रसारित करते हैं। प्राथमिक चैनल के कार्यक्रम ज्यादातर मीडियम वेव फ्रिक्वेंसी पर प्रसारित किये जाते हैं, इनमें मिले-जुले कार्यक्रम शामिल किये जाते हैं। ये चैनल भारतीय शास्त्रीय संगीतपर बल देते हुए कला और संस्कृति को भी प्रोत्साहित करते हैं। प्राथमिक चैनलों के कुल प्रसारण में करीब 40 प्रतिशत संगीत की हिस्सेदारी है। प्रसारण समय के अन्तर्गत 25 से 30 प्रतिशत हिस्सेदारी समाचारों और समसामयिक विषयों पर आधारित कार्यक्रमों की होती है। इन चैनलों की पहुँच रेडियो के सभी चैनलों से अधिक है इसलिए ये अपने अधिकतम श्रोताओं द्वारा समझी जाने वाली भाषा के माध्यम से प्रसारण करते हैं।

2.4.2 राष्ट्रीय चैनल

भारत में रेडियो का राष्ट्रीय चैनल 1988 से शुरू किया गया। यह रात्रिकालीन सेवा है जिसका प्रसारण शाम 6.50 बजे से अगले दिन प्रातः 6.10 बजे तक होता है। इसका लक्ष्य फैक्टरी श्रमिकों, श्रमिकों, किसानों ड्राइवरों, सैनिकों और विद्यार्थियों जैसे श्रोताओं को विषम समय पर 'संपर्क और सूचना' आधारित कार्यक्रम उपलब्ध कराना है। राष्ट्रीय चैनल से हिन्दी, उर्दू और अंग्रेजी में कार्यक्रम प्रसारित होते हैं जिनमें हल्का और शास्त्रीय संगीत, समाचार, खेल और अन्य कार्यक्रम शामिल हैं। इसके कार्यक्रमों की पहुँच 76 प्रतिशत आबादी और 64 प्रतिशत क्षेत्र तक है।

2.4.3 विविध भारती (विज्ञापन प्रसारण सेवा)

यह आकाशवाणी का मनोरंजन चैनल है जिसकी शुरुआत 1957से हुई। पूर्व में इसका उल्लेख किया जा चुका है।

2.4.4 एफ एम चैनल

रेडियो दिल्ली, मुंबई, कोलकाता, चेन्नई, बंगलौर, पणजी, लखनऊ, कटक, और जालंधर से 9 एफ एम स्टूडियो चैनल संचालित करता है। इस सेवा का विस्तार अन्य शहरों तक किया जा रहा है। ये चैनल प्रस्तुतीकरण के लिए नये और ताजातरीन अंदाज के साथे शहरी श्रोताओं का भरपूर मनोरंजन करते हैं। हिन्दी, अंग्रेजी और क्षेत्रीय संगीत के अलावा एफ. एम. चैनलों पर हेल्पलाइन प्रोग्राम, चैट शो, फोन इन प्रोग्राम, लोकप्रिय लोगों के इण्टरव्यू आदि भी प्रसारित होते हैं। एफ एम चैनल से प्रसारित शहर के यातायात की स्थिति व शहर के मौसम की जानकारी श्रोताओं में काफी लोकप्रिय है।

समाचारों और मनोरंजन का मिला जुला चैनल एफ एम टू, 1 सितम्बर 2001 से शुरू किया गया है। इस चैनल पर हर रोज 18 घण्टे प्रसारण होता है। ए. आई. आर. एफ. एम. टू दिल्ली, मुंबई, कोलकाता और चेन्नई से सुना जाता है। हर घंटे हिन्दी और अंग्रेजी में प्रसारित होने वाले समाचार दिल्ली से संचालित होते हैं। शेष 3 चैनल संबद्ध क्षेत्रीय भाषा में समाचारों का प्रसारण करते हैं। एफ एम टू एक क्लासिक चैनल है, जिसके मनोरंजन कार्यक्रमों में स्वर्णिम पुराने गीत, गजलें और हल्का शास्त्रीय संगीत मुख्य रूप से छाया रहता है।

2.4.5 विदेश प्रसारण चैनल

भारतीय रेडियो 17 विदेशी और 10 भारतीय भाषाओं में विदेशों में प्रसारण करता है जो 100 देशों में सुने जाते हैं। इसका उल्लेख पूर्व में किया जा चुका है।

2.5 रेडियो का ध्वनि अभिलेखागार

भारतीय रेडियो का ध्वनि अभिलेखागार विश्व के उत्कृष्टतम रेडियो पुस्तकालयों में से एक है। राष्ट्रीय ध्वनि अभिलेखागार में संगीत के 12,500 टेप सहित विभिन्न स्वरूपों में लगभग 50 हजार टेप सुरक्षित हैं। दुर्लभ भाषण, संगीतकारों की रचनाएँ आदि इसमें संग्रहीत हैं अब इन ध्वनियों को कॉम्पैक्ट डिस्क के माध्यम से संग्रहीत किया जा रहा है।

2.6 सारांश

निष्कर्षतः हम कह सकते हैं कि भारत में रेडियो प्रसारण देश की सांस्कृतिक और भाषाई विविधता के अनुरूप कार्यक्रमों का प्रसारण कर जनता को शिक्षित करना, सूचित करना और मनोरंजन करना, तीन महती उद्देश्यों को पूरा करते हैं। इसके अतिरिक्त विदेशों में देश की छवि का निर्माण, राष्ट्रीय एकता को मजबूती और लोकतांत्रिक मूल्यों के विसरण (Diffusion) में भी रेडियो कार्यक्रम सशक्त उत्प्रेरक का कार्य करते हैं। बच्चे, जवान, बूढ़े, मजदूर, किसान, श्रमिक, महिलाएँ, शहरी व ग्रामीण जनता सभी के लिए रेडियो के पास विविध और अनूठे कार्यक्रम उपलब्ध हैं। रेडियो कार्यक्रम देश में 208 केन्द्रों की मदद से 24 भाषाओं और 146 बोलियों में अनवरत प्रसारण कर 90 प्रतिशत भारतीय भूभाग पर फैले 1 अरब से अधिक जनसंख्या तक पहुँचते हैं। 149 मीडियम वेव फ्रिक्वेंसी ट्रांसमीटर, 55 हाई फ्रिक्वेंसी शार्ट वेव ट्रांसमीटर और 130 फ्रिक्वेंसी मॉड्यूलेशन (एफ एम) ट्रांसमीटर के माध्यम से रेडियो कार्यक्रम भारतीय जनता को उपलब्ध हैं जिनमें से एफ एम सेवा उच्च स्तरीय प्रसारण के लिए विस्तृत बैंडविड्थ का इस्तेमाल करती है।

2.7 शब्दावली

फोन इन प्रोग्राम - फोन इन कार्यक्रमों में प्रस्तुतकर्ता सीधे संवाददाता या चुनिन्दा व्यक्ति से बात करता है जो बाहर (Field) में मौजूद होते हैं। इस प्रकार प्रसारण सजीवता का बोध कराता है। यह बातचीत फोन लाइन द्वारा होती है अतः इसे फोन इन कार्यक्रम कहते हैं।

स्पॉट (Spot) - रेडियो में विज्ञापन संबन्धी प्रसारण को स्पॉट कहा जाता है।

ओ०बी०वैन(O.B.Van) - इसे आउटडोर ब्रॉडकास्टिंग वैन कहते हैं। सजीव प्रसारण के लिए इसका प्रयोग किया जाता है। प्रसारण संबन्धी समस्त उपकरणों से यह वैन लैस होती है।

2.8 संदर्भ ग्रंथ

- (1) ई-जर्नलिज्म, डॉ० अर्जुन तिवारी, संजय बुक सेंटर, वाराणसी, 2002
- (2) आकाशवाणी, राम बिहारी विश्वकर्मा, प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली, 1987
- (3) भारत (संदर्भ ग्रंथ), प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली, 2004
- (4) आधुनिक पत्रकारिता, डॉ० अर्जुन तिवारी, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी, 2002

2.9 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

- (1) एफ एम रेडियो क्या होता है?
- (2) रेडियो के राष्ट्रीय चैनल से आप क्या समझते हैं?
- (3) रेडियो पर प्रसारित कुछ प्रमुख नाटकों और नाटककारों के नाम लिखें?

विस्तृत उत्तरीय प्रश्न

- (1) जन माध्यमों के रूप में भारत में रेडियो की भूमिका पर प्रकाश डालिए?
- (2) विशेष वर्गों के लिए रेडियो द्वारा प्रसारित कार्यक्रमों पर एक निबंध लिखें?

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

- (1) रेडियो को कहते हैं—
 - (क) चमत्कारी तकनीक
 - (ख) ज्ञान का खजाना
 - (ग) आकाशीय विद्यापीठ
 - (घ) कोई नहीं
- (2) विविध भारती सेवा की शुरुआत हुई—
 - (क) 1957
 - (ख) 1959
 - (ग) 1965
 - (घ) 1967
- (3) रेडियो की विदेशी सेवा कुल कितना विदेशी भाषाओं में प्रसारित होती है—
 - (क) 17
 - (ख) 27
 - (ग) 10
 - (घ) 11
- (4) रेडियो का प्रसारण प्रणाली है —
 - (क) द्वि स्तरीय
 - (ख) त्रिस्तरीय
 - (ग) बहुस्तरीय
 - (घ) उक्त आधार पर विभाजन नहीं
- (5) एफ एम का विस्तारित रूप है —
 - (क) फ्रिक्वेंसी मॉड्यूलेशन
 - (ख) फ्रिक्वेंसी मॉनीटरिंग
 - (ग) फ्रिक्वेंसी मीडियम वेव
 - (घ) फ्रिक्वेंसी मेन्टेनेन्स

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

- 1 ग
- 2 क
- 3 ग
- 4 ख
- 5 क

इकाई की रूपरेखा

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 टीवी की व्यापकता
- 3.3 टीवी का आरम्भ
- 3.4 टीवी चैनल्स
 - 3.4.1 दूरदर्शन के चैनल
 - 3.4.2 निजी नेटवर्कों के चैनल
 - 3.4.3 कुछ प्रमुख निजी प्रसारण नेटवर्क
 - 3.4.4 जी नेटवर्क
 - 3.4.5 स्टार समूह
 - 3.4.6 सोनी समूह
 - 3.4.7 टीवी दुडे समूह
 - 3.4.8 सहारा समूह
 - 3.4.9 इनाडु टीवी
- 3.5 चैनलों की प्रसारण व्यवस्था
 - 3.5.1 सेटेलाइट टीवी प्रसारण
 - 3.5.2 केबल प्रसारण व्यवस्था
 - 3.5.3 डी टी एच (डायरेक्ट टू होम)
 - 3.5.4 चैनलों की लोकप्रियता
- 3.6 चैनलों के लाभ
 - 3.6.1 वैविध्यपूर्ण मनोरंजन
 - 3.6.2 विशेषीकृत चैनलों की उपलब्धता
 - 3.6.3 सही व सत्यापित सूचनाओं की प्राप्ति
- 3.7 चैनलों का हानिपक्ष
- 3.8 नई प्रसारण नीति और भारतीय प्रसारण व्यवस्था
- 3.9 सारांश
- 3.10 संदर्भ ग्रंथ
- 3.11 शब्दावली
- 3.12 सम्बंधित प्रश्न

3.0 उद्देश्य

प्रस्तुत पाठ के अध्ययन के उपरांत आप निम्नांकित तथ्यों से परिचित हो सकेंगे-

- टेलीविजन प्रसारण और चैनल।
- भारत में दूरदर्शन एवं निजी प्रसारकों के चैनल।
- चैनलों के प्रसारण की प्रक्रिया और लोकप्रियता।
- प्रसारण व्यवस्था की केबल नेटवर्किंग।
- सीधे घरों तक प्रसारण की व्यवस्था।
- चैनलों की अधिकता के सकारात्मक एवं नकारात्मक पक्ष।

3.1 प्रस्तावना

आधुनिक जनमाध्यमों में से टीवी सर्वाधिक स्वीकार्य, लोकप्रिय और व्यापक जनमाध्यम है। सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के बहुआयामी उद्देश्यों के साथ यह भारतीय परिवारों की अनिवार्य आवश्यकता बन गया है। मध्यमवर्गीय परिवारों के लिए तो टीवी मनोरंजन का इकलौता माध्यम बन गया है। आज हर भारतीय का अपना पसंदीदा टीवी चैनल और टीवी कार्यक्रम है।

भारत में टेलीविजन की शुरुआत प्रायोगिक रूप से 1959 में हुई थी। प्रसारण के शुरुआती वर्षों में इसकी पहचान एक श्वेतश्याम माध्यम की थी। श्वेत-श्याम तस्वीरों के प्रसारण के साथ यह भारतीयों के लिए शिक्षा, सूचना और थोड़े से मनोरंजन का इकलौता घरेलू माध्यम था। यह दौर 1982 में बदला जब टीवी प्रसारण रंगीन हुए। इस समय तक टीवी के पास कुछ फिल्में और संक्षिप्त नाटक, गीत-संगीत, चर्चा-परिचर्चा और समाचार के कार्यक्रम होते थे।

1984 से भारतीय टीवी के मनोरंजन फलक का विस्तार हुआ और 'हम लोग' के रूप में प्रथम सोप ओपेरा भारतीय दर्शकों के लिए उपस्थित हुआ। 1984 से ही दिल्ली, मुंबई, कोलकाता और मद्रास के दर्शकों के लिए 'मेट्रो चैनल' के रूप में भारतीय दर्शकों को नये टीवी चैनल की सुविधा उपलब्ध हुई। अब दो टीवी चैनल- डी डी राष्ट्रीय और डी डी मेट्रो हो गये थे।

1984 से 1990 तक का दौर भारतीय टीवी जगत में इन दोनों चैनलों के विस्तार और टेलीविजन प्रसारण सुविधा के विस्तार का काल था। डी. डी. राष्ट्रीय चैनल पर एक के बाद एक लोकप्रिय सीरियलों का दौर जारी था। हम लोग के बाद बुनियाद, तमस, अड़ोस-पड़ोस, विक्रम बैताल, ये जो है जिन्दगी, मुजरिम हाजिर, निर्मला, मैला-आँचल आदि अनेक सीरियलों ने भारतीय दर्शकों का निरन्तर मनोरंजन किया। लेकिन टीवी दर्शकों की संख्या में वृद्धि तथा दर्शक संख्या और आमदनी दोनों के लिहाज से दो सीरियलों ने नया इतिहास रचा। ये सीरियल थे रामानन्द सागर का 'रामायण' और बी०आर०चोपड़ा का 'महाभारत'। इन सीरियलों की लोकप्रियता ने करोड़ों लोगों का नया दर्शक वर्ग पैदा किया। भारतीय टीवी के इतिहास में सर्वाधिक महत्वपूर्ण मोड़ प्रथम खाड़ी युद्ध 1991 के दौरान आया। अमेरिका न्यूज नेटवर्क सी एन एन के सौजन्य से भारतीय दर्शकों ने आधुनिक युद्ध का जीवंत प्रसारण देखा। आकाश में स्कड और पेट्रियार मिसायलों की टक्कर के रोमांचकारी दृश्यों ने भारतीय आकाश में निजी व विदेशी चैनलों के लिए पहला रास्ता बनाया। इस समय तक देश की आर्थिक नीतियों में बदलाव हो चुका था और उदारीकृत व्यवस्था में बहुदेशीय उपग्रहीय चैनलों के प्रवेश में कोई खास अड़चन नहीं थी। 1991-92 के बाद से भारत में टीवी दर्शकों के लिए चैनलों की बहुतायत उपलब्ध होने लगी। आज 250 के लगभग विभिन्न स्थानीय से लेकर विदेशी चैनल भारतीय दर्शकों को सीधे अथवा केवल आपरेटर्स की मदद से उपलब्ध हैं।

3.2 टीवी की व्यापकता

टेलीविजन ऐसा चमत्कारी माध्यम है जिसमें देखने और सुनने की बहुरंगी व्यवस्था उपलब्ध है। सूचना और मनोरंजन के सर्वाधिक लोकप्रिय साधन के रूप में यह अन्य इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों से मीलों आगे है। कुछ इतिहासकार एवं विशेषज्ञ आग के आविष्कार से भी ज्यादा जीवनोंपयोगी तथा पहिए के आविष्कार से भी ज्यादा गतिशील एवं मनोरंजक आविष्कार के रूप में टीवी का उल्लेख करते हैं।

3.3 टीवी का आरम्भ

पॉल निपकॉउ (Paul Nipkoue) 1884 में टीवी के मैकेनिकल स्कैनिंग सिस्टम की खोज की। यह एकल डिस्क स्पाइरल लेंसों की व्यवस्था थी जिसमें प्रत्येक लेंस टीवी पिक्चर की लाइन प्रेषित करता था। एक चक्कर में एक टीवी फ्रेम प्राप्त होता था। इसे निपकॉउ डिस्क के नाम से पुकारा गया। यह टीवी की महत्वपूर्ण प्रारम्भिक अवस्था थी। इस प्रयोग को आगे बढ़ाते हुए जनवरी 1926 में जे०एल०बेयर्ड ने विश्व का प्रथम वास्तविक टेलीविजन कार्यक्रम प्रसारित किया। प्रथम प्रयोग में बेयर्ड ने एक कक्ष से दूसरे कक्ष में टीवी सिग्नल भेजने में सफलता प्राप्त की थी। 1927 में वह टीवी सिग्नल लंदन से ग्लासगो भेजने में सफल हुआ यह काम टेलीविजन के तारों की मदद से किया गया था। 1928 में विश्व के पहले प्रायोगिक टेलीविजन स्टेशन की शुरुआत हुई।

बेयर्ड की तकनीक पर सन 1929 में पहली बार बी बी सी ने टीवी प्रसारण शुरू किया। 1932 से उसने नियमित मनोरंजक कार्यक्रम शुरू किये। 1936 में प्रसारण का यह व्यवस्था उच्च तकनीकी 'हाई रिजोल्यूशन' में बदली गयी। रंगीन टीवी सन 1941 में सामने आया। 1949 तक ब्रिटेन और अमेरिका में टीवी आम लोगों में प्रचलित हो चुका था। इस समय सी बी सी और एन बी सी अमेरिका में तथा बी बी सी यूरोप में प्रमुख चैनल प्रसारणकर्ता थे।

टीवी प्रसारण की तकनीकी प्रगति को हम निम्नांकित रूप से संक्षेप में अवलोकित कर सकते हैं -

सन	विकास का चरण
1897	फर्डिनान्ड ब्रायन द्वारा कैथोड रे ट्यूब आविष्कृत
1907	टीवी चित्र हेतु कैथोड रे ट्यूब का प्रयोग।
1023	आइकोनोस्कोप का पंजीकरण (इसे आधुनिक टीवी पिक्चर ट्यूब का अग्रज कहा जाता है)
1925-30	अमेरिका में श्वेत-श्याम प्रसारण प्रयोग
1938	जॉर्ज वेलेन्सी ने रंगीन टीवी का प्रारूप प्रस्तुत किया
1949	क्रॉमिनेन्स व ल्यूमिनेन्स तकनीक का एक चैनल में प्रयोग
1975	सोनी कम्पनी ने बीरामैक्स वी सी आर प्रस्तुत किया
1976	डॉल्बी ध्वनि व्यवस्था शुरू।
1978	फिलिप्स ने पहला विडियो लेजर डिस्क पेश किया।
1984	पहला उच्चकृत वी सी आर आया।
1985	स्टेरियो टीवी की शुरुआत।
1994	एच डी टी वी की शुरुआत।

लगभग 100 वर्षों की अपनी संक्षिप्त जीवन यात्रा में टीवी ने पूरे विश्व पर अपना प्रभुत्व जमा लिया है। आज यह मनुष्य के दैनिक जीवन का महत्वपूर्ण हिस्सा हो गया है। मनोरंजन के साधन के रूप में इसकी विशिष्ट पहचान है। दुनिया भर में हजारों टीवी चैनल लोगों के लिए उच्चस्तरीय नियमित प्रसारण उपलब्ध करा रहे हैं।

भारत में भी टीवी की लोक प्रियता जनमाध्यमों में सर्वाधिक है। देश की 75%से ज्यादा आवादी नियमित रूप से टीवी प्रसारणों को देख रही है। समाचार, गीत-संगीत धारावाहिक फिल्म व फिल्म आधारिक कार्यक्रम, इतिहास भूगोल, ज्ञान-विज्ञान, इन्फोटेन्मेंट आदि से जुड़े सैकड़ों चैनल भारत में नियमित रूप से दर्शकों को उबलबुद्ध है।

3.4 टीवी चैनल

भारतीय दर्शन के लिए टीवी व्यवस्था में आज सैकड़ों की संख्या में टीवी चैनल मौजूद है। चौबीसों घंटे दर्शकों के लिए विविध चैनल द्वारा नियमित रूप से कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। रसायन और विशेषीकृत दो तरह के चैनल भारतीय आकाश में मौजूद है। सामान्य चैनल सूचना मनोरंजन (Infotainment) चैनल होते हैं। इन चैनलों के कार्यक्रम फूलों से सम्मिलित गुलदस्ते की तरह होते हैं जिनमें कई प्रकार के कार्यक्रमों का समावेश होता है। ये कार्यक्रम सूचना मनोरंजन आदि विषयों पर आधारित होते हैं। ऐसे चैनलों पर फिल्में भी प्रसारित की जाती हैं और समाचार भी प्रसारित होते हैं। धारावाहिक चैट शो चर्चा परिचया यात्रा, फीचर, साक्षात्कार, प्रोगे आदि के माध्यम से दर्शकों का संपूर्ण मनोरंजन दन चैनलों पर किया जाता है। विशेषीकृत चैनलों में वे चैनल शामिल होते हैं जो किसी विषय विशेष को अपने प्रसारण का आधार बनाते हैं। बाज किचौबीस घंटे को समाचार चैनल उपलब्ध है जो हर क्षण नये समाचार उपलब्ध रहती है। सूचनात्मक चैनल भी उपलब्ध है जिनमें इतिहास भूगोल विज्ञान के गूढ रहस्य और ब्रह्माण्ड में उपस्थित मतात तत्वों की जानकारियां उपलब्ध करायी जाती हैं धार्मिक चैनल लोगों की आस्था के अनुरूप गीत संगीत भजन कीर्तन कथा व्याख्यान जाननकारी आदि धार्मिक पक्षों का प्रसारण करते हैं

भारत में टीवी दर्शकों के लिए उपलब्ध टीवी प्रसारणों की व्यवस्था को हम तीन स्तरों में विभाजित कर सकते हैं -

- (1) दूरदर्शन के चैनल
- (2) निजी प्रसारकों के उपग्रहीय चैनल
- (3) केबल चैनल

3.4.1 दूरदर्शन के चैनल

दूरदर्शन विगत 45 वर्षों से निरन्तर भारतीय दर्शकों को प्रसारण सुविधा उपलब्ध करा रहा है। इसकी पहचान सरकार द्वारा निर्देशित चैनल की है। अपने प्रसारण के शुरूआती 25 वर्षों तक र डी.डी. वन या नेशनल इकलौता चैनल था दूरदर्शन के दूसरे चैनल की शुरूआत डी डी मेट्रो के रूप में 1984 में हुई। अपनी शुरूआत के कुछ समय तक मेट्रो केवल चार महानगरों तक उपलब्ध था लेकिन धीरे धीरे इसकी उपलब्धता राष्ट्र व्यापी होती गयी

आज दूरदर्शन के नेटवर्क में 23 चैनल उपलब्ध है जिनके माध्यम से उसके कार्यक्रम दर्शकों तक पहुंचते हैं। यह चैनल अखिल भारतीय चैनल क्षेत्रीय भाषा उपग्रह चैनल राज्य नेटवर्क और अंतरराष्ट्रीय चैनल के रूप में वर्गीकृत किये गये हैं

अखिल भारतीय चैनल के रूप में डी डी-1 राष्ट्रीय चैनल है। इसपर राष्ट्रीय स्तर पर सूचना एवं मनोरंजन से सम्बन्धित कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। दूसरा अखिल भारतीय

चैनल डी डी 2 या मैट्रो मनोरंजन चैनल है। अब इसे डी डी न्यूज के रूप में परिवर्तित कर दिया गया है। डी डी स्पोर्ट भी अखिल भारतीय चैनल है जिसपर खेल गतिविधियों से जुड़े कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। इसपर महत्वपूर्ण मैचों का सीधा प्रसारण, खेल समाचार, खेल आधारित फीचर, साक्षात्कार, टिप्पणी व परिचर्चा आदि दिखाये जाते हैं। डी डी भारती भी दूरदर्शन का मनोरंजन चैनल है। इसके अतिरिक्त दूरदर्शन एक अखिल भारतीय शैक्षणिक चैनल डी डी-ज्ञानदर्शन से भी प्रसारण करता है। यह चैनल भारत सरकार के मानव संसाधन विकास मंत्रालय के सहयोग से संचालित होता है जिसपर औपचारिक और अनौपचारिक शिक्षा से जुड़े कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। 'डी डी इण्डिया' भी मनोरंजन चैनल है।

क्षेत्रीय भाषाओं में प्रसारण सुविधा उपलब्ध कराने के उद्देश्य से दूरदर्शन क्षेत्रीय भाषा उपग्रह चैनल भी उपलब्ध कराता है। 10 प्रमुख स्थानीय भाषाओं में दूरदर्शन के विभिन्न चैनल मौजूद हैं। इसके अतिरिक्त एक अन्य भाषायी चैनल पूर्वोत्तर की प्रमुख भाषाओं में निर्मित कार्यक्रमों का प्रसारण करता है।

क्षेत्रीय भाषा उपग्रह चैनल	
चैनल	भाषा
डी डी - 4	मलयालम
डी डी- 5	पोंडिगई-तमिल
डी डी-6	खोडिया
डी डी- 7	बंगला
डी डी- 8	तेलुगु
डी डी- 9	चंदना-कन्नड़
डी डी- 10	सहयाद्रि-मराठी
डी डी- 11	गुजराती
डी डी- 12	कश्मीरी
डी डी- 13	पूर्वोत्तर-पूर्वोत्तर की भाषायें
डी डी - 18	पंजाबी

दूरदर्शन चैनलों के राज्य नेटवर्क में डी डी 14 राजस्थान में, डी डी 15 मध्य प्रदेश में, डी डी 16 उत्तर प्रदेश में, डी डी 17 बिहार में, और डी डी 19 हिमाचल प्रदेश में प्रसारण करता है। इसके अतिरिक्त डी डी- वर्ल्ड दूरदर्शन का अन्तरराष्ट्रीय चैनल है जो अन्तर्राष्ट्रीय दर्शकों को ध्यान में रखकर कार्यक्रमों का प्रसारण करता है। डी डी वर्ल्ड एशिया, यूरोप, अमेरिका, अफ्रीका, और कनाडा में उपलब्ध है। यह बहुभाषी चैनल है और इसपर हिन्दी तथा अंग्रेजी नेटवर्क के अतिरिक्त पंजाबी, उर्दू, तमिल, तेलुगु, मराठी, कन्नड़, मलयालम और गुजराती में भी कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं।

3.4.2 निजी नेटवर्कों के चैनल

प्रथम खाड़ी युद्ध 1991 के बाद से भारतीय आकाश में निजी चैनल उपलब्ध हो गये हैं। सी एन एन और बी बी सी इसके प्रारम्भिक चैनल रहे हैं। केबल न्यूज नेटवर्क (सी एन एन)

अमेरिका चैनल है और विटिश ब्रॉडकास्टिंग कारपोरेशन ब्रिटेन से संचालित होता है। 1992 में भारत में पहले गैर सरकारी निजी नेटवर्क जी टीवी की शुरुआत हुई। इसके बाद स्टार, सोनी आदि प्रमुख चैनलों का आगमन हुआ।

भारतीय दर्शकों ने तेजी से सेटलाइट चैनलों का स्वागत किया। इससे उत्साहित अनेक भारतीय-विदेशी चैनलों का अस्तित्व सामने आया। ए टी एन, एम टीवी, वी म्यूजिक, सब टीवी, उदय, सन, ई-टीवी, डिस्कवरी, नेशनल, ज्योग्राफिक, टेन स्पोर्ट्स, अल्फा चैनल, तारा, सहारा टीवी आदि के प्रसारण भारतीय दर्शकों को सुलभ हुए।

भारतीय दर्शकों को आज अनेक प्रकार के चैनल उपलब्ध हैं, समाचारों के लिए अलग चैनल उपलब्ध हैं जो 24 घण्टे समाचार उपलब्ध कराते हैं। समाचार चैनलों के रूप में दर्शकों को डी डी-न्यूज, टीवी टुडे नेटवर्क के टीवी टुडे एवं आजतक, जी टीवी के जी न्यूज एवं जी बिजनेस न्यूज, स्टार टीवी का स्टार न्यूज, इण्डिया टीवी न्यूज चैनल, जैन टीवी न्यूज, जी एन बी सी, बी बी सी, सी एन एन, सहारा समूह का-सहारा राष्ट्रीय एवं सहारा क्षेत्रिय, एन डी टीवी का 24 x 7 हिन्दी व 24 x 7 अंग्रेजी में आदि समाचार पदक प्रमुख चैनल उपलब्ध हैं।

फिल्मों पर आधारित चैनल 24 घण्टे केवल फिल्म व फिल्म संबन्धी कार्यक्रम उपलब्ध कराते हैं। कुछ प्रमुख फिल्म आधारित चैनलों में जी सिनेमा, स्टार गोल्ड, जेड एम जेड, स्टार मूवीज, एच बी ओ, एक्शन सिनेमा, सेटमैक्स आदि हैं। गीत-संगीत और फिल्मी संगीत पर आधारित चैनलों में एम टीवी, वी म्यूजिक, ए टी एन, ई टी सी, ई टी सी पंजाबी आदि शामिल हैं। सूचना प्रधान चैनलों में नेशनल ज्योग्राफिक, डिस्कवरी, ज्ञानदर्शन, हीस्ट्री चैनल आदि हैं। फैशन और लाइफ स्टाइल पर एफ टीवी, ट्रेण्डज टीवी, जूम आदि चैनल हैं।

इसके अतिरिक्त करोंड़ों खेल प्रेमियों के लिए भी अनेक खेल आधारित चैनल हैं। टेन स्पोर्ट्स, स्टार समूह के स्टार स्पोर्ट्स एवं ई एस पी एन, दूरदर्शन का डी डी-स्पोर्ट्स तथा ऑस्ट्रेलियन चैनल-9 इनमें से प्रमुख हैं। धर्म आधारित चैनल में से आस्था, जागरण, क्यू टीवी आदि प्रमुख हैं। इसके अतिरिक्त भारतीय दर्शकों को सर्वाधिक आकर्षित करने वाले चैनल पारिवारिक मनोरंजन का पिटारा उपलब्ध कराते हैं। इन चैनलों को धारावाहिक चैनल का विशेषण भी दिया गया है क्योंकि निरन्तर प्रसारित होने वाले धारावाहिकों के जादू में आज नेशनल डी डी या डीडी वन के अतिरिक्त इनमें स्टार प्लस, जी टीवी, ई-टीवी, ए एक्स एन, हंगामा, सन, उदय, अल्फा आदि शामिल हैं। इनमें केवल सुविधायुक्त वर्ग में स्टार प्लस सर्वाधिक लोकप्रिय टीवी चैनल के रूप में उपस्थित है।

इन चैनलों ने पारिवारिक मनोरंजन को नया तेवर दिया है। इन पर प्रसारित धारावाहिकों ने एक विशाल दर्शक वर्ग खड़ा किया है। भारतीय टीवी जगत में दूरदर्शन के हमलोग (प्रथम भारतीय सोप ओपेरा), बुनियाद, रामायण, महाभारत, आदि कुछ प्रमुख आरम्भिक लोकप्रिय धारावाहिक रहे हैं। आज स्टार प्लस के क्योंकि सास भी कभी बहू थी, कहानी घर-घर की, कसौटी जिन्दगी की, सोनी का जस्सी जैसा कोई आदि ने लोकप्रियता की नई ऊँचाइयों को छुआ है। इस संदर्भ में अमिताभ बच्चन द्वारा प्रस्तुत 'कौन बनेगा करोड़पति' और शेखर सुमन का कार्यक्रम धारावाहिक इतर लोकप्रिय कार्यक्रम रहे हैं।

3.4.3 कुछ प्रमुख निजी प्रसारण नेटवर्क

आज भारतीय टीवी जगत में कई प्रमुख प्रसारण नेटवर्क अनेक चैनलों का प्रसारण करते हैं। इनमें दूरदर्शन के अतिरिक्त जी समूह, स्टार समूह, सोनी समूह, ई-टीवी समूह, सहारा समूह आदि प्रमुख हैं।

3.4.4 जी नेटवर्क

जी नेटवर्क या जी टेलीफिल्म्स लिमिटेड भारत का पहला गैर सरकारी सेटेलाइट चैनल माना जाता है। अक्टूबर 1992 में भारत में इसकी शुरुआत हुई और यह एशियासेट सेटेलाइट की मदद से अपने प्रसारण करता था। सुभाष चन्द्र (गोयल) जी टेलीफिल्म्स के मुख्य कर्ता-धर्ता हैं। भारत में जी टीवी ने मनोरंजन का एक नया स्वरूप टीवी दर्शकों के सामने रखा। लोकप्रिय धारावाहिकों, फिल्म आधारित कार्यक्रमों, साक्षात्कार व चैट शो आदि के माध्यम से इसने भारतीय दर्शकों में तेजी से अपनी पैठ बनाई। शुरुआत में जी टीवी इस समूह का इकलौता ध्वजवाहक चैनल था। धीरे-धीरे इसके चैनलों का विस्तार हुआ और आज जी टीवी ग्रुप के जी टीवी, जी सिनेमा, एक्सन सिनेमा, जी न्यूज, जी विजनेस, जी एम जी एम, जी इंग्लिश, जी टीवी- गुजराती, मराठी, पंजाबी, बंगला, तमिल, तेलुगु, जेड एजुकेशन, जी प्रीमियर सिनेमा, जी म्यूजिक आदि विविध मनोरंजक कार्यक्रम भारतीय दर्शकों को उपलब्ध करा रहे हैं। आज कुल 20 चैनल यह समूह संचालित कर रहा है।

3.4.5 स्टार समूह

सेटेलाइट टेलीविजन एशिया रीजन यानि स्टार भारत के केबल सुविधायुक्त घरों में सर्वाधिक पसंदीदा चैनल समूह है जिसका 'फ्लैग चैनल' स्टार प्लस अपने नाटकीय धारावाहिकों से भारतीय जनता का भरपूर मनोरंजन कर रहा है। जनमाध्यमों की दुनिया के बेताज बादशाह कहे जाने वाले रूफर्ट मरडोक के चैनल समूह के रूपमें इसकी विशिष्ट पहचान है। 1992-93 से स्टार वर्ल्ड अंग्रेजी चैनल के माध्यम से भारतीय दर्शकों को इस समूह का आगमन हुआ था। आज यह समूह दर्शकों को स्टार प्लस के रूप में इन्फोन्मेन्ट चैनल स्टार गोल्ड - हिन्दी फिल्म आधारित चैनल, स्टार वन धारावाहिक प्रधान चैनल, स्टार मूवीज अंग्रेजी फिल्मों का चैनल, स्टार स्पोर्ट्स व ई एस पी एन - खेल आधारित चैनल, स्टार न्यूज - समाचार चैनल आदि भारतीय दर्शकों को उपलब्ध कर रहा है।

3.4.6 सोनी समूह

सोनी की भारतीय दर्शकों को उपलब्ध प्रमुख चैनल समूह है जिसका आगमन जी और स्टार के बाद हुआ। सोनी टीवी इसका 'फ्लैग चैनल' है। इसके अतिरिक्त सेटमैक्स फिल्म आधारित चैनल है। जिसपर खेल प्रसारण भी होते हैं। डिस्कवरी-ज्ञान-विज्ञान पर आधारित उपयोगी, सूचनाप्रद एवं लोकप्रिय चैनल है। ए-एक्स एन पर अंग्रेजी में मनोरंजक कार्यक्रम व फिल्में दिखाई जाती हैं।

3.4.7 टीवी टुडे समूह

यह प्रतिष्ठित पत्रिका 'इंडिया टूडे' समूह का टीवी संस्करण है। हिन्दी में आजतक एवं अंग्रेजी में टीवी टुडे के माध्यम से यह भारतीय दर्शकों में सर्वाधिक लोकप्रिय समाचार प्रधान चैनल समूह है।

3.4.8 सहारा समूह

सहारा समूह मनोरंजन व समाचार परक चैनलों का संचालन करता है। सहारा वन मनोरंजन एवं सहारा समय प्रादेशिक तथा सहारा समय राष्ट्रीय इसके समाचार चैनल हैं।

3.4.9 इनाडु टीवी

इनाडु टीवी समूह विभिन्न भाषाओं में चैनल संचालित करता है। ईटीवी उत्तर प्रदेश, ई-टीवी बिहार इसके हिन्दी चैनल हैं। इसके अतिरिक्त उर्दू, तेलुगु, तमिल आदि भाषाओं में भी इसके चैनल उपलब्ध हैं।

इसके अतिरिक्त एनडी टीवी दो समाचार चैनल हिन्दी व अंग्रेजी में, अल्फा क्षेत्रीय भाषाओं में ई टीवी म्यूजिक हिन्दी, पंजाबी आदि अन्य समूह हैं।

चैनलों की प्रसारण व्यवस्था

भारतीय दर्शकों को उनके टीवी पर मनपसंद चैनल सेटलाइट प्रसारण व्यवस्था के तहत मुख्यतः प्राप्त होते हैं। विविध चैनलों का विभिन्न सेटलाइटों के जरिये प्रसारण होता है। केबल ऑपरेटर को शुल्क देकर या डीटी एवं सेवा के जरिये इन चैनलों को देखा जा सकता है।

3.5.1 सेटलाइट टीवी प्रसारण

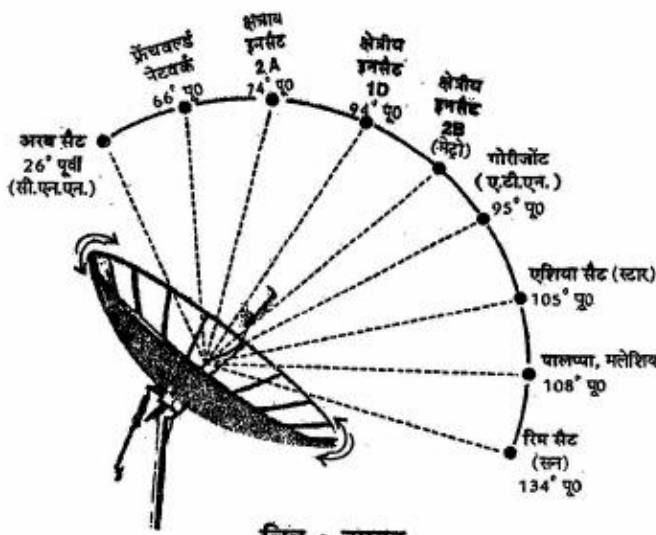
विश्व में सत्तर के दशक में मानव निर्मित उपग्रहों का प्रक्षेपण आरम्भ हो गया था। 1975 में आर्यभट्ट के प्रक्षेपण के साथ भारत ने भी इस क्षेत्र में कदम रखा। मानव निर्मित उपग्रह मानव द्वारा अंतरिक्ष में प्रक्षेपित यह मशीन है जिसके माध्यम से पृथ्वी व अन्य निर्धारित क्षेत्रों की अद्यतन सूचना, चित्र, जानकारी आदि संकेतों के माध्यम से प्राप्त होती है। उपग्रह को अंतरिक्ष में रॉकेट की मदद से स्थापित किया जाता है और इसकी एक निर्धारित कक्षा होती है जिसमें वह पृथ्वी का चक्कर लगाता है तथा उपकरणों की मदद से सूचनाओं को पृथ्वी स्थित सूचना प्राप्ति या नियंत्रण केन्द्र पर प्रक्षेपित करता है।

इन उपग्रहों के निम्न प्रमुख क्षेत्र हैं -

- (1) **दृश्य एवं श्रव्य संचार** - उपग्रहों की मदद से बाधा रहित, स्पष्ट तस्वीरें व रेडियो प्रसारण व्यवस्था संभव होती है।
- (2) **दूरसंचार** - उच्चस्तरीय संचार सुविधा टेलीफोन, टेलीग्राफ फैक्स आदि के लिए मिलती है।
- (3) **मौसम संबंधी सूचनाएँ** - मौसम संबंधी विभिन्न सूचनाएँ जैसे - बादल, वर्षा, हिमपात, तूफान, चक्रवात, सुनामी, फला आदि की जानकारी मिलती है।
- (4) **संसाधन खोज** - वन क्षेत्र, भूगर्भिक खनिज आदि की जानकारी प्राप्त की जाती है। जल स्रोतों, वनाच्छादन आदि का पता चलता है।

भारत में टीवी के विस्तार और विकास में सेटलाइट प्रसारणों की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। इनसैट श्रेणी के उपग्रहों से दूरदर्शन के प्रसारण में मदद मिली है। 10 अप्रैल 1982 में इस श्रेणी का पहला बहुउद्देश्यीय उपग्रह इनसैट -1ए प्रक्षेपित हुआ था। तबसे इनसैट -1 श्रेणी के चार (A,B,C,D) व इनसैट 2 श्रेणी के पाँच (A, B, C, D, E) तथा इनसैट-3 श्रेणी के उपग्रह 3-A प्रक्षेपित हो चुके हैं।

भारत में प्रसारित होने वाले कुछ प्रमुख टीवी चैनलों और उनसे संबंधित उपग्रहों का विवरण निम्नवत चित्र में स्पष्ट किया गया है -



चित्र : उपग्रह

वस्तुतः बहुराष्ट्रीय टीवी चैनल सेटेलाइटों के माध्यम से ही भारतीय दर्शकों को उपलब्ध होते हैं। पैनमसैट सेटेलाइट द्वारा बीबीसी, सी एन एन, डिस्कवरी, ई एस पी एन, होम टीवी, एम टीवी, सोनी, टी एन टी व म्यूजिक एशिया प्रसारित होते हैं। इन्टेलसैट से इनाडु, विजय, जेमिनी, सन आदि तथा थाईकाम 2/3 सेटेलाइट द्वारा पंजाबीवर्ल्ड, राज, एटीएन आदि चैनल भारतीय आकाश में उपलब्ध होते हैं।

3.5.2 केबल प्रसारण व्यवस्था

भारत में व्यवहारिक रूप से अभी भी अधिकांश सेटेलाइट चैनल केबल द्वारा ही घरों में उपलब्ध होते हैं। स्थानीय रूप से केबल ऑपरेटर उपभोक्ताओं से बतौर शुल्क धनराशि लेकर उन्हें केबल की मदद से प्रसारण सुविधा उपलब्ध कराता है। इसके अतिरिक्त आज केबल प्रसारण व्यवस्था द्वारा अनेक स्थानीय चैनल भी प्रसारित किये जाते हैं। स्थानीय चैनलों के रूप में ये चैनल उपलब्ध केबल प्रसारण सुविधा की मदद से बिना सेटेलाइट लिंक के दर्शकों को उपलब्ध होते हैं। इन्हें केबल चैनल भी कहा जाता है।

केबल नेटवर्क की शुरुआत भारत में सेटेलाइट चैनलों के आगमन के पूर्व ही हो चुकी थी। पंच सितारा होटलों में केबल की मदद से वीडियो क्लिपिंग्स और फिल्में कमरों में ठहरे लोगों को दिखाई जाती थी। मुंबई में स्थानीय रूप से मासिक शुल्क लेकर घरों में पायरेटेड कैसटों की मदद से फिल्में दिखाने का धन्धा काफी लोकप्रिय था।

सेटेलाइट चैनल भी भारत में केबल के जरिये ही घरों तक पहुँचे। स्थानीय आधार पर एक ही शहर में कई केबल ऑपरेटर डिश एण्टेना की मदद से लोगों को सेटेलाइट चैनल दिखाते थे। तकनीकी प्रगति और ग्राहक संख्या बढ़ने से केबल ऑपरेटरों ने भी अपनी क्षमता में वृद्धि कर ली और जी टीवी की मदद से सिटी केबल नेटवर्क का भारत में नगरीय क्षेत्रों में विस्तार हुआ। सिटी केबल सिस्टम में एक नगर में एक प्रधान प्रसारक होता है जो अनेक छोटे केबल ऑपरेटरों की मदद से प्रसारण की व्यवस्था करता है। वही सेटेलाइट पे चैनलों को भुगतान करता है और ग्राहक संख्या का रिकार्ड रखता है।

इस व्यवस्था से केबल चैनल का विकास हुआ है और स्थानीय स्तर पर कार्यक्रम निर्माण व प्रसारण संभव हुआ है। आज देश में जहाँ भी यह नेटवर्क कायम है वहाँ पर स्थानीय रूप से एक दो चैनल जरूर चलते हैं जो स्थानीय समाचार, सांस्कृतिक आयोजन, चैट शो, परिचर्चा, साक्षात्कार, गीत-संगीत आधारित कार्यक्रम और फिल्मों आदि का प्रसारण करते हैं।

सिटी केबल की प्रसारण व्यवस्था ने टीवी पर रेडियो की भाँति स्थानीयता का पुट लिए कार्यक्रमों के निर्माण और प्रसारण की संभावनाओं को सच्चाई में बदलकर टीवी को उपयोगी बना दिया है।

3.5.3 डी. टी. एच. (डायरेक्ट टू होम)

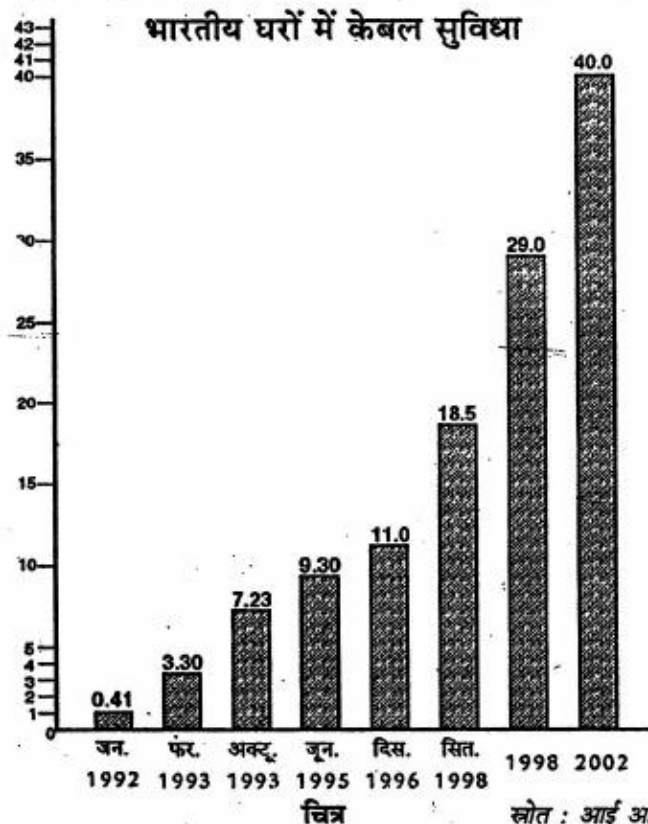
डी टी एच सेवा एक ऐसी सेवा है जिसके टीवी कार्यक्रमों/ चैनलों को एक छोटी सी डिस्क और डिकोडर या सेट टॉप बॉक्स सिस्टम के माध्यम से उच्च फ्रिक्वेंसी के यू बैण्ड के जरिये सीधे दर्शक के घर तक पहुँचाया जा सकता है। 15 मार्च 2001 को डी टी एच के बारे में व्यापक दिशा-निर्देश जारी किये गये और यह क्षेत्र प्रसारकों के लिए भारतीय स्वामित्व की शर्तों के साथ खोल दिया गया है। डी टी एच सेवा का विकास अभी आरम्भिक अवस्था में है लेकिन यह तेजी से भारतीय दर्शकों में लोकप्रिय हो रहा है।

डी टी एच प्रसारण प्रणाली में के यू बैण्ड सेटलाइट की मदद से भारत को स्थानीय आधार बनाकर देश में सुविधा दी जा सकती है। छत के ऊपर रखे 60 से 120 सेमी व्यास के डिश एण्टिना की मदद से उच्च स्तरीय डिजिटल टीवी प्राप्त होते हैं। प्रारम्भिक रूप से इसके लिए ब्रॉडकास्टर को के यू बैण्ड सेटलाइट लिंक स्टेशन जमीन पर कायम करना होगा। घरों में लगे टीवी रिसेीवर तक इस सिग्नल का पुनर्वितरण कर डी टी एच सुविधा घरों तक पहुँचायी जा सकती है।

डी टी एच सुविधा की मदद से स्थानीय केबल ऑपरेटरों के शोषण से उपभोक्ता को मुक्ति मिल जाती है और वह वाजिब शुल्क पर मनचाहे चैनलों को देख सकता है। उपभोक्ताओं को डी टी एच तकनीक अपनाने से ज्यादा चैनल देखने की सुविधा प्राप्त हो जाती है तथा अनेक विदेशी चैनलों को वह देख सकता है। भारत में टीवी प्रसारण के क्षेत्र में डी टी एच नयी तकनीक के रूप में विस्तार ले रहा है।

3.5.4 चैनलों की लोकप्रियता

भारत में टीवी चैनलों की लोकप्रियता में तेजी से इजाफा हुआ है। अपने शुरूआती वर्ष में मात्र चार लाख दर्शक जहाँ इनके पास थे, वहाँ आज लगभग पाँच करोड़ घरों में टेलीविजन ने अपनी पहुँच बना ली है। दूरदर्शन दर्शकों की गणना को छोड़कर यदि केवल केबल कनेक्शन के आँकड़े भी देखें तो लोकप्रियता का अंदाजा लगाया जा सकता है।



स्रोत : आई आर एस वेबसाइट

3.6 चैनलों के लाभ

भारतीय दर्शकों के लिए टीवी चैनल्स से मनोरंजन, सूचना और शिक्षा के नये आयाम उपलब्ध हुए हैं। विश्व स्तरीय कार्यक्रम और विश्वभर के कार्यक्रम भारतीय टीवी स्क्रीनों पर उपलब्ध हुए हैं। अब दर्शक के पास यह विकल्प उपलब्ध है कि जो वह देखना चाहता है वही देखे। टीवी चैनल्स ने कार्यक्रम वैविध्य के माध्यम से दर्शकों को अनेक विकल्प उपलब्ध कराये हैं। हम संक्षेप में टीवी चैनल्स के लाभों को निम्नांकित शीर्षकों के तहत स्पष्ट कर सकते हैं –

3.6.1 वैविध्यपूर्ण मनोरंजन

चैनल्स के आगमन से भारतीय दर्शकों को ताजा और वैविध्यपूर्ण मनोरंजन उपलब्ध हुआ है। मनोरंजन को ध्यान में रखकर अनूठे अंदाज में तैयार कार्यक्रम काफी सफल भी साबित हुए हैं। धारावाहिकों की एकरसता के बीच इस तरह के कार्यक्रमों से लोगों को राहत मिली है। साक्षात्कार, चैट शो, अन्ताक्षरी, फीचर, क्लिपिंग, प्रतियोगिताएँ आदि अनेक आधारों पर नये मनोरंजक कार्यक्रम उपलब्ध हुए हैं। चौबीस घण्टे मनोरंजन की नयी परिभाषा भारतीय दर्शकों को मिली है। विशेषीकृत चैनलों के हास-परिहास, फिल्म आदि पर आधारित कार्यक्रम व सूचना मनोरंजन के विविध पक्ष दर्शकों को उपलब्ध हुए हैं। चौबीस घण्टे मनोरंजन की नयी परिभाषा मिली है। इसके अतिरिक्त भव्य धारावाहिकों ने भी भारतीय दर्शकों का भरपूर मनोरंजन किया है और अपना विशाल नया दर्शक वर्ग तैयार किया है।

वस्तुतः चैनलों के लिए मनोरंजन सर्वाधिक महत्वपूर्ण विषय बन गया है और हास-परिहास युक्त कार्यक्रमों के लिए सब टीवी व स्माइल टीवी, गीत-संगीत के लिए एम टीवी, वी टीवी, ए टी एन, ई टी सी, जी म्यूजिक, फिल्म आधारित मनोरंजन के लिए जी सिनेमा, स्टार गोल्ड, जी एम सी एम, एक्सन, स्टार मूवीज आदि, सूचना-मनोरंजन के लिए स्टार प्लस, सोनी, जा, इ टा वा, सहारा वन आद चैनल उपलब्ध हुए हैं।

3.6.2 विशेषीकृत चैनलों की उपलब्धता

चैनलों की संख्या में इजाफे के साथ-साथ दर्शकों को विशेषीकृत चैनल भी उपलब्ध हो गये हैं। इससे दर्शक को अपनी इच्छा के अनुरूप कार्यक्रम देखने की आजादी मिली है और मनपसन्द टीवी कार्यक्रमों के लिए प्रसारण की तिथि व समय याद रखने की बजाय एक ही विषय पर अनेक कार्यक्रम उसके चुनाव के लिए चैनलों ने उपलब्ध कराये हैं। इस तथ्य को हम निम्नांकित तालिका की मदद से आसानी से स्पष्ट कर सकते हैं –

विशेषीकरण	चैनलों की सूची
(1) सूचना मनोरंजन	स्टार प्लस, सोनी, जी, सहारा वन, उदय, एन ई टीवी, ए एक्स एन, जी इंग्लिश आदि।
(2) बच्चों के लिए	कार्टून नेटवर्क, हंगामा, पोगो आदि,
(3) फिल्म संबंधी	जी सिनेमा, सेटमैक्स, स्टार गोल्ड, जी एम जी एम, स्टार मूवीज, एच बी ओ, एक्शन आदि,
(4) सूचना व ज्ञान	ज्ञानदर्शन, डिस्कवरी, नेशनल ज्योग्राफिक आदि,
(5) समाचार परक	आज तक, स्टार न्यूज, बी बी सी, सी एन एनस, डी डी न्यूज, एन डी टी वी, इण्डिया टीवी, सहारा समय, सी एन बी सी आदि।
(6) धर्म प्रधान	आस्था, जागरण, क्यू आदि
(7) खेल	स्टार स्पोर्ट्स, डीडी स्पोर्ट्स, ई एस पी एन, टेन स्पोर्ट्स आदि।

सत्यापित सूचनाओं की प्राप्ति

चैनलों की अधिकता से दर्शकों को जो महत्वपूर्ण फायदा हुआ है, वह यह है कि आज गलत सूचना देकर दर्शकों को अंधेरे में नहीं रखा जा सकता। एक चैनल यदि गलत तथ्य प्रस्तुत करता है तो दूसरा चैनल सही स्थिति स्पष्ट कर देगा। इससे सूचनाओं को छिपाना भी आसान नहीं रह गया है। मानवाधिकार संरक्षण, शोषण से मुक्ति और सूचना प्राप्ति के अधिकार की दृष्टि से उक्त तथ्य अत्यन्त महत्वपूर्ण है और जनजागरुकता के प्रसार में जनमाध्यमों की सकारात्मक भूमिका इससे और बलवती होती है।

3.7 चैनलों का हानि-पक्ष

चैनलों से केवल लाभ ही नहीं है बल्कि कुछ हानियाँ भी हैं। चैनलों की भीड़ में सूचना अतिरिक्त ने दर्शकों को प्रमित कर दिया है। व्यावसायिकता महत्वपूर्ण हो जाने से चैनल तड़क-तड़क भरे कार्यक्रमों को तरजीह देते हैं जिसके चलते बुनियादी मुद्दों पर लोगों का ध्यान नहीं जाता।

प्रसारक यदि दूसरे देशों द्वारा नियंत्रित होते हैं अपना विदेशी होते हैं तो ऐसी स्थिति में हानिकारक सूचनाएँ भी प्रसारित हो जाती हैं। इससे दंगे एवं भ्रम की स्थितियाँ पैदा हो सकती हैं।

इसके अतिरिक्त विदेशी चैनलों के अनेक कार्यक्रम भारतीय सामाजिक सांस्कृतिक मूल्यों की कसौटी पर खरे नहीं उतरते। नंगापन और हिंसा की बहुतायत से ऐसे कार्यक्रम सांस्कृतिक प्रदूषण फैलाकर सांस्कृतिक क्षरण की गति तेज करते हैं जो चिंतनीय है।

ऐसे चैनलों के कार्यक्रमों पर उचित सेंसर की व्यवस्था होनी चाहिए। इस दिशा में सरकार ने कुछ प्रयत्न भी किये हैं। इसके अतिरिक्त चैनल प्रबन्धकों को भी भारतीय संस्कृति के मूल्यों का ध्यान रखकर कार्यक्रम का निर्माण करना चाहिए।

3.8 नई प्रसारण नीति और भारतीय प्रसारण व्यवस्था

सरकार ने नई प्रसारण नीति के तहत इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के लिए व्यापक दिशा निर्देश तय किये हैं। 2001 से सरकार की नयी प्रसारण नीति अस्तित्व में है। देश में चैनलों के विस्तार और नयी प्रसारण व्यवस्था के संदर्भ में सरकार ने अनेक निर्देश जारी किये हैं। ये निर्देश निम्नवत हैं -

नई प्रसारण नीति के परिप्रेक्ष्य में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया

श्रेणी	निजी / सरकारी	भारतीय/विदेशी स्वामित्व	महत्वपूर्ण कारक
भारतीय सेटलाइट	वर्तमान में भारत सरकार के स्वामित्व में नए उपग्रहों के लिए निजी क्षेत्र की सहायता	25% तक विदेशी स्वामित्व	भारतीय आकाश के निजी क्षेत्रों को अपना सेटलाइट छोड़ने का अनुमति दी जायेगी। सरकार नियंत्रित इन्सैट से लीज पर ट्रांसपोंडर देने में पहले भारतीय कंपनियों को प्राथमिकता दी जायेगी। छः महीने के लीज टाइम के बाद इसे विदेशियों को दे दिया जायेगा।
भू केन्द्र	निजी या सरकारी	शत-प्रतिशत भारतीय स्वामित्व में विदेशी हिस्सेदारी की अनुमति नहीं	सरकारी स्वामित्व वाले भू-केन्द्र भारतीय और विदेशी कंपनियों को अपलिफिंग सुविधा दी जायेगी, पर पहले भारतीय कंपनियों को प्राथमिकता दी जायेगी।
टैरेट्रियल टीवी	सरकार के नियंत्रण में एक राष्ट्रीय चैनल होगा और कुछ क्षेत्रीय चैनल छह दस साल के लाइसेंस पर निजी कंपनियों को दिया जायेगा।	शत - प्रतिशत भारतीय स्वामित्व	विदेशी कंपनियों को अनुमति नहीं, निजी पूंजी को आधारभूत संरचना निर्मित करने की अनुमति नहीं। सरकार इसमें प्रतियोगिता की स्थिति बहाल करेगी।
विदेशी सेटलाइट टीवी	निजी या सरकारी	भारतीय या विदेशी हिस्सेदारी पर कोई सीमा नहीं	भारतीय कानूनों के अनुसार किसी भी प्रत्यक्ष विदेशी निवेश की अनुमति पर आपत्तिजनक प्रसारण होने पर सरकार विज्ञापन प्रसारण पर रोक लग सकती है।
डी टी एच	निजी	40% विदेशी हिस्सा 49% तक विचारणीय	इसमें सरकार दूरदर्शन के कार्यक्रम दिखाने का आग्रह करेगी। सरकार 10 करोड़ ६० पंजीयक शुल्क लेगी।

3.10 संदर्भ ग्रंथ

- भारत संदर्भ ग्रंथ, प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली।2004
- सेटेलाइट इनवेजन इन इण्डिया, एस०सी० भट्ट, ज्ञान पब्लिशर्स, नई दिल्ली, 1998
- मास कम्यूनिकेशन इन इण्डिया, केवल जे० कुमार, जयको पब्लिशर्स, नई दिल्ली 2001

3.11 शब्दावली

इन्फोटेन्मेंट चैनल – वह चैनल जिसपर सूचना एवं मनोरंजन दोनों तथ्यों को ध्यान में रखकर कार्यक्रम तैयार और प्रसारित किये जाते हैं।

कन्डीशनल एक्सेस सिस्टम (कैस-CAS) – डी टी एच प्रणाली के उपभोक्ता के लिए टी वी सिग्नल प्रसारक से प्राप्त करने वाला उपकरण जो डिजिटल सिग्नलों को पारम्परिक इलेक्ट्रॉनिक सिग्नलों के रूप में परिवर्तित कर प्रसारण को संभव बनाता है।

केबल चैनल – वे चैनल जिनके प्रसारण में संचार उपग्रहों की कोई भूमिका नहीं होती और केबल के जरिये उनका प्रसारण होता है।

मीडिया मुगल – एक विशेषण जो स्टार समूह के कर्ता-धर्ता रुपर्ट मरडॉक के लिए प्रयुक्त किया जाता है क्योंकि पूरे विश्व में सर्वाधिक मीडिया इकाइयां उन्ही के एकछत्र नियंत्रण में हैं।

फ्लैग चैनल – किसी टीवी समूह का मुख्य चैनल। सामान्यतः यह इन्फोटेन्मेंट चैनल होता है। स्टार समूह का स्टार प्लस व जी समूह का जी टीवी फ्लैग चैनल हैं।

3.12 संबंधित प्रश्न

लघु उत्तरीय प्रश्न

- (1) दूरदर्शन के राष्ट्रीय चैनलों का उल्लेख करें।
- (2) केबल टीवी से आप क्या समझते हैं ?
- (3) डी टी एच क्या है?
- (4) मानव निर्मित उपग्रह क्या होता है?

विस्तृत उत्तरीय

- (1) भारत में टीवी चैनल्स की विकास-यात्रा पर एक निबंध लिखें।
- (2) टीवी चैनल्स की अधिकता के गुण-दोषों की समीक्षा करें।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

- (1) मैट्रो चैनल की शुरुआत हुई—
(क) 1982 (ख) 1984
(ग) 1986 (घ) 1989

(2) सेटमैक्स है -

(क) खेल चैनल

(ख) इन्फोटेन्मेंट चैनल

(ग) फिल्म आधारित चैनल

(घ) समाचार चैनल

(3) 'आज तक' चैनल का संबन्ध है-

(क) एन डी टी वी नेटवर्क

(ख) जी नेटवर्क

(ग) टीवी टुडे नेटवर्क

(घ) सहारा नेटवर्क

(4) डी टी यच की व्याख्या है-

(क) डायरेक्ट टू होम

(ख) डायरेक्ट टीवी होम

(ग) डिलिवर्ड टू होम

(घ) इनमें से कोई नहीं

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

(1) ख

(2) ग

(3) ग

(4) क

इकाई 4 टेलीविजन प्रोडक्शन

इकाई की रूपरेखा

- 4.0 उद्देश्य
- 4.1 भूमिका
- 4.2 स्टूडियो प्रोडक्शन टीम
- 4.3 टेलीविजन प्रोडक्शन टीम के सदस्य और उनके कार्य
 - 4.3.1 तैयारी टीम
 - 4.3.2 प्रोडक्शन टीम
 - 4.3.3 संपादन टीम
- 4.4 टेलीविजन प्रोडक्शन की आधारभूत बातें
 - 4.4.1 ऑडियो
 - 4.4.2 माइक्रोफोन के प्रकार
 - 4.4.3 उत्कृष्ट परिणाम के लिए स्टूडियो सेट-अप
- 4.5 प्रकाश-व्यवस्था
 - 4.5.1 स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश व्यवस्था
- 4.6 कमांड और क्यू
- 4.7 फिल्म: संचार का माध्यम
 - 4.7.1 फिल्म गतिशील चित्रों का संसार
 - 4.7.2 फिल्म समय को पार कर लेना है
- 4.8 सारांश
- 4.9 संदर्भ ग्रन्थ
- 4.10 शब्दावली
- 4.11 प्रश्नावली

4.0 उद्देश्य

इस अध्याय को पढ़ने के बाद के आप —

- टेलीविजन प्रोडक्शन की आधारभूत बातें समझ सकेंगे,
- टेलीविजन कार्यक्रम बनाने वाले लोगों और उनकी विशिष्ट जिम्मेदारियों से परिचित होंगे,
- टेलीविजन जैसे दृश्य-श्रव्य माध्यम में श्रव्य (ऑडियो) का महत्त्व जानेंगे,
- प्रकाश व्यवस्था की अहमियत समझेंगे,
- कार्यक्रम की शूटिंग के दौरान निर्देशक के विभिन्न कमांड और क्यू से परिचित होंगे।

4.1 भूमिका

टेलीविजन प्रोडक्शन एक टीम-प्रक्रिया है। अपनी-अपनी जिम्मेदारियों से परिचित और स्वानुशासित टीम के सदस्य मिलकर काम करते हैं। सभी सदस्यों पर कार्यक्रम निर्माण के एक विशेष हिस्से की जिम्मेदारी होती है। तैयारी टीम के सदस्य मिलकर कार्यक्रम की कल्पना को विकसित करते हैं, उसके निर्माण के लिए धन की व्यवस्था करते हैं, स्क्रिप्ट तैयार करते हैं और

शूटिंग कहाँ-कहाँ होगी, इसका निर्णय करते हैं। सेट और प्रकाश-व्यवस्था दुरुस्त किए जाते हैं और कुछ सदस्य कंप्यूटर और अन्य इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों की मदद से टाइटल और ग्राफिक्स आदि तैयार करते हैं। पर कार्यक्रम निर्माण की प्रक्रिया शूटिंग के साथ ही खत्म नहीं हो जाती। रिकार्ड किए गये टेप को संपादन की जरूरत होती है। कभी-कभी उसमें अलग से संगीत या विशेष ध्वनि भी डाले जाते हैं। ये सारे काम संपादन टीम करती है। बड़े पैमाने पर तैयार होने वाले कार्यक्रमों में दर्जनों लोग लगे होते हैं।

4.2 स्टूडियो प्रोडक्शन टीम

टेलीविजन के लिए कार्यक्रम बनाने में सामान्यतः तीन टीमों मिल कर काम करती हैं – तैयारी टीम, प्रोडक्शन टीम और संपादन टीम। तैयारी टीम योजना बनाती है। वह कार्यक्रम की तैयारी करती है। प्रोडक्शन टीम कार्यक्रम बनाती है और संपादन टीम प्रोडक्शन टीम द्वारा रिकार्ड किए गए टेप में से अनावश्यक दृश्यों को हटाती है, उसमें जहाँ जरूरी हो, वहाँ संगीत, विशेष ध्वनि और टाइटल आदि डालती है। निर्देशक तीनों टीमों का मुख्य सदस्य होता है। छोटे पैमाने पर होने वाले प्रोडक्शन में सदस्यों को कई काम करने पड़ते हैं। कई बार चार सदस्यीय प्रोडक्शन टीम ही परिष्कृत कार्यक्रमों का निर्माण कर लेती है। छोटे प्रोडक्शन केन्द्रों में एक या दो पूर्णकालिक निर्माता-निर्देशक होते हैं और जरूरत पड़ने पर वे अंशकालिक सदस्यों की सहायता लेते हैं।

बड़े संगठनों में प्रोडक्शन टीम के सदस्यों के काम व्यवस्थित रूप से बाँटे होते हैं। उनके पद भी विशिष्ट होते हैं। जैसे, तकनीकी रूप से ऑडियो निर्देशक का मतलब ऐसे 'रचनात्मक' व्यक्ति से है जो कार्यक्रम के मिजाज के मुताबिक संगीत का चुनाव या निर्माण करता है। ऑडियो इंजीनियर का काम माइक्रोफोन का उचित संयोजन और ऑडियो निर्देशक के निर्देश पर वीडियो टेप में संगीत या विशेष ध्वनि प्रभावों को डालना है। इसी तरह प्रकाश-निर्देशक प्रकाश-योजना तैयार करता है और कार्यक्रम का मिजाज तय करता है जबकि प्रकाश इंजीनियर उसके निर्देशों पर बल्बों को व्यवस्थित करता है। पर छोटे संगठनों में एक ही व्यक्ति दोनों काम करता है। उसे चाहे प्रकाश निर्देशक कह लें या प्रकाश इंजीनियर या लाइटमैन। इसी तरह वहाँ ऑडियो निर्देशक और इंजीनियर के काम भी एक ही व्यक्ति करता है।

4.3 टेलीविजन प्रोडक्शन टीम के सदस्य और उनके कार्य

4.3.1 तैयारी टीम

एक्जीक्यूटिव प्रोड्यूसर (कार्यकारी निर्माता)	एक साथ कई कार्यक्रमों का समन्वय करता है। कार्यक्रम निर्माण के लिए धन की व्यवस्था करता है और बजट को अंतिम मंजूरी देता है।
प्रोड्यूसर (निर्माता)	कार्यक्रम विशेष का प्रभारी। कार्यक्रम की समय-सारिणी बनाता है। वह लेखक और निर्देशक भी हो सकता है।
निर्देशक	इस पर स्क्रिप्ट को अंतिम रूप से टेलीविजन कार्यक्रम में बदलने की जिम्मेदारी होती है। इसे स्क्रिप्ट की पूरी जानकारी होनी चाहिए।
लेखक	कार्यक्रम का दृश्य/श्रव्य स्क्रिप्ट तैयार करता है।
कला निर्देशक	सेट, ग्राफिक्स, टाइटल और अन्य रचनात्मक पहलुओं को निर्धारित करता है।

ग्राफिक कलाकार	इलेक्ट्रॉनिक ग्राफिक, एनीमेशन और टाइटल आदि बनाता है।
तकनीकी निर्देशक	इस पर जटिल विशेष प्रभावों को बनाने की जिम्मेदारी होती है।
नृत्य निर्देशक	नर्तकों के कपड़े मेक-अप और सेट के मुताबिक उनकी गति आदि का संयोजन करता है।
सेट निर्माता	निर्देशक के निर्देश पर सेट तैयार करता है।
प्रकाश निर्देशक	मंच पर प्रकाश-व्यवस्था कैसी होगी, इसकी कल्पना करता है। प्रकाश-स्रोतों (बल्बों) का चयन और उनकी स्थिति व दिशा का निर्धारण करता है। शूटिंग के दौरान प्रकाश की तीव्रता को नियंत्रित करता है।
ऑडियो निर्देशक	जटिल कार्यक्रमों के ध्वनि ट्रैक का निर्धारण करता है।

4.3.2 प्रोडक्शन टीम

प्रोड्यूसर (निर्माता)	कार्यक्रम का प्रभारी। कार्यक्रम की समय-सारिणी बनाता है ताकि वह अबाध रूप से चले।
एसोशिएट प्रोड्यूसर (सहायक निर्माता)	प्रोड्यूसर की सहायता करता है।
प्रोडक्शन सहायक	रिहर्सल के दौरान निर्माता व निर्देशक की टिप्पणियों को नोट करता है ताकि शूटिंग से पहले कार्यक्रम की गुणवत्ता सुधारी जा सके। शूटिंग के दौरान निर्माता व निर्देशक की सहायता करता है।
निर्देशक	यह स्क्रिप्ट को टेलिविजन कार्यक्रम में बदलने के लिए अंतिम रूप से जिम्मेदार होता है। शूटिंग के दौरान वह कार्यक्रम के प्रतिभागियों, कलाकारों के साथ-साथ प्रोडक्शन टीम के सभी सदस्यों को निर्देश भी देता है।
सहायक निर्देशक	निर्देशक की सहायता करता है और समय-सारिणी का ध्यान रखता है।
प्रतिभागी/कलाकार/पात्र	कार्यक्रम में दिखते हैं या जिनकी आवाज सुनाई देती है, वे सभी प्रतिभागी/कलाकार/पात्र हैं।
कैमरामैन	निर्देशकों के निर्देश और स्वविवेक से कैमरे का इस्तेमाल करता है।
फ्लोर मैनेजर (मंच प्रबंधक)	स्टूडियो की गतिविधियों का समन्वय करता है। उपकरणों को यथास्थान व्यवस्थित करता है और प्रतिभागियों को उनकी निश्चित जगह पर बैठाता है। शूटिंग के दौरान वह निर्देशक के निर्देश प्रतिभागियों को देता है।
तकनीकी निर्देशक	रिकार्डिंग के दौरान निर्देशक के कहने पर वह विभिन्न कैमरों में से एक कैमरे के शॉट को रिकार्डिंग/प्रसारण के लिए चुनता है। चूंकि कैमरे स्थिर होते हैं इसलिए उसे शॉट निरंतर बदलने पड़ते हैं।

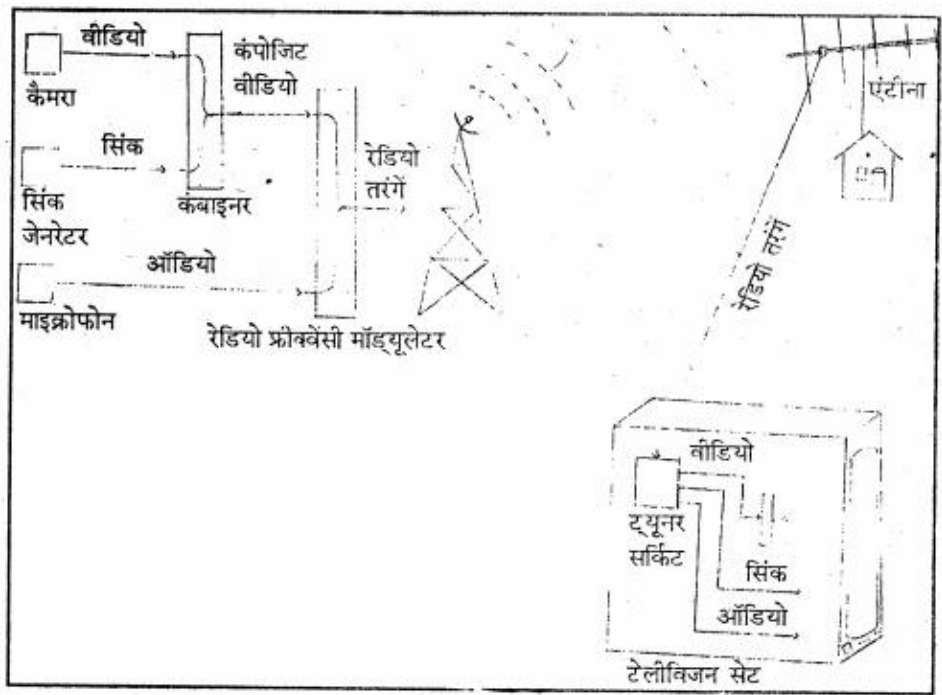
जेनरेटर ग्राफिक / कैरेक्टर आपरेटर	जटिल कार्यक्रमों में निर्देशक के कहने पर वह टेक्स्ट (सब-टाइटल, प्रतिभागियों के नाम या अन्य सूचनाएँ) और ग्राफिक्स आदि दिखाता है।
ऑडियोमैन	जीवंत/ सीधे प्रसारण के दौरान वह कार्यक्रम में पार्श्व संगीत या विशेष ध्वनि प्रभावों को शामिल करता है।
मेक-अप कलाकार	प्रतिभागियों/कलाकारों/पात्रों का मेक-अप करता है।
लाइट मैन	सेट डिजाइनर के सहयोग से सेट/मंच की प्रकाश व्यवस्था करता है। वह विशेष बल्बों का चुनाव करता है, उनके स्थान और उनकी दिशा आदि तय करता है। कार्यक्रम के दौरान वह प्रकाश की तीव्रता को भी नियंत्रित करता है।
इंजीनियर और तकनीशियन	उपकरणों के रख-रखाव के लिए जिम्मेदार
वीडियोटेप आपरेटर	रिकार्डिंग करता है।
भंडारी	स्टूडियो की सारी वस्तुओं और फर्नीचर वगैरह की देखभाल करता है।

4.3.3 संपादन टीम

निर्देशक	यह स्क्रिप्ट को टेलीविजन कार्यक्रम में बदलने के लिए अंतिम रूप से जिम्मेदार होता है। यह संपादक और ऑडियोमैन को निर्देश देता है। कार्यक्रम में पार्श्व संगीत डालता है ताकि कार्यक्रम का मिजाज विकसित हो। इसी मिजाज को और उभारने के लिए वह उचित प्रकाश व्यवस्था करता है। विशेष ध्वनि प्रभाव डालता है। दर्शकों का ध्यान कार्यक्रम की ओर केन्द्रित करने की कोशिश करता है।
संपादक	निर्देशक के निर्देश के मुताबिक वीडियोटेप को संपादित करने वाले उपकरणों को चलाता है। कभी-कभी वह स्वविवेक से भी फैसले करता है। आमतौर पर वह ऑडियोमैन के साथ मिलकर काम करता है।
ऑडियोमैन	निर्देशक की माँग पर वह वीडियोटेप में अलग से कमेटी, पार्श्व संगीत या विशेष ध्वनि आदि डालता है और उनका संपादन करता है।
वाचक	वॉयस ओवर, कमेटी या मार्गदर्शक के रूप में अपनी आवाज देता है।

4.4 टेलीविजन प्रोडक्शन की आधारभूत बातें

किसी भी टेलीविजन कार्यक्रम, चाहे वह सजीव प्रसारण हो या वीडियोटेप रिकार्डिंग, में कैमरा तस्वीरें लेता है और उन्हें विद्युतीय संकेतों में बदल देता है। इन्हीं विद्युतीय संकेतों को 'वीडियो' कहा जाता है। माइक्रोफोन ध्वनि को पकड़ता है और उसे दूसरे विद्युतीय संकेतों में बदल देता है, जिन्हें 'ऑडियो' कहा जाता है। सिंक जेनरेटर नामक उपकरण तीसरी तरह के



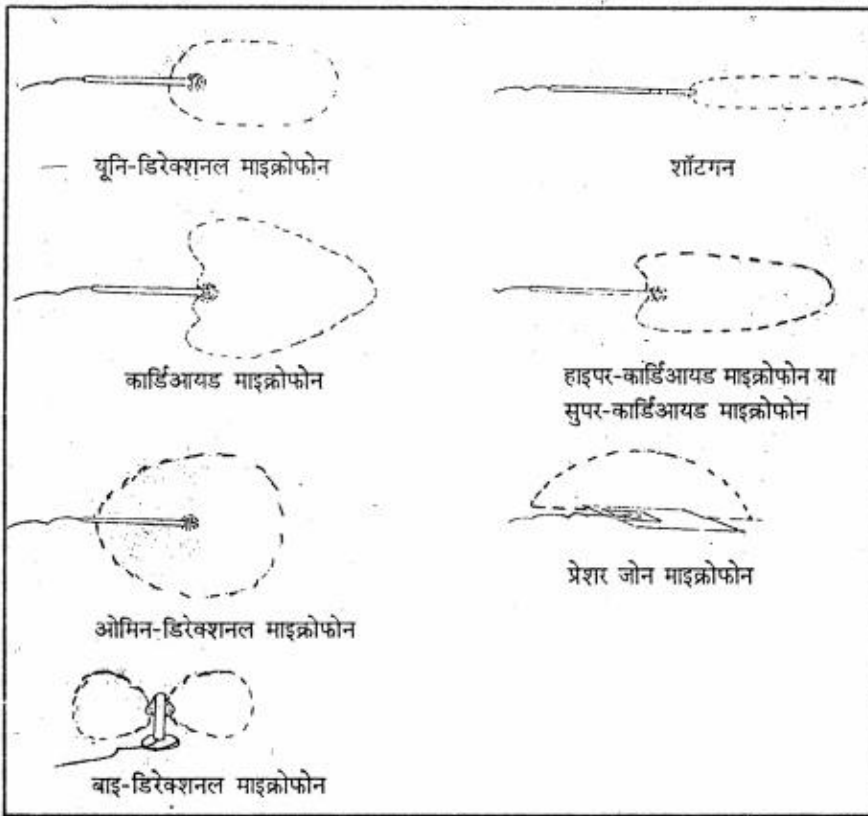
चित्र 4.1 टेलीविजन संकेतों की यात्रा

विद्युतीय संकेत करता है जो 'सिंक' कहलाता है। यह टेलीविजन स्क्रीन पर तस्वीरों को स्थिर रखने में सहायक होता है। इलेक्ट्रॉनिक रूप से 'वीडियो' और 'सिंक' से मिल जुल कर बने संकेतों को 'कम्पोजिट वीडियो' (सामान्य शब्दों में वीडियो भी) कहा जाता है। मॉड्यूलेटर की मदद से 'कम्पोजिट वीडियो' को 'ऑडियो' के साथ मिलाया जाता है। मॉड्यूलेटर उन संकेतों को रेडियो तरंगों में बदल देता है। रेडियो तरंगों आकाश में प्रसारित होकर घर-घर की छतों पर लगे एंटीना से टकराती हैं जिनमें लगे तारों के जरिए वे टेलीविजन सेटों तक पहुँचाती हैं। टेलीविजन सेटों में लगा ट्यूनिंग सर्किट रेडियो तरंगों को वीडियो, सिंक और ऑडियो में अलग-अलग कर देता है। वीडियो टीवी स्क्रीन पर चलता है। ऑडियो स्पीकर में जाता है और सिंक एक विशेष ऑडियो में पहुँचता है जो तस्वीरों को स्क्रीन पर स्थिर रखता है।

4.4.1 ऑडियो

किसी भी कार्यक्रम का आधा हिस्सा ऑडियो होते हैं, पर इस पर अपेक्षित ध्यान नहीं दिया जाता। आवाज तस्वीरों के बिना भी घटनाओं की अच्छी व्याख्या कर सकती है, लेकिन बिना आवाज के चलती फिरती तस्वीरें भी सिर खुजलाने को मजबूर कर सकती हैं। टेलीविजन में ऑडियो के उन्हीं उपकरणों और तकनीकों का इस्तेमाल होता है जिसका इस्तेमाल रेडियो में होता है। अन्तर यही है कि टेलीविजन ऑडियो थोड़ा जटिल होता है। कार्यक्रम के प्रतिभागियों/कलाकारों को वह सब याद करना पड़ता है जो उन्हें कैमरे के सामने छिपे माइक्रोफोन में बोलना होता है।

आमतौर पर कैमकार्डर (कैमरा रिकार्डर) में माइक्रोफोन लगे होते हैं और जैसे ही आप रिकार्डिंग शुरू करते हैं, वे आवाज को पकड़ने लगते हैं। हालाँकि ये माइक्रोफोन इस्तेमाल करने में आसान होते हैं पर उनमें एक खामी भी होती है। अगर कैमरा कलाकार से 2-3 मीटर दूर हो तो उसमें लगा माइक्रोफोन भी 2-3 मीटर दूर होगा। इसका परिणाम यह होता है कि माइक्रोफोन कलाकार की आवाज के साथ उसकी प्रतिध्वनि और स्टूडियो की दूसरी खट-पट को भी पकड़



चित्र 4.2 माइक्रोफोन : संवेदनशीलता

लेता है। इसलिए कैमरे से अलग माइक्रोफोन अक्सर एक बेहतर विकल्प साबित होता है। प्रतिभागी/कलाकार के मुँह के पास लगा माइक्रोफोन उसकी आवाज को स्पष्टता के साथ पकड़ता है और शॉट की विविधता के लिए कैमरामैन कैमरे को आवाज की चिंता किए बगैर बेफिक्र होकर आगे-पीछे दाएं-बाएं कर सकता है। हालाँकि कोई भी माइक्रोफोन किसी भी स्थिति में काम कर सकता है, पर कार्य के मुताबिक सही माइक्रोफोन का चुनाव ऑडियो की गुणवत्ता बढ़ा देता है।

4.4.2 माइक्रोफोन के प्रकार

माइक्रोफोन में एक छोटा डायफ्राम होता है। कलाकार की आवाज या संगीत की तरंगें जब डायफ्राम से टकराती हैं तो उसमें कंपन होता है। इस कंपन से विद्युतीय संकेत पैदा होते हैं जो माइक्रोफोन से जुड़े तार के जरिए रिकार्डर तक पहुँचते हैं और वहाँ दर्ज हो जाते हैं। विद्युतीय संकेतों के पैदा होने की तकनीक के आधार पर माइक्रोफोन को मुख्य रूप से तीन श्रेणियों में बाँटा जा सकता है। कंडेसर माइक्रोफोन, इलेक्ट्रेट कंडेसर का इस्तेमाल कर ध्वनि तरंगों से विद्युतीय संकेत पैदा किए जाते हैं। उच्च संवेदनशील और किसी भी तरह की आवाज को पकड़ लेने की क्षमता वाले इस माइक्रोफोन की खामी बस यही है कि इसके लिए अलग से बैटरी या बाहरी विद्युत सप्लाई की जरूरत होती है। इलेक्ट्रेट कंडेसर माइक्रोफोन कंडेसर माइक्रोफोन का उन्नत रूप है जिसमें छोटी-सी बैटरी की ही जरूरत होती है। डायनेमिक माइक्रोफोन में तारों की कुंडली और चुंबक की सहायता से विद्युतीय संकेत पैदा किए जाते हैं।

ओमिनि-डिरेक्शनल, कार्डिआयड, यूनि-डिरेक्शनल और बाइ-डिरेक्शनल नामों से उन दिशाओं का पता चलता है जहाँ से आने वाली ध्वनियों को कोई माइक्रोफोन सबसे अच्छी तरह से सुन सकता है। ओमिनि-डिरेक्शनल या नान-डिरेक्शनल किसी भी दिशा से आने वाली ध्वनि तरंगों को पकड़ सकता है। कार्डिआयड माइक्रोफोन सामने सामने से आ रही तरंगों को अच्छी तरह पकड़ता है। वैसे तो यह अलग-अलग दिशाओं से आने वाली आवाजों को भी सुन लेता है

पर पीछे से आ रही आवाजों को वह बिल्कुल नहीं सुन पाता। बाइ-डिरेक्शनल माइक्रोफोन दो दिशाओं-आगे और पीछे से आने वाली ध्वनि तरंगों का पकड़ कर उन्हें विद्युतीय संकेतों में बदल देता है जबकि यूनि-डिरेक्शनल केवल सामने से आने वाली ध्वनि तरंगों को ही बढ़िया से पकड़ सकता है। ध्वनि तरंगों को पकड़ने की दिशा के आधार पर माइक्रोफोन के ये चार मूल प्रकार हैं। पर, माइक्रोफोन के कुछ और प्रकार भी; जैसे- हाइपर (या सुपर-) कार्डिऑयड माइक्रोफोन, शॉटगन माइक्रोफोन और प्रेशर-जोन माइक्रोफोन। कार्डिऑयड माइक्रोफोन सामने से आ रही ध्वनियों को कहीं अच्छे से सुन सकता है जबकि अगल-बगल की ध्वनियों के प्रति यह कार्डिऑयड से कम संवेदनशील होता है। आप इसे यूनि-डिरेक्शनल और कार्डिऑयड का मिलाजुला-रूप मान सकते हैं। शॉटगन माइक्रोफोन यूनि-डिरेक्शनल माइक्रोफोन का ही विकसित रूप है जो सामने से आ रही तरंगों के अलावा सारी तरंगों को सुनने से नकार देता है। प्रेशर जोन माइक्रोफोन इन सबसे अलग तरह का होता है। चौरस आकार का यह माइक्रोफोन सिर्फ एक ओर की आवाज सुनता है। विभिन्न माइक्रोफोन किस दिशा से आने वाली ध्वनि तरंगों को पकड़ते हैं, इसे चित्र 4.2 में रेखाचित्र के जरिए दिखाया गया है।

लैवेलियर और लैपेल क्लिप

लैवेलियर छोटा ओम्नी डिरेक्शनल माइक्रोफोन होता है जिसे खास तौर पर टेलीविजन कार्यक्रम के कलाकारों/प्रतिभागियों के लिए बनाया गया है। इसे कपड़ों के भीतर छाती के पास लगाया जाता है। कलाकार के मुँह के नजदीक होने से यह उसकी आवाज को तो स्पष्टता के साथ ग्रहण करता है पर स्टूडियो की दूसरी आवाजों और प्रतिध्वनियों को नहीं पकड़ता इलेक्ट्रेट कंडेसर की मदद से अब पेंसिल के दाग मिटाने वाले खर के आकार का लैपेल क्लिप माइक्रोफोन बनने लगे हैं जिन्होंने लैवेलियर की जगह ले ली है। लैपेल क्लिप माइक्रोफोन को प्रतिभागी/कलाकार के कोट या टाई में लगाया जा सकता है और इसे सिगार के आकार की बैटरी से चलाया जा सकता है।

वायरलेस माइक्रोफोन

यह तार से विद्युतीय संकेत भेजने के बजाय रिसेवर तक रेडियो तरंगें भेजता है। रिसेवर उन रेडियो तरंगों को फिर विद्युतीय संकेतों में बदल देता है। इस माइक्रोफोन का इस्तेमाल वे कलाकार करते हैं जो कार्यक्रम की रिकार्डिंग के दौरान चलने-फिरने की आजादी चाहते हैं।

फ्रीक्वेंसी रिस्पांस

इससे तीव्र और कमजोर ध्वनि सुनने की माइक्रोफोन की क्षमता का पता चलता है। माइक्रोफोन का डायग्राम प्रति सेकेंड जितने कंपन पैदा करता है, उसे उस माइक्रोफोन की फ्रीक्वेंसी कहा जाता है। किसी भी माइक्रोफोन का सर्वश्रेष्ठ फ्रीक्वेंसी रिस्पांस 20 हर्टज से लेकर 20 किलो हर्टज तक होना चाहिए। मनुष्य के कान की श्रवण क्षमता भी यही है।

4.4.3 उत्कृष्ट परिणाम के लिए स्टूडियो सेट-अप

- स्टूडियो एकदम शांत होना चाहिए। मोटी दीवारों और वायुरुद्ध दरवाजों की मदद से बाहरी कोलाहल रोका जा सकता है।
- स्टूडियो को शांत रखने के लिए रिकार्डिंग के दौरान पंखों, वातानुकूल संयंत्रों और दूसरी मशीनों को बंद कर देना चाहिए।
- वी/आर को माइक्रोफोन से जितना दूर संभव हो, उतना दूर रखना चाहिए। अच्छा यह हो कि इसे दूसरे कमरे में रखा जाया।

- स्टूडियो की दीवारों से ध्वनि प्रतिध्वनित नहीं होनी चाहिए। दीवारों पर मोटे कंबल चिपका कर, खिड़कियों व दरवाजों पर पर्दे टांग कर फर्श पर कालीन बिछाकर आवाज की गुंज कम किया जा सकता है।

4.5 प्रकाश-व्यवस्था

मनुष्य की आँखें खराब से खराब स्थितियों में भी साफ देख सकती हैं और रंगों को पहचानने की उनकी क्षमता भी लाजवाब होती है। वे इतनी संवेदनशील होती हैं कि मोमबत्ती के प्रकाश में भी देख सकती हैं और कठोर स्थितियों के लिए वे इतनी कठोर भी होती हैं कि मरूस्थलों में दोपहर की तेज धूप में, जहाँ सूर्य के प्रकाश की तीव्रता मोमबत्ती के प्रकाश की तीव्रता से 20 हजार गुना ज्यादा होती है, भी काम कर सकती हैं। टेलीविजन कैमरा आँखों की तुलना में कहीं नहीं ठहरता। रंगों को पहचानने के लिए इसे प्रकाश की बेहतर व्यवस्था चाहिए पर ज्यादा रोशनी तस्वीर को गड्ढा-मड्ड कर देती है और हरेक वस्तु की सतह दूसरे में डूबती नजर आती है। टेलीविजन कैमरे से ली गई त्रि-आयामी वस्तुओं की तस्वीरें आँखों की तुलना में सपाट दिखती हैं। आँखे एक नजर में जितनी चीजें देखती हैं, उनमें प्रकाश के 1000 स्तरों को अलग-अलग पहचान सकती हैं। फोटोग्राफिक फिल्म की क्षमता 100 स्तरों को पहचानने की होती है पर सर्वश्रेष्ठ टेलीविजन कैमरा सर्वोत्तम स्थितियों में भी प्रकाश के 30 स्तरों से ज्यादा की पहचान नहीं कर पाता।

प्रकाश-अनुपात

हालाँकि मनुष्य की आँखें एक ही दृश्य में दो ऐसी वस्तुओं को भी देख सकती हैं जो एक-दूसरे से 1000 गुना चमकदार या 1000 गुना मद्धिम होती हैं और फोटोग्राफिक फिल्म भी किसी दृश्य में एक दूसरे से 100 गुना चमकदार या 100 गुना मद्धिम वस्तुओं की पहचान कर सकती हैं पर अधिकतर टेलीविजन कैमरे उन्हीं परिस्थितियों में बेहतर काम कर पाते हैं जहाँ प्रकाश-अनुपात 30 से ज्यादा न हो। घरेलू कैमरों के लिए यह अनुपात 15 ही होती है। इसलिए किसी दृश्य के सबसे चमकदार हिस्से की चमक सबसे मद्धिम हिस्से की चमक से 30 गुनी से ज्यादा नहीं होनी चाहिए।

अगर कलाकार/प्रतिभागी की कमीज की चमक 60 FC (फुटकैंडल) हो और उसके काले बालों की चमक 2FC हो तो प्रकाश अनुपात 60/2 यानी 30 होगा।

4.5 स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश व्यवस्था

उचित रंग व तीव्रता का प्रकाश-स्रोत (बल्ब) यदि उपयुक्त स्थान पर लगा हो तो वह तीन उद्देश्यों को पूरा करता है—

1. वह दृश्य को प्रकाशित करता है जिससे कैमरा 'देख' पाता है।
2. वह दृश्य को उभारता है जिससे टेलीविजन पर्दे पर त्रि-आयामी तस्वीर बनती है।
3. वह कार्यक्रम/सेट/मंच का मिजाज तय करता है।

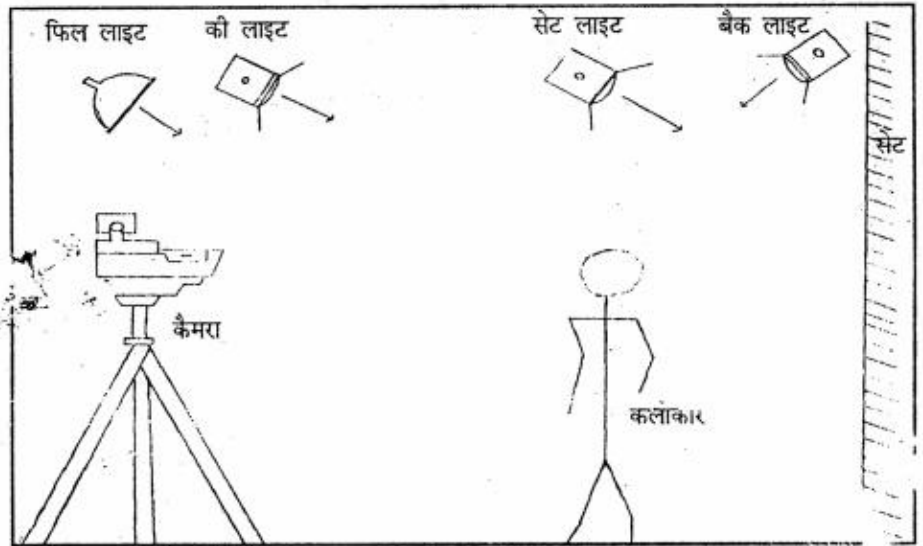
प्रकाश की ऐसी दुरुस्त व्यवस्था स्टूडियो में ही संभव है जहाँ यंत्रों और उनकी तीव्रता पर लाइटमैन का पूरा नियंत्रण होता है। आदर्श स्थिति में कोई खिड़की या दफतरों आदि में लगने वाले बल्ब नहीं होने चाहिए।

टेलीविजन (और फिल्म) रिकार्डिंग के लिए स्टूडियो की प्रकाश-व्यवस्था के चार प्रमुख भाग होते हैं—की लाइट, फिल लाइट, बैक लाइट और सेट लाइट। चित्र 4.3 में स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश व्यवस्था का एक सामान्यीकृत नमूना दिखाया गया है।

4.5 स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश व्यवस्था

की लाइट— यह दृश्य के मुख्य पात्रों और वस्तुओं को प्रकाशित करता है और उनकी छायाएँ बनाता है। ये छायाएँ दृश्य की गहराई और उनके आयाम को बनाने में मददगार होते हैं। की लाइट का इस्तेमाल परिवर्तनीय फोकस के साथ किया जा सकता है और जरूरत पड़ने पर इसके प्रकाश को पूरे दृश्य में फैलाया जा सकता है या किसी एक जगह केंद्रित भी किया जा सकता है।

फिल लाइट— यह की लाइट द्वारा उत्पन्न छायाओं और दृश्य में कहीं-कहीं पैदा हो गये अंधकार को भरता है। आमतौर पर 1000 से 2000 वाट के बल्ब को अर्धगोलाकार परावर्ती सतह के भीतर लगाकर फिल लाइट तैयार किया जाता है। सतह का क्षेत्र जितना ज्यादा होता है, प्रकाश उतना ही फैलता है और छायाएँ हल्की होती हैं।



चित्र 4.3 स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश-व्यवस्था

बैक लाइट— यह स्टूडियो प्रकाश-व्यवस्था का तीसरा प्रमुख अंग है। यह मुख्य रूप से टेलीविजन तस्वीर के आयाम निर्धारण के लिए जिम्मेदार होता है यह पात्रों, वस्तुओं को पीछे से प्रकाशित करता है और उनके किनारों को तीखा बनाता है। इससे हर वस्तु एक दूसरे से अलग दिखती है, एक दूसरे पर चढ़ती नहीं।

सेट लाइट— यह सेट या पृष्ठभूमि को प्रकाशित करता है। सेट पर पड़ने वाली रोशनी यंत्रों पर पड़ने वाली रोशनी से कम होनी चाहिए ताकि दर्शकों का ध्यान पात्रों पर रहे, पृष्ठभूमि पर नहीं। छोटे स्टूडियो में की लाइट और फिल लाइट का प्रकाश सेट को भी रौशन कर देता है, इसलिए अलग से सेट लाइट की जरूरत नहीं होती।

4.6 कमांड और क्यू

हालाँकि कैमरा तकनीक और दृश्य संयोजन सुनने से ऐसा लगता है कि ये पूरी तरह से कैमरा मैन के कार्य हैं और ध्वनि प्रभाव से यह आभास होता है कि इसके लिए ऑडियोमैन ही पूरी तरह जिम्मेदार है, पर टेलीविजन प्रोडक्शन के लगभग सभी पहलुओं के लिए निर्देशक जिम्मेदार होता है। रिकार्डिंग/जीवन्त प्रसारण के दौरान नियंत्रण कक्ष में बैठा निर्देशक वहाँ लगे कैमरा मानिटर पर निगाह रखते हुए टीम के सभी सदस्यों को निर्देश देता रहता है ताकि कार्यक्रम सुगमता से बढ़ता रहे। रिकार्डिंग से पहले वह टाकबैक सिस्टम (जिसमें नियंत्रण कक्ष

में माइक्रोफोन और स्टूडियो में स्पीकर लगा होता है) के जरिए टीम के सदस्यों को निर्देश दे सकता है और उन्हें रिकार्डिंग शुरू करने के लिए सतर्क कर सकता है।

निर्देशक को कार्यक्रम के स्क्रिप्ट से अच्छी तरह से परिचित होना चाहिए और टीम के सभी सदस्य भी उससे वाकिफ रहें, इसकी कोशिश करनी चाहिए। अगर प्रोडक्शन टीम के सभी सदस्य अपनी स्क्रिप्ट पढ़ लें और उन पर अपने मुताबिक निर्देश लिख लें तो रिकार्डिंग/जीवन्त प्रसारण के समय चीजें आसान हो जाती हैं। सभी को मालूम रहता है कि आगे क्या होने वाला है और वे खुद उसकी तैयारी कर लेते हैं। निर्देशक को कम 'निर्देश' देना पड़ता है। उसे बस यह ध्यान रखना पड़ता है कि खास निर्देश को पूरा करने के लिए सभी सदस्य एक ही समय सक्रिय हों यानी समय के मामले में प्रोडक्शन टीम के सदस्यों में तालमेल रहे।

वह कैमरामैन को तैयार रहने, मीडियम शॉट या क्लोज अप शॉट या क्यू शॉट लेने, कैमरा को टिल्ट अप या डाउन करने, जूम इन या आउट करने, पैन लेफ्ट या राइट करने या फोकस करने का निर्देश देता है। वह ऑडियोमैन को रिकार्डिंग शुरू करने, संगीत बजाने, रोक देने या धीमा करने, किसी खास माइक को चालू करने या उसे बंद करने का निर्देश देता है। कैरेक्टर जेनरेटर आपरेटर को वह टाइटल व क्रेडिट दिखाने या बदलने का निर्देश देता है। तकनीकी निर्देशक को वह कैमरा-एक या कैमरा-दो या कैमरा-तीन का शॉट लेने या एक से धीरे-धीरे दूसरे में जाने का निर्देश देता है। फ्लोर मैनेजर/मंच प्रबंधक को वह प्रतिभागियों/कलाकारों/पात्रों को 'क्यू' देने का निर्देश देता है।

स्टूडियो में मंच प्रबंधक निर्देशक का प्रतिनिधि होता है। रिकार्डिंग के दौरान वह प्रतिभागियों/कलाकारों/पात्रों को निर्देशक के निर्देश देता है। रिकार्डिंग के दौरान निर्देशक टाकबैक सिस्टम या पब्लिक अनाउंसमेंट सिस्टम के जरिए निर्देश नहीं दे सकता क्योंकि माइक्रोफोन उस आवाज को भी पकड़ लेंगे। इसलिए प्रतिभागी/कलाकार 'क्यू' के लिए मंच प्रबंधक पर निर्भर होते हैं। मंच प्रबंधक अपने सिर पर हेडसेट पहने रहता है जिससे वह निर्देशक के निर्देशों को सुन सकता है। कुछ अत्याधुनिक स्टूडियो में इंटरप्टेड फीड बैक सिस्टम (आई एफ बी) भी लगाए गए हैं जिनमें कलाकारों के कान के पीछे एक सूक्ष्म स्पीकर लगाया जाता है। इससे कार्यक्रम के दौरान भी निर्देशक उन्हें सीधे 'क्यू' दे सकता है। फिर भी नए कलाकारों/प्रतिभागियों के लिए तालमेल बिठाना आसान नहीं होता है।

हालांकि सभी निर्देशक/मंच प्रबंधक खुद अपने 'क्यू' विकसित करते हैं जिनसे वे कार्यक्रम के प्रतिभागियों/पात्रों को निर्देश देते हैं, पर वर्षों से इस्तेमाल होते-होते कुछ 'क्यू' मानक हो गये हैं। नीचे की तालिका में ऐसे कुछ 'क्यू' दिए गये हैं

तालिका-मंच प्रबंधक के क्यू

क्यू	हाथों के संकेत	अर्थ
स्टैंड बाई	तर्जनी को छत की ओर रखते हुए हाथ को सिर से ऊपर उठाना	रिकार्डिंग/कार्यक्रम शुरू होने वाला है
स्टार्ट	तर्जनी को प्रतिभागियों/कलाकारों की ओर करना	प्रदर्शन/कार्यक्रम शुरू करें।
स्पीड अप	तर्जनी को घड़ी की सुई की दिशा में घुमाना	तेजी लायें। आप धीमे चल रहे हैं
स्ट्रेच/ प्ले डाउन	हाथों को एक साथ लाकर उन्हें एक-दूसरे से दूर खींचना मानो रबर की डोरी खींच रहे हों	धीमे चलें। बहुत समय बाकी है।

क्यू	हाथों के संकेत	अर्थ
टाइम क्यू	मंच प्रबंधक बाकी बचे मिनटों की संख्या बताने के लिए उँगली दिखाता है। जैसे-एक मिनट के लिए एक उँगली, दो मिनट के लिए दो उँगली	कार्यक्रम/रिकार्डिंग खत्म होने वाला है। जल्द समाप्त करें।
कट	तर्जनी को गर्दन के सामने धीरे-धीरे ले जाना मानो गर्दन काटने के संकेत दे रहे हों	रिकार्डिंग खत्म हो रही है। तत्काल रुक जा।
वाक	तर्जनी और मध्यमा से पैदल चलने का उपक्रम करना	जिस दिशा में कहा जा रहा है, उधर चलें।
स्टाप	यातायात पुलिस की तरह हथेली दिखा कर रुकने का संकेत करना	आगे न जाएँ।
स्पीक अप	हथेली को गहरा कर कान के पास ले जाना	आपकी आवाज धीमी है। थोड़ा तेज बोलें।
क्लोज टू माइक	हथेली को होठों के पास लाना	आप माइक्रोफोन से दूर हैं। उसके पास जाएँ या उसे अपनी ओर खींचें।
लुक हेयर	कैमरे के लेंस की ओर उँगली दिखाना	कैमरे की ओर देखें।
स्माइल	मुस्कराना और मुँह की ओर इशारा करना	आप गंभीर दिख रहे हैं। थोड़ा मुस्कराइए।
रिलैक्स	मंच प्रबंधक अपने अँगूठों को कानों के पास ले जाकर हथेलियों को पक्षी के उड़ने की तरह हिलाता है, आँखों को गोल घुमाता है और जीभ बाहर निकालता है।	आराम से बैठें। इस क्यू का इस्तेमाल आम तौर पर रिकार्डिंग शुरू होने से पहले होता है।

4.7 फिल्म—जनसंचार का एक माध्यम

जनसंचार के माध्यम के रूप में फिल्म का इतिहास सौ साल से ज्यादा पुराना है। अपने नागरिकों को बेहतर जिंदगी मुहैया कराने और आर्थिक व सामाजिक बदलाव की प्रक्रिया तेज करने के लिए विकासशील देश संचार के परंपरागत माध्यमों को छोड़कर फिल्मों की ओर मुड़ रहे हैं। रेडियो टेलीविजन और अंतरिक्ष संचार के आविष्कार के बाद भी विकास में फिल्म के योगदान की संभावनाओं का दोहन अभी शुरू ही हुआ है।

विकासशील देशों में, जहाँ ज्यादातर लोग अब भी गाँवों में रहते हैं और यातायात एवं शिक्षा जैसी मूलभूत सुविधाओं से भी वंचित हैं लोगों को देश की विकास-प्रक्रिया में हिस्सेदार बनाने के लिए प्रभावी संचार जरूरी है। हालांकि ऐसी परिस्थितियों में रेडियो की सर्वश्रेष्ठता और सर्वानुकूलता साबित हो चुकी है, फिल्म देश के विकास में अहम भूमिका अदा कर सकता है। यहाँ तक कि टेलीविजन भी, जिसे फिल्म और रेडियो का समन्वित रूप माना जा सकता है और जो अब तक आविष्कृत संचार माध्यमों में सबसे ताकतवर है, अपने कार्यक्रमों के लिए फिल्म पर निर्भर है।

4.7.1 फिल्म : गतिशील चित्रों का संसार

फिल्म यानी गतिशील चित्र वास्तव में भ्रम है। इसमें गतिशील कर्ता के प्रति सेकेंड 24 स्थिर चित्र लाए जाते हैं, उन्हें फिल्म की पारदर्शी पट्टी (रील या फिल्म) पर क्रमिक रूप से सजाकर डेवलप किया जाता है और गतिशील पट्टी के पीछे प्रकाश स्रोत की सहायता से उन्हें

स्क्रीन पर प्रक्षेपित कर दिया जाता है। पट्टी के घूमने की गति ठीक इतनी रखी जाती है कि एक सेकेंड में 24 चित्र प्रक्षेपित हो जायें। नेत्र विशेषज्ञों का मानना है कि मनुष्य की आँखों की रेटिना पर कोई भी गतिशील चित्र एक सेकेंड के चौबीसवें हिस्से तक स्थिर रहता है। इसका अर्थ यह हुआ कि स्क्रीन पर प्रक्षेपित एक चित्र तब तक दर्शक के आँख की रेटिना पर बना रहेगा जब तक दूसरा चित्र प्रक्षेपित न हो जाए। चूंकि प्रक्षेपित चित्र एक क्रम में रखे जाते हैं और उनमें कर्त्ता की स्थिति में मामूली अंतर रहता है, इसलिए दर्शक को वह चलता हुआ लगता है।

प्रस्तर युग से ही कलाकार गति के भ्रम की सहायता से विचारों को संप्रेषित करने की कोशिश करते रहे हैं। इसका पहला उदाहरण एक सुअर का भित्ति चित्र है। उसके आठ पैर बनाए गये थे, जिनमें से चार आगे की ओर उठे हुए हैं। माना जाता है कि चित्रकार ने उसके गतिशील होने का आभास कराने के लिए ऐसा किया होगा। पर इस दिशा में वास्तविक प्रगति १९वीं सदी आखिरी वर्षों में होनी शुरू हुई। तब कई देशों के आविष्कारकों-तकनीशियनों ने अपने-अपने उपकरण प्रदर्शित किए। फ्रांस में ल्यूमियरे बंधुओं ने, ब्रिटेन में क्राइज ग्रीन ने, अमेरिका में एडिसन ने इस दिशा में महत्वपूर्ण अवदान किया।

पर स्क्रीन पर गतिशील चित्र पाने के लिए जिस चीज की जरूरत थी वह यह कि कोई शीशे की बजाय मुलायम पारदर्शी प्लास्टिक की फिल्म (रील) पर फोटोग्राफिक लेप चढ़ाने का विचार लाए और रील के किनारों को छिद्रदार बनाए ताकि जब उसे मशीन पर चढ़ाया जाय तो वह एक समान गति से आगे बढ़े। यह काम किया अमेरिका के जॉर्ज ईस्टमैन ने। और यही गतिशील चित्र का, फिल्म का आधार बना। 19वीं सदी के अन्तिम वर्षों से लेकर आज तक मोटे तौर पर इसी आधार पर फिल्में बन रही हैं। फिल्मों में ध्वनि-प्रयोग सबसे पहले 1928 में आया। इसके लिए सेलुलॉयड बेस पर अंकित चित्रों के समानांतर साउंड ट्रैक बनाया गया जिस पर प्रकाश की तरंगें पड़ने पर ध्वनि तरंगों का निर्माण होता है।

4.7.2 फिल्म समय को पार कर लेता है

वास्तविक जीवन में किसी व्यक्ति का प्रत्येक अनुभव या अनुभवों की श्रृंखला निश्चित समय और स्थान के साथ जुड़ी होती है। एक व्यक्ति कुर्सी से उठता है और कमरे से बाहर निकल जाता है पर वह तुरंत गली में नहीं पहुँच सकता। उसे दरवाजा खोलना होगा, सीढ़ियों से नीचे उतरना होगा। वास्तविक जीवन में समय और स्थान के मामले में कोई शॉर्ट कट नहीं होता। समय और स्थान अविच्छिन्न होते हैं पर फिल्मों में ऐसा नहीं होता। समय की जिस अवधि को रिकार्ड किया गया है, उसके तुरंत बाद दूसरे स्थान की कोई अन्य घटना दिखाई जा सकती है। फिल्म में समय की निरंतरता के समान स्थान की निरंतरता को भी भंग किया जा सकता है। एक दृश्य में किसी गली को फिल्माया जा सकता है और उसके अगले ही दृश्य में गली के छोर पर स्थित मकान को दिखाया जा सकता है। किसी क्षण किसानों को खेतों में कोकोआ की खेती करते दिखाया जा सकता है। उसके अगले ही क्षण यह भी संभव है कि पश्चिम अफ्रीका के किसी बंदरगाह का दृश्य दिखाया जाए जिसमें मजदूर कोकोआ से भरी बोरियाँ जहाज पर लाद रहे हों। अगले क्षण दुनिया के दूसरे कोने में किसी बच्चे को कोकोआ से बने चाकलेट खाते दिखाया जा सकता है। इस तरह समय को पार करने के लिए बस इतना करना होता है कि जिन तीन फिल्म पट्टियों (रीलों) पर वे दृश्य अलग-अलग रिकार्ड किए गए हों, उन्हें एक दूसरे से जोड़ दिया जाय। यह काम कई तरीके से किया जा सकता है। नन-लिनियर संपादन तकनीक ने तो इसे एकदम आसान बना दिया है। इसमें बस एक ही रुकावट (या अनुशासन) होती है। वह है फिल्म का कथानक। संपूर्ण तौर पर फिल्म में समय और स्थान की निरंतरता दिखनी चाहिए यानी जब दर्शक फिल्म देखे तो उसे अलग-अलग दृश्य एक-दूसरे से जुड़े लगें।

हालांकि फिल्म में भी अचल चित्रों और द्वि-आयामी दृश्य संयोजन का ही इस्तेमाल होता है पर इस स्तर से उसका विकास दृश्य संयोजन को गतिशील बनाने पर निर्भर करता है। फिल्म

चलती है। डिजाइन बदलती है। हर दृश्य के साथ प्रकाश-व्यवस्था भी बदलती है। फिल्म के-पात्र ही गति नहीं करते, बल्कि हर दृश्य के साथ उसका दृष्टिबिंदु भी बदल सकता है। रिकार्डिंग के दौरान कैमरा भी गतिशील हो सकता है। किसी दृश्य को विस्तृत रूप से दिखाने के लिए वह अपने अक्ष पर क्षैतिज रूप से घूम सकता है या किसी गतिशील वस्तु या व्यक्ति के पीछे भाग सकता है। दृश्य के समूचे वातावरण को दिखाने के लिए वह पीछे जा सकता है और मनुष्य की आँख एक नजर में जितना देख सकती है, उतना क्षेत्र देख सकता है। किसी खास बिंदु को पास से दिखाने के लिए इससे क्लोज-अप शॉट या टाइट क्लोज-अप शॉट भी लिया जा सकता है। इसे पहिए पर रखकर भी चलाया जा सकता है और हाथों में भी उठाया जा सकता है। यह दर्शकों को दृश्य से इतना रूबरू करा सकता है कि वे खुद को उस दृश्य का पात्र समझने लगें।

हर चित्र का पूर्ववर्ती और आनेवाले चित्रों से एक रिश्ता होता है। अकेला चित्र शब्द की तरह है। जिस तरह शब्दों को एक खास क्रम में जोड़ने से अर्थपूर्ण वाक्य बनता है, उसी तरह चित्रों का संपादन कर और उन्हें क्रमवार सँजोकर गतिशील चित्र प्राप्त किए जाते हैं। इसलिए कोई फिल्म बस फिल्म (वह पट्टी जिस पर चित्र रिकार्ड किए जाते हैं) ही नहीं होती, बल्कि ह छोटे-छोटे दृश्यों का संयोजन होती है जिनमें से हरेक दृश्य को फिल्माने के लिए पहले उसकी कल्पना की जाती है और फिर उन्हें समय के सापेक्ष रिकार्ड कर लिया जाता है। इन दृश्यों की अंतरसंबंधित गति, उनका साहचर्य और संयोजन भावुक अनुभव उत्पन्न कर सकता है। फिल्म की यह खूबी, यह तकनीक प्रेरणादायक, सूचनाप्रद, शिक्षाप्रद और समयानुकूल हो सकती है।

4.8 सारांश

टेलीविजन प्रोडक्शन में विचार, कल्पना से अधिक तकनीक कला का अस्तित्व होता है। इस विधा में स्टूडियो प्रोडक्शन; प्रोडक्शन टीम के कार्य, संपादन टीम, आडियो, माइक्रोफोन, प्रकाश व्यवस्था और स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश व्यवस्था से पूर्ण रूपेण परिचित होना पड़ता है। प्रोडक्शन तकनीक में कुशल प्रशिक्षु को जीविकोपार्जन के क्षेत्र में कभी भी असफलता नहीं मिलती। प्रोड्यूसर इन सभी तकनीकी प्रक्रियों से पूर्ण परिचित होता है।

4.9 संदर्भ ग्रन्थ

1. ई- जर्नलिज्म - डॉ. अर्जुन तिवारी
2. सेटेलाइट इनवेजन इन इण्डिया एस.सी. भट्ट, ज्ञान पब्लिशर्स, नई दिल्ली इण्डिया
3. टेलीविजन समाचार कैसे लिखें? रामसागर शुक्ल

4.10 शब्दावली

1. प्रोडक्शन टीम - अपनी-अपनी जिम्मेदारियों से परिचित और स्वानुशासित टीम
2. प्रकाशव्यवस्था - लाइट का उचित संयोजन
3. फ्लोर मैनेजर - स्टूडियो की गतिविधि का समन्वय करना
4. प्रोड्यूसर - कार्यक्रम की समय-सारणी निर्मित करनेवाला।

4.11 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

- (1) टेलीविजन प्रोडक्शन का तात्पर्य क्या है?

- (2) कमांड और क्यू से क्या तात्पर्य है?
- (3) माइक्रोफोन के प्रकार का वर्णन कीजिए।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

- (1) टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण की प्रविधि को स्पष्ट कीजिए।
- (2) प्रोडक्शन में प्रकाश व्यवस्था की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। इस कथन को सोदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. ग्राफिक कलाकार का तात्पर्य है
(क) फोटो संपादन
(ख) फोटो खींचना
(ग) फोटो प्रबंधन
(घ) इलेक्ट्रॉनिक ग्राफिक आदि का निर्माण करना
- (2) वाचक का तात्पर्य है -
(क) वाचन करना
(ख) समाचार पढ़ना
(ग) समाचार पढ़ने की प्रक्रिया
(घ) वायस ओवर कमेन्ट्री या मार्ग दर्शक के रूप में आवाज
3. फिल लाइट है -
(क) अच्छी लाइट
(ख) लाइट की पूर्ति
(ग) लाइट द्वारा उत्पन्न छायाओं और दृश्य में पैदा हो गये अंधकार
(घ) लाइट छाया
4. टाइम क्यू का अर्थ है -
(क) मंच प्रबंधन
(ख) समय संकेत
(ग) संख्या बोध
(घ) कार्यक्रम/रिकार्डिंग की समाप्ति

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1. (घ)
2. (घ)
3. (ग)
4. (घ)

इकाई 5 फोटो एवं फिल्म

इकाई की रूपरेखा

- 5.0 उद्देश्य
- 5.1 प्रस्तावना
- 5.2 फोटो एवं फोटोग्राफी
 - 5.2.1 स्वतंत्र फोटोग्राफी
 - 5.2.2 समाचार फोटोग्राफी
 - 5.2.3 फोटो पत्रकार
 - 5.2.4 फोटो पत्रकारों के लिए चुनौतियाँ
 - 5.2.5 फोटो संपादन
 - 5.2.6 फोटो संपादक
- 5.3 फिल्म : चमत्कारी जनमाध्यम
 - 5.3.1 फीचर फिल्म
 - 5.3.2 वृत्तचित्र
 - 5.3.3 न्यूजरील
 - 5.3.4 अब्यु फिल्में
- 5.4 भारत में फिल्में
 - 5.4.1 भारतीय फिल्मों का संक्षिप्त इतिहास
 - 5.4.2 मुख्यधारा फिल्में
 - 5.4.3 समानान्तर फिल्में
 - 5.4.4 क्षेत्रीय फिल्में
- 5.5 फिल्म पत्रकारिता
 - 5.5.1 फिल्म पत्रकारिता का विषय क्षेत्र
 - 5.5.2 फिल्म पत्रकारिता की विधाएँ
 - 5.5.3 फिल्म पत्रकार के लिए अपेक्षित योग्यताएँ
 - 5.5.4 फिल्म समीक्षा
- 5.6 सारांश
- 5.7 संदर्भ ग्रंथावली
- 5.8 शब्दावली
- 5.9 प्रश्नावली

5.0 उद्देश्य

प्रस्तुत पाठ के अध्ययन के उपरांत आप निम्नांकित तथ्यों से परिचित हो सकेंगे -

- फोटो का अर्थ एवं फोटोग्राफी की कला।
- फोटो पत्रकारिता, फोटो संपादन।

- जनमाध्यम के रूप में फिल्म।
- फिल्म के विविध रूप एवं स्वरूप।
- भारतीय फिल्मों का विकास, क्रम एवं विस्तार।
- सेंसर व्यवस्था।
- फिल्म पत्रकारिता के विविध पक्ष।
- फिल्म पत्रकारिता की विविध विधाएँ।
- फिल्म समीक्षा।

5.1 प्रस्तावना

चित्र संप्रेषण का सशक्त माध्यम होते हैं। चित्रों की प्रामाणिकता को साबित नहीं करनी पड़ती। चित्र खुद-ब-खुद प्रमाण होते हैं। चित्र मानव की सौन्दर्यानुभूति की विशिष्ट प्रस्तुति भी होते हैं। प्राचीन काल से ही मनुष्य ने अपने गुण को चित्रों के माध्यम से अभिव्यक्त किया है। विविध प्रागैतिहासिक और प्राचिनकालीन गुफा तथा भित्तिचित्र इसके सशक्त उदाहरण हैं।

सिनेमा की पहचान पिछले 100 वर्षों से भी ज्यादा समय से एक सशक्त जनमाध्यम की रही है। उसने समाज के एक बड़े तबके को प्रभावित किया है और जनता को चमत्कारी छवियाँ दी हैं। फिल्मों का मानव व्यवहार को वह गहराई से प्रभावित करती हैं।

फिल्म पत्रकारिता एक विशिष्ट विधा के रूप में भारतीय पाठक और दर्शक वर्ग में लोकप्रिय है। अपनी रंगभरी विषय सामग्री, तिलस्मी छवियों से रूबरू कराने और दिलचस्प जीवन शैली को सामने लाने के चलते फिल्म पत्रकारिता सभी वर्गों में लोकप्रिय है।

5.2 फोटो एवं फोटोग्राफी

चित्र जनसंप्रेषण के विशिष्ट माध्यम होते हैं जिन्हें अपनी सत्यता का प्रमाण नहीं देना पड़ता। मनुष्य जीवन और प्रकृति से जुड़ी जिन उपस्थितियों को देखता है और जो उसे आकर्षित करती हैं, उन्हें वह चित्रों के रूप में उतार लेता है। चित्रकारी मानव की मूल प्रवृत्ति रही है लेकिन सजीव फोटो उतारने का काम कैमरे की मदद से किया जाता है।

फोटो जीवन्त इतिहास होते हैं और मानव की सौन्दर्य अनुभूति को सहेजकर रखने का काम करते हैं। फोटो के शब्दों का विकल्प भी कहा गया है। एक फोटोग्राफ एक हजार शब्दों की व्याख्या कर देता है।

फोटोग्राफी विशिष्ट कलात्मक विधा है जो अतिरिक्त सतर्कता और त्वरित निर्णय क्षमता की माँग करती है। कैमरे के माध्यम से भावना को आंदोलित कर सकने वाले लक्षणों को कैद करना आसान काम नहीं है। फोटोग्राफी के लिए एकाग्रता और विषय की समझ आवश्यक होती है। एक सही फोटोग्राफ पाने के लिए अनेक चित्रों को खींचना पड़ता है, इन्तजार करना पड़ता है इसलिए फोटोग्राफर के लिए धैर्यवान होना अत्यन्त आवश्यक है। सही चित्र को उसके आकर्षक रूप में प्राप्त करने और प्रस्तुत करने के लिए तकनीकी दक्षता तथा रंग व प्रकाश का ज्ञान भी जरूरी है।

एक फोटोग्राफर के लिए आवश्यक है कि उसे फोटोग्राफी के तकनीकी पक्षों की अच्छी जानकारी हो। कैसे रंगों का उभार अच्छा होगा उसे पता होना चाहिए। प्रकाश संयोजन के विविध पक्षों की जानकारी जरूरी है। स्टूडियो हो या खुला आसमान, बिना प्रकाश की उपयुक्त व्यवस्था के साफ एवं स्पष्ट चित्र प्राप्त करना संभव नहीं होता। प्रकाश की मात्रा, कैमरे व प्रकाश स्रोत की स्थिति आदि बातों की जानकारी भी फोटोग्राफी के लिए जरूरी है।

5.2.1 स्वतंत्र फोटोग्राफी

हाल के वर्षों में स्वतंत्र फोटो पत्रकारिता का प्रचलन तेजी से बढ़ा है। स्वतंत्र रूप से कार्य करना अनुबंधित होकर कार्य करने की अपेक्षा ज्यादा कठिन होता है। स्वतंत्र फोटो पत्रकार को अपने संसाधनों की व्यवस्था स्वयं करनी होती है। उपकरणों के साथ-साथ लैब, कार्यालय एवं विपणन व्यवस्था वह स्वयं विकसित करता है। काम करने की स्वतंत्रता उसे अवश्य प्राप्त होती है। उसका ज्यादातर समय फील्ड में ही बीतता है। वास्तव में एक अच्छा फोटोग्राफ प्राप्त करना और उसे सुरक्षित रख लेना भाग्य की बात होती है। समारोहों की औपचारिकताओं को छोड़ दे तो घटनाएँ फोटो खिचवाने का इंतजार नहीं करती। फोटो पत्रकार की किस्मत से भी उसे कुछ दुर्लभ चित्र प्राप्त हो जाते हैं। इलाहाबाद के महाकुंभ में विदेशी महिला द्वारा नग्न होकर किये गये संगम पर सार्वजनिक स्नान का चित्र लेने का प्रयास तो कई फोटोग्राफरों ने किया लेकिन प्रशासन द्वारा उन्हें नष्ट कर दिया गया। कुछ फोटोग्राफरों द्वारा अपने चित्र बचा लिये गये जिन्हें अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रकाशित होने का मौका मिला।

भारत में हाल के वर्षों में स्वतंत्र छायाकारों ने कुछ दुर्लभ तस्वीरें प्रस्तुत की हैं। इसमें से अयोध्या में विवादित ढाँचा ढहाएँ जाने की तस्वीरें, सुनामी की लहरों के आतंक की तस्वीरें, कच्छ में आये भूकंप के दौरान गिरती इमारत की तस्वीरें, गोधरा कांड और गुजरात दंगों की तस्वीरें बहुचर्चित और बहुप्रशंसित हुई हैं।

स्वतंत्र फोटो पत्रकारिता में छायाकार को काम करने की स्वतंत्रता होती है। वह अपने मन मुताबिक काम करने के लिए ज्यादा स्वतंत्र होता है। उसे केवल संपादक और समाचारपत्र की रुचियों और प्राथमिकताओं की जानकारी होनी चाहिए। इससे उसके काम को स्वीकार किये जाने में सुविधा रहेगी।

5.2.2 समाचार फोटोग्राफी

इलोकट्रानिक मीडिया के बढ़ते प्रभाव के चलते समाचारपत्रों की प्राथमिकता में भी तेजी से बदलाव हुआ है। आज वे समाचार ज्यादा पसंद किये जाते हैं जिनके साथ फोटोग्राफ भी लगा होता है। लिखित समाचार के साथ संबंधित घटना की फोटोग्राफी समाचार फोटोग्राफी कही जाती है। इसके साथ लिखित समाचार का होना आवश्यक होता है। सामान्य परिस्थितियों में प्रेस फोटोग्राफर को यह पता होता है कि उसे कौन सा चित्र लेना है। बीट रिपोर्ट के साथ काम करते हुए वह यह छायाचित्र प्राप्त करता है। लेकिन जब आयोजन बड़ा होता है और समूचे माहौल (Story Environment) को कवर करना महत्वपूर्ण हो जाता है तो फोटोग्राफर का अपना विवेक महत्वपूर्ण हो जाता है। दंगे, आपदा, संघर्ष और युद्ध की स्थितियों में वर्णन के साथ भीषणता प्रकाट करने के लिए कोई भी फोटोग्राफ स्वीकार्य होता है। आज समाचार फोटोग्राफी समाचारपत्र का अनिवार्य तत्व हो गयी है।

5.2.3 फोटो पत्रकार

समाचारपत्र के लिए फोटोग्राफी कार्य करने वाले व्यक्ति को फोटो पत्रकार कहा जाता है। फोटो पत्रकार दो रूपों में कार्य करते हैं -

1. नियोजित फोटो पत्रकार-

इस श्रेणी में वे लोग सम्मिलित किये जाते हैं जो किसी समाचारपत्र-पत्रिका संगठन में प्रेस छायाकार की नौकरी करते हैं। संगठन के नियमों के अनुरूप उन्हें कार्य करना होता है तथा समाचारपत्र कार्यालय द्वारा उनकी दैनिक गतिविधियों का निर्धारण किया जाता है।

2. स्वतंत्र फोटो पत्रकार-

इस श्रेणी में वे व्यक्ति आते हैं जो स्वतंत्र रूप से छायांकन कार्य करते हैं। उनका समाचारपत्र-पत्रिकाओं से अनुबंध होता है और चयनित फोटोग्राफों के आधार पर उनके मानदेय का निर्धारण होता है।

फोटो पत्रकार के लिए अपेक्षित योग्यताएं-

एक अच्छा फोटो पत्रकार बनने के लिए जरूरी है कि व्यक्ति में एक संवाददाता के रूप में कार्य करने की योग्यताएं मौजूद हों। इसके अतिरिक्त उसे अपने विषय में पारंगत भी होना चाहिए। फोटो-पत्रकार के लिए अपेक्षित योग्यता को हम दो भागों में बाँट सकते हैं -

- (1) मानवीय पहलू
- (2) तकनीकी पहलू

(1) मानवीय पहलू-

अच्छा फोटो पत्रकार वह है जो किसी विचार या घटना को चित्र रूप में सोच सके। मानवीय भावनाओं की उसे अच्छी समझ हो तथा प्रकाश एवं रंगों के प्रति अत्यन्त संवेदनशील हो। वह किन्हीं दो क्षणों में अंतर कर सके। समय के बारे में उसकी यह समझ सबसे महत्वपूर्ण होती है। नये विषयों और एक ही विषय पर कई तरीकों से काम करने की उसमें योग्यता होनी चाहिए। विचारों की मौलिकता, विषय का नयापन एवं प्रभावशीलता उसके लिए महत्वपूर्ण होता है, उसमें शारीरिक एवं मानसिक क्षमता भी होनी चाहिए। चित्रों में तभी आकर्षक पैदा होगा जब वे अनूठे होंगे। लोगों की आवश्यकता को ध्यान से देखना, बेबसी, लाचारी, हर्ष-विवाद, जय-पराजय, करुणा, श्रद्धा आदि भावों को पकड़ने की क्षमता फोटो पत्रकारिता का अनिवार्य तत्त्व है। संघर्ष की अकूत क्षमता और धैर्यपूर्ण मृदुल व्यवहार से ही वह विपरीत परिस्थितियों में भी वांछित चित्र प्राप्त कर सकता है। अनुसंधान की उच्चस्तरीय क्षमता भी आवश्यक होती है। अफगानिस्तान पर अमेरिका हमले के बाद एक महिला की तस्वीर विश्व प्रसिद्ध टाइम पत्रिका के कवर पर छपी। यह वही महिला थी जिसके बचपन की तस्वीर पत्रिका ने दो दशक पहले छपी थी। उसे खोजने में छायाकारों की मेहनत का आप अंदाजा लगा सकते हैं।

(2) तकनीकी पहलू -

फोटो पत्रकार के लिए तकनीकी पहलू भी अत्यन्त महत्वपूर्ण है। वस्तुतः वह तकनीकी कौशल से मानवीय पहलू को उजागर करने वाला कलाकार होता है। फोटोग्राफी एक तकनीकी कार्य है जिसके लिए व्यक्ति को कैमरा संचालन, प्रकाशन, संयोजन, दूरी का हिसाब, रंग संयोजन की अच्छी जानकारी जरूरी होती है। जिस कैमरे का इस्तेमाल वह कर रहा है उसके संचालन की समस्त जानकारी होनी चाहिए। इसके अतिरिक्त फोटो पत्रकार के लिए आवश्यक है कि वह डार्क रूम में काम करना जानता हो। आज संचार प्रौद्योगिकी के युग में इंटरनेट के माध्यम से चित्र-पोषण एवं कंप्यूटर स्कैनिंग की बारीकियों से भी उसे परिचित होना चाहिए।

5.2.4 फोटो पत्रकारों के लिए चुनौतिया

फोटो पत्रकारिता चुनौती भरा काम है। इसके लिए अतिरिक्त शारीरिक एवं मानसिक कौशल जरूरी होता है। फोटो पत्रकार को बीट (Beat) रिपोर्ट से तालमेल बैठाना जरूरी होता है। तभी वह सही फोटोग्राफ का चयन कर पाता है। समाचारपत्र की हेड लाइन (Dead Line) उस पर भी लागू होती है। उसे अपना काम संक्षिप्त समय के दायरे में करना होता है। उसका कार्य क्षेत्र कोई स्टूडियो नहीं होता। ऐसे में प्रकाश संयोजन और मौसमी कठिनाइयों से भी तालमेल बिठाना जरूरी होता है।

इसके अतिरिक्त फोटो पत्रकार की क्षमताओं का सही पता प्राकृतिक आपदाओं, युद्ध,

हिंसक संघर्षों, दंगों या तनाव के समय चलता है। यह विषय परिस्थितियाँ शारीरिक और मानसिक मजबूती की माँग करती है। प्रशासन सुरक्षा-तंत्र और उपद्रवी तत्व तीनों ही फोटोग्राफर के लिए बाधक होते हैं। उसे कोई सुरक्षा प्राप्त नहीं होती तथा खुद चोट खाकर भी अपने उपकरणों की रक्षा करनी होती है। विषमतर परिस्थितियों में, जहाँ से लीग पलायन कर रहे हों, उसे डट कर फोटोग्राफ लेना होता है। थोड़ी-सी चूक ऐसी स्थिति में जानलेवा साबित हो सकती है। आपातकालीन परिस्थितियों में फोटो पत्रकार का कार्य बहुत कठिन हो जाता है। संवेदनशील परिस्थितियों में उसे एक संवाददाता की ही तरह जागरूक होना रहता है। ऐसे में नियम और कायदे की तलवार उस पर भी लटकती रहती है।

फील्ड की चुनौतियों के साथ-साथ अखबार का दफ्तर भी उसके लिए चुनौती वाला दूसरा क्षेत्र होता है। संपादक की समीक्षात्मक नजरों के समक्ष सही चित्र प्रस्तुत करने के लिए फील्ड में वह कई कोणों (Angle) से चित्र खींचता है। मुद्रण की सुविधा के अनुरूप स्पष्ट फोटोग्राफ प्रस्तुत करना भी जरूरी होता है।

इस प्रकार फोटो पत्रकार का काम चुनौती और जोखिम से भरा है। सफलता प्राप्त करने के लिए विपरीत परिस्थितियों में संघर्ष करना होता है और अपनी संवेदनशीलता बनाये रखनी होती है।

5.2.5 फोटो-संपादन

फोटो संपादन की प्रक्रिया में फोटोग्राफ का चयन, शीर्षक (Caption)निर्धारण, स्थान संयोजन, उभार व्यवस्थित करना आदि कार्य शामिल होते हैं। समाचारपत्रों में स्थान की समस्या होती है। फोटोग्राफों का एक सीमा तक ही उपयोग किया जा सकता है। अनेक उपलब्ध फोटोग्राफों में से उपयुक्त का चयन करना होता है। यह फोटो संपादक के कौशल और विवेक पर निर्भर करता है कि वह सही फोटोग्राफ का चयन करे। समाचारों के साथ वही चित्र सही होते हैं जो समाचार के भाव को पूर्णतया स्पष्ट कर दें। फोटो फीचर के लिए प्रधान चित्रों का चयन करना चाहिए।

चयनित फोटो का शीर्षक देना भी चयन के समान ही महत्वपूर्ण होता है। फोटो-शीर्षक सटीक और संक्षिप्त होना चाहिए। फोटो के प्रभाव की अभिव्यक्ति करता शीर्षक सर्वाधिक सफल माना जाता है। हर चित्र के साथ उसका शीर्षक होना जरूरी है। शीर्षक फोटो के नीचे लगाना चाहिए क्योंकि ऊपर लगा शीर्षक फोटो के महत्व को कम कर देता है।

फोटो संपादक को पता होना चाहिए कि फोटोग्राफ के लिए कितनी जगह का इस्तेमाल करना चाहिए। बड़ी खबरों के साथ तो विस्तारित 5×7 चित्र ठीक लगते हैं लेकिन छोटे समाचारों के साथ फोटो का आकार भी समानुपातिक रूप से छोटा होना चाहिए। रेबलॉयड समाचार-पत्रों में तो दो कॉलम से ज्यादा की फोटो संभव ही नहीं होती अतः इनमें 2×3 या 3×4 की फोटो ही लगाई जा सकती है। फोटोग्राफ का स्थान भी सही होना चाहिए। बाहर की तरफ देखता चित्र बढेंगा लगता है। नीचे की ओर लगा चित्र ऊपर देखता हो तथा ऊपर लगा फोटो, नीचे देखता, तो सही रहता है। अन्दर की ओर देखते फोटो को अंतिम कॉलमों में नहीं लगाना चाहिए।

फोटो संपादन की प्रक्रिया दो चरणों में होती है—

- (1) लम्बवत (Vertical) संपादन
- (2) ऊर्ध्वाकार (Horizontal) संपादन

सर्व प्रथम लम्बवत संपादन किया जाता है। संपादक मुख्य चित्र के पास धीरे-धीरे आस-पास के अर्थहीन चित्रों को हटाते हुए पहुँचाता है। जैसे यदि किसी लोकप्रिय व्यक्ति के साथ कई लोग खड़े हैं जिनकी कोई उपयोगिता नहीं है तो फोटो-संपादक अन्य व्यक्तियों को फ्रेम से हटाकर मुख्य व्यक्ति का ही फोटोग्राफ चयनित करेगा। इसके बाद ऊर्ध्वाकार या आड़ी छँटाई

की जाती है।

आजकल कंप्यूटर पर फोटो संपादन का चलन बढ़ रहा है। इसमें प्रिण्ट को स्कैन करके कंप्यूटर पर संपादन कार्य होता है। नेगेटिव को भी नेगेटिव स्कैनर की सहायता से स्कैन करके संपादित किया जा सकता है। डिजिटल कैमरे की खिंची फोटो के संपादन के लिए उसकी फ्लॉपी या मेमोरी स्टिक का प्रयोग किया जाता है।

5.2.6 फोटो संपादक

समाचारपत्र कार्यालय में फोटोग्राफ को काँट-छाँटकर प्रकाशन के लिए तैयार करने वाले व्यक्ति को फोटो संपादक कहा जाता है। फोटो संपादक का कार्य सैकड़ों शब्दों के साथ विवरण लिखना नहीं, बल्कि फोटो से ही स्पष्टता व्यक्त करना है। प्रख्यात फोटो संपादक जॉन जी मॉरिस ने फोटो संपादक को 'गम्भीरता या (हास-परिहास) की अभिरुचि पैदा करने वाला नैतिकता का अनियुक्त संरक्षक, प्रतिभा का सृजनकर्ता व यशस्वी व्यक्तियों का साथी माना है।' वह वास्तविकता तथा इतिहास का समन्वयक होता है।

फोटो संपादक को निडर और संवेदनशील होना चाहिए। अपराध, विसंगतियों आदि के फोटोग्राफ का प्रकाशन करते समय उसे सशंकित या भयभीत नहीं होना चाहिए। सामान्य फोटोग्राफ और भावप्रद फोटोग्राफ के बीच अन्तर करना उसे जानना चाहिए।

पाठकों की रुचि का उसे ज्ञान होना चाहिए। तभी वह ऐसे फोटोग्राफ का चयन कर सकेगा जो उसके पाठकों को पसन्द आये। वह भले अच्छा फोटोग्राफ न हो लेकिन फोटोग्राफ की तकनीकी बारीकियों मसलन, उभार, रंग-संयोजन, स्पष्टता आदि की जानकारी होनी चाहिए।

फोटो संपादक के निम्नांकित उत्तरदायित्व होते हैं

- (1) सहयोगी फोटोग्राफरों को कार्य सौपना व आवश्यक चित्र के बारे में जरूरी निर्देश देना।
- (2) ऐसे समाचारों का ध्यान रखना जिसके साथ आकर्षक फोटोग्राफ प्रकाशित हो सकते हों।
- (3) उपयुक्त फोटोग्राफ का चयन करना।
- (4) आकार एवं शीर्षक निर्धारण।
- (5) समाचारपत्र में फोटोग्राफी सम्बन्धी उपकरणों- कैमरा, फोकस, स्टैंड, लैब आदि सही कार्य कर रहे हैं या नहीं -जाँच करना।
- (6) संपादकीय बैठक में हिस्सेदारी।

इस प्रकार फोटो संपादक का कार्य विशिष्ट और उत्तरदायित्वपूर्ण होता है तथा समाचार कक्ष में उसका महत्वपूर्ण स्थान होता है।

5.3 फिल्म: चमत्कारी जनमाध्यम

“एक फिल्म चित्र है, फिल्म शब्द है, फिल्म आंदोलन है, फिल्म नाटक है, फिल्म संगीत है, फिल्म एक कहानी है, फिल्म हजारों अभिव्यक्तिपूर्ण श्रव्य एवं दृश्य आख्याना है।”

—सत्यजीत रे

भारतीय सिनेमा के अनुभूते सर्जक फिल्मकार सत्यजीत रे का यह कथन – फिल्म को एक सशक्त माध्यम के रूप में स्पष्ट कर देता है। फिल्म एक शक्तिशाली जनमाध्यम है और मानव मस्तिष्क को गहराई तक प्रभावित करने की इसमें अकूत क्षमता है। यह कला और सौन्दर्य का

अदभुत संगम है जो न केवल मानव मन को मथ देता है अपितु उसकी आदतों और व्यवहार को भी परिवर्तित करता है।

फिल्में आदमी की अनुभूतियों को स्पर्श करती हैं और उसकी भावनाओं को आन्दोलित करती हैं। भारत में एक जनमाध्यम के रूप में सिनेमा का गौरवशाली अतीत और प्रभाव रहा है। फिल्म निर्माण एक योजनाबद्ध संयोजनात्मक प्रबंधन का अनुरूप उदाहरण है। गीत-संगीत, कथा-पटकथा, संवाद, संपादन, अभिनय, निर्देशन का इसमें अदभुत समावेश होता है और अनेक लोगों के सम्मिलित प्रयास से फिल्म सामने आती है।

लोग संपूर्ण मनोरंजन की चाह लिए फिल्म देखते हैं। इसके अतिरिक्त भाषा सामाजिक व्यवहार, राष्ट्रीय एकता, सामाजिक समस्या उठाने आदि की दृष्टि से भी भारत में फिल्मों की महत्त्वपूर्ण भूमिका रही है। हिन्दी फिल्मों का दक्षिण भारतीय राज्यों में हिन्दी का प्रचार-प्रसार करने में महत्त्वपूर्ण योगदान रहा है। फिल्मों में सांप्रदायिक सद्भाव, दहेज विरोध, बेमेल विवाह से लेकर एड्स, नगरों की ओर पलायन, बेकारी, गरीबी, छात्र असंतोष, सामाजिक-आर्थिक शोषण आदि अनेक सामाजिक समस्याओं की गहराई से पड़ताल की गयी है। फिल्में एक चमत्कारी माध्यम हैं जिनके समक्ष दर्शक अपनी सुध-बुध खोकर तल्लीन हो जाता है और उस पर फिल्मों का गहरा प्रभाव पड़ता है।

5.3.1 फीचर फिल्म

फीचर फिल्म वे व्यावसायिक फिल्में हैं जो सिनेमा घरों में प्रदर्शित की जाती हैं। किसी कहानी को आधार बनाकर इसका निर्माण होता है। गीत-संगीत और अभिनय के द्वारा सजी इस प्रस्तुति को देखने दर्शक सिनेमा हॉल में आता है। वास्तव में फिल्मों को चमत्कारी माध्यम के रूप में फीचर फिल्मों के ही चलते लोकप्रियता मिली है। फीचर फिल्मों के आकर्षण से दुनिया का कोई हिस्सा अछूता नहीं है।

भारत में भी फीचर फिल्में अपने जादुई प्रभाव के चलते जानी जाती हैं। फीचर फिल्मों की लोकप्रियता के चलते ही उसमें अभिनय करने वाले कलाकार जनता की आँखों के तारे होते हैं और लाखों-करोड़ों लोग उनकी नकल उतारते हैं, उनका अनुसरण करते हैं।

5.3.2 वृत्तचित्र (Documentry)

उन फिल्मों को कहते जो वास्तविक विषयों पर सूचनापरक प्रस्तुतियाँ करती हैं। किसी विषय के विविध पक्षों की खूबसूरती और यथार्थ को वृत्तचित्रों के माध्यम से उभारा जाता है। वृत्तचित्रों को वृत्तान्तमूलक फिल्में भी कहा जाता है। इसमें हालाँकि कथा की नाटकीय प्रस्तुति नहीं होती लेकिन गीत-संगीत तथा पृष्ठभूमि स्वर का प्रयोग विषय के अनुकूल किया जाता है। डाक्यूमेण्ट्री फिल्में एक तरह का अनूठा रिपोर्टाज, यात्रा वृत्तान्त अथवा कमेण्ट्री होती हैं।

इसका विषय क्षेत्र काफी बड़ा होता है। समाज, कला, संस्कृति, पर्यावरण मानवीय गतिविधियाँ, प्राणी जगत् आदि पर अनेक यादगार वृत्तचित्रों का निर्माण हुआ है।

सर्व प्रथम सन 1922में टॉबर्ट क्लैहर्टी नामक ब्रिटिश फिल्मकार ने 'नैनूक ऑफ द नार्थ' (Nanook of the North) नाम से आर्कटिक क्षेत्र की जनजाति एस्कीमों के एक परिवार पर वृत्तचित्र का निर्माण किया था। जॉन ग्रियर्सन को डाक्यूमेण्ट्री फिल्म विधा को प्रतिष्ठित करने और लोकप्रिय बनाने का श्रेय दिया जाता है। उनकी 'उत्तरी सागर' में फिल्माई गई डाक्यूमेण्ट्री 'डिफ्टर्स' काफी चर्चित और लोकप्रिय हुई थी। उनकी कुछ अन्य बहुचर्चित डाक्यूमेण्ट्री फिल्में में 'वेदर फोरकास्ट?', 'सांग ऑफ सीलोन', 'कोल फेस' और 'नाइट मेल' शामिल की जाती हैं।

भारत में भी 1920 से 1940 के बीच में लगभग 1500 डाक्यूमेण्ट्री फिल्मों का निर्माण हुआ था। पी०वी० पाथी, डी०जी० तेन्दुलकर और के०एस० हिरलेकर भारतीय डाक्यूमेण्ट्री जगत के आरम्भ कर्ताओं में शुमार किये जाते हैं। 1947 में पॉल जिब्स और फॉली बिलमोरिया

ने भारत में 'डाक्यूमेण्ट्री यूनिट ऑफ इण्डिया' की स्थापना की। जिब्स का उस समय की कुछ चर्चित डाक्यूमेण्ट्री फिल्मों में हिन्दुस्तान हमारा, जलजला, द रिपेनिंग सीड, द वैनिशिंग ट्राइब, कश्मीर कैरीज ऑन, इण्डिया इण्डीपेण्डेन्ट आदि प्रशंसित हुई थी।

आज डाक्यूमेण्ट्री फिल्में भारत में यथार्थ की कलात्मक प्रस्तुति के सशक्त माध्यम के रूप में भी पुरस्कार दिये जाते हैं और अनेक मशहूर फिल्मकार इस विधा के माध्यम से अपनी दृष्टि को नया रंग दे रहे हैं।

5.3.3 न्यूज रील

न्यूज रील एक प्रकार के समाचार सारांश को कहते हैं जो सेल्युलाइट के माध्यम से प्रस्तुत किया जाता है। प्रथम भारतीय फिल्मकार दादासाहेब फाल्के ने भी 'राजा हरिश्चन्द्र' (1913) बनाने से पूर्व कुछ न्यूज रील निर्मित की थी। इनमें राजनैतिक जलसों, मशहूर नेताओं के अंतिम संस्कार, विदेशी कपड़ों की होली जलाना आदि विषयों पर न्यूज रील का निर्माण हुआ था। भारत में फिल्म डिवीजन न्यूज रील का निर्माण करता है। फिल्म डिवीजन की स्थापना सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय की 'मीडिया यूनिट' के रूप में 1948 में हुई थी और यह संस्था सबसे आज तक सक्रिय है।

भारत की सांस्कृतिक एवं प्राकृतिक विविधता संपन्न विरासत विकासात्मक गतिविधियों को दर्शाने वाली अनेक न्यूज रीलों का निर्माण फिल्म डिवीजन के सौजन्य से हुआ है। सिनेमा हॉल में फिल्म शुरू होने से पूर्व अथवा मध्यांतर के इन न्यूजरीलों का भी प्रसारण होता है। गोष्ठी, मीटिंग, क्षेत्रीय प्रचार कार्यक्रमों के तहत भी इनका प्रदर्शन होता है। पर्यावरण संरक्षण के उपायों, एड्स नियंत्रण एवं बचाव, एकात्मक रोगों से बचाव, विकास कार्य, प्रधानमंत्री की यात्राएँ, समझौते आदि पर आकर्षक न्यूजरीलें निर्मित की गयी हैं।

5.3.4 अन्य फिल्मों

इनमें जनसंपर्क फिल्मों, विज्ञापन फिल्मों, इंस्ट्रक्शनल फिल्मों शामिल की जाती हैं। जनसंपर्क फिल्मों का उद्देश्य जनसंपर्क गतिविधियों को बढ़ावा देना और लक्षित जनता के बीच अनुकूल वातावरण तैयार करना होता है। विज्ञापन फिल्मों उत्पाद, सेवा या विचार के प्रचार-प्रसार के लिए तैयार की जाती हैं। इनमें कल्पनाशीलता और सृजनशीलता का अद्भुत सांमजस्य होता है। सभी प्रकार की फिल्मों में ये सर्वाधिक छोटी और चमत्कारी प्रभाव वाली होती हैं। इंस्ट्रक्शनल फिल्मों प्रशिक्षण देने तथा तकनीकी जानकारी देकर कार्य-कौशल बढ़ाने के उद्देश्य से बनायी जाती हैं। इसमें विषय विशेष पर ज्ञानवर्धक व सूचनाप्रद फिल्मों निर्मित की जाती हैं जो कर्मचारियों, प्रशिक्षणार्थियों आदि के लिए होती हैं।

5.4 भारत में फिल्मों

मुंबई के वाट्सन होटल में 7 जुलाई 1896 को लुकिंग ब्रदर्स ने पहली बार फिल्म का प्रदर्शन किया। यह भारत के सिनेमा की शुरुआत थी। विश्व में सिनेमा के पदार्पण के एक वर्ष पश्चात ही भारत भी इसे जनमाध्यम से परिचित हो गया था।

इसके पूर्व 18 फरवरी 1895 को फ्रांस के लुई लुमिएर एवं आगस्त लुमिएर ने सिनेमैटोग्राफी को पेटेन्ट कराया। 22 मार्च 1895 को पेरिस के ग्रान कैफे में चुनिन्दा लोगों के समक्ष इसका प्रदर्शन किया गया। चमत्कृत दर्शकों ने दीवार पर फैक्टरी से निकलते श्रमिकों को देखा। लुमिएर बंधुओं द्वारा प्रदर्शित 24 विभिन्न चित्रों में सरपेण्ट, सी बेदर्स, एटाइक्ल ऑफ ए ट्रेन, सी बाथ, ए डिमोलिशन लीविंग द फैक्ट्री तथा 'लेडीज एण्ड सोल्जर्स ऑन सील्स' प्रदर्शित की गयी। भारत में तब सिनेमा की शुरुआत थी, जिसके बाद इस विधा का निरन्तर विकास और विस्तार होता गया।

5.4.1 भारतीय फिल्मों का संक्षिप्त इतिहास

लुमिएर बंधुओं के प्रदर्शन से भारत में फिल्मों की शुरुआत मानी जाती है। इसके बाद कुछ उत्साही लोगों ने देश में फिल्म निर्माण के लिए प्रयास करने शुरू कर दिये। शुरुआत में कुछ छोटी अवधि की फिल्में निर्मित की गयीं जिनमें टू रेसलर्स (एच०एस०भाटवाडेकर), रिटर्न ऑफ रेंगलर (आर०पी० परांजपे), को कोनट फेयर, ऑवर इण्डियन एम्पायर आदि थीं।

सन 1912 में दादा साहेब फाल्के ने प्रथम भारतीय फिल्म 'राजा हरिश्चन्द्र' का निर्माण किया जो 3 मई 1913 को प्रदर्शित की गयी। यह फिल्म मूक थी और महिला पात्र का अभिनय भी पुरुषों द्वारा किया गया था। इसके बाद भारत में मूक फिल्मों का दौर शुरू हो गया। मूक फिल्मों का यह दौर 1932 में प्रथम भारतीय सवाक फिल्म आर्देशिर ईरानी की 'आलमआरा' बनने के साथ समाप्त हुआ। हालाँकि दो तीन वर्षों तक मूक फिल्में इसके बाद भी बनती रही लेकिन जल्द ही उनका दौर समाप्त हो गया।

आजादी से पूर्व तक ही भारतीय फिल्मों की निर्माण प्रक्रिया का पर्याप्त विकास हो चुका था और देश में हिन्दी के साथ-साथ अन्य भाषाओं में भी फिल्में बनने लगी थीं। दादा साहेब फाल्के ने बाद में 'लंका दहन' 'कालिया मर्दन' आदि फिल्में भी बनायीं। 1931 से 1947 के बीच में 6,590 हिन्दी फिल्मों का निर्माण हुआ। महबूब खान, शांताराम, सोहराब मोदी, के०ए० अब्बास, हिमांशु राय, जे०बी०एच०वाडिया, आदि विख्यात निर्माता-निर्देशकों ने अनेक यादगार फिल्में दीं। इनमें से दुनिया न माने, डॉ० कोटनीस की अमर कहानी, आदमी, दो आँखें बारह हाथ, आन, किसान, कन्या, दो बीघा जमीन, धरती के लाल, पुकार, अछूत कन्या आदि सफल और बहुचर्चित फिल्में थीं। अशोक कुमार, देविका रानी, मोतीलाल, आदि चर्चित अभिनेता थे।

आजादी के बाद भी फिल्मों का निर्माण जारी रहा। इस समय तक भारतीय फिल्मों में सितारों का आगमन हो चुका था और दिलीप कुमार, मधुबाला, मीना कुमारी, देव आनन्द, राजकपूर आदि लोकप्रिय सितारे थे।

पचास और साठ के दशक में सत्यजीत रे, सोहराब मोदी, राज कपूर, गुरु दत्त आदि ने भारतीय सिनेमा को नई ऊँचाइयाँ प्रदान कीं। सत्यजीत की पहली ही फिल्म 'पाथेर पांचाली' (1954) बहुचर्चित और प्रशंसित हुई थी। सत्यजीत रे जीवन पर्यन्त फिल्म विधा में सक्रिय रहे और उन्होंने कई महत्वपूर्ण फिल्में दीं। अपराजिता (1957), अपूर संसार (1959), जलसाघर (1958), देवी (1959), तीन कन्या (1961), चारुलता (1964), नायक (1966), गोपी गायने बाधा बायने (1968), अरण्ये (दिन रात्रि) (1970), सीमाबद्ध (1971), सोनार केला (1974), आसानी संकेत (1973), घरे बाहरे (1985), गणशत्रु (1989) तथा आगंतुक (1989) महत्वपूर्ण फिल्में थीं। उन्होंने 1977 में हिन्दी में 'शतरंज के खिलाड़ी' फिल्म बनाई। भारत के इस यशस्वी फिल्मकार को फिल्मों के सर्वोच्च 'ऑस्कर पुरस्कार' से नवाजा गया।

1955 में वी०शान्तराम की 'झनक-झनक पायल बाजे' और 1957 में महबूब खान की 'मदर इण्डिया' का निर्माण हुआ। दोनों ही मील की पत्थर के रूप में शुमार की जाती हैं। राजकपूर ने आह, आग, श्री चार सौ बीस, आबारा, जागते रहो, संगम, जिस देश में गंगा बहती है, जैसी महत्वपूर्ण फिल्में दीं। गुरुदत्त ने 'कागज के फूल', बाजी, प्यासा तथा साहब बीबी और गुलाम जैसी फिल्में दीं। इस काल खंड में नीचा नगर, धूल का फूल, महबूब, बरसात, महल, दावा, किस्मत आदि बहुचर्चित फिल्में तथा दिलीप कुमार, राज कपूर, राजेन्द्र कुमार, देव आनन्द, धर्मेन्द्र, जीतेन्द्र, अशोक कुमार, मधुबाला, मीना कुमारी, नरगिस आदि चर्चित कलाकार सक्रिय थे।

1960 से सिनेमा में काफी तकनीकी और विषयगत प्रगति कर ली है। सिनेमा में नये विषयों और प्रस्तुतियों के नये तरीके निकाले गये हैं। फिल्मों में धीरे-धीरे हिंसा का प्रवेश हुआ।

और बाद में वह सब पर हावी होती गयी। शोले (1973) को भारतीय फिल्मों में हिंसा को महिमा मंडित करने का श्रेय दिया जाता है। हिंसा के साथ-साथ सिनेमा में एण्टी हीरो और एंग्रियंगमैन की छवि को बल मिला। इस समयावधि की कुछ सफल और बहुचर्चित फिल्में- शोले, दीवार, जंजीर आदि हिंसा से ओतप्रोत थीं।

लेकिन इस काल में कुछ संवेदनशील फिल्मों का भी निर्माण हुआ है। आनन्द, मिली, रजनीगंधा, सलीम लँगड़ा पर मत रो, बाजार, गर्म हवा आदि फिल्मों की इस संदर्भ में चर्चा की जा सकती है।

आज भारतीय फिल्में अंतरराष्ट्रीय हो गयी हैं। आज उनका निर्माण वैश्विक बाजार को ध्यान में रखकर हो रहा है। तकनीकी, विषयगत, विपणन आदि हर दृष्टि से भारतीय सिनेमा आज वहाँ पहुँच गया है जहाँ पहले नहीं था।

5.4.2 मुख्यधारा की फिल्में

मुख्य धारा फिल्मों में उन फिल्मों को सम्मिलित किया जाता है जिनका निर्माण व्यावसायिक दृष्टि से लोकप्रियता को ध्यान में रखकर किया जाता है। इस प्रकार की फिल्में गीत-संगीत, मार-धाड़ से भरपूर होती हैं और दर्शकों का मनोरंजन कर पैसा कमाना इनका मुख्य उद्देश्य होता है। इन्हें 'लोकप्रिय सिनेमा' भी कहा जाता है।

5.4.3 समानान्तर फिल्में

भारत में फिल्मों को आम आदमी मनोरंजन का ऐसा साधन मानता है जो यथार्थ से दूर होती हैं। समानान्तर फिल्में सिनेमा की उस धारा का प्रतिनिधित्व करती हैं जिसमें उस मान्यता के विपरीत यथार्थपरक और जीवन की सच्चाइयों को रूबरू कराती फिल्में होती हैं। सत्यजीत रे कृत पाथेर पांचाली (1954) से भारत में समानान्तर फिल्म धारा की औपचारिक शुरुआत मानी जाती है! सत्यजीत रे की फिल्मों के अतिरिक्त गर्म हवा, भुवन शोम, सलीम लँगड़े पर मत रो, निशान्त, मंथन, जुनून, त्रिकाल, पार, अर्धसत्य, परिणति, अंकुर, मृगया, तरंगे, मम्मो, सूरज का सातवाँ घोड़ा, हजार चौरासी की माँ आदि इस धारा की प्रतिनिधि फिल्में मानी जाती हैं।

5.4.4 क्षेत्रीय फिल्में

भारत में हिन्दी फिल्मों के साथ-साथ क्षेत्रीय फिल्मों भी शुरुआती वर्षों से ही लोकप्रिय रही हैं। मराठी फिल्मों 'संत ज्ञानेश्वर' और 'संत तुकाराम' आज भी क्लासिक मानी जाती हैं। दक्षिण में तमिल, मलयालम और तेलुगु फिल्मों का काफी विकास हुआ है। आज भारत में लगभग हर प्रमुख भाषा में फिल्मों का निर्माण हो रहा है।

भारतीय फिल्मों

भाषा	1994	1995	1996
हिन्दी	155	157	126
तमिल	153	165	138
तेलुगु	174	168	154
कन्नड़	70	89	85
मलयालम	69	83	65
बंगला	44	26	37
मराठी	22	22	11
पंजाबी	12	12	09

उड़िया	14	13	12
नेपाली	10	11	05
भोजपुरी	04	06	06
गुजराती	06	09	05
अंग्रेजी	04	18	14
असमिया	06	04	04

5.5 फिल्म पत्रकारिता

फिल्म पत्रकारिता एक अनूठी, विशिष्ट और लोकप्रिय विधा है जिसका पत्रकारिता में अलग स्थान है। रंग वैविध्य, लोकप्रिय सितारों की चर्चा गॉसिप भरी तथ्य प्रस्तुतियों, फोटोग्राफ के बहुतायत उपयोग और व्यक्तिगत साक्षात्कारों की नाटकीय प्रस्तुतियों के लिए यह पत्रकारिता अपनी अलग पहचान रखती है। भारत में फिल्म पत्रकारिता को पत्रकारिता की अपेक्षाकृत कम गंभीर विधा के रूप में स्वीकार किया जाता है फिर भी पत्रकारिता की यह विधा न केवल लोकप्रिय है वरन् निरन्तर प्रगति भी कर रही है।

फिल्म पत्रकारिता मुद्रित और इलेक्ट्रॉनिक दोनों माध्यमों में सक्रिय है। सभी समाचारपत्र-पत्रिकाओं में फिल्म समाचारों से जुड़े परिशिष्ट अवश्य होते हैं। इसके अतिरिक्त स्टार डस्ट, फिल्म फेयर, मायापुरी, स्क्रीन, फिल्मी दुनिया आदि पत्र-पत्रिकाएँ फिल्म जगत को आधार बनाकर पत्रकारिता के क्षेत्र में सक्रिय हैं।

प्रत्येक टीवी चैनल पर एक फिल्म मैगजीन जरूर प्रसारित होती है। इसके अतिरिक्त फिल्म आधारित चैनलों पर फिल्मों के अतिरिक्त फिल्मी गतिविधियों की रिपोर्टिंग, समीक्षा, साक्षात्कार आदि का भी प्रसारण किया जाता है।

5.5.1 फिल्म पत्रकारिता का विषय क्षेत्र

फिल्म पत्रकारिता के विषय क्षेत्र में फिल्म निर्माण व फिल्म जगत् से जुड़ी गतिविधियाँ सम्मिलित की जाती हैं। फिल्म निर्माण प्रक्रिया, गीत-संगीत, अन्य तकनीकी पक्ष, फिल्म प्रसारण व्यवस्था, फिल्म-व्यापार, फिल्म से जुड़ी अन्य गतिविधियाँ जैसे ऑडियो कैसेट जारी होना, उद्घाटन मुहूर्त आदि, फिल्मी सितारों से बातचीत, उनकी जीवन शैली आदि सभी फिल्म पत्रकारिता के दायरे में शामिल किये जाते हैं।

5.5.2 फिल्म पत्रकारिता की विधाएँ

फिल्म पत्रकारिता की विविध विधाओं के माध्यम से प्रस्तुतियाँ की जाती हैं। साक्षात्कार, फिल्म आयोजनों के रिपोर्टाज, फिल्म संबन्धी गतिविधियों के समाचार, फिल्म व्यापार समीक्षा इनमें प्रमुख हैं। साक्षात्कार फिल्म पत्रकारिता का महत्वपूर्ण हिस्सा है। लोग फिल्मी हस्तियों से पर्दे के बाहर की दुनिया में भी जुड़ना चाहते हैं, उनकी बातों को सुनना चाहते हैं। एक सफल फिल्म पत्रकार को यदि वह अभिनेता से बातें कर रहा हो तो उसकी अभिनय शैली व निर्माता निर्देशक आदि से फिल्म की मुख्य विशेषताओं पर जरूर बात करनी चाहिए। फिल्म आयोजनों के रिपोर्टाज जीवन्त और सम्पूर्ण माहौल को उकेरने वाले हों। फिल्म से जुड़े समाचार लिखते समय गॉसिप फैलाने की प्रवृत्ति से बचना चाहिए। फिल्म व्यापार की समीक्षा पुष्ट आँकड़ों के आधार पर होनी चाहिए। इसी प्रकार फिल्म की समीक्षा उसके गुण-दोषों के आधार पर होनी चाहिए।

5.5.3 फिल्म पत्रकार के लिए अपेक्षित योग्यताएँ

फिल्म पत्रकार के लिए भी वे सारी योग्यताएँ अपेक्षित हैं जो एक पत्रकार में होनी चाहिए। लेकिन इसके अतिरिक्त चूँकि फिल्म जगत की रिपोर्टिंग उस मायावी जगत की रिपोर्टिंग है जिसमें भव्यता, दिखावा, व्यावसायिकता और आडम्बर उच्च मात्रा में होता है; इसलिए फिल्म पत्रकार में भी कुछ विशिष्ट योग्यताओं का होना जरूरी है।

एक फिल्म पत्रकार को स्फूर्त और उर्जावान होना चाहिए। फिल्म की गतिविधियों को कवर करने के लिए उसे निरन्तर भाग-दौड़ करनी पड़ सकती है। आडम्बरों से भ्रमित न होने का गुण उसमें आवश्यक है तभी वह अपने काम पर ध्यान केन्द्रित कर सकेगा। उसे वाचाल, मृदुभाषी और अंग्रेजी का अच्छा जानकार होना चाहिए क्योंकि भारतीय सितारों द्वारा नुटिपूर्ण ही सही अंग्रेजी का प्रयोग काफी किया जाता है। उसमें एक सफल जनसंपर्क का गुण होना भी आवश्यक है। इसके अतिरिक्त विज्ञापन और समाचार के बीच की विभाजक रेखा का उसे पता होना चाहिए तभी वह मुफ्त प्रचार पाने के लिए की जाने वाली गतिविधियों से बच सकेगा।

उसे सरल, सहज और सरस लेखन में प्रवीण होना चाहिए। फिल्म से जुड़ी खबरों व सूचनाओं को ऐसे लोग ज्यादा पढ़ते हैं जो ज्यादा क्लिष्ट शब्दावली व प्रांजल वाक्यों को ठीक से समझ नहीं पाते हैं। अतः पाठक वर्ग का ध्यान रखते हुए लिखावट सरल व सहज होनी चाहिए। इसके अतिरिक्त फिल्म से जुड़ी गतिविधियों में महत्वपूर्ण तथ्य अत्यन्त कम होते हैं। ऐसी सूचनाएँ तथ्यों की बजाय आकर्षक के कारण पढ़ी जाती हैं। अतः फिल्म पत्रकार के लिए जरूरी है कि वह समूचे माहौल को अपनी लेखनी से पाठकों के समस्त प्रस्तुत करें।

5.5.4 फिल्म समीक्षा

फिल्म समीक्षा फिल्म पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण पक्ष है। समूची फिल्म पत्रकारिता में यह सर्वाधिक गंभीर और तार्किक कार्य के रूप में जाना जाता है। फिल्म समीक्षा में समीक्षार्थ प्रस्तुत फिल्म का गुण-दोषों के आधार पर विविचन किया जाता है। समीक्षा करते समय समीक्षक को निर्देशक का उद्देश्य दर्शकों के सामने प्रस्तुत करना होता है और अपने पाठकों या दर्शकों को यह बताना होता है कि फिल्म को वह देखे या नहीं।

फिल्म की समीक्षा में सबसे पहले कहानी और पटकथा का मूल्यांकन होता है। सारगर्भित कहानी और चुस्त पटकथा से ही अच्छी फिल्में बनती हैं। इसके उपरांत संवाद और अभिनय का विवेचन किया जाता है। दृश्यों के अनुकूल संवाद फिल्म की जान होते हैं। इसके अतिरिक्त अभिनय भी फिल्म की जान होती है। अच्छा अभिनेता दर्शक को बाँधे रखता है और उनकी भावनाओं को आंदोलित करता है। गीत-संगीत, संपादन, छायांकन भी फिल्म समीक्षा के मुख्य बिंदु होते हैं। भारतीय दर्शकों के लिए मधुर संगीत महत्वपूर्ण होता है। संपादन की कमी से फिल्म का प्रवाह बाधित होता है अतः समीक्षा के समय इसपर भी ध्यान देना जरूरी होता है। छायांकन यदि अच्छा नहीं होगा तो फिल्म स्पष्ट नहीं हो सकेगी जिससे दर्शकों को फिल्म का पूरा मजा नहीं मिल पायेगा। अतः समीक्षा में इन बिंदुओं को भी मूल्यांकित करना चाहिए। इसके अतिरिक्त अन्य तकनीकी तथा विशिष्ट पक्षों – यथा ध्वनि, बैकग्राउण्ड संगीत, आउटडोर लोकेशन आदि का भी ध्यान रखना चाहिए। इसके साथ ही साथ समीक्षक चूँकि एक सलाहकार की भूमिका में भी होता है अतः उसे इस बात का भी ध्यान रखना चाहिए कि समीक्षित फिल्म के सामाजिक उद्देश्य क्या हैं? वह किस तरह की प्रवृत्तियों को बढ़ावा दे रही है? अस्तु सही समीक्षा मीडिया संगठन, फिल्म निर्माता और दर्शक तीनों को प्रभावित करती है, समीक्षक को हमेशा इसका ध्यान रखना चाहिए।

5.6 सारांश

मनुष्य की दृश्य इन्द्रिय अति संवेदनशील होती है और वह मस्तिष्क रूपी पुस्तकालय के लिए कैमरे का काम करती है जिसके द्वारा बिम्बों का संग्रहण किया जाता है। फोटोग्राफ इसीलिए ज्यादा विश्वसनीय माने जाते हैं क्योंकि मनुष्य अपनी आँखों देखी पर ज्यादा विश्वास करता है। इसी लिए प्रिण्ट माध्यमों की पत्रकारिता में भी फोटोग्राफों का महत्त्व है और संपादक फोटो के साथ प्राप्त समाचारों को ज्यादा महत्त्व देता है क्योंकि वह पाठकों की नजर में ज्यादा विश्वसनीय और ग्राह्य होता है

इसी प्रकार फिल्में भी इसीलिए मानव को अत्यधिक आकर्षित करती हैं क्योंकि वे गतिविधियों को कहानियों को जीवंत रूप में प्रस्तुत करती हैं। फोटोग्राफों और फिल्मों का जनसंप्रेषण की दृष्टि से महत्त्वपूर्ण और विशिष्ट स्थान प्राप्त है।

4.7 संदर्भ ग्रंथावली

- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| (1) फोटो पत्रकारिता | - गुलाब कोठारी |
| (2) आधुनिक पत्रकारिता | - डॉ० अर्जुन तिवारी |
| (3) फिल्म क्षेत्र- रंग क्षेत्र | - अमृत लाल नागर |
| (4) भारत - संदर्भ ग्रंथ | - प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली |

4.8 शब्दावली

- | | |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (1) कैप्शन | - फोटो का शीर्षक। सामान्यतः इसे फोटो के नीचे लगाया जाता है ताकि फोटो का महत्त्व कम न दिखे। |
| (2) लोकप्रिय सिनेमा | - भारत में व्यावसायिक सिनेमा के लिए प्रचलित विशेषण। इस वर्ग में मनोरंजक फिल्मों को शामिल किया जाता है। इसे 'मुख्यधारा सिनेमा' भी कहते हैं। |
| (3) बॉलीवुड | - अमेरिका फिल्म उद्योग हॉलीवुड की तर्ज पर मुंबई फिल्म उद्योग को दिया गया नाम। |
| (4) मूक फिल्में | - वह फिल्में जिनमें संवाद नहीं होते हैं। लेकिन भारत में मूक फिल्मों के दौर (1913-1935) में अंग्रेजी व अन्य भाषाओं में संवाद पर्दे पर लिखे जाते हैं। |

4.9 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

- (1) फोटो पत्रकार किसे कहते हैं ?
- (2) फिल्म पत्रकारिता का विषय क्षेत्र बताएँ।
- (3) फिल्म समीक्षा क्या होती है ?
- (4) समानान्तर सिनेमा का अर्थ बताइए।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

- (1) फोटो एवं फोटोपत्रकारिता पर एक लेख लिखें।
- (2) फिल्म समीक्षा से आप क्या समझते हैं? इसके विविध पक्षों पर प्रकाश डालिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

- (1) भारत में सर्वप्रथम फिल्म का प्रदर्शन हुआ-

(क) कोलकाता	(ख) मुंबई
(ग) चेन्नई	(घ) दिल्ली
- (2) प्रथम भारतीय सवाक फिल्म थी-

(क) राजा हरिश्चंद्र	(ख) पाथेर पांचाली
(ग) संत तुकाराम	(घ) आलम आरा
- (3) फिल्म पाथेर पांचाली के निर्देशक थे-

(क) मृणाल सेन	(ख) महबूब खान
(ग) सत्यजीत रे	(घ) राज कपूर
- (4) इनमें से कौन फिल्म पत्रिका नहीं है -

(क) माधुरी	(ख) फिल्म फेयर
(ग) मायापुरी	(घ) स्क्रीन
- (5) हॉलीवुड कहाँ स्थित है?

(क) भारत	(ख) अमेरिका
(ग) फ्रांस	(घ) इनमें से कहीं नहीं

प्रश्नों के उत्तर

- 1 ख
- 2 घ
- 3 ग
- 4 क
- 5 ख

□□□

NOTES



उत्तर प्रदेश

राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

PGDCWH-07

समाचार-संकलन

लेखन एवं सम्पादन

खण्ड

5

सम्पादन

इकाई 1

सम्पादन के सिद्धान्त

1-15

इकाई 2

फोटो सम्पादन

16-29

इकाई 3

इलेक्ट्रॉनिक सम्पादन

30-39

इकाई 4

मुद्रण एवं पृष्ठ सज्जा

40-53

इकाई 5

अनुवाद एवं भाषा दक्षता

54-67

परामर्श-समिति

प्रो० देवेन्द्र प्रताप सिंह

कुलपति-अध्यक्ष

डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल

वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक

डॉ० आर०के० बसलस

कुलसचिव - सचिव

विशेषज्ञ समिति

1. प्रो० जे० एस० यादव, पूर्व निदेशक, भारतीय जनसंचार संस्थान, नयी दिल्ली
 2. प्रो० सूर्यप्रसाद दीक्षित, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ वि०वि०, लखनऊ
 3. प्रो० रामदेव शुक्ल, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं पत्रकारिता विभाग, गोरखपुर वि०वि०, गोरखपुर
 4. प्रो० श्यामसुन्दर शुक्ल, - अवकाशप्राप्त प्रोफेसर, भाषा विशेषज्ञ हिन्दी विभाग, काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, 33/71 रोहित नगर, नरिया, वाराणसी
 5. डॉ० रमेश चन्द्र त्रिपाठी, अध्यक्ष पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ
 6. श्री सुरेश प्रताप, वरिष्ठ उपसम्पादक, दैनिक जागरण, वाराणसी
-

सम्पादक

डॉ० अर्जुन तिवारी, पूर्व पत्रकारिता विभागाध्यक्ष, म. गाँ. काशी विद्यापीठ, वाराणसी

लेखक मंडल

1. प्रो० राम मोहन पाठक, निदेशक, म.मो.मा. हिन्दी पत्रकारिता संस्थान, म.गां.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
 2. डॉ० अरुण शर्मा, प्राध्यापक, पत्रकारिता विभाग, म.गां. काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
 3. डॉ० धीरेन्द्र नाथ सिंह, अवकाश प्राप्त सम्पादक, 'आज', वाराणसी।
 4. डॉ० सुमन दुबे, उप सम्पादक - 'आज', वाराणसी।
 5. डॉ० जयंत शुक्ल, शोध सहायक, डी.एस. रिसर्च सेन्टर, वाराणसी।
 6. श्री राघवेन्द्र मिश्र, पत्रकारिता विभाग, म.गाँ.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
-

परामर्श-समिति

प्रो० केदार नाथ सिंह यादव

कुलपति-अध्यक्ष

डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल

वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक

डॉ० रत्नाकर शुक्ल

कुलसचिव - सचिव

© उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

सर्वाधिकार सुरक्षित। इस पाठ्य सामग्री का कोई भी अंश उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना मिनियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

खण्ड - परिचय

समाचार-संकलन और लेखन के बाद सम्पादन - विधा से सुपरिचित होने के लिए इस का अध्ययन आवश्यक है। इसमें निम्नस्थ पाँच इकाइयाँ हैं -

1. सम्पादन के सिद्धान्त
2. फोटो सम्पादन
3. इलेक्ट्रॉनिक सम्पादन
4. मुद्रण और पृष्ठ सज्जा
5. अनुवाद एवं भाषा दक्षता

सम्पादन क्या है, विविध माध्यमों में इसे कैसे सम्पन्न किया जाता है - इन सबकी खोज जानकारी के लिए यह खण्ड महत्वपूर्ण है। मुद्रण तकनीक और पृष्ठ सज्जा के तथ्य आत्मसात् कर हम अपने पत्र को विशिष्ट बना सकते हैं। पत्रकारिता में अनुवाद और दक्षता की अति आवश्यकता है जिसके लिए अंतिम इकाई एक सम्बल के रूप में स्थापित है।

सम्पादन

A good newspaperman is made not born. Natural talent for using language and a 'nose for news' are not enough. News must be weighed, sorted, written and then rewritten.

– Press Times



There are many elements that go into the making of a fine newspaper but one of the most important is an outstanding copy desk. It can make a good newspaper better. It can make a better newspaper the best.

– Stan Amiso



Because copy editing is an art, the most important ingredient after training and talent, is strong motivation. The copy editor must care. Not only should he know his job. He must love every story, every edition, every day.

– J. Edward Murra



Use short sentences. Use short paragraphs. Use vigorous language not forgetting to strive for smoothness. Be positive, not negative Those were the best rules I ever learned for the business of writing. I've never forgotten them.

– Earnest Remingwa



The editor is a diamond cutter who refines and polishes, removes the flaws and shapes a stone into a gem.



इकाई 1 सम्पादन के सिद्धान्त

रूपरेखा

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 सम्पादन
 - 1.2.1 सम्पादन की परिभाषा
 - 1.2.2 समाचार सम्पादन की आवश्यकता
- 1.3 समाचार कक्ष
 - 1.3.1 सम्पादकीय कक्ष का गठन
 - 1.3.2 समाचार चयन एवं समाचार निर्धारण
 - 1.3.3 समाचार का सम्पादन
 - 1.3.4 शीर्षक
- 1.4 मुख्य उप सम्पादक/कापी एडिटर
 - 1.4.1 उप सम्पादक के गुण
 - 1.4.2 उप सम्पादकों के कार्य
 - 1.4.3 समाचार कक्ष में संदर्भ-सामग्री
- 1.5 भाषा
- 1.6 सम्पादन के संकेत और उनके चिह्न
- 1.7 सारांश
- 1.8 शब्दावली
- 1.9 संदर्भ ग्रंथ
- 1.10 प्रश्नावली

1.0 उद्देश्य

इस पाठ का अध्ययन करने के बाद आप –

- समाचार सम्पादन को परिभाषित कर सकेंगे,
- समाचार सम्पादन के सिद्धान्तों को समझ सकेंगे,
- समाचार सम्पादन का कार्य कैसे होता है, इसे बता सकेंगे,
- उप सम्पादक के कार्य, उसकी जिम्मेदारी और उसके गुणों से अवगत हो सकेंगे,
- समाचार सम्पादन में आने वाली समस्याओं के बारे में बतायेंगे और उसका विवेचन करेंगे,
- समाचारों को सम्पादित कर सकेंगे।

1.1 प्रस्तावना

किसी भी दैनिक पत्र के प्रकाशन में सम्पादकीय विभाग की अहम भूमिका होती है। सम्पादकीय विभाग में मुख्य सम्पादक और उप सम्पादकों का दल विभिन्न स्रोतों से समाचारों को सम्पादित कर पठनीय बनाता है। सम्पादकों के दल का सम्पादन कार्य होता है। समाचार टेबुल या सम्पादकीय कक्ष भी कहते हैं। यह कार्य अत्यन्त तनावपूर्ण स्थितियों में होता है। सम्पादकों को एक निश्चित समय के भीतर ही समाचारों की कापियाँ सम्पादित मुद्रण के लिए भेजनी पड़ती है। यह भी देखना पड़ता है कि समाचारों का मेकअप समय हो जाय ताकि तड़के पाठकों के हाथों में अखबार छप कर पहुँच सके।

इस पाठ की प्रस्तुत इकाई में सम्पादकीय कक्ष, मुख्य उप सम्पादक और उप सम्पादक के बारे में जानकारी दी जायगी। उनके कार्यों और उनकी जिम्मेदारियों से भी परिचय कराया जायगा। इस पाठ में ही सम्पादन के सिद्धान्तों की चर्चा की जायगी। इसी पाठ में समाचारों का चयन, उसकी परख, उसके महत्त्व आदि की जाँच भी की जायेगी, जिसके बाद उसका सम्पादन कर उसे पठनीय बनाया जाता है।

इसी अध्याय में असम्पादित कापियों की जाँच करेंगे और यह बतायेंगे कि इसे समाचार कैसे बना देते हैं? इस इकाई की पूरी तरह वाचन करें। इमानदारी से अभ्यासों को लिखें। आप बताये गये ढंग से आप सम्पादन तकनीक की अवश्य जानकारी प्राप्त कर लेंगे।

1.2 संपादन

मुख्य उप सम्पादक सभी स्रोतों से प्राप्त समाचार को अपने समाचारपत्र की आवश्यक के अनुसार छाँटता है। समाचार सम्पादन में अनावश्यक बातों की काट-छाँट करता है। बाद समाचारों को पठनीय बनाने के पूर्व तथ्यों की जाँच करता है। व्याकरण, वाक्यविन्य आँकड़े आदि ठीक करता है। समाचारों को आवश्यकतानुसार संक्षिप्त करता है – इसी को सम्पादन कहते हैं।

कागज पर सम्पादित कर समाचार तैयार हो जाता है, उसे अखबार की भाषा में 'क' कहते हैं। यह अंग्रेजी पत्रकारिता का शब्द है। पर हिन्दी पत्रकारिता में यह शब्द व्यावहारिक से प्रचलित हो गया है।

1.2.1 सम्पादन की परिभाषा

सम्पादन शब्द 'पद' धातु से उद्भूत है जिसका अर्थ 'किसी विषय में सम्यक् गति है। किसी अनुष्ठान को योग्यतापूर्वक पूर्ण करने वाली क्रिया को सम्पादन कहा जाता है। अंश को क्रम में बैठाकर शुद्धि के साथ प्रकाशन योग्य बनाना ही सम्पादन कहलाता है।

1.2.2 समाचार सम्पादन की आवश्यकता

समाचार सम्पादन विभाग में संवाद समितियों तथा निजी संवाददाताओं तथा संस्थाओं से समाचार आते हैं। संवाद समितियों से प्राप्त समाचार सम्पादित होते हैं। पर स्रोतों से प्राप्त समाचार कुछ अनुभवी तथा सामान्य व्यक्तियों द्वारा लिखे जाते हैं। इसलिए समाचार अखबार की शैली में नहीं होते। लम्बे समाचार होते हैं। समाचार लिखने की एक होती है। इसलिए प्राप्त सभी समाचारों का सम्पादन कर उसे एकरूपता प्रदान की जाती है उसे सहज और सुबोध बनाया जाता है। इससे पाठक को समाचार पढ़ने और समझने में दिक्कत नहीं होती है।

अखबार में समाचारों के अतिरिक्त विज्ञापन भी होते हैं। इसलिए समाचारों के सीमित स्थान ही बचता है। सीमित स्थान में अधिकतम सूचनाएँ जनता तक पहुँचानी पड़ती

इसलिए समाचारों को संक्षिप्त और सुबोध बनाया जाता है। समाचारों को भाषा वर्तनी, वाक्य-विन्यास आदि शुद्ध किया जाता है ताकि पाठकों को शुद्ध हिन्दी में समाचार प्राप्त हो। इसलिए समाचारों का सम्पादन सबसे जरूरी कार्य है।

1.3 सम्पादन-कक्ष

समाचारपत्र के सम्पादकीय विभाग का प्रधान प्रधान सम्पादक होता है। उसके अन्तर्गत सहायक सम्पादक, समाचार-सम्पादक, मुख्य उप सम्पादक और उप सम्पादक होते हैं। प्रधान सम्पादक के निर्देशन में सभी सहयोगी सम्पादन कार्य करते हैं।

1.3.1 सम्पादकीय कक्ष का गठन

सम्पादन कक्ष में समाचार-सम्पादक, मुख्य उप सम्पादक और कई उप सम्पादक होते हैं। उप मुख्य सम्पादक के नेतृत्व में उनके पाँच-छः (आवश्यकतानुसार संख्या अधिक भी हो सकती है) उप सम्पादक काम करते हैं।

समाचार सम्पादन का कार्य पहले सुबह, दोपहर और सायंकालीन पालियों में होता था। अब प्रायः दिन में दो बजे से प्रथम पाली और रात्रि में दूसरी पाली काम करती है। प्रत्येक पाली में समाचार सम्पादक, उप मुख्य सम्पादक और कई उप सम्पादक होते हैं। इनकी एक टीम होती है। सबकी संयुक्त जिम्मेदारी होती है।

उपमुख्य सम्पादक एजेंसियों तथा अन्य स्रोतों से प्राप्त समाचारों को छाँटता है और अपने पत्र के अनुकूल समाचारों का चयन करता है। वह चयनित समाचारों को अपने सहयोगियों को सम्पादन के लिए देता है। उनके सहयोगी सम्पादक समाचारों का सम्पादन, शीर्षक लगाना, लीड, डबल, तीन कालम और सिंगल समाचारों का सम्पादन करता है। उपमुख्य सम्पादक प्रत्येक सहयोगी की कापी की जाँच करता है। उसका शीर्षक, अंग्रेजी से अनुवाद किया समाचार है तो उसके अनुवाद की जाँच कर कापी पास कर कम्पोजिंग के लिए भेजता है।

समाचार सम्पादक अखबार के समाचारों की योजना बनाता है। उपमुख्य सम्पादक और उप सम्पादक मिलकर उसे उसका मूर्तरूप देते हैं। उपमुख्य सम्पादक या वरिष्ठ उप सम्पादक समाचारों का मेकअप करता या कराता है। मेकअप होने के बाद समाचार का पृष्ठ तैयार हो जाता है।

संवाद समितियों और बड़े अखबारों में अपने कार्यों के अनुसार कई पालियाँ बनायी जाती हैं जहाँ समाचारों को सम्पादित किया जाता है।

1.3.2 समाचारों का चयन एवं निर्धारण

किसी भी समाचारपत्र के लिए समाचारों का निर्धारण करने के लिए कुछ ऐसे तथ्य होते हैं जिनका पालन करना पड़ता है। जिन क्षेत्रों में समाचारपत्र की बिक्री होती है उन क्षेत्रों का समाचार की दृष्टि से अधिक महत्त्व होता है। अगर निकट में कोई घटना घटती है तो समाचारपत्र के लिए वह अधिक महत्त्वपूर्ण है। दूरका समाचार पहले की अपेक्षा कम महत्त्व का होगा। इसकी परख के लिए पाँच तथ्य हैं जो इस प्रकार हैं -

1. **समीपता (Proximity)** : दूरवर्ती घटनाओं की अपेक्षा निकटवर्ती घटनाओं का समाचार की दृष्टि से अधिक महत्त्व है। वाराणसी से प्रकाशित समाचारपत्र के लिए गंगा में नाव दुर्घटना में दस व्यक्तियों के डूब जाने का समाचार सबसे महत्त्वपूर्ण है, जबकि बम्बई में बस दुर्घटना में बीस यात्रियों के मरने की खबर। इसलिए समाचारों के चयन के समय घटना की निकटता का ध्यान रखा जाना चाहिये।

2. **सामयिकता (Timeliness)** : वर्तमान समय में घटनाएँ होती हैं, वह समाचार तो है।

पर समय पर वह समाचार नहीं प्रकाशित हुआ तो वह पुराना पड़ जाता है। उसका महत्व समाप्त हो जाता है। पर कुछ समाचार ऐसे हैं जो कई महीने पहले घटना घटी हो और उसकी जानकारी बाद में मिलती है वह सबसे महत्वपूर्ण समाचार होगा। यह लीड का समाचार होगा। लालू का चारा घोटाला काण्ड, बैंक से लाखों रुपये के गोलमाल आदि इसी ढंग के समाचार होंगे।

3. प्रमुखता (Prominence) : बड़े लोगों से जुड़ी घटनाएँ समाचार की परिधि में आती हैं। प्रधानमंत्री, मुख्यमंत्री, राष्ट्रपति, बड़े साहित्यकार, फिल्म अभिनेताओं से जुड़ी घटनाएँ समाचार की कोटि में आती हैं। इन्हें प्रमुखता के साथ प्रकाशित किया जाता है।

4. परिणाम (Consequences) : किसी ऐसी चीज जो बहुसंख्यक पाठकों से जुड़ी हुई है, वह भी समाचार है। मौसम, तूफान, गैस, पेट्रोल, बिजली, फोन की दर में वृद्धि आदि ऐसे समाचार हैं जिनके परिणामों का प्रभाव जनता पर सीधा पड़ता है। गैस, पेट्रोल, बिजली आदि के मूल्यों में वृद्धि से जनजीवन पर गहरा प्रभाव पड़ता है। इसलिए यह सबसे "अच्छा" समाचार है।

5. मानव रुचि (Human Interest) : कुछ घटनाएँ ऐसी होती हैं जिसका पाठकों के मर्म पर प्रभाव पड़ता है। घटना छोटी होती है पर उस पर घटना का गहरा प्रभाव पड़ता है। जैसे वाराणसी का नाटी इमली का भरत मिलाप, आदि ऐसी घटनाएँ हैं जिनमें बहुसंख्यक लोगों की अभिरुचि होती है।

मुख्य रूप से इन्हीं पाँच तथ्यों के आधार पर समाचार का निर्धारण किया जाता है। इनके अतिरिक्त और भी समाचार निर्धारण के तथ्य हैं। पर जिस किसी भी घटना में बहुसंख्यक पाठक की रुचि है वह समाचार की परिधि में है।

1.3.3 समाचार सम्पादन

सम्पादन के लिए प्राप्त समाचार को सबसे पहले दो-तीन बार पढ़ें। पढ़ने से समाचार में क्या है, कैसा और कितने महत्व का, इसकी जानकारी हो जाती है। समाचार विवादास्पद तो नहीं है, यह भी देख लेना चाहिये। समाचार बनाते समय सबसे पहले डेटलाइन लिखा जाना चाहिये अर्थात् स्थान का नाम और तारीख देना जरूरी है। उसके बाद समाचार की वर्तनी, शब्दों के प्रयोग विराम चिह्नों का प्रयोग, समाचार का संक्षेप, रूप समाचार स्पष्ट तथा उसकी भाषा प्रवहमान बनायी जानी चाहिये।

स्वरूप समाचार लेखन की तकनीक है। किसी भी समाचार का प्रथम पैराग्राफ लीड या मुख्य कथांश होता है। उस प्रथम पैरा में समाचार की समस्त सूचनाएँ रहती हैं। प्रथम पैराग्राफ पढ़ लेने पर पूरी घटना की जानकारी मिल जाती है।

1.3.4 शीर्षक

किसी भी समाचार का सबसे महत्वपूर्ण अंग उसका शीर्षक होता है। अखबार जब सुबह-सुबह पाठकों के हाथ में होता है तो सबसे पहले वह शीर्षक पढ़ता है। शीर्षक पढ़ते ही उसको समाचार का अंदाज लग जाता है। अगर वह समाचार उसके अभिरुचि की हुई तो उसे सबसे पहले पढ़ता है। अतः शीर्षक ऐसा हो जिसमें पाठक का ध्यान आकृष्ट हो सके। शीर्षक बताता है कि इसमें समाचार क्या है।

समाचार के वजन के अनुसार ही उसके शीर्षक होते हैं। समाचार का शीर्षक बनाते समय कुछ तथ्यों का ध्यान रखना चाहिए, जो इस प्रकार हैं -

- (1) शीर्षक स्वयं बोलता हो। इससे पाठकों को शिक्षा और मनोरंजन दोनों ही होना चाहिए।
- (2) शीर्षक ऐसा लिखा जाना चाहिये कि वह पाठक को समाचार पढ़ने के लिए विवश करता हो। अगर शीर्षक आकर्षक नहीं हुआ तो पाठक उसे पढ़ना नहीं चाहेगा।

- (3) शीर्षक में समाचार का सारतत्त्व होना चाहिये। इसे प्राणखान बनाना चाहिये।
- (4) समाचार का शीर्षक वर्तमान काल में लिखा जाना चाहिये।
- (5) प्रचलित संक्षिप्त शब्द ही प्रयोग में लाये जायें।
- (6) शीर्षक में नाम नहीं पद की चर्चा होनी चाहिये।

जैसे : राज्यपाल विष्णुकांत शास्त्री का इस्तीफा

के स्थान पर यू०पी० के राज्यपाल का इस्तीफा - शुद्ध शीर्षक होगा।

- (7) स्थान की कमी के कारण शीर्षक सिंगल कोटेशन चिह्नों का (') का प्रयोग किया जाना चाहिये।

1.4 कापी एडिटर/उपसम्पादक

समाचार कक्ष में प्राप्त अधिकतर समाचार कच्चे माल की तरह होता है। उसकी छँटाई की जाती है। डेटलाइन अशुद्धियाँ, तथ्य, भाषा, शब्दों के प्रयोग आदि सभी दृष्टियों से उसका संशोधन कर पठनीय बनाया जाता है। यह कार्य उपसम्पादक करता है।

1.4.1 उपसंपादक के गुण

प्रत्येक अखबार की अपनी वर्तनी, भाषा शैली, शब्दों के प्रयोग होते हैं। समाचार सम्पादन करते समय इन सभी बातों का ध्यान रखना पड़ता है।

- उपसम्पादक समाचारों की भाषा शुद्ध कर उसे प्रवाहपूर्ण बनाता है।
- लम्बे समाचारों के अनावश्यक बातों को काट-छाँटकर उसका संक्षिप्त रूप रखता है। स्थान अनुसार ही वह समाचारों को बड़ा या छोटा बनाता है।
- वह समाचार के कम्पोज के लिए कापी में टाइप साइज का संकेत लिखता है।
- समाचारों का शीर्षक लगाता है।
- अखबार के मुद्रण के लिए वह प्रिन्ट आडर भी देता है।

उपसम्पादक को बहुज्ञ और बहुश्रुत होना चाहिये। उसे अन्तर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय और स्थानीय सभी प्रकार की गतिविधियों की जानकारी होनी चाहिये। भाषा का बहुत अच्छा ज्ञान होना चाहिये। तत्काल किसी तरह निर्णय करने की क्षमता होनी चाहिये। सामान्य ज्ञान की अच्छी जानकारी होनी चाहिये। प्रेस सम्बन्धी पूरी जानकारी होनी चाहिये।

उपसम्पादक को असामान्य स्थिति में भी कार्य करने की क्षमता होनी चाहिये। उसकी स्मृति तेज, शारीरिक रूप से स्वस्थ और कार्य करने में तल्लीनता होनी चाहिये। सामूहिक भाव से कार्य करने की पूर्ण क्षमता उपसम्पादक का सर्वोत्तम गुण है।

1.4.2 उपसम्पादक के कार्य

उपसम्पादक रिपोर्टर और पाठकों के बीच सेतु का कार्य करता है। जो समाचार रिपोर्टरों से उपसम्पादक को प्राप्त होते हैं उसे सम्पादित कर सहज बोधगम्य बनाकर अपने पाठकों को पढ़ने लिए देता है। उपसम्पादक को अंग्रेजी पत्रकारिता की भाषा में डेस्क परसन या कापी एडिटर भी कहते हैं। वह किसी अखबार को सर्वांग सुन्दर बनाकर उसकी छवि प्रदान करता है। उपसम्पादक समाचारों, तराशने, आकर्षक शीर्षक देने और उसे पूरी तरह से पठनीय बनाते हैं।

प्रातःकाल जब पाठकों के समक्ष आता है तो वह पढ़कर अखबार की सराहना करता है। पर, उसे यह नहीं मालूम होता कि वह कौन व्यक्ति है जो अखबार को यह सुन्दर स्वरूप प्रदान करता है। वह हमेशा अज्ञात स्थिति में रहता है।

(3) उपसम्पादक समाचारों के बनाते समय अपने पाठकों की भाषा के ज्ञान को देखते हुए, उनके अनुरूप भाषा का स्वरूप देते हैं। समाचारों में विशेषण का प्रयोग नहीं करना चाहिये। जटिल और अस्पष्ट शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिये। अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग करते समय यह देखना चाहिये कि उसके समानार्थ अगर हिन्दी में शब्द है तो हिन्दी शब्द का ही प्रयोग करना चाहिये। विवादास्पद तथ्यों से दूर रहना चाहिये।

ऐसे किसी समाचार को नहीं सम्पादित और प्रकाशित करना चाहिये जिसमें अदालत की अवमानना होती है। उपसम्पादक को इन बातों की पूरी तरह कापी सम्पादित करते समय ध्यान में रखना चाहिये। किसी व्यक्ति की अवमानना होने वाली खबर को भी नहीं प्रकाशित करना चाहिये।

उपसम्पादक समाचार का पुनर्लेखन कर उसकी अशुद्धियाँ ठीक करता है। उसका संक्षिप्त प्रारूप तैयार करता है। समाचार की स्पष्टता बहुत जरूरी है।

उपसम्पादक अपने पत्र की नीति का पूरी तरह पालन करता है। अगर उसका अखबार किसी पार्टी विशेष के सिद्धान्तों का समर्थन करता है तब वह उस पार्टी के विरुद्ध लेख नहीं सम्पादित करेगा। पार्टी की कार्यों की आलोचना नहीं करेगा।

समाचारों को सनसनीखेज नहीं बनाना चाहिये। समाचार को इस तरह से भी नहीं बनाया जाना चाहिये कि वह अनावश्यक रूप से किसी व्यक्ति या संस्था का प्रचार होता है।

संदेहास्पद समाचार जब तक स्पष्ट नहीं हो जाय तब तक उसे नहीं प्रकाशित करना चाहिये।

1.4.3 समाचार कक्ष में संदर्भ सामग्री

समाचारों का सम्पादन करते समय अनेक संदर्भ ग्रन्थों की जरूरत होती है, जिसके माध्यम से सम्पादन कार्य त्वरित गति से सम्पन्न होता है। सम्पादन कार्य के दौरान शब्दों की वर्तनी, उसके शुद्ध रूप, उसके अर्थ और उसके व्याकरणिक रूप के बारे में जानना पड़ता है। इसके अतिरिक्त भौगोलिक स्थिति आदि के सम्बन्ध में जिज्ञासा पैदा होती है। इन सारी बातों की जानकारी के लिए सम्पादक के टेबुल और उसके संग्रह में संदर्भ ग्रन्थ रखना आवश्यक है। संदर्भ ग्रन्थ की सूची इस प्रकार है -

- हिन्दी शब्द कोश - ज्ञानमंडल प्रकाशन - काशी
- अंग्रेजी-हिन्दी कोश - ज्ञानमंडल प्रकाशन - काशी
- भूमण्डल का नकशा
- भारत का नकशा
- भारत का संविधान
- प्रेस कानून
- कटिंग संग्रह
- साहित्यकोश
- विश्वकोश
- केन्द्रीय और प्रान्तीय सरकारों के मंत्रियों की सूची
- लोकसभा तथा राज्य सभा के सदस्यों की सूची
- शुद्ध लेखन सम्बन्धी पुस्तक
- समानान्तर कोश

1.5 भाषा

पत्रकारिता शब्द ब्रह्म की उपासना है। शब्द का शुद्ध रूप और उसे यथास्थान रखना ही पत्रकारिता है। लेखन में शब्दों को यथास्थान संयोजित करने से ही उसकी सहज व्यक्ति होगी। पाठक सहज ढंग से भाषा में व्यक्त तथ्य को समझ लेगा। शब्दों के संयोजन, सरल और सुबोध शब्दों का लेखन करना चाहिये। भाषा सरल और व्याकरण सम्मत हो। वाक्य ऐसा लिखा जाय जिसे पाठक सहज ढंग से समझ ले। इसके लिए व्याकरणक, विराम चिह्नों के प्रयोग का सही ढंग से प्रयोग करना चाहिये।

विराम चिह्नों के प्रयोग से अर्थबोध स्पष्ट होता है। वाक्य पठनीय बन जाता है। इसीलिए वाक्य पूरा होने पर पूर्णविराम का प्रयोग करें। दो वाक्यों को एक साथ लिखना है तो प्रथम वाक्य के क्रियापद के बाद कामा का प्रयोग करें तथा अंतिम वाक्य के क्रियापद के बाद पूर्ण विराम का प्रयोग करें।

दो शब्दों को जोड़ने के लिए हाइफन प्रयोग करें - जैसे धीरे-धीरे।

1.6 संपादन संकेत और चिह्न

पृष्ठों की पहचान (Slugs) :

समाचार लेखन कई पृष्ठों में पूरा होता है। इसलिए प्रत्येक पृष्ठ पर संख्या दी जाती है। पर, प्रत्येक समाचार संख्या देकर काम चलाया जाय सभी समाचारों के पृष्ठ मिल जाने पर समाचारों की अलग-अलग पहचान करना कठिन हो जायगा। इसलिए प्रत्येक समाचार को एक से दूसरे को अलग करने के लिए पहचान शब्द का प्रयोग करते हैं, जो किसी समाचार का संकेत रहता है।

जैसे हत्या का समाचार है तो -

पृष्ठ पर हत्या/1 इस क्रम से पृष्ठ संख्या दें।

अगर चुनाव सम्बन्धी समाचार है तो चुनाव/1, चुनाव/2 करके पृष्ठ संख्या दी जाय।

पृष्ठ संख्या प्रायः कापी की दाहिनी तरफ लिखा जाता है।

समाचार का प्रथम पैरा

समाचार लेखन की अपनी अलग तकनीक है। समाचार लेखन पिरामिड की शकल जैसा होता है। पिरामिड का नीचे का हिस्सा काफ़ा लम्बा चौड़ा और पोख्ता होता है। इसी तरह समाचार का ऊपरी हिस्सा लम्बा-चौड़ा और पोख्ता होता और नीचे का हिस्सा दुबला पतला होता है। इसीलिए समाचार के लिए यह कहा जाता है कि वह पिरामिड का उलटा स्वरूप है।

प्रूफ-संशोधन में प्रयुक्त होनेवाले सङ्केत

सङ्केत	अर्थ
①	हटा दो या निकाल दो।
□	एक एम स्थान छोड़ो, जैसा नये पैरा के आरम्भ में होता है।
#	स्पेस डालो या जगह करो।
9	उल्टा लगा है ठीक करो।
○	अक्षरों को मिलाओ।
=	एक लाइन में करो।

संकेत	अर्थ
¶	नया पैरा प्रारम्भ करो।
[बायीं ओर हटाओ।
]	दाहिनी ओर हटाओ।
□	ऊपर हटाओ।
└	नीचे हटाओ।
⋈	रिक्त स्थान (स्पेस) बराबर करो।
↔	स्थान बदलो।
↔	रहने दो।
stat	विजातीय टाइप, बदलो।
w.f.	एक छोटा डैश लगाओ।
en	एक बड़ा डैश लगाओ।
em	स्पेस उठा है, दबाओ।
∩	विराम दो।
∪	दो अवतरण चिह्न।
∩∪	एक अवतरण चिह्न।
!	सम्बोधन।
?	प्रश्नवाचक चिह्न।
	ऊपर नीचे की पंक्तियों के आदि या अन्तिम अक्षर एक सीध में करो।
└	स्पेस (रिक्तस्थान) कम करो।
X	टूटा अक्षर, बदलो।
ital	इटैलिक टाइप लगाओ।
rom	रोमन टाइप लगाओ।
run on	पैरा मत छोड़ो।
ed>	दो पङ्क्तियों के बीच में और जगह करो।
(दो पङ्क्तियों के बीच की जगह कम करो।
⊙	अनुस्वार।
⊙	विसर्ग।
⊙P	गिनती की संख्या अक्षरों में कम्पोज करो। जैसे '२' को 'दो'।
⊙???	क्वेरी शंका ठीक कराओ।
See copy	पाण्डु लिपि देखो।

PROOF CORRECTION

Reader's Marks

44/ Proof correction for the author is mostly a matter of common sense. He need not be always alert, as the professional reader has to be, for the finer points of style—consistency in the use of capital and italic, in SPELLING and punctuation—and for the incidence of the laws of libel. Nor need he worry about small imperfections in the printing of his proofs; they cannot without great expense have the elaborate make-ready that goes in to the actual printing, and they are only taken on light hand-operated presses. It is not necessary, therefore, to mark lines that are slightly crooked, letters that are not fully printed, or smudges between lines or words caused by the spaces rising. It is the printer's responsibility to correct these faults before machining. The important point is to avoid writing between the lines. The words or characters to be altered should be marked in the text and the corrections written clearly in the margin. Orthodoxy in marking is not important: the compositor can be trusted to pick up the sense of any reasonable sign. These pages show the principal marks recommended by British Standard.

PROOF CORRECTION

Corrected Proof

PROOF CORRECTION for the author is mostly a matter of common sense. He need not be always alert, as the professional reader has to be, for the finer points of style—consistency in the use of capital and italic, in spelling and punctuation—and for the incidence of the laws of libel. Nor need he worry about small imperfections in the printing of his proofs; they cannot without great expense have the elaborate make-ready that goes into the actual printing, and they are only taken on light hand-operated presses. It is not necessary, therefore, to mark lines that are slightly crooked, letters that are not fully printed, or smudges between lines or words caused by the spaces rising. It is the printer's responsibility to correct these faults before machining.

The important point is to avoid writing between the lines. The words or characters to be altered should be marked in the text and the corrections written clearly in the margin. Orthodoxy in marking is not important: the compositor can be trusted to pick up the sense of any reasonable sign. These pages show the principal marks recommended by British Standard;

प्रूफ-संशोधन

□/3/1/1/1/ कला के क्षेत्र में बहुत सभ्य और उदात्त होते हैं कला
 ग/ध/2/1/ वही ही साधन रहा है कभी साधु नहीं चली। वह रीत्य का
 =/C/उत्ते/3/ समर्थन तथा इसके प्रकटीकरण ही कारती है विकृत और /ह
 T/Tr/en/ नहीं बना देती। कला (द्वारा) की मानव भावनाओं का शक्ति
 6/6/1/4/2/ कारण तथा प्रकटीकरण होता है उनका विकृत कारण नहीं।
 9/के/ कला की भी कुछ तीखे हैं, उस भी कुछ नियम हैं, कुछ
 चा/न/7/ सामाजिक सदृश भी उसे माने ही पड़ते हैं।
 Run on वह हमारा सहृदय/सहायक है, दुर्भे शत्रु नहीं। कला
 2/4/ # का दुजारी-सत्य-की ही कर सक। कलाकार रहने से उसके
 ता। खिये-यह सम्भव ही है। उसने जिसदिन उतने रूपमें खुद
 :[नहीं/3/1/3/ श्याओं के चरणों में अन्धने-सत्य की चलि घटा ही वह कलाकार
 ग/नहीं। रह जायगा। उसका अपने स्थान से पतन हो जायगा। निर्म-
 X/ तम सतह में जाकर /ह कला क-कलक/साध रर जायगा।
 2/6/1/4/ h/ कला का कलक/से
 em/4/4 अवदलना न

अंग्रेजी पत्रकारिता की भाषा में समाचार के प्रथम पैराग्राफ को इंट्रो कहा जाता है। हिन्दी में इसे आमुख कहते हैं। समाचार का दूसरा भाग बाड़ी या घटनाओं का विवरण होता है। लीड के इंट्रो में संक्षिप्त रूप में यह बता दिया जाता है कि घटना कौन, क्या, क्यों, कब, कहाँ और कैसे घटी इसकी जानकारी दे दी जाती है। बाड़ी में तथ्यों का विस्तृत विवेचन होता है।

समाचार का सबसे महत्वपूर्ण भाग उसकी लीड होती है। इसे एक लाइन में लिखी जानी चाहिये। लीड के लिए शब्दों की संख्या निर्धारित नहीं की जा सकती फिर भी संक्षिप्त में लीड बनायी जानी चाहिये। समाचार का विस्तृत विवेचन दूसरे पैरे से किया जाना चाहिये।

1.7 सारांश

आपको इस आलेख से यह समझ में आ गया होगा कि समाचार सम्पादन क्या है। इस पाठ से समाचार सम्पादन की आवश्यकता और समाचार सम्पादन कैसे किया जाता है, की पूर्वपीठिका मिल गयी होगी। समाचारों के उदाहरणों से सम्पादन-कला की झलक मिल गयी होगी। इस पाठ में आपको समाचार कक्ष की गतिविधियों के बारे में बताया गया और यह जानकारी दी गयी है कि समाचार टेबुल पर समाचारों का सम्पादन कैसे किया जाता है, मुख्य उपसम्पादक और उपसम्पादकों की समाचार सम्पादन में कौन सी भूमिका होती है, यह भी समझ गये होंगे। समाचार टेबुल अखबार का हृदय होता है। समाचार के संदर्भ में इसकी सबसे महत्वपूर्ण भूमिका होती है। समाचारों के सम्पादन में उपसम्पादक की सबसे बड़ी भूमिका होती है और समाचारों को अन्तिम रूप देने वाला वह सर्वोच्च अधिकारी होता है।

समाचारपत्रों में सबसे बड़ी समस्या स्थान की होती है। विज्ञापन के लिए स्थान देने में प्राथमिकता दी जाती है। अतः हमें समाचारों को चुनकर देना पड़ता है कि स्थान का पूरा लाभ मिल सके। स्थान होने के बाद भी समाचारों के पूरी तरह प्रस्तुती में कमी नहीं की जाती। समाचारों के तथ्यों को संक्षिप्त और स्पष्ट रूप से प्रस्तुत किया जाता है। इस प्रकार प्रत्येक समाचार को अखबार में उसका स्थान पूरी तरह प्राप्त हो जाता है।

किन तथ्यों से समाचार का निर्धारण होता है, इसका इस पाठ में विवेचन किया गया है। ये पाँच तथ्य हैं - समीपता, प्रमुखता, अनन्तता, परिणाम और मानव अभिरुचि।

किसी अखबार में लीड क्या है और उसका क्या महत्व है, इसका विस्तार से इस पाठ में विवेचन किया गया है। किसी समाचार का प्रथम पैराग्राफ लीड है जो समाचार की आत्मा होती है। वह समाचार का नवनीत होता है। जैसे दही को मथने से नवनीत ऊपर आ जाता है और छाँछ नीचे रह जाता है, उसी तरह किसी घटना लेखन का सम्पादन करने पर उसका नवनीत लीड के रूप में प्रथम पैरा में दे दिया जाता है और घटना के अन्य क्रम उसके बाद होते हैं। लीड में समाचार की पूरी जानकारी मिल जाती है। पाठक की वह लीड आगे पढ़ने के लिए ललक पैदा करती है।

इस पाठ में समाचार के शीर्षक देने के सम्बन्ध में भी पूरा विवेचन किया है। अच्छे शीर्षक के तीन गुण होते हैं -

- शीर्षक से यह पता चल जाता है कि समाचार में क्या है।
- पाठकों को तत्काल और सहज ढंग से सूचना मिल जाती है।
- शीर्षक आकर्षक और बोधगम्य हो ताकि पाठक समाचार पढ़ने के लिए उत्सुक हो जाय।
- शीर्षक हमेशा वर्तमान काल में होना चाहिये।
- शीर्षक में क्रियापद का प्रयोग नहीं करना चाहिये।

1.8 शब्दावली

डिलीट	:	हटाइए, काटिये।
न्यूजसेंस	:	समाचार के तत्व को परखने की क्षमता
प्रूफ रीडर	:	प्रूफ की गलतियों को इंगित करने वाला

1.9 सन्दर्भ ग्रन्थ

Westley, Bruce

News Editing, J.BH Publishing co

New Delhi - 110016

1.10 प्रश्नावली

अधु उत्तरीय प्रश्न

1. संपादन से आप क्या समझते हैं?
2. समाचार संपादन की आवश्यकता क्यों पड़ती है?
3. समाचार का चयन कैसे किया जाता है?
4. उपसम्पादक के कौन से प्रमुख गुण होते हैं?
5. उपसम्पादक के कार्य बताइए।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. सम्पादकीय कक्ष का वर्णन कीजिए।
2. समाचार चयन के क्या आधार हैं? सविस्तार बताइये।
3. शीर्षक से आप क्या समझते हैं? शीर्षक के गुण बताइये।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(क) समाचार सम्पादन कहते हैं -

- (i) समाचार छपने के बाद की प्रक्रिया को
- (ii) समाचार को प्रकाशन योग्य बनाना
- (iii) एजेन्सी से समाचार इकट्ठा करना
- (iv) समाचार को लिखना।

(ख) सम्पादकीय विभाग का प्रमुख होता है -

- (i) प्रूफ रीडर
- (ii) उपसम्पादक
- (iii) रिपोर्टर
- (iv) सम्पादक

(ग) सम्पादन का अर्थ है -

- (i) किसी विषय में सम्यक गति होना,
- (ii) समाचार की भाषा को पुनः लिखना
- (iii) समाचार को काटना व हटाना
- (iv) प्रूफ पढ़ना

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

- (क) (ii)
- (ख) (iv)
- (ग) (i)

इकाई 2 फोटो संपादन

इकाई की रूपरेखा

- 2.0 उद्देश्य
- 2.1 प्रस्तावना
- 2.2 फोटो और फोटो संपादन
 - 2.2.1 फोटो संपादन
 - 2.2.2 नियोजित फोटो पत्रकार
 - 2.2.3 स्वतंत्र फोटो पत्रकार
- 2.3 फोटो पत्रकारिता
 - 2.3.1 मानवीय दृष्टि
 - 2.3.2 तकनीकी दृष्टि
- 2.4 फोटो पत्रकारिता की चुनौतियाँ
 - 2.4.1 खोजी पत्रकारिता एवं फोटो ग्राफी
 - 2.4.2 स्वतंत्र फोटोग्राफी एवं समाचार
 - 2.4.3 रेखाचित्र और फोटोग्राफ
 - 2.4.4 फोटो फीचर
- 2.5 फोटो संपादन प्रक्रिया
 - 2.5.1 फोटो क्रॉपिंग
 - 2.5.2 कैप्शन
 - 2.5.3 प्रकाशकीय निर्देश
 - 2.5.4 फोटो संपादन और कम्प्यूटर
 - 2.5.5 फोटो संपादन की विशिष्टता
 - 2.5.6 फोटोग्राफों का प्रेषण
- 2.6 समाचार फोटो एजेंसी
- 2.7 फोटो लाइब्रेरी
- 2.8 सारांश
- 2.9 संदर्भ ग्रंथ
- 2.10 शब्दावली
- 2.11 प्रश्नावली

2.0 उद्देश्य

प्रस्तुत इकाई का उद्देश्य विद्यार्थियों को फोटो संपादन और फोटो पत्रकारिता के मुख्य

तथ्यों से अवगत करना है। इस इकाई में फोटो पत्रकारिता के बुनियादी तत्त्वों और आवश्यक योग्यताओं को स्पष्ट करने के साथ-साथ फोटो पत्रकारिता के विभिन्न प्रकार, फोटो चयन, शीर्षक निर्धारण, फोटो फीचर, स्वतंत्र फोटोग्राफी, समाचार फोटो एजेंसी, फोटो प्रेषण सहित फोटो संपादन की प्रक्रिया आदि पर बिंदुवार प्रकाश डाला गया है। प्रस्तुत इकाई के अध्ययन के उपरान्त आप निम्नांकित तथ्यों से अवगत हो जाएंगे -

- (i) फोटो सम्पादन तथा फोटो पत्रकारिता।
- (ii) फोटो पत्रकार के गुण एवं कार्य (छायाकार)।
- (iii) फोटो संपादक के गुण एवं कार्य।
- (iv) फोटो फीचर का अर्थ एवं विशेषताएँ।
- (v) फोटो चयन एवं उचित शीर्षक निर्धारण।
- (vi) नई प्रौद्योगिकी एवं फोटो पत्रकारिता।

2.1 प्रस्तावना

सूचना को समाचार के रूप में परिवर्तित करने की प्रक्रिया संपादन कहलाती है। इसमें समाचार के रूप में चयनित सूचना को शुद्धता एवं वस्तुनिष्ठता की कसौटी पर कसा जाता है। उसके व्याकरणिक दोषों और गठन को ठीक किया जाता है। फोटो संपादन भी समाचारपत्रों में कथा (News Story) संपादन की ही भाँति चुनौती भरा वैविध्यपूर्ण तथा सतर्क दृष्टि की आवश्यकता वाला कार्य है जिसमें किसी चित्र की आवश्यकता, उपयोगिता, संयोजन, स्थान एवं शीर्षक निर्धारण आदि कार्य किये जाते हैं।

समाचारपत्रों फोटोग्राफ की आवश्यकता कई रूपों में पड़ती है। लिखित समाचारों के साथ संलग्न फोटोग्राफ समाचार की विश्वसनीयता की दृष्टि से महत्वपूर्ण होते हैं। समाचारों को लेकर उठने वाले संशयों को दूर करने तथा उनकी विश्वसनीयता में वृद्धि करने की दृष्टि से ऐसे फोटोग्राफों का महत्वपूर्ण स्थान होता है।

इसके अतिरिक्त स्वतंत्र फोटो-फीचर भी समाचारपत्र की पूर्णता और वैविध्यपूर्णता के लिए आवश्यक होते हैं। फोटो-फीचर के साथ शब्दों की आवश्यकता अत्यन्त कम होती है। जहाँ शब्द भाव के वर्णन में अप्रभावी हो जाते हैं वहाँ फोटो-फीचर प्रयुक्त होता है। चित्रों की अपनी एक भाषा होती है जिसकी अभिव्यक्ति के लिए शब्द-संकेत अनावश्यक होते हैं।

समाचारपत्रों में फोटो पत्रकारिता के लिए स्वतंत्र रूप से व्यक्ति नियुक्त होते हैं जिन्हें फोटो पत्रकार (Photo Journalist) कहा जाता है। चित्रों का संग्रहण करना इन्हीं का उत्तरदायित्व होता है। इन्हें प्रेस फोटोग्राफर भी कहा जाता है। हालाँकि यह शब्द फोटोग्राफरों की अंशकालिक सेवाएँ पत्रों द्वारा शुरू किये जाने के साथ ही प्रचलन में आया होगा। ये स्वतंत्र रूप से और घटना को कवर करने वाले पत्रकार (Beat Reporter) के साथ, दोनों रूपों में कार्य करते हैं। इसके अतिरिक्त 'फोटो एजेंसियों के माध्यम' से भी समाचारपत्रों को फोटोग्राफ उपलब्ध कराये जाते हैं।

फोटो संपादन की प्रक्रिया में फोटोग्राफ का चयन व उचित शीर्षक का निर्धारण सम्मिलित होता है। यह एक अतिरिक्त सतर्कता भरा कार्य है जिसमें मानवीय पहलू और तकनीकी पहलू, दोनों का ज्ञान आवश्यक होता है। मानवीय पहलू में फोटोग्राफ की संवेदनशीलता एवं सामयिकता जाँची जाती है तथा तकनीकी पहलू में मुद्रण प्रक्रिया में उसके संयोजन की व्यवस्था की जाती है।

प्रस्तुत पाठ में उपरिपरिचित तथ्यों की विवेचना तथा व्याख्या की गयी है एवं फोटो पत्रकारिता के विविध पहलुओं को सारगर्भित रूप में समेटने का प्रयास किया गया है।

2.2 फोटो और फोटो संपादन

फोटो प्रमाणिक इतिहास होते हैं। बीते हुए समय का चित्रों से जीवन्त और विश्वसनीय प्रमाण और कुछ नहीं हो सकता। चित्रों की अपनी भाषा होती है जिसको समझने के लिए किसी संकेत चिह्न की जरूरत नहीं पड़ती। चित्र अपने आप में मानवीय अनुभूति को उद्बलित कर उसकी भावुकता को प्रवाह देने में सक्षम होते हैं।

समाचारों की दृष्टि से चित्रों का विशेष महत्त्व होता है। फोटो समाचार की विश्वसनीयता और जीवन्तता को बढ़ाते हैं। विवादास्पद बातों पर फोटो द्वारा की गयी अभिव्यक्ति निर्णायक होती है। पाठक फोटोयुक्त समाचार को ज्यादा सुगमतापूर्वक ग्रहण करते हैं तथा यह उनके मस्तिष्क पटल में अपेक्षाकृत दीर्घ अवधि तक सुरक्षित रहता है।

2.2.1 फोटो संपादन

चित्र समाचारपत्र को आकर्षक तथा विश्वसनीय बनाते हैं। समाचारपत्रों की पूर्णता की दृष्टि से फोटोग्राफों का विशेष महत्त्व होता है। लेकिन समाचारपत्रों में प्रकाशित होने वाली उसी अवस्था में नहीं छाप दी जाती, जिस अवस्था में उसे फोटोग्राफर या अन्य स्रोतों से प्राप्त किया जाता है। वह पहले परिमार्जन की प्रक्रिया अर्थात् फोटो संपादन से गुजरती है। एक घटनाक्रम के कई फोटोग्राफ उपलब्ध होते हैं। इनमें से सर्वाधिक सटीक एक या कभी-कभी दो फोटोग्राफों का चयन किया जाता है। चयन की प्रक्रिया में यह ध्यान रखा जाता है कि उपरोक्त फोटोग्राफ घटना की व्याख्या करने अथवा उसके महत्त्वपूर्ण बिंदु को स्पष्ट करने में सहायक हो। फोटो-फीचर के चयन में विषय की सामयिकता, उपलब्ध फोटोग्राफों का सिलसिलेवार होना और आकर्षक तथा स्पष्ट होना विशेष मायने रखता है। फोटो फीचर में लय एक महत्त्वपूर्ण तत्व है। लयहीन फोटोफीचर पाठक की नजर में खटकने लगता है।

फोटो संपादन एक प्रबन्धकीय कौशलयुक्त कार्य भी है। फोटो संपादक को प्रेस फोटोग्राफों को रोज कामों का बँटवारा करना होता है और समय सीमा के अन्दर कामों को प्राप्त करना होता है। आपातकालीन परिस्थितियों में फोटोग्राफर की रक्षा का प्रबंध भी उसे देखना पड़ सकता है। फोटो लाइब्रेरी की व्यवस्था एवं संरक्षण की व्यवस्था भी फोटो संपादक का ही दायित्व है। फोटोग्राफी से जुड़े उपकरणों और लैब के कुशलतापूर्वक संचालन की व्यवस्था पर भी उसे नजर रखनी होती है। इन कार्यों के लिए उच्चस्तरीय प्रबंधन क्षमता का होना अति आवश्यक होता है।

फोटो संपादन के बिना प्रभावपूर्ण चित्रों का प्रकाशन संभव नहीं हो सकता। फोटो संपादन द्वारा ही किसी चित्र और उसके साथ प्रकाशित होने वाले लिखित विवरण का अनुपात तथा पाठक के मनोविज्ञान से अनुकूलन रखने वाले चित्र का चुनाव करना संभव होता है। फोटो के प्रभावशाली रूप में समाचारपत्र में छपने के लिए उसका उचित तथा व्यवस्थित तथा सारगर्भित संपादन करना अत्यन्त महत्त्वपूर्ण होता है। फोटो का शीर्षक निर्धारण संपादक ही करता है जिससे चित्रों को नया अर्थ मिलता है एवं उसकी उपयोगिता तथा सार्थकता में बढ़ोत्तरी होती है।

समाचारपत्र के लिए फोटोग्राफी का कार्य करने वाले व्यक्ति को फोटो पत्रकार कहा जाता है। फोटो पत्रकार दो रूपों में कार्य करते हैं -

- (i) नियोजित फोटो पत्रकार।
- (ii) स्वतंत्र फोटो पत्रकार।

2.2.2 नियोजित फोटो पत्रकार

इस श्रेणी में वे लोग सम्मिलित किये जाते हैं जो किसी समाचारपत्र/पत्रिका संगठन में प्रेस-छायाकार की नौकरी करते हैं। संगठन के नियमों के अनुरूप उन्हें कार्य करना होता है तथा

2.2.3 स्वतंत्र फोटो पत्रकार

इस श्रेणी में वे व्यक्ति आते हैं जो स्वतंत्र रूप से छायांकन का कार्य करते हैं। उनका समाचारपत्र/पत्रिकाओं से अनुबंध होता है। और चयनित फोटोग्राफों के आधार पर उनके मामूलीय का निर्धारण होता है।

2.3 फोटो पत्रकारिता

एक अच्छा फोटो पत्रकार बनने के लिए जरूरी है कि व्यक्ति में एक संवाददाता के रूप में कार्य करने की योग्यताएँ मौजूद हैं। इसके अतिरिक्त उसे अपने विषय में पारंगत भी होना चाहिए। फोटो पत्रकार के लिए अपेक्षित योग्यता को हम दो भागों में बाँट सकते हैं -

- (i) मानवीय दृष्टि
- (ii) तकनीकी दृष्टि

2.3.1 मानवीय दृष्टि

अच्छा फोटो पत्रकार वह है जो किसी विचार या धरना को चित्र रूप में सोच सके। मानवीय भावनाओं की उसे अच्छी समझ हो तथा प्रकाश एवं रंगों के प्रति अत्यन्त संवेदनशील हो। वह किन्हीं दो क्षणों में अंतर करने में समर्थ हो। समय के बारे में उसकी यह सोच सबसे महत्वपूर्ण होती है। नये विषयों और एक ही विषय पर कई तरीकों से काम करने की उसमें योग्यता होनी चाहिए। विचारों की मौलिकता, विषय का नयापन एवं प्रभावशीलता उसके लिए महत्वपूर्ण होता है। उसमें शारीरिक एवं मानसिक क्षमता भी होनी चाहिए। चित्रों में तभी आकर्षण पैदा होगा जब वे अनूठे होंगे। लोगों की आवश्यकता को ध्यान से देखना, बेबसी, लाचारी, हर्ष-विषाद, यय-पराजय, करुणा, श्रद्धा आदि भावों को पकड़ने की क्षमता फोटो पत्रकारिता का अनिवार्य तत्त्व है। संघर्ष की अकूत क्षमता और धैर्यपूर्ण मृदुल व्यवहार से ही वह विपरीत परिस्थितियों में भी वांछित चित्र प्राप्त कर सकता है।

अनुसंधान की उच्चस्तरीय क्षमता भी फोटो पत्रकार के लिए आवश्यक होती है। अफगानिस्तान पर अमेरिकी हमले के बाद एक महिला की तस्वीर विश्वप्रसिद्ध 'टाईम' पत्रिका के कवर पर छपी। यह वही महिला थी जिसके बचपन की तस्वीर दो दशक पहली इसी पत्रिका के कवर पर छपकर व्यापक प्रशंसा बटोर चुकी थी। उस महिला को अफगानिस्तान में खोजने के लिए पत्रिका के फोटो पत्रकारों के दल को कितना व्यापक अनुसंधान करना पड़ा होगा, इसका आप अंदाजा लगा सकते हैं।

2.3.2 तकनीकी दृष्टि

फोटो पत्रकार की दृष्टि से तकनीकी पहलू भी अत्यन्त महत्वपूर्ण है। वस्तुतः वह तकनीकी कौशल से मानवीय पहलू को उजागर करने वाला कलाकार होता है। फोटोग्राफी एक तकनीकी कार्य है जिसके लिए व्यक्ति को कैमरा संचालन, प्रकाश संयोजन, दूरी का हिसाब, रंग संयोजन की अच्छी जानकारी जरूरी होती है। जिस कैमरे का वह इस्तेमाल कर रहा है उसके संचालन की समस्त जानकारी होनी चाहिए। इसके अतिरिक्त फोटो पत्रकार के लिए आवश्यक है कि वह डार्करूम में काम करना जानता हो। आज संचार प्रौद्योगिकी के युग में डिजिटल कैमरे की मेमोरी स्टिक, इंटरनेट एवं अन्य कम्प्यूटर नेटवर्क के माध्यम से चित्र प्रेषण तथा चित्र प्राप्त करना और कम्प्यूटर स्कैनिंग की बारीकियों से भी उसे परिचित होना चाहिए।

2.4 फोटो पत्रकारिता की चुनौतियाँ

फोटो पत्रकारिता चुनौतीभरा काम है। इसके लिए अतिरिक्त शारीरिक एवं मानसिक कौशल जरूरी होता है। फोटो पत्रकार को बीट (Beat) रिपोर्टर से तालमेल बैठाना जरूरी होता है। तभी वह सही फोटोग्राफ का चयन कर पाता है। समाचारपत्र की डेटलाइन उस पर भी लागू

होता है। उसे अपना काम समय के संक्षिप्त दायरे में करना होता है। उसका कार्य क्षेत्र कोई स्टूडियो नहीं होता। ऐसे में प्रकाश संयोजन और मौसमी कठिनाइयों से भी तालमेल बिठाना जरूरी होता है।

इसके अतिरिक्त फोटो पत्रकार की क्षमताओं का सही पता प्राकृतिक आपदाओं, युद्ध, हिंसक संघर्षों, दंगों या तनाव के समय चलता है। यह विषम परिस्थितियाँ शारीरिक और मानसिक मजबूती की माँग करती हैं। प्रशासन, सुरक्षा तंत्र और उपद्रवी तत्व तीनों ही फोटोग्राफर के लिए बाधक होते हैं। उसे कोई सुरक्षा नहीं प्राप्त होती तथा खुद चोट खाकर भी अपने उपकरणों की रक्षा करनी होती है। विषमतर परिस्थितियों में, जहाँ से लोग पलायन कर रहे हों, उसे डटकर फोटोग्राफ लेना होता है। थोड़ी सी चूक ऐसी स्थिति में जानलेवा हो सकती है। आपातकालीन परिस्थितियों में फोटो पत्रकार का कार्य बहुत कठिन हो जाता है। संवेदनशील परिस्थितियों में उसे संवाददाता की ही तरह जागरूक रहना होता है। ऐसे में नियम और कायदे-कानून की तलवार उसपर भी लटकती रहती है।

स्वतंत्र रूप से काम करने वाले फोटो पत्रकारों के लिए तो दायित्व निभाना और भी कठिन होता है। विषम परिस्थितियों में उसके पास समाचारपत्र संगठन का सम्बल नहीं होता। ऐसी स्थितियों में उसके व्यक्तिगत संबंध और बचाव की बुद्धि ही काम आती है।

कार्यक्षेत्र (Field) की चुनौतियों के साथ-साथ अखबार का दफ्तर भी उसके लिए चुनौती वाला दूसरा क्षेत्र होता है। संपादक की समीक्षात्मक नजरों के समक्ष सही चित्र प्रस्तुत करने के लिए वह फील्ड में कई कोणों (Angles) से चित्र तैयार करता है। मुद्रण की सुविधा के अनुरूप स्पष्ट फोटोग्राफ प्रस्तुत करना भी जरूरी होता है।

इस प्रकार फोटो पत्रकार का काम जोखिम और चुनौतियों से भरा हुआ है। सफलता प्राप्त करने के लिए उसे विपरीत परिस्थितियों में संघर्ष करना होता है और अपनी संवेदनशीलता बनाये रखनी होती है।

2.4.1 खोजी पत्रकारिता एवं फोटोग्राफी

खोजी पत्रकारिता समाचार जगत के आकर्षण की जान होती है। एक पत्रकार अनियमितताओं, अपराध, घोटालों और विसंगतियों को ढूँढ़कर लोगों के समक्ष प्रस्तुत करता है। ऐसी पत्रकारिता में प्रमाणों की सख्त जरूरत पड़ती है। फोटोग्राफ इस दिशा में सर्वोत्तम प्रमाण होते हैं। आरोपित व्यक्ति लिखी हुई बातों को तो नकार सकता है लेकिन चित्रों की प्रामाणिकता झुठलाना उसके लिए संभव नहीं होता है। अपराधी-नेता साँठ-गाँठ उजागर करने, प्रशासनिक दुर्व्यवस्थाओं, लापरवाहियों और चूकों को सामने लाने, घूसखोरी व अन्य अपराधों का कच्चा-चिड्ढा खोलते चित्र जब बोलते हैं तो सफाई देने वाले की बोलती बन्द हो जाती है।

खोजी फोटो पत्रकारिता सबसे अधिक जोखिम का काम है। एक संवाददाता तो अपनी पहचान छुपा सकता है और सुगमतापूर्वक अपने काम को अंजाम दे सकता है लेकिन फोटो-पत्रकार के लिए ऐसा संभव नहीं होता। उसके उपकरण स्वयं उसकी पहचान बता देते हैं। ऐसे में उसे सावधानी से अपना कार्य करना चाहिए जिससे वह तथ्यों को सफलतापूर्वक अपने कैमरे में कैद कर सके। पूर्व आकलन तथा पूर्वाभ्यास ऐसी फोटो पत्रकारिता में जरूरी होता है क्योंकि घटनास्थल पर ज्यादा देर रुकना खतरे में खाली नहीं होता।

2.4.2 स्वतंत्र फोटोग्राफी एवं समाचार

हाल के वर्षों में स्वतंत्र फोटो पत्रकारिता का प्रचलन तेजी से बढ़ा है। स्वतंत्र रूप से कार्य करना अनुबंधित होकर कार्य करने की अपेक्षा ज्यादा कठिन होता है। स्वतंत्र फोटो पत्रकार को अपने संसाधनों की व्यवस्था स्वयं करनी होती है। उपकरणों के साथ-साथ लैब, कार्यालय एवं विपणन व्यवस्था वह स्वयं विकसित करता है। काम करने की स्वतंत्रता उसे अवश्य प्राप्त होती है। उसका ज्यादातर समय बाहर (Field) में ही बीतता है। वास्तव में एक अच्छा फोटोग्राफ प्राप्त कर लेना और उसे सुरक्षित रख लेना भाग्य की बात होती है। समारोहों की औपचारिकताओं को छोड़ दें तो घटनाएँ **फोटों खिंचवाने का इंतजार नहीं करतीं। फोटो पत्रकार की किस्मत से भी**

उसे कुछ दुर्लभ चित्र प्राप्त हो जाते हैं।

इलाहाबाद के महाकुंभ में विदेशी महिला द्वारा नग्न होकर किये गये संगम पर सार्वजनिक स्नान का चित्र लेने का प्रयास तो कई फोटोग्राफरों ने किया लेकिन प्रशासन ने उपकरणों या फोटोग्राफों को नष्ट कर दिया। एक-दो फोटोग्राफरों द्वारा अपने चित्र बचा लिये गये जिन्हें अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रकाशित होने का मौका मिला।

भारत में हाल के वर्षों में स्वतंत्र फोटो पत्रकारों ने कुछ दुर्लभ तस्वीरें प्रस्तुत की हैं। इसमें से अयोध्या में विवादित ढाँचा ढहाये जाने की तस्वीरें, कच्छ में आये भूकंप के दौरान की तबाही की तस्वीरें, गोधरा कांड और गुजरात दंगों की तस्वीरें बहुचर्चित हुई हैं।

स्वतंत्र फोटो पत्रकारिता में काम करने की स्वतंत्रता होती है। फोटो पत्रकार अपने मन मुताबिक काम कर सकता है। उसे केवल संपादक और समाचारपत्र की रुचियों और प्राथमिकताओं की जानकारी होनी चाहिए। इससे उसके काम को स्वीकार किये जाने में सुविधा रहेगी।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के बढ़ते प्रभाव के चलते समाचारपत्रों की प्राथमिकता में भी तेजी से बदलाव हुआ है। आज वे समाचार ज्यादा पसंद किये जाते हैं जिनके साथ फोटोग्राफ भी लगा होता है। लिखित समाचार के साथ संबंधित घटना की फोटोग्राफी को समाचार-फोटोग्राफी (News-Photography) कहा जाता है। इसके साथ लिखित समाचार का होना आवश्यक होता है। सामान्य परिस्थितियों में प्रेस फोटोग्राफर को यह पता होता है कि उसे कौन सा चित्र लेना है। बीट रिपोर्टर के साथकाम करते हुए वह इन्हें प्राप्त करता है। लेकिन जब आयोजन बड़ा होता है और समूचे माहौल (Story environment) को कवर करना महत्वपूर्ण हो जाता है तो फोटोग्राफर का अपना विवेक महत्वपूर्ण हो जाता है। दंगे, आपदा, संघर्ष और युद्ध की स्थितियों में समाचार कथा के साथ माहौल की भीषणता व्यक्त करती कोई भी फोटोग्राफ प्रभावशाली होती है। इसी प्रकार खेल के मैदान से एक-दो पल ही कैमरे में कैद होते हैं जो कहीं न कहीं वर्णन में जरूर आते हैं। हाँ! ऐसे में मुख्य प्रदर्शन (Key Performence) का ध्यान रखना चाहिए।

2.4.3 रेखाचित्र और फोटोग्राफ

रेखाचित्रों का समाचार के लिए फोटोग्राफी में महत्वपूर्ण भूमिका है। वे फोटोग्राफों के लिए पूरक का कार्य करते हैं। प्रेस फोटोग्राफर घटना घटित होने के बाद ही घटनास्थल पर पहुँचता है। ऐसे में बड़ी घटनाएँ, जिनका घटनाक्रम प्रदर्शित करना महत्वपूर्ण होता है, के विवरण प्रस्तुत करने में रेखाचित्रों की मदद ली जाती है। जैसे गैसल में भीषण ट्रेन दुर्घटना या न्यूयार्क में वर्ल्ड ट्रेड टावर का उदाहरण दिया जा सकता है। दोनों मामलों में दुर्घटना बाद के ही चित्र उपलब्ध के अतः दुर्घटना के क्रम को रेखाचित्रों के माध्यम से स्पष्ट किया गया था। ऐसी स्थिति में प्रेस फोटोग्राफर को घटनास्थल का कई कोणों से फोटो लेना चाहिए क्योंकि रेखाचित्र तारतम्यपूर्वक विकसित करने के लिए यह आधार का कार्य करता है।

2.4.4 फोटो फीचर

जब कथा का प्रस्तुतिकरण शब्दों के बजाय चित्रों से किया जाता है तो उसे फोटो-फीचर कहते हैं। फोटो फीचर में एक फोटो भी हो सकती है और किसी घटना का कई चित्रों के माध्यम से भी प्रस्तुतिकरण किया जा सकता है। 'एक फोटोग्राफ हजार शब्दों की ताकत रखता है' की उक्ति को चरितार्थ करने का कार्य फोटो फीचर में होता है। भाव और सौन्दर्य का प्रस्तुतिकरण इसके माध्यम से सफलतापूर्वक किया जाता है। सुबहे-बनारस, कन्याकुमारी का सूर्यास्त, फूलों का सौंदर्य, माँ की वत्सलता, पत्त की तन्मत्ता, एथलीट की एकाग्रता प्रदर्शित करने के लिए एक फोटोग्राफ हजार शब्दों पर भारी पड़ता है।

2.5 फोटो संपादन प्रक्रिया

फोटो संपादन की प्रक्रिया में फोटोग्राफ का चयन, शीर्षक (Caption) निर्धारण, स्थान

संयोजन, उभार व्यवस्थित करना आदि कार्य शामिल होते हैं। समाचारपत्र में स्थान की समस्या होती है। **फोटोग्राफों** का एक सीमा तक ही उपयोग किया जा सकता है। अनेक उपलब्ध फोटोग्राफों में से उपयुक्त का चयन करना होता है। यह फोटो संपादक के कौशल और विवेक पर निर्भर करता है कि वह सही फोटोग्राफ का चयन करे। समाचारों के साथ वही चित्र सही होते हैं जो समाचार के भाव को पूर्णतया स्पष्ट कर दें। फोटो-फीचर के लिए भाव-प्रधान चित्रों का चयन करना चाहिए।

फोटो संपादक को यह पता होना चाहिए कि फोटोग्राफ के लिए कितनी जगह का इस्तेमाल करना है। बड़ी खबरों के साथ तो विस्तारित (5 x 7" के) फोटोग्राफ स्वीकार्य होते हैं लेकिन छोटे समाचार के साथ फोटो का आकार भी समानुपातिक रूप से छोटा होना चाहिए। टेबलॉयड समाचारपत्रों में तो दो कॉलम से ज्यादा की फोटो संभव ही नहीं होती अतः 2x3" या 3x4" की फोटो ही लगाई जा सकती है।



वैश्वीकरण में किसानों का ख्याल जरूरी— मुख्यमंत्री

इबानन्द तिवारी

प्रदेश के मुख्यमंत्री मुलायम सिंह यादव ने विद्यापीठ में आयोजित अंतरराष्ट्रीय संगोष्ठी के समापन समारोह में भागीर्युक्त होकर कहा कि वैश्वीकरण को अपनाते से भारत के परम्परागत कुटीर उद्योग और किसान बर्बाद हो जायेंगे। वैश्वीकरण बुरा नहीं है, लेकिन इसके प्रायधानों में भारतीय किसानों के हितों का ख्याल रक्खा होगा।

उन्होंने आगे कहा कि भारत में जितनी पैदावार जमीन के नीचे जलनी ही ऊपर भी है। जलरहित केवल उसकी राह ही इस्तेमाल की है। चीन और अमेरिका जैसे देशों की सरकारी के मूल में खेती ही रही है।

मुख्यमंत्री ने कहा कि दुनिया की गरीबी मिटाने में विन्डुलान, बायस्क की भूमिका निभा सकता है। इसके लिए प्राकृतिक संपदाओं का सही विशाल में इस्तेमाल करना शर्त होगी। परकल्प गरीबी को प्रेरणा से स्थापित विद्यापीठ में भूसांख्यिकी और गरीबी पर ध्यान देना आवश्यक है। उन्होंने आगे कहा कि गरीबी मिटाने में नारी है।



अन्तरराष्ट्रीय सेमिनार में मुख्यमंत्री मुलायम सिंह यादव

विन्डुलान में खेती को बढ़ावा देना ही गरीबी-हारी के रूप में ही कार्य को पूरा किया जा सकता है। मुख्यमंत्री ने अपने शासनकाल का निकाय करते हुए कहा कि विशाल के क्षेत्र में अपने सक्रिय व बेहतर कार्य करता है। यहाँ खाना की कमी नहीं है। भण्डार भरे पड़े हैं जिसे खेती का रस है। प्रदेश शासन द्वारा निदेशा दिये गये हैं कि भूख से पीड़ित होने पर अधिकारियों को सीधी जवाबदेही होगी। उन्होंने कहा कि मेरी

सरकार ने किसानों, गरीबों व उनकी संतियों का अपमानित के प्रयासों को काम चलाऊ है अतीत में किसी और ने ऐसा नहीं किया। मुख्यमंत्री ने इस अवसर पर 'वेप' पत्रिका का लोकार्पण भी किया। समारोह की अध्यक्षता करते हुए कुसुमति प्रो. सुरेश सिंह ने भूसांख्यिकी की, दीपारी तलवार, बताया और कहा कि स्वतंत्र राष्ट्रीय नीति निर्धारण में अंतरराष्ट्रीय संस्थाओं के दखल को ध्यान करना है। इससे पूर्व वैश्वीकरण, इस्तेमाल

वाईनेड के प्रतिनिधियों के अतिरिक्त जे.एन.यू. के प्रोफेसर एमिरेट, प्रो. योगेश सिंह व प्रोफेसर तुलसी घटेल ने भी विचार व्यक्त किये। कुल अतिरिक्त स्टाडीज (जे.एन.यू.) के प्रो. आनन्द कुमार ने 'कामी विद्यापीठ योग्यता' के नाम से संगोष्ठी का एक सूचीय निवर्त प्रस्तुत किया।

इससे पूर्व तीन दिवसीय 'वैश्वीकरण एवं गरीबी' पर आयोजित हुए अंतरराष्ट्रीय संगोष्ठी का उद्घाटन गोपी अध्यक्ष पीठ समारोह में संभव हुआ। इसमें भारत सहित नौ देशों के विद्वानों ने शिराफत की। संगोष्ठी का उद्घाटन इस्तेमाल के सीडेशन विद्यापीठ के प्रो. एम.के. गोतम ने किया।

उद्घाटन सत्र को अध्यक्षता कुसुमति प्रो. सुरेश सिंह ने की। प्रो. योगेश सिंह ने भीज वाक्य प्रस्तुत किया। 93 सत्रों में आयोजित इस गोष्ठी में 324 विद्वानों व वैश्वीकरण ने भागीदारी की।

संगोष्ठी के आयोजन सचिव डॉ. रवि प्रकाश यादव व संयोजक प्रो. रमेश नन्दन द्विवेदी थे।

उपर्युक्त चित्र मूल आवार में ऊपर है। एक टेबलॉयड पत्र में अधिकतम दो कॉलम में चित्र को समायोजित कर प्रकाशित किया गया है।

फोटोग्राफ का स्थान भी सही होना चाहिए। चित्र हमेशा अंदर की ओर देखता प्रतीत होना चाहिए। बाहर की तरफ देखता चित्र बेडंगा लगता है। नीचे की ओर लगा चित्र ऊपर देखता हो तथा ऊपर लगा चित्र नीचे देखता हो तो सही रहता है। अंदर की ओर देखते फोटो को अंतिम कॉलमों में नहीं लगाना चाहिए।

फोटो संपादन की प्रक्रिया दो तरीके से होती है

- (i) लम्बवत् संपादन (Vertical editing)
- (ii) ऊर्ध्वाधर संपादन (Horizontal editing)

सर्वप्रथम लम्बवत् संपादन किया जाता है। संपादक मुख्य चित्र के पास धीरे-धीरे आस-पास के अर्थहीन चित्रों को हटाते हुए पहुँचता है। जैसे किसी लोकप्रिय व्यक्ति के साथ कई लोग खड़े हैं तो फोटो संपादक उनमें से अनुपयोगी व्यक्तियों को हटाकर मुख्य व्यक्ति का ही फोटोग्राफ चयनित करेगा। इसके बाद ऊर्ध्वाधर या आड़ी छँटाई की जाती है। पूर्व की ही भाँति दोनों ओर छँटाई करते-करते संपादक मूल विषय के नजदीक तक आता है। इसमें यह ध्यान रखा जाता है कि चित्र वर्गाकार न बन जाय।



प्रस्तुत चित्र मुख्य अतिथि द्वारा वृक्षारोपण कार्यक्रम का है। इसमें फोटो संपादक ने सरसरी तौर पर चयनित हिस्से को घेर दी है। फोटो के अनावश्यक किनारे को (x) का निशान बनाकर हटाने का निर्देश भी अंकित है। उपर्युक्त चित्र को कम्प्यूटर की मदद से स्कैन कर वांछित हिस्सा सही आकार में प्रकाशित किया जायेगा।

2.5.1 फोटो क्रॉपिंग

फोटो क्रॉपिंग को हिन्दी में कर्तन कहते हैं। इसमें प्रकाशन के लिए चुने गये चित्र को लम्बवत (Vertical) व ऊर्ध्वाधर (Horizontal) कॉट-छॉटकरके प्रकाशन योग्य बनाया जाता है। फोटो क्रॉपिंग संपादन की मूल प्रक्रिया है।

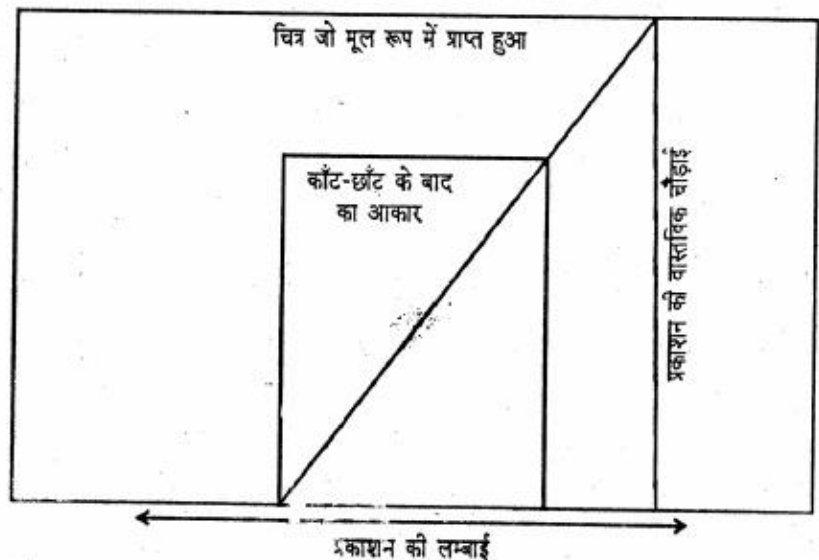
2.5.2 कैप्शन

फोटोग्राफ के साथ जो परिचयात्मक विवरण होता है उसे कैप्शन कहते हैं। चयनित फोटो का शीर्षक देना भी चयन के समान ही महत्वपूर्ण होता है। फोटों कैप्शन सटीक और संक्षिप्त होना चाहिए। फोटो के प्रभाव की अभिव्यक्ति करता शीर्षक सर्वाधिक सफल माना जाता है। हर चित्र के साथ उसका कैप्शन होना जरूरी है। कैप्शन फोटो के नीचे लगाना चाहिए क्योंकि ऊपर लगा कैप्शन फोटो के महत्व को कम करता है।

2.5.3 प्रकाशकीय निर्देश

चित्र के पीछे संपादक प्रकाशन संबंधी निर्देश लिखता है। चित्र जिस आकार में प्रकाशित होना है उसका स्पष्ट निर्देश पीछे दे दिया जाता है। चित्र का आकार तय करने के लिए रेखागणित के विकर्ण सिद्धान्त का प्रयोग किया जाता है। इसमें चित्र के पीछे दो विपरीत कोनों को मिलाती हुई एक रेखा खींची जाती है। आधार की रेखा को बढ़ाकर वांछित कालम की लम्बाई तक ले जाया जाता है और उस बिन्दु से एक लम्बवत् रेखा खींचकर उसे कर्ण में मिला देते हैं। वह उस चित्र की चौड़ाई होती है।

आकार सम्बन्धी निर्देश



2.5.4 फोटो संपादन और कम्प्यूटर

आजकल कम्प्यूटर पर फोटो संपादन का चलन बढ़ रहा है। इसमें प्रिन्ट को स्कैन करके कंप्यूटर पर संपादन कार्य होता है। नेगेटिव को भी नेगेटिव स्कैनर की सहायता से स्कैन करके संपादन किया जा सकता है। डिजिटल कैमरे की खिंची फोटो के संपादन के लिए उसकी फ्लॉपी या मेमोरी-स्टिक का प्रयोग किया जाता है। कम्प्यूटर के चलते दो चित्रों को मिलाना आसान और त्रुटिहीन हो गया है।



श्रीमान्. वरप्रसाद शर्मा

ऊपर के दो चित्रों को एक में मिलाकर नीचे का चित्र प्रकाशित किया गया है जो चित्र सम्मिश्रण का अच्छा उदाहरण है।

2.5.5 फोटो संपादक की विशिष्टता

समाचारपत्र कार्यालय में फोटोग्राफ को काँट-छाँट कर प्रकाशन के लिए तैयार करने वाले व्यक्ति को फोटो संपादक कहा जाता है। फोटो संपादक का कार्य सैकड़ों शब्दों के साथ विवरण लिखना नहीं बल्कि फोटो से ही स्पष्टता व्यक्त करना है। प्रख्यात फोटो संपादक जॉन पी०मौरिस ने फोटो संपादक को 'गम्भीरता या (हास-परिहास) की अभिरुचि पैदा करने वाला, नैतिकता का अनियुक्त संरक्षक, प्रतिभा का सृजनकर्ता व यशस्वी व्यक्तियों का साथी' माना है। वह वास्तविकता तथा इतिहास का समन्वयक होता है।

फोटो संपादक को निडर और संवेदनशील होना चाहिए। अपराध, विसंगतियों आदि के फोटोग्राफ का प्रकाशन करते समय उसे सशंकित या भयभीत नहीं होना चाहिए। सामान्य फोटोग्राफ और भावप्रद फोटोग्राफ के बीच अंतर करना उसे आना चाहिए।

पाठकों की रुचि का उसे ज्ञान होना चाहिए। तभी वह ऐसे फोटोग्राफ का चयन कर सकेगा जो उसके पाठकों को पसंद आये। वह भले अच्छा फोटोग्राफर न हो लेकिन फोटोग्राफ की तकनीकी बारीकियों मसलन उभार, रंग संयोजन, स्पष्टता आदि की जानकारी होनी चाहिए।

फोटो संपादक के निम्नांकित उत्तरदायित्व होते हैं -

- (1) सहयोगी फोटोग्राफरों को कार्य सौंपना व आवश्यक चित्र के बारे में जरूरी निर्देश देना।
- (2) ऐसे समाचारों का ध्यान रखना जिसके साथ आकर्षक फोटोग्राफ प्रकाशित हो सकते हैं।
- (3) उपयुक्त फोटोग्राफ का चयन करना।
- (4) आकार एवं शीर्षक निर्धारण।
- (5) समाचारपत्र के फोटोग्राफी संबंधी उपकरणों - कैमरा, फोकस, स्टैण्ड, लैब आदि सही कार्य कर रहे हैं या नहीं - जाँच करना।
- (6) संपादकीय बैठक में हिस्सेदारी।

2.5.6 फोटोग्राफों का प्रेषण

आज प्रौद्योगिकीय प्रगति ने फोटो प्रेषण का कार्य अत्यन्त सरल कर दिया है। इंटरनेट नेटवर्क ने तत्काल फोटो उपलब्ध कराना सुगम बना दिया है। कम्प्यूटरों के माध्यम से उनका संरक्षण भी काफी सुविधाजनक हो गया है। लेकिन एक समय था जब फोटो पत्रकार स्वयं चित्र लेकर समाचारपत्र कार्यालय पहुँचता था। एडनबरा का समाचारपत्र 'स्कॉट्समैन' विश्व का पहला समाचारपत्र था जिसने फेसीमिल पद्धति से सन 1928 के अंत में न्यूयार्क और लंदन के बीच प्रेषित किया गया। आस्ट्रेलिया की 'वीमेंस वीकली' पत्रिका ने सबसे पहले 1945 में लंदन से रंगीन चित्र भेजे। 1957 में पहली बार रेडियो बीम के माध्यम से बीबीसी ने कुछ चित्र पेरिस भेजे।

आज उपग्रहीय संचार व्यवस्था ने चित्र प्रेषण को नया आयाम दे दिया है। स्कैनिंग की विकसित प्रणाली से चित्रों के प्रभाव में भी परिवर्तन संभव हो गया है। यह एक चमत्कारी तकनीक है जिसमें फोटो का आकार-प्रकार बदलना, रंग संयोजन परिवर्तित करना एवं वांछित हिस्से का प्रेषण करना अत्यन्त आसान हो गया है। वास्तव में तकनीकी प्रगति ने चित्र प्रेषण के कार्य को सुगम और त्वरित बना दिया है।

2.6 समाचार फोटो एजेंसी

समाचार फोटो एजेंसी प्रकाशन के लिए फोटोग्राफ उपलब्ध कराती है। विश्व की पहली फोटो समाचार एजेंसी 1947 में प्रेस एसोसिएशन और रायटर फोटोज के नाम से शुरू हुई। सभी

परमुख एजेंसियों का अलग फोटो प्रभाग है जो चित्र भेजता है। भारत में पी०टी०आई० और यू०एन०आई० की अपनी अलग फोटो सेवा इकाइयाँ हैं। इसके अतिरिक्त विदेशी एजेंसियाँ व अनेक अन्य एजेंसियाँ भी फोटो उपलब्ध कराती हैं। इंटरनेट के विकास ने इस सुविधा को असीमित विस्तार दे दिया है और अब फोटो संपादक के लिए फोटो प्राप्त करने की प्रक्रिया आसान हो गयी है।

2.7 फोटो लाइब्रेरी

हर समाचारपत्र की अपनी फोटो लाइब्रेरी होती है। उसमें महत्वपूर्ण फोटोग्राफों का संचयन होता है। फोटो-संपादक इस लाइब्रेरी का मुख्य कर्ता-धर्ता होता है। महत्वपूर्ण व्यक्तियों, प्रमुख शासनाध्यक्षों, महापुरुषों, अन्तर्राष्ट्रीय-राष्ट्रीय स्तर पर कुख्यात अपराधियों व आतंकवादियों, महत्वपूर्ण स्थलों व घटनाओं के फोटोग्राफ इसमें संरक्षित रखे जाते हैं जो संबंधित समाचारों के प्रकाशन के समय काम आते हैं। जैसे गाँधी जयन्ती के अवसर पर गाँधी जी की लाइब्रेरी में संरक्षित फोटो जारी कर दी जाती है। इसे 'फाईल फोटो' कहते हैं। समस्त फोटोग्राफों की सूची बनाकर उन्हें व्यवस्थित क्रम में रखा जाता है। इसे फोटोग्राफों की कैटलॉगिंग कहते हैं। इससे आवश्यकता पड़ने पर वांछित फोटोग्राफ तुरन्त प्राप्त करने में सुविधा रहती है।

सूचना प्रौद्योगिकी की प्रगति से अब फोटोग्राफों का संग्रहण आसान हो गया है। कम्प्यूटर की हार्ड डिस्क में या कॉम्पैक्ट डिस्क (सी०डी०) में लाखों फोटोग्राफ सुरक्षित रखे जा सकते हैं और एक माउस की सहायता से उन्हें खोजना और इस्तेमाल करना अत्यन्त आसान हो गया है। इसके अतिरिक्त माइक्रो फिल्म बनाकर भी फोटो का संग्रहण किया जाता है।

2.8 सारांश

निष्कर्षतः यह कहा जा सकता है कि फोटो पत्रकारिता का कार्य कलात्मक और तकनीकी कौशल का संगम है। संवेदनशील होना और विपरीत परिस्थितियों में कार्य करने में समर्थ होना फोटो पत्रकार के रूप में सफल होने के लिए सबसे जरूरी है। फोटो संपादन का कार्य उच्चस्तरीय संयोजन क्षमता की माँग करता है। फोटो संपादक में छायाकार, समाचार संपादक और संवाददाता की सोच में सामंजस्य करना आना चाहिए। तभी वह उपयुक्त चित्र का चयन कर सकेगा।

2.9 संदर्भ ग्रंथ

- (1) आधुनिक पत्रकारिता, डॉ० अर्जुन तिवारी, विश्वविद्यालय प्रकाशन वाराणसी, चतुर्थ संस्करण -2004
- (2) फोटो पत्रकारिता, गुलाब कोठारी, पंचशील प्रकाशन जयपुर, 1994
- (3) फोटो पत्रकारिता, सुभाष समू, हरियाणा साहित्य अकादमी, पंचकूला, 2003
- (4) फोटो जर्नलिज्म, द विजुअल एप्रोच, फ्रैंक पी हॉय, 1986
- (5) द बिजनेस ऑफ फोटो जर्नलिज्म, ए०ई० लुस्ली, फोकल प्रेस, यू एस, 1970

2.10 शब्दावली

- फोटो - प्रकाश तथा रासायनिक क्रिया से बने प्रतिबिम्ब को फोटो कहते हैं।
- इफाईल फोटो - समाचारपत्र की लाइब्रेरी में संगृहीत फोटोग्राफ जो आवश्यकता

- क्रॉपिंग** - किसी फोटोग्राफ को काँट-छाँट कर प्रकाशन के लिए तैयारी करना।
- कैप्शन** - फोटोग्राफ का परिचय देने के लिए प्रयुक्त पंक्ति जो अधिकांशतयः फोटोग्राफ के नीचे दी जाती है।
- मेमोरी स्टिक** - डिजिटल कैमरे का हिस्सा जिसमें खिंची हुई फोटोग्राफ संरक्षित रहती है।
- केसीमल पद्धति** - प्रेषण की विशिष्ट तकनीक जिसके द्वारा एक छोर से प्रेषित चित्र रेडियो-तरंगों की सहायता से दूसरे छोर तक पहुँचकर स्वतः मुद्रित हो जाता है।

2.11 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

- (1) नियोजित फोटो पत्रकार से आप क्या समझते हैं?
- (2) फोटो पत्रकारिता की तकनीकी दृष्टि पर प्रकाश डालिए।
- (3) रेखाचित्रों की आवश्यकता स्पष्ट करें।
- (4) फोटो लाइब्रेरी क्या होती है?
- (5) फोटो संपादक के कर्तव्य बताइए।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

- (1) फोटो संपादन से आप क्या समझते हैं? फोटो संपादन की विधियों का वर्णन करें।
- (2) फोटो संपादक के गुण बताइए। उसके कर्तव्यों की भी विवेचना करें।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

- (1) मेमोरी स्टिक का संबंध है -

(क) कम्प्यूटर हार्ड डिस्क से	(ख) कॉम्पैक्ट डिस्क से
(ग) डिजिटल कैमरा से	(घ) इनमें से कोई नहीं
- (2) केसीमल पद्धति प्रयुक्त होती रही है -

(क) चित्र प्रेषण हेतु	(ख) चित्र साफ करने के लिए
(ग) कैमरा के लिए प्रकाश संयोजन में	(घ) फोटो संरक्षण में
- (3) फोटो क्रॉपिंग में होता है -

(क) फोटो की काँट-छाँट	(ख) महत्त्वपूर्ण व्यक्ति को उभारना
(ग) माप-आकार निर्धारण	(घ) उपयुक्त सभी
- (4) फोटो संपादक के दायित्वों में सम्मिलित नहीं है -

(क) फोटो चयन	(ख) कैप्शन निर्धारण
(ग) समाचार चयन	(घ) फोटो क्रॉपिंग

(5) रंगीन फोटोग्राफ का सर्वप्रथम प्रेषण किया -

(क) वीमेंस वीकली

(ख) बीबीसी

(ग) स्कॉट्समैन

(घ) इनमें से कोई नहीं

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1. ग
2. क
3. घ
4. ग
5. क

इकाई की रूपरेखा

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 इलेक्ट्रानिकी का परिचय
- 3.3 इलेक्ट्रानिक सम्पादन : एक परिचय
- 3.4 इलेक्ट्रानिक सम्पादन का उद्देश्य
- 3.5 इलेक्ट्रानिक सम्पादन के घटक
- 3.6 इलेक्ट्रानिक सम्पादन के प्रकार
 - 3.6.1 ऑनलाइन तथा ऑफलाइन सम्पादन
 - 3.6.2 स्ट्रेट कट एडिट (Straight cut edit)
 - 3.6.3 एसेम्बल और इनसर्ट सम्पादन
 - 3.6.4 ए०बी० रोल सम्पादन
 - 3.6.5 नॉन लीनियर सम्पादन
- 3.7 इलेक्ट्रानिक सम्पादन कला
- 3.8 सम्पादन की समग्र रणनीति
- 3.9 ग्रिफिथ का सम्पादन सूत्र
- 3.10 सारांश
- 3.11 शब्दावली
- 3.12 संदर्भ ग्रन्थ
- 3.13 प्रश्नावली

3.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करके आप -

- इलेक्ट्रानिक सम्पादन के लक्ष्य से परिचित हो सकेंगे।
- इलेक्ट्रानिक सम्पादन के विभिन्न घटकों से परिचित हो सकेंगे।
- इलेक्ट्रानिक सम्पादन के विविध प्रकारों को जान सकेंगे।
- सम्पादन के गुणों से परिचित हो सकेंगे।
- सम्पादन के क्षेत्र में ग्रिफिथ के योगदान को जान सकेंगे।

3.1 प्रस्तावना

इस इकाई में आपको इलेक्ट्रानिक मीडिया में होने वाली सम्पादन क्रिया के सभी पक्षों से परिचित कराया जाएगा। इलेक्ट्रानों के प्रवाह से इलेक्ट्रानिक घटनाएँ संबद्ध होती हैं। इनका ही

एक आयाम इलेक्ट्रानिक संपादन भी होता है। पहले निर्मित होने वाले टीवी कार्यक्रमों में फिल्मों के व्यापक इस्तेमाल से सम्पादन के दौरान फिल्म की कटिंग करके उन्हें इच्छित क्रम में जोड़ा जाता था। बाद में इनका स्थान वीडियो टेप ने ले लिया। सम्पादन के अन्तर्गत मुख्यतः कैमरे द्वारा लिए गये दृश्यों को इच्छित क्रम में व्यवस्थित किया जाता है। इस कार्य में शॉट की लम्बाई का भी ध्यान रखा जाता है। तकनीकी के विकास के साथ नयी नयी संपादन प्रविधियाँ अस्तित्व में आयीं। अद्यतन तकनीकी के रूप में नॉन लीनियर संपादन को जाना जाता है। इसका प्रादुर्भाव 90 के दशक में हुआ। इस विधि में कंप्यूटर का प्रयोग होने से दृश्यों को डिजिटल रूप में परिवर्तित करना संभव होता है। इस इकाई में आपको त्रिफिथ के द्वारा सुझाए गये सम्पादन तकनीक के बारे में भी बताया जाएगा।

3.2 इलेक्ट्रानिकी का परिचय

इलेक्ट्रानिक शब्द की उत्पत्ति इलेक्ट्रान से हुई है। इलेक्ट्रान द्रव्य का ऋणावेशित कण होता है। इलेक्ट्रानिकी के अन्तर्गत इलेक्ट्रानों के प्रवाह से होने वाली गतिविधियों का अध्ययन किया जाता है। जीवन और जगत के प्रत्येक क्षेत्र में इलेक्ट्रानिक युक्तियों ने विस्मयकारी कार्य किया है। उत्पादन वृद्धि नियंत्रण, गुणवत्ता द्वारा इलेक्ट्रानिकी ने मानव जीवन को उन्नत बनाया है। इलेक्ट्रानिक, इंजीनियरिंग की वह शाखा है जिसमें निर्वात, गैस या अर्द्धचालक में इलेक्ट्रान प्रवाह का अध्ययन किया जाता है। इलेक्ट्रानिकी में इलेक्ट्रानिक युक्तियों एवं उनकी उपयोगिता की चर्चा रहती है जो निम्नवत है -

1. **रेक्टिफिकेशन (Rectification)** - ए०सी० शक्ति को डी०सी० में बदलना। बैट्री, जनरेटर, रेक्टिफिकेशन इलेक्ट्रोप्लेटिंग में इसका प्रयोग होता है।
2. **एम्प्लीफिकेशन (Amplification)** - रेडियो, टीवी में क्षीण शक्ति को बढ़ाया जाना एम्प्लीफिकेशन है।
3. **नियंत्रण (Control)** - मोटर, रेफ्रिजरेटर में इसका उपयोग होता है।
4. **उत्पादन (Generation)** - डी०सी० शक्ति को ए०सी० में परिवर्तित करने की क्षमता होती है।
5. **प्रकाश का विद्युत में परिवर्तन** - फोटो इलेक्ट्रिक प्रभाव के कारण प्रकाश को विद्युत में और विद्युत को प्रकाश में बदला जा सकता है। फोटो इलेक्ट्रिक राडार, तथा टीवी में इसका प्रयोग होता है।

संचार के आधुनिक रूप की जन्मदात्री इलेक्ट्रानिकी है जो विश्व की नियामिका बन चुकी है। जीवन को सुख सुविधा और गत्वरता देने वाली विस्मयकारी विधा का नाम ही इलेक्ट्रानिकी है।

आजकल इलेक्ट्रानिक युक्तियाँ सर्वाधिक महत्वपूर्ण मानी जाती हैं। इनके प्रचलन के निम्नलिखित कारण हैं -

1. इलेक्ट्रानिक युक्तियों द्वारा प्रकाशीय प्रतिबिम्ब को विद्युत धारा में और विद्युत धारा को प्रतिबिम्ब कम्पनदर्शी में रूपान्तरित किया जा सकता है।
2. इलेक्ट्रानिक युक्तियाँ अपेक्षाकृत वृहत् कम ऊर्जा का क्षय करके विद्युतीय प्रकाशीय एवं अन्य राशियों को नियंत्रित कर सकती हैं।
3. इनकी क्रिया एक ही दिशा में होती है।
4. इलेक्ट्रानिक युक्तियों की आयु अधिक होती है।
5. इनकी अनुक्रिया बहुत शीघ्रता से होती है।

इलेक्ट्रॉनिक युक्तियों का उपयोग रेक्टिफायर, एम्प्लीफायर, प्रीक्वेंसी कनवर्टर, ऑसीलेटर्स, टैलीविजन, कैमरा और रिसिवर आदि अनेक यंत्रों में किया जाता है। राडार, ट्रान्समीटर, रेडियो, टीवी, टेलीफोन, टेपरिकार्डर, रेडियोग्राम, टेलीग्राम, टेलीप्रिन्टर, कम्प्यूटर जैसे उपयोगी यंत्रों के मूल में इलेक्ट्रॉनिकी ही है।

3.3 इलेक्ट्रॉनिक सम्पादन : एक परिचय

जब वीडियो टेप का टीवी उपयोग में पदार्पण हुआ था, उस समय इसका सम्पादन नहीं किया जा सकता था। मात्र फिल्म में ही सम्पादन किया जाता था। 16 मिमी० टीवी समाचार फिल्म का संपादन बहुत दुरूह कार्य था। टेलीविजन समाचार और वृत्तचित्र निर्माण के लिए फिल्म स्टॉक का सम्पादन प्रकाश संवेदी सामग्री कोडेक के दृढ़ वीडियो फिल्म (Video news film) नामक फिल्म स्टॉक से प्रारंभ हुआ। इसका तात्पर्य यह है कि 35 मिमी कैमरा के स्लाइड फिल्म की तरह मूल फिल्म को विकसित और प्रक्षेपित (Project) करना पड़ता था। वी०एन०एफ० (Video news film) संपादन के लिए रिवाइण्डर और फिल्म स्पाइसर की मदद से फिल्म को कट किया जाता था और दृश्यों को एक दूसरे से इच्छित क्रम में जोड़ दिया जाता था।

जब हल्के कैमरे, पोटेंबल यू मैट्रिक वीडियो कैसेट रिकार्डर और स्विफ्ट वे साथ सस्ता वीडियो टेप सम्पादन अस्तित्व में आया, उसके साथ ही टीवी कार्यक्रम निर्माण से वी०एन०एफ० (Video news film) लुप्त हो गया। ई०एन०जी०/ई एफ पी उपकरण और तकनीकी ने 1964 मिमी फिल्म को समाप्त कर दिया और कम बजट का टीवी कार्यक्रम निर्माण संभव हो गया।

अपेक्षाकृत रुक्ष विधि वाला वीडियो टेप सम्पादन यू मैट्रिक के आविष्कार होने के पहले ही था। सन् 196 में क्वेड टेप (Quad tape) के ईजाद के बाद एम्पेक्स ने एक ऐसी सम्पादन तकनीकी का आविष्कार किया जिसमें तकनीशियन 2 इंच के टेप को काटते और चिपकाते थे। वीडियो फ्रेम को स्पष्ट करने के लिए उसे एडीव्यू (Edivue) नामक तरल में विकसित करते थे। यह तरल टेप के ऊपर पेंट कर दिया जाता था। इसके बाद दृश्य और श्रव्य ट्रैक को सूक्ष्मदर्शी की सहायता से देखा जा सकता था। इस विधि में बहुत अधिक समय लगता था और वीडियो ग्लिच (Glitch) भी उत्पन्न हो जाता था।

कालांतर में इंजीनियरों ने संपादन की ऐसी विधि का आविष्कार किया जिसमें टेप को काटने की आवश्यकता नहीं पड़ती थी। इस विधि में चयनित दृश्यों को मूल कैसेट से एक नये कैसेट में इच्छित क्रम में रिकार्ड कर लिया जाता था। आरम्भ में इलेक्ट्रॉनिक सम्पादन से भी सम्पादित सामग्री कटिंग और एप्लाइस विधि के समान ही रुक्ष (Crude) प्रतीत होती थी। वी टी आर, स्टार्ट अप गति धीमी होने के कारण सम्पादकों को हस्तचालित पंच और क्रंच (Punch & Crunch) विधि प्रयोग करना पड़ता था। सुचारु सम्पादन के लिए दो कुशल तकनीशियन अलग अलग मशीन को चलाते हैं। इसके लिए सम्पादन समय से 5-10 मिनट पूर्व रिकार्ड और प्ले बैक वी टी आर को चालू कर दिया जाता है। सम्पादन के समय पर वी टी आर के रिकार्ड बटन को पंच कर दिया जाता है। पंच और क्रंच विधि में सम्पादक सम्पादित अंश को देख नहीं सकता। इसके लिए सम्पादन पूर्ण होने तक प्रतीक्षा करनी पड़ती है।

कम्प्यूटर की खोज ने पंच और क्रंच विधि को समाप्त कर दिया। रोल बैक और रिकार्डिंग के कार्य को सटीक बना दिया। कम्प्यूटर द्वारा नियंत्रित सम्पादन क्रिया सम्पादित अंश को देखने की सुविधा और दृश्य में भी सम्पादन की सुविधा ने सम्पादन के कार्य में क्रान्तिकारी परिवर्तन ला दिया। इसके बाद ई०एन०जी० तकनीक के कारण माइक्रोप्रोसेसर नियंत्रित संपादन और यू मैट्रिक प्रारूप का विकास हुआ।

3.4 इलेक्ट्रॉनिक संपादन का उद्देश्य

बहुत कम ही टीवी के कार्यक्रमों का सीधा प्रसारण किया जाता है। यहाँ तक कि स्थानीय समाचार और खेल समाचारों में भी सम्पादित कड़ियों का समूह शामिल होता है। सीधे प्रसारित होने वाले खेल कार्यक्रमों में भी पूर्व सम्पादित फीचर और पार्श्व कार्यक्रम दिखाये जाते हैं। इसके साथ ही रिप्ले भी दिखाया जाता है। टीवी कार्यक्रमों के निर्माताओं द्वारा सम्पादन की क्रिया अपनाए जाने के निम्नलिखित कारण हैं -

उनके द्वारा फुटेज शॉट बाहर अथवा स्टूडियो में लिए जाते हैं। कहानी को निरंतरता देने के लिए संपादन किया जाता है क्योंकि शॉट को उपयुक्त क्रम में करने पर ही कहानी सार्थक बन पड़ती है। एक कैमरे से लिए गये शॉट भिन्न-भिन्न समय और भिन्न भिन्न स्थान के होते हैं और घटनाएँ बिखरी होती हैं। इन्हें निश्चित क्रम में लगाने पर ही कहानी का स्वरूप स्पष्ट हो पाता है।

सम्पादन का दूसरा सामान्य उद्देश्य यह होता है कि संपृक्त किये गये फुटेज को परिष्कृत किया जाए। इसके लिए उचित अवधि निर्धारित की जाती है। एक बार शॉट का चयन किया जाता है और उन्हें तर्कसंगत क्रम में व्यवस्थित कर लिया जाता है। इस प्रकार दृश्य का अवधि निर्धारण संपादन के अन्तर्गत ही आता है।

सम्पादन का तीसरा उद्देश्य यह होता है कि फुटेज में नये दृश्य और श्रव्य के तत्त्व मिश्रित किये जायें। इस चरण में दृश्य स्विचर, डी०वी०ई०, पेंटबॉक्स, एक से अधिक प्ले बैक स्रोत और खर्चीले सम्पादन तंत्र की आवश्यकता होती है।

3.5 इलेक्ट्रॉनिक संपादन के घटक

आजकल वीडियो टेप को प्रसारण के क्षेत्र में मानक माना जाता है। वीडियो टेप 10 मिनट की अवधि से लेकर 1 घंटे की अवधि तक होता है। पहले वीडियो टेप के स्थान पर फिल्म का उपयोग होता है।

सम्पादक को मिनी वीडियो कैमरा का ज्ञान होना चाहिए। वीडियो कैमरा के मुख्यतः दो भाग होते हैं -

- (i) इलेक्ट्रॉनिक ट्यूब - दृश्य को पकड़ने के लिए काम आता है।
- (ii) जूम लेंस - दृश्य को एक फ्रेम में रखने के काम आता है।

वीडियो कैमरा के दूसरे घटकों में फिल्टर, स्विच व्यूफाइण्डर, केबल आदि होते हैं। कैमरे के द्वारा सबसे आसानी से श्वेत रंग पकड़ा जाता है। यह दृश्य कैमरा ट्यूब से इलेक्ट्रॉन की धारा के द्वारा रिकार्डर तक ले जाया जाता है। वहाँ टेप कैसेट में दृश्य को कोड करके संचित कर लिया जाता है। ध्वनि को दूसरे इलेक्ट्रॉन पुंज द्वारा केबल से गुजरते हुए टेप के किनारे के ट्रैक पर रिकार्ड किया जाता है।

क्षेत्र में कार्य करने वाले इलेक्ट्रॉनिक रिपोर्टर के पास निम्नलिखित उपकरण होने चाहिए -

- दो या दो से अधिक माइक्रोफोन जिससे रिकार्डिंग के समय ध्वनि मिश्रण संभव हो सके।
- त्रिपाद स्टैण्ड जिससे कैमरा स्थायी रूप से टिका रहे।
- कम प्रकाश वाले स्थान पर कार्य करने के लिए कैमरा माउण्टेड लाइट होना चाहिए।

□ अतिरिक्त बैटरी।

टीवी समाचारों में सिनेमा की ही भाँति पाँच तरह के शॉट होते हैं -

- ई०एल०एस० - अतिरिक्त लम्बा शॉट (Extreme long shot)
- एल०एस० - लम्बा शॉट (Long shot)
- एम०एस० - मीडियम शॉट (Medium shot)
- सी०यू० - क्लोज अप शॉट (Close up shot)
- ई०सी०यू० - अति क्लोज अप शॉट (Extreme close up shot)

जूम लेंस - इस लेंस की नजदीक आने और दूर जाने की क्षमता के आधार पर इसे जूम कहते हैं। जूमिन (Zoom in) का अर्थ नजदीक आना। जूम आउट का अर्थ विषय से दूर जाना होता है।

पैन - जब कैमरा स्वतः हिल कर दाहिने या बायें मुड़ जाता है तो इसे पैन कहते हैं।

3.6 इलेक्ट्रानिक संपादन के प्रकार

दृश्य-श्रव्य की आवश्यकता और उपकरणों की उपलब्धता के आधार पर इलेक्ट्रानिक संपादन को निम्नलिखित प्रकारों में बाँटा जा सकता है -

- (i) ऑनलाइन तथा ऑफलाइन सम्पादन (Online & offline edit)
- (ii) स्ट्रेट कट सम्पादन (Straight cut edit)
- (iii) एसेम्बल और इनसर्ट सम्पादन (Assemble & Insurt edit)
- (iv) ए०बी० रोल सम्पादन (AB roll edit)
- (v) नॉन लीनियर संपादन (Non linear edit)

3.6.1 ऑन लाइन तथा ऑफ लाइन सम्पादन

परम्परागत वीडियो टेप संपादन को ऑनलाइन तथा ऑफलाइन संपादन में विभाजित किया जा सकता है। ऑनलाइन संपादन के अन्तर्गत मूल फुटेज टेप के एक के बाद एक दृश्य में सम्पादन किया जाता है। इसके बाद सभी सम्पादित अंशों को एक साथ व्यवस्थित कर दिया जाता है। इस संपादन की विशेषता है कि कम खर्च में और तेज गति से संपादन होता है।

ऑफलाइन संपादन का लक्ष्य मूल फुटेज की प्रतियाँ तैयार करके उनमें सम्पादन की क्रिया कार्यक्रम तैयार होने तक किया जाता है। इसमें सम्पादन के लिए इलेक्ट्रानिक निर्देशों की एक सूची तैयार की जाती है जिसे सम्पादन निर्णय सूची (Edit decision list) कहते हैं। इस सूची को वी टी आर और दूसरे उपकरणों में लोड कर दिया जाता है। इनमें कंप्यूटर नियंत्रित सूची के आधार पर स्वतः सम्पादन होता है। लम्बे और अपेक्षाकृत जटिल कार्यक्रमों का सम्पादन ऑफलाइन विधि से किया जाता है। इस संपादन से निर्माता को सस्ती और कम गुणवत्ता की वीडियो गियर से ई०डी०एल० (Edit decision list) बनाने की छूट मिल जाती है। इसके साथ ही ई०डी०एल० में संशोधन की सुविधा भी होती है। ऑफलाइन सम्पादित कार्यक्रम में परिवर्तित करने की प्रक्रिया को ई०डी०एल० लाण्डरिंग (laundring on EDL) कहते हैं।

3.6.2 स्ट्रेट कट संपादन (Straight cut Edit)

वीडियो निर्माण के क्षेत्र में जिस परंपरागत ऑनलाइन सम्पादन का उपयोग होता है उसे स्ट्रेट कट सम्पादन या नियंत्रण ट्रैक सम्पादन कहते हैं। इस तंत्र में एक प्लेबैक मशीन और एक रिकार्डिंग मशीन होती है। इन दोनों को सम्पादन नियंत्रक द्वारा चलाया जाता है। कभी-कभी यह

संपादन नियंत्रक रिकार्डिंग मशीन में ही हो जाता है। इस उपकरण में संपादन वीडियो टेप पर स्थित वैद्युत तरंगों के माध्यम से किया जाता है।

3.6.3 एसेम्बल और इनसर्ट सम्पादन (Assemble & Insert Edit)

भिन्न-भिन्न फारमेट के अन्तर्गत ऑडियो, वीडियो और कंट्रोल ट्रैक संकेत (Signal) को वीडियो टेप पर अलग-अलग स्थानों पर रखा जाता है। संपादन की प्रक्रिया सभी ट्रैक में एक जैसी ही होती है। टेप पर मध्य में वीडियो ट्रैक तथा इसके दोनों किनारों पर लीनियर ऑडियो ट्रैक और कंट्रोल ट्रैक होता है।

एसेम्बल सम्पादन में एक साथ सभी वीडियो और ऑडियो ट्रैक को रिकार्ड किया जाता है। इस संपादन प्रक्रिया में सबसे अधिक इरिज हेड का टेप से सम्पर्क होता है और जैसे-जैसे टेप आगे बढ़ता जाता है, उस पर की सभी चीजें, वीडियो, ऑडियो और कंट्रोल ट्रैक तरंगें घटती जाती हैं।

जब टेप स्थायी कंट्रोलट्रैक पर बढ़ता है, हेड नए नयी तरंगें रिकार्ड होती हैं। इसके साथ श्रव्य हेड (audio head) में नयी श्रव्य तरंगें और चलनशील वीडियो हेड में नये दृश्य रिकार्ड होते हैं। संक्षेप में कहा जा सकता है कि टेप पर मौजूद सभी मूल सूचनायें मिट जाती हैं और नयी सूचनायें रिकार्ड हो जाती हैं। इस प्रकार एसेम्बल संपादन के अंतर्गत पूरी टेप की द्वितीय प्रति तैयार हो जाती है। वस्तुतः एसेम्बल संपादन में इनसर्ट संपादन हेतु टेप तैयार करते हैं। यह कार्य कंप्यूटर में डिस्क फार्मेटिंग के समान ही होता है।

इनसर्ट सम्पादन में एसेम्बल संपादन की तुलना में बहुत विविधता और विकल्प मौजूद होता है। इनसर्ट सम्पादन में यह सुविधा है कि आप बिना कंट्रोल ट्रैक की निरंतरता को रोके या ऑडियो या वीडियो बीच में ही रिकार्ड कर सकते हैं। उदाहरणार्थ यदि किसी नेता का सिर और गर्दन 20 सेकेण्ड के वक्तव्य में रिकार्ड किया गया है और उस दृश्य को और रूचिकर बनाने के लिए इनसर्ट संपादन के द्वारा 10 सेकेण्ड का अन्य दृश्य उसमें जोड़ा जा सकता है। यह वीडियो इनसर्ट संपादन का उदाहरण है।

3.6.4 ए. बी. रोल सम्पादन (AB Roll Edit)

चलचित्रों का सम्पादन करते समय ऑप्टिकल प्रिन्टर में पहले फिल्म का ए रोल को बी रोल में भेज कर किया जाता है। इसके अन्तर्गत विशेष प्रभाव उत्पन्न किया जाता है। किसी बिन्दु पर यदि दोनों रोल की छवियाँ (Image) उभयनिष्ठ होती हैं तो प्रिन्टर द्वारा कोड और डिजाल्व उत्पन्न कर देता है। ए.बी. रोल सम्पादन अपेक्षाकृत ज्यादा महंगा है। इसमें विशेष प्रभाव उत्पन्न किया जा सकता है।

3.6.5 नॉन लीनियर सम्पादन (Non Linear Edit)

1990 के दशक में संपादन तकनीकों के विकास के क्रम में नॉन लीनियर संपादन का विकास हुआ। इस आधुनिक तकनीकी में एक या एक से अधिक प्लेबैक वीडियो टेप से मास्टर टेप पर रिकार्ड किया जाता है। नॉन लीनियर संपादन तेजी से लीनियर संपादन का स्थान लेता जा रहा है। लीनियर और नॉन लीनियर संपादन में मुख्य अंतर दृश्यों तक पहुँच (Access to hos) और वीडियो वातावरण में होता है।

	लीनियर संपादन	नॉन लीनियर संपादन
दृश्य पहुँच	सीरियल	रैन्डम
वीडियो वातावरण	एनॉलाग	डिजिटल
तकनीकी	वी टी आर	कम्प्यूटर का उपयोग

वीडियो कंप्रेसन तकनीक के विकास के साथ संपादन की दुनिया में क्रान्तिकारी परिवर्तन आया। अधिक मेमोरी क्षमता वाले हार्ड डिस्क के आविष्कार से एक साथ दर्जनों ऑडियो और वीडियो कोड को संचित किया जा सकता है।

नॉन लीनियर संपादन के गुण दोष

गुण

1. कम खर्चीला सम्पादन होता है।
2. रैंडम एक्सेस की सुविधा के कारण तेजी से संपादन सम्भव है।
3. नॉन लीनियर तकनीकी में मरम्मत खर्च नगण्य होता है।
4. एक साथ कई डिजिटल वीडियो प्रभाव उत्पन्न किये जा सकते हैं।
5. नॉन लीनियर संपादन तंत्र में नेटवर्किंग की सुविधा होने से एक साथ कई लोग संपादन की क्रिया में भाग ले सकते हैं।

दोष

1. संपादन शुरू करने से पूर्व टेप फुटेज को डिस्क में स्थानान्तरित करना होता है।
2. निर्माताओं के समक्ष उचित मूल्य में पर्याप्त संचय क्षमता की हार्ड डिस्क नहीं मिल पाती।

3.7 इलेक्ट्रॉनिक संपादन कला

वीडियो संपादन के लिए उपकरण और तकनीकी दक्षता एक अपरिहार्य आवश्यकता है। पिछले पृष्ठों में हमने तकनीकी के स्तर पर इलेक्ट्रॉनिक संपादन की चर्चा की। तकनीकी दक्षता के साथ वीडियो संपादक को संपादन की कला में भी दक्ष होना चाहिए। मनुष्य सैकड़ों वर्षों से दृश्य का संपादन करता आया है। इसमें कई महत्वपूर्ण सौन्दर्य सिद्धान्तों को मानक माना गया है।

विद्यार्थी प्रायः फुटेज की शूटिंग करने के बाद उसका संपादन भी स्वयं करते हैं। पल्लु बड़े मीडिया संगठनों में शूटिंग और संपादन अलग-अलग व्यक्तियों द्वारा किया जा सकता है। अनुभवी वीडियोग्राफर संपादन को मस्तिष्क में रखते हुए शूटिंग करते हैं।

नॉन लीनियर संपादक को वीडियो के प्रत्येक अंश को पहचान कर उसे डिजिटल परिवर्तित करके संचित होने के लिए भेजना पड़ता है।

3.8 सम्पादन की समग्र रणनीति

अच्छा संपादक सदैव धृष्टता रहित होता है। दर्शक को यह पता नहीं चलना चाहिए कि संपादक द्वारा दृश्य के साथ कोई भी छेड़छाड़ किया गया है। संपादक का प्रयास होना चाहिए कि वह टीवी कार्यक्रम या सिनेमा के द्वारा संदेश का संप्रेषण कर दे। ऐसे कट से बचना चाहिए जिससे स्थैतिक दृश्य चलचित्र में बदल जाए। इससे मूलसंदेश विकृत हो सकता है। जम्प कट से बचना चाहिए। इसी से दर्शकों का ध्यान कहानी पर केन्द्रित रखा जा सकता है। एक व्यक्ति या वस्तु दृश्य से उसी व्यक्ति या वस्तु के समान दूसरे दृश्य में गलत तरीके से संपादन का जम्प कट कहते हैं। दो दृश्यों का एक साथ कटिंग करने पर विषय की मुद्रा बदल सकती है। दो दृश्यों के बीच में नया दृश्य डालने से जंप कट का भ्रम समाप्त हो जाता है।

3.9 ग्रिफिथ का संपादन सूत्र

प्रख्यात अमेरिकी सिनेमा निर्माता **जी. डब्ल्यू ग्रिफिथ ने चलचित्रों और** टीवी के दृश्य व्याकरण में सुधार के लिए महती योगदान किया। ग्रिफिथ ने कल्पना की गुणवत्ता को बढ़ाने के लिए नये दृश्यों को प्रवेश करने का सुझाव दिया। ग्रिफिथ का सूत्र है एल०एस०, एम०एस०सी०यू० (Lsmsecu) अर्थात् आप को क्रमागत रूप से सभी क्रियाओं (Actions) को एक लंबे शॉट में दर्शाया करना होगा। इसे कवर शॉट या स्टैब्लिसिंग शॉट (Establishing shot) भी कहते हैं। यदि इस शॉट में बाद में दिखाये जा सकने वाले सभी शॉट उपस्थित हों तो इसे मास्टर शॉट कहते हैं। यह शॉट दर्शकों को बताता है कि सेट पर लोग और वस्तुएँ किस प्रकार व्यवस्थित हैं। इस मास्टर शॉट में कटिंग करके सुगठित शॉट (tight shot) या मध्यम शॉट (Medium shot) बनाया जा सकता है। अन्ततः यदि दृश्य और विस्तार की माँग करता है तो आप क्लोज अप कर सकते हैं। इसके बाद संपादक दृश्य को पुनः मीडियम शॉट और क्लोजअप शॉट के बीच रखकर देखता है। यदि एक्शन में विस्तृत व्यू की आवश्यकता होती है जिससे एक्शन को समझा जा सके तो आप पुनः लम्बे शॉट (Long shot) पर कट कर सकते हैं। इसी प्रकार यदि आप जंप कट किए बगैर दो टाइट शॉट (tight shot) को सम्पादित नहीं कर पाते हैं तो पुनः लम्बे शॉट में वापस आ सकते हैं। लम्बे शॉट में पुनः वापस आने पर दर्शकों को स्थान स्थिति के भाव से परिचित कराया जा सकता है यह स्थिति टेलीविजन के दर्शकों के लिए महत्वपूर्ण है क्योंकि इसके दर्शक प्रायः कार्यक्रम को देर से देखना प्रारंभ करते हैं। ऐसे में यदि सभी शॉट क्लोज अप में दिखाये जाते हैं तो एक्शन से परिचित होने में कठिनाई आती है।

3.10 सारांश

मार्शल मैक लुहान के अनुसार - "रेडियो के कारण सूचनाओं के आदान-प्रदान में अद्भुत तेजी आ गयी है। इसने पूरे विरव को गाँव के आकार में संकुचित कर दिया है।"

सूचना तकनीक में निरंतर प्रगति के कारण वर्तमान युग को सूचनाओं का युग कहा जाता है। आज अधिक सूचनाओं का स्वामी ही शक्तिशाली माना जाता है। सूचनाएँ धीरे-धीरे ब्रह्म का रूप लेती जा रही हैं। ऐसे में सूचनाओं के संचरण के लिए उपलब्ध मौजूदा परिदृश्य में व्यापक परिवर्तन होना स्वाभाविक है। मुद्रित माध्यमों में जहाँ सूचनाएँ और समाचार देर से मिलते हैं, वहीं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने सूचना संप्रेषण को तत्क्षण पत्रकारिता का पर्याय बना दिया है। सूचना के प्रवाह के दौरान उनका परिष्कृत स्वरूप दर्शकों और श्रोताओं के समक्ष आये, इसके लिए संपादन की अधुनातन तकनीक का प्रयोग में लाया जाता है। आज कल वीडियो और मशीन और नॉन लीनियर संपादन तकनीक के कारण इलेक्ट्रॉनिक संपादन के क्षेत्र में जहाँ क्रान्तिकारी परिवर्तन लाया है, वहीं उसमें और विकास की संभावना को बरकरार रखा है। रेडियो के क्षेत्र में सम्पादन की उपादेयता कबीर की इन पंक्तियों से स्पष्ट होती है -

"बोलत ही पहचानिए, साहु चोर को घाट।

अन्तर की करनी सबै, निकसे मुख की बात"

3.1.1 शब्दावली

- ए०बी० रोल सम्पादन - फिल्म और वीडियो टेप संपादन की तकनीक जिसमें कम से कम दो प्ले बैक स्रोत इस्तेमाल होते हैं।
- एसेम्बल सम्पादन - ऐसा सम्पादन जिसमें टेप पर मौजूद सभी संकेत (Signals) मिटा दिए जाते हैं। इसके तुरंत बाद नये संकेत सभी ट्रैक में रिकार्ड किये जाते हैं।

कंट्रोल ट्रेक सम्पादन	- सम्पादन कंट्रोलर से ऑपरेटर द्वारा टेप पर निश्चित किए गये स्थानों पर संकेतों को गिनकर व्यवस्थित किया जाता है।
कवर शॉट	- इसे ही लांग शॉट (Long shot) भी कहते हैं।
कट-वे शॉट	- विषय से जुड़े हुए शॉट जो पहले के दृश्यों में नहीं दिखायी देते हैं।
कट इन शॉट	- विषय से जुड़ा हुआ शॉट जो पूर्व दृश्य में मौजूद होता है।
ई०डी०एल०	- सम्पादन निर्देशों की डिजिटल सूची जिससे कंप्यूटर आधारित उपकरणों द्वारा संपादन किया जाता है।
इनसर्ट सम्पादन	- पहले से मौजूद वीडियो अथवा ऑडियो के स्थान पर नया रिकार्ड किया जा सकता है। एसेम्बल संपादन से भिन्न इसमें एक साथ मात्र वीडियो, मात्र ऑडियो अथवा दोनों का मिश्रण संपादित किया जा सकता है।
जम्प कट	- ऐसा सम्पादन जिसमें एक ही विषय के दो शॉट को जोड़ा जा सकता है। इससे स्क्रिन पर प्लेबैक के दौरान विषय दिखायी दे जाता है।

3.12 संदर्भ ग्रन्थ

ई जर्नलिज्म	: डॉ० अर्जुन तिवारी संजय बुक सेन्टर वाराणसी
“टेक्स्ट बुक ऑफ एडिटिंग एण्ड रिपोर्टिंग”	: एम०के० जोसेफ डॉमिनेंट पब्लिकेशन एण्ड वितरक नई दिल्ली - 110002
“फण्डामेंटल ऑफ टेलीविजन प्रोडक्शन”	: रफेल जोर्नॉल्ड रॉयस स्वान सुरजीत पब्लिकेशन 7 के कोल्हापुर रोड कमलानगर, नई दिल्ली

3.13 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. सम्पादन किसे कहते हैं?
2. इलेक्ट्रॉनिक संपादन प्रिन्ट सम्पादन से कैसे भिन्न है?
3. इलेक्ट्रॉनिक संपादन के कौन-कौन से मुख्य घटक हैं?
4. नॉन लीनियर एवं लीनियर संपादन में अंतर बताइए?
5. शॉट कितने प्रकार के होते हैं?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. इलेक्ट्रॉनिक संपादन के उद्देश्य पर प्रकाश डालिए।
2. सम्पादन की समग्र रणनीति क्या होनी चाहिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. सी०यू० (CU) का पूर्ण रूप क्या है -
 - (i) क्लोज अप
 - (ii) कॉमन अप
 - (iii) केयर अप
 - (iv) कोई नहीं
2. ई०डी०एल० का निर्माण किस सम्पादन में होता है -
 - (i) ऑन लाइन सम्पादन
 - (ii) ऑफ लाइन सम्पादन
 - (iii) दोनों
 - (iv) कोई नहीं
3. ऑफ लाइन सम्पादित कार्यक्रम में परिवर्तन करने को क्या कहते हैं -
 - (i) ई०डी०एल० लाण्डरिंग
 - (ii) सम्पादन
 - (iii) इनसर्ट
 - (iv) चेंस वे
4. किस प्रकार के सम्पादन में पूरी टेप की डुप्लीकेट तैयार की जाती है -
 - (i) एसेम्बल संपादन
 - (ii) इनसर्ट सम्पादन
 - (iii) लीनियर सम्पादन
 - (iv) नॉन लीनियर सम्पादन।

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1. (i)
2. (ii)
3. (i)
4. (i)

इकाई की रूपरेखा

- 4.0 उद्देश्य
- 4.1 प्रस्तावना
- 4.2 मुद्रण तकनीक
 - 4.2.1 कम्पोजिंग टाइपसेटिंग
 - 4.2.2 हाथ द्वारा कम्पोजिंग
- 4.3 मशीन द्वारा कम्पोजिंग
 - 4.3.1 लाइनोटाइप
 - 4.3.2 मोनोटाइप
 - 4.3.3 फोटो टाइप
 - 4.3.4 लेजर टाइप सेटिंग
 - 4.3.5 ब्लाक
- 4.4 आधुनिक मुद्रण
- 4.5 पृष्ठ साज-सज्जा
 - 4.5.1 साज-सज्जा का स्वरूप
 - 4.5.2 प्रथम पृष्ठ की डिजाइन
 - 4.5.3 फोकस प्रधान पृष्ठ निर्माण
 - 4.5.4 सर्कसनुमा पृष्ठ निर्माण
 - 4.5.5 विरोधाभास पृष्ठ निर्माण
 - 4.5.6 संतुलित पृष्ठ निर्माण
- 4.6 साम्प्रतिक पृष्ठ निर्माण
 - 4.6.1 पृष्ठ निर्माण में आधुनिकता
 - 4.6.2 आधुनिक टाइप
 - 4.6.3 चित्रों का प्रयोग
- 4.7 सारांश
- 4.8 शब्दावली
- 4.9 संदर्भ ग्रंथ
- 4.10 प्रश्नावली

4.0 उद्देश्य

पिछले तीन चार दशकों में भारत में पत्रकारिता का बहुत अधिक विकास हुआ है। शायद ही कोई एक लाख की आबादी का नगर होगा जहाँ से एक-दो पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन न होता हो। बड़े शहरों से तो अब कई-कई दैनिक पत्र निकलते हैं। सामान्य शिक्षित नागरिकों में समाचारपत्रों का पठन प्रातःकालीन दिनचर्या में शामिल है। इसके अभाव में व्यक्ति खाली-खाली सा अनुभव करता है।

आज विस्तार के साथ पत्रों में क्षेत्रगत विविधता भी आयी है। राजनीतिक पार्टियों और विचार-धाराओं के अपने-अपने पत्र हैं ही। आर्थिक, सामाजिक, धार्मिक और शैक्षणिक संगठनों के भी स्वतंत्र पत्र हैं। एक समय था जब अपने देश में पत्रकारिता राष्ट्रसेवा का कार्य मानी जाती था। अंग्रेजी शासन काल में भारतीय पत्रकारिता को बड़ी असुविधाएँ झेलनी पड़ीं। न जाने कितने पत्रों में तालाबंदी हुई, कितनों ने जुमाने सहे और कितनों को जमानतें देनी पड़ीं। उस समय सम्पादक की कुर्सी काँटों का आसन थी।

आज समय बदल गया है। एक ओर पत्रकारिता ने व्यवसाय का रूप ले लिया है तो वहीं दूसरी वह कहीं अधिक जटिल भी हो गयी है। अब पत्रों का सम्पादन उतना सरल और सीधा काम नहीं रहा। आज समाचारपत्र न सिर्फ समाचार प्रसारित करनेके साधन हैं अपितु जन सामान्य के शिक्षक भी हैं। वे जनमत को प्रशिक्षित करके साथ ही साथ उसे विशेष दिशा में भी मोड़ते हैं। परिवर्तित परिस्थिति में मुद्रण कला में अप्रत्याशित विकास दृष्टिगत है।

इस इकाई के पढ़ने के पश्चात आप

- मुद्रण कला से परिचित हो जायेंगे।
- मुद्रण तकनीक के जानकार होंगे।
- साज-सज्जा का महत्त्व जान लेंगे।
- साज-सज्जा के विविध रूपों से आप अवगत होंगे।

4.1 प्रस्तावना

एक पत्रकार से कोई यह अपेक्षा नहीं करता कि वह प्रिंटिंग की मशीन चलाए या ऐसे ही अन्य प्रोसेस (प्रक्रिया) कार्य करके बताये, परन्तु जितने भी अच्छे पत्रकार हैं वे सारी प्रक्रिया के सैद्धांतिक और व्यवहारिक ज्ञान सम्पन्न होते हैं। सभी का यह मानना है कि अच्छे पत्रकार के लिए सामान्य से अधिक तकनीकी जानकार होना आवश्यक है। पत्रकार अपने विमर्श से उत्पादन को श्रेष्ठ बनाते हैं। तकनीकी जानकार से सार्थक विमर्श तब तक सम्भव नहीं है जब तक कि पत्रकार को तकनीक की अवधारणात्मक समझ न हो और वह ऐसे उपाय न सुझा सके जिससे श्रेष्ठता मिल सकती है।

एक अच्छा पत्रकार बनने के लिए जरूरी है कि आप कथन-वस्तु तथा उसके अभिव्यक्ति कौशल में दक्षता तो प्राप्त करें ही परन्तु साथ ही उसके प्रकाशित स्वरूप में श्रेष्ठता के लिए भी सहयोगी रहें। इन दोनों को साध लेने पर ही पूर्णता प्राप्त होगी और आपकी सफलता की सीढ़ियाँ भी इन्हीं पर निर्भर रहेंगी। समाचारपत्र में घड़ी के साथ जो जानलेवा संघर्ष चलता है और इस संघर्ष के चलते पत्रकार को जिस उत्कृष्टता का परिचय देना होता है वह इस वृत्ति की ओर सबसे बड़ी विशेषता है।

कुछ सालों में मुद्रणालयों और समाचार कक्षों के रूप-स्वरूप में आमूल-चूल-परिवर्तन आया है। अब मुद्रणालय में धातु की बनी किसी वस्तु का प्रयोग नहीं होता। सीसे से बने टाइप, रूलें, स्पेस, क्वाड आदि सब भूतकाल की बातें हो गयी हैं। आज मुद्रण और प्रकाशन तकनीक

4.2 मुद्रण तकनीक

4.2.1 कम्पोजिंग अथवा टाइप सेटिंग

मुद्रण के लिए पाण्डुलिपि को टाइप के रूप में परिवर्तित करना अनिवार्य है और इस रूप परिवर्तन को ही कम्पोजिंग कहा जाता है। कम्पोजिंग का शाब्दिक अर्थ है- जमाना, व्यवस्थित करना। पाण्डुलिपि में लिखे गये अक्षरों के टाइप को उसी क्रम में जमाना और इस प्रकार व्यवस्थित करना कि वे मुद्रण के लिए भेजे जा सकें, कम्पोजिंग विभाग का कार्य है। ध्यान रहे कि कम्पोजिंग का काम केवल अक्षरों को पाण्डुलिपि में लिखे गये क्रम के अनुसार जमा देना नहीं है, उस सामग्री को इस प्रकार जमाना जैसा कि उसे मुद्रित रूप में देखना वांछित है, अशुद्धियों को दूर करना और छपने की प्लेट बनने तक का सारा काम करना भी कम्पोजिंग विभाग का ही दायित्व है। यही सच है कि कम्पोजिंग के तौर-तरीकों में समय के साथ आमूल-चूल परिवर्तन हुआ है। कल के कम्पोजिंग करने वाले अब आपरेटर बन गये हैं तथा कम्पोजिंग विभाग को अब टाइप सेटिंग विभाग या कम्प्यूटर विभाग कहा जाता है। लकड़ी के खानों में से टाइप बीन-बीन कर कम्पोजिंग स्टिक में सजाने वाले कम पढ़े-लिखे मजदूरनुमा कम्पोजिटरो का स्थान अब कम्प्यूटर के की-बोर्ड पर काम करने वाले आपरेटरों ने ले लिया है। अब न तो प्रेस में टाइप है और न ही प्रूफ की मशीन। सारा काम कम्प्यूटर से आनन-फानन में होता है। प्रेस की पुरानी शब्दावली भी बदल गयी है।

4.2.2 हाथ द्वारा कम्पोजिंग

सबसे पहले टाइप के आविष्कार के साथ पाण्डुलिपि के अनुसार टाइप को जमाने का काम हाथ से ही किया जाना शुरू हुआ। कुछ समय पहले समाचारपत्र कार्यालयों का एक बड़ा हिस्सा कम्पोजिंग का होता था। इस कक्ष में लकड़ी के अलग-अलग खानों में अलग-अलग टाइप रखे जाते थे। इन्हें 'टाइप केस' कहा जाता था। ये टाइप केस छोटे-छोटे खानों में बंटे रहते थे और प्रत्येक टाइप के लिए एक खाना निश्चित होता था। कम्पोजिटर को इस बात का अभ्यास होता था कि किस खाने में कौन सा टाइप मिलेगा। और वह पाण्डुलिपि को देखते हुए उन खानों में से टाइप निकाल-निकालकर 'स्टिक' में सजाता चलता था। यह अभ्यास लगभग टंक मुद्रण के समान होता था। जिस प्रकार टंक मुद्रण पाण्डुलिपि को देखते हुए की-बोर्ड पर उंगलियाँ चलाता था उसी प्रकार कम्पोजिटर पाण्डुलिपि देखकर खानों में से टाइप निकालता जाता था। अंग्रेजी के अक्षर कम्पोज करने के लिए 89 खाने होते थे जिसमें सभी छोटे-बड़े अक्षर और विराम, अर्धविराम चिन्ह होते थे। इनमें जे और यू अन्त में आते थे। कारण यह था कि शुरू में केवल 24 अक्षर ही होते थे और जे के स्थान पर आई और यू के स्थान पर वी का अंग्रेजी वर्णमाला में स्थान हुआ तब ये अक्षर कम्पोजिंग के समय सबसे अन्त में डाले गये।

कम्पोजिटर का काम अपनी स्टिक पर मेजर अथवा नाप बाँधने से शुरू होता था। ये स्टिक पीतल, लोहा अथवा एल्युमिनियम धातु के बने होते थे। शुरू में यह लकड़ी का बनता था इसलिए इसे स्टिक कहा जाता था। एक पंक्ति और दूसरी पंक्ति के बीच अन्तर लाने का काम बीच में लेड डालकर किया जाता था और अक्षरों के बीच में अंतर लाने के लिए धातु के छोटे-छोटे टुकड़े जिन्हें 'स्पेस' कहा जाता था काम में लाये जाते थे। यह सारा कार्य सीसे की धातु से बने विभिन्न, लेकिन निश्चित आकार-प्रकार के उपकरणों की सहायता से होता था और उस समय मुद्रणालय की भाषा भी इन्हीं उपकरणों पर आधारित होती थी लेकिन अब यह सब इतिहास की बात हो चुकी है।

4.3 मशीन द्वारा कम्पोजिंग

मशीन से कम्पोजिंग के लिए मुख्य रूप से तीन प्रकार के यंत्र बने -

- (1) लाइनो टाइप
- (2) मोनोटाइप
- (3) कम्प्यूटर

मोनोटाइप और लाइनोटाइप का आविष्कार एक प्रकार से कम्पोजिंग की प्रक्रिया के मशीनीकरण की शुरुआत थी और इसे लेकर पत्रकार बहुत उत्साहित थे। कम्प्यूटर ने इस दिशा में क्रांति ला दी है। कम्पोजिंग को क्षेत्र में प्रगति करते हुए जब मशीन से कम्पोज होने लगा तो एक बहुत बड़ा चमत्कार माना गया। जो काम हाथ से कम्पोजिटर करते थे और एक-एक टाइप को उठाकर स्टिक में जमाते थे वह काम मोनोटाइप तथा लाइनोटाइप कम्पोजिंग मशीनों से होने लगा।

4.3.1 लाइनोटाइप

इस मशीन का आविष्कार एक अमेरिकी आरमर मर्गेन्टहेलर ने सन 1886 में लगभग 14 वर्ष के निरन्तर परिश्रम और अनेक परीक्षणों के बाद किया। इसका उपयोग सबसे पहले 'न्यूयार्क ट्रिब्यून' नामक समाचारपत्र ने किया था। लाइनोटाइप मशीन का मुख्य हिस्सा 'मैट्रिक्स' होता है जिसकी सहायता से टाइप ढलता है। यह एक छोटी चिपटा पीतल का टुकड़ा होता है जिसमें मोटाई के ओर बीचों-बीच अक्षर खुदा होता है। इसका ऊपर का सिरा अंग्रेजी के वी०के० आकार का होता है जिसमें दोनों ओर निगजैम खाँचे होते हैं इन खाँचों की सहायता से मैट्रिक्स भण्डार में अपनी जगह डिस्ट्रीब्यूटर-बार द्वारा भेज दिये जाते हैं। इस मशीन का की-बोर्ड देखने में टाइप राइटर के की-बोर्ड के समान ही होता है लेकिन इसमें अक्षरों का क्रम टाइप राइटर से भिन्न होता है।

समाचारपत्रों में लाइनोटाइप मशीन अधिक लोकप्रिय नहीं हो सकने का एक कारण यह भी था कि लाइनोटाइप मशीन में एक-एक अक्षर टाइप होने के स्थान पर पूरी पंक्ति अथवा लाइन एक साथ तैयार होती है। इसलिए पंक्ति में एक अक्षर के बदलने के लिए भी पूरी पंक्ति फिर से कास्ट करनी होती है। मोनोटाइप मशीन से जो सामग्री कम्पोज होती है। उसमें किसी पंक्ति में गलती होने पर गलत अक्षर के टाइप को निकाल कर उसके स्थान पर दूसरा अक्षर बैठा दिया जाता है। इस प्रकार लाइनोटाइप मशीन में अशुद्धियों की सम्भावना मोनोटाइप की अपेक्षा अधिक होती है और संशोधन में समय भी अधिक लगता है।

4.3.2 मोनो टाइप

इस प्रणाली से कम्पोज करने के लिए दो मशीनों तथा दो प्रक्रियाओं का प्रयोग करना पड़ता है। इसकी एक मशीन की-बोर्ड होती है और दूसरी मशीन कास्टर होती है। की-बोर्ड कुछ-कुछ टाइप राइटर के आकार का होता है उसके बटन को उंगली से दबाने पर उसमें लगी कागज की रील (स्पूल) दो महीन सुराख हो जाते हैं जो प्रत्येक अक्षर या फेस ढालने का संकेत होता है इस प्रक्रिया को 'पंचिंग' कहते हैं।

कागज का गोल लिपटा, पंचिंग हुआ यह स्पूल दूसरी ढलाई वाली मशीन कास्टर पर चढ़ाया जाता है और मशीन में उन कुछ छेदों के संकेत के अनुसार टाइप ढलते चले जाते हैं, इस प्रक्रिया से एक-एक अक्षर अलग-अलग ढलता है जिन्हें प्रूफ संशोधन में निकली त्रुटियाँ दूर करने के लिए अलग-अलग किया जा सकता है। इसके अलावा इस कास्ट मशीन से कम पड़े शार्ट टाइपों को भी ढाला जा सकता है।

इस कम्पोज प्रणाली में पंच किये हुए स्पूल को भविष्य में वही मैटर उपयोग करने की आवश्यकता पड़ने पर दुबारा कास्टर मशीन पर चढ़ाकर मैटर तैयार किया जा सकता है।

मोनो टाइप और लाइनो टाइप में जहाँ तक अशुद्धियों का प्रश्न है सारा काम 'गैली प्रूफ' अथवा पेज प्रूफ निकाल कर किया जाता था। इसके लिए प्रूफ प्रेस की पृथक से व्यवस्था होती थी। गैली में जमाया हुआ मैटर प्रूफ प्रेस पर ले जाया जाता था जहाँ एक रोलर द्वारा टाइप के ऊपर थोड़ी-सी स्याही लगाकर हल्के पीले कागज को उसके ऊपर दबा दिया जाता था। इससे टाइप की छाप कागज पर उतर आती थी जिसे गैली प्रूफ कहा जाता था। तत्पश्चात प्रूफ रीडिंग के सिद्धांतों के अनुसार प्रूफ रीडर उसे पढ़ कर उसमें निशान लगाते थे। कम्पोजिटर उन संकेतों के अनुसार मैटर में टाइप बदलकर सुधार कर लेता था।

इस प्रकार जब सभी गैलियों का वाचन हो जाता था तब पृष्ठ का मेकअप प्रारम्भ होता था। इसके लिए पूरे पृष्ठ के आकार का एक लोहे का फार्म या चेसेज काम में लाया जाता था। इसमें गैली से धीरे-धीरे मैटर रखकर सम्पादक के निर्देशानुसार जमाया जाता था। शीर्षक, ब्लाक, समाचार आदि सब निर्देशानुसार, पृष्ठ पर यथास्थान जमाये जाते थे। फिर पूरे पृष्ठ को इस प्रकार कस दिया जाता था कि हिलने-डुलने की बिल्कुल गुंजाइश न रहे। इसके बाद पूरे पृष्ठ को एक बार फिर प्रूफ मशीन पर भेज दिया जाता था और पेज प्रूफ निकालकर सम्पादकीय विभाग को दिया जाता था। इनमें संशोधन के बाद या तो सीधे मशीन पर 'लार अप' के लिए भेज दिया जाता था या स्टीरियो ढालने वाली मशीन पर भेज दिया जाता था।

4.3.3 फोटो टाइप सेटिंग

इस टाइप में कम्प्यूटर की डिस्क से फोटोग्राफी के ब्रोमाइड कागज पर प्रतिलिपि निकालनी पड़ती है, जिससे डिजाइन किये हुए पेज में पेस्टर मैटर को पेस्टअप करता है इसमें हैडिंग और चित्र आदि के साथ कम्पोज किये हुए मैटर को चिपकाया जाता है जो ब्रोमाइड पेपर पर होने के कारण अधिक साफ होता है। इस पद्धति में डार्करूम में फ्लायपी को तेज रोशनी में तेज रफ्तार से ब्रोमाइड पर गुंजाया जाता है जिससे ब्रोमाइड पर कम्पोज मैटर की प्रतिलिपि चमकती हुई छपती है और उसका निगेटिव अच्छा बनता है।

4.3.4 लेजर टाइप सेटिंग

इस प्रक्रिया में कम्पोजिंग तो कम्प्यूटर से उसी प्रकार होता है, जिस प्रकार फोटो कम्पोजिंग में, लेकिन इसके लिए निगेटिव बनाते समय ब्रोमाइड पर उसे उतारना आवश्यक नहीं होता और कम्प्यूटर को दिये गये निर्देशों के अनुसार निगेटिव बनाने के लिए काम में लाया जाता है। इसमें प्रिंटिंग मशीन के माध्यम से सादे मोटे कागज पर कम्पोज मैटर की प्रतिलिपि आ जाती है जिसे डिजाइन किये हुए पृष्ठ पर पेस्टर या आर्टिस्ट शीर्षकों, चित्रों और चित्र परिचयों के साथ यथा-स्थान चिपका देता है। इन पृष्ठों के निगेटिव बनते हैं और उसके बाद पाजीटिव पेपर, जिससे छपाई होती है। इस प्रणाली का लाभ यही है कि इसमें महँगा ब्रोमाइड पेपर का प्रयोग नहीं करना पड़ता और सस्ते कागज पर एकाधिक प्रूफ निकाले जा सकते हैं, जिससे प्रूफ की शुद्धता बढ़ती है। इस प्रणाली की हानि यही है कि इसमें पेस्टअप के लिए जो प्रूफ निकलते हैं वे उतने साफ नहीं होते जितने ब्रोमाइड के आर्टपुल होते हैं। इससे निगेटिव पूरी तरह साफ नहीं बनता और उससे बनी पाजीटिव प्लेट से छपाई अपेक्षाकृत बहुत अच्छी नहीं होती।

4.3.5 ब्लाक

ब्लाक मुद्रण उद्योग की मूल आवश्यकता है। पत्र-पत्रिका प्रकाशन में अक्षर-मुद्रण-प्रणाली अपनाने पर चित्र या डिजाइन को छापने के लिए उसका ब्लाक बनाना जरूरी है। कोई भी फोटो या रेखा चित्र सब कागजों पर एक-सा आये, सुन्दर और साफ आये, इसके लिए ब्लाक की

यह सच है कि आज का मुद्रणालय बिल्कुल अलग है यहाँ धातु से बना कुछ भी देखने को नहीं मिलता। सारा काम फिल्म अथवा कागज के माध्यम से होता है और कम्प्यूटर की मशीनें स्थान भी कम घेरती हैं। फिर भी कम्पोजिंग विभाग का मुख्य कार्य आज भी वही है। अर्थात् पाण्डुलिपि के मुद्रण की प्रक्रिया के अनुरूप तैयार करना उसकी अशुद्धियों को दूर करना, समाचारपत्र के पृष्ठों का निर्माण करना और उसे प्लेट बनाने के लिए ट्रिटिंग कक्ष में भेजना। आज सामग्री टाइप उठा-उठा कर हाथ से कम्पोज करने की अपेक्षा की-बोर्ड की सहायता से कम्प्यूटर पर ही कम्पोज हो जाती है, प्रूफ भी अलग से निकालने की आवश्यकता नहीं पड़ती क्योंकि मशीन पर ही प्रूफ का वाचन कर अशुद्धियों को दूर कर दिया जाता है। अब लोहे की चौकोर भारी-भरकम फर्में पर पृष्ठ निर्माण करने की जगह पेजमेकर, क्वार्क एक्सप्रेस, साफ्टवेयर प्रोग्राम के जरिये मशीन से ही पृष्ठ का निर्माण हो जाता है। लेकिन मूल रूप से कम्पोजिंग विभाग को प्रायः वे ही सारे कार्य करने होते हैं जो पहले भी किया जाता रहा है।

4.4 आधुनिक मुद्रण

मुद्रणालय में कम्प्यूटर के प्रवेश के बाद स्थिति में काफी परिवर्तन आया है यद्यपि आज सम्पादकीय विभाग में काम करने वाले सदस्य के पास कम्प्यूटर की सुविधा नहीं भी होती है। यद्यपि कुछ समाचारपत्रों के सम्पादकीय विभाग में काम करने वाले उप सम्पादकों के पास कम्प्यूटर होते हैं। जो नेटवर्किंग के द्वारा आपस में जुड़े रहते हैं और इनका कम्पोज डाटा भी एक मुख्य कम्प्यूटर में (सर्वर) एकत्रित होता जाता है, जिसे नेटवर्क के किसी भी सिस्टम में देखा जा सकता है। अब सम्पादक, उप सम्पादक, रिपोर्टर अपने कम्प्यूटर पर स्वयं ही पाण्डुलिपि को टाइप करते हैं, उसकी अशुद्धियों को दूर कर अपना कम्पोज डाटा कम्पोजिंग विभाग को दे देते हैं, जहाँ पेजमेकर पर पेज बनाना ही कम्पोजिंग विभाग का मुख्य कार्य होता है। पेजमेकर साफ्टवेयर में यह सुविधा होती है कि आप पाण्डुलिपि को किसी भी भाषा में जिसके फॉन्ट यदि सिस्टम में उपलब्ध हैं और आपरेटर उस फॉन्ट में टाइप करना जानता है तो पाण्डुलिपि को पकड़कर कम्प्यूटर के की-बोर्ड के जरिये कम्पोज कर सकता है। पेजमेकर में फॉन्ट भी साइज लाइनों के बीच का स्पेस जिसको लेडिंग कहते हैं शब्दों के बीच के स्पेस को सुविधानुसार कम ज्यादा किया जा सकता है। इसके अलावा पेज की साज-सज्जा को लेकर सभी प्रकार की सुविधाएँ पेजमेकर साफ्टवेयर में उपलब्ध हैं। मसलन बाक्स बनाना, गोला बनाना, रिबर्स में कोई मैटर को देना, इटैलिक करना, बोल्ट्ज करना जैसी अनेक सुविधाएँ होती हैं।

पेजमेकर किसी भी प्रकार के प्रकाशन के लिए उपयुक्त साफ्टवेयर है। इसमें जब हम कोई भी नयी फाइल बनाते हैं तो पेजसेट अप के द्वारा पेज का आकार, बार्डर, कालम की साइज, दो कालम के बीच की खाली जगह को विभिन्न प्रकार के कम्प्यूटर कमांड के द्वारा आसानी से तैयार कर लेते हैं।

पेजमेकर में ऐसी भी व्यवस्था होती है कि टाइप किये हुए किसी भी मैटर को एक जगह से काट कर दूसरी जगह पर ले जाया जा सकता है। पैरा भी कहीं से भी काट सकते हैं यानि पेजमेकर में एडिट नाम से एक सुविधा होती है जिसमें कटिंग, पेस्टिंग प्रतिलिपि आदि की सुविधाएँ होती हैं, जिसके द्वारा किसी पैराग्राफ का पहला शब्द ड्रॉप लेटर में सुसज्जित किया जा सकता है।

4.5 पृष्ठ सज्जा अथवा ले आउट

छोटे-बड़े आकार के टाइप फोटो रेखा चित्र, शीर्षक, रूल, डैश आदि समाचारपत्र के कलेवर हैं। इसमें संदेह नहीं कि समाचारपत्र का मुख्य उद्देश्य अपने पाठकों को दिनभर के

समाचारों से अवगत कराना है। लेकिन समाचारपत्र में यदि सभी समाचारों का समावेश कर दिया जाये और यह मान लिया जाये कि पाठक स्वयं ही अपनी रुचि के अनुसार महत्वपूर्ण समाचारों का चयन कर लेगा तो उचित नहीं होगा। प्रारम्भिक समाचारपत्र इसी मान्यता को लेकर निकलते थे। उनके लिए समाचार प्रकाशित करना ही पर्याप्त था। साज-सज्जा का उस समय कोई महत्त्व नहीं था। उनका विश्वास था कि सौन्दर्य को किसी प्रसाधन की आवश्यकता नहीं होती और प्रसाधन के अभाव में भी सौन्दर्य का आकर्षण कम नहीं होता। उस समय साज-सज्जा को न केवल गौण माना जाता था वरन समाचारों को ठीक-ठीक आकलन के मार्ग में भारी बाधक माना जाता था। इसलिए जब कुछ समाचारपत्रों ने साज-सज्जा को महत्त्व देना आरम्भ किया तो तब यहाँ तक कहा गया कि इस प्रकार सम्पादक मण्डल अपनी रुचियों को पाठक पर थोपना चाहता है और समाचारों के चयन में पाठक की स्वतंत्रता को बाधित करता है।

आज स्थिति पूरी तरह बदल चुकी है। आज केवल समाचारों को संगृहीत करके प्रकाशित कर देना पर्याप्त नहीं है। आज समाचारों और सम्पादकीय क्षमता का मूल्यांकन बहुत कुछ साज-सज्जा पर निर्भर करता है। समाचारों का अच्छे से अच्छा संकलन पाठक को तब तक आकर्षित नहीं करता जब तक कि वह उचित साज-सज्जा के साथ प्रकाशित न किया जाये। कभी-कभी केवल तड़क-भड़क वाले समाचारपत्र सीधे-सादे समाचारपत्रों को पीछे छोड़ देते हैं।

साज-सज्जा के बढ़ते महत्त्व के लिए तीन तथ्य मुख्यरूप से उत्तर दायी हैं -

- 1- समाचारपत्रों और सूचनाओं के वैकल्पिक माध्यमों की परस्पर होड़
- 2- विज्ञापन व्यवसाय का प्रसार और
- 3- यांत्रिकी का विकास

4.5.1 पृष्ठ सज्जा का स्वरूप

समाचारपत्र की सज्जा के नियमों और तरीकों पर विचार करने के पहले यह स्पष्ट रूप से समझने का प्रयत्न करना चाहिए कि साज-सज्जा क्या है? इस सम्बन्ध में पहले अंग्रेजी के तीन शब्दों पर विस्तार से विचार करना होगा जो कि साज-सज्जा के सम्बन्ध में प्रायः उपयोग में आते हैं। ये शब्द हैं -

- 1- डिजाइन
- 2- मेकअप
- 3- ले आउट

डिजाइन शब्द का अर्थ है सम्पूर्ण आकृति अथवा संरचना। इस प्रकार समाचारपत्र के पृष्ठ की समग्र संरचना डिजाइन कहलाती है।

सम्पूर्ण समाचारपत्र में कितने पृष्ठ होंगे, किस पृष्ठ पर कौन सी सामग्री जायेगी, शीर्षक और कलेवर के लिए किस टाइप परिवार का उपयोग होगा, समाचारों का शोभांश किस पृष्ठ पर दिये जायेगे, किस पृष्ठ पर विज्ञापन दिया जायेगा यह सब डिजाइन के अन्तर्गत आते हैं तथा समाचारपत्र के व्यक्तित्व का निर्माण करते हैं।

इसके बाद आता है मेकअप, जो समाचारपत्र कार्यालयों में सबसे अधिक उपयोग में आता है। मेकअप का अर्थ होता है पृष्ठ-निर्माण जो समाचारपत्र की समग्र रचना अथवा डिजाइन के अन्तर्गत प्रतिदिन किया जाता है जब पृष्ठ पर जाने वाले सभी समाचार, फोटो, विज्ञापन आदि तैयार हो जाते हैं तब उन्हें पृष्ठ पर एक साथ जमाया जाता है तथा इस प्रक्रिया को ही मेकअप की संज्ञा दी जायेगी। श्री ब्रूस वेस्लेट के शब्दों में -

Make up is largely a matter of placement of headlines श्री थामस एफ० बर्नहाट के शब्दों में - News paper makeup consists of dividing and using space. The space

of the news papers page to accommodate type, illustration and advertisement.

श्री बनहार्ट के शब्दों में समाचारपत्र के पृष्ठ निर्माण के सभी आवश्यक उपकरण जैसे टाइप ब्लॉक, विज्ञापन आदि का उल्लेख हो गया है। इन परिभाषाओं में मेकअप की प्रक्रिया पर सम्पूर्ण प्रकाश पड़ता है। अधिकांश समाचारपत्र की साज-सज्जा का यह एक महत्वपूर्ण भाग है लेकिन पृष्ठ-निर्माण की रोजमर्रा की समस्या मेकअप से ही सम्बंधित होती है।

तीसरा शब्द है 'ले आउट'। साज-सज्जा के सम्बन्ध में इस शब्द का भी उपयोग होता है। इसका शाब्दिक अर्थ होता है आकल्पन अथवा प्रारूप। ले आउट वह प्रारूप होता है जिसके अनुसार पृष्ठ-निर्माण होता है। प्रायः संपादकीय विभाग अथवा कला-विभाग की ओर से एक नक्शा बनाकर कम्पोजिंग विभाग को दिया जाता है जिसके अनुसार पृष्ठ का निर्माण किया जाता है। इसे ही ले आउट कहा जाता है। कई बार इसे 'डमी' भी कहा जाता है।

डिजाइन मेकअप और ले आउट आदि शब्दों पर विचार करने के साथ ही साज-सज्जा के कार्यों और उद्देश्यों पर पर्याप्त प्रकाश पड़ गया है। इस सम्बन्ध में महत्वपूर्ण बात यह है कि साज-सज्जा का उद्देश्य समाचारों को आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करना है। प्रमुख बात यह है कि साज-सज्जा का प्रमुखतम विषय है। प्रमुख बात यह है कि साज-सज्जा द्वारा हम उस दिन के समाचारों को अधिक से अधिक प्रभावशाली और आकर्षक ढंग से पाठकों के सामने रखना चाहते हैं। समाचारों का महत्त्व सर्वोपरि है लेकिन साज-सज्जा का महत्त्व भी कम नहीं है। रेडर तथा स्टैम्पल के शब्दों में-- The quality of news and editorial matter is judged by the make up. अच्छे से अच्छा समाचारों का संकलन भी अच्छे मेकअप के अभाव में चौपट हो सकता है और केवल मेकअप के सहारे ही पाठक को अधिक समय तक आकर्षित नहीं रखा जा सकता। उसकी पिपासा तो समाचार ही शांत कर सकते हैं। इस प्रकार समाचारों का संकलन और साज-सज्जा दोनों एक दूसरे के पूरक हैं और दोनों को सफल और प्रभावशाली होने लिए एक-दूसरे पर निर्भर रहना पड़ता है।

4.5.2 प्रथम पृष्ठ की डिजाइन

प्रथम पृष्ठ के निर्माण के सम्बन्ध ने बहुत सी बातें पहले से ही निश्चित रहती हैं। इनमें सबसे पहले नम्बर आता है नाम पट्ट या 'लोगो' का। प्रत्येक समाचारपत्र अपना नाम एक विशेष शैली में छापता है। इसके बाद दूसरी समस्या होती है बैनर अथवा प्रमुख शीर्षक की। सबसे प्रमुख समाचार को समाचारपत्र में ऊपर की ओर छपा जाता है और इसका जो शीर्षक दिया जाता है वह बैनर कहा जाता है। बैनर का शाब्दिक अर्थ है- ध्वजा अथवा पताका। यह बैनर कई प्रकार से जमाया जा सकता है। एक तरीका तो यह है कि पत्र के पहले कालम से लेकर आठवें कालम तक इसे एक ही लाइन में फैला दिया जाये जिससे उसे स्वाभाविक प्रमुखता प्राप्त हो सके। समाचारपत्र प्रतिदिन आठ कालम में फैली हुई शीर्षक पंक्ति को छापना नीति के रूप में स्वीकार करते हैं। लेकिन अब ऐसे समाचारपत्रों की संख्या कम हो गयी है। इसका प्रमुख कारण यह है कि प्रतिदिन आठ कालम लम्बा प्रमुख शीर्षक देने से उसकी नवीनता समाप्त हो जाती है और अत्यधिक महत्त्व का कोई समाचार आता है तब उसे भी रोजमर्रा की तरह ही छापना पड़ता है। इसलिए अब धीरे-धीरे आठ कालम का प्रमुख शीर्षक केवल असाधारण अवसरों पर ही उपयोग के लिए सुरक्षित रखा जाने लगा है और छोटे आकार के प्रमुख शीर्षक दिये जाते हैं।

फोटो

समाचारपत्र को आकर्षक और उपयोगी बनाने में चित्र महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं और प्रथम पृष्ठ ही इसके लिए सबसे उपयुक्त जगह है। यँ तो अखबार के हर पृष्ठ पर एक या एक से अधिक चित्र देने का प्रयत्न किया जाता है, लेकिन प्रथम पृष्ठ पर एक चित्र तो अवश्य ही

दिया जाता है। यह चित्र किसी समाचार से सम्बन्धित अथवा महत्वपूर्ण व्यक्ति के भाषण वक्तव्य से सम्बन्धित हो सकता है।

कार्टून

कुछ समाचारपत्र प्रतिदिन प्रथम पृष्ठ पर कार्टून छापते हैं। इसमें संदेह नहीं कि कार्टून से पृष्ठ का आकर्षण और भी बढ़ जाता है। इसलिए कई बड़े-बड़े समाचारपत्र समाचार के स्थान पर प्रथम पृष्ठ पर कार्टून देते हैं। टाइम्स आफ इण्डिया का पाकेट कार्टून हिंदुस्तान टाइम्स का कार्टून आदि इसके उदाहरण मिलते हैं।

4.5.3 फोकस प्रधान पृष्ठ -निर्माण

इस पद्धति में एक ही समाचार या चित्र को सबसे अधिक महत्वपूर्ण स्थान पर प्रदर्शित किया जाता है। यह स्थान प्रायः ऊपरी-हिस्से का दाहिना भाग भाग होता है। वजन की दृष्टि से भी पृष्ठ का सबसे अधिक वजन इसी भाग पर होता है। पृष्ठ के शेष भाग भाग में इससे कम वजन वाली सामग्री इस प्रकार जमायी जाती है कि पाठक का ध्यान स्वाभाविक रूप से उसी समाचार की ओर आकर्षित हो। इसे कुछ सीमा तक विरोधाभास के नियम पर आधारित माना जा सकता है। इस पद्धति में संतुलन आदि की ओर ध्यान नहीं दिया जाता। इस पद्धति के विकास का एक व्यवहारिक कारण था बाजार में अखबारों की दुकानों पर प्रायः समाचारपत्र मोड़कर चौकोर रूप में रखे जाते हैं और पृष्ठ का दाहिना भाग ही सबसे पहले पाठक की नजर में आता है। यदि यह भाग आकर्षक है तो पाठक बराबर ही उसी समाचारपत्र की तरफ आकर्षित होगा।

4.5.4 सर्कसनुमा या विखण्डित पृष्ठ-निर्माण

कुछ समाचारपत्र संतुलन अथवा समूचे पृष्ठ की एकता के नियम के विरुद्ध होते हैं और ऐसे पृष्ठों का निर्माण करते हैं जिन्हें देखने पर किसी संतुलन या एकता का आभास नहीं होता। इसके स्थान पर वे प्रत्येक समाचार को एक स्वतंत्र इकाई मानते हैं। यही समाचारों में इसका सबसे बड़ा अवगुण है। इस प्रकार की पृष्ठ सज्जा में समाचार प्रदर्शन कभी-कभी गौण हो जाता है तथा पृष्ठ का स्वरूप अधिक महत्वपूर्ण हो जाता है। संतुलन प्राप्त करने के लिए कभी-कभी समाचारों की काट-छांट भी करनी पड़ती है। नित्य एक ही नियम पर आधारित प्रथम पृष्ठ कुछ समय बाद अपना आकर्षण खो देता है। इसी वजह से अधिकांश समाचार-पत्र इस नियम को त्याग चुके हैं।

4.5.5 विरोधाभास तथा संतुलन का मिश्रण

संतुलन के नियम का पूर्णतया उपेक्षा करना सम्भव नहीं है। इसमें संदेह नहीं कि असंतुलित पृष्ठ अनाकर्षक होता है। इसलिए विरोधाभास और संतुलन के नियम को मिलाकर पृष्ठ निर्माण किया जाता है। एक प्रकार से यह पद्धति असम संतुलन के नियम पर आधारित है। इस पद्धति में भी संतुलन केन्द्र, पृष्ठ का आण्टिकल केन्द्र ही होता है, लेकिन केन्द्र से समान दूरी पर लटके पलड़ों पर बराबर वजन रखने की अपेक्षा इसमें केन्द्र के निकट रखे पलड़े को केन्द्र से अधिक दूर लटके पलड़े पर असमान वजन रखकर संतुलित किया जाता है। इस प्रकार असम संतुलन की पद्धति में पृष्ठ के दाहिने और बाएँ भाग में संतुलन प्राप्त करना आवश्यक नहीं होता।

पृष्ठ निर्माण की इस पद्धति में पहले से निर्धारित ढाँचे में फिर बैठाने के लिए समाचारों की अधिक काट-छांट नहीं करनी पड़ती। इस पद्धति में पर्याप्त स्वतंत्रता मिलती है।

4.5.6 संतुलित पृष्ठ निर्माण

पृष्ठ के आष्टिकल केन्द्र को तराजू का केंद्र मानकर उसके दोनों तरफ बराबर वजन रख दिया जाता है जिसमें पूरा पृष्ठ संतुलित दिखाई देता है। इस प्रकार के पृष्ठ निर्माण में यदि पहले तीन कालम में 48 पाईट टाइप का दो पंक्तियों वाला कोई शीर्षक दिया गया है तो आखिरी तीन यानी 6,7 और 8वें कालम में भी 48 पाईट टाइप की दो पंक्तियों वाला उतना बड़ा शीर्षक दिया जायेगा। बीच में दो कालम यानी चौथे और पाँचवें कालम में एक कालम शीर्षक वाले दो समाचार एक दूसरे के बगल में रख दिये जायेंगे। पृष्ठ के नीचे की ओर यदि दूसरे और तीसरे कालम में डबल कालम का कोई बड़ा शीर्षक दिया जाता है तो उसके ठीक सामने छठवें और सातवें कालम में उतना ही बड़ा और उसी टाइप का दूसरा समाचार दिया जाता है। यह संतुलन सिर्फ उदाहरण है। आवश्यकता केवल यह होती है कि पृष्ठ के बाएँ भाग में जिन आकार और लम्बाई-चौड़ाई वाले शीर्षक और समाचार रखे गये हैं उनकी पुनरावृत्ति दाहिने भाग में भी की जाये। पृष्ठ के बीचों-बीच रखी जाने वाली सामग्री पर यह बात लागू नहीं होती।

इसमें संदेह नहीं कि संतुलन के **नियम** पर आधारित पृष्ठ-निर्माण नयनाभिराम होता है और गम्भीरता तथा शालीनता का **आभास देता** है। इसके कारण समाचारपत्र के लिए पाठकों की श्रद्धा और विश्वासनीयता बढ़ जाती है। **अधिकतर** परम्परावादी पाठकों को यहाँ अधिक ग्राह्य होती है। इस नियम के अनुसार पृष्ठ-निर्माण अपेक्षाकृत सरल भी होता है।

विभिन्न समाचारपत्र और सम्पादक विभिन्न प्रकार का पृष्ठ निर्माण पसंद करते हैं इसके पीछे उनकी व्यक्तिगत रुचि समाचारपत्र की परम्परा, समाचारों और चित्रों की उपलब्धि आदि का मुख्य हाथ होता है। समाचारपत्र नित नयी साज-सज्जा के साथ पाठक के सामने उपस्थित होता है। साज-सज्जा की अनन्त विविधता के बीच भी कुछ समानताएं देखी जा सकती हैं और इन समानताओं के आधार पर ही साज-सज्जा के कुछ निश्चित प्रकार निर्धारित करने का प्रयत्न किया गया है, जो कि भिन्न समाचारपत्रों द्वारा अपनायी गयी साज-सज्जा पद्धति पर आधारित है। ये इस प्रकार हैं -

- 1- संतुलित पृष्ठ निर्माण,
- 2- विरोधाभास तथा संतुलनयुक्त पृष्ठ-निर्माण,
- 3- फोकस प्रधान पृष्ठ निर्माण,
- 4- सर्कसनुमा पृष्ठ निर्माण,
- 5- आधुनिक व्यवहार वादी पृष्ठ-निर्माण।

कुछ लोग परम्परावादी और अपरम्परावादी दो ही भागों में पृष्ठ निर्माण को विभाजित करते हैं। इनके अनुसार संतुलन का सिद्धंत परम्परावादी है। विरोधाभास और संतुलन के सम्मिश्रण में परम्परा और आधुनिकता का मिश्रण है तथा आधुनिक व्यवहारवादी पृष्ठ-निर्माण अपरम्परावादी है। इसमें संदेह नहीं कि आज पूर्णतया परम्परावादी पृष्ठ-निर्माण लगभग सभी समाचार-पत्रों द्वारा त्याग दिया गया है। अधिकांश सम्मिश्रण ही दिखाई देता है। के रूप में करते हैं। इस प्रकार तैयार पृष्ठ अनेक खण्डों में बटा हुआ दिखाई देता है। इस प्रकार एक ही पृष्ठ में अनेक बड़े शीर्षक और छोटे आकार के टाइप का उपयोग हो सकता है इस तरह की साज-सज्जा में कुछ भी स्थायी नहीं रहता।

4.6. साम्प्रतिक पृष्ठ निर्माण

4.6.1 पृष्ठ निर्माण में आधुनिकता

आधुनिक पद्धतियों का प्रवेश अब हो चुका है। विखण्डित पृष्ठ-निर्माण पद्धति में हर प्रकार की परम्परा को अस्वीकार करने की प्रवृत्ति स्पष्ट दिखाई देती है और इसे ही आधुनिकता का प्रारम्भिक बिन्दु माना जा सकता है। विखण्डित पृष्ठ-निर्माण पद्धति जहाँ केवल परम्परा तोड़कर पाठकों को चौंकाती है, वहीं आधुनिकता का उद्देश्य विशुद्ध व्यवहारवादी होता है। समाचार पृष्ठ का एक मात्र कार्य है- समाचारों का प्रदर्शन और आधुनिक पृष्ठ-निर्माण को एक मात्र कसौटी यही है कि इस कार्य को वह पृष्ठ कितनी क्षमता पूर्वक सम्पन्न करता है।

पृष्ठ-निर्माण में आधुनिकता प्रायः इस प्रकार अभिव्यक्त होती है-

- 1- आधुनिक टाइप प्रकारों का उपयोग,
- 2- आधुनिक शैली के शीर्षक,
- 3- सफेदी का अधिक उपयोग,
- 4- आड़ा पृष्ठ निर्माण।

4.6.2 आधुनिक टाइप

टाइप के आधुनिक प्रकार स्वच्छ पढ़ने और पठनीय होते हैं। इनमें किसी प्रकार की अनावश्यक सजावट और तड़क-भड़क नहीं होता और इनका प्रमुख लक्षण यह होता है कि वे आसानी से पढ़ने में आते हैं। आधुनिक व्यवहारवादी पृष्ठ-निर्माण के साथ इस प्रकार के टाइप की संगति अच्छी बैठती है। लेकिन आधुनिक प्रकार के टाइप तभी प्रभावशाली सिद्ध होते हैं जबकि शीर्षक-निर्माण में भी आधुनिक दृष्टि अपनायी जाती है।

परम्परागत शीर्षक शैलियाँ अधिकांशतः सीढ़ीनुमा अथवा पूरे कालम में फैले एक या दो पंक्तियों तक सीमित थीं। इस प्रकार के शीर्षक सम्पादक के लिए अनेक कठिनाइयाँ उत्पन्न करते थे। एक तो शब्दों को गिन-गिन कर हिसाब लगाना होता था और लम्बाई-चौड़ाई के हिसाब से उसे छोटा-बड़ा करना होता था। साथ ही इस प्रकार के शीर्षकों में खाली स्थान के उपयोग की कोई गुंजाइश नहीं थी। ज्यादातर इस बात का ध्यान रखा जाता था कि शीर्षक पूरे कालम में फैले हुए हों और डेढ़ पंक्ति के शीर्षक भी आधे से अधिक स्थान अवश्य घेरे। खाली स्थान कम से कम छोड़ा जाता था और पूरा पृष्ठ टाइप तथा चित्रों आदि से भरा रहता था। स्नान खाली छोड़ने का अर्थ अपव्यय माना जाता था। लेकिन आधुनिक पृष्ठ-सज्जा में खाली स्थान था सफेदी का पूरा उपयोग किया जाता है। पूरा पृष्ठ खुला-खुला दिखाई देता है।

4.6.3 चित्रों का नये ढंग से प्रयोग

समाचारपत्रों में चित्रों का प्रयोग बहुत बाद में आरम्भ हुआ। प्रारंभ में चित्रों के प्रयोग को बहुत बाजारू किस्म का कार्य माना गया जो कि समाचारपत्रों की गम्भीरता को नष्ट करता था। धीरे-धीरे चित्रों का प्रयोग आम बात हो गयी, लेकिन फिर भी उनके साथ कुछ ऐसे बंधन लगा दिये गये कि उनका प्रयोग एक खास ढंग से ही सम्भव बना दिया गया। उदाहरण के लिए एक नियम यह बनाया गया कि फोटो पहले और अंतिम कालम में न लगाया जाये क्योंकि इससे असंतुलन का खतरा उत्पन्न होता है। लेकिन आधुनिक पृष्ठ-निर्माण में इन सारे नियमों को स्वीकार नहीं किया जाता। यदि अन्तिम कालम में रखने से चित्र सर्वाधिक प्रभाव उत्पन्न करने में समर्थ है तो अन्तिम में ही रखा जाता है।

अधिक सफेदी

टाइप, चित्र, रेखाचित्र आदि के साथ ही सफेदी भी आधुनिक पृष्ठ निर्माण का महत्वपूर्ण उपकरण है। फ्लस लैफ्ट शीर्षक पद्धति में खुलापन जरूरी होता है। एक पंक्ति से दूसरी पंक्ति के बीच अधिक लेड का उपयोग करके अधिक सफेदी छोड़ी जाती है।

4.7 सारांश

कुछ लोगों का मत है कि पत्रकारों के लिए एक सुनिश्चित आचार संहिता लिखी जानी चाहिए। प्रथम प्रेस आयोग ने भी सन 1954में प्रस्तुत अपने प्रतिवेदन में इसे आवश्यक बताया था लेकिन अन्य व्यक्तियों का विचार है कि प्रेस के लिए आचार संहिता एक बारगी नहीं लिखी जानी चाहिए। द्वितीय प्रेस आयोग ने इसका अनुमोदन किया है।

प्रथम आयोग ने कहा, हम यह बात जरूरी मानते हैं कि सभी पत्रकार स्वयं को आचरण संहिता से बंधा माने। इससे यह सुनिश्चित हो **सकेगा** कि पत्रकार अपनी लेखनी का लक्ष्य समाज के प्रति सदैव उच्च दायित्व का निर्वहन **करना समझेंगे**।

यह उल्लेखनीय है कि अखिल **पत्रकारीय समाचारपत्र** सम्पादक सम्मेलन की स्थायी समिति ने 25 दिसम्बर 1953 को 15 सूत्री **आचार संहिता** अपनायी थी। प्रेस आयोग द्वारा घोषित सिद्धांत भी लगभग वही है जो इस संहिता में **व्यक्तिगत** है। आयोग ने इनमें कुछ **नये हिस्सों** को जोड़ दिया और कुछ को अपने घोषित सिद्धांतों में शामिल नहीं किया।

4.8 शब्दावली

ए०बी०सी० (A.B.C) यह आडिट ब्यूरो आफ सर्कुलेशन नामक संस्था का संक्षिप्त रूप है। इस संस्था का कार्य पत्र प्रसार की जाँच करना है। हिन्दी में इसे 'पत्र-प्रसार परिगणना' कहते हैं।

एड (Ad,Add) अंग्रेजी में एक ही उच्चारण के दो शब्द हैं और add, लेकिन इनके अर्थ भिन्न-भिन्न हैं जहां एड का आशय Adसे है इसका मतलब विज्ञापन से है वहीं एड यानी Addका अर्थ है 'जोड़ो'। यह निर्देश सम्पादकीय विभाग की ओर से मुद्रण विभाग को दिया जाता है। जब पहले लिखे समाचार में कोई नयी सामग्री जोड़नी है तो वहाँ Addअर्थात जोड़ो शब्द का प्रयोग किया जाता है।

एडवांस (Advance) अंग्रेजी के इस शब्द का अर्थ होता है 'अग्रिम'। इसका प्रयोग समाचार या भाषण आदि की उस पाण्डुलिपि में किया जाता है जो प्रकाशन से पहले ही पत्र-पत्रिकाओं को दे दी जाती है, जिससे कि उसके प्रकाशन में बिलम्बन न होने पाये और वह समाचार सभी पत्र-पत्रिकाओं में एक साथ प्रकाशित हो सके।

अगेट (Agate) - यह मुद्रण विषयक शब्द है। जो टाइप या मुद्राक्षर 5.12 पाइंट के होते हैं उसे अगेट कहते हैं।

ए०पी० - एसोसिएटेड प्रेस समाचार समिति।

आर्ट (Art) आर्ट का अर्थ है कला। समाचार-पत्र पत्रिका में कला विभाग होता है, जहां फोटो, रेखाचित्र, सज्जित शीर्षक, नकशे आदि इसी विभाग से मिलते हैं जो समाचारपत्रों की शोभा बढ़ाते हैं।

एसाइनमेंट (Assignment) - सम्पादक की ओर से संवाददाताओं और रिपोर्टरों को दिया गया निर्देश।

एसाइनमेंट बुक (Assignment Book) सम्पादक की ओर से लिखित निर्देश पुस्तिका।

एसाईनमेंट मैन (Assignment man) वह संवाददाता वर्ग जो बीट रिपोर्टों के अलावा होता है जो सम्पादक के कहने पर कार्य करने के लिए उपलब्ध होता है।

एक्सक्लूसिव (Exclusive) वह समाचार जिसके किसी अन्य समाचारपत्र में प्रकाशित होने की सम्भावना न हो।

बी०एफ० (B.F.) बोल्ट फेसा काले या मोटे आकार का टाइप

बैक बेंच (Back Bench) समाचारपत्र के वे कर्मचारी जो समाचारों के संग्रह तथा पृष्ठ सज्जा की योजना बनाते हैं।

बैक रूम (Back Room) जिस कमरे में मुद्रण की मशीन रखी जाती है उसे बैक रूम कहते हैं।

ब्यूरो (Bureau) समाचार संग्रह केन्द्र।

कैप्शन (Caption) समाचारपत्र के चित्रों के शीर्षक को कैप्शन कहते हैं।

डमी (Dummy) सम्पादक गण आपस में विचार विमर्श के बाद किसी कागज पर पृष्ठ का खाका तैयार करते हैं, जिसमें संकेत होता है कि कौन सा समाचार, चित्र और विज्ञापन आदि पृष्ठ में कहा छपने हैं इस खाका को डमी कहते हैं।

4.9 संदर्भ-ग्रन्थ

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------|
| 1- सम्पादन, पृष्ठ सज्जा और मुद्रण | □ | प्रोफेस रमेश जैन |
| 2- सम्पादन कला | □ | के०वी० नारायणन् |
| 3- समाचार संकलन एवं रूप रेखा | □ | नन्द किशोर गिरवा |
| 4 आधुनिक पत्रकारिता | □ | डॉ० अर्जुन तिवारी |

4.10 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

- 1- कम्पोजिंग क्या है?
- 2- लाइनोटाइप एवं मोनोटाइप कम्पोजिंग में क्या अन्तर है
- 3- मुद्रण में ब्लाक की उपयोगिता स्पष्ट करें।
- 4- मेकअप और ले-आउट में क्या अन्तर है?
- 5- समाचारपत्र के प्रथम पृष्ठ की डिजाइन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखें।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

- 1- भारत में मुद्रण कला के विकास पर संक्षिप्त निबन्ध लिखें।
- 2- मुद्रण तकनीक में कम्प्यूटर की उपयोगिता पर प्रकाश डालिए।
- 3- समाचारपत्रों के पृष्ठ सज्जा में हो रहे परिवर्तन स्पष्ट करते हुए चित्रों की उपयोगिता पर प्रकाश डालिए।
- 4- मशीन द्वारा कम्पोजिंग के विविध स्वरूप स्पष्ट करें।
- 5- समाचारपत्र के प्रथम पृष्ठ को आकर्षक बनाने के लिए आप क्या करेंगे? समीक्षात्मक निबन्ध लिखें।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

- 1- आरम्भिक दौर में अंग्रेजी के अक्षर कम्पोज करने के लिए कितने खाने होते थे-
- | | |
|-------|-------|
| क. 26 | ख. 52 |
| ग. 79 | घ. 89 |
- 2- लाइनोटाइप मशीन का आविष्कार कब हुआ-
- | | |
|---------|---------|
| क. 1586 | ख. 1686 |
| ग. 1786 | घ. 1886 |
- 3- कम्प्यूटर द्वारा कम्पोजिंग में किस साफ्ट वेयर की आवश्यकता होती है।
- | | |
|-------------|---------------|
| क. टैली, | ख. डी.टी.पी., |
| ग. पेजमेकर, | घ. फोटोशाप |
- 4- लाइनोटाइप मशीन का प्रथम प्रयोग किस समाचारपत्र में किया गया।
- | | |
|--------------------|-------------------------|
| क. वाशिंगटन पोस्ट, | ख. न्यूयार्क ट्रिब्यून, |
| ग. मियामी हेराल्ड, | घ. न्यूयार्क टाइम्स |
- 5- समाचारपत्रों के संदर्भ में ए.बी.सी. का क्या आशय है-
- | | |
|----------------------------------|------------------------------|
| क. अमेरिकन ब्राडकास्टिंग कम्पनी, | ख. आडियो ब्यूरो आफ सर्कुलेशन |
| ग. आडिटिंग विजनेस कौंसिल, | घ. आगरा बिजनेस कमेटी |

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

- 1- घ
2- घ
3- ग
4- ख
5- ख

इकाई- 5 अनुवाद और भाषा दक्षता

इकाई की रूपरेखा

- 5.0 उद्देश्य
- 5.1 प्रस्तावना
- 5.2 अनुवाद का स्वरूप
 - 5.2.1 अनुवाद की परिभाषा
 - 5.2.2 अनुवाद के सिद्धान्त
 - 5.2.3 अनुवाद का संक्षिप्त इतिहास
 - 5.2.4 अनुवाद का महत्त्व
- 5.3 भाषा दक्षता
 - 5.3.1 सूचना-जगत और हिन्दी
 - 5.3.2 विज्ञापन एवं हिंग्रेजी
 - 5.3.3 जनमाध्यम और हिन्दी
 - 5.3.4 भाषा में विसंगति
 - 5.3.5 वर्तनी की समस्या
- 5.4 सारांश
- 5.5 शब्दावली
- 5.6 संदर्भ ग्रन्थ
- 5.7 प्रश्नावली

5.0 उद्देश्य

जनसंचार और पत्रकारिता अभिव्यक्ति क्षमता पर निर्भर है। आज पूरा विश्व एक ग्राम बन चुका है। एक-दूसरे के मन्तव्य को समझने, विश्व स्तर पर अपनी बात पहुँचाने के निमित्त भाषा-ज्ञान एवं अनुवाद विज्ञान की महती आवश्यकता है। इस इकाई के अध्ययनोपरांत आप निम्नलिखित तथ्यों से अवगत होंगे -

- अनुवाद का महत्त्व
- अनुवाद का संक्षिप्त इतिहास
- अनुवाद के सिद्धान्त और विभिन्न मत
- अनुवाद के विभिन्न प्रकार
- भाषा-ज्ञान की महत्ता
- हिन्दी भाषा की वैज्ञानिकता
- देवनागरी लिपि का मानकीकरण
- जनसंचार के क्षेत्र में भाषा दक्षता की आवश्यकता

5.1 प्रस्तावना

आज के युग में प्रत्येक क्षेत्र में अनुवाद का बहुत महत्त्व है। ज्यों-ज्यों मानव का कार्यक्षेत्र एक प्रान्त और एक देश से आगे बढ़कर अन्य प्रदेशों और अन्य देशों तक फैलाता है, उसे एक से अधिक भाषाओं का सामना करना पड़ता है। एक भाषा से दूसरी भाषा में अपना कथ्य पहुँचाना अनिवार्य हो जाता है। एक देश में हो रहे शोध कार्य को अन्य देशों तक पहुँचाने के लिए तो

अनुवाद का सहारा लिया ही जाता है, एक प्रान्त या देश में हुई घटना को अन्य प्रान्तों या देशों तक पहुंचाने के लिए अन्य भाषाओं में समाचार का अनुवाद करना तो अनिवार्य हो ही जाता है।

5.2 अनुवाद का स्वरूप

5.2.1 अनुवाद की परिभाषा

शब्दार्थ की दृष्टि से मूलतः इसका अर्थ किसी अन्य की कही हुई बात को उद्धृत करना या उसका व्याख्या करना है। संस्कृत व्याकरण में इसका अर्थ इस प्रकार किया गया था। 'ज्ञातस्य कथनम् अनुवादः' अर्थात् किसी पूर्व ज्ञात वस्तु को अपने शब्दों में कहना अनुवाद है। भर्तृहरि ने 'आवृत्तिरनुवाद वा' कहकर इसका तात्पर्य दोहराना या दूसरे शब्दों में उसी बात को कहना बताया है। कहा जाता है कि ब्राह्मण ग्रन्थ वेदों के अनुवाद हैं।

संस्कृत में अनुवाद शब्द उसी बात को दोहराने, विशेषकर दूसरे शब्दों में उसी बात को कहने अर्थात् किसी अन्य की उक्ति को अपने शब्दों में कहने या उसका निर्वचन करने के अर्थ में आता था। उस समय तक किसी दूसरी भाषा में उस शब्द को कहने का तात्पर्य इस शब्द में समाहित नहीं था। लगता है जब एक से अधिक भाषाएँ प्रचलित हो गयीं तो एक भाषा की बात को दूसरी भाषा में कहने को भी अनुवाद कहा जाने लगा। अंग्रेजी के शब्द ट्रांसलेशन में भी ट्रांस और लेसन ये दो हिस्से हैं। ट्रांस के शब्दार्थ हैं "दूसरा ओर", "उस पार", "विपरीत" या "अन्योन्य"। यह लैटिन भाषा का उपसर्ग है। इसके साथ लगे 'लेसन' हुए का तात्पर्य है "ले जाना" या "पहुँचाना"। इस प्रकार मूलतः इसका शब्दार्थ हुआ एक जगह से दूसरी जगह ले जाना। अंग्रेजी में भी बहुत पहले यह शब्द किसी वस्तु को एक जगह से दूसरी जगह ले जाने के अर्थ में आता था (लगभग ट्रांसफर की पर्याय की तरह) किन्तु लगभग 500 वर्षों से यह एक भाषा से दूसरी भाषा में किसी विषय या व्यक्ति को ले जाने के अर्थ में आने लगा है। अनुवाद शब्द ठीक इसके पर्याय के रूप में प्रयुक्त होता जा रहा है। इस दृष्टि से वास्तव में तो एक भाषा से दूसरी भाषा में किसी उक्ति को ले जाने के लिए 'भाषान्तर' या 'भाषान्तरण' शब्द का प्रयोग ही अधिक उचित लगता है।

"एक भाषा से दूसरी भाषा में उक्ति को ले जाना"। चूँकि यह ले जाना ज्यों-का-त्यों अर्थात् उस उक्ति को किसी भी प्रकार क्षति पहुँचाये बिना होना चाहिए, अतः यह माना जाता है कि मूल में थोड़ा सा भी परिवर्तन किए बिना दूसरी भाषा में उस बात को कह देना अनुवाद है। इस प्रकार अनुवाद, व्याख्या, निर्वचन और भाष्य में भेद करते हुए अनुवाद की परिभाषा करना ठीक होगा। यदि उसी बात को बहुत फैलाकर कहा जाए तो वह व्याख्या होगी, एक एक शब्द तोड़-तोड़ कर कहा व समझाया जाए तो 'निर्वचन', उस बात के साथ अन्य बातों से मिलाकर या तुलना करके विवेचन किया जाए तो 'भाष्य' होगा। सार संक्षेप कर उसे अन्य भाषा में लिख देने को संक्षिप्ति (संक्षेप, प्रेसी, Precis) या सार कहा जाएगा, अनुवाद नहीं। इन सबसे पृथक् केवल उसी बात को अन्य भाषा में कह देना 'अनुवाद' कहा जायेगा। इस प्रकार इसकी परिभाषा "एक भाषा से दूसरी भाषा में इबारत को ले जाने" के रूप में की जा सकती है।

प्रसिद्ध भाषाशास्त्री नोयडा के अनुसार स्रोत भाषा में कही गई बात को लक्ष्य भाषा में उसके सहज और निकटतम समानार्थी शब्द द्वारा व्यक्त करना अनुवाद है और यह समानता अर्थ तथा शैली दोनों में होनी चाहिए, यद्यपि प्रथम स्थान अर्थ का है।

टाइटलर के अनुसार "अनुवाद में मूल का विचार तो पूरी तरह उतारना ही चाहिए, साथ ही उसकी शैली और लेखन की रीति भी वही होनी चाहिए जो मूल की थी। इसके अतिरिक्त अनुवाद में वह सहजता भी होनी चाहिए जो मूल में विद्यमान थी"।

भाषा-शास्त्री डॉ० भोलानाथ तिवारी के अनुसार “भाषा ध्वन्यात्मक प्रतीकों की व्यवस्था है और अनुवाद इन्हीं प्रतीकों का प्रतिस्थापन। अर्थात् एक भाषा के प्रतीकों के स्थान पर दूसरी भाषा के प्रतीकों का प्रयोग। इस प्रकार अनुवाद प्रति प्रतीक या प्रति प्रतीकन प्रक्रिया है। यह प्रतिप्रतीकन ऐसा होना चाहिए कि स्रोत भाषा के कथ्य में, लक्ष्य भाषा में आने पर न तो विस्तार हो, न संकोच और न किसी प्रकार का अन्य परिवर्तन। साथ ही स्रोत भाषा में कथ्य स्रोत-भाषा-भाषी जो कुछ ग्रहण करता हो, अनूदित सामग्री को पढ़ या सुनकर लक्ष्य-भाषा-भाषी भी ठीक वही ग्रहण करे तो अनुवाद सफल कहा जाएगा।”

5.2.2 अनुवाद के सिद्धान्त

परंपरावादी, भाषिकीय तथा प्रेरणावादी – ये तीन प्रमुख सिद्धान्त हैं –

एक सिद्धान्त जो परंपरावादी (TRADITIONAL) कहलाता है बाइबिल के उन अनुवादों को देखकर निकाला गया था, जिनमें इस धार्मिक ग्रन्थ के शब्दों का ज्यों-का-त्यों अनुवाद कर दिया गया था। हिब्रू से ग्रीक में, फिर अन्य भाषाओं में बाइबिल के अनुवाद हुए थे। इस पवित्र वाणी के शब्दों में परिवर्तन करना मानव के लिए कैसे उचित कहा जा सकता है? इसलिए एक-एक शब्द का अनुवाद करना उन्हें सर्वोत्तम जान पड़ा। शब्दानुवाद का यह प्रकार परम्परावादी (TRADITIONAL) है।

दूसरा भाषिकीय (LINGUISTIC) सिद्धान्त कहलाता है जो यह मानता है कि प्रत्येक भाषा की अपनी प्रकृति होती है – उसी से जो पूरा अर्थ निकले उसका अनुवाद ही उचित है, शब्दशः अनुवाद नहीं। इस मत के आधार पर बाद में इस प्रकार के सिद्धान्त विकसित हुए जो अनुवाद विज्ञान के आधारभूत नियम कहे जा सकते हैं – जैसे शब्द का अनुवाद नहीं होता, उसमें निहित प्रत्यर्थ (अर्थ, Concept) का अनुवाद ही होता है। यदि एक शब्द के पृथक्-पृथक् संदर्भों में अलग-अलग प्रत्यर्थ (अर्थ) होते हैं तो उनका अलग-अलग शब्दों से अनुवाद किया जाएगा, दो शब्दों का एक-सा ही अर्थ हो तो अनुवाद एक ही होगा।

तीसरा प्रेरणावादी (INSPIRATIONAL) सिद्धान्त कहा जाता है जिसके अनुसार अन्तः प्रेरणा या ईश्वरीय प्रेरणा के बिना अनुवाद संभव नहीं होता। इसमें मूल को पढ़कर अनुवादक के हृदय में उपजी भावना से रचना का जो पुनः सृजन (RE-CREATION) होता है उसकी ओर संकेत निहित है। ईश्वरीय अन्तः प्रेरणा से जो वाणी निकलती है उसी को अभिलिखित कर बाइबिल का अनुवाद संभव है, यह इस मत के अनुयायियों की यही मान्यता थी। इसे यों समझा जा सकता है कि यह ईश्वर प्रदत्त है जो सहज जन्मजात नैसर्गिक प्रतिभा अनुवादक के लिए आवश्यक है। जिस प्रकार काव्य-रचना के लिए ईश्वरप्रदत्त सहज प्रतिभा कारणभूत मानी गई है उसी प्रकार अनुवाद कला के लिए भी विशिष्ट प्रतिभा अपेक्षित है। ये सिद्धान्त बाइबिल के अनुवाद के संदर्भ में निर्गमित हुए थे अतः इनका महत्त्व तथा अनुप्रयोग उन्ही संदर्भों में अधिक संगत है तथापि उस समय विद्वानों में अनुवाद के बारे में क्या धारणाएँ थी, इसका अनुमान इनसे हो पायेगा। इसी उद्देश्य से इनका उल्लेख किया गया है। वैसे इनसे स्पष्ट होता है— 1. प्रत्येक शब्द का प्रतिशब्द या समतुल्य (Equivalent) शब्द अनुवाद के लिए जरूरी है। यह सिद्धान्त विज्ञान, तकनीकी या विधिक सामग्री के लिए उपयुक्त दिशा बतला सकता है। 2. स्रोत भाषा की पूरी समझ, उसके मुहावरों का, प्रकृति का तथा शैली का ज्ञान अनुवादक के लिए जरूरी है।

5.2.3 इतिहास

किसी उक्ति की व्याख्या, उसी भाषा में भी हो सकती है और दूसरी भाषा में भी। एक भाषा से दूसरी में वस्तु (विषयवस्तु-कॉन्टेन्ट) का निर्वचन, व्याख्या या भाष्य भी किया जा सकता है किन्तु उसका नाम अनुवाद नहीं होगा, अनुवाद मूल की बात को जितनी अधिक निकटता से हो सके, दूसरी भाषा में उतार देने को ही कहते हैं। इस दृष्टि से स्पष्ट हो जाता है कि अनुवाद तभी हो सकता है जब दो भाषाएँ विद्यमान हों। यही कारण है कि जिस किसी देश में एक भाषा के अलावा दूसरी भाषा प्रचलित हुई उस देश में अनुवाद की आवश्यकता भी अनुभव होने लगी।

भारत में जब केवल संस्कृत शास्त्रीय विवेचन और विचार-विमर्श की भाषा थी तो उसी भाषा में निर्वचन होता था, व्याख्या और भाष्य होता था।

अनुवाद एवं भाषा
दक्षता

संस्कृत ग्रंथों और प्राकृत पालि के ग्रंथों के अनुवाद डेढ़ दो हजार वर्ष पूर्व भी तिब्बती भाषा में होते रहे थे। अनेक ग्रंथ ऐसे हैं जिनका मूल अब नष्ट हो गया है किन्तु तिब्बत में उनके **मोटिभा अनुवादों से ही इनका पता चला है। बुद्ध ने पालि भाषा में तथा जैन मुनिगणों ने प्राकृत भाषा में उपदेशों की जो परम्परा चलाई उसके क्रम से अनेक संस्कृत ग्रंथों का अनुवाद पालि तथा प्राकृत में होना आवश्यक जान पड़ा। इसका फल यह है कि इन दोनों धर्मों के सैकड़ों ग्रंथ उन संस्कृत ग्रंथों के अनुवाद हैं जो इन धर्मों के अनुयायी विद्वानों द्वारा लिख गए थे।**

संस्कृत के उपनिषदों, धर्म ग्रंथों, नाटकों, काव्यों, ज्योतिष ग्रंथों तथा अन्य महत्वपूर्ण काव्यों (क्लासिकों) के ब्रजभाषा में अनुवाद जनसाधारण को समझाने के लिये किए जाते थे। इन्हें 'भाषा टीका' कहा जाता था। यहाँ यह समझ लेने की बात है कि प्राचीनकाल से ही 'टीका' एवं टिप्पणी दोनों शब्द चले आ रहे हैं। इनका वास्तविक उद्देश्य तो यह था कि टीका द्वारा किसी ग्रंथ के कठिन शब्दों को सरल करते हुए उसका तात्पर्य जिज्ञासु व्यक्तियों को समझाया जा सके। ऐसी व्याख्या को टीका कहा जाता था। दोनों में सूक्ष्म अन्तर यह था कि व्याख्या विस्तृत होती थी और उसमें कोई भी बिन्दु नहीं छूटता था। टीका केवल कठिन स्थलों को सरल करके समझाने के लिए लिखी जाती थी। टिप्पणी का उद्देश्य केवल कुछ शब्दों को स्पष्ट करना होता था और उसमें मूल विषय के अतिरिक्त भी यदि किसी समानान्तर विषय का सन्दर्भ देना होता था या टिप्पणीकार को मूल लेखक द्वारा कही हुई बात का खण्डन-मण्डन करना होता था तो वह अपनी बात भी उसमें कह देता था। इस प्रकार ये दोनों मुख्यतः उसी भाषा में मूल को स्पष्ट करने हेतु होती थी। ब्रजभाषा में उत्कृष्ट ग्रंथों की भाषा टीका गद्य में ही की जाती थी। बहुधा समर्थ कवि संस्कृत के काव्यों, नाटकों या अन्य वरेण्य ग्रंथों का अनुवाद ब्रजभाषा के छन्दबद्ध पद्यों में ही किया करते थे पर इन्हें भाषा टीका नहीं कहा जाता था। या तो लेखक उसका शीर्षक कोई दूसरा रख देता था या मूल ग्रंथ के शीर्षक के साथ 'भाषा' शब्द लगा देता था। उदाहरणार्थ - फोर्ट विलियम कालेज कलकत्ता के पं. लल्लूलाल ने श्रीमद्भागवत के दशम स्कन्ध का भावानुवाद खड़ी बोली में किया था जिसका हिन्दी के इतिहास में ऐतिहासिक महत्त्व है। इसका शीर्षक उन्होंने "प्रेमसागर" रखा था। दूसरी ओर जयपुर के ही विद्वान जनार्दन भट्ट ने 'वैद्यरत्न' नामक संस्कृत ग्रन्थ का भाषा में अनुवाद कर उसका शीर्षक "भाषा वैद्यरत्न" रख दिया। इसी प्रकार से किये गए अनेक अनुवादों का नाम रखा गया था। जैसे 'अमरुशतक' का शीर्षक अमरुशतक भाषा रखा जाता था। राम प्रसाद निरंजनी का 'भाषायोगवाशिष्ठ' भी इतिहास-प्रसिद्ध है। ब्रजभाषा के साहित्य में ऐसे अनुवादों का बहुत बड़ा इतिहास है। गीता, भागवत, रामायण, भर्तृहरि के तीनों शतक, अमरुशतक आदि काव्य तथा अनेक नाटक ब्रजभाषा में अनूदित करने ही होड़ सी इन दिनों लग गई थी।

5.2.4 अनुवाद का महत्त्व

वर्तमान युग में अनुवाद कार्य एक अनिवार्यता है। जिस प्रकार प्राचीन युग में समृद्ध भाषाओं (जिनको दूसरे शब्दों में पुस्तकालय भाषा भी कहा जा सकता है) में जो बहुमूल्य साहित्य था, उसका अनुवाद विभिन्न लोक भाषाओं में करने की लम्बी श्रृंखला चली थी, उसी प्रकार वर्तमान युग की समृद्ध भाषाओं से हिन्दी-जैसी देश की भाषाओं में अनुवाद की प्रक्रिया भी गत दो शताब्दियों में बहुत प्रचलित हुई। इसी के अन्तर्गत विज्ञान के ग्रंथों के अंग्रेजी से हिन्दी में अनुवाद हुए। इस प्रक्रिया की अनिवार्यता और भी अधिक तब बढ़ गई जब भारत के स्वतंत्र होने के बाद संविधान की धारा 343 से लेकर 351 तक यह उपबंध किया गया कि राजभाषा के रूप में केन्द्र में हिन्दी मान्य होगी तथा जो राज्य हिन्दी को राजभाषा मानेंगे उनमें भी वही चलेगी। इसके अतिरिक्त केन्द्र और राज्यों के बीच पत्राचार के लिए भी हिन्दी को ही

मान्य माना गया। जिन राज्यों में अपनी-अपनी प्रादेशिक भाषाएँ चल रही हैं उनमें उन्हें राजभाषा घोषित किया गया। भारतीय भाषाओं में राजकाज, न्याय और विधायन कार्य चलने का यह श्रीगणेश था। इसके क्रम में यह आवश्यक हो गया कि ये तीनों कार्य जो पहले अंग्रेजी में किए जाते थे, अब हिन्दी और अन्य भारतीय भाषाओं में किए जाएँ। इसी के साथ तब तक अंग्रेजी में कानूनों, सरकारी नियमों और रिपोर्टों का अंग्रेजी से हिन्दी और प्रादेशिक भाषाओं में अनुवाद भी आवश्यक हुआ। इस क्रम में अनुवाद की बहुत बड़ी प्रक्रिया शुरू हुई।

1963 से 1967 में संसद ने राजभाषा अधिनियम तथा उसका संशोधन पारित किया जिनमें यह प्रावधान था कि जब तक हिन्दी को यह मान्यता प्राप्त न हो जाए कि वह सारे देश में केन्द्र और राज्यों के बीच एक राज्य और दूसरे राज्य के बीच पत्राचार की भाषा मान ली जाए (जो स्थिति आज अंग्रेजी के साथ है)। दूसरे शब्दों में जब तक हिन्दी सम्पर्क-भाषा न बन जाए तब तक केन्द्र सरकार दोनों भाषाओं में काम करती रहेगी अर्थात् हिन्दी भाषी राज्यों से हिन्दी में पत्राचार करेंगी, शेष से अंग्रेजी में। इसके अतिरिक्त बहुत सी महत्वपूर्ण सामग्री जो सारे राज्यों के लिए होती है या विदेशों के लिए भी होती है अंग्रेजी और हिन्दी दोनों भाषाओं में जारी होगी। संक्षेप में, भारत सरकार की यही भाषा नीति है। एक शब्द में कहा जाए तो इसे द्विभाषी स्थिति का नाम दिया जा सकता है। जब भी किसी देश में ऐसी द्विभाषी स्थिति आती है तो दोनों भाषाओं में परस्पर अनुवाद अनिवार्य हो जाता है। भारत में चूँकि इस समय अधिकांश मूल प्रारूपण अंग्रेजी में होता है इसलिए केन्द्र सरकार के (और अधिकांश राज्य सरकारों के) विधेयक, नियम, रिपोर्ट आदि मूलतः अंग्रेजी में बनते हैं, फिर उनका अनुवाद हिन्दी में किया जाता है। जिन राज्यों में अपनी-अपनी भाषाएँ राजभाषाएँ हैं वहाँ भी पहले अंग्रेजी में प्रारूपण होकर उनका अनुवाद उनकी भाषाओं में होता है क्योंकि अधिनियमों के लिए संविधान में यह प्रावधान है कि वे चाहे किसी भी भाषा में हों उनका अधिकृत अंग्रेजी अनुवाद अवश्य साथ में होगा। इस दृष्टि से भी उस अधिनियम को अंग्रेजी में जारी करना आवश्यक होता है। इसकी अनुपालना हेतु अधिकारी केन्द्र में अधिनियम (विधेयक) को मूलतः अंग्रेजी में ही बनाते हैं। हिन्दी भाषी राज्यों में भी सारी विधान सभाएँ जो कानून पास करती हैं वे हिन्दी और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में जारी होते हैं। इस कारण अनुवाद की कितनी बड़ी प्रक्रिया अनिवार्य हो जाती है, यह आसानी से समझा जा सकता है।

इस युग में अंग्रेजी से हिन्दी में अनुवाद करना इस देश की एक बहुत बड़ी आवश्यकता है। इसके कुछ उदाहरण तो दैनिक समाचारों के अनुवादों में देखे जा सकते हैं। जो अन्तर्राष्ट्रीय एजेन्सियाँ विश्व के सारे देशों में अंग्रेजी में समाचार भेजती हैं वे भारत में भी टेलीप्रिन्टर द्वारा अंग्रेजी में आते हैं। हिन्दी में उनका अनुवाद आवश्यक हो जाता है। इसके अतिरिक्त भारत की अखिल भारतीय स्वरूप की जो समाचार-एजेन्सियाँ हैं (जैसे प्रेस ट्रस्ट आफ इंडिया, यू. एन. आई. आदि) वे भी मूलतः अधिकांश समाचार अंग्रेजी में जारी करती हैं, क्योंकि वह सारे भारत में समझी जाती है। हिन्दी प्रान्तों में उसका हिन्दी अनुवाद करके अखबारों में दिया जाता है। इसी प्रकार वैज्ञानिक शोध लेख तथा अन्य स्तरीय ग्रंथ भी अधिकांश अंग्रेजी में ही छपते हैं जिनका हिन्दी अनुवाद बहुत बड़ी मात्रा में किया जाता है। इस विवरण से स्पष्ट होगा कि वर्तमान में अनुवाद का सबसे बड़ा काम अंग्रेजी से हिन्दी में हो रहा है। इसके फलस्वरूप आज के अनुवादक को एक तो इन दोनों भाषाओं का ज्ञान आवश्यक है, दूसरे अंग्रेजी से हिन्दी में प्रत्येक विषय की शब्दावली भी आवश्यक हो जाती है। शब्दावलियाँ तो भारत सरकार द्वारा प्रत्येक विषय की तैयार करा दी गई हैं जिनका विवरण दिया जा चुका है, साथ ही निजी प्रकाशकों ने भी बहुत सी शब्दावलियाँ प्रकाशित की हैं (सूची संलग्न)। आकाशवाणी ने अपने समाचारों के लिए अलग शब्दकोश तैयार किया है। इन सबसे अंग्रेजी से हिन्दी में अनुवाद की सुविधा उपलब्ध हो जाती है। अनुवाद का जो प्रशिक्षण केन्द्रीय हिन्दी प्रशिक्षण संस्थान, राजभाषा विभाग, भारत सरकार, नई दिल्ली में दिया जाता है वह भी प्रमुखतः अंग्रेजी से हिन्दी अनुवाद

करने का ही होता है। यह भी उल्लेखनीय है कि भारत में अनुवाद के अनेक संस्थान काम कर रहे हैं। इनमें अधिकांशतः अंग्रेजी से हिन्दी में ग्रंथों और सरकारी सामग्री का अनुवाद होता है। सारे हिन्दी भाषी राज्यों में हिन्दी ग्रंथ अकादमियां ग्रंथों का अंग्रेजी से हिन्दी में अनुवाद करती हैं। अन्य राज्यों में अंग्रेजी से उनकी प्रादेशिक भाषाओं में अनुवाद करने की अकादमियाँ कार्यरत हैं। सरकारी अनुवादों के लिए भी अनेक इकाइयाँ हैं। मैसूर में भारतीय भाषाओं के पारस्परिक अनुवाद हेतु एक संस्थान काम कर रहा है। इस प्रकार बहुत बड़ी मात्रा में अनुवाद का कार्य हो रहा है।

5.3 भाषा दक्षता

5.3.1 सूचना-जगत और हिन्दी

सूचना विस्फोट के इस युग में जनसंचार वायु और प्रकाश की तरह सभी के लिए अनिवार्य है। जनसंचार माध्यमों को बनाने का कार्य भाषा द्वारा सम्पन्न होता है। भाषा ही जनसंचार की रीढ़ की हड्डी है। भाषा और जनसंचार में अन्योन्याश्रय सम्बन्ध है। जनसंचार माध्यमों की विशेषताएँ एवं संभावनाएँ जिस भाषा में निहित हैं ऐसी भाषा ही उन्नत भाषा मानी जाती है। हिन्दी में जनसंचार माध्यमों का प्रयोग बहुत पहले से ही दिखाई देता है। हिन्दी में शिलालेखों के आधार पर संकेत मिलते हैं। आदिकाल के कवि अमीर खुसरो के हिंदवी में दिए अनेक संदेश प्राप्त हुए हैं। मध्य काल क संतो एवं भक्तों ने सांस्कृतिक जागरण के लिए अपनी वाणी के द्वारा विविध प्रकार के संदेश दिए हैं। मुगल बादशाहों ने भी प्रशासनिक कार्यों के लिए संचार माध्यमों का प्रयोग किया है। लेकिन हिन्दी में आधुनिक संचार माध्यमों का प्रयोग यूरोपीय संपर्क के बाद ही अधिक दिखाई देता है। सन 1826 में कलकत्ते से हिन्दी में पहले समाचारपत्र 'उदंड मार्टड' की शुरुआत ने एक नये युग का सूत्रपात किया। इस नये युग में पत्रकारिता, विज्ञापन एवं प्रचार-प्रसार के लिए हिन्दी भाषा का व्यापक प्रयोग किया जाने लगा। सन 1913 में हिन्दी में पहली फिल्म 'राजा हरिश्चंद्र' दादासाहेब फालके ने बनायी। हिन्दी भाषा का सही परिचय तभी मिला जब यह गुँगी फिल्म बोलने लगी। सन 1913 में 'आलम आरा' के प्रदर्शन के साथ ही भारतीय परिदृश्य में नयी क्रांति का उदय हुआ, जिसमें शब्द, दृश्य माध्यम आदि के रूप में हिन्दी ने अपनी क्षमता का परिचय दिया। बाद में आकाशवाणी, टेलीफोन, दूरदर्शन, संगणक, इंटरनेट, फैक्स, ई-मेल आदि विविध जन-संचार माध्यमों में हिन्दी अपनी क्षमता का परिचय दे रही है। जन संचार के माध्यमों ने ही हिन्दी ----- भू-भाग पर फैलाया है। ----- अन्तर्राष्ट्रीय रूप बनाने ----- बड़ा योगदान है।

संचार माध्यमों के कारण हिन्दी की संरचना पूरी तरह से बदल गयी है। इसका कारण यह है कि संचार माध्यमों की भाषा न तो सामान्य बोलचाल की हिन्दी है और न सर्जनात्मक स्तर पर उपयोग में आनेवाली काव्यभाषा है। संचार माध्यमों की भाषा प्रशासन में प्रयुक्त होने वाली राजभाषा भी नहीं होती है। संचार माध्यमों की हिन्दी अपने माध्यमों के प्रति ईमानदार होती है। यही कारण है कि संचार माध्यमों के आधार पर हिन्दी के नये-नये रूप बन रहे हैं। आकाशवाणी की हिन्दी पत्रकारिता की हिन्दी नहीं होती, विज्ञापन की हिन्दी दूरदर्शन की हिन्दी नहीं होती और संगणक की हिन्दी फिल्म की हिन्दी नहीं होती। माध्यमों के आधार पर हिन्दी ने अपने आपको विविध दृष्टियों से विकसित किया है। यही कारण है कि इक्कीसवीं शताब्दी में संचार माध्यमों के विविध रूपों में हिन्दी के विकास की अनेक संभावनाएँ दिखाई दे रही हैं। जन-संचार के विविध माध्यमों को प्रभावी रूप में अभिव्यक्त करने में हिन्दी ने अनेक कौशलों को प्राप्त किया है। लेकिन जनसंचार माध्यमों के विकास की गति अत्यंत तीव्र एवं व्यापक होने के कारण हिन्दी भाषा के सामने अनेक चुनौतियाँ खड़ी हैं।

अंग्रेजी के बिना विकास नहीं हो सकता, ऐसी धारणा प्रबल हो गयी है। अंग्रेजी के प्रति हमें अधिक मोह है। कोई भी संस्था या सरकार हिन्दी की दृष्टि से निष्पक्ष कार्य नहीं कर रही है। संचार के कई माध्यम देश में हैं, जिनमें हिन्दी के बदले अंग्रेजी को ही महत्व दिया जा रहा है। यहाँ यह ध्यान में रखना आवश्यक है कि जर्मन, जापान, चीन, अमेरिका आदि ने अंग्रेजी को नकार कर अपनी अपनी भाषा में अपने-अपने देशों की प्रगति हर क्षेत्र में कर ली है तो हम हिन्दुस्तानी क्यों नहीं कर सकते? वास्तविकता यह है कि संचार के लिए हिन्दी सबसे प्रभावी संचार माध्यम होनी चाहिए। संस्कृत की तुलना में हिन्दी आसान है। इसलिए हम दृढ़ संकल्प करें तो हिन्दी भाषा जनसंचार के विविध माध्यमों में सक्षमता के साथ प्रयुक्त कर सकते हैं।

आज जनसंचार माध्यमों में विदेशी शब्दों का प्रयोग अधिक हो रहा है। यह सही है कि आज कोई एक ही भाषा जानने वाला समाज नहीं रहा है। आज द्विभाषिकता एवं बहुभाषिकतावाला आज का समाज बनता जा रहा है। यह सत्य होते हुए भी जनसंचार माध्यमों में अंग्रेजी का प्रयोग इतना बढ़ गया है कि हिन्दी 'हिंग्लिश' हो गयी है। हिन्दी भाषा का रूप विकृत बनाया जा रहा है। इस कारण मानकीकरण की समस्या बढ़ती जा रही है। इसलिए संचार माध्यमों में प्रयुक्त हिन्दी भाषा को संशोधित करने के लिए अनुसंधान की आवश्यकता है। इसका कारण यह है कि इस देश में संप्रेषण का माध्यम हिन्दी ही हो सकती है। दूसरी बात यह है कि भारत के भविष्य को हिन्दी के भविष्य से अलग नहीं कर सकते हैं। इसलिए स्वाभिमान की चेतना को जगाना होगा, तभी हिन्दी का इंद्रधनुषी रंग खिलेगा।

आज मीडिया ही भाषा का निर्माण कर रहा है। इतना ही नहीं प्रौद्योगिकी सहायता से ही कोई भी भाषा फल-फूल सकती है। भारत में दरिद्रता, निरक्षरता, भाषिक विविधता तथा अंग्रेजी के प्रति अनावश्यक रुझान और सॉफ्टवेयर कंपनियों द्वारा हिन्दी की उपेक्षा के कारण शुरू शुरू में हिन्दी का सूचना एवं औद्योगिकी के क्षेत्र में अपेक्षित विकास नहीं हुआ। आज सूचना एवं औद्योगिकी के क्षेत्र में हिन्दी का प्रयोग दिन-ब-दिन बढ़ता जा रहा है। विभिन्न व्यवसायों, कार्यालयों, बैंकों, रेल, डाक, तार, विज्ञापन, आकाशवाणी, दूरदर्शन, टेलीप्रिंटर, फैक्स, कम्प्यूटर, इंटरनेट आदि अनेक क्षेत्रों में हिन्दी का व्यापक प्रयोग हो रहा है। अगर इसी गति के साथ विकास होता रहेगा, तो हिन्दी जनसंचार माध्यमों की दृष्टि से विश्व की सबसे प्रभावी भाषा होगी।

उदारीकरण एवं वैश्वीकरण के इस दौर में बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ जहाँ तेजी से पाँव पसार रही हैं और अंग्रेजी का वर्चस्व समझा जा रहा है, वही यदि गहराई से देखा जाए तो हिन्दी का दायरा भी विस्तृत होतः जा रहा है।

हिन्दी भाषा 1000 ई० के आस-पास जन्म लेकर विकसित होते होते इक्कीसवीं शताब्दी के प्रारम्भिक चरण में पहुँच चुकी है। इतिहास इस बात का साक्षी है कि जब भी परिवर्तन आया है। नई भाषाई संस्कृति और विचारधारा भी पनपी है। आदिकाल में हिन्दी भाषा अपभ्रंश के बहुत निकट थी, क्योंकि उसी से हिन्दी का उद्भव हुआ था। मध्य काल में राज दरबारों में फारसी का प्रयोग होने से हिन्दी पर फारसी का प्रभाव भी पड़ा। आधुनिक काल के आरम्भ में कचहरियों की भाषा उर्दू होने के कारण हिन्दी में उर्दू शब्दों का प्रयोग बढ़ गया, किन्तु स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद अंग्रेजी शब्दों का प्रचलन बढ़ता चला गया। आज उपभोक्तावादी संस्कृति और बाजारवाद का बोलबाला होने के कारण विश्व में पारस्परिक आदान-प्रदान और संपर्क के लिए नवीन भाषाई संस्कृति के विकास की संभावनाएँ बढ़ती जा रही हैं। सूचना प्रौद्योगिकि, ई-मेल और कम्प्यूटरीकरण के इस युग में हिन्दी की व्यापकता की संभावना को स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है।

इलैक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रिंट मीडिया, सिनेमा तथा चैनलों की चकाचौध ने हिन्दी को एक नया क्षेत्र प्रदान किया है। रेडियो, टीवी और फिल्मों जैसे जनसंचार माध्यमों ने एक अलग ढंग की हिन्दी विकसित की है। 80 के दशक के शुरुआत में ही मीडिया कम्पनियाँ टेलीविजन के क्षेत्र

में पदार्पण कर चुकी थी और आज हिन्दी के दर्जनों टीवी चैनल भी हिन्दी की तरफ बढ़ने लगे हैं। धर्म, दर्शन, आध्यात्म सहित बच्चों के लिए तरह-तरह के मनोरंजक व ज्ञानवर्धक कार्यक्रमों को डब करके ये हिन्दी में प्रसारित कर रहे हैं। हिन्दी फिल्मों देश में ही नहीं, विदेशों में भी बहुत पसंद की जाती है।

प्रिंट मीडिया तो इलैक्ट्रॉनिक मीडिया से भी आगे बढ़ता हुआ नजर आता है। देश के प्रमुख समाचारपत्र-पत्रिकाओं के आन-लाइन संस्करणों के कारण हिन्दी पत्रकारिता में संख्यात्मक एवं गुणात्मक दोनों दृष्टियों से वृद्धि हुई है। हिन्दी के बढ़ते स्वरूप को देखते हुए “इण्डिया टुडे” को हिन्दी संस्करण निकालने के लिए विवश होना पड़ा है। कंप्यूटर को लेकर भारत में जो अटकलें लगाई जाती थीं, वह अब समाप्त हो गई हैं। तभी तो इसकी लोकप्रियता इतनी बढ़ गई है कि माइक्रोसाफ्ट कम्पनी का हिन्दी संस्करण बाजार में लाना ही पड़ा। यद्यपि कंप्यूटर का विकास सर्वप्रथम रोमन लिपि से ही हुआ, किन्तु देवनागरी लिपि के प्रयोग का श्री गणेश होते ही बिल गेट्स को भी स्वीकार करना पड़ा कि कंप्यूटर प्रयोग में हिन्दी पूरी तरह सक्षम है। सर्वप्रथम भारतीय रिजर्व बैंक ने देवनागरी में ई-मेल भेजने की शुरुआत की।

1980 के बाद सूचना प्रौद्योगिकी के अन्तरिक्षव्यापी विकास ने सोच और चिन्तन में स्पंदन पैदा करते हुए साहित्य और कलाओं को भी प्रभावित किया है। सूचना तकनीकी कम्पनियों को यह आभास काफी पहले से ही हो चुका था कि यदि भारत में पाँव जमाना है तो हिन्दी भाषा की अनदेखा नहीं की जा सकती है। यही कारण है कि माइक्रोसाफ्ट कम्पनी ने साफ्टवेयर आफिस एक्स पी को पहले ही बाजार में उतार दिया था। वेब दुनियाँ का सूत्रपात भी इंटरनेट माध्यम पर हिन्दी के लिए एक सुदृढ़ मंच प्रदान करने के लिए ही हुआ। 23 सितम्बर 1999 को प्रारम्भ हुए विश्व के प्रथम हिन्दी पोर्टल ‘वेब दुनियाँ डाट काम’ (www.webdunia.com) पर अनेक चैनल एवं सुविधाएँ हैं। हिन्दी में ई-मेल के अतिरिक्त रोमांस, क्रिकेट, साहित्य, व्यापार के उतार-चढ़ाव आदि के सफल चैनल ‘वेब दुनिया’ पर हैं। अब तो इंटरनेट के साथ कई मोबाइल सैट कम्पनियाँ भी अपने सैटों पर हिन्दी में एस.एम.एस.की सुविधायें दे रही हैं। अब बाजार में कंप्यूटर जैसे विषय पर भी हिन्दी में पुस्तकें उपलब्ध हैं।

आज सूचना, संचार एवं इलैक्ट्रॉनिक मीडिया के चलते पूरे विश्व की दूरियाँ सिमट गई हैं। हिन्दी की दुनियाँ केवल अपने देश तक ही सीमित नहीं है, बल्कि विश्व स्तर तक फैल चुकी है। आज के वातावरण में हिन्दी का शोर चारों ओर सुनाई दे रहा है। जापान, कोरिया, चीन, रूस, इंग्लैंड, इटली, जर्मनी, फ्रांस, कनाडा, अमेरिका, मेक्सिको आदि अनेक देशों में हिन्दी भाषा और साहित्य पर शोधकार्य भी हो रहा है। मारिशस, फीजी, त्रिनिडाड, दक्षिणी अफ्रीका गुयाना तथा सूरीनाम तो ऐसे देश हैं जहाँ भारत मूल के हिन्दी प्रदेशों से ही गए लोग बसे हैं।

5.3.2 विज्ञापन एवं हिंग्रेजी

कई बार विज्ञापन विशेष का सहारा लेकर ही हम उस वस्तु को पहचानते हैं। व्यवसायिक कला के कारण आज के विज्ञापन उपभोक्ताओं को आकर्षित करने वाले होते हैं। इन विज्ञापनों में आम प्रचलित या विदेशी शब्दों का अधिक प्रयोग किया जाता है ताकि इन्हें समझने में आसानी रहे। हिन्दी विज्ञापनों में अंग्रेजी शब्दों के प्रयोग का कारण यही प्रतीत होता है। अनुमानतः विज्ञापनोपयुक्त शब्द के अनुवाद मिलते ही नहीं और यदि मिलते भी हैं तो वे सटीक नहीं होते अर्थात् विज्ञापन के सौन्दर्य के अनुकूल नहीं होते। मध्यमवर्गीय पाठक खिचड़ी भाषा बोलने का शौकीन होता जा रहा है, तो उच्च वर्गीय अंग्रेजी भाषा बोलने में ही अपनी शान समझता है। इसलिए विभिन्न कम्पनियों द्वारा इन दोनों वर्गों के लिए बनाए गये विज्ञापनों में अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग अधिक होता है। जैसे “Life हो तो ऐसी” “यही है Right Choice Baby” “I Love You रसना”, “दाँतों में दर्द है, नया Tooth Paste Try किया”, “Effect सही, Side Effect नहीं”, “Simplicity में अद्भुत शक्ति है, शुक्र है आज की भाग दौड़

5.3.3 जन माध्यम और हिन्दी

जन संचार के माध्यम के रूप में हिन्दी का प्रयोग कोई नयी बात नहीं है। अभिव्यक्ति की क्षमता पाते ही, जन-कथा एवं पुराण-कथा के रूप में हिन्दी जनसंचार का माध्यम बन गयी थी। मीडिया ने हिन्दुस्तान के स्वतंत्रता आन्दोलन को हिन्दी के माध्यम से चलाया था। जननेता हिन्दी की शक्ति को जानते थे, इसलिए जनसंचार के विभिन्न माध्यमों, यथा रंगमंच, प्रकाशन, प्रसारण, फिल्मों आदि के द्वारा जनसभा, संबोधन में हिन्दी का व्यापक प्रयोग कर विदेशी शासन के विरुद्ध सशक्त आन्दोलन चलाया गया था।

ज्ञान, अनुभव, संवेदना, विचार, अभिनव परिवर्तनों की साझेदारी ही संचार है। जनसंचार, साधारण जनता के लिए होता है, इससे संदेश तीव्रतम गति से गन्तव्य तक पहुँचता है, इसका रूप लिखित या मौखिक हो सकता है, इसके द्वारा जनसामान्य की प्रतिक्रिया का पता चल जाता है, एवं इसका प्रभाव गहरा होता है।

हिन्दी की संप्रेक्षण क्षमता अतुलनीय है। संप्रेक्षण हमारे वातावरण के साथ शारीरिक मानसिक और सामाजिक स्तर पर एक प्रकार की अन्तःक्रिया है। मीडिया के रूप में प्रचलन में एक है प्रिंट मीडिया, दूसरा है इलैक्ट्रॉनिक मीडिया। आजकल हिन्दी का प्रसार वैश्विक व्यावसायीकरण के कारण निरन्तर हर तरफ हो रहा है।

प्रिंट मीडिया में समाचारपत्र एवं पत्रिकाएँ आती हैं। स्वतंत्रता के बाद समाज में राजनैतिक जागृति, सामाजिक, धार्मिक, आपराधिक, आर्थिक, गतिविधियों एवं घटनाओं के प्रति जनसामान्य की जिज्ञासा में वृद्धि के कारण हिन्दी समाचारपत्रों के प्रसार संख्या में बड़ी वृद्धि हो रही है।

भारत में सबसे अधिक 20,589 समाचारपत्र हिन्दी में प्रकाशित होते हैं, जबकि अंग्रेजी में 7596 समाचारपत्र छपते हैं। सन 2001 में 2057 दैनिक पत्र हिन्दी में निकलते थे। प्रिंट मीडिया ने भारत के स्वतंत्रता आन्दोलन को, हिन्दी के माध्यम से गति प्रदान की थी। स्वतंत्रता के बाद हिन्दी को संपर्क भाषा एवं राजभाषा घोषित करने के कारण हिन्दी समाचारपत्र एवं पत्रिकाओं का निरन्तर प्रसार बढ़ता जा रहा है।

पत्रिकाओं ने समाज में साहित्यिक चेतना संप्रेक्षित की है। अधिकांश समाचारपत्रों में पृथक से साहित्यिक पृष्ठों के प्रकाशन द्वारा हिन्दी साहित्य की विभिन्न विधाओं में श्रेष्ठ रचनाओं का प्रकाशन किया जा रहा है। विदेशों में भी प्रमुख शहरों से हिन्दी की पत्रिकाएँ निरन्तर छपती हैं। नई दिल्ली के अमेरिकन दूतावास द्वारा हिन्दी में 'स्पैन पत्रिका' एवं ब्रिटिश आयोग द्वारा 'ब्रिटिश समीक्षा' पत्रिका छपती है।

इलैक्ट्रॉनिक मीडिया में आकाशवाणी, दूरदर्शन एवं इंटरनेट पर भी हिन्दी का वर्चस्व बढ़ता जा रहा है। हिन्दी का आज कल प्रयोजनमूलक रूप में निरन्तर विकास हो रहा है। 1926 से रेडियो का भारत में प्रसारण शुरू किया गया। यह पहले गैर सरकारी संस्था के पास था। 1930 से इसे भारत सरकार ने अपने अधीन कर लिया। रेडियो द्वारा हिन्दी के समाचारों का प्रसारण होता है, 1941 से हिन्दी प्रसार के लिए अहिन्दी भाषी केन्द्रों से हिन्दी प्रसिक्षण के कार्यक्रम शुरू किये गये। अब कई केन्द्रों से हिन्दी के व्यावहारिक प्रयोग का ज्ञान बढ़ाने के लिए हिन्दी के पाठ निरन्तर प्रसारित किये जाते हैं। रेडियो नाटक लेखन बीसवीं सदी में एक सशक्त साहित्य विधा के रूप में उभरा है। अनेक प्रशिक्षित साहित्यकारों ने इसमें महत्वपूर्ण योगदान दिया है इनमें। मंटो, किशन चन्दर, राजेन्द्र सिंह वेदी, करतार सिंह दुग्गल प्रमुख हैं। आकाशवाणी केन्द्रों में निरन्तर हिन्दी में वार्ताएँ भी प्रसारित की जाती हैं। कवि सम्मेलनों का भी आयोजन किया जाता है।

आकाशवाणी की देश के 95% जनसंख्या तक पहुँच है एवं इसके 'विविध भारती' एवं 'एफ.एम.चैनल' पर चित्रपट संगीत हिन्दी के प्रसार में अपूर्व योगदान कर रहे हैं। भारत में दूरदर्शन का प्रादुर्भाव सत्तर के दशक से हुआ। इसे सूचना देने, ज्ञान का प्रसार करने एवं मनोरंजन का साधन मानकर बढ़ावा दिया गया। दूरदर्शन के विभिन्न केन्द्रों द्वारा भी हिन्दी में पर्याप्त मात्रा में कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं।

5.3.4 भाषा में विसंगति

सम्प्रति समाचारपत्र जगत एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में प्रयुक्त भाषाओं में पर्याप्त विसंगति दृष्टिगत हो रही है। प्रो०सूर्य प्रसाद दीक्षित ने 'हड़बड़िया-लेखन के चक्कर में हिन्दी भाषा की स्थिति' पर लिखा है कि -

यह भी विचारणीय है कि जनसंचार माध्यमों से जुड़े हड़बड़िया-लेखन में भाषा-संस्कार कैसे किया जाये? 'लीड़' लेने के चक्कर में आज के अखबारों के पास भाषा को माँजने का समय नहीं है। पत्रकारिता और खोजी पत्रकारिता के दबाववश अधिकतर संवाद सूत्र बौद्धिक 'डान' बन गये हैं। वे स्कैडल तो निकाल लाते हैं, किन्तु 'डेस्क' पर बैठकर अच्छी भाषा नहीं बना पाते, इसलिये हिन्दी के बड़े से बड़े दैनिक समाचारपत्र में भाषिक भूलों की भरमार दिखाई देती है। ये भाषिक त्रुटियाँ मुख्यतः छः प्रकार की लक्षित की जा रही हैं -

1. वर्तनी की त्रुटियाँ

इन दिनों अखबारों ने बिन्दु, चन्द्रबिन्दु तथा ह्रस्व-दीर्घ मात्राओं का अन्तर प्रायः समाप्त कर दिया है। विसर्ग और अनुस्वार की सतर्कता भी वे नहीं बरतते। 'अहम' बात लिखते हुए उनका 'म' हलन्त हो जाता है। अर्धाक्षरों के प्रयोग में ऐसी चूक होती रहती है। इसी प्रकार स, श, रेफ, ट, ड, ङ, ञ, त्र, क्ष आदि से संबंधित त्रुटियाँ बहुत बड़ी संख्या में पायी जाती हैं।

2 वाक्य रचना की त्रुटियाँ

यह गड़बड़ी भी हड़बड़ी के कारण होती है। किसी वाक्य के पद अन्वय के सही न होने से प्रायः अर्थ में अनर्थ हो जाता है, जैसे- "तृणमूल की सरकार में शामिल होने की।" यहाँ मूल कथ्य है, केन्द्र सरकार में तृणमूल के सम्मिलित होने का। ऐसे पचासों दूषित प्रयोग प्रतिदिन अखबारों में मिल जायेंगे। कुछ प्रयोग प्रमाद या पूर्व चिन्तन न करने के कारण त्रुटित हो जाते हैं, जैसे "आरोप यह भी लगाये गये" शुद्ध वाक्य होगा 'आरोप ये भी किये गये।' इसी प्रकार दुर्घटना में "पाँच लोग मारे गये" का शुद्ध रूप होगा - "मर गये"। "कीमती सामान चोरी कर लिया" का शुद्ध रूप है- 'सामान की चोरी हो गयी।' उनको 'चुनाव लड़ाये जाने की माँग की है, इसका शुद्ध रूप है- 'उनके चुनाव लड़ने की माँग की गयी है।' चन्देल चुनाव जीते हैं - का शुद्ध वाक्य है - चन्देल ने चुनाव जीता या जीते हैं।'

- 3 कुछ वाक्य सन्धि, समास की त्रुटियों के कारण अटपटे हो जाते हैं, जैसे "मुसलमान बाहुल्य क्षेत्र में" - इसका सही रूप होगा- 'मुसलमान बहुल क्षेत्र में।
- 4 कभी-कभी अंग्रेजी की नकल में अखबारी हिन्दी बिगड़ जाती है। जैसे- "गलत संदेश जायेगा", "उसने नयी जमीन तोड़ी" ये अंग्रेजी के भोंड़ें अनुवाद हैं।
- 5 अखबारों ने हिन्दी को बहुत नये-नये शब्द दिये हैं जैसे- फौरी तौर, धता बताकर, भितरघात, पलटवार, बन्द, घेराव, धड़े, सुश्री, सर्वश्री आदि। कुछ निरर्थक शब्द भी, अखबारों ने गढ़ डाले हैं, जैसे- किरकिरी की तर्ज पर 'हारा-किरी।' उद्यम की जगह 'उद्यमीयता', कुबूल से 'कुबूलियत' सतत से 'सततता' आदि।
- 6 इधर उर्दू शब्दों का प्रचलन औसत से बहुत ज्यादा बढ़ गया है। ध्यान देने योग्य हैं - "गौर तलब," - 'तकरीबन,' 'छुपाने की जगह', 'वो', "क्यूँ" का प्रयोग

करना तर्कसंगत कदापि नहीं है। ऐसे प्रत्येक शब्द का प्रयोग करते हुए यह सोचना चाहिए कि जो शब्द एक करोड़ प्रतियों में छप जायेगा और कई दिनों तक करोड़ों-करोड़ों पाठक जिसे पढ़ेंगे, एक दिन वह भ्रष्ट भाषा ही शुद्ध हिन्दी मान ली जायेगी। यही स्थिति रेडियो से प्रसारित हिन्दी कार्यक्रमों के उच्चारण की है। टीवीचैनलों में भाषागत दोषों के तीन रूप दिखते हैं -

1. 'वाटम लाइन' में लिखे जाने वाले शब्दों की गलत वर्तनी।
2. दूषित उच्चारण,
3. अनावश्यक रूप से रोमनलिपि में दिये गये कैप्शन। इन तीनों माध्यमों में भाषा के सुधार - संस्कार हेतु भाषाविदों से परामर्श लेना अब अपेक्षित ही नहीं, अनिवार्य कर दिया जाना चाहिये। खम्भात के स्थान पर कैम्बे, बलसाड के स्थान पर बुलसार तथा बारामूला के स्थान पर बड़ा मूल्ला कहना या मुद्रित करना पत्रकारिता के लिए चिन्तनीय है।

5.3.5 वर्तनी की समस्या

एक ही समाचारपत्र में एक ही दिन एक ही व्यक्तिवाचक संज्ञा को विभिन्न रूपों में प्रस्तुत किया जा रहा है -

गौहाटी	गुवाहाटी
गावस्कर	गवास्कर
गोर्वाचोव	गोर्वाचौफ, गोर्वाच्योव
बंगलोर	बैंगलूर
पीकिंग	वीजिंग, पीचिंग, पेई-चिंग, पेकिंग
इंदर कुमार गुजराल	इन्द्र कुमार गुजराल
राजिंदर कौर	राजेन्द्र कौर
प्रतापचन्द्र	प्रतापचन्द्र

उपर्युक्त व्यक्तिवाचक संज्ञाओं में एकरूपता की आवश्यकता है।

अंग्रेजी की रोमनलिपि के चलते हिन्दी के अखबारों में 'मिश्र' (मिश्रा), अशोक (अशोका), श्रीवास्तव (श्रीवास्तवा) रूप दृष्टिगत होता है जिसे शुद्ध रूप में लिखा जाना चाहिए।

हिन्दी पत्रकारिता की भाषा में सबसे बड़ी समस्या वर्तनी को लेकर ही है। इस सम्बन्ध में कोई एकरूपता नहीं है। विसर्ग, अनुस्वार, विभक्तियाँ, नुक्ते आदि का इस्तेमाल अलग-अलग रूपों में होता है क्योंकि कोई ऐसा नियम नहीं बताया गया है जिसका पालन सभी समाचारपत्र करें। दुख शब्द को ही लें। कुछ लोग इसे 'दुःख' और कुछ 'दुक्ख' लिखते हैं। 'सिख' को कहीं-कहीं 'सिक्ख' लिखा जाता है। हिन्दी में नुक्ते का इस्तेमाल लगभग समाप्तप्राय है लेकिन कुछ लोग अभी भी लगाते हैं और वह भी मनमाने तौर पर। मां शब्द में कहीं अनुस्वार का प्रयोग होता है और कहीं चंद्रबिन्दु का। कार्यकर्ता में कहीं 'त्त' का इस्तेमाल होता है और संबंध को 'सम्बन्ध' लिखा जाता है।

उपर्युक्त विसंगतियों पर नियंत्रण हेतु पराङ्करजी, अज्ञेय, प्रभाष जोशी ने क्रमशः 'आज', 'दिनमान' तथा 'जनसत्ता' के माध्यम से वर्तनी के मानक स्थिर किए जिसका कुछ अंश उद्धृत है -

1. विभक्तियाँ सर्वनाम के साथ लिखी जाँवें - यथा: मैंने, हमने, तुमने, उसका, उसके, किसके, जिससे, उससे।

2. क्रियापद 'कर' मूल क्रिया से मिलाकर लिखें - यथा; जाकर, जमकर, हंसकर, मारकर, पीटकर, उठकर।

3. चन्द्रबिन्दु के स्थान पर अनुस्वार का ही प्रयोग किया जाये - यथा, हंसना, मां, पहुंचना।

4. अनुस्वार का प्रयोग - संबंध, अंत, वीरेंद्र (सम्बन्ध, अन्त, वीरेन्द्र न लिख जाए)। ईसान, इंकार उर्दू शब्दों में 'न' की जगह अनुस्वार ही यथेष्ट है।

अपवाद - अन्य, साम्य, सम्मान, इन्फा

5. 'त्त' का उपयोग - 1. कार्यकर्ता, परिवर्तन, महत्त्वपूर्ण, नेतृत्व आदि शब्दों में एक ही 'त' रहेगा। 2. इयत्ता, महत्ता, उत्तर जैसे शब्दों में 'त्त' ही लिखा जायेगा।

6. उर्दू और अंग्रेजी के शब्दों में नुक्ते का इस्तेमाल न किया जाये - यथा : अंग्रेजी, जहर, फिलहाल, सिर्फ, गजल।

अपवाद - 1. जहाँ केवल एक नुक्ते के कारण अर्थ बदलता हो सिर्फ वहीं नुक्ता लगायें, यथा - जलील और ज़लील।

(2) यदि कहीं अरबी-फारसी का उद्धरण शेर या वाक्य-विशेष आता है तो शत-प्रतिशत आश्वस्त होने पर नुक्ते का इस्तेमाल किया जा सकता है।

7. हाइफन का बहुत सीमित प्रयोग हो - 1. द्वंद्व समास में : राम-लक्ष्मण, माँ-बाप, भाई-बहन (2) उपमा में : चांद-सा मुखड़ा। झील-सी, गहरी आँखें।

8. क्रिया पदों में 'ये', 'या', 'यी' और 'ए', 'ई' का प्रयोग - जिस क्रिया का रूप लिंग भेद के कारण बदले वहाँ या यी ये का प्रयोग होगा। जैसे - राम गया, सीता गयी, वे गये (स्त्रियों के लिए हो तो वे गयीं)।

9. आज्ञा बोधक वाक्यों में - जाइए, खाइए, पीजिए, बैठिए, अथवा मंगाएं, बुलाएं, पहुँचाएं।

10. क्रिया जब संज्ञा रूप में प्रस्तुत हो तो 'ई' लिखें, यथा : सिलाई खराब है, पढ़ाई-लिखाई चौपट हो गयी, मेरी पढ़ाई चल रही है। लेकिन किताब पढ़ायी गई, नकल करायी गयी लिखा जाए।

11. संस्कृत के शब्दों में जहाँ 'यी' का उपयोग होता है वहाँ 'ई' का इस्तेमाल उचित नहीं। यथा : स्थायी, अनुयायी।

12. आदर सूचक 'वे' - वे (इंदिरा गांधी) अमेरिका गयी थीं।

13. उद्धरण चिह्न - बड़े संवाद : दोहरा उद्धरण चिह्न, वाक्यांशों और छोटे उद्धरणों के लिए एकल उद्धरण चिह्न यथेष्ट है।

14. व्यक्तियों और प्रदेशों के नाम - 1. नाम के प्रथम दो पद एक साथ लिखें, तीसरा जाति सूचक पद अलग लिखें। यथा : चरणसिंह, हेमवतीनन्दन बहुगुणा, विश्वनाथप्रताप सिंह।

2. यथासंभव पूरा नाम लिखें - भैरवदत्त पांडे, न कि वी०डी० पांडे।

15. प्रदेशों के नाम मिलाकर - उत्तरप्रदेश, मध्यप्रदेश, अरुणाचलप्रदेश, आंध्रप्रदेश, हिमाचलप्रदेश।

हिन्दी पत्रकारिता-जगत में उपर्युक्त सुझाव सर्वमान्य नहीं हुए। 'मुंडे-मुंडे मतिभिन्ना' के अनुरूप हिन्दी वर्तनी जगत में अव्यवस्था है। संस्थाओं, व्यक्तियों एवं सरकारों द्वारा 'एक रूपता की बात दोहरायी जा रही है। आशा है निकट भविष्य में हिन्दी शब्दों की वर्तनी में एकरूपता स्थापित हो जाएगी।

5.6 सारांश

पूरी दुनिया से अपने को जोड़ने के लिए अनुवाद ही एकमात्र सहारा है। क्षेत्रीय बोली, प्रान्तीय और राष्ट्रीय भाषा के साथ जब तक हम अन्य विदेशी भाषाओं से सुपरिचित नहीं होंगे, सदैव संकुचित ही बने रहेंगे। मानव सभी भाषाओं में दक्षता प्राप्त नहीं कर सकता। उसे अनुवादक का सहारा लेना ही पड़ता है।

सम्प्रति संचार माध्यमों में हिन्दी का बोलबाला है। अपनी सहजता, सरलता के कारण यह राष्ट्रभाषा अब जन-जन की भाषा सम्पर्क भाषा बन रही है। कहीं-कहीं रुकावटे हैं लेकिन उन्हें दूर किया जा रहा है। भाषा की विसंगति, वर्तनी की समस्याओं पर हम सभी को ध्यान देना होगा।

5.7 शब्दावली

भाषा	:	ध्वन्यात्मक प्रतीकों की व्यवस्था
संक्षिप्ति	:	संक्षेप, प्रेसी
अनुवाद	:	एक भाषा से दूसरी भाषा में सामग्री ले जाना।

5.8 संदर्भ ग्रंथ

जनसंचार और हिन्दी पत्रकारिता	:	डॉ० अर्जुन तिवारी
सम्पूर्ण पत्रकारिता	:	डॉ० अर्जुन तिवारी
भाषा विज्ञान	:	डॉ० भोला नाथ तिवारी

5.9 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. अनुवाद का शाब्दिक अर्थ क्या है?
2. भाषा किसे कहते हैं?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. अनुवाद के महत्त्व पर प्रकाश डालिए
2. आधुनिक जनसंचार माध्यमों में हिन्दी की स्थिति को स्पष्ट कीजिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. 'आवृत्तिरनुवादः' कथन है -

(क) भर्तृहरि का	(ख) कालिदास का
(ग) महर्षि बाल्मीकि का	(घ) किसी का भी नहीं
2. दूरदर्शन का पर्याय है -

(क) टेलीविजन	(ख) डिस्टेंस विजन
(ग) दूरद्रष्टा	(घ) इनमें कोई नहीं

1. (क)
2. (घ)



NOTES