

समाचार संकलन एवं प्रसारण तकनीकी

(News Compilation and Broadcasting
Technology)

टिवंकल जैन

समाचार संकलन एवं प्रसारण

तकनीकी

समाचार संकलन एवं प्रसारण तकनीकी

(News Compilation and Broadcasting Technology)

टिवंकल जैन

भाषा प्रकाशन
नई दिल्ली - 110002

© प्रकाशक

I.S.B.N. : 978-81-323-6229-6

प्रथम संस्करण : 2022

भाषा प्रकाशन

22, प्रकाशदीप बिल्डिंग, अंसारी रोड,
दरियागंज, नई दिल्ली – 110002
द्वारा वर्ल्ड टेक्नोलॉजीज नई दिल्ली के सहयोग से प्रकाशित

प्रस्तावना

बड़े समाचार पत्रों, आकाशवाणी और दूरदर्शन के लिए समाचारों का संकलन और आयोजन कोई एक व्यक्ति या संवाददाता नहीं करता, बल्कि इस काम में पूरा समाचार संकलन अनुभाग या समाचार एकांश (News Unit) जुड़ा रहता है। समाचार संपादक या मुख्य संवाददाता की मेज पर या समाचार एकांश में समाचारों, प्रेस रिलीज, वक्तव्यों, भाषणों आदि अनेक चीजों का ढेर सा लगा रहता है। इस ढेर से छाटकर समाचारों को प्रकाशन योग्य बनाना है। किंतु उन समाचारों में दी गई सूचनाएं कई बार पर्याप्त नहीं होतीं या पुष्ट नहीं हुआ करती। ऐसे में समाचार प्रभाग को सर्वाधिक ध्यान समाचार स्रोतों पर देना होता है। इसके पश्चात उसकी विश्वसनीयता और प्रमाणिकता की जांच होती है, तदुपरांत फिर यह निर्णय लिया जाता है कि समाचार प्रकाशन या प्रसारण योग्य है अथवा नहीं।

प्राचीन काल से ही पत्रकारिता ने सूचनाओं को यहां से वहां पहुँचाने के लिए संदेशवाहकों, तोतों व घुड़सवारों की मदद लेने, सार्वजनिक स्थानों पर संदेश लिखने जैसे तमाम तरह के तरीकों, विधियों और माध्यमों को खोजा और विकसित किया। पत्र के जरिये समाचार प्राप्त करना भी एक पुराना माध्यम है, जो लिपि और डाक व्यवस्था के विकसित होने के बाद अस्तित्व में आया और आज भी प्रयोग किया जाता है। समाचार पत्र रेडियो टेलीविजन, मोबाइल फोन व इंटरनेट समाचार प्राप्ति के आधुनिकतम संचार माध्यम हैं, जो छपाई, रेडियो व टेलीविजन जैसी वैज्ञानिक खोजों के बाद अस्तित्व में आए हैं।

समाचारों के संपादन में तथ्यप्रक्रिया, वस्तुप्रक्रिया, निष्पक्षता और संतुलन जैसे सिद्धांतों का ध्यान रखना पड़ता है। इन सिद्धांतों का ध्यान रखकर ही

पत्रकारिता अपनी विश्वसनीयता अर्जित करती है, लेकिन पत्रकारिता का संबंध केवल समाचारों से ही नहीं है। उसमें संपादकीय, लेख, कार्टून और फोटो भी प्रकाशित होते हैं। पत्रकारिता कई प्रकार की होती है। जिनमें खोजपरक पत्रकारिता, वॉचडॉग पत्रकारिता और एडवोकेसी पत्रकारिता प्रमुख हैं।

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

—लेखिका

अनुक्रम

प्रस्तावना	v
1. समाचार संकलन : परिचय	1
समाचार संकलन की प्रक्रिया	2
2. समाचार की परिभाषा एवं स्रोत	10
पाठक वर्ग के आकार पर	13
भारतीय चिन्तन	16
व्याख्यात्मक समाचार	19
समाचार लेखन की शैली	20
सीधे पिरामिड	20
अस्पताल व अन्य सार्वजनिक स्थान	22
समाचार संरचना	23
समाचार बनने योग्य तत्व	25
तथ्यात्मकता	26
सामयिकता	27
प्रभाव	28
नीतिगत ढांचा	29
अनोखापन	30
मुखड़ा या इंट्रो या लीड	31
बाड़ी	32
निष्कर्ष या समापन	32

3. समाचार के प्रकार	35
प्रकाशन स्थान के आधार पर	36
अन्य समाचार	44
घटना के महत्व के आधार पर	45
व्यापी समाचार	46
सम्पादन के लिये प्रस्तुत समाचार के आधार पर	47
परिवर्तनशील समाचार	47
बड़े अथवा व्यापी समाचार	48
सीधे समाचार	48
4. समाचार एजेंसी का उद्भव एवं विकास	49
विश्व की प्रमुख समाचार एजेंसियाँ	50
यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल	51
भारत की प्रमुख समाचार एजेंसियाँ	53
यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया (यू.एन.आई.)	53
यूनीवार्टा	54
इण्डिया एब्रोड न्यूज सर्विस (आई.ए.एन.एस.)	54
5. समाचार और संवाददाता	55
बात का वजन	60
विवाद	61
विषमता	61
नूतनता	62
आत्मीयता	62
उपयोगिता	63
विचित्रता	63
सुरुचिपूर्णता	63
परिवर्तनशीलता	64
महत्वशीलता	64
भिन्नता	64
संक्षिप्तता	64
समीक्षात्मकता	65
अंत में	65

6.	संवाददाता के कार्य एवं महत्व	67
	रिपोर्टर का महत्व	73
	रिपोर्टर के कुछ महत्वपूर्ण दायित्व	77
	संवाददाता के कार्य	77
	संप्रेषणीयता	81
	श्रोता बनाने में समस्याएँ	84
	समाचार संकलन के लिए श्रोता की उपयोगिता	85
	श्रोता को प्रशिक्षित क्यों करें	86
7.	पत्रकारिता के आधार	87
	रेडियो पत्रकारिता	90
	सोशल मीडिया	92
	दो सिविलाइजेशन में बाट रहा है सोशल मीडिया	93
	समाज पर पड़ रहा नकारात्मक प्रभाव	93
	वेब पत्रकारिता	94
	विज्ञापन और पत्रकारिता	96
	हिंदी के प्रमुख पत्रकार	99
	स्वतंत्रता पूर्व हिंदी के प्रमुख पत्रकार	101
	पत्रकारिता की अन्य प्रासारिताएँ	102
	संपादक के नाम पत्र	103
	कार्टून कोना	103
8.	समाचार का संपादन	104
	संपादन कला का इतिहास	104
	संपादन कला का वर्तमान	107
	समाचार लेखन के सूत्र	108
	श्रेष्ठ समाचार लेखन की विशेषताएँ	109
	संपादक	111
	समाचार चयन और प्रस्तुति से बेहतर बनता अखबार	112
	संपादन-कार्य	114
	समाचार का शीर्षक लेखन	115
	आमुख या इंट्रो या लीड	116
	फीचर लेखन	118

फीचर लेखन के तत्व	119
साक्षात्कार के प्रकार	122
साक्षात्कार के समय सावधानियाँ	125
9. समाचार पत्र का इतिहास	127
बीसवीं सदी व वर्तमान परिप्रेक्ष्य	131
10. समाचार पत्रों का विकास	136
संपादन की प्रक्रिया	140
समाचार संपादन के तत्व	141
समाचार-सम्पादक की आवश्यकताएँ	143
समाचार के स्रोत	144
सम्पादन व सम्पादकीय विभाग	145
संपादन के सिद्धांत	149
स्रोत	152
समाचार पत्र का महत्व, उपयोगिता व लाभ	154
समाचार पत्रों की कमियाँ	156
11. आकाशवाणी द्वारा समाचार प्रसारण	159
रेडियो का उद्भव एवं विकास	162
आकाशवाणी	164
स्वतंत्रता के बाद ए.आई.आर.	165
1990 के दशक के अंतिम वर्षों में ए.आई.आर. की स्थिति	166
ऑल इंडिया रेडियो की सेवाएं	169
क्षेत्रीय सेवाएं	172
आकाशवाणी (रेडियो) समाचार-लेखन की प्रक्रिया	174
12. दूरदर्शन द्वारा समाचार प्रसारण	177
सेटेलाइट टेलीविजन चैनल्स एवं केबल प्रसारण	182
दूरदर्शन का भारतीय स्वरूप	183
टेलीविजन का स्वामित्व और नियंत्रण	188
प्रसार भारती विधेयक (1990)	189
प्रसारण विधेयक (1997)	190
टेलीविजन समाचारों में मुहावरे एवं अलंकार	197

13. समाचार प्रसारण संबंधी कानून	203
मीडिया और मीडिया विधि का इतिहास	204
प्रेस की आजादी	213
मीडिया विनियमन	214
नेट न्यूट्रॉलिटी (तटस्थता, निरपेक्षता) से संबंधित कानून	219
अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता	221
बृहद-सिद्धांतों का विकास	223
निजता का अधिकार बनाम लोकप्रिय व्यक्ति	227

1

समाचार संकलन : परिचय

कोई भी व्यक्ति स्वाभाविक रूप से पूछ सकता है कि समाचार पत्र के लिए खबरें कहाँ से एकत्र हो जाती हैं? उसके संवाददाता खबरों को कहाँ से और किस तरह प्राप्त कर लेते हैं? इसका बड़ा सीधा और सटीक उत्तर यह है- यदि समाचार विवेक हो तथा उन्हें संकलित करने की योग्यता या क्षमता हो तो समाचारों के अनगिनत श्रोता है।

इस संबंध में स्मरण योग्य बात है कि रिपोर्टर (संवाददाता, प्रतिनिधि, उप-संपादक) का परिश्रम, उनकी सूझ-बूझ, समाचार सूचने, खोजने और समाचार का पीछा करने की प्रवृत्ति द्वारा विभिन्न श्रोतों तथा माध्यमों से सर्वसामान्य के लिए ज्ञातव्य विभिन्न सूचनाओं, तथ्यों, घटनाओं के विवरणों, भाषणों आदि में व्यक्त विचारों इत्यादि का विधिवत संग्रह (समाचार कथा के रूप में प्रकाशित करना) समाचार संकलन कहलाता है।

कई बार कोई संवाददाता समाचार की खोज में मारा-मारा फिरता है, फिर भी उसे कोई समाचार हाथ नहीं आता, जबकि कई बार अनायास ही राह चलते उसे कोई महत्वपूर्ण समाचार हस्तगत हो जाता है, परंतु यह निर्भर करता है कि आपके आँख, कान और नाक कितने सचेत और अनुभवी हैं।

बड़े समाचार पत्रों, आकाशवाणी और दूरदर्शन के लिए समाचारों का संकलन और आयोजन कोई एक व्यक्ति या संवाददाता नहीं करता। इस काम में पूरा समाचार संकलन अनुभाग या समाचार एकांश (News Unit) जुड़ा रहता है। समाचार संपादक या मुख्य संवाददाता की मेज पर या समाचार एकांश में समाचारों, प्रेस रिलीज, वक्तव्यों, भाषणों आदि अनेक चीजों का ढेर सा लगा रहता

है। इस ढेर से छांटकर समाचारों को प्रकाशन में योग्य बनाना। किंतु कई बार उन समाचारों में दी गई सूचनाएं कई बार पर्याप्त नहीं होती/पुष्ट नहीं हुआ करती। ऐसे में समाचार प्रभाग को सर्वाधिक ध्यान समाचार श्रोतों देना होता है। इसके पश्चात उसकी विश्वसनीयता और प्रमाणिकता की जांच होती है, तदुपरांत फिर यह निर्णय लिया जाता है कि समाचार प्रकाशन या प्रसारण योग्य है अथवा नहीं।

प्राचीन काल से ही उसने सूचनाओं को यहां से वहां पहुँचाने के लिए संदेशवाहकों, तोतों व घुड़सवारों की मदद लेने, सार्वजनिक स्थानों पर संदेश लिखने जैसे तमाम तरह के तरीकों, विधियों और माध्यमों को खोजा और विकसित किया। पत्र के जरिये समाचार प्राप्त करना भी एक पुराना माध्यम है, जो लिपि और डाक व्यवस्था के विकसित होने के बाद अस्तित्व में आया, और आज भी प्रयोग किया जाता है। समाचार पत्र रेडियो टेलीविजन, मोबाइल फोन व इंटरनेट समाचार प्राप्ति के आधुनिकतम संचार माध्यम हैं, जो छापाई, रेडियो व टेलीविजन जैसी वैज्ञानिक खोजों के बाद अस्तित्व में आए हैं।

समाचारों के संपादन में तथ्यपरकता, वस्तुपरकता, निष्पक्षता और संतुलन जैसे सिद्धांतों का ध्यान रखना पड़ता है। इन सिद्धांतों का ध्यान रखकर ही पत्रकारिता अपनी विश्वसनीयता अर्जित करती है, लेकिन पत्रकारिता का संबंध केवल समाचारों से ही नहीं है। उसमें संपादकीय, लेख, कार्टून और फोटो भी प्रकाशित होते हैं। पत्रकारिता वे कई प्रकार हैं। उनमें खोजप्रक पत्रकारिता, वॉचडॉग पत्रकारिता और एडवोकेसी पत्रकारिता प्रमुख हैं।

हम हर दिन समाचार पत्र पढ़ते हैं या टेलीविजन और रेडियो पर समाचार सुनते हैं या फिर इंटरनेटपर समाचार देखते और पढ़ते हैं। इन विभिन्न समाचार माध्यमों के जरिये दुनियाभर के समाचार हमारे घरों में पहुँचते हैं। समाचार संगठनों में काम करने वाले पत्रकार देश-दुनिया में घटने वाली घटनाओं को समाचार के रूप में परिवर्तित करके हम तक पहुँचाते हैं। इसके लिए वे रोज़ सूचनाओं का संकलन करते हैं और उन्हें समाचार के प्रारूप में ढालकर प्रस्तुत करते हैं। इस पूरी प्रक्रिया को ही पत्रकारिता कहते हैं।

समाचार संकलन की प्रक्रिया

समाचार संकलन की प्रक्रिया वास्तव में स्ट्रिंगर की जिम्मेवारी महानगर के एक सामान्य पत्रकार से अधिक होती है। स्ट्रिंगर का सामाजिक सरोकार भी अपेक्षाकृत अधिक होता है। पंचायत, गांव या मुहल्ले का स्थाई नागरिक होने के

कारण आस-पास के लोगों के साथ उसके संबंध संवेदनशील होते हैं। ऐसा होना उनके लिए स्वाभाविक है। इसका लाभ भी उन्हें आए दिन कवरेज के दौरान भी मिलता है। जब तक उसके सामाजिक सरोकार अच्छे नहीं रहेंगे, तब तक वह अपने इलाके में आंचलिक पत्रकार की भूमिका का निर्वहन सही तरीके से नहीं कर पाएगा। वह हमेशा अपने को चारों ओर की घटनाओं से धिरा हुआ पाता है। कभी-कभी तो वह स्वयं स्थानीय परेशानियों को लेकर किए जा रहे आंदोलनों और प्रदर्शनों का नेतृत्वकर्ता भी बन जाता है, क्योंकि उसे भी वही सामाजिक परिवेश का सामना करना पड़ता है। यहां वह एक साथ कई भूमिकाओं का निर्वहन कर रहा होता है। यहां वह कभी पत्रकार की भूमिका में होता है, तो कभी हस्तक्षेपकर्ता के रूप में। कभी वह खुद पक्षकार बन जाता है। ऐसी स्थिति में वह एक तटस्थ पत्रकार नहीं रह जाता।

हालांकि ऐसा वह किसी सोची-समझी रणनीति के तहत नहीं करता। स्थानीय जागरूक नागरिक होने के दायित्व के कारण वह ऐसा करता है। ये तमाम बातें, मानव स्वभाव को दर्शाती है। स्ट्रिंगरों की कार्यप्रणाली के अध्ययन से पता चलता है कि एक समय था, जब ग्रामीण अंचलों में या छोटे शहरों में अंशकालिक संवाददाता केवल समाचार पत्रों को ही अपनी रिपोर्ट प्रेषित करते थे। इनकी कार्यप्रणाली समाचार पत्रों के अनुरूप होती थी, लेकिन उदारीकरण के बाद जब सूचना-तकनीक के क्षेत्र में क्रांति का सूत्रपात हुआ, तब इनके काम करने के तौर-तरीके भी बदल गए। इंटरनेट के आगमन के बाद तो इनकी कार्यप्रणाली ही पूरी तरह बदल गई। इंटरनेट के आगमन के पूर्व ये बड़े इत्मीनान के साथ अपने कार्यालयों को सूचनाएं प्रेषित करते थे। इसके पूर्व तार से सूचनाएं प्रेषित होती थीं। इसके बाद थोड़ी तेजी तब आई, जब ये फैक्स से अपने समाचार प्रेषित करने लगे। इसके लिए उन्हें निकटवर्ती शहरों या बजारों में जाना पड़ता था।

फैक्स से सूचनाएं प्रेषित करने में इन्हे सामाचार पत्रों द्वारा दिए गए समयों का भी ख्याल रखना पड़ता था, लेकिन जब इंटरनेट का चलन आया, तब तो इनकी नींद-चैन ही छिन गई। क्योंकि अब सूचनाओं को लेकर आपाधापी की स्थिति हो गई। क्योंकि सूचनाओं के बाजार में जिसने पहले प्रकाशन या प्रसारण किया, वही बाजार का नायक माना जाता है। अब स्ट्रिंगरों के लिए भी कंप्यूटर और इंटरनेट पत्रकारिता के अनिवार्य साधन बन गए। क्योंकि अब उन्हें सभी सूचनाएं निर्धारित समयावधि में भेजनी होती है। आज यदि किसी स्ट्रिंगर से खबरें भेजने में देर होती हैं, तब उनकी खबरें डंप करके किसी दूसरे माध्यम से प्राप्त

खबरों को प्रकाशित कर दिया जाता है, क्योंकि सूचनाओं की प्राप्ति का एकमात्र श्रोता अब स्ट्रिंगर नहीं रह गया है।

सूचनाएं इन दिनों बहुआयामी श्रोतों से प्राप्त होती हैं। सेवांती नैनन ने अपनी पुस्तक “हैडलाइंस फ्रॉम द हार्टलैंड” में ग्रामीण क्षेत्रों के संवाद संकलन का रोचक वर्णन किया है। उन्होंने लिखा है कि ग्रामीण क्षेत्र में अखबार से जुड़े कई काम एक जगह पर जुड़ गए। सेल्स, विज्ञापन, समाचार संकलन और रिसर्च सब कोई एक व्यक्ति या परिवार कर रहा है। खबर लिखी नहीं एकत्र की जा रही है। उन्होंने छत्तीसगढ़ के कांकेर-जगदलपुर हाइवे पर पड़ने वाले गाँव बानपुरी की डुकान में लगे साइनबोर्ड का जिक्र किया है, जिसमें लिखा है—“आइए अपनी खबरें यहां जमा कराइए।” खबरों के कारोबार से लोग अलग-अलग वजह से जुड़े हैं। इनमें ऐसे लोग हैं, जो तपस्या की तरह कष्ट सहते हुए खबरों को एकत्र करके भेजते हैं। नक्सली खौफ, सामंतों की नाराजगी, और पुलिस की हिकारत जैसी विपरीत परिस्थितियों का सामना करके खबरें भेजने वाले पत्रकार हैं। ऐसे भी हैं, जो टैक्सी चलाते हैं, रास्ते में कोई सरकारी मुलाजिम परेशान न करे, इसलिए प्रेस का कार्ड जेब में रखते हैं।

स्ट्रिंगर हो या रिपोर्टर, समाचार संकलन को लेकर कुछ आधारभूत बातें होती हैं, जो सभी पर एकसमान रूप से लागू होती है। शहरों में जहां संवाददाता सम्मेलन, रैलियां, सांस्कृतिक संध्या और अन्य राजनीतिक-समारोहों की धूम मची होती है, ग्रामीण अंचलों में इस तरह की गतिविधियां न के बराबर होती हैं। शहरों में किसी भी कार्यक्रम के पूर्व मुख्यालय में आमंत्रण आता है और बाद में रिपोर्टर को इसके लिए खास तौर से जिम्मेवारी दी जाती है।

स्ट्रिंगरों के साथ ऐसा कुछ नहीं होता। वे अपनी जिम्मेवारी खुद तय करते हैं कि आज उन्हें अपने मुख्यालय या ब्यूरो कार्यालय को क्या भेजना है। उन्हें हर दिन सुबह या दोपहर तक बताना होता है कि आज वे अपने यहां से समाचार के रूप में क्या प्रेषित कर रहे हैं। उसके अनुसार ही वे दिन भर अपना काम करते हैं और शाम होने तक वे समाचार प्रेषित कर देते हैं। शहर के संवाददाता या स्ट्रिंगर चूंकि मुख्यालय में बैठकर ही समाचार फीड करते हैं, इसलिए उन्हें इसके लिए अलग से कोई भागदौड़ नहीं करनी पड़ती। लेकिन स्ट्रिंगर को कवरेज के बाद उसे टाइपिंग के लिए कंप्यूटर और इंटरनेट की सेवा के लिए शहरों या बाजारों का रूख करना पड़ता है।

समाचार स्रोत

समाचार श्रोता वास्तव में भी स्थानीय केंद्र है, जहाँ से समाचार प्राप्त होते हैं अथवा हो सकते हैं। विशिष्ट व्यक्ति, संस्था, अदालत, पुलिस स्टेशन, विधानसभा, सम्मेलन, समारोह, सार्वजनिक स्थल जैसे- मण्डी, रेलवे स्टेशन इत्यादि कुछ भी समाचार श्रोता हो सकते हैं।

उपलब्धता के आधार पर समाचार श्रोता निम्नलिखित तीन प्रकार के होते हैं-

प्रत्याशित स्रोत

पूर्वानुमानित स्रोत

अप्रत्याशित स्रोत

‘प्रत्याशित स्रोत’ वह है, जहाँ से या जिनके माध्यम से समाचार विश्वसनीय ढंग से सहज ही उपलब्ध हो सके। पुलिस स्टेशन, नगरपालिका, अस्पताल, अदालत, विभिन्न समितियों तथा निगमों की बैठकें, संसद तथा विधानसभाओं के अधिवेशन, पत्रकार सम्मेलन, प्रेस विज्ञप्तियां इत्यादि समाचारों के प्रत्याशित श्रोता हैं।

‘पूर्वानुमानित समाचार स्रोत’ वे हैं, जिनसे पूर्व अनुमान लगाकर संवाददाता संपर्क करता है और तथ्य तथा समाचार प्राप्त करता है। इनमें संभावना के आधार पर अनुमानित समाचार ग्रहण किए जाते हैं। गंदी बस्तियों, शिक्षण संस्थानों, कल-कारखानों, कार्यालयों के कामकाज की शैली इत्यादि के संदर्भ में पहले से ही अनुमान लगा कर समाचारों की खोज में निकला जा सकता है।

‘अप्रत्याशित स्रोत’ वे हैं, जो किसी संवाददाता या संपादक को अचानक अप्रत्याशित रूप में उपलब्ध हो जाते हैं। कई बार समाचार पत्र कार्यालय में अचानक टेलीफोन आ जाते हैं और उनके माध्यम से अप्रत्याशित समाचार मिल जाते हैं, लेकिन ऐसे समाचारों की विश्वसनीयता तथा प्रामाणिकता को परखने के बाद ही समाचार पत्रों में प्रकाशित किया जाता है। इस प्रकार के समाचार प्रायः कम ही प्रकाशित होते हैं, क्योंकि इनका कोई ठोस आधार (स्रोत) नहीं होता है।

समाचार संकलन के महत्वपूर्ण पहलू

पत्रकारिता अब केवल मिशन नहीं, बल्कि एक रोमांचक व्यवसाय के रूप में प्रतिष्ठित हो चुकी है। समाज में पत्रकार के सम्मान, प्रतिष्ठा एवं महत्व से प्रभावित होकर ही अनेक युवा साहस्री स्वयं को पत्रकार कहलाने में गर्व एवं

संतोष का अनुभव करते हैं। किन्तु नवोदित पत्रकारों को यह जान लेना चाहिए कि पत्रकारिता कोई हंसी खेल नहीं है। पत्रकारिता रोमांचक व्यवसाय के साथ ही अत्यंत जोखिमपूर्ण एवं उत्तरदायित्वपूर्ण जॉब है। ऐसे में, किसी छोटे-बड़े दैनिक या साप्ताहिक समाचार पत्र के संवाददाता बनने मात्र से ये-केस प्रकरण किसी समाचार पत्र अथवा पत्रकार संगठन के सदस्य।

पदाधिकारी बनने मात्र से किसी व्यक्ति का स्वयं को पत्रकार स्वीकार कर लेना अपने में काफी नहीं है, बल्कि नवोदित पत्रकारों को पत्रकार के गुण, तकनीकी पहलुओं और दायित्वों के मूलभूत मानदण्डों को आत्मसात करना परम आवश्यक है। यहां हम नवोदित पत्रकारों के लिए कुछ आधारभूत सैद्धांतिक जानकारी की चर्चा कर रहे हैं, जिसके पर्याप्त ज्ञान के बिना स्वयं को पत्रकार प्रतिष्ठित करना इस पेशे की गरिमा से खिलवाड़ मात्र ही कहा जायेगा। संवाददाता और संवाद, यानी पत्रकार और समाचार एक दूसरे के पूरक हैं। अतः यदि आप पत्र प्रतिनिधि या संवाददाता हैं तो आपको मालूम होना चाहिए, कि समाचार किस चिड़िया का नाम है? समाचार की प्रचलित परिभाषा में कहा जाता है कि यदि कुत्ता आदमी को काट ले तो यह समाचार नहीं है। अगर आदमी कुत्ते को काट ले तो यह समाचार है।

समाचार को हमेशा नवीन, रोचक, मनोरंजक एवं महत्वपूर्ण होना चाहिए। अंग्रेजी शब्द न्यूज के चार अक्षरों क्रमशः नार्थ, यानी उत्तर, ईस्ट, यानी पूर्व वेस्ट, यानी पश्चिम और साउथ, यानी दक्षिण अर्थात् चारों दिशाओं का दर्शन जिसमें हो वही न्यूज है। वैसे भी न्यूज जिस न्यू शब्द से बना है, उसका अर्थ होता है - नया, यानी समाचार में नयापन होना चाहिए। वैसे समाचार की एक गंभीर परिभाषा यह भी है-जिसे कोई दबाना चाह रहा हो, वह समाचार है, बाकी सब विज्ञापन है। किसी भी संवाददाता के लिए जरूरी है कि उसमें समाचार सूचने का गुण हो तथा समाचार आयोजन की क्षमता हो। इसके लिए उसका व्यवहार कुशल होना तथा विश्वसनीय होना जरूरी है। आंखों देखी और सुनी सुनाई बातों से ही समाचार नहीं बन जाता, जो आपने सुना है, वह मात्र अफवाह भी हो सकती है, जो आपने देखा है, वह घटना का एक पक्ष भी हो सकता है।

इसलिए देखने सुनने के बाद भी संवाददाता का दायित्व है कि वह घटना की खोजबीन करे, उसकी गहराई में जाये। संबंधित पक्षों की जानकारी लेने के बाद ही समाचार लिखें। पत्रकारिता में विश्वास बहुत आवश्यक है। आपको अपने समाचार श्रोता या समाचार सूत्रों पर विश्वास होना चाहिए और समाचार सूत्र को

आप पर विश्वास होना चाहिए कि आप उसका नाम आउट नहीं करेंगे। इसी विश्वास की धुरी पर बड़े से बड़े गोपनीय मामले भी समाचार पत्रों में उछल जाते हैं।

समाचार स्रोतों से पत्रकार का सामंजस्य ही उसे श्रेष्ठ संवाददाता के रूप में प्रतिष्ठित कर सकता है। संवाददाता को अपने पूर्वाग्रहों से ग्रस्त होकर, व्यक्तिगत स्वार्थ से पूरित होकर या मात्र अपनी वाह-वाही के लिए कोई समाचार नहीं देना चाहिए। पत्रकार के निर्लिप्त एवं निष्पक्ष होना चाहिए। समाचार और समाचार श्रोता से परिचय के बाद अब प्रश्न है कि समाचार लिखकर सम्पादक को कैसे भेजा जाये? प्रायः संवाददाता यह शिकायत करते हैं कि उन्होंने तो बहुत मेहनत करके दो पृष्ठ का समाचार भेजा था, लेकिन अखबार में मात्र चार छरू पंक्तियों ही प्रकाशित हुई, और इसके लिए पत्रकार बंधु डेस्क एडीटर या समाचार संपादक पर भेदभाव आदि का आरोप लगाने लगते हैं।

लेकिन जरूरी यह भी है कि समाचार संकलन के बाद समाचार लेखन की कला भी संवाददाता को आती हो। किसी भी समाचार का पहला आकर्षण उसका शीर्षक होता है। शीर्षक पढ़कर जो आकर्षण, जो उत्कंठा पाठक के मन में उत्पन्न हुई, यदि वह आकर्षण समाचार के पहले पैराग्राफ (अनुच्छेद) में बरकरार नहीं रहा तो समझिये कि आपका समाचार लिखना बेकार है। इस प्रकार दुकानदार विशिष्ट सामान को दुकान की शोविन्डो में रखता है ताकि ग्राहक आकर्षित हो, इसी प्रकार समाचार का पहला अनुच्छेद पूरे समाचार की शो विन्डो होती है। इस पहरे के पैरेग्राफ को अंग्रेजी में इन्ट्रो कहते हैं।

अतः समाचार लेखन में सर्वाधिक महत्वपूर्ण उसकी इन्ट्रो लिखना ही होता है। एक आदर्श इन्ट्रो वह कहलायेगा, जो प्रत्येक वर्ग के पाठक को रूचिकर लगे और पाठक को पूरा समाचार पढ़ने के लिए मजबूर कर दे, हालांकि, इन्ट्रो लिखना आसान नहीं, लेकिन यदि सही इन्ट्रो लिख दिया, तो बाकी समाचार लिखना कठिन भी नहीं है। इन्ट्रो लिखते हुए ध्यान रखना चाहिए कि वह समाचार के अनुकूल हो। इन्ट्रो में समाचार की सबसे महत्वपूर्ण बात सबसे रोचक बात आ जानी चाहिए, जहां तक हो सके इन्ट्रो छोटा और स्पष्ट हो। इन्ट्रो संक्षिप्त होगा तो पढ़ने में तो आसान होगा ही, उसमें संप्रेषण शक्ति भी अधिक होगी। माना जाता है कि समाचार में क्या कहां कब और क्यों और किस के उत्तर पाठक को मिल जाने चाहिए।

लेकिन ये सब जबाब इन्ट्रो में दिये जाने कर्तई जरूरी नहीं है। अच्छे इन्ट्रो में प्रभाव, पठनीयता और भाषा में बहाव होना चाहिए। बहुत से पाठक समयाभाव के कारण अखबार की प्रमुख हैडलाइन ही पढ़ते हैं। साथ ही, वे समाचारों की इन्ट्रों भी जरूर पढ़ते हैं और इन्ट्रों से ही पूरे समाचार का सारांश समझ लेते हैं।

यदि एक सफल इन्ट्रो ने पाठक के मन में समाचार के प्रति रुचि पैदा की है तो पाठक को समाचार के अंत तक ले जाने का काम भी संवाददाता या समाचार सम्पादक का है।

अतः समाचार को पिरामिड के उल्टे आकार में लिखना चाहिए अर्थात् सर्वाधिक महत्वपूर्ण बात उपर से प्रारंभ करें और जैसे-जैसे महत्व या रुचि कम होती जाये, वैसे ही तथ्यों को नीचे की ओर लेते आना चाहिए इस प्रकार किसी भी सफल समाचार का पहला पैराग्राफ सर्वाधिक महत्वपूर्ण और अंतिम पैराग्राफ सबसे कम महत्व का होना चाहिए। ऐसे समाचार में समाचार सम्पादक को भी पर्याप्त सुगमता रहती है। यदि समाचार प्रकाशित करने के लिए स्थान कम है तो यथानुरूप समाचार के अंतिम पैरा काटा जा सकता है। कई बाद पूरा समाचार कम्पोज होने के बाद भी उसके छोटा करने की जरूरत सब एडीटर को होती है।

ऐसी स्थिति में पूरा समाचार दुबारा कम्पोज कराना संभव नहीं होता, अतः वह अपेक्षाकृत कम महत्व के अंतिम एक या दो पैराग्राफ उड़ा देता हैं और उसके बाद भी समाचार पूरा का पूरा रहता है। यही सफल समाचार लेखन की पहचान है। इस प्रकार एक संपूर्ण सफल समाचार में क्या, क्यों, कहाँ, कब, कौन, कैसे और क्यों के उत्तर पाठक को मिलने चाहिए, साथ ही समाचार की पृष्ठ भूमि का परिचय भी पाठक को मिले। समाचार की भाषा सरल, स्पष्ट और तारतम्यता पूर्ण होनी चाहिए। यूं तो समाचार की अनेकनेक श्रेणियां हैं, फिर भी अपराधिक एवं साम्राज्यिक उन्माद के समाचार लिखते तथा छापते समय विशेष ध्यान रखा जाना चाहिए। ऐसे समाचारों में जब तक कि आवश्यक न हो किसी व्यक्ति का नाम, धर्म, जाति का उल्लेख न करें।

समाचार पत्र का काम संबंधित महिला अथवा पुरुष की प्रतिष्ठा को गिराना नहीं होता है। विशेषतः बलात्कार के मामले में पीड़ित युवती का नाम नहीं दिया जाना चाहिए। मेरे विचार से तो बलात्कार एवं यौन उत्पीड़न के समाचारों में युवती की जाति, धर्म का उल्लेख भी नहीं किया जाना चाहिए। समाचार है कि जंगल में अकेली दलित युवती बलात्कार की शिकार, क्या इस बलात्कार की घटना में पीड़ित युवती का दलित होना ही कारण है? क्या जंगल में अकेली

सबर्ण युचती, इसलिए बलात्कार की शिकार नहीं होगी कि वह उच्च जाति की है? बलात्कार, यौन अपराधें आदि के समाचारों को अधिक विस्तार नहीं देना चाहिए।

पत्रकार को उन सब बातों से भी परहेज करना चाहिए, जिनसे समाज में वैमनस्य, तनाव और घृणा व्याप्त होने की भूमिका बनती हो। पत्रकारिता में जिनता रोमांच, जितनी प्रतिष्ठा है, उतना ही खतरा, जोखिम भी पत्राकार को उठाना पड़ सकता है। समाचार से जुड़े विविध पक्षों, पुलिस, अपराधी तत्त्वों, अराजक तत्त्वों से जितना खतरा पत्रकार को है, पहीं वैधनिक दुष्टि से पत्रकार को जिस खतरे का समाना करना पड़ सकता है—वह है मानहानि। भा.द.वि. की धरा 499 में मानहानि की शिकायत पर प्रैस एवं पत्रकार पर मुकदमा चलाने की पूरी व्यवस्था है। कुछ पत्रकार साथी समझते हैं कि तथाकथित बताया जाता है चर्चा है आदि लिखने मात्र से वे मानहानि के दावे से बच सकते हैं। ऐसा समझना भ्रम है। दूसरों के आपत्तिजनक वक्तव्यों या भाषण के अंश छापने से भी आप मानहानि के दर्शी ठहराये जा सकते हैं।

अतः पत्रकार को ध्यान रखना चाहिए कि समाचार में वह कभी भी खुद पार्टी न बने। तथ्यों को खुद ही सारी कहानी कहने दीजिये। किसी के चरित्र, आचरण या घटना के संबंध में खुद कोई निष्कर्ष कभी नहीं निकालें। जब तक कि आपके पाए ऐसा सबूत न हो जिसे कोर्ट में प्रस्तुत किया जा सके, तब तक किसी के व्यवहार या चरित्र पर आरोप नहीं लगाना चाहिए। पत्रकार बिना किसी दबाव के निष्पक्ष एवं निःडर होकर अपना कर्तव्य पालन करना चाहिए।

2

समाचार की परिभाषा एवं स्रोत

समाचार का सीधा सम्बन्ध मनुष्य की सतत जिज्ञासा से है। नया जानने की इच्छा ही समाचार का प्रमुख आकर्षण है और समाचार प्रायः हमें कुछ न कुछ नया ही देता है, जो कुछ नया होता है, वह एक तरह से समाचार है और जो कुछ जानने की यह जिज्ञासा मनुष्य में सदा सर्वदा से रही है। नया जानने के लिए मनुष्य को अन्वेषक बनन पड़ता है। खोजी बनना पड़ता है, यात्राएं करनी पड़ती हैं, विश्लेशण करने पड़ते हैं, चीजों की गहराई में जाना पड़ता है, एक पत्रकार को भी यही सब करना पड़ता है।

इस तरह जो कुछ नया है वह अगर समाचार है तो जो उस नए को प्रस्तुत कर रहा है वह पत्रकार है। भारतीय परम्परा में देवऋशि नारद को एक तरह से पहला पत्रकार इसलिए माना जाता है कि वह जहां जाते थे, दूसरी जगह का समाचार वहां पहुँचा देते थे। रामचरितमानस में हनुमान जब लंका से वापस लौटे तो उनसे सबसे पहला सवाल यही था कि वहां का समाचार क्या है ? महाभारत की कथा में संजय धृतराष्ट्र को युद्ध का जो हाल बैठे-बैठे सुनाते हैं, वह एक प्रकार का समाचार ही है। हमारी चिट्ठियों में भी प्रायः यह लिखा जाता है, यहां सब ठीक ही हैं, वहां के समाचार क्या हैं ?

जानने की हमारी इस जिज्ञासा को आधुनिक रूप में न्यूज या समाचार संतुश्ट करते हैं। अलग-अलग रूपों में कभी रेडियो के जरिए, कभी अखबारों के जरिए और कभी टी.वी. या अन्य आधुनिक माध्यमों के जरिए। समाचार प्राप्त करने के तरीके आज लगातार बदल रहे हैं और नए-नए तरीके विकसित होते जा रहे हैं, लेकिन इस बात से इनकार नहीं किया जा सकता कि समाचार अथवा

न्यूज का वर्तमान स्वरूप छपे हुए अक्षरों और उन अक्षरों से पैदा हुए अखबारों की ही देन है। तरह - तरह की सूचनाओं, के मुँह से सुने यात्रा अनुभवों के विवरण, किस्से कहानियों और व्यापार की जानकारियों से शुरू आधुनिक पत्रकारिता की यात्रा आज नेट पत्रकारिता तक जा पहुँची है, लेकिन इनफोटेनमेंट के इस युग में खबर, यानी न्यूज का महत्व सबसे ऊपर है और समाचार की यही विशेषता उसे आज सूचना क्रांति के इस दौर में भी सर्वाधिक महत्वपूर्ण बनाए हुए है।

मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है। इसलिए वह एक जिज्ञासु है। मनुष्य जिस समूह में, जिस समाज में और जिस वातावरण में रहता है, वह उस बारे में जानने को उत्सुक रहता है। अपने आस-पास घट रही घटनाओं के बारे में जानकर उसे एक प्रकार के संतोष, आनंद और ज्ञान की प्राप्ति होती है।

आज 'समाचार' शब्द हमारे लिए कोई नया शब्द नहीं है। मनुष्य ने घटनाओं के बारे में जानकारी हासिल करने के लिए प्राचीन काल से ही तमाम तरह के तरीकों, विधियों और माध्यमों को खोजा आरै विकसित किया। पत्र के जरिए समाचार प्राप्त करना इन माध्यमों में सर्वाधिक पुराना माध्यम है, जो लिपि और डाक व्यवस्था के विकसित होने के बाद अस्तित्व में आया। पत्र के जरिए अपने प्रियजनों, मित्रों और शुभाकाङ्क्षियों को अपना समाचार देना और उनका समाचार पाना आज भी मनुष्य के लिए सर्वाधिक लोकप्रिय साधन है। समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन समाचार प्राप्ति के आधुनिक साधन हैं, जो मुद्रण, रेडियो और टेलीविजन जैसी वैज्ञानिक खोज के बाद अस्तित्व में आए हैं तो आइए समाचार के अर्थ, परिभाषा, तत्त्व एवं प्रकार के बारे में विस्तार से जानें।

समाचार की प्रकृति व अर्थ

क्या कभी आपने समाचार की प्रकृति एवं उसके अर्थ के बारे में विचार किया है। देश एवं सारे विश्व में घटित होने वाली विभिन्न घटनाओं की जानकारी प्राप्त करने के लिए हर व्यक्ति रेडियो सुनता है, टी. वी.देखता है एवं अखबार भी पढ़ता है। ऐसा आप क्यों करते हैं? इस प्रश्न के उत्तर में आप यही कहेंगे कि 'सूचनाएँ प्राप्त करने के लिए'। सूचनाओं के अभाव में आप शेष विश्व से अपने आपको अलग-थलग पाते हैं। सूचनाओं की जानकारी के बिना, आप अपने आप को समाज से नहीं जोड़ सकते हैं- न राजनैतिक रूप से, न सामाजिक रूप से और न आर्थिक रूप से।

प्रायः कोई भी व्यक्ति सोमवार का समाचार शुक्रवार को पढ़ना पसन्द नहीं करता। क्यों? हम किसी जानकारी या घटना को पुष्ट करने के लिए पुराने अखबार जरूर देखते हैं, लेकिन सामान्य रूप से हम ऐसा प्रतिदिन नहीं करते। अतः समाचार वह है, जो नवीन है और साथ ही साथ समाचार वह भी है, जो हमें पूरे विश्व से जोड़ता है।

सामाजिक जीवन में चलने वाली घटनाओं के बारे में लोग जानना चाहते हैं, जो जानते हैं, वे उसे बताना चाहते हैं। यह जिज्ञासा का भाव मनुष्य में प्रबल होता है। यही जिज्ञासा समाचार और व्यापक अर्थ में पत्रकारिता का मूल तत्व है। जिज्ञासा नहीं रहेगी तो समाचार की भी जरूरत नहीं रहेगी। अपने रोजर्मर्ग के जीवन के बारे में सामान्य कल्पना कीजिए तो पाएंगे कि दो लोग आस-पास रहते हैं और लगभग रोज मिलते हैं। इसके बावजूद वह दोनों जब भी मिलते हैं एक दूसरे को एक सामान्य सा सवाल पूछते हैं, क्या हालचाल है? या फिर क्या समाचार है? इस सवाल को ध्यान से देखा जाए तो उन दोनों में एक जिज्ञासा बनी रहती है कि जब हम नहीं मिले तो उनके जीवन में क्या क्या घटित हुआ है। हम अपने मित्रों, रिश्तेदारों और सहकर्मियों से हमेशा उनकी कुशलक्षेत्र या उनके आस-पास की घटनाओं के बारे में जानना चाहते हैं। यही जानने की इच्छा ने समाचार को जन्म दिया है।

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

विभिन्न समाचार माध्यमों के जरिए दुनियाभर के समाचार हमारे घरों तक पहुँचते हैं, चाहे वह समाचार पत्र हो या टेलीविजन और रेडियो या इंटरनेट या सोशल मीडिया। समाचार संगठनों में काम करने वाले पत्रकार देश-दुनिया में घटने वाली घटनाओं को समाचार के रूप में परिवर्तित कर हम तक पहुँचाते हैं। इसके लिए वे रोज सूचनाओं का संकलन करते हैं और उन्हें समाचार के प्रारूप में ढालकर पेश करते हैं। या यों कहें कि व्यक्ति को, समाज को, देश-दुनिया को प्रभावित करने वाली हर सूचना समाचार है, यानी कि किसी घटना की रिपोर्ट ही समाचार है।

समाचार शब्द अंग्रेजी शब्द 'न्यूज' का हिन्दी अनुवाद है। शब्दार्थ की दृष्टि से 'न्यूज' शब्द अंग्रेजी के जिन चार अक्षरों से बनता है उनमें 'एन', 'ई', 'डब्ल्यू', 'एस' है। यह चार अक्षर 'नार्थ' उत्तर, 'ईस्ट' पूर्व, 'वेस्ट' पश्चिम और 'साउथ' दक्षिण के संकेतक हैं। इस तरह 'न्यूज' का भाव चतुर्दिक में उसकी व्यापकता से है। अगर न्यूज को अंग्रेजी शब्द 'न्यू' के बहुबचन के रूप में देखा जा सकता है, जिसका अर्थ 'नया' होता है, यानी समाज में चारों ओर जो कुछ नया, सामयिक घटित हो रहा है, उसका विवरण या उसकी सूचना समाचार कहलाता है। यहां उल्लेखनीय है कि कोई भी घटना स्वयं में समाचार नहीं होती है, बल्कि उस घटना का वह विवरण जो समाचार पत्रों या अन्य माध्यमों से पाठकों या श्रोताओं तक पहुँचता है तो समाचार कहलाता है।

हिन्दी में भी समाचार का अर्थ भी लगभग यही है। 'सम' 'आचार' से इसे समझा जा सकता है। वृहत हिन्दी शब्दकोश के अनुसार 'सम' का अर्थ एक ही, अभिन्न, स्नेह, एक सा, बाबार, चौरस, जो दो से पूरा-पूरा बंट जाए, विषम नहीं, पक्षपात रहित, निष्पक्ष, ईमानदार, सच्चा, साधारण है। 'आचार' का अर्थ चरित्र, चाल, अच्छा चाल चलन, व्यवहार, शास्त्रोक्त आचार, व्यवहार का तरीका है और 'समाचार' का अर्थ होता है समान आचरण, पक्षपात रहित व्यवहार, बाबार का आचरण, जो विषम नहीं होगा। इस तरह वृहत शब्दकोश में साफ है कि सम का अर्थ एक समान, बाबार का है और आचार का अर्थ व्यवहार से है। दूसरे शब्दों में कहा जाए तो जो पक्षपात रहित ईमानदारी से सभी को एक सा समाज की चाल चलन, आचार व्यवहार को बांटे, उसे समाचार कहा जाएगा।

समाचार की परिभाषा

समाचार अर्थात् खबर के बारे में एक निश्चित विचार नहीं मिलता। उसकी एक निश्चित परिभाषा नहीं दी जा सकती है, क्योंकि समाचार वस्तुतः एक भावजन्य अभिधारणा है, जिसका अर्थ मानवीय मूल्य व अभिरूचि के अनुसार बदलता है। इसलिए यह समझ लेना चाहिए कि समाचार सापेक्ष होते हैं, पूर्ण नहीं। समाचार अपने से जुड़े कारकों एवं तथ्यों के परिवर्तित होने के साथ ही परिवर्तित होते रहते हैं। अतः समाचार की परिभाषा निम्न कारकों पर आधारित होती है।

पाठक वर्ग के आकार पर

समाचार पत्र/पत्रिका की आवृत्ति (दैनिक/साप्ताहिक/पाक्षिक आदि) पर। पाठक वर्ग के सामाजिक व आर्थिक प्रकार पर।

पाठक वर्ग की मांग के अनुसार (जैसे—स्थानीयता और मुद्दों से जुड़ी वरीयता आदि)।

जौन बोगार्ट की प्रसिद्ध परिभाषा से सभी परिचित होंगे, जिसमें वे कहते हैं कि “कुत्ते ने आदमी को काटा यह समाचार नहीं है, बल्कि समाचार यह है कि आदमी ने कुत्ते को काटा”। अर्थात् कुछ असामान्य या असाधारण ही समाचार का हिस्सा होता है या समाचार बन सकता है।

सन् पत्रिका के सम्पादक समाचार को परिभाषित करते हुए लिखते हैं— “समाचार हर वह घटना है, जो पर्याप्त रूप से जनता का ध्यान आकर्षित करे और जनता से जुड़ी हो” न्यूयार्क वर्ल्ड के प्रकाशक जोसेफ पुलित्जर के अनुसार— “समाचार मौलिक, स्पष्ट, नाटकीय, रोमांस से परिपूर्ण, अद्भुत, अनोखा, विलक्षण, हास्यपूर्ण, असामान्य एवं उत्तेजित करने वाला हो, जिसके बारे में चर्चा हो सके। समाचार को विभिन्न विद्वानों ने अलग—अलग तरह से परिभाषित किया है।

प्रो. विलियम जी ब्लेयर के अनुसार- अनेक व्यक्तियों की अभिरूचि जिन बात में होती है, वह समाचार है। सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है, जिसमें बहुसंख्यक लोगों की अधिकतम रूचि हो।

जार्ज एच. मैरिस के अनुसार- समाचार जल्दी में लिखा गया इतिहास है।

बूलस्ले और कैम्पवेल के अनुसार- समाचार किसी वर्तमान विचार, घटना या विवाद का ऐसा विवरण है, जो उपभोक्ताओं को आकर्षित करे।

ए. लाइल स्पेंसर के अनुसार- वह सत्य घटना या विचार समाचार है, जिसमें बहुसंख्यक पाठकों की रूचि हो।

न्यूयार्क टाइम्स के पूर्व प्रबन्ध सम्पादक के अनुसार- समाचार, जिसे आप अभी आज जान रहे हैं और जिसे आप पहले नहीं जानते थे।

डॉ. नन्दकिशोर के अनुसार- समाचार पत्र का मौलिक कच्चा माल न कागज है, न स्याही— वह है समाचार, फिर चाहे प्रकाशित सामग्री ठोस संवाद के रूप में हो या लेख के रूप में, सबके मूल में वही तत्त्व रहता है, जिसे हम समाचार कहते हैं।

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

प्रवीण के अनुसार- पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित और रेडियो टेलीविजन जैसे—इतैक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यमों में प्रसारित होने वाले समान महत्व के सार्वजनिक विचारों, घटनाओं और क्रियाकलापों के उस विवरण को ‘समाचार’ कहते हैं, जिससे हमें किसी तरह की शिक्षा, सूचना अथवा मनोरंजन प्राप्त होने की अनुभूति होगी।

विषय कोई भी हो परिभाषाएं भाँति-भाँति की और प्रायतः अपूर्ण हुआ करती है। ठीक यही स्थिति समाचार के विषय में भी है। जिस तरह समाचार पत्र में छपी हर चीज समाचार नहीं हुआ करती है, ठीक वैसे ही प्रत्येक घटना भी समाचार की शक्ति नहीं ले सकती है। किसी घटना की रिपोर्ट समाचार है, जो व्यक्ति, समाज एवं देश-दुनिया को प्रभावित करती है। इसके साथ ही इसका उपरोक्त से सीधा संबंध होता है। इस कर्म से जुड़े मर्मज्ञ विभिन्न मनीषियों द्वारा पत्रकारिता को अलग-अलग शब्दों में परिभाषित किए हैं। पत्रकारिता के स्वरूप को समझने के लिए यहाँ कुछ महत्वपूर्ण परिभाषाओं का उल्लेख किया जा रहा है –

पाश्चात्य चिन्तन

री सी हापवुड़:- उन महत्वपूर्ण घटनाओं की जिसमें जनता की दिलचस्पी हो पहली रिपोर्ट को समाचार कह सकते हैं।

विलियम जी ब्लेयर:- किसी सामयिक घटना का विवरण जिसका किसी समाचार पत्र के संपादकीय विभाग ने संपादन कर्मियों द्वारा चयन किया गया हो, क्योंकि वह पाठकों के लिए रूचिकर एवं महत्वपूर्ण है, अथवा उसे बनाया गया है।

हार्पर लीचः:- जान सी कैरोल समाचार एक गतिशील साहित्य है।

जान बी बोगार्टः:- जब कुत्ता आदमी को काटता है तो वह समाचार नहीं है, परंतु यदि कोई आदमी कुत्त को काट ले तो वह समाचार होगा।

जे जे सिडलरः:- पर्याप्त सख्ति में मनुष्य जिसे जानना चाहे, वह समाचार है, शर्त यह है कि वह सुरुचि तथा प्रतिष्ठा के नियमों का उल्लंघन न करे।

इस तरह दूरी सी हापवूड एवं विलियम जी ब्लेयर घटना की रिपोर्ट, पाठकों की रूचि को महत्वपूर्ण माना है। हार्पर और जान ने जो साहित्य गतिशीलता लिए हुए उसे समाचार माना है। सामान्य से हटकर कुछ बात हो तो उसे समाचार मानते हैं, जान बी बोगार्ट। जे. जे. सिडलर ने जिज्ञासा को शांत करने वाला कोई भी विषय जो नियम के दायरे में रहकर पाठकों तक पहुँचे उसे समाचार की कोटी में माना है।

भारतीय चिन्तन

डा. निशांत सिंह:- किसी नई घटना की सूचना ही समाचार है।

नवीन चंद्र पंतः- किसी घटना की नई सूचना समाचार है।

नंद किशोर त्रिखा:- किसी घटना या विचार जिसे जानने की अधिकाधिक लोगों की रुचि हो समाचार है।

संजीव भवावतः- किसी घटना की असाधारणता की सूचना समाचार है।

रामचंद्र वर्मा:- ऐसी ताजा या हाल की घटना की सूचना जिसके संबंध में लोगों को जानकारी न ही समाचार है।

सुभाष धूलिआ:- समाचार ऐसी सम सामयिक घटनाओं, समस्याओं और विचारों पर आधारित होते हैं, जिन्हें जानने की अधिक से अधिक लोगों में दिलचस्पी होती है और जिनका अधिक से अधिक लोगों पर प्रभाव पड़ता है।

मनुकोडां चेलापति रावः- समाचार की नवीनता इसी में है कि वह परिवर्तन की जानकारी दे। वह जानकारी चाहे राजनीतिक, सामाजिक अथवा आर्थिक कोई भी हो। परिवर्तन में भी उत्तेजना होती है।

केपी नारायणनः- 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।

भारतीय विद्वानों ने समाचार की परिभाषा में लगभग एक सी बात कही है। **डा. निशांत सिंह** एवं **नवीन चंद्र पंत** ने नई घटना को समाचार माना है। **नंद किशोर त्रिखा** ने जिस घटना के साथ लोगों की रुचि हो उसे समाचार माना है। **संजीव भवावत** ने भी घटना की असाधारण की सूचना को समाचार माना है। **रामचंद्र वर्मा** ने घटना की सूचना, जिसका लोगों से संबंधित हो को समाचार माना है। **सुभाष धूलिआ** ने सामयिक घटना, विचार जिसका अधिक से अधिक लोगों से संबंधित हो तो **मनुकोडां चेलापति राव** ने नवीनता लिए कोई भी विषय हो समाचार माना है, जो परिवर्तन को सूचित करता है। **केपी नारायणन** ने निष्पक्ष होकर किसी सामयिक घटना को पाठकों की रुचि अनुसार पेश करना ही समाचार है। इस तरह विभिन्न विद्वानों ने समाचार की परिभाषा अपने हिसाब से दिया है।

समाचार के प्रमुख तत्त्व

समाचार के मूल में सूचनाएं होती हैं, और यह सूचनाएं समसामयिक घटनाओं की होती है। पत्रकार उस घटित सूचनाओं को एकत्रित कर समाचार के

प्रारूप में ढालकर पाठकों की जिज्ञासा को पूर्ति करने लायक बनाता है। पाठकों की जिज्ञासा हमेंशा ही कौन, क्या, कब, कहाँ, क्यों और कैसे प्रश्नों का उत्तर उस समाचार में दूढ़ने की कोशिश करता है, लेकिन समाचार लिखते समय इन्हीं प्रश्नों का उत्तर तलाशना आरै पाठकों तक उसके संपूर्ण अर्थ में पहुँचाना सबसे बड़ी चुनौती का कार्य होता है। समाचारों को लेकर हाने वाली हर बहस का केंद्र यही होता है कि इन छः प्रश्नों का उत्तर क्या है और कैसे दिया जा रहा है। समाचार लिखते वक्त भी इसमें शामिल किए जाने वाले तमाम तथ्यों और अंतर्निहित व्याख्याओं को भी एक ढांचे या संरचना में प्रस्तुत करना होता है।

सामयिकता- किसी भी समाचार अथवा खबर को एकदम नवीन होने के साथ-साथ सही समय से जनसामान्य तक पहुँचना चाहिए।

स्थानीयता/निकटता- सामान्यतया पाठक वर्ग अपने आस-पास गाँव, कस्बे या देश की खबरों में रुचि रखता है, बजाय इसके कि खबर दूर की हो। साथ ही वह उन खबरों में ज्यादा रुचि लेता है, जिसका उस पर प्रत्यक्ष प्रभाव पड़ता है और जिन खबरों से वह अपना तारतम्य कर सकता है। उदाहरणार्थ- पाठक वर्ग को महांगाई का मुद्दा, रुपये के अवमूल्यन अथवा बैंक के राष्ट्रीयकरण की अपेक्षा ज्यादा प्रभावित करता है।

वैशिष्ट्य- विशिष्ट लोगों के साथ जब कुछ घटित होता है तो वह भी समाचार का अहम् हिस्सा बन जाता है। लोग इस तरह की घटनाओं के बारे में अधिक से अधिक जानने को आतुर हो जाते हैं।

विवाद, हिंसा अथवा संघर्ष- जब कभी गली मुहल्लों अथवा विभिन्न सम्प्रदायों में विवाद होता है तो जनसामान्य स्वतः ही इन विवादों से जुड़ जाता है। अतः सभी प्रकार के विवाद, हिंसा या संघर्ष भी खबर बन जाते हैं।

सरकारी एवं राजनीतिक गतिविधियाँ- समय-समय पर सरकारी गजट, कानून, बिल, एक्ट अध्यादेश नियमन आदि जिनसे आम जन प्रभावित होते हैं। अच्छी खबर बनते हैं, क्योंकि इन खबरों का सीधा असर लोगों के जीवन पर होता है और उनके निजी हानि-लाभ भी इससे जुड़े होते हैं।

विकासशील परियोजनाएं एवं मुद्दे- विज्ञान के क्षेत्र में किसी अन्वेषण का समाचार जिनसे किसी समुदाय या समाज के किसी हिस्से की जीवनशैली में बदलाव आता हो अथवा किसी असाध्य रोग की कारण दवा की खोज का समाचार भी समाचार का महत्वपूर्ण तत्व है।

मानवीय अभिस्फुचि- ऐसी घटना जो साहस, शौर्य, हास्य, विजय, मनोरंजन, कौतूहल अथवा जिज्ञासा से भरपूर हो एवं ऐसा समाचार जो मानव-हित में हो और अनुकरणीय हो, अच्छा समाचार बन जाता है। पाठक ऐसी घटना अथवा सूचना को कौतूहल से पढ़ते हैं, जो अन्य लोगों पर घटित हो रहा हो जैसे- खाप पंचायतों ने एक ही गोत्र में शादी करने पर पति-पत्नी को सजा देने का फैसला किया।

मौसम एवं खेल- चक्रवात, मानसून की पूर्व सूचना एवं खेल आदि भी समाचार के महत्वपूर्ण तत्व हैं।

प्रतिक्रियात्मकता- किसी घटना का समाचार के तौर पर आना फिर सिलसिलेवार उसकी ताजगी बनाए रखते हुए समाचार को सामयिक रखना समाचार की विशेषता बनता है।

समाचारों का वर्गीकरण

ठोस समाचार -

इस प्रकार के समाचार सीधे एवं सरल होते हैं, ये वे समाचार होते हैं, जिसमें घटना का सरल स्पष्ट और सही तथ्यात्मक विवरण प्रस्तुत किया जाता है। इनमें तथ्यों को जैसे का तैसा प्रस्तुत किया जाता है, तथ्यों को तोड़ा-मरोड़ा नहीं जाता है। ऐसे समाचारों में दुर्घटनाएं दंगा, प्राकृतिक आपदाएं, आपराधिक घटनाएं, किसी महत्वपूर्ण खेल गतिविध की जीत-हार, लोकप्रिय व्यक्तियों के निजी जीवन की कोई आकस्मिक घटना आदि विशेष प्रमुख होते हैं। अर्थात् वे सभी घटना प्रधान समाचार जिनमें कोई वैचारिक उलझाव नहीं होता। इन समाचारों को लिखते समय संवाददाता के लिए यह आवश्यक होता है कि वह घटनास्थल, समय, सत्यता और स्पष्टता का ध्यान रखे।

घटना का क्या, कब, कहाँ, कौन द्वारा प्रस्तुतिकरण अर्थात् यह इतने बजे यहाँ इसके साथ घटित हुआ, हार्ड अथवा ठोस समाचार का जरूरी हिस्सा है। कब, क्या, कहाँ (घटना के सम्बन्ध में) के साथ-साथ यदि क्या (what), कहाँ (where), कब (when), कौन (who) आदि का संतोषजनक उत्तर यदि संवाददाता नहीं दे रहा है तो समाचार अपने में पूर्ण नहीं है। क्या (what) का अभिप्राय है कि जो घटना घटी है और जिसकी जानकारी पाठक को दी जा रही है वह वास्तव में क्या है? यदि घटना का वर्णन स्पष्ट नहीं किया गया है

या उसमें शाब्दिक उलझाव हैं तो यह समाचार की सबसे बड़ी असफलता होगी। दूसरा बिन्दु है कहाँ (where)। अनजाने में ही पाठक वैज्ञानिक तौर पर यह जानने का इच्छुक होता है कि जो घटना उसके समुख लाई जा रही है, वह कहाँ घटित हुई है।

यदि स्थान का विवरण या घटनास्थल की निशानदेही स्पष्ट रूप से नहीं हुई है तो इससे पाठक को संतुष्टि नहीं होगी और उसके मन में जिज्ञासा बनी रहेगी। उदाहरण के तौर पर अगर कोई समाचार लेखक खबर का आरम्भ करते हुए जनपद का नाम लिखता है और यह उल्लेख करते हुए कि अमुक जनपद के एक गाँव में अमुक घटना हुई यह अच्छी पत्रकारिता का उदाहरण नहीं है। तीसरा प्रमुख बिन्दु है कब (when)। यह सबसे महत्वपूर्ण बिन्दु है, क्योंकि अगर संवाददाता यह नहीं बताता कि जिस घटना की वह जानकारी दे रहा है, वह कब घटित हुई तो यह नितांत अधूरा समाचार होगा।

संवाददाता को तिथि और दिन ही नहीं, जहाँ तक सम्भव हो घटना का समय भी बताना चाहिए, क्योंकि प्रत्येक पाठक सूचना या समाचार को जल्दी से जल्दी प्राप्त करना चाहता है। यदि रात के दस बजे घटित घटना उसे सुबह 6 बजे मिल जाती है तो यह उसकी संतुष्टि का करण बनता है। अतः यह जरूरी है कि कब का जवाब समाचार में मौजूद हो। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए यह परिभाषाएं कुछ अलग हो जाती हैं, क्योंकि घटनास्थल के सजीव चित्र बहुत कुछ खुद ही कह देते हैं। ऐसे में वहाँ पत्रकार को घटना की ओर अधिक बारीकी से छानबीन कर नए तथ्यों के सामने लाना जरूरी हो जाता है।

अगला प्रमुख बिन्दु है कौन (who) अर्थात् घटना किसके साथ घटित हुई। जरूरी नहीं कि घटना से प्रभावित व्यक्ति या व्यक्तियों से पाठक परीचित हो, लेकिन फिर भी उसकी पाठक या दर्शक की इच्छा होती है कि उसे यह पता चले कि यह घटना किसके साथ घटी है। अगर यह जानकारी उसे नहीं मिलती तो यह समझ लेना चाहिए कि समाचार अधूरा है। अतः क्या (what), कहाँ (where), कब (when), कौन (who) ये कुछ बिन्दु हैं, जो समाचार का निर्माण करते हैं।

व्याख्यात्मक समाचार

लेकिन पाठक मात्र क्या, कहाँ, कब, कौन से ही संतुष्टि नहीं होता, उसे घटना के पीछे विद्यमान कारकों क्यों (why), कैसे (how) की जानकारी या

विश्लेषण भी चाहिए। प्रत्येक पाठक अप्रत्यक्ष रूप से यह जिज्ञासा बनाए रखता है कि जो घटना उसके सामने लाई जा रही है, वह क्यों और कैसे घटित हुई। यही विश्लेषण विवेचना सौफ्ट न्यूज अथवा व्याख्यात्मक खबर बन जाती है। व्याख्यात्मक खबर (Soft News) वह समाचार है, जिसमें घटना की गहन खोजबीन की जाती है, उस पर समग्र रूप से प्रकाश डाला जाता है।

समाचार लेखन की शैली

विलोम पिरामिड

पिरामिड दरअसल प्राचीन मिस्र के वे स्मारक हैं, जो वहाँ के तत्कालीन राजाओं को दफनाने के लिए बनाए जाते थे। इन पिरामिडों की चोटी पतली होती है और ज्यों-ज्यों नीचे आते-जाते हैं, ये पिरामिड अपना आकार बढ़ाते जाते हैं। यदि हम इस पिरामिड को उल्टा कर दें अर्थात् इसकी चोटी नीचे और आधार ऊपर तो यह एक विलोम पिरामिड टाइप समाचार लिखने की शैली बन जायेगी। इस शैली के अन्तर्गत संवाददाता प्रमुख घटना का सारांश पहली पक्कियों में देगा और शेष विस्तृत जानकारी तय पैराग्राफ से आरम्भ कर नीचे तक देता चला जाएगा। इस शैली के अन्तर्गत पाठक प्रथम दृष्टि में मुख्य घटना का सारांश पहले जान लेता है और बाद में वह पूरी जानकारी प्राप्त करने के लिए नीचे दिया गया ब्यौरा पढ़ता है। अधिकतर घटनाओं के समाचार इसी विलोम पिरामिड प्रणाली के अन्तर्गत दिए जाते हैं।

विलोम पिरामिड शैली का प्रचलन उस समय शुरू हुआ, जब संवाददाताओं को प्रमुख घटनाओं का समाचार टेलीग्राम द्वारा भेजने का मार्ग अपनाना पड़ा। टेलीग्राम के माध्यम से भेजे जाने वाले समाचारों के लिए यह आवश्यक था कि घटना का प्रमुख सारांश सबसे पहले दर्ज किया जाए, ताकि यदि तार की लाइन खराब भी है तब मुख्य कार्यालय तक घटना का प्रमुख सारांश पहुँच जाए।

सीधे पिरामिड

समाचारों की यह शैली सीधे पिरामिड की तरह अपनाई जाती है, जो विलोम पिरामिड की शैली से बिल्कुल उलट है। इसमें समाचार के सबसे महत्वपूर्ण तत्व को सबसे पहले न देकर मध्य या अन्त में दिया जाता है। समाचार के प्रारम्भ में कम महत्व के ऐसे तत्व दिए जाते हैं, जो पाठक की अभिरुचि

जागृत कर सकते हैं। यह शैली अधिकता फीचर समाचारों, रिपोर्टों तथा मानवीय संवेदना से सम्बन्धित समाचारों में प्रयोग में लाई जाती है।

समाचार के स्रोत

पत्रकार/संवाददाता की सफलता के लिए आवश्यक है कि उसके सम्पर्क सूत्र विश्वसनीय और उच्चस्तरीय हो, जिनके द्वारा प्राप्त सूचना उपयोगी और विश्वसनीय हो। समाचार में प्रयुक्त कुछ ऐसे श्रोता सर्वसुलभ भी होते हैं जैसे जनसभा, रेडियो, टी.वी. कार्यक्रम, प्रेस कान्फ्रेंस, गोष्ठियाँ आदि पर रिपोर्टर जब आम लोक से हटकर कोई खबर अपने विश्वसनीय सम्पर्क श्रोता की मदद से सामने रखता है तो उसका प्रभाव विशिष्ट हो जाता है। ऐसा सम्पर्क श्रोता कहीं भी और कोई भी हो सकता है।

सरकारी तन्त्र में निजी अथवा सार्वजनिक क्षेत्र में या व्यापार में कभी-कभी मन्त्री या किसी विशिष्ट अतिथि के ड्राइवर या किसी स्थान के चौकीदार आदि से मिली सूचनाएं भी महत्वपूर्ण हो जाती हैं। समाचार प्राप्त करने के मुख्य श्रोता हैं—

सरकारी स्रोत।

पुलिस विभाग एवं अदालत।

व्यक्तिगत स्रोत।

अस्पताल।

भेटवार्ता।

सरकारी स्रोत

संवाददाता के लिए सूचनाएँ प्राप्त करने का महत्वपूर्ण साधन सरकारी श्रोता हैं। राजधानी दिल्ली के अलावा विभिन्न राज्यों की राजधानियाँ और महत्वपूर्ण जिला मुख्यालयों पर सरकारी सूचना विभाग के कार्यालय कार्य करते हैं। इन कार्यालयों से सरकारी गतिविधियों की जानकारी प्राप्त की जा सकती है। सरकारी विभागों से भी समय-समय पर सूचनाएं और समाचार जारी किए जाते हैं। विभिन्न सरकारी विभागों से भी समय-समय पर सूचनाएं और समाचार जारी किए जाते हैं। इन सूचनाओं और आंकड़ों की छानबीन कर पत्रकार एक अलग और जनोपयोगी खबरें बना सकता है।

पुलिस विभाग एवं अदालत

संवाददाताओं के लिए खबरों का सबसे बड़ा भण्डार होता है पुलिस विभाग। किसी भी आपराधिक घटना हत्या अथवा मारपीट के मामले, नशाबंदी और यातायात के उल्लंघन आदि के मामलों की जानकारी पुलिस विभाग के सम्पर्क में रहकर ही मिल सकती है। पुलिस के उच्चाधिकारियों से व्यक्तिगत सम्पर्क बना कर विश्वसनीय जानकारियाँ प्राप्त की जा सकती हैं।

पुलिस थानों में दर्ज मामले चलते-चलते अदालतों में पहुँच जाते हैं। संवाददाता को इन मामलों में गहरी जानकारी प्राप्त करने के लिए अदालत के चक्कर लगाने पड़ते हैं। सामान्य रूप से तो अदालतों में कई छोटे-छोटे दीवानी और फौजदारी मुकदमे चलते ही रहते हैं, लेकिन ये सभी मुकदमे अखबार की खबर बनने की योग्यता नहीं रखते हैं। इनमें से जनसामान्य की अभिरूचि के मामले कौन से हो सकते हैं, इसका निर्णय संवाददाता को अपनी चतुराई से करना चाहिए।

व्यक्तिगत स्रोत

व्यक्तिगत सम्पर्क भी समाचार प्राप्त करने का प्रमुख साधन होता है। सांसद, मन्त्री, सचिव और निजी सहायकों से अच्छे सम्बन्ध बनाने वाला संवाददाता कई बार गोपनीय और महत्वपूर्ण समाचार दूसरों से पहले ही ले आता है और लोगों को चौंका देता है।

अस्पताल व अन्य सार्वजनिक स्थान

संवाददाताओं को प्रतिदिन के समाचारों को एकत्रित करने के लिए कुछ खास स्थानों की कवरेज करनी पड़ती है। अस्पताल भी ऐसा ही एक क्षेत्र है। शहर में जितनी भी हत्याएं, दंगे, दुर्घटनाएं या आत्महत्या आदि होती हैं, उन सब की जानकारी अस्पताल से मिल सकती है। इसी तरह नगर निगम कार्यालय, आवास विभाग, प्रमुख बाजार, घटना स्थल, स्कूल, कालेज और विश्वविद्यालय, प्रमुख क्षेत्रीय संस्थान आदि इस तरह के अन्य स्थान हैं, जहां से नियमित रूप से महत्वपूर्ण समाचार खोजे जा सकते हैं।

भेंटवार्टा

भेंटवार्टा समाचार संकलन का ही एक माध्यम है। कभी-कभी भेंटवार्टा से नये समाचार निकल आते हैं। उदाहरणार्थ—जब किसी महत्वपूर्ण नेता का

साक्षात्कार लिया जाता है और वह अपनी भविष्य की कार्य योजना को बताता है तो ऐसे साक्षात्कार महत्वपूर्ण हो जाते हैं।

कभी-कभी सम्पर्क श्रोता स्वयं को आगे रखना चाहता है और कई बार सम्पर्क श्रोता मुसीबत में भी पड़ जाता है, ऐसे में पत्रकार के लिए उसका ध्यान रखना आवश्यक हो जाता है। कभी-कभी श्रोता अपनी बात से पलट भी जाता है। इसलिए समाचार की विश्वसनीयता के लिए संवाददाता के पास श्रोता द्वारा कही या बताई गई बात के सबूत जरूर होने चाहिए। जिससे आवश्यकता पड़ने पर समाचार की सत्यता को सिद्ध किया जा सके।

समाचार एकत्र करने में विशेषतया खोजी पत्रकारिता के दौरान सरकार/शासन से टकराव की स्थिति बनी रहती है। कोई भी राजनेता अपने जिन कार्यों को सही समझता है, एक पत्रकार जब उसकी असलियत जनता के समक्ष रख देता है और जनता राजनेता की नीतियों व कार्यों की आलोचना करने लगती है और उस पर अपनी प्रतिक्रिया देती है तो पत्रकार के लिए ऐसे राजनेता से सीधे टकराव की स्थिति आ जाती है। पत्रकार को ऐसी स्थिति में विवेक से काम करना चाहिए और खबर की सत्यता पर दृढ़ रहकर स्थिति का मुकाबला करना चाहिए।

प्रायः पत्रकार के लिए अपने सूचना श्रोता को बचाए रखने के लिए अतिरिक्त प्रयास करने पड़ते हैं। कई बार न्यायपालिका और कार्यपालिका ऐसे श्रोता का खुलासा चाहते हैं, लेकिन अपने श्रोतों की सुरक्षा पत्रकारिता के मूल्य में शमिल है इसलिए पत्रकार को श्रोता की सुरक्षा का खास ध्यान रखना चाहिए।

समाचार संरचना

समाचार संरचना की बात करें तो मुख्य रूप से तीन खंडों में विभाजित कर सकते हैं। पहले में इंट्रो होता है, जिसमें ‘क्या हुआ’ के प्रश्न का उत्तर दिया जा सकता है, जो क्या हुआ को स्पष्ट करता है। दूसरा में जो कुछ बचा उसे रखा जाता है और अंत में समाचार को पूरा करने के लिए, जो कुछ आवश्यक है, उसे रखा जाता है।

इस तरह समाचार में सबसे पहले समाचार का ‘इंट्रो’, यानी इंट्रोडक्शन होता है। यह असली समाचार है, जो चंद शब्दों में पाठकों को बताता है कि क्या घटना घटित हुई है। इसके बाद के पैराग्राफ में इंट्रो की व्याख्या करनी होती है। इंट्रो में जिन प्रश्नों का उत्तर अधूरा रह गया है, उनका उत्तर देना होता है। इसलिए समाचार लिखते समय इंट्रो के बाद व्याख्यात्मक जानकारी देना जरूरी होता है।

इसके बाद विवरणात्मक या वर्णनात्मक जानकारियां दी जानी चाहिए। घटनास्थल का वर्णन करना, इस दृष्टि से यह कहा जा सकता है कि यह घटना के स्वभाव पर निर्भर करता है कि विवरणात्मक जानकारियों का कितना महत्व है।

जैसे अगर कहीं कोई उत्सव हो रहा हो, जिसमें अनेक सांस्कृतिक और सामाजिक कार्यक्रम चल रहे हों तो निश्चय ही इसका समाचार लिखते समय घटनास्थल का विवरण ही सबसे महत्वपूर्ण है, लेकिन अगर कोई राजनेता पत्रकार सम्मेलन करता है तो इसमें विवरण देने (पत्रकार सम्मेलन के माहौल के बारे में बताने) के लिए कुछ भी नहीं होता है। हाँ एक पत्रकार यह कर सकता है कि राजनेता जो कुछ भी कहा उसके बारे में पड़ताल कर सकता है कि इस पत्रकार सम्मेलन बुलाने का मकसद क्या था। यहां यह समाचार बन सकता है कि समाचार में कुछ छिपाया तो नहीं जा रहा है।

विवरण के बाद पांच डब्ल्यू और एक एच को पूरा करने के लिए आवश्यक होती है और जिन्हें समाचार लिखते समय पहले के तीन खंडों में शामिल नहीं किया जा सका। इसमें पहले तीन खंडों से संबंधित अतिरिक्त जानकारियां दी जाती हैं। हर घटना को सही दिशा में पेश करने के लिए इसका पृष्ठभूमि में जाना भी आवश्यक होता है। पाठक भी इस तरह की किसी घटना की पृष्ठभूमि भी जानने के लिए इच्छा रखता है। जैसे कि अगर किसी नगर में असुरक्षित मकान गिरने से कुछ लोगों की मृत्यु हो जाती है तो यह भी प्रासंगिक ही होता है कि पाठकों को यह भी बताया जाए कि पिछले एक वर्ष में इस तरह की कितनी घटनाएं हो चुकी हैं और कितने लोग मरे हैं। प्रशासन द्वारा इस तरह की घटनाओं को रोकने के लिए क्या कदम उठाए गए और वे कहां तक सफल रहे हैं और अगर सफल नहीं हुए तो क्यों? आदि।

इस तरह कहा जा सकता है कि समाचार संरचना में यह क्रम होता है-इंट्रो, व्याख्यात्मक जानकारियां, विवरणात्मक जानकारियां, अतिरिक्त जानकारियां और पृष्ठभूमि।

छ: 'क' कार

समाचार के अर्थ में हमने देखा समाचार का स्वरूप क्या है। उसके प्रमुख तत्त्वों को आसानी से समझा जा सकता है। शुष्क तथ्य समाचार नहीं बन सकते, पर जो तथ्य आम आदमी के जीवन और विचारों पर प्रभाव डालते हैं, उसे पसंद आते हैं और आंदोलित करते हैं, वे ही समाचार बनते हैं। समाचार के इस आवश्यकता को ध्यान में रखते हुए समाचार में छ: तत्त्वों का समावेश अनिवार्य माना जाता है। ये हैं-क्या, कहां, कब, कौन, क्यों और कैसे।

अंग्रेजी में इन्हें पांच 'डब्ल्यू', हू, वट, व्हेन, व्हाइ वहे अर और एक 'एच' हाउ कहा जाता है। इन छः सवालों के जवाब में किसी घटना का हर पक्ष सामने आ जाता है, लेकिन समाचार लिखते वक्त इन्हीं प्रश्नों का उत्तर तलाशना और पाठकों तक उसे उसके संपूर्ण अर्थ में पहुँचाना सबसे बड़ी चुनौती का कार्य है। यह एक जटिल प्रक्रिया है।

क्या - क्या हुआ? जिसके संबंध में समाचार लिखा जा रहा है।

कहां - कहां? 'समाचार' में दी गई घटना का संबंध किस स्थान, नगर, गांव प्रदेश या देश से है।

कब - 'समाचार' किस समय, किस दिन, किस अवसर का है।

कौन - 'समाचार' के विषय (घटना, वृत्तांत आदि) से कौन लोग संबंधित हैं।

क्यों - 'समाचार' की पृष्ठभूमि।

कैसे - 'समाचार' का पूरा व्योरा।

यह छह ककार ("क" अक्षर से शुरू होने वाले छः प्रश्न) समाचार की आत्मा है। समाचार में इन तत्त्वों का समावेश अनिवार्य है।

समाचार बनने योग्य तत्त्व

छः कंकार के सवालों के जवाब में किसी घटना का हर पक्ष सामने आ जाता है, लेकिन समाचार लिखते वक्त इन्हीं प्रश्नों का उत्तर तलाशना और पाठकों तक उसे उसके संपूर्ण अर्थ में पहुँचाना सबसे बड़ी चुनौती का कार्य है। यह एक जटिल प्रक्रिया है। लोग आमतौर पर अनेक काम मिल-जुल कर करते हैं। सुख-दुःख की घड़ी में वे साथ होते हैं। मेलों और उत्सवों में वे साथ होते हैं। दुर्घटनाओं और विपदाओं के समय वे साथ होते हैं। इन सबको हम घटनाओं की श्रेणी में रख सकते हैं, फिर लोगों को अनेक छोटी-बड़ी समस्याओं का सामना करना पड़ता है।

गांव, कस्बे या शहर में बिजली-पानी के न होने से लेकर बेरोजगारी और आर्थिक मंदी जैसी समस्याओं से उन्हें जूझना होता है। इसी तरह लोग अपने समय की घटनाओं, रुझानों और प्रक्रियाओं पर सोचते हैं। उन पर विचार करते हैं और इन सब को लेकर कुछ करते हैं या कर सकते हैं। इस तरह की विचार मंथन की प्रक्रिया के केंद्र में इनके कारणों, प्रभाव और परिणामों का संदर्भ भी रहता है। विचार, घटनाएं और समस्याओं से ही समाचार का आधार तैयार होता है।

किसी भी घटना, विचार और समस्या से जब काफी लोगों का सरोकार हो तो यह कह सकते हैं कि यह समाचार बनने के योग्य है।

किसी घटना, विचार और समस्या के समाचार बनने की संभावना, तब बढ़ जाती है, जब उनमें निम्नलिखित में से कुछ या सभी तत्त्व शामिल हों - तथ्यात्मकता, नवीनता, जनरुचि, सामयिकता, निकटता, प्रभाव, पाठक वर्ग, नीतिगत ढांचा, अनोखापन, उपयोगी जानकारियां।

तथ्यात्मकता

समाचार किसी की कल्पना की उड़ान नहीं है। समाचार एक वास्तविक घटना पर आधारित होती है। एक पत्रकार के सामने सबसे बड़ी चुनौती यह होती है कि वह ऐसे तथ्यों का चयन कैसे करे, जिससे वह घटना उसी रूप में पाठक के सामने पेश की जा सके, जिस तरह वह घटी। घटना के समूचे यथार्थ का प्रतिनिधित्व करने वाले इस तथ्यों को पत्रकार खास तरह का बौद्धिक कौशल के जरिए पाठकों के समक्ष पेश करता है। समाचार में तथ्यों के साथ कोई छेड़छाड़ नहीं होनी चाहिए और न ही उनकी प्रस्तुति और लेखन में अपने विचारों को घुसाना चाहिए।

नवीनता

किसी भी घटना, विचार या समस्या के समाचार बनने के लिए यह बहुत जरूरी है कि वह नया हो। कहा भी जाता है न्यू है, इसलिए न्यूज है। समाचार वही है, जो ताजी घटना के बारे में जानकारी देता है। एक दैनिक समाचारपत्र के लिए आम तौर पर पिछले 24 घंटों की घटनाएं समाचार होती हैं। एक चौबीस घंटे के टेलीविजन और रेडियो चैनल के लिए तो समाचार जिस तेजी से आते हैं, उसी तेजी से बासी भी होते चले जाते हैं, लेकिन अगर द्वितीय विश्व युद्ध जैसी किसी ऐतिहासिक घटना के बारे में आज भी कोई नई जानकारी मिलती है, जिसके बारे में हमारे पाठकों को पहले जानकारी नहीं थी तो निश्चय ही यह उनके लिए समाचार है। दुनिया के अनेक स्थानों पर अनेक ऐसी चीजें होती हैं, जो वर्षों से मौजदू हैं, लेकिन यह किसी अन्य देश के लिए कोई नई बात हो सकती है और निश्चय ही समाचार बन सकती है।

जनरुचि

किसी विचार, घटना और समस्या के समाचार बनने के लिए यह भी आवश्यक है कि लोगों की उसमें दिलचस्पी हो। वे उसके बारे में जानना चाहते हों। कोई भी घटना समाचार तभी बन सकती है, जब लोगों का एक बड़ा तबका उसके बारे में जानने में रुचि रखता हो। स्वभावतः हर समाचार संगठन अपने लक्ष्य समूह (टार्गेट ऑडिएंस) के संदर्भ में ही लोगों की रुचियों का मूल्यांकन करता है, लेकिन हाल के वर्षों में लोगों की रुचियों और प्राथमिकताओं में भी तोड़-मरोड़ की प्रक्रिया काफी तेज हुई है और लोगों की मीडिया आदतों में भी परिवर्तन आ रहे हैं। कह सकते हैं कि रुचियां कोई स्थिर चीज नहीं हैं, गतिशील हैं। कई बार इनमें परिवर्तन आते हैं तो मीडिया में भी परिवर्तन आता है, लेकिन आज मीडिया लोगों की रुचियों में परिवर्तन लाने में बहुत बड़ी भूमिका अदा कर रहा है।

सामयिकता

एक घटना को एक समाचार के रूप में किसी समाचार संगठन में स्थान पाने के लिए इसका समय पर सही स्थान, यानि समाचार कक्ष में पहुँचना आवश्यक है। मोटे तौर पर कह सकते हैं कि उसका समयानुकूल होना जरूरी है। एक दैनिक समाचारपत्र के लिए वे घटनाएं सामयिक हैं, जो कल घटित हुई हैं। आमतौर पर एक दैनिक समाचारपत्र की अपनी एक डेलाइन (समय सीमा) होती है, जब तक के समाचारों को वह कवर कर पाता है। मसलन अगर एक प्रातःकालीन दैनिक समाचारपत्र रात 12 बजे तक के समाचार कवर करता है तो अगले दिन के संस्करण के लिए 12 बजे रात से पहले के चौबीस घंटे के समाचार सामयिक होंगे।

इसी तरह 24 घंटे के एक टेलीविजन समाचार चैनल के लिए तो हर पल ही डेलाइन है और समाचार को सबसे पहले टेलीकास्ट करना ही उसके लिए दौड़ में आगे निकलने की सबसे बड़ी चुनौती है। इस तरह एक चौबीस घंटे के टेलीविजन समाचार चैनल, एक दैनिक समाचारपत्र, एक साप्ताहिक और एक मासिक के लिए किसी समाचार की समय सीमा का अलग-अलग मानदंड होना स्वाभाविक है, कहीं समाचार तात्कालिक है, कहीं सामयिक तो कहीं समकालीन भी हो सकता है।

निकटता

किसी भी समाचार संगठन में किसी समाचार के महत्व का मूल्यांकन, यानी उसे समाचारपत्र या बुलेटिन में शामिल किया जाएगा या नहीं, का निर्धारण इस आधार पर भी किया जाता है कि वह घटना उसके कवरेज क्षेत्र और पाठक/दर्शक/श्रोता समूह के कितने करीब हुई? हर घटना का समाचारीय महत्व काफी हद तक उसकी स्थानीयता से भी निर्धारित होता है। सबसे करीब वाला ही सबसे प्यारा भी होता है। यह मानव स्वभाव है। स्वाभाविक है कि लोग उन घटनाओं के बारे में जानने के लिए अधिक उत्सुक होते हैं, जो उनके करीब होती हैं। इसका एक कारण तो करीब होना है और दूसरा कारण यह भी है कि उसका असर उन पर भी पड़ता है। जैसे—किसी एक खास कालोनी में चोरी-डकैती की घटना के बारे में वहाँ के लोगों की रुचि होना स्वाभाविक है। रुचि इसलिए कि घटना उनके करीब हुई है और इसलिए भी कि इसका संबंध स्वयं उनकी अपनी सुरक्षा से है।

प्रभाव

किसी घटना के प्रभाव से भी उसका समाचारीय महत्व निर्धारित होता है। अनेक मौकों पर किसी घटना से जुड़े लोगों के महत्वपूर्ण होने से भी उसका समाचारीय महत्व बढ़ जाता है। स्वभावतः प्रख्यात और कुख्यात अधिक स्थान पाते हैं। इसके अलावा किसी घटना की तीव्रता का अंदाजा इस बात से भी लगाया जाता है कि उससे कितने सारे लोग प्रभावित हो रहे हैं या कितने बड़े भू भाग पर असर हो रहा है, आदि। सरकार के किसी निर्णय से अगर दस लोगों को लाभ हो रहा हो तो यह उतना बड़ा समाचार नहीं, जितना कि उससे लाभान्वित होने वाले लोगों की संख्या एक लाख हो। सरकार अनेक नीतिगत फैसले लेती हैं, जिनका प्रभाव तात्कालिक नहीं होता, लेकिन दीर्घकालिक प्रभाव महत्वपूर्ण हो सकते हैं और इसी दृष्टि से इसके समाचारीय महत्व को आंका जाना चाहिए।

पाठक वर्ग

आमतौर पर हर समाचार का एक खास पाठक/दर्शक/श्रोता वर्ग होता है। किसी समाचारीय घटना का महत्व इससे भी तय होता है कि किसी खास समाचार का ऑडिएंस कौन है और उसका आकार कितना बड़ा है। इन दिनों

ऑडिएंस का समाचारों के महत्व के आकलन में प्रभाव बढ़ता जा रहा है। अतिरिक्त क्रय शक्ति वाले सामाजिक तबकों, जो विज्ञापन उद्योग के लिए बाजार होते हैं, में अधिक पढ़े जाने वाले समाचारों को अधिक महत्व मिलता है।

नीतिगतढांचा

विभिन्न समाचार संगठनों की समाचारों के चयन और प्रस्तुति को लेकर एक नीति होती है। इस नीति को संपादकीय लाइन भी कहते हैं। समाचारपत्रों में संपादकीय प्रकाशित होते हैं, जिन्हें संपादक और उनके सहायक संपादक लिखते हैं। संपादकीय बैठक में तय किया जाता है कि किसी विशेष दिन कौन-कौन सी ऐसी घटनाएं हैं, जो संपादकीय हस्तक्षेप के योग्य हैं। इन विषयों के चयन में काफी विचार-विमर्श होता है। उनके निर्धारण के बाद उन पर क्या संपादकीय क्या लाइन ली जाए, यह भी तय किया जाता है और विचार-विमर्श के बाद संपादक तय करते हैं कि किसी मुद्दे पर क्या रुख या लाइन होगी। यही स्टैंड और लाइन एक समाचारपत्र की नीति भी होती है।

वैसे एक समाचारपत्र में अनेक तरह के लेख और समाचार छपते हैं और आवश्यक नहीं है कि वे संपादकीय नीति के अनुकूल हो। समाचारपत्र में विचारों के स्तर पर विविधता आरै बहुलता का होना अनिवार्य है। संपादकीय एक समाचारपत्र की विभिन्न मुद्दों पर नीति को प्रतिबिंबित करते हैं। निश्चय ही, समाचार कवरेज और लेखों- विश्लेषणों में संपादकीय नीति का पूरा का पूरा अनुसरण नहीं होता, लेकिन कुल मिलाकर संपादकीय नीति का प्रभाव किसी भी समाचारपत्र के समूचे व्यक्तित्व पर पड़ता है।

पिछले कुछ वर्षों में समाचार संगठनों पर विज्ञापन उद्योग का दबाव काफी बढ़ गया है। मुक्त बाजार व्यवस्था के विस्तार तथा उपभेदकतावाद के फैलाव के साथ विज्ञापन उद्योग का जर्बर्दस्त विस्तार हुआ है। समाचार संगठन किसी भी और कारोबार और उद्योग की तरह हो गए हैं और विज्ञापन उद्योग पर उनकी निर्भरता बहुत बढ़ चुकी है। इसका संपादकीय-समाचारीय सामग्री पर गहरा असर पड़ रहा है। समाचार संगठन पर अन्य आर्थिक सामाजिक और सांस्कृतिक दबाव भी होते हैं। इसी तरह अन्य कई दबाव भी इसकी नीतियों को प्रभावित करते हैं। इसके बाद जो गुंजाइश या स्थान बचता है, वह पत्रकारिता और पत्रकारों की स्वतंत्रता का है। यह उनके प्रोफेशनलिज्म पर निर्भर करता है कि वे इस गुंजाइश का किस तरह सबसे प्रभावशाली ढंग से उपयोग कर पाते हैं।

महत्वपूर्ण जानकारियाँ

अनेक ऐसी सूचनाएं भी समाचार मानी जाती, जिनका समाज के किसी विशेष तबके के लिए कोई महत्व हो सकता है। ये लोगों की तात्कालिक सूचना आवश्यकताएं भी हो सकती हैं। मसलन स्कूल कब खुलेंगे, किसी खास कालोनी में बिजली कब बंद रहेगी, पानी का दबाव कैसा रहेगा आदि।

अनोखापन

एक पुरानी कहावत है कि कुत्ता आदमी को काट ले तो खबर नहीं, लेकिन अगर आदमी कुत्ते को काट ले तो वह खबर है, यानी जो कुछ स्वाभाविक नहीं है या किसी रूप से असाधारण है, वही समाचार है। सौ नौकरशाहों का ईमानदार होना समाचार नहीं, क्योंकि उनसे तो ईमानदार रहने की अपेक्षा की जाती है, लेकिन एक नौकरशाह अगर बेर्इमान और भ्रष्ट है तो यह बड़ा समाचार है। सौ घरों का निर्माण समाचार नहीं है। यह तो एक सामान्य निर्माण प्रक्रिया है, लेकिन दो घरों का जल जाना समाचार है।

निश्चय ही, अनहोनी घटनाएं समाचार होती हैं। लोग इनके बारे में जानना चाहते हैं, लेकिन समाचार मीडिया को इस तरह की घटनाओं के संदर्भ में काफी सजगता बरतनी चाहिए अन्यथा कई मौकों पर यह देखा गया है कि इस तरह के समाचारों ने लोगों में अवैज्ञानिक सोच और अंधविश्वास को जन्म दिया है। कई बार यह देखा गया है कि किसी विचित्र बच्चे के पैदा होने की घटना का समाचार चिकित्सा विज्ञान के संदर्भ से काटकर किसी अंधविश्वासी संदर्भ में प्रस्तुत कर दिया जाता है। भूत-प्रेत के किसी कहानी समाचार नहीं हो सकते। किसी इंसान को भगवान बनाने के मिथ गढ़ने से भी समाचार मीडिया को बचना चाहिए।

इस तरह देखा जाए तो उपराक्ते कुछ तत्त्वों या सभी तत्त्वों के सम्मिलित होने पर ही कोई भी घटना, विचार या समस्या समाचार बनाने के योग्य बनते हैं।

समाचार लेखन की प्रक्रिया

उल्टा पिरामिड सिद्धांत समाचार लेखन का बुनियादी सिद्धांत है। यह समाचार लेखन का सबसे सरल, उपयोगी और व्यावहारिक सिद्धांत है। समाचार लेखन का यह सिद्धांत कथा या कहनी लेखन की प्रक्रिया के ठीक उलट है। इसमें किसी घटना, विचार या समस्या के सबसे महत्वपूर्ण तथ्यों या जानकारी

को सबसे पहले बताया जाता है, जबकि कहनी या उपन्यास में क्लाइमेक्स सबसे अंत में आता है। इसे उल्टा पिरामिड इसलिये कहा जाता है, क्योंकि इसमें सबसे महत्वपूर्ण तथ्य या सूचना सबसे पहले आती है जबकि पिरामिड के निचले हिस्से में महत्वपूर्ण तथ्य या सूचना होती है। इस शैली में पिरामिड को उल्टा कर दिया जाता है। इसमें सबसे महत्वपूर्ण सूचना पिरामिड के सबसे उपरी हिस्से में होती है और घटते हुये क्रम में सबसे कम महत्व की सूचनाये सबसे निचले हिस्से में होती है।

समाचार लेखन की उल्टा पिरामिड शैली के तहत लिखे गये समाचारों के सुविधा की दृष्टि से मुख्यतः तीन हिस्सों में विभाजित किया जाता है—मुखड़ा या इंट्रो या लीड, बाड़ी और निष्कर्ष या समापन। इसमें मुखड़ा या इंट्रो समाचार के पहले और कभी—कभी पहले और दूसरे दोनों पैराग्राफ को कहा जाता है। मुखड़ा किसी भी समाचार का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा होता है, क्योंकि इसमें सबसे महत्वपूर्ण तथ्यों और सूचनाओं को लिखा जाता है। इसके बाद समाचार की बाड़ी आती है, जिसमें महत्व के अनुसार घटते हुये क्रम में सूचनाओं और व्यौरा देने के अलावा उसकी पृष्ठभूमि का भी जिक्र किया जाता है। सबसे अंत में निष्कर्ष या समापन आता है।

समाचार लेखन में निष्कर्ष जैसी कोई चीज नहीं होती है और न ही समाचार के अंत में यह बताया जाता है कि यहां समाचार का समापन हो गया है।

मुखड़ा या इंट्रो या लीड

उल्टा पिरामिड शैली में समाचार लेखन का सबसे महत्वपूर्ण पहलू मुखड़ा लेखन या इंट्रो या लीड लेखन है। मुखड़ा समाचार का पहला पैराग्राफ होता है, जहां से कोई समाचार शुरू होता है। मुखड़े के आधार पर ही समाचार की गुणवत्ता का निर्धारण होता है।

एक आदर्श मुखड़ा में किसी समाचार की सबसे महत्वपूर्ण सूचना आ जानी चाहिये और उसे किसी भी हालत में 35 से 50 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिये, किसी मुखड़े में मुख्यतः छः सवाल का जवाब देने की कोशिश की जाती है — क्या हुआ, किसके साथ हुआ, कहां हुआ, कब हुआ, क्यों और कैसे हुआ है। आमतौर पर माना जाता है कि एक आदर्श मुखड़े में सभी छः कंकार का जवाब देने के बजाये किसी एक मुखड़े को प्राथमिकता देनी चाहिये। उस एक कंकार के साथ एक-दो कंकार दिये जा सकते हैं।

बाड़ी

समाचार लेखन की उल्टा पिरामिड लेखन शैली में मुखड़े में उल्लिखित तथ्यों की व्याख्या और विश्लेषण समाचार की बाड़ी में होती है। किसी समाचार लेखन का आदर्श नियम यह है कि किसी समाचार को ऐसे लिखा जाना चाहिये, जिससे अगर वह किसी भी बिन्दु पर समाप्त हो जाये तो उसके बाद के पैराग्राफ में ऐसा कोई तथ्य नहीं रहना चाहिये, जो उस समाचार के बचे हुए हिस्से की तुलना में ज्यादा महत्वपूर्ण हो। अपने किसी भी समापन बिन्दु पर समाचार को पूर्ण, पठनीय और प्रभावशाली होना चाहिये। समाचार की बाड़ी में छः कक्कारो में से दो क्यों और कैसे का जवाब देने की कोशिश की जाती है। कोई घटना कैसे और क्यों हुई, यह जानने के लिये उसकी पृष्ठभूमि, परिपेक्ष्य और उसके व्यापक संदर्भ को खंगालने की कोशिश की जाती है। इसके जरिये ही किसी समाचार के वास्तविक अर्थ और असर को स्पष्ट किया जा सकता है।

निष्कर्ष या समापन

समाचार का समापन करते समय यह ध्यान रखना चाहिये कि न सिर्फ उस समाचार के प्रमुख तथ्य आ गये हैं, बल्कि समाचार के मुखड़े और समापन के बीच एक तारतम्यता भी होनी चाहिये, समाचार में तथ्यों और उसके विभिन्न पहलुओं को इस तरह से पेश करना चाहिये कि उससे पाठक को किसी निर्णय या निष्कर्ष पर पहुँचने में मदद मिले।

भाषा और शैली

पत्रकार के लिए समाचार लेखन और संपादन के बारे में जानकारी होना तो आवश्यक है। इस जानकारी को पाठक तक पहुँचाने के लिए एक भाषा की जरूरत होती है। आमतौर पर समाचार लोग पढ़ते हैं या सुनते-देखते हैं, वे इनका अध्ययन नहीं करते। हाथ में शब्दकोष लेकर समाचारपत्र नहीं पढ़े जाते। इसलिए समाचारों की भाषा बोलचाल की होनी चाहिए। सरल भाषा, छोटे वाक्य और संक्षिप्त पैराग्राफ। एक पत्रकार को समाचार लिखते वक्त इस बात का हमेशा ध्यान रखना होगा कि भले ही इस समाचार के पाठक/उपभेक्ता लाखों हों, लेकिन वास्तविक रूप से एक व्यक्ति अकले ही इस समाचार का उपयोग करेगा।

इस दृष्टि से जन संचार माध्यमों में समाचार एक बड़े जन समुदाय के लिए लिखे जाते हैं, लेकिन समाचार लिखने वाले को एक व्यक्ति को केंद्र में रखना

होगा, जिसके लिए वह सदेश लिख रहा है, जिसके साथ वह संदेशों का आदान-प्रदान कर रहा है, फिर पत्रकार को इस पाठक या उपभेक्ता की भाषा, मूल्य, संस्कृति, ज्ञान और जानकारी का स्तर आदि आदि के बारे में भी मालूम होना ही चाहिए। इस तरह हम कह सकते हैं कि यह पत्रकार और पाठक के बीच सबसे बेहतर संवाद की स्थिति है। पत्रकार को अपने पाठक समुदाय के बारे में पूरी जानकारी होनी चाहिए। दरअसल एक समाचार की भाषा का हर शब्द पाठक के लिए ही लिखा जा रहा है और समाचार लिखने वाले को पता होना चाहिए कि वह जब किसी शब्द का इस्तेमाल कर रहा है तो उसका पाठक वर्ग इससे कितना वाकिफ है और कितना नहीं।

उदाहरण के लिए अगर कोई पत्रकार 'इकनामिक टाइम्स' जैसे—अंग्रेजी के आर्थिक समाचारपत्र के लिए समाचार लिख रहा है तो उसे मालूम होता है कि इस समाचारपत्र को किस तरह के लोग पढ़ते हैं। उनकी भाषा क्या है, उनके मूल्य क्या हैं, उनकी जरूरतें क्या हैं, वे क्या समझते हैं और क्या नहीं? ऐसे अनेक शब्द हो सकते हैं, जिनकी व्याख्या करना 'इकनामिक टाइम्स' के पाठकों के लिए आवश्यक न हो, लेकिन अगर इन्हीं शब्दों का इस्तेमाल 'नवभारत टाइम्स' में किया जाए तो शायद इनकी व्याख्या करने की जरूरत पड़े, क्योंकि 'नवभारत टाइम्स' के पाठक एक भिन्न सामाजिक समूह से आते हैं। अनेक ऐसे शब्द हो सकते हैं, जिनसे नवभारत टाइम्स के पाठक अवगत हों, लेकिन इन्हीं का इस्तेमाल जब 'इकनामिक टाइम्स' में किया जाए तो शायद व्याख्या करने की जरूरत पड़े, क्योंकि उस पाठक समुदाय की सामाजिक, सांस्कृतिक और शैक्षिक पृष्ठभूमि भिन्न है।

अंग्रेजी भाषा में अनेक शब्दों का इस्तेमाल मुक्त रूप से कर लिया जाता है, जबकि हिंदी भाषा का मिजाज मीडिया में इस तरह के गाली-गलौज के शब्दों को देखने का नहीं है, भले ही बातचीत में इनका कितना ही इस्तेमाल क्यों न हो। भाषा और सामग्री के चयन में पाठक या उपभेक्ता वर्ग की संबेदनशीलताओं का भी ध्यान रखा जाता है और ऐसी सूचनाओं के प्रकाशन या प्रसारण में विशेष सावधानी बरती जाती है, जिससे हमारी सामाजिक एकता पर नकारात्मक प्रभाव पड़ता हो।

समाचार लेखक का भाषा पर सहज अधिकार होना चाहिए। भाषा पर अधिकार होने के साथ-साथ उसे यह भी जानना चाहिए कि उसके पाठक वर्ग किस प्रकार के हैं। समाचार पत्र में समाचार के विभिन्न प्रकारों में भाषा के

अलग-अलग स्तर दिखाई पड़ते हैं। अपराध समाचार की भाषा का स्वरूप वहीं नहीं होता है, जो खेल समाचार की भाषा का होता है। पर एक बात उनमें समान होती है, वह यह कि सभी प्रकार के समाचारों में सीधी, सरल आरै बोधगम्य भाषा का प्रयोग किया जाता है। दूसरी बात यह कि समाचार लेखक को अपनी विशेषता का क्षेत्र निर्धारित कर लेना चाहिए। इससे उस विषय विशेष से संबद्ध शब्दावली से यह परिचित हो जाता है और जरूरत पड़ने पर नये शब्दों का निर्माण करता चलता है।

3

समाचार के प्रकार

बदलती दुनिया, बदलते सामाजिक परिदृश्य, बदलते बाजार, बाजार के आधार पर बदलते शैक्षिक-सांस्कृतिक परिवेश और सूचनाओं के अम्बार ने समाचारों को कई – कई प्रकार दे डाले हैं। कभी उंगलियों पर गिन लिये जाने वाले समाचार के प्रकारों को अब पूरी तरह गिना पाना संभव नहीं है। एक बहुत बड़ा सच यह है कि इस समय सूचनाओं का एक बहुत बड़ा बाजार विकसित हो चुका है। इस नये – नवेले बाजार में समाचार उत्पाद का रूप लेते जा रहे हैं। समाचार पत्र हों या चैनल, हर और समाचारों को ब्रांडेड उत्पाद बनाकर परोसने की कवायद शुरू हो चुकी है। खास और एक्सक्लूसिव बताकर समाचार को पाठकों या दर्शकों तक पहुँचाने की होड़ ठीक उसी तरह है, जिस तरह किसी कम्पनी द्वारा अपने उत्पाद को अधिक से अधिक उपभोक्ताओं तक पहुँचाना।

आज की दुनिया में पत्रकारिता का क्षेत्र बहुत व्यापक हो गया है। शायद ही कोई क्षेत्र बचा हो, जिस पर कोई समाचार नहीं बना हो। बदलती दुनिया, बदलते सामाजिक परिदृश्य, बदलते बाजार, बाजार के आधार पर बदलते शैक्षिक- सांस्कृतिक परिवेश और सूचनाओं के अम्बार ने समाचारों में विविधता ला दिया है। कभी उंगलियों पर गिन लिये जाने वाले समाचार के प्रकारों को अब पूरी तरह गिन पाना संभव नहीं है। एक बहुत बड़ा सच यह है कि इस समय सूचनाओं का एक बहुत बड़ा बाजार विकसित हो चुका है।

इस नये नवेले बाजार में समाचार उत्पाद का रूप लेता जा रहा है। समाचार पत्र हों या चैनल खास और एक्सक्लूसिव बताकर समाचार को पाठकों या दर्शकों तक पहुँचाने की होड़ ठीक उसी तरह है, जिस तरह किसी कम्पनी द्वारा अपने

उत्पाद को अधिक से अधिक उपभेक्ताओं तक पहुँचाना। इस तरह समाचार के क प्रकार बनते जा रहे हैं। घटना के महत्व, अपेक्षितता, अनपेक्षितता, विषय क्षेत्र, समाचार का महत्व, संपादन हेतु प्राप्त समाचार, प्रकाशन स्थान, समाचार प्रस्तुत करने का ढंग आदि के आधारों पर समाचारों का विभाजन, महत्ता व गौणता का अंकन किया जाता है। उसके आधार पर समाचारों का प्रकाशन कर उसे पूर्ण महत्वपूर्ण व सामयिक बनाया जा सकता है।

समाचारों का मार्केट तैयार करने की बात बड़ी तेजी से सामने आ रही है। कुछ नया करके आगे निकल जाने की होड़ में लगभग सभी समाचार पत्र और चैनल शामिल हैं। यही वजह है कि बीसवीं सदी के अंतिम दशक से समाचारों के प्रकारों की फेहरिस्त लगातार बढ़ती नजर आ रही है। इंटरनेट के प्रयोग ने इस फेहरिस्त को लम्बा करने और सम्यक व अद्यतन जानकारियों से लैस करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। सच तो यह है कि इंटरनेट ने भारत के समाचार पत्रों को विश्व स्तर के समाचार पत्रों की श्रेणी में ला खड़ा किया है। सर्वाधिक गुणात्मक सुधार व विकास हिन्दी व अन्य क्षेत्रीय भाषाओं में देखने को मिला है।

समाचार के कई प्रकार हैं। घटना के महत्व, अपेक्षितता, अनपेक्षितता, विषय क्षेत्र, समाचार का महत्व, संपादन हेतु प्राप्त समाचार, प्रकाशन स्थान, समाचार प्रस्तुत करने का ढंग आदि कई आधारों पर समाचारों का विभाजन, महत्ता व गौणता का अंकन किया जाता है तथा उसके आधार पर समाचारों का प्रकाशन कर उसे पूर्ण, महत्वपूर्ण व सामयिक बनाया जा सकता है।

क. प्रकाशन स्थान के आधार पर

1. स्थानीय समाचार

गांव या कस्बे, जहां से समाचार पत्र का प्रकाशन होता हो, विद्यालय या अस्पताल की इमारत का निर्माण, स्थानीय दंगे, दो गुटों में संघर्ष जैसे—स्थानीय समाचार, जो कि स्थानीय महत्व और क्षेत्रीय समाचार पत्रों की लोकप्रियता को बढ़ाने में सहायक होने के कारण स्थानीय समाचार पत्रों में विशेष स्थान पाते हों, स्थानीय समाचार कहलाते हैं। समाचार यदि लोगों से सीधे जुड़े होते हैं तो उसकी प्रसार व प्रचार की स्थिति बहुत अधिक मजबूत हो जाती है। इधर कई समाचार पत्रों ने अपने स्थानीय संस्करण प्रकाशित करने शुरू कर दिये हैं। ऐसे में दो से

सात पृष्ठ स्थानीय समाचारों से भरे जा रहे हैं। यह कवायद स्थानीय बाजार में अपनी पैठ बनाने की भी है, ताकि स्थानीय छोटे – छोटे विज्ञापन भी आसानी से प्राप्त किये जा सके। स्थानीय समाचार में जन सहभागिता भी सुनिश्चित की जाती है, ताकि समाचार पत्र को लेग अपनी ही आवाज का प्रतिरूप मान सके। कई समाचार पत्रों ने अपने स्थानीय कार्यालय या ब्यूरो स्थापित कर दिये हैं और वहां संवाददाताओं की कई स्तरों वाली फौज भी तैनात कर रखी है।

समाचार चैनलों में भी स्थानीयता को महत्व दिया जाने लगा है। कई समाचार चैनल समाचार पत्रों की ही तरह अपने समाचारों को स्थानीय स्तर पर तैयार करके प्रसारित कर रहे हैं। वे छोटे – छोटे आयोजन या घटनाक्रम, जो समाचारों के राष्ट्रीय चैनल पर बमुश्किल स्थान पाते थे, अब सरलता से टी.वी. स्क्रीन पर प्रसारित होते दिख जाते हैं। कुछ शहरों में स्थानीय केबल समाचार चैनल भी शुरू हो गये हैं और बहुत लोकप्रिय सिद्ध हो रहे हैं। यह कहा जा सकता है कि आने वाले दिनों में स्थानीय स्तर पर समाचार चैनल संचालित करने की होड़ मचने वाली है।

2. प्रादेशिक या क्षेत्रीय समाचार

जैसे – जैसे समाचार पत्र व चैनलों का दायरा बढ़ता जा रहा है, वैसे – वैसे प्रादेशिक व क्षेत्रीय समाचारों का महत्व भी बढ़ रहा है। एक समय था कि समाचार पत्रों के राष्ट्रीय संस्करण ही प्रकाशित हुआ करते थे। धीरे – धीरे प्रांतीय संस्करण निकलने लगे और अब क्षेत्रीय व स्थानीय संस्करण निकाले जा रहे हैं।

किसी प्रदेश के समाचार पत्रों पर ध्यान दें तो उसके मुख्य पृष्ठ पर प्रांतीय समाचारों की अधिकता रहती है। प्रांतीय समाचारों के लिये प्रदेश शीर्षक से पृष्ठ भी प्रकाशित किये जाते हैं। इसी तरह से पश्चिमांचल, पूर्वांचल या फिर बुंदेलभूमि शीर्षक से पृष्ठ तैयार करके क्षेत्रीय समाचारों को प्रकाशित किया जाने लगा है। प्रदेश व क्षेत्रीय स्तर के ऐसे समाचारों को प्रमुखता से प्रकाशित करना आवश्यक होता है, जो उस प्रदेश व क्षेत्र की अधिसंख्य जनता को प्रभावित करते हों। कुछ समाचार चैनलों ने भी क्षेत्रीय व प्रादेशिक समाचारों को अलग से प्रस्तुत करना शुरू कर दिया है।

3. राष्ट्रीय समाचार

देश में हो रहे आम चुनाव, रेल या विमान दुर्घटना, प्राकृतिक आपदा – बाढ़, अकाल, महामारी, भूकम्प आदि – रेल बजट, वित्तीय बजट से सम्बंधित

समाचार, जिनका प्रभाव अखिल देशीय हो, राष्ट्रीय समाचार कहलाते हैं। राष्ट्रीय समाचार स्थानीय और प्रांतीय समाचार पत्रों में भी विशेष स्थान पाते हैं।

राष्ट्रीय स्तर पर घट रही हर घटना – दुर्घटना समाचार पत्रों व चैनलों पर महत्वपूर्ण स्थान पाती है। देश के दूर-दराज इलाके में रहने वाला सामान्य सा आदमी भी यह जानना चाहता है कि राष्ट्रीय राजनीति कौन सी करवट ले रही है, केन्द्र सरकार का कौन सा फैसला उसके जीवन को प्रभावित करने जा रहा है, देश के किसी भी कोने में घटने वाली हर वह घटना जो उसके जैसे करोड़ों को हिलाकर रख देगी या उसके जैसे करोड़ों लोगों की जानकारी में आना जरूरी है।

सच यह है कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के प्रचार – प्रसार ने लोगों को समाचारों के प्रति अत्यधिक जागरूक बनाया है। पल प्रति पल घटने वाली हर बात को जानने की ललक ने कुछ और – कुछ और प्रस्तुत करने की होड़ को बढ़ावा दिया है। सच यह भी है कि लोगों में अधिक से अधिक जानकारी हासिल करने की ललक ने समाचार पत्रों की संख्या में तेजी से वृद्धि की है। एक तरफ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से मिली छोटी सी खबर को विस्तार से पढ़ाने की होड़ में शामिल समाचार पत्रों का रंग – रूप बदलता गया, वहीं समाचार चैनलों की शुरूआत करके इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने अपने दर्शकों को खिसकर जाने से रोकने की कवायद शुरू कर दी। हाल यह है कि किसी भी राष्ट्रीय महत्व की घटना-दुर्घटना या फिर समाचार बनने लायक बात को कोई भी छोड़ देने को तैयार नहीं है, न इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और न ही प्रिंट मीडिया। यही बजह है कि समाचार चैनल जहाँ राष्ट्रीय समाचारों को अलग से प्रस्तुत करने की कवायद में शामिल हो चुके हैं, वहीं बहुतेरे समाचार पत्र मुख्य व अंतिम कवर पृष्ठ के अतिरिक्त राष्ट्रीय समाचारों के दो-तीन पृष्ठ अलग से प्रकाशित कर रहे हैं।

4. अंतर्राष्ट्रीय समाचार

ग्लोबल गांव की कल्पना को साकार कर देने वाली सूचना क्रांति के बाद के इस समय में अंतर्राष्ट्रीय समाचारों को प्रकाशित या प्रसारित करना जरूरी हो गया है। साधारण सा साधारण पाठक या दर्शक भी यह जानना चाहता है कि अमेरिका में राष्ट्रपति के चुनाव का परिणाम क्या रहा या फिर हालीवुड में इस माह कौन सी फिल्म रिलीज होने जा रही है या फिर आतंकवादी सरगना बिन लादेन कहाँ छिपा हुआ है। विश्व भर के रोचक – रोमांचक को जानने के लिये

अब हिन्दी और अन्य क्षेत्रीय भाषाओं के पाठकों और दर्शकों में ललक बढ़ी है। यही कारण है कि यदि समाचार चैनल दुनिया एक नजर में या फिर अंतर्राष्ट्रीय समाचार प्रसारित कर रहे हैं तो हिन्दी के प्रमुख अखबारों ने अराउण्ड द वर्ल्ड, देश-विदेश, दुनिया आदि के शीर्षक से पूरा पृष्ठ देना शुरू कर दिया है। समाचार पत्रों व चैनलों के प्रमुख समाचारों की फेहरिस्त में कोई न कोई महत्वपूर्ण अंतर्राष्ट्रीय समाचार रहता ही है।

कई चैनलों व समाचार पत्रों ने विश्व के कई प्रमुख शहरों में, खासकर राजधानियों में, अपने संवाददाताओं को नियुक्त कर रखा है। समाचार पत्रों के विदेशी समाचार वाले पृष्ठ को छायाचित्रों सहित इंटरनेट से तैयार किया जाता है। बहुतेरे समाचार विदेशी समाचार एजेंसियों से प्राप्त किये जाते हैं। कई फ्री-लाइसिंग करने वाले यानी स्वतंत्र पत्रकारों व छायाकारों ने अपनी व्यक्तिगत वेबसाइट बना रखी है, जो लगातार अद्यतन समाचार व छायाचित्र उपलब्ध कराते रहते हैं। इंटरनेट पर तैरती ये वेबसाइटें कई मायनों में अति महत्वपूर्ण होती हैं। सच यह है कि जैसे – जैसे देश में साक्षरता बढ़ रही है, वैसे – वैसे अधिक से अधिक लोगों में विश्व भर को अपनी जानकारी के दायरे में लाने की होड़ मच गई है। यही वजह है कि समाचार से जुड़ा व्यवसाय अब अंतर्राष्ट्रीय समाचारों को अधिक से अधिक आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करने की होड़ में शामिल हो गया है।

• विषय विशेष के आधार पर

निरंतर बदलती दुनिया ने समाचारों के लिये विषयों की भरमार कर दी है। पहले जहां मात्र राजनीति के समाचार, अपराध के समाचार, खेल-कूद के समाचार, साहित्य-संस्कृति के समाचार से ही समाचार पत्रों का काम चल जाया करता था, वहीं अब सूचना क्रांति, बदलते शैक्षिक परिवेश और बदलते सामाजिक ताने-बाने ने समाचारों के लिये ढेरों विषय पैदा कर दिये हैं। देश में बढ़ रही साक्षरता व जागरूकता ने भी समाचारों के वैविध्य को बढ़ा दिया है। अब कोई भी समाचार पत्र या चैनल समाचारों के वैविध्य को अपनाये बिना चल ही नहीं सकता। मल्टीप्लेक्स और मल्टी टेस्ट रेस्ट्रां के इस समय में पाठक-दर्शक वह सब कुछ पढ़ना-सुनना-देखना चाहता है, जो उसके इर्द-गिर्द घट रहा है। उसे हर उस विषय से जुड़ी ताजा जानकारी चाहिए, जो सीधे या फिर परोक्ष रूप से उससे जुड़ी हुई है। जमाना मांग और आपूर्ति के बीच सही तालमेल बैठाकर चलने का है और यही वजह है कि कोई भी समाचार पत्र या चैनल ऐसा कुछ भी छोड़ने

को तैयार नहीं है, जो उसके पाठक या दर्शक की पसंद हो सकती है। दिख रहा है सब कुछ के इस समय में वे विषय भी समाचार बन रहे हैं, जिनकी चर्चा सभ्य समाज में करना वर्जित माना जाता रहा है।

विषय विशेष के आधार पर हम समाचारों को निम्नलिखित प्रकारों में विभेदित कर सकते हैं -

- (1) राजनीतिक समाचार।
- (2) अपराध समाचार।
- (3) साहित्यिक-सांस्कृतिक समाचार।
- (4) खेल-कूद समाचार।
- (5) विधि समाचार।
- (6) विकास समाचार।
- (7) जन समस्यात्मक समाचार।
- (8) शैक्षिक समाचार।
- (9) आर्थिक समाचार।
- (10) स्वास्थ्य समाचार।
- (11) विज्ञापन समाचार।
- (12) पर्यावरण समाचार।
- (13) फ़िल्म-टेलीविजन (मनोरंजन) समाचार।
- (14) फैशन समाचार।
- (15) सेक्स समाचार।
- (16) खोजी समाचार आदि।

1. राजनीतिक समाचार

समाचार पत्रों में सबसे अधिक पढ़े जाने वाले और चैनलों पर सर्वाधिक देखे-सुने जाने वाले समाचार राजनीति से जुड़े होते हैं। राजनीति की उठा-पटक, लटक-झटके, आरोप — प्रत्यरोप, रोचक-रोमांचक, झूठ-सच, आना-जाना, आदि से जुड़े समाचार सुर्खियों में होते हैं। भारत जैसे देश में, जहां के आम आदमी साल के 365 दिनों में से लगभग दो दिन वोटर के रूप में बर्ताव करता है, राजनीति से जुड़े समाचारों का पूरा का पूरा बाजार विकसित हो चुका है। इस राजनीतिक समाचारों के बाजार में समाचार पत्र और समाचार चैनल अपने उपभोक्ताओं को रिझाने के लिये नित नये प्रयोग करते नजर आ रहे हैं। चुनाव के मौसम में इन

प्रयोगों की झड़ी लग जाती है और हर कोई एक दूसरे को पछाड़ कर आगे निकल जाने की होड़ में शामिल हो जाता है।

राजनीतिक समाचारों के बाजार में अपनी पैठ को मजबूत करने और उपभोक्ताओं को चटपटे उत्पाद देने की जुगत में समाचार पत्रों व चैनलों ने राजनीतिक पार्टियों के लिये अलग-अलग संवाददाता नियुक्त कर रखे हैं। राजनीतिक पार्टियां अब बहुत सचेत हो चुकी हैं और अब मात्र पार्टी प्रवक्ता नियुक्त करके या फिर मीडिया प्रकोष्ठ स्थापित करके काम नहीं चलाया जाता, बल्कि सुव्यवस्थित ढंग से मीडिया मैनेजमेंट कोर स्थापित किये जा रहे हैं। सूचना क्रांति के बाद घटी इस घटना को अत्यधिक महत्वपूर्ण माना जाना चाहिए कि सन् 2004 के आम चुनावों में कुछ पार्टियों ने देश भर से अपने पार्टी प्रवक्ताओं और मीडिया प्रभारियों को बुलाकर विधिवत प्रशिक्षण दिया कि किस तरह वे समाचार पत्रों और चैनलों को मैनेज करें और मीडिया फ्रैंडली नजर आये।

सच्चाई यह है कि किसी भी लोकसभा – विधानसभा चुनावों में प्रत्याशी समाचार पत्रों व चैनलों में अधिक से अधिक प्रचार पाना चाहते हैं और इसके लिये वे तरह – तरह से स्थानीय संवाददाताओं को प्रभावित करने की कोशिश करते हैं। कभी अपनी जाति-धर्म-रिश्ते-क्षेत्र का हवाला देकर तो कभी धन का प्रलोभन व धमकियों का डर बैठाकर। ऐसे में जो समाचार पत्र या चैनल लोगों में अत्यधिक लोकप्रिय होते हैं, उन पर दबाव अधिक होता है। यही वजह है कि इनसे जुड़े संवाददाताओं के सामने यह चुनौती होती है कि वे किस तरह अपनी व अपने संस्थान की शुचिता और निष्पक्षता को बचाये रख सकें।

राजनीतिक समाचारों की प्रस्तुति में पहले से अधिक बेबाकी आयी है। रोचक ढंग से राजनीति पर मार करने की रणनीति को लोगों द्वारा सराहा भी जा रहा है। सच यह है कि अपने देश में लोकतंत्र की दुहाई के साथ जीवन के लगभग हर क्षेत्र में राजनीति की दखल बढ़ा है और इसी कारण राजनीतिक समाचारों की भी संख्या बढ़ी है। ऐसे में इन समाचारों को नजरअंदाज कर जाना संभव नहीं है। राजनीतिक समाचारों की आकर्षक प्रस्तुति लोकप्रियता हासिल करने का बहुत बड़ा साधन बन चुकी है।

2. अपराध समाचार

राजनीतिक समाचारों के बाद अपराध समाचार ही महत्वपूर्ण होते हैं। बहुतेरे पाठकों व दर्शकों को अपराध समाचार जानने की भूख होती है। इसी भूख को

शांत करने के लिये ही समाचार पत्रों में अपराध डायरी व चैनलों पर सनसनी, वारदात, क्राइम फाइल जैसे समाचार कार्यक्रम प्रकाशित-प्रसारित किये जा रहे हैं। एक अनुमान के अनुसार किसी समाचार पत्र में लगभग पैंतीस प्रतिशत समाचार अपराध से जुड़े होते हैं। सच तो यह है कि अपराध के समाचार सामने आ जाने के बाद कुछ महत्वपूर्ण समाचारों को छोड़कर सभी बेमानी लगने लगते हैं।

हर संवाददाता के लिये यह समझना जरूरी है कि अपराधिक घटनाओं का सीधा सम्बंध व्यक्ति, समाज, सम्प्रदाय, समुदाय, धर्म और देश से होता है। अपराधिक घटनाओं का प्रभाव यदि व्यापक होता है तो यह जरूरी हो जाता है कि एक बड़े पाठक-दर्शक वर्ग का ख्याल रखा जाये तथा घटना से जुड़ी हर संभावित खबर, फोटो और खबर के पीछे की खबर को प्रकाशित व प्रसारित किया जाए। ध्यान देने योग्य बात यह है कि अपराधिक समाचारों को संकलित, लिखते या प्रकाशित-प्रसारित करते समय उसकी कानूनी प्रक्रिया और सामाजिक पहलुओं की सारी जानकारी प्राप्त की जाए।

संवाददाता की विश्वसनीयता का भी पूरा का पूरा ख्याल रखा जाये। वास्तव में अपराध समाचार लिखते समय अपनी जवाब-देही व उत्तरदायित्वों का पूरा का पूरा ख्याल करना जरूरी होता है। यह बहुत महत्वपूर्ण है कि अपराध संवाददाता बनाते समय इस बात का ध्यान रखा जाता है कि जिसे यह जिम्मेदारी सौंपी जा रही है, उसे पत्रकारिता के हर पहलू की जिम्मेदारी है भी या नहीं।

3. साहित्यिक-सांस्कृतिक समाचार

समाचार पत्रों व चैनलों पर सांस्कृतिक, साहित्यिक समाचारों का चलन बढ़ा है। यह एक बहुत बड़ा परिवर्तन है कि हिन्दी के समाचार चैनलों ने साहित्य व संस्कृति के समाचारों को न केवल प्रमुखता से देना शुरू किया है, बल्कि साहित्य व संस्कृति के कुछ विशेष समाचार कार्यक्रम ठीक उसी तर्ज पर शुरू किये हैं, जैसा कि समाचार पत्र अपने यहां नियमित साहित्यिक व सांस्कृतिक कालम के रूप में करते आये हैं। एक अध्ययन के अनुसार दर्शकों के एक वर्ग ने अपराध व राजनीति के समाचार कार्यक्रमों से कहीं अधिक अपनी संस्कृति से जुड़े समाचारों व समाचार कार्यक्रमों से जुड़ना पसंद किया है।

समाचार पत्रों ने भले ही व्यंग्य के नियमित कालमों को अब लगभग बंद कर दिया हो, लेकिन साहित्य-संस्कृति के नियमित पृष्ठ दिया जाना नहीं रुका है। इधर कई समाचार पत्रों ने अभियान चला कर दूर-दराज के इलाकों की

साहित्यिक व सांस्कृतिक विभूतियों व धराहरों को सामने लाने का अभिनव प्रयास किया और यह पाठकों द्वारा सराहा भी गया है। यह भी कम महत्वपूर्ण नहीं है कि कई समाचार पत्रों ने साहित्यिक-सांस्कृतिक संवाददाता रखने और इन्हीं विषयों से जुड़ी डेस्क बनाने की पहल की है। वास्तव में यह कवायद करनी इसलिये भी जरूरी हो गयी है कि साहित्य व संस्कृति पर उपभोक्तावादी संस्कृति व बाजार का प्रहार दिखाकर केन्द्र व प्रदेश की सरकारें बहुत बढ़ा बजट इन्हें संरक्षित करने व प्रचारित-प्रसारित करने में खर्च कर रही है। साहित्य व संस्कृति के नाम पर चलने वाली बड़ी – बड़ी साहित्यिक व सांस्कृतिक संस्थाएं आयोजनों, प्रकाशन व पुरस्कारों के नाम पर करोड़ों रुपये खर्च कर रही हैं। ये संस्थाएं सरकारी, अर्धसरकारी व निजी यानी सभी तरह की हैं।

यही नहीं, साहित्य व संस्कृति के नाम पर विवादों के बढ़ने की घटनाएं बढ़ी हैं। बाद – प्रतिवाद, आरोप – प्रत्यारोप और गुटबाजी ने साहित्य – संस्कृति में मसाला समाचारों की संभावनाओं को बहुत बढ़ाया है। साहित्यिक, सांस्कृतिक उठा-पटक को मिर्च-मसाला लगाकर समाचार के रूप में प्रस्तुत करने का चलन बढ़ा है। इस चलन को स्वीकारने वालों की फौज भी तैयार हो गई है। इसीलिये समाचार पत्र, चैनल व पत्रिकायें इन विषयों को छोड़कर स्वयं के होने की कल्पना करना ही नहीं चाहते।

4. खेल-कूद समाचार

पाठकों व दर्शकों की एक बहुत बड़ी संख्या खेल समाचारों को पढ़ना, देखना, सुनना चाहती है। हर समाचार संस्थान में खेल संवाददाताओं और खेल डेस्क होना निश्चित है। बहुत से संस्थान के खेल संवाददाता व खेल सम्पादक के रूप में ऐसे ही लोगों की नियुक्ति करते हैं, जो खिलाड़ी भी हों या पूर्व में रहे हों।

वास्तव में प्रत्येक खेल के अपने तकनीकी शब्द होते हैं और एक निश्चित भाषा भी। खेल के जानकार लोगों को किसी समाचार पत्र व चैनल से यह अपेक्षा होती है कि वह खेल की ताजा व मुकम्मल खबर दे। रोचक – रोमांचक ढंग से खेल समाचारों की प्रस्तुति देते समय इस बात का भी ध्यान रखा जाता है कि खेल शब्दावली का अतिशय प्रयोग करके समाचार को बोझिल न बना दिया जाए। निहायत अजनबी खेल शब्द का प्रयोग करते समय एक बार उसका सामान्य बोलचाल में अर्थ दे देना उचित होता है।

खेल समाचारों के लिये आंकड़े व रिकार्ड प्राण की तरह होते हैं। खेलों की दुनिया में लगातार आंकड़े और रिकार्ड जुड़ते रहते हैं। इसलिये जरूरी है कि खेल संवाददाता व खेल सम्पादक के पास अपनी एक ऐसी कम्प्यूटर फाइल हो, जिसमें आंकड़ों व रिकार्डों को निरंतर दर्ज किया जाता रहे। एक सच यह भी है कि आंकड़े जहां एक तरफ किसी समाचार को रोचक बनाते हैं, वहीं अधिकता में बोझिल भी बना देते हैं। आंकड़ों को यदि समाचार के साथ विशेष रूप से पृष्ठ सज्जा के अनुसार प्रस्तुत किया जाए तो अच्छा होता है। खेल समाचारों को यदि रनिंग कमेंट्री, यानी आंखों देखा हाल की तरह लिखा जाये तो वह पाठकों के लिये अत्यधिक रुचिकर होता है, लेकिन इसका संक्षिप्त होना बहुत जरूरी है। समाचार चैनलों के सामने खेल प्रस्तुति की बहुत अधिक चुनौतियां नहीं होती। मात्र रोचक प्रस्तुति से ही काम चल जाता है। वहां दृश्य की गुणवत्ता ही दर्शकों के बीच लोकप्रियता तय करती है।

5. विधि समाचार

न्यालाय से जुड़े समाचार भी अपनी अलग अहमियत रखते हैं। नये कानूनों, उनके अनुपालन और उसके प्रभाव से लोगों को परिचित कराना बहुत जरूरी होता है। बहुत से ऐसे लोग होते हैं, जो किसी विशेष मुकदमें की न्यायालयी प्रक्रिया व निर्णय से अवगत होना चाहते हैं। ऐसे मुकदमों की जानकारी देना तो और भी जरूरी होता है, जिनका प्रभाव समाज, सम्प्रदाय, प्रदेश व देश पर पड़ता हो। यही वजह है कि न्याय के हर पक्ष को सही व सार्थक ढंग से रखने के लिये हर समाचार संस्थान में विधि संवाददाताओं की नियुक्ति होती है। इसके लिये विधि की शिक्षा प्राप्त होना जरूरी होता है। कुछ समाचार पत्रों ने अपने यहां कार्यरत अधिवक्ताओं को संवाददाता नियुक्त कर रखा है, जो समय पर विभिन्न न्यायालयों से जुड़ी खबरों को लिखते हैं।

अन्य समाचार

इसी तरह विकास कार्यों से जुड़े विकास समाचार, जन समस्याओं की परत दर परत खोलते समाचार, नये शैक्षिक आयामों व तरह – तरह की शैक्षिक गतिविधियों को प्रस्तुत करते शैक्षिक समाचार, आर्थिक व व्यापार जगत की उठापटक से परिचित कराते समाचार, स्वास्थ्य के हर पहलू से जुड़े समाचार, विज्ञान समाचार, पर्यावरण समाचार, मनोरंजन से जुड़े समाचार, फैशन समाचार व

सैक्स समाचार भी किसी समाचार पत्र या चैनल के लिये महत्वपूर्ण होते हैं। यहां यह बताते चलें कि सैक्स समाचारों में बलात्कार से जुड़े समाचार नहीं रखे जाते। वास्तव में बड़े – बड़े राष्ट्रीय – अंतर्राष्ट्रीय स्तर के सैक्स स्केण्डलों व प्रमुख व्यक्तियों की निजी जिंदगी के अनछुए पहलुओं को खास से आम कर देने की ललक ने ही सैक्स समाचारों को फेहरिस्त में शामिल कराया है। सैक्स भ्रांतियों को दूर करने और जनसंख्या नियंत्रण करने के बहाने तरह – तरह के समाचार प्रस्तुत करने का भी दौर आन पड़ा है।

समाचारों की बात हो और खोजी समाचार की बात न हो तो बात अधूरी ही रह जाएगी। सामान्य विवरण से हटकर गहराई के तह तक पहुँचाने वाले समाचार, जिसमें पाठक विभिन्न गलियारों से होता हुआ यह जानकारी जानने की अपनी इच्छा को पूरी करने में सफल हो जाता है कि यह घटना क्यों हुई, कैसे हुई और किन – किन लोगों की भागीदारी से हुई। सच यह है कि आज का साधारण सा साधारण आदमी बढ़ते सूचना साधनों से न केवल सीधे जुड़ा हुआ है, बल्कि वह अधिक तार्किक बुद्धि वाला भी है। वह किसी समाचार को ही पढ़ना, सुनना या देखना भर नहीं चाहता, बल्कि उसकी पृष्ठभूमि में तमाम तर्कों के साथ उतर जाना चाहता है। लोगों की इस भूख को खोजी पत्रकारिता द्वारा ही मिटाया जा सकता है।

वास्तव में खोजी पत्रकारिता का सीधा सम्बन्ध जानने के अधिकार से है। भारत में अभी सूचना के अधिकार प्राप्त कर पाने की बात बहुत निचले पायदान पर पड़ी हुई है। यही वजह है कि खोजी पत्रकारिता को जिस हद तक सफल होना चाहिए था, नहीं हो पा रही है। बहरहाल स्थिति उतनी खराब नहीं है। कई समाचार चैनलों ने अपने छिपे कैमरों के जरिये व कई समाचार पत्रों ने दिन व रात की छापेमारी के जरिये खोजी पत्रकारिता को नया आयाम देने की कोशिश की है और लोकप्रियता हासिल की है।

घटना के महत्व के आधार पर

1. विशिष्ट समाचार

वे समाचार जिनके बारे में पहले से कुछ भी मालूम न हो, परंतु जब वे अकस्मात घटित हों तो उनका विशेष महत्व और प्रभाव होता हो, विशिष्ट समाचार कहलाते हैं। विशिष्ट समाचार अपनी विशिष्टता, विशेषता और खूबी के कारण ही समाचार पत्र के मुख्य पृष्ठ पर स्थान पाने योग्य होते हैं। रेल या विमान

की बड़ी दुर्घटना, किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति के असामयिक निधन संबंधी समाचार इसी कोटि में आते हैं।

व्यापी समाचार

वे समाचार जिनका प्रभाव विस्तृत हो अर्थात् जो बहुसंख्यक लोगों को प्रभावित करने वाले तथा आकार में भी विस्तृत हों, व्यापी समाचार कहलाते हैं। ये समाचार अपने आप में पूर्ण होते हैं और समाचार पत्र के प्रथम पृष्ठ पर छाये रहते हैं। इनके शीर्षक अत्यधिक आकर्षक और विशेष रूप से सुशोभित होते हैं, ताकि ये अधिकाधिक लोगों को अपनी ओर आकृष्ट कर सकें। इसके अंतर्गत रेल बजट, वित्तीय बजट, आम चुनाव आदि से संबंधित समाचार आते हैं।

- अपेक्षितता-अनपेक्षितता के आधार पर

1. डायरी समाचार

विविध समारोहों, गोष्ठियों, जन-सभाओं, विधान-सभाओं, विधान परिषदों, लोकसभाओं, राज्य सभाओं आदि के समाचार जो अपेक्षित होते हैं और सुनियोजित ढंग से प्राप्त होते हैं, डायरी समाचार कहलाते हैं।

2. सनसनीखेज समाचार

हत्या, दुर्घटना, प्राकृतिक विपदा, राजनीतिक अव्यवस्था आदि से संबंधित समाचार जो अनपेक्षित होते हैं और आकस्मिक रूप से घट जाते हैं, सनसनीखेज समाचार कहलाते हैं।

3. समाचार के महत्व के आधार पर

1. महत्वपूर्ण समाचार

बड़े पैमाने पर दंगा, अपराध, दुर्घटना, प्राकृतिक विपदा, राजनीतिक उठापटक से संबंधित समाचार, जिनसे जन-जीवन प्रभावित होता हो और जिनमें शीघ्रता अपेक्षित हो, महत्वपूर्ण समाचार कहलाते हैं।

2. कम महत्वपूर्ण समाचार

जातीय, सामाजिक, व्यावसायिक एवं राजनीतिक संस्थाओं, संगठनों तथा दलों की बैठकें, सम्मेलन, समारोह, प्रदर्शन, जुलूस, परिवहन तथा मार्ग दुर्घटनाएं

आदि से सम्बन्धित समाचार, जिनसे सामान्य जनजीवन न प्रभावित होता है और जिनमें अतिशीघ्रता अनपेक्षित हो, कम महत्वपूर्ण समाचार कहलाते हैं।

3. सामान्य महत्व के समाचार

आतंकवादियों व आतायियों के कुर्कम, छेड़छाड़, मारपीट, पाकेटमारी, चोरी, ठगी, डकैती, हत्या, अपहरण, बलात्कार के समाचार, जिनका महत्व सामान्य हो और जिनके अभाव में कोई ज्यादा फर्क न पड़ता हो तथा जो सामान्य जनजीवन को प्रभावित न करते हों, सामान्य महत्व के समाचार कहलाते हैं।

च. सम्पादन के लिये प्रस्तुत समाचार के आधार पर

1. पूर्ण समाचार

वे समाचार जिनके तथ्यों, सूचनाओं, विवरणों आदि में दोबारा किसी परिवर्तन की गुंजाइश न हो, पूर्ण समाचार कहलाते हैं। पूर्ण समाचार होने के कारण ही इन्हें निश्चिंतता के साथ संपादित व प्रकाशित किया जाता है।?

2. अपूर्ण समाचार

वे समाचार जो समाचार एजेंसियों से एक से अधिक हिस्सों में आते हैं और जिनमें जारी होता है, अपूर्ण समाचार कहलाते हैं। जब तक इन समाचारों का अंतिम भाग प्राप्त न हो जाये ये अपूर्ण रहते हैं।

3. अर्ध विकसित समाचार

दुर्घटना, हिंसा या किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति का निधन आदि के समाचार, जो कि जब और जितने प्राप्त होते हैं उतने ही, उसी रूप में ही दे दिये जाते हैं तथा जैसे – जैसे सूचना प्राप्त होती है और समाचार संकलन किया जाता है वैसे – वैसे विकसित रूप में प्रकाशित किये जाते हैं, अर्ध विकसित समाचार कहलाते हैं।

4. परिवर्तनशील समाचार

प्राकृतिक विपदा, आम चुनाव, बड़ी दुर्घटना, किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति की हत्या जैसे समाचार, जिनके तथ्यों, सूचनाओं तथा विवरणों में निरंतर परिवर्तन व संशोधन की गुंजाइश हो, परिवर्तनशील समाचार कहलाते हैं।

5. बड़े अथवा व्यापी समाचार

आम चुनाव, केन्द्र सरकार का बजट, राष्ट्रपति का अभिभाषण जैसे समाचार, जो व्यापक, असरकारी व प्रभावकारी होते हैं तथा जिनके विवरणों में विस्तार व विविधता होती है और जो लगभग समाचार पत्र के प्रथम पृष्ठ का पूरा ऊपरी भाग घेर लेते हैं, बड़े अथवा व्यापी समाचार कहलाते हैं।

छ. समाचार प्रस्तुत करने के आधार पर

1. सीधे समाचार

वे समाचार जिनमें तथ्यों की व्याख्या नहीं की जाती हो, उनके अर्थ नहीं बताये जाते हों तथा तथ्यों को सरल, स्पष्ट और सही रूप में ज्यों का त्यों प्रस्तुत किया जाता हो, सीधे समाचार कहलाते हैं।

2. व्याख्यात्मक समाचार

वे समाचार जिनमें घटना के साथ ही साथ पाठकों को घटना के परिवेश, घटना के कारण और उसके विशेष परिणाम की पूरी जानकारी दी जाती हो, व्याख्यात्मक समाचार कहलाते हैं।

4

समाचार एजेंसी का उद्भव एवं विकास

दुनिया के एक कोने की खबर दूसरे कोने तक पहुँचाने का काम आसान नहीं। हर पत्र-पत्रिका के लिए भी यह सम्भव नहीं कि वह हर छोटी-बड़ी जगह पर अपने संवाददाता तैनात कर सकें। इस मुश्किल को आसान बनाती हैं, समाचार समितियाँ यानी न्यूज एजेंसी। युनेस्को ने न्यूज एजेंसी को इस प्रकार परिभाषित किया है, ‘समाचार समिति एक उद्यम है, जिसका प्रमुख उद्देश्य समाचार, एवं समसामयिक जानकारी एकत्र करना और तथ्यों को प्रस्तुत करना है तथा उन्हें समाचार, प्रकाशन संस्थाओं को या अन्य उपभोक्ताओं को इस दृष्टिकोण से वितरित करना है कि उन्हें व्यावसायिक एवं नियमानुकूल स्थितियों में मूल्य चुका कर सम्पूर्ण और निष्पक्ष समाचार मिल सके।’

समाचार समितियाँ एक ही समाचार को अपने सभी उपभोक्ताओं तक एक साथ पहुँच देती हैं। इनकी मदद लिए बिना पत्र-पत्रिकाओं के लिए भी अपने प्रकाशन नियमित रख पाना सम्भव नहीं है। संचार टेक्नोलॉजी में लगातार होते परिवर्तनों के साथ-साथ इन्होंने भी अपने तौर तरीकों में बदलाव किया है। आज समाचार एजेंसियाँ सिर्फ खबरें ही नहीं देती, बल्कि फीचर और विशेष लेख, तस्वीरें आदि भी उपलब्ध कराती हैं। हालांकि समाचार समितियों की भूमिका सीमित है, लेकिन इनके समाचार जनमत को प्रभावित करते रहते हैं, क्योंकि उनका प्रकाशन एक से अधिक पत्र-पत्रिकाओं में साथ-साथ होता है।

समाचार एजेंसियों की शुरूआत ब्रिटेन में हुई मानी जा सकती है। 1686 में एडवर्ड लायड ने लन्दन की टावर स्ट्रीट में एक काफी हाऊस खोला था। यहां पर अलग-अलग इलाकों के व्यापारी आते थे। इनसे मिली जानकारियों को लन्दन के अखबारों तक पहुँचा कर लायड को प्रति सप्ताह 21 शिलिंग की आय हो जाती थी। इस तरह यह पहली समाचार वितरण संस्था अस्तित्व में आई। बाद में यूरोप और अमेरिका के 28 बंदरगाहों में इसके प्रतिनिधि हो गए थे, जो अपने-अपने बंदरगाह में आने वाले जहाजियों और व्यापारियों से खबरें प्राप्त करते थे। लायड की तरह ही अमेरिका के बोस्टन के एक कॉफी हाऊस के मालिक सैमुनल टापलिफ ने भी अमेरिकी अखबारों के लिए विदेशी समाचार जुटाने का काम 1801 में शुरू कर दिया था। बाद में टापलिफ युरोप आया और उसने वहाँ भी अपना काम जारी रखा। बाद में उसके काम की परिणिति ‘हारबर एसोसिएशन’ के रूप में हुई।

‘हारबर एसोसिएशन’ का गठन 1849 में कई समाचार पत्रों ने आपसी सहयोग के आधार पर जल्दी खबरें प्राप्त करने के लिए किया था। इसी दौर में पुर्तगाल निवासी चार्ल्स हावा ने ‘हावा एजेंसी’ और जूलियस रायटर ने भी अपने नाम से एक समाचार समिति की स्थापना की।

गैरतलब है कि समाचार एजेंसियों की दुनिया के विस्तार में समुद्री परिवहन और व्यापारियों ने बड़ा योगदान किया था, लेकिन इन साधनों से खबरों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचने में बड़ा समय लगता था। मसलन नैपोलियन बोनापार्ट का निधन 5 मई 1821 को सेंट हेलेना द्वीप में हुआ था, लेकिन पेरिस तक यह खबर 6 जुलाई 1821 को पहुँचु पाई थी और उन दिनों 2 महीने की देरी कोई देरी नहीं मानी जाती थी। रायटर ने सबसे पहले समुद्री केवलों के जरिए नई संचार व्यवस्था का इस्तेमाल करना शुरू किया और इस तरह खबरें भेजने में लगने वाले समय को काफी कम कर दिया। आज इंटरनेट ने तो दुनिया की दूरियाँ ही खत्म कर दीं हैं। आज विश्व की अनेक भाषाओं में 25 से अधिक बड़ी अन्तर्राष्ट्रीय समाचार समितियाँ पूरी दुनिया को एक सूत्र में बांधे रखने के लिए दिन-रात काम में जुटी हुई हैं।

विश्व की प्रमुख समाचार एजेंसियाँ

आज जब दुनिया सिकुड़ती जा रही है और लगातार छोटी बनती जा रही है, तब दुनिया के एक भाग में होने वाली हलचल के प्रति दुनिया के दूसरे कोने

में रहने वाले लोगों की उत्सुकता बढ़ती चली गई है। ऐसे में समाचार एजेसियों की भूमिका भी बहुत बढ़ती जा रही है। अन्तर्राष्ट्रीय समाचार एजेसियों के लिए जहां बेहतर संसाधन जरूरी है वहीं इनकी विश्वसनीयता भी खास मायने रखती है। वैसे तो विश्वभर में 1200 से ज्यादा संवाद समितियां काम कर रही हैं। उनमें से भी 25 से ज्यादा अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर जानी जाती हैं, लेकिन इनमें से 5 एजेसियाँ ऐसी हैं, जिन्हें विश्व की प्रमुख समाचार समितियाँ कहा जा सकता है। (1)- एसोसिएटेड प्रेस (AP) (2)- यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल (UPI) (3)- रॉयटर्स (Reuters) (4)- एजेंसी फ्रांस प्रेस (AFP) (5)- टेलीग्रेफनोग्राफिक एजेन्सी सोइडजा (TASS)

एसोसिएटेड प्रेस

टेलीग्राफ के आविष्कार के साथ ही न्यूज एजेसियों के काम में तेजी आई थी। एसोसिएटेड प्रेस ने पहले पहल इस तकनीक को अपनाया। शीघ्र ही आर्थिक एवं वित्तीय अन्तर्राष्ट्रीय समाचार सेवा (HPDJ) और डोउजोन (DJ) के साथ तालमेल कर एपी महत्वपूर्ण समाचार समिति बन गई।

सन् 1900 में एसोसिएटेड प्रेस का पुनर्गठन हुआ। तब तक यह प्रमुख रूप से अमेरिकी पत्रों को ही सेवा उपलब्ध कराती थी। 1934 में एपी ने विदेश सेवा आरम्भ की। आज विश्व भर में ए.पी. के 15000 से अधिक नियमित ग्राहक हैं और इसका अपना बड़ा संवाद तंत्र भी है।

यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल

ए.पी. की तरह ही यू.पी.आई. भी अमेरिकी न्यूज एजेंसी है। इसकी स्थापना 1907 में एडवर्ड विल्स स्क्रिप्स ने की थी। प्रारम्भ में यह छोटे समाचार पत्रों के लिए सायंकालीन सेवा थी, हालाँकि 1918 में प्रथम विश्वयुद्ध खत्म होने का गलत समाचार देने के कारण इसकी काफी बदनामी हुई, मगर फिर इसने अपनी साख वापस प्राप्त कर ली। आज यू.पी.आई. के ग्राहक यूरोप, दक्षिण अमेरिका, एशिया और आस्ट्रेलिया तक फैले हैं।

रायटर्स

अपने संस्थापक पॉल जूलियस रायटर के नाम से जुड़ी इस समाचार एजेंसी ने 1850 में कबूतरों के जरिए (Pigeon Service) खबरों जल्दी भेजने का

सफल प्रयोग किया था। रायटर ने ही सबसे पहले टेलीग्राफ (तार) का इस्तेमाल लम्बी दूरी तक खबरें भेजने के लिए किया और ब्रिटेन से भारत व अन्य ब्रिटिश उपनिवेशों तक अपना विस्तार कर लिया।

आज रायटर अखबारी खबरों के साथ-साथ फोटो फीचर व टी.वी. समाचारों के क्षेत्र में भी अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर सबसे बड़ा नाम है। 20000 से अधिक नियमित पत्रकारों के साथ इसका समाचार तंत्र विश्व भर में फैला हुआ है।

एजेंसी फ्रांस प्रेस

सन् 1835 में स्थापित ए.एफ.पी. ने प्रथम विश्व युद्ध के बाद विस्तार पाना शुरू किया। हावा एजेंसी (Agence Hawas) के समाप्त होने के बाद ए.एफ.पी. ने पूरी तरह उसकी जगह ले ली। इसका प्रधान कार्यालय पेरिस में है और यह एक स्वशासी संस्था है। ‘हावा’ का उत्तराधिकारी बनने का ए.एफ.पी. को बहुत लाभ हुआ।

आज ए.एफ.पी. विश्व की सबसे बड़ी समाचार समितियों में एक है। 10 हजार से अधिक समाचार पत्र और 70 से अधिक संवाद समितियाँ इसकी ग्राहक हैं। 125 से अधिक देशों तक इसकी सेवा का विस्तार है। फ्रेंच, अंग्रेजी, स्पेनिश, पोर्चुगीज, जर्मन और अरबी भाषाओं में यह हर रोज लगभग 35 लाख शब्दों का समाचार वितरण करती है।

तास

इस अन्तर्राष्ट्रीय समाचार समिति की स्थापना 1917 में पेट्रोग्राड टेलीग्राफ के नाम से हुई थी। प्रारम्भ से ही इस पर समाजवादी विचारधारा का प्रभाव था। 80 के दशक में सोवियत संघ के विघटन के साथ ही तास में भी संगठनात्मक बदलाव आया और आई.टी.ए.आर. (The Information Telegraph Agency of Russia) नामक एक नयी समाचार समिति का गठन हुआ। वर्तमान में इसे इतार तास (ITARRTASS) नाम से जाना जाता है। वर्तमान में देशी व विदेशी मिलकर इसके 20000 से अधिक ग्राहक हैं।

तीसरी दुनिया के महत्व और जरूरतों को समझते हुए गुट निरपेक्ष देशों ने भी एक अन्तर्राष्ट्रीय समाचार समिति बनाई है। जिसे NAHAP यानी (Non Aligned News Agencies Pool) की स्थापना की है। 1976 में स्थापित इस

समाचार समिति का उद्देश्य समाचारों में पश्चिमी देशों के प्रभुत्व को रोकना है। संसार की अन्य प्रमुख अन्तर्राष्ट्रीय समाचार एजेंसियों में चीन की सिनहुआ (Xinhua), एफ्रो एशियन न्यूज समिति (ए.ए.एन.एस.), जापान की क्योडो (Kyodo) आदि प्रमुख हैं, जो विश्व के कई देशों में सेवाएं प्रदान करती हैं।

भारत की प्रमुख समाचार एजेंसियां

उनीसवीं शताब्दी के प्रथम दशक तक भारत में पायनियर, स्टेट्समैन, इंगिलिशमैन तथा इण्डियन डेली न्यूज नामक 4 प्रमुख अंग्रेजी पत्र प्रकाशित होते थे। पायनियर इन चारों में विशिष्ट तथा अधिक लोकप्रिय था। अतः स्टेट्समैन, इंगिलिशमैन व इण्डियन डेली न्यूज ने मिल कर 1905 में एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इण्डिया (ए.पी.आई.) की स्थापना की। 1915 में रायटर ने इसका अधिग्रहण कर लिया तो राष्ट्रवादी विचारधारा के कुछ लोगों ने मिलकर 1927 में ‘फ्री प्रेस एजेंसी ऑफ इण्डिया’ का गठन किया। यह समिति भी 1935 में बन्द हो गई। सितम्बर 1933 में कोलकत्ता में यूनाइटेड प्रेस ऑफ इण्डिया की स्थापना हुई। यू.पी.आई. ने ही सर्वप्रथम महात्मा गांधी की हत्या का समाचार दिया था, लेकिन आर्थिक संकट के कारण यह भी 1958 में बन्द हो गई।

प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया (पी.टी.आई.)

पी.टी.आई. भारत ही नहीं एशिया की सबसे बड़ी अंग्रेजी समाचार समितियों में एक है। पी.टी.आई. का पंजीकरण अगस्त 1947 में हो गया था मगर इसने काम 1 फरवरी 1949 से शुरू किया और तीन वर्ष तक रॉयटर के साथ अनुबन्ध में रहने के बाद 1951 में इसने स्वतंत्र रूप से काम करना शुरू कर दिया। आज पी.टी.आई. दुनिया की सभी प्रमुख संवाद समितियों से तालमेल कर चुकी है। विश्व के हर प्रमुख देश में इसके पूर्णकालिक संवाददाता है, आज यह इंटरनेट व स्कैन सेवा की चलाती है। इसका मुख्यालय मुम्बई में है।

यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया (यू.एन.आई.)

इसका मुख्यालय नई दिल्ली में है। पी.टी.आई. के बाद यह देश की दूसरी सबसे बड़ी अंग्रेजी संवाद समिति है। इसका गठन प्रथम प्रेस आयोग की सिफारिशों के आधार पर किया गया था। पी.टी.आई. के एकाधिकार के चलते समाचारों की निष्पक्षता पर सवाल न उठे, इसलिए प्रतिस्पर्धी बनाए रखने के लिए

1961 में इसका गठन हुआ। आज यह विश्व की 15 बड़ी संबंध समितियों से जुड़ी है। फोटो सेवा, वाणिज्य सेवा, सन्दर्भ सेवा जैसी विशिष्ट सेवाएं भी यू.एन.आई. द्वारा प्रदान की जाती हैं।

यूनीवार्टा

यू.एन.आई. की इस हिन्दी सेवा का आरम्भ 1 मई 1982 को हुआ। आम बोलचाल में वार्ता के नाम से जानी जाने वाली इस समाचार समिति का उद्देश्य हिन्दी और अन्य भारतीय भाषाओं के लिए एक वैकल्पिक सेवा प्रदान करना था। यह मूलतः छोटे समाचार पत्रों को कम खर्च में हिन्दी में देश-विदेश के समाचार उपलब्ध कराती है।

भाषा

पी.टी.आई. ने 18 अप्रैल 1986 को 'भाषा' के रूप में हिन्दी को एक और उच्च स्तर की समाचार सेवा उपलब्ध कराई। 'भाषा' ने देश के 15 हजार से अधिक नगरों और कस्बों के सही नामों की प्रमाणिक सूची तैयार की है और अब यह मात्र एक अनुवादक एजेंसी न होकर मूल समाचार एजेंसी बन गयी है।

इण्डिया एब्रोड न्यूज सर्विस (आई.ए.एस.)

मूल रूप में प्रवासी भारतीयों के लिए समाचार उपलब्ध कराने वाली इस समाचार समिति ने अब देश में भी अपना विस्तार करना शुरू कर दिया है। देश के सभी राज्यों की राजधानियों के साथ अन्य प्रमुख नगरों में इसके दफ्तर हैं। यह समाचारों के साथ-साथ कला, संस्कृति, रहन-सहन, साहित्य, जनजीवन आदि पर छोटे-छोटे फीचर भी उपलब्ध कराती है। इनके अतिरिक्त अन्य कई छोटी-छोटी समाचार एजेंसियां भी देश के अलग-अलग भागों से अपने-अपने क्षेत्र के समाचार उपलब्ध कराती हैं। हिन्दुस्तान समाचार, समाचार भारती आदि कुछ बड़ी न्यूज एजेंसियां जमाने की बदलती रफ्तार के साथ तालमेल न बिठा पाने के कारण बन्द भी हो चुकी हैं।

5

समाचार और संवाददाता

हिन्दी के शब्द समाचार का अर्थ सम्यक आचरण करना या व्यवहार बतलाना है। हिन्दी भाषा के समाचार को अंग्रेजी में न्यूज कहा जाता है। अंग्रेजी का न्यूज शब्द न्यू का बहुवचन है, जो कि अंग्रेजी वर्णमाला के चार अक्षरों NEW और S से मिलकर बना है। ये चार अक्षर North, East, West और South क्रमशः उत्तर, पूर्व, पश्चिम और दक्षिण के धोतक हैं तथा इन चारों दिशाओं में हो रही विविध घटनाओं की जानकारियों व सूचना का संकलन समाचार कहलाता है।

अंग्रेजी का न्यू शब्द लैटिन के नोवा और संस्कृत के नव शब्द का पर्याय है, जिसका अर्थ है नवीन या नूतन। समाचार शब्द वृत्तांत, खबर, संवाद, विवरण, सूचना आदि नामों से भी जाना जाता है।

कई विद्वान, पत्रकारों, बुद्धिजीवियों ने समाचार के सम्बन्ध में अपने-अपने विचार व मत प्रकट किये हैं, जिसके अनुसार – समाचार सामयिक असामान्य विचार, घटना या विवाद के ऐसे तथ्यपूर्ण, शुद्ध, निष्पक्ष व सरस विवरण होते हैं, जो बहुसंख्यकों की अधिकतम अभिरुचियों को एक साथ प्रभावित करते हैं।

विलियम एम. माल्सबार्ड के अनुसार – किसी समय में होने वाली उन महत्वपूर्ण घटनाओं के सही और पक्षपातरहित विवरण को, जिसमें उस पत्र के पाठकों की अभिरुचि हो, समाचार कहते हैं। जे.जे.सिंडलर की राय में – पर्याप्त संख्या में मनुष्य जिसे जानना चाहे वह समाचार है। शर्त यह है कि सुरुचि तथा प्रतिष्ठा के नियमों का उल्लंघन न करें। एम. लाइस स्पेंसर के विचारानुसार –

वह सत्य घटना या विचार जिसमें बहुसंख्य पाठकों की अभिरुचि है समाचार है। प्रो. विलियम ब्लेयर की राय में – अनेक व्यक्तियों की अभिरुचि जिस सामयिक बात में हो वह समाचार है। सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है, जिसमें बहुसंख्यकों की अधिकतम रुचि हो।

विलियम एल. रिवर्स के मतानुसार – समाचार घटना का वर्णन है। घटना स्वयं समाचार नहीं है। घटनाओं, तथ्यों और विचारों की सामयिक रिपोर्ट समाचार है, जिसमें पर्याप्त लोगों की रुचि हो। रा.रा. खांडेलकर के अनुसार – दुनिया में कहीं भी किसी समय कोई छोटी-मोटी घटना या परिवर्तन हो उसका शब्दों में जो वर्णन होगा, उसे समाचार कहते हैं। टर्नर कालेज के विचारानुसार – वह सभी कुछ जिससे आप कल तक अनभिज्ञ थे, समाचार है। अंबिका प्रसाद वाजपेयी के अनुसार – हर घटना समाचार नहीं है, सिर्फ वहीं घटना समाचार बन सकती है, जिसका कमोबेश सार्वजनिक हित हो, अस्पतालों में लोग भर्ती होते रहते हैं, अच्छे होते हैं और मरते भी हैं।

लेकिन कोई मरीज इसलिये मर जाए कि अस्पताल में पहुँचने पर उसे देखने वाला कोई नहीं था, या डाक्टर की गैर मौजूदगी में कंपाउण्डर ने उसका गलत इलाज कर दिया, या नर्स ने एक मरीज की दवा दूसरे मरीज को दे दी, या आपरेशन करते समय कोई औजार पेट में रह गया और पेट सी दिया गया, ये सब समाचार हो सकते हैं। इसी तरह कोई नवीनतम आपरेशन हो, जैसे-हृदय परिवर्तन, वह भी समाचार का विषय है। हेडन के कोश के अनुसार – सब दिशाओं की घटनाओं को समाचार कहते हैं। वृत्सले और कैंपवेल का मानना है कि – समाचार किसी वर्तमान विचार, घटना का विवाद का ऐसा विवरण है, जो उपभोक्ताओं को आकर्षित करे। हार्पर लीच और जान सी. कैरोल के अनुसार – समाचार अति गतिशील साहित्य है। समाचार पत्र समय के करघे पर इतिहास के बहुरंगे बेलबूटेदार कपड़े को बुनने वाले तकुए हैं। मैंसफील्ड का कहना है कि घटना समाचार नहीं है, बल्कि वह घटना का विवरण है, जिसे उनके लिये लिखा जाता है, जिन्होंने उसे देखा नहीं है। के. पी. नारायणन के अनुसार – समाचार किसी सामयिक घटना का, महत्वपूर्ण तथ्यों का परिशुद्ध तथा निष्पक्ष विवरण होता है, जिससे उस समाचार पत्र में पाठकों की रुचि होती है, जो इस विवरण को प्रकाशित करता है।

पत्रकार नंदकिशोर त्रिखा का कहना है कि – समाचार को सदैव नया, दिलचस्प, मनोरंजक और महत्वपूर्ण होना चाहिए। जेराल्ड डब्ल्यू. जानसन की

राय में – समाचार वह है, जिसे प्रस्तुत करते समय कर्ता का कोई आर्थिक लाभ तो न होता है, परंतु जिसके संपादन से ही उसकी व्यावसायिक कुशलता का पूरा – पूरा पता चलता हो। श्रेष्ठ समाचार की परिभाषा यद्यपि यही है, तथापि साधारण व्यवहार में समाचार वे हैं, जो अखबार में छपते हैं और अखबार वे हैं, जिन्हें समाचार पत्र में काम करने वाले पत्रकार तैयार करते हैं।

नार्थ क्लिफ के अनुसार – समाचार सामान्य से परे की कोई बात है। मेरी मान्यता है कि हम जिस समाज अथवा राज्य, राष्ट्र में रहते हैं, उसके प्रशासक, नेता या अगुआ जो कहते – करते हैं, वह भी समाचार है। हमको प्रभावित करने वाले आर्थिक, राजनीतिक, आपराधिक, कानूनी, भौगोलिक आदि सभी विषयों की हलचलें समाचार हैं।

दूसरे शब्दों में, देश-विदेश में सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक, आर्थिक आदि क्षेत्रों में घटित किसी सामयिक, विशिष्ट नवीन व महत्वपूर्ण घटना की रिपोर्ट या उससे संबंधित तथ्यों की निष्पक्ष, प्रमाणिक जानकारी, बहुसंख्यकों की अधिकतम रुचि हो, समाचार है।

समाचार क्यों?

समाचार क्या है? जान लेने के बाद इस बात पर विचार करना बहुत जरूरी है कि आखिर समाचार क्यों? वास्तव में हर व्यक्ति के भीतर कुछ नया जानने की ललक होती है। यह ललक जो पता है उससे कहीं अधिक पता लगाने की चेष्टा को जन्म देती है। व्यक्ति की इसी ललक और चेष्टा की पूर्ति का सबसे प्रमुख साधन बनते हैं समाचार। सच यह है कि समाचार का सीधा सम्बंध हर जन के जानने की ललक की पूर्ति से जुड़ा हुआ है। कहा यह भी जा सकता है कि किसी जनतांत्रिक व्यवस्था को सुचारू रूप से चलाने के लिये हर जन के जानने के अधिकारों को सार्थक ढंग से अमल में लाने का काम समाचार ही करता है।

दूसरी ओर यदि जनतंत्र को जनता द्वारा, जनता के लिये, जनता का शासन मानें तो जरूरी है कि जनता द्वारा चुनी हुई सत्ता, जनता के जीवन संदर्भों, यानी आजीविका और मौलिक अधिकारों के लिये क्या-क्या निर्णय ले रही है? इन निर्णयों पर किस-किस तरह अमल किया जा रहा है? अगर नहीं किया जा रहा है तो क्यों? आदि जिज्ञासाओं से जुड़ी सूचनाओं की जानकारी सामान्य जन को

होनी चाहिए। कम शब्दों में कहा जाए तो आम आदमी के जानने के अधिकार या यूं कहें सूचना की स्वतंत्रता अब के दिनों में जनतंत्र की पहली शर्त बन गयी है।

यह एक बहुत बड़ा सच है कि जिस देश की जनता को सही और विश्वसनीय सूचनाएं नहीं मिल पातीं, उस देश की जनता में हमेशा असुरक्षा की भावना घर कर जाती है। वास्तव में ऐसे देश के लोगों को पूरी तरह आजाद भी नहीं माना जा सकता।

पत्रकारिता के संदर्भ में जानने के अधिकार की बात को उठाते समय लोग यह प्रश्न जरूर उठाते हैं कि आखिर जानने का अधिकार क्यों? क्या ये अधिकार शासन-प्रशासन में फैले भ्रष्टाचार पर रोकथाम के लिये है? क्या ये अधिकार शासन-प्रशासन को देश के नागिकों की जरूरतों, उनके अधिकारों व उनकी आजादी के प्रति अधिक जवाबदेह बनाने के लिये है? क्या ये अधिकार जनतंत्र की मजबूती के लिये जरूरी है? ऐसे ही कई और भी प्रश्न।

सच भी यह है कि जानने का अधिकार किसी देश व समाज के लोगों के मौलिक अधिकारों के बढ़कर है। यह भी कहा जा सकता है कि मौलिक अधिकारों को बचाने के लिये जानने के अधिकारों का होना बहुत जरूरी है। आज जबकि दिख रहा है, सब कुछ की तर्ज पर बाजार पनप रहा है व सामाजिक ताना – बाना संवारा जा रहा है, तब यह और भी जरूरी हो जाता है कि जानने का अधिकार और अधिक मजबूत हो। इस जरूरत को पूरा करने में यदि कोई महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं तो वे समाचार पत्र और चैनल ही हैं।

समाचार की पहचान

मनुष्य के आचार-व्यवहार, पसंद-नापसंद, रुचि-अभिरुचि आदि समाज, वातावरण, स्थिति, परिस्थिति और जरूरत के हिसाब से बदलते रहते हैं। उसकी पसंद बहुत ही व्यापक और परिवर्तनशील होती है, फिर भी उसकी एक पसंद ऐसी है, जो अपरिवर्तनीय, शाश्वत और अटल है। और वह है अपने आस-पास, देश-विदेश में घट रही घटनाओं के बारे में जानने की उसकी तीव्र इच्छा। मनुष्य की इस इच्छा को पूरा करने के माध्यम आधुनिक से आधुनिकतम होते रहे हैं, लेकिन इतिहास गवाह है कि उसकी यह इच्छा कम से कमचर होने की बजाय तीव्र से तीव्रतर होती जी रही है। आजकल मनुष्य की इस इच्छा को पूरा करने का प्रयास समाचार पत्र पूरे जोर-शोर से कर रहे हैं। कई प्रकार के दैनिक,

साप्ताहिक, पार्श्विक, मासिक समाचार पत्र प्रकाशित हो रहे हैं, जो राजनैतिक, सामाजिक, आर्थिक, वैज्ञानिक आदि कई विषयों को केन्द्र बिंदु बनाकर प्रकाशित होते हैं। इन सभी समाचार पत्रों में प्रकाशित समाचारों में बुनियादी तत्त्व मौजूद होते हैं, जो किसी भी समाचार को महत्त्व देने में विशेष योगदान देते हैं, जो पाठकों की सामान्य समाचार ग्राह्यता पर आधारित होते हैं और पाठकों की रुचि, आस्था, चेतना व स्वभाव को सीधे प्रभावित करते हैं तथा उसे बहुत गहरायी तक उद्भेदित कर कुछ करने के लिये प्रेरित करते हैं।

एक संवाददाता के लिये यह भी समझना बहुत जरूरी है कि समाचार पत्रों के पाठकों या समाचार चैनलों के दर्शक प्रत्येक दिन ऐसा कुछ पढ़ना या देखना चाहते हैं, जो बीते हुए कल की अपेक्षा कुछ नया हो, उनकी रुचि के अनुरूप हो या वह सब कुछ बताने में समर्थ हो, जो उसके आस-पास के परिवेश में घट रहा है। संवाददाता जब तक अपने भीतर ऐसी क्षमता विकसित नहीं कर लेता कि समाचार की सही पहचान कर सके, तब तक वह अपने पाठकों या फिर दशर्कों के बीच अपनी पहचान नहीं बना सकता।

समाचारों की सबही पहचान यानी न्यूज जजमेंट के लिये जरूरी है कि उन तत्त्वों को अच्छी तरह से समझ लिया जाए, जो किसी घटना, स्थिति, बयान, निर्णय, आदेश, व्यक्ति या उपलब्धि आदि को समाचार बनाते हैं। ये तत्त्व निम्नलिखित हैं-

1. प्रभाव।
2. बात का वजन।
3. विवाद।
4. विषमता।
5. नूतनता।
6. सत्यता और यथार्थता।
7. निकटता या समीपता।
8. आत्मीयता।
9. उपयोगिता।
10. विचित्रता।
11. वैयक्तिकता।
12. एकात्मता।
13. सुरुचिपूर्णता।

14. परिवर्तनशीलता।
15. रहस्यपूर्णता।
16. महत्वशीलता।
17. भिन्नता।
18. संक्षिप्तता।
19. स्पष्टवादिता।
20. आकार और संख्या।
21. समीक्षात्मकता।
22. प्रतिफल।

1. प्रभाव

संवाददाता को हमेशा यह ध्यान में रखना होता है कि कौन से समाचार उसके पाठक समूह या आम आदमी के बहुत बड़े हिस्से को प्रभावित कर सकते हैं या फिर उससे सीधे – सीधे जुड़े होते हैं। कई बार एक ही समाचार में कई – कई बातें ऐसी होती हैं, जो आम आदमी को सीधे प्रभावित करती हैं या उनकी सीधा जुड़ाव होता है। ऐसी स्थितियों में यह देखना जरूरी हो जाता है कि कौन सी बात व्यापकता के साथ जनमानस के बहुत बड़े हिस्से को प्रभावित कर रही है। इसी बात को ऊपर रखकर समाचार की संरचना की जाती है।

उदाहरण के लिये नगर पालिका या नगर निगम की बैठक में सदस्यों द्वारा गृहकर बढ़ाने और शहर में एक हर सुविधा से सुसज्जित अनाथालय बनाने का निर्णय लिया जाता है। मानवीय संवेदनाओं को सर्वोपरि रखा जाए तो निश्चित ही अनाथालय बनाने का निर्णय महत्वपूर्ण लगता है और यह नगरवासियों के लिये एक नया समाचार भी हो सकती है, लेकिन गृहकर बढ़ाने का निर्णय नगर के लगभग सभी निवासियों से जुड़ा है और उन्हें प्रभावित करने जा रहा है। इसलिये गृहकर बढ़ाने का समाचार प्रमुखता से देना होगा।

2. बात का वजन

समाचारों को प्रस्तुति देते समय यह देखना जरूरी हो जाता है कि किसी समाचार में कितना वजन है और वह उसकी तरह के अन्य समाचारों से किस तरह महत्वपूर्ण है। वजन की बात समझने के लिये संवाददाता को अपने विवेक

का इस्तेमाल करना पड़ता है और यह विवेक उसके अनुभवों से प्रभावित होता है।

उदाहरण के लिये हत्याओं के समाचार में लूट के समाचार से अधिक वजन है और लूट के समाचार में छीना-झपटी के समाचार से अधिक वजन है। कई बार समाचारों का वजन इस आधार पर तय करना पड़ता है कि वह समाचार, जिस क्षेत्र में प्रकाशित या प्रसारित हो रहा है, उस क्षेत्र का सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक, प्राकृतिक और आपराधिक ताना-बाना किस प्रकार का रहा है और रहेगा। स्थानीयता के आधार पर समाचारों को प्रस्तुत करके अपने समाचार पत्र या चैनल के लिये अधिक से अधिक पाठक व दर्शक तैयार किये जा सकते हैं।

3. विवाद

विवाद समाचारों का बहुत ही प्रिय शब्द रहा है। यदि किसी समाचार पत्र या चैनल पर प्रस्तुत होने वाले समाचारों पर ध्यान दें तो अधिकांश समाचार विवादों से उपजते दिखेंगे, विवाद लिये हुए होंगे या फिर विवाद को जन्म देते लगेंगे। आरोप – प्रत्यारोप, आंदोलन-समझौता, शिकायत-कार्यवाही, जांच-कार्रवाई, बैठक-बहिष्कार आदि सभी किसी न किसी विवाद से जुड़े होते हैं और समाचार को जन्म देते हैं। ऐसे समाचारों को प्रस्तुत करना इसलिये भी जरूरी रहता है कि इनसे समाज के कई वर्गों का प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से जुड़ाव होता है।

4. विषमता

चार्ल्स डाना ने 1882 में समाचार को परिभाषित करते हुए कहा था कि आदमी को कुत्ता काट ले तो यह सामान्य सी बात है, समाचार तो तब बनता है, जब आदमी कुत्ते को काट ले। कई मझे हुए पत्रकरों की धारणा रहती है कि जनता हैरान होने या चौंकने का पूरा आनन्द उठाती है। इसलिये कहीं कोई विषमता या फिर असामान्य दिखाई दे, तो उसे समाचार बनाने से नहीं चूकना चाहिए। संवाददाता अगर विषमताओं और असामान्य की खोज पर निकले तो उसे कुछ न कुछ मिल ही जाता है।

उदाहरण के लिये थानेदार के यहां चोरी का समाचार, जनता द्वारा शराबी पुलिस की जमकर धुनाई का समाचार, बहू द्वारा सास को जला डालने का समाचार, परीक्षा देते समय ही प्रसव पीड़ा उठने और बच्चा पैदा होने का

समाचार, पुलिस संरक्षण में महिला से बलात्कार का समाचार आदि। वास्तव में समाज के हर पहलू से जुड़े तरह-तरह के विषयों में ऐसी विषमताएं मिल ही जाती हैं, जो समाचार का रूप ले सकती है। आवश्यकता है, उन्हें परखने की क्षमता विकसित करने की।

5. नूतनता

पाठकों को असाधारण, नवीन, ताजा से ताजा समाचार आकर्षित करते हैं। समाचार प्रस्तुत करने में विलंब होने पर वे निस्तेज और निरर्थक हो जाते हैं। यही कारण है कि आकस्मिक रूप से घटित घटनाओं के समाचारों को समाचार पत्रों में अर्ध विकसित रूप में ही तुरंत ही दे दिया जाता है और बाद में समाचार संकलित कर उसे विकसित रूप में दिया जाता है।

6. सत्यता और यथार्थता

किसी घटना के यथार्थ, वास्तव्य और सत्य पर आधारित विश्लेषण, परीक्षण एवं पूर्वाग्रह या पक्षपातरहित परिशुद्ध एवं संतुलित विवरणों में स्पष्टता होती है, जो समाचार को मूल्यवान बनाती है और इन विवरणों पर दृढ़ता, अटलता, दृढ़ प्रतिज्ञा और निश्चयात्मकता, जो समाज के हित में होती है, समाचार पत्र के हित अर्थात् उसकी खपत बढ़ाने में भी सहायक होती है।

7. निकटता या समीपता

पाठक के लिये निकटस्थ छोटी से छोटी घटना दूर बड़ी घटना से अधिक महत्वपूर्ण होती है। आत्मीय लगाव व अपनेपन के कारण वह अपनी निकटवर्ती या घनिष्ठ व्यक्ति, स्थान आदि से सम्बंधित घटना में अधिक रुचि लेता है, इसलिये जिस स्थान का समाचार दिया जा रहा हो और जिस स्थान पर समाचार पत्र प्रकाशित हो रहा हो उसमें भौगोलिक निकटता का विशेष ध्यान रखा जाता है।

8. आत्मीयता

आत्मीयता अंतस्थ सहानुभूति को खोलती है और पाठकों को समाचारों से जोड़ती है। मानवीय गुणों जैसे – प्रेम, ईर्ष्या, दया, सहानुभूति, त्याग, भय, आतंक,

घृणा, हर्ष से संबंधित समाचार आत्मीय होने के कारण पाठकों को विशेष रूप से आकर्षित करते हैं।

9. उपयोगिता

जन-सामान्य के रहन – सहन, उनकी दिनचर्या, जीवनचर्या, लोक-व्यवहार, उद्योग व्यवसाय में आवश्यक, लाभदायक, सहयोगी व उपयोगी सभी सूचनाएं व जानकारियां समाचार पत्र की उपयोगिता को बढ़ाती है, जो कि पाठकों को समाचार पत्र खरीदने के लिये बाध्य करती है।

10. विचित्रता

मनुष्य की वृत्ति सदा ही जिज्ञासु रही है। संशय और रहस्य से पूर्ण समाचार पाठकों को आकर्षित करने के साथ उनकी जिज्ञासा को भी शांत करते हैं।

समाचार के साथ समाचार प्रस्तुत करने का अनोखापन, सुंदर ढंग पाठकों का मनोरंजन करने के साथ असाधारण सौंदर्यानुभूति व आनंदानुभूति कराते हैं।

11. वैयक्तिकता

आम और खास व्यक्ति के आधार पर समाचार भी विशेष और गौण महत्व रखते हैं। किसी विशेष व्यक्ति द्वारा किया गया साधारण काम और किसी सामान्य व्यक्ति द्वारा किया गया विशेष काम या अप्रत्याशित उपलब्धि समाचार बन जाती है। इन समाचारों में साधारण – विशेष, अमीर – गरीब, छोटे-बड़े सभी पाठक अपना बिम्ब देखते हैं, इसीलिये इसे समाचार तत्त्व प्राप्त होता है।

12. एकात्मता

एकता, अखण्डता, समानता, अभिन्नता हमारे देश, समाज और समुदाय की आत्मा है। ये हमारे आदर्श व जीवनमूल्य हैं। ये हमारे मन में एकत्व का भाव जगाते हैं। इनका अनुभव भौगोलिक सीमा के बाहर भी होता है, इसलिये समाचार पत्रों में देश, समाज व धर्म से जुड़े इन आधारों को भी महत्व दिया जाता है।

13. सुरुचिपूर्णता

पाठकों की रुचि को प्रभावित करने वाले समाचार अधिक पठनीय होते हैं। प्रत्येक पाठक की समाचार में रुचि उसकी शिक्षा, सामाजिक वातावरण,

समाज में स्थिति, उद्योग-व्यवसाय, उम्र आदि पर निर्भर करती है, फिर भी, आम चुनाव, प्राकृतिक आपदा, वैज्ञानिक अविष्कार, दंगे, खेल आदि से संबंधित समाचारों में सभी की रुचि होती है।

14. परिवर्तनशीलता

मनुष्य परिवर्तनशील प्राणी है। उसकी इच्छा-अनिच्छा, पसंद-नापसंद, रुचि-अभिरुचि सदा परिवर्तित होती रहती है। इस कारण समाज या व्यक्ति के कार्य में भी परिवर्तन होता रहता है। यही कारण है कि सामाजिक, आर्थिक, राजनैतिक आदि परिवर्तनों के सामयिक समाचार पाठकों का ध्यान खींचते हैं।

15. रहस्यपूर्णता

मानवजीवन रहस्यों के पूर्ण है। मानव स्वाभाव है कि उसके मन में हर पल, क्या, कहाँ, क्यों, कब, कैसे, किसने जैसे प्रश्न उठते रहते हैं। इन प्रश्नों के उत्तर के साथ गुप्त भेदों, गोपनीय विषयों के राज खुलते जाते हैं और पाठक को मानसिक संतुष्टि प्राप्त होती है।

16. महत्वशीलता

यदि किसी घटना का परिणाम राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक, व्यापारिक, साहित्यिक व सांस्कृतिक क्षेत्र में बहुत बड़ा परिवर्तन लाने वाला हो तब भी वह समाचार पाठकों के लिये अधिक महत्वपूर्ण होता है।

17. भिन्नता

बहुधा एक ही तरह के समाचार एकरूपता के कारण पाठक को आकर्षित नहीं कर पाते। भिन्न - भिन्न तरह के तथा अलग - अलग ढंग से प्रस्तुत समाचार पाठकों को अधिक आकर्षित और प्रभावित करते हैं।

18. संक्षिप्तता

आज की जिंदगी भाग-दौड़ की और तेज जिंदगी है। आज हर व्यक्ति अपने में, अपनी जिंदगी में और अपने घर-परिवार में व्यस्त है। उसके पास बड़े - बड़े व लम्बे समाचारों को पढ़ने के लिये अतिरिक्त या खाली समय नहीं है, इसलिये उचित, आवश्यक व योग्य समाचारों के साथ ही सरल, सुंदर, सही, लचीली,

धारदार, रोचक भाषा शैली में दिये गये समाचारों का अपना महत्व होता है, जो कि समाचार का एक मुख्य तत्व है।

19. स्पष्टवादिता

तथ्यों व जानकारियों के साथ विचारों और प्रस्तुतिकरण में स्पष्टवादिता का भी विशेष महत्व होता है, क्योंकि स्पष्टवादिता ही पाठकों में समाचारों के प्रति विश्वास पैदा करती है।

20. आकार और संख्या

आकार और संख्या के आधार पर भी किसी घटना का समाचार मूल्य आंका जाता है। विमान या रेल दुर्घटना, प्राकृतिक आपदा-बाढ़, अकाल, महामारी आदि तथा दंगे में अधिक संख्या में मृत और घायल यात्रियों, लोगों से सम्बद्ध समाचारों को अधिक महत्वपूर्ण माना जाता है, जबकि कम लोगों या यात्रियों की मौत के समाचार की दृष्टि से अपेक्षित या गौण होते हैं।

21. समीक्षात्मकता

समाचार समीक्षा करने योग्य या समीक्ष्य हों तो पाठकों को उसका ठीक-ठीक मूल्यांकन करने, दृढ़ता से प्रमाणित करने तथा अपनी राय या सम्मति प्रकट करने का अवसर मिलता है। यही कारण है कि समीक्षात्मकता समाचार का आवश्यक तत्व है।

22. प्रतिफल

संवाददाता की यह जिम्मेदारी होती है कि वह पिछली घटनाओं, भुक्तभोगियों व विषय विशेषज्ञों की राय और अपने आकलन का सहारा लेकर अपने पाठकों व दर्शकों को किसी सूचना, स्थिति या घटना के प्रभाव, परिणाम या प्रतिफल के प्रति भी सचेत करता चले। सच्चाई यह है कि हर कोई यह जानना चाहता है कि अब क्या होगा? इससे क्या प्रभाव पड़ेगा? इससे बचा कैसे जाए? आदि – आदि। इसलिये लोगों के साथ अपने समाचार पत्र या चैनल का सीधा सम्बंध बनाने के लिये यह जरूरी है कि संवाददाता सूचनाओं, स्थितियों व घटनाओं का विधिवत आकलन करे और विश्वसनीय तरीके से लोगों को आगे आने वाले समय के लिये जागरूक करे।

अंत में

समाचारों की पहचान में स्थानीयता का पुट होना बहुत जरूरी है। यह तय होना जरूरी है कि इस समाचार के पाठक या दर्शक किस परिवेश, किस भाषा, किस संस्कृति और किस रुचि के हैं। यदि इन चार जरूरी स्थानीय तत्वों को नजरअंदाज कर दिया गया तो यह निश्चित है कि समाचार और समाचार प्रस्तुत करने वाला संवाददाता अपने पाठकों और दर्शकों के बीच पैठ नहीं बना सकेगा। यह न केवल समाचार पत्र चैनल के लिये बल्कि समाचार एकत्र करने वाले संवाददाताओं के लिये घातक होता है। बहुत बार देखा जाता है कि जिस संवाददाता की पैठ अपने पाठकों और दर्शकों के बीच होती है, उसे समाचारों का टोटा कभी नहीं होता है। ऐसा इसलिये होता है कि उसके पाठक या दर्शक स्वयं में उसमें प्रचारक, प्रसारक व पोषक की तरह काम करने लगते हैं।

आन डिमांड सर्विस के इस समय में किसी संवाददाता के लिये यह जान लेना जरूरी होता है कि उसे जिस क्षेत्र में कार्य करना है, वहां के लोगों का परिवेश, संस्कृति, भाषा और रुचि किस तरह की है। इन चार स्थानीय तत्वों को जान लेने के बाद यह समझ लेना आसान हो जाता है कि जिस क्षेत्र में संवाददाता को काम करना है, वहां के लोगों की समाचारों से कैसी आशायें हैं, यानी उनकी न्यूज डिमांड क्या है।

6

संवाददाता के कार्य एवं महत्व

एक अच्छे संवाददाता के अंदर समाचार को समझने की क्षमता होनी चाहिए। रिपोर्टिंग के लिए भाषा पर अधिकार होना चाहिये। संवाददाता की भाषा सरल होनी चाहिए। एक अच्छा रिपोर्टर वही है, जो कम से कम शब्दों में बहुत कुछ लिख सके। प्रत्येक विषय का सामान्य ज्ञान होना भी जरूरी है। कुशल संवाददाता बनने के लिए मानवीय मूल्यों का होना अनिवार्य है। इसी आधार पर रिपोर्टर की अन्य योग्यताओं को देखा जाता है। मौजूदा दौर में प्रमुख समाचार संस्थान अपने यहां संवाददाता को नियुक्त करते समय उसके व्यक्तित्व, उसके लेखन कौशल के साथ उसकी शिक्षा पर भी ध्यान देने लगे हैं। आजकल अनेक विश्वविद्यालयों और निजी संस्थानों द्वारा पत्रकारिता और जनसंचार के कोर्स कराए जाते हैं। ऐसी किसी शैक्षणिक योग्यता के कारण पत्रकारिता में प्रवेश आसान हो जाता है।

संवाददाता समाचार पत्र का सबसे छोटा, किंतु महत्वपूर्ण अंग होता है। संवाददाता का कार्य समाचारों का संकलन तथा लेखन है, जो बहुत ही दुष्कर कार्य है। समाचार की तलाश में वह सुबह से शाम तक इधर-उधर भटकता रहता है। संकलित समाचार को निष्पक्ष भाव से लिखता है। संवाददाता के महत्व को देखते हुए उसे समाचार पत्र का नाक, कान और आंख कहा जाता है, क्योंकि वह समाचार को ...खोजता है, ...खोदता है, ...सुंघता है, और ...गढ़ता है। समाचार पत्र में जो भी कुछ प्रकाशित होता है, उसके पीछे संवाददाता ही होता है, जो मौसम की परवाह किये बगैर अपनी बीट में समाचार संकलन का कार्य करता है।

प्रशिक्षण के दौरान संवाददाता को बता देना चाहिए कि समाचार एक अत्यंत ज्वलनशील पदार्थ है, जिसका असावधानी पूर्वक या दूषित इरादे से प्रयोग करना विध्वंसकारी हो सकता है। उसे यह भी बतला देना चाहिए कि उसका काम अति सम्मानजनक और लोकविश्वास का है। वह एक ऐसे पेशे का प्रमुख अंग है, जिसमें शांति को युद्ध, हर्ष को विषाद, प्रेम को घृणा और देशभक्ति को देशप्रोहिता में बदलने की क्षमता होती है। संवाददाता की शक्ति का अंदाजा निम्न घटना से लगाया जा सकता है -

दिल्ली की एक प्रमुख अंग्रेजी समाचार एजेंसी के कनिष्ठ संवाददाता ने रक्षा मंत्रालय की रिपोर्टिंग करने वाले वरिष्ठ संवाददाता के आवाज की नकल करते हुए मुख्य उप-संपादक को बताया कि- भारत ने पाकिस्तान पर युद्ध की घोषणा कर दी। उन दिनों वास्तव में बंगलादेश के साथ भारत का युद्ध चल रहा था तथा पाकिस्तान के साथ युद्ध की संभावना थी, लिहाजा मुख्य उप-संपादक ने समाचार को तैयार कर दिया। देश-विदेश के समाचार पत्रों को भेजने से पहले मुख्य उप-संपादक का विवेक जागा और पुष्टि के लिए समाचार को रोक दिया, तभी कनिष्ठ संवाददाता ने बताया कि वह तो केवल मजाक कर रहा था।

सोचिए, उक्त समाचार देश-विदेश के समाचार पत्रों में प्रकाशित हो जाता तो यह मजाक कितना मंहगा पड़ता। पाकिस्तान आत्मरक्षा का बहाना लेकर भारत पर हमला कर सकता था। इसका हर्जाना मजाक करने वाले संवाददाता को अपनी नौकरी गवांकर चुकानी पड़ी।

पत्रकारिता के पेशे में कोई छद्मी संवाददाता अपने ज्ञान का दुरुपयोग कर तथ्य, सत्य व न्याय का गला घोंटा है तो संवाददाता और उसके समाचार पत्र पर सवालिया निशान लगता है पत्रकारिता पर नहीं, क्योंकि पत्रकारिता के शिखर पुरुषों ने इस विद्या को हिम जैसा ध्वल बना दिया है। संवाददाता के महत्त्व को देखते हुए कहा जाता है -

जहां न पहुँचे रवि, वहां पहुँचे कवि।

जहां न पहुँचे विधाता, वहां पहुँचे संवाददाता॥

सामान्यतः संवाददाता को अपनी बीट में कार्य करना पड़ता है। वह जो देखता है, उसी को समाचार के रूप में लिखता है। उसके अंदर उत्तरदायित्व का भाव और कार्य कुशलता अनुभव के साथ स्वतः बढ़ता जाता है। संचारक्रांति के मौजूदा युग में संवाददाता का कार्य त्वरित गति से समाचारों को संकलित करना, उसकी व्याख्या करना और प्रकाशित करने के लिए उपलब्ध कराना है। इस कार्य

के लिए उसे असाधारण प्रतिभा का होना आवश्यक है। मीडिया संस्थान में निम्न प्रकार के संवाददाता होते हैं:

स्थायी संवाददाता – यह पूर्णकालिक कर्मचारी होता है। अपने कार्य के बदले प्रत्येक माह पूर्व निर्धारित वेतन, ग्रेचुटी व अन्य सुविधाओं को प्राप्त करता है।

वरिष्ठ संवाददाता – स्थायी संवाददाता की पहली प्रोन्ति वरिष्ठ संवाददाता के पद पर होती है। प्रोन्ति के साथ जहां वेतन वृद्धि का लाभ मिलता है, वहां जिम्मेदारियां भी बढ़ जाती हैं।

मुख्य संवाददाता – वरिष्ठ संवाददाता प्रोन्ति कर मुख्य संवाददाता बनता है। पद बढ़ने से दायित्व भी बढ़ जाता है। इसके मार्ग दर्शन में अन्य संवाददाता कार्य करते हैं।

विशेष संवाददाता – वरिष्ठ संवाददाता की प्रोन्ति विशेष संवाददाता के पद पर होती है। इस पद पर कभी-कभी अनुभवी पत्रकारों की नियुक्ति सीधे कर ली जाती है।

अस्थायी संवाददाता – यह पूर्णकालिक कर्मचारी नहीं होता है। इसका मुख्य पेशा कुछ और होता है। जैसे—अध्यापन या वकालत, फिर भी, कार्य के बदले मीडिया संस्थान से एक निश्चित मानदेय प्राप्त करता है।

मुफस्सिल संवाददाता – वे संवाददाता जो छोटे कस्बों में रहकर समाचार संकलन और सम्प्रेषण का कार्य करते हैं तथा इसके बदले में एक निश्चित मानदेय प्राप्त करते हैं।

रिपोर्टर का शाब्दिक अर्थ संवाद करने या लिखने वाले से है। रिपोर्टर समाचार जगत का महत्त्वपूर्ण व्यक्ति होता है। रिपोर्टर का कार्य समाचारों का संकलन करना होता है। पत्रकारिता की भाषा में, किसी भी घटना का अवलोकन कर उसे कम से कम शब्दों में, सरल भाषा में लिख कर या तैयार कर किसी सम्बन्धित समाचार माध्यम के लिए प्रस्तुत करने को रिपोर्टिंग कहा जाता है तथा जो व्यक्ति इस कार्य को या इस रिपोर्ट को तैयार करता है उसे रिपोर्टर कहते हैं। रिपोर्ट सरल व कम शब्दों में अधिक बात को समझाने वाली होनी चाहिए। यह रिपोर्टर की योग्यता पर निर्भर करता है।

रिपोर्टर का कार्य है समाचारों का संकलन करना अर्थात उन्हें एकत्र करना या जुटाना तथा उन्हें किसी समाचार समूह के लिए लिखना। उसका कार्य उप संपादक से भिन्न है। उप-सम्पादक ‘रिपोर्ट’ द्वारा प्रेषित समाचारों को मुद्रण के

उपयुक्त बनाता है। रिपोर्टर समाचार-संकलन के लिए क्षेत्र में जाता है, जबकि उप-सम्पादक समाचार डैस्क पर बैठकर काम करता है। डैस्क पर तमाम समाचार आकर एकत्र होते हैं, उनमें से मुद्रण योग्य समाचारों को छान्टा जाता है, सम्पादित किया जाता है, प्रत्येक स्टोरी को उपयुक्त शीर्षक दिया जाता है, उसके लिए समाचार-पत्र में सिन निर्धारित किया जाता है। कहने का अर्थ यह है कि रिपोर्टर सिर्फ समाचार रिपोर्ट करता है, जबकि उप-सम्पादक उन समाचारों को छान्टने से लेकर, उनके मुद्रण तक की प्रक्रिया से जुड़ा रहता है। हाँ, कभी-कभी उप-सम्पादक को भी रिपोर्टर के रूप में समाचार संकलन के लिए भेज दिया जाता है, यह बात अलग है।

अतः हम कह सकते हैं कि किसी समाचार माध्यम के लिए लिखी जाने वाली सूचना और संवाद रिपोर्टिंग कहलाती है तथा इसे लिखने वाला व्यक्ति रिपोर्टर, जिसे हिंदी में संवाददाता भी कहा जाता है। रिपोर्टर का काम बेहद चुनौतीपूर्ण होता है। एक ही घटनास्थल या प्रेस कांफ्रेंस में अनेक पत्रकार मौजूद रहते हैं और अपने-अपने नजरिए से खबरें लिखते हैं। रिपोर्टर के लिए हर रोज यह चुनौती होती है कि वह अपने अन्य प्रतिस्पर्धियों से बेहतर रिपोर्ट कैसे तैयार करे। यह चुनौती जहाँ उसे हर रोज कुछ नया और कुछ बेहतर करने की प्रेरणा देती है, वहाँ नया या बेहतर करने से मिली प्रशंसा उसका मनोबल और उत्साह भी बढ़ाती रहती है।

समाचारों के संकलन के लिए संवाददाता महत्वपूर्ण व्यक्ति होता है। संवाददाता को समाचार एकत्र करने के लिए दिन-रात मेहनत करनी होती है, संवाददाता को समाचारों के लिए गिर्द से भी पैनी निगाह और कुत्ते की तरह समाचारों को सूंधने की क्षमता होना अति अनिवार्य भी है। समाचार संकलन कहने को तो एक छोटा सा शब्द है, लेकिन इसको करने के लिए संवाददाता हर समय उद्धृत रहता है और रहे भी क्यों न समाचार पत्रों का सारा दारोमदार ही समाचारों व संवाददाता पर रहता है। यह कारण भी है कि समाचार संकलन के लिए संवाददाता को ही सभी जगह जाना व पहचाना जाता है, न कि उपसंपादकों व संपादकों को। समाचार संकलन के लिए संवाददाता को कूटनीति का प्रयोग भी करना पड़ता है। समाचार संकलन के लिए वैसे तो अनेक विद्याएँ हैं, लेकिन वर्तमान में एक विद्या है स्ट्रींग आप्रेशन जो कि बहुत ही खतरे का काम होती है। समाचार संकलन के लिए कई समाचार एजेंसियां भी काम करती रहती हैं, जो कि समाचार पत्रों को व.टी.वी. के चैनलों को समाचार बेचने का काम भी करती है, लेकिन समाचार संकलन के लिए मुख्य रोल तो संवाददाता ही निभाता

है। समाचार संकलन की तकनीकें मुख्यतः इस प्रकार से हैं। राजनीतिक दलों द्वारा ब्लूरो में भेजी गई प्रेस विज्ञपत्तियां, विभिन्न कार्यक्रमों की प्रैस विज्ञपत्तियां। विभिन्न संस्थाओं द्वारा उनकी गतिविधियों की सूचनाएं भी लिखित रूप में ब्लूरो कार्यालय में भेजी जाती हैं।

संवाददाता किसी भी समाचार पत्र या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का आधार स्तंभ होता है। उसके बिना समाचार पत्र अधूरा है, क्योंकि जिसे वह पाठकों के बीच परोसता है, उसे लाने का कार्य संवाददाता ही करता है। संवाददाता के महत्त्व और उत्तराधायित्व को देखते ही इसके बारे में कहा गया है कि इसे सर्व गुण सपन्न होना चाहिए। लार्ड नार्थ क्लिप ने संवाददाता के बारे में कहा है कि संवाददाता अखबार लिखता है और उपसंपादक उसे बनाता है। संवाददाता न केवल समाचारों का संकलन करता है, अपितु वह इसे लिखता भी है। इसके कार्य को देखते हुए संवाददाता को नारद भी कहा गया है।

संवाददाता संवाद शब्द से बना है। इसका शाब्दिक अर्थ सामचार भेजने वाला अथवा बताने वाला होता है। अंग्रेजी में इसे रिपोर्टर और उर्दू में इसे खबरनबीस भी कहा जाता है। लोकतंत्र का चौथा स्तंभ होने के नाते इसका कार्य लोककल्याण और लोकहित के लिए समाचारों का संकलन और लेखन करना भी होता है। प्रत्येक संवाददाता को समाचार कुत्ते की तरह सूंघना आना चाहिए, क्योंकि कई बार समाचार के लिए यह प्रवृत्ति ही काम आती है। सूचना क्रांति ने पत्रकारिता को गतिमान बना दिया है, वहीं इस क्षेत्र में प्रशिक्षित युवाओं के प्रवेश ने संवाददाता की प्रतिस्पर्धा को बढ़ा दिया है। एक जमाना था जब संवाददाता की योग्यता के लिए किसी एक विषय की विशेषता पर्याप्त हुआ करती था, लेकिन अब ऐसा नहीं है। संवाददाता से अपेक्षा की जाती है कि उसे हर विषय के बारे में विशेषता नहीं हो, लेकिन इतनी जानकारी जरूर हो कि संपादक को उसे समझाने में परेशानी का सामना नहीं करना पड़े।

विशेषकर मीडिया में इन दिनों खोजी रिपोर्ट के प्रचलन ने संवाददाता को जासूस जैसा बना दिया है, जो सदैव किसी न किसी खोजी रिपोर्ट के लिए जासूस की तरह कार्य करता रहता है।

इसके अतिरिक्त अदालतों की खबरों का संकलन करते हुए उसे एक वकील की तरह सभी पहलुओं का ध्यान रखना पड़ता है, जिससे कि उसकी रिपोर्ट कमज़ोर न हो जाए। दूसरे शब्दों में छात्र सिर्फ़ छात्र जीवन में परीक्षा देता है, वह भी एक निश्चित अवधि के बाद, लेकिन संवाददाता को प्रत्येक दिन

परीक्षा देनी होती है और उसे परिणाम भी कुछ ही घंटों में मिल जाता है। संवाददाता की महत्ता, समाचार पत्र और समाज के प्रति उत्तरदायित्व को देखते हुए उसके पास निम्नलिखित गुण का होना अनिवार्य है।

संवाददाता को किसी भी घटित होने वाली घटना की सूचना मिलते ही गंतव्य की ओर रवाना होना जैसे कि सड़क हादसा, आग लगना, भीड़ का आक्रामक होना, पुलिस का लाठीचार्ज, बलाकार मामले में अस्पताल जाना, किसी नेता का अचानक उसके निवास स्थान पर आना, विभागिय छापों की जानकारी के लिए अफसरों से मिलना, या पुलिस द्वारा पकड़े गए अपराधियों की सूचना मिलने पर थाने में जाना इत्यादि शामिल है। संवाददाता उपरोक्त परिस्थितियों के अलावा भी नियमित रूप से होने वाले कार्यक्रमों की जानकारी अपने पास संभालकर रख लेता है और नियमित रूप से कोर्ट, पुलिस थाने, व अन्य विषयों से संबंध साधे रखता है। इन जगहों पर से संवाददाता को समाचार मिलने की संभावना बहुत ज्यादा रहती है।

संवाददाता समाचार संकलन के लिए स्वंयं तो सभी सरकारी विभागों पर नजर रखता ही है कई बार वह अपने विश्वसनीय सूत्र भी तैयार करता है, जो कि महत्वपूर्ण समाचारों का भण्डार माने जाते हैं, जिन्हें हम श्रोता कहते हैं। यह श्रोता उसी विभाग में काम करने वाला एक सफाई कर्मचारी से लेकर एक चपरासी या क्लर्क भी हो सकता है। कई बार संस्थान के काफी बड़े होने की स्थिति में वहाँ के आला अधिकारी भी एक दूसरे को नीचा दिखाने की फिराक में समाचार देने की गलतियां कर बैठते हैं। ऐसी परिस्थितियों में संवाददाता को श्रोता के हितों का पूरा ध्यान रखते हुए महत्वपूर्ण तथ्यों को समेट लेना चाहिए। यदि हो सके तो सबूत भी संभालकर अपने पास रखने चाहिए, जिससे कि निकट भविष्य में संवाददाता को किसी प्रकार की परेशानी का सामना न करना पड़े।

कई बार संवाददाता को विशेष स्टोरी करनी पड़ती है, जिनके लिए उसे संबंधित विभाग में अपनी पहचान गुप्त रखकर काम करवाने के लिए जाना पड़ता है तथा वहाँ होने वाली घटनाओं को चोरी-छिपे देखकर संकलन करना पड़ता है। इसका आधुनिक रूप स्ट्रींग आप्रेशन के रूप में सामने आया है। इन आप्रेशनों के परिणाम आप्रेशन दुर्योधन, आप्रेशन मौत के सौदागर रहे हैं, जिनमें दिखाया गया कि किस तरह से सांसद जनता की बात को संसद में रखने के लिए रिश्वत लेते हैं और किस तरह से भगवान समझे जाने वाले डाक्टर चंद रूपयों की खातिर कन्या भ्रूण हत्याओं को अंजाम देते हैं। इन आप्रेशनों के परिणाम स्वरूप समाज में जागृति आती है। इन आप्रेशनों को करने वाले संवाददाता को कई तरह की

परेशनियों का सामना करना पड़ सकता है, लेकिन यदि वह इस प्रकार के खतरे मोल लेता है तो उसकी पदोन्नति की संभावनाएं बहुत ज्यादा रहती है।

इनके अलावा समाचार संस्थाओं को यदि अन्य समाचारों की आवश्यकता होती है, जो उनसे किसी कारणवश छूट गए हैं या फिर संवाददाता की अनउपलब्धता के कारण रह गए हैं तो संस्था इस प्रकार के मुख्य समाचारों को एजेंसियों से भी खरीद लेती है।

संवाददाता को समाचार एकत्र करने के लिए दिन-रात मेहनत करनी होती है, संवाददाता को समाचारों के लिए गिर्द से भी पैनी निगाह और कुत्ते की तरह समाचारों को सूधने की क्षमता होना अति अनिवार्य भी है। संवाददाता के लिए समाचार का श्रोता संबंधित विभाग में काम करने वाला एक सफाई कर्मचारी से लेकर एक चपरासी या क्लर्क भी हो सकता है। कई बार संस्थान के काफी बड़े होने की स्थिति में वहां के आला अधिकारी भी एक दूसरे को नीचा दिखाने की फिराक में समाचार देने की गलतियां कर बैठते हैं। समाचार के तत्त्व समाचार संकलन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। इन तत्त्वों के आधार पर भी सभी प्रकार के समाचारों का संकलन किया जा सकता है। मानव रूचि की विविधता और व्यापकता के कारण समाचार के तत्त्वों में परिवर्तन और विस्तार भी होता रहता है। देश, काल और परिस्थितियों के अनुरूप इसमें भी परिवर्तन संभव है। वरिष्ठ पत्रकार प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने समाचार के तत्त्वों की व्याख्या करते हुए अपनी पुस्तक समाचार संपादन में समाचार के 26 तत्त्व गिनाए हैं।

विशिष्ट शब्दावली स्ट्रींग आप्रोशन : कई बार आपराधिक, रिशवतखोरी व अन्य क्राइम के मामलों का पर्दाफाश करने के लिए संवाददाता को टीम बनाकर छोटे कैमरा व अन्य उपकरणों की मदद से नाटकीय घटनाक्रम रचाना पड़ता है। इस घटनाक्रम को बहुत ही ज्यादा अनुभवी संवाददाताओं की टीम करती है तथा यह सब सोची समझी योजना के तहत होता है। इसमें संबंधित बारदात के सभी मुख्य सबूतों को एकत्र कर उनका भंडा फोड़ किया जाता है। यह एक रिस्की काम होता है। बिना सोचे समझे किए जाने पर इसमें जान जाने का खतरा भी बना रहता है।

रिपोर्टर का महत्त्व

पत्रकारिता जगत में रिपोर्टर का महत्त्व सबसे अलग है, रिपोर्टर पत्रकारिता की आंख और कान है। अलग-अलग समाचार पत्रों व चैनलों में संवाददाताओं की श्रेणियां भी अलग होती हैं। रिपोर्टर को समाज का चिकित्सक माना जाता है।

पहले अखबारों के प्रकाशन स्थल कम होते थे। जिस स्थान से समाचार पत्र छपता था, वहाँ से पूरे प्रदेश में अखबार जाता था। इसके चलते संवाददाताओं की संख्या भी कम होती थी, लेकिन अब जनपद स्तर पर प्रकाशन केन्द्र खुल गये हैं। इसके साथ ही संवाददाताओं की संख्या में भी इजाफा हो गया है। उत्तराखण्ड में ही जहाँ पहले बरेली से समाचार पत्र छपते थे, लेकिन अब राज्य के ही देहरादून और हल्द्वानी शहरों से मुख्य समाचार पत्रों का प्रकाशन हो रहा है। इसमें दैनिक जागरण व अमर उजाला का प्रकाशन व मुद्रण देहरादून व हल्द्वानी दो स्थानों से होता है। जबकि हिन्दुस्तान अखबार का प्रकाशन देहरादून और बरेली से होता है। इस स्थिति से जहाँ रिपोर्टर्स के लिए रोजगार की गुंजाइश बढ़ गयी है, वहाँ समाचार पत्रों का फोकस भी विस्तृत हो गया है। शहर में होने वाले पत्रकार सम्मेलनों, राजनीतिक रैलियों, अपराध से लेकर जन समस्याओं से संबंधित समाचारों को प्रमुखता से प्रकाशित किया जाता है। इसके साथ ही अब लोगों के विचारों को भी प्रमुखता से प्रकाशित किया जाने लगा है।

दैनिक समाचार पत्रों के छोटे संस्करण आज जाने से उनकी पहुँच छोटी-छोटी जगहों तक होने लगी है। छोटे संस्करणों के कारण छोटी-छोटी जगहों के समाचारों को भी अधिक सिन मिलने लगा है। इसलिए कस्बों के स्तर तक रिपोर्टर नियुक्त किए जाने लगे हैं। इस कारण क्षेत्रीय स्तर पर भी रिपोर्टर का महत्व बहुत बढ़ गया है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने भी रिपोर्टर के काम को नया विस्तार दिया है। अनेक चैनल अपने रिपोर्टर या अंषकालिक रिपोर्टर जिला स्तर तक नियुक्त करने लगे हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया खबर को अधिक तेजी से दिखा सकता है और उसका प्रसार क्षेत्र भी स्थानीय अखबारों से बड़ा होता है। इसलिए उसके रिपोर्टर को महत्व भी अधिक मिलता है।

रिपोर्टर के उत्तरदायित्व

पत्रकारिता अन्य व्यवसायों से भिन्न है। इसमें थोड़ी सी लापरवाही से बड़ा नुकसान हो सकता है। इसलिए रिपोर्टर को बेहद संजीदगी से कार्य करना होता है। पत्रकारों का दायित्व केवल समाचार पत्र के लिए ही नहीं, बल्कि समाज के प्रति, सरकार के प्रति और राष्ट्र के प्रति भी होता है। पत्रकारों का दायित्व बनता है कि वे सभी विचारों, गतिविधियों, घटनाओं को जनता के सामने रखे और जनता उसमें स्वयं निर्णय ले सके।

संवाददता के दायित्व को रेखांकित करते हुए भारत के पूर्व राष्ट्रपति वी. वी. गिरी ने लिखा है। मेरी यह दृढ़ मान्यता है कि जनता में चेतना जागृति लाना

और परिवर्तन के मार्ग खोलना प्रेस का कर्तव्य है। मुझे यह देखकर निराशा होती है कि हमारे समाचार पत्र राजनीति और राजनीतिक कार्यक्रमों को अनावश्यक महत्त्व देते हैं। अर्थिक और सामाजिक क्षेत्रों में जो भारी बदलाव हो रहे हैं, उनका विशेष रूप से प्रकाशन होना चाहिए। इस ओर अधिक सचेत रहकर प्रेस जनता को सहभागी बनाकर उन परिवर्तनों की गति तेज और सहज कर देता है। उस शक्ति का हितकर प्रयोग किया जाए तो उन्हें जनमानस का साधुवाद भी प्राप्त होगा। वर्तमान में देश के राष्ट्रपति महामहिम डा. कलाम ने भी अपनी पुस्तक में मीडिया के बारे में अलग से टिप्पणी करते हुए संवाददाताओं से अपने दायित्व के प्रति सजग रहने के लिए कहा है।

संवाददाता का उत्तरदायित्व देश की एकता, अखंडता, राष्ट्रीय सुरक्षा और स्वाभिमान की रक्षा करना भी है। इस दृष्टि से संवाददाता मानवतावादी होते हुए भी सबसे पहले राष्ट्रवादी हैं। उसके समाचार लेखन से किसी भी तरह राष्ट्रवाद का अहित नहीं होना चाहिए। पड़ोसी राष्ट्रों से युद्ध, कूटनीति और सामरिक शक्ति को ध्यान में रखते हुए पत्रकारों को संयम बरतना चाहिए। ऐसा लेखन बिल्कुल नहीं होना चाहिए, जिससे सेना का मनोबल टूटे। पत्रकारों का उत्तरदायित्व लोकहित और लोककल्याण से जुड़ा है। वह भगवान शिव की तरह विषपानी है। वह समाज के चुरुदिक विकास के लिए प्रतिबद्ध होता है। समाजसेवा के व्रत के कारण पत्रकार अथवा संवाददाता का महत्त्व समाज में अधिक होता है। यह दुर्भाग्यपूर्ण स्थिति है कि आज का अधिकतर पत्रकार सुविधा भोगी हो गया है। संपादक अपने अधीन काम करने वाले पत्रकारों के शोषण का एक तंत्र बनकर सिमट गया है। संवाददाता प्रायः अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का प्रतीक होता है। वह पीड़ित प्रभावित और दबे-कुचले जनता की आवाज को बुलंद करता है। इसलिए उस पर किसी बाहरी तंत्र का नियंत्रण नहीं होना चाहिए।

वह राष्ट्र के प्रति अपने उत्तरदायित्व को समझता है। इसलिए राष्ट्रहित में उस पर किसी प्रकार का अंकुश नहीं लगाना चाहिए। यह महात्मा गांधी के निम्नलिखित उदाहरण से स्पष्ट है। समाचार पत्रों का संचालन सेवा भाव से ही होना चाहिए। समाचार पत्र एक भारी शक्ति है। जिस प्रकार निरंकुश जल प्रवाह पृथ्वी के कई भागों को ढुबा देता है और फसल को नष्ट भ्रष्ट कर देता है। उसी प्रकार निरंकुश पत्रकार की कलम की धार भी सत्यानाश कर देती है। उस पर अंकुश यदि बाहरी हो तो वह इस निरंकुशता से भी अधिक जहरीला होता है। अतः लाभदायक तो अंदर का ही अंकुश हो सकता है। आज की पत्रकारिता जन

जीवन में देशभक्ति, एकता और अखंडता की भावना भरने की जगह भाषा के नाम पर अलगाववाद ? धर्म और संप्रदाय के नाम भेद भाव तथा क्षेत्रवाद का विषयमन कर रहा है। पत्रकार अपने उत्तरदायित्व से विमुख हो रहा है। वह स्वार्थी और सुविधाभोगी होता जा रहा है। आपातकालीन के दौरान कई पत्रकारों का आचरण लज्जास्पद था। देश और समाज के मार्गदर्शन के उत्तरदायित्व का निर्वहण वह नहीं कर रहा है।

विकासशील देशों में पत्रकार और संवाददत्ता का दायित्व और अधिक बढ़ जाता है। भारत के संबंध में विकास पत्रकारिता काफी अधिक है। उससे राष्ट्र को गति मिलती है। वरिष्ठ पत्रकार और लेखक आचार्य लक्ष्मीनारायण गर्डे के अनुसार पत्रकार की दृष्टि व्यापक होनी चाहिए। सभी कुछ खुली आंखों, किंतु तटस्थ भाव से देखना चाहिए। मंगलभावना से सुंदर समाज और सशक्त राष्ट्रनिर्माण के लिए अपने विचारों का विनियोग करना चाहिए। पत्राकार समाज का न्यासी होता है। वह बिना लाभ लोभ के, किसी बाहरी तंत्र से प्रभावित हुए बगैर सत्य को उजागर करता है। मानव जाति के हित के लिए पत्रकार वह सबकुछ करता है, जो उसे करना चाहिए। इस दृष्टि से पत्रकारिता विशुद्ध समाज सेवा का काम है। पत्रकार का उत्तरदायित्व परिवर्तनों को रेखांकित करना है। समाज की विकास प्रक्रिया में वह अपना बौद्धिक योगदान देता है।

पत्रकार को समाचार पत्र, पत्रिका, समाचार एजेंसी के चरित्र, कार्यशैली व नीतियों को ध्यान में रखकर कार्य करना होता है। समाचार पत्र की गरिमा में ठेस पहुँचे, ऐसा कोई कार्य नहीं करना चाहिये।

खबर को पूर्ण करने के लिए तथ्यों को एकत्रित करने में आलस नहीं करना चाहिये। अगर समाचार पत्र में प्रकाशित खबर अपूर्ण होती है तो समाचार पत्र की वस्तुनिष्ठता पर प्रश्न चिन्ह लगता है। साथ ही समाज पर इसका बुरा असर पड़ता है। इस तरह की खबरें पढ़ने से पाठक के मन में भ्रम की स्थिति रहती है। हमेशा याद रखें कि अपना श्रोता आपके लिए अति महत्वपूर्ण है। एक रिपोर्टर होने के चलते लोग आपसे विष्वास करते हैं, इस विश्वसनीयता को बनाये रखना नैतिक जिम्मेदारी है। अगर आप अपने श्रोता के बारे में दूसरों को बताने लगेंगे तो इससे उसका नुकसान होने की संभावना रहती है और फिर इस श्रोता से आपको समाचार मिलना भी मुश्किल हो जाता है।

रिपोर्टर का मूल दायित्व सत्य को उजागर करना है। इस कार्य को उसे निःडरता के साथ करना होता है। तथ्यों का संकलन करने के बाद उन्हें पाठकों की रुचि के अनुसार प्रस्तुत करना उसका कर्तव्य है।

खबरों का संकलन करते समय रिपोर्टर को सभी पक्षों से साक्षात्कार कर लेना चाहिये। इससे खबर के लिए पूरे कटेंट मिल जायेंगे और समाचार के एकतरफा होने की आशंका भी नहीं होगी। इस प्रक्रिया से रिपोर्टर की खबर निष्पक्ष हो सकेगी। पत्रकारों को सावधानी से पत्रकारिता करनी चाहिये। उसे कोई भी ऐसा कार्य नहीं करना चाहिए, जिससे अपराध को प्रोत्साहन मिले। किसी व्यक्ति या संस्था की मानहानि से बचना चाहिये। झूठी या सुनी-सुनाई बातों को आधार बनाकर समाचार नहीं प्रकाशित करना चाहिये।

रिपोर्टर के कुछ महत्त्वपूर्ण दायित्वः—

रिपोर्टर की उन समस्त लेखों की जिम्मेदारी होती है, जो उसने लिखे हैं, भले ही उसका नाम उस खबर में प्रकाशित न हुआ हो।

पत्रकार को वही कार्य करना चाहिये, जो समाचार पत्र की गरिमा के अनुकूल हो।

दूसरे के समाचारों व लेखों की चोरी से बचना चाहिये।

अपने सूत्रों की गोपनीयता हमेशा बनाये रखनी चाहिये।

रिपोर्टर स्वयं को समाज का ठेकेदार न समझें।

तथ्यों को तोड़-मरोड़कर प्रस्तुत करने से बचना चाहिये।

व्यावसायिक मामलों को अन्य खबरों की तरह न बनाये।

व्यक्तिगत हितों के लिए प्रेस की स्वाधीनता का दुरुपयोग करने से बचना चाहिये।

संवाददाता के कार्य

संवाददाता का सबसे प्रमुख कार्य है, समचार का संकलन करना। इसके लिए संवाददाता को अनेक कार्य करने होते हैं। इस क्रम में उसे तथ्यों का संकलन करने के साथ-साथ घटना प्रसंग में सत्य की खोज भी करना होता है। संवाददाता के लेखन से पाठक की जिज्ञासाओं की पूर्ति होती है। पाठक अपने आस पड़ोस, देश समाज और विदेश की गतिविधियों से अवगत हो पाता है। देश-विदेश में फैले हजारों संवाददाता के संवाद संकलन और लेखन से समाचार पत्रों के लिए कच्ची सामग्री तैयार होती है, जो मूलतः सर्जनात्मक कार्य है।

संवाददाता घटना प्रसंग का अवलोकन, निरीक्षण और परीक्षण भी करता है। वह घटना की गहराई में जाकर उसे समझता है। प्रत्येक पक्ष को देखता है और उसका सारगर्भित विवेचन प्रस्तुत करता है। संवाददाता जैसा महसूस करता है वह वैसा ही रेखांकित भी करता है। नेताओं के बयान को वह अक्षरसः लिखने की जगह उसका आशय भी स्पष्ट करने की कोशिश करता है। संवाददाता के प्रमुख कार्य को निम्नलिखित प्रकार से समझा जा सकता है—

समाचार संकलन के लिए उसे नियमित रूप से अपने सूत्रों से मिलना होता है।

- घटना प्रसंग का निरीक्षण और परीक्षण करना।
- घटना की रोचक और सजीव प्रस्तुति।
- विवाद की स्थिति में पक्ष और विपक्ष को समान महत्व देना।
- निर्भयतापूर्वक सत्य को उजागर करना।
- समाचार, फीचर अथवा साक्षात्कार की निर्धारित शैली में लेखन करता है।

खसंवाददाता अपने संबंधों, पूर्वग्रहों और राग द्वेश से दूर रहना।

संवाददाता के गुण।

1. मूलभूत या बुनियादी जानकारी

संवाददाता में इतिहास, भूगोल, अर्थशास्त्र, वाणिज्य, विज्ञान, सैटेलाइट, इलेक्ट्रॉनिक्स आदि सभी विधाओं की मूलभूत या बुनियादी जानकारी आवश्यक है, ताकि संवाद इकट्ठा करते समय उसे कोई कठिनाई न हो और वह अपनी रिपोर्टिंग उचित तथा यथार्थ रूप में कर सके।

2. भाषाविद्

संवाददाता को अपनी मातृभाषा का ही नहीं, बल्कि राजभाषा, राष्ट्रभाषा, स्थानीय भाषा और देश – विदेश की कम से कम एक-दो भाषाओं का ज्ञान होना आवश्यक है, क्योंकि संवाददाता को कई भाषाओं का समन्वय उसे समाचार संकलन कर समाचार का रूप देना होता है और भाषा के अज्ञान के कारण आने वाली रुकावट को दूर करता है।

संवाददाता को विविध और विभन्न भाषाओं का ज्ञान होने पर वह किसी भी स्थान पर किसी भी समय, किसी भी व्यक्ति से अपने विचारों का आदान

— प्रदान व साक्षात्कार आदि कर सकता है और घटना, समस्या, समाचार की गहरायी तक जा सकता है।

3. अच्छा साक्षात्कारकर्ता

साक्षात्कार लेने में निपुणता संवाददाता का महत्वपूर्ण गुण है। इस गुण के कारण संवाददाता को किसी घटना व विषय विशेष के बारे में वैयक्तिक साक्षात्कार, समूह साक्षात्कार, विशेष साक्षात्कार के माध्यम से आवश्यक, पूर्ण, ठोस व पुख्ता जानकारी प्राप्त करने में मदद मिलती है।

4. टंकण, आशुलेखन, मुद्रलेखन, कम्प्यूटर का ज्ञान

संवाददाता को टंकण, आशुलेखन, मुद्रलेखन, कम्प्यूटर के आवश्यक तकनीकी ज्ञान से कम से कम समय में समाचार तैयार करने और समाचार पत्र के मुद्रण की शैली व प्रस्तुतिकरण के ढंग के आधार पर समाचार प्रस्तुत करने में सहायता मिलती है।

5. संस्कृति का ज्ञान

भारतीय आदर्श व जीवनमूल्यों का निर्धारण संस्कृति करती है, जिससे हर भारतवासी किसी न किसी रूप में एक दूसरे से जुड़ा हुआ है। संवाददाता को अपने देश की संस्कृति का भली-भांति ज्ञान होना एक आवश्यक गुण माना जाता है, क्योंकि इसके कारण पाठकों की भावनाओं, विचारों व आवश्यकताओं को समझकर उसके अनुरूप समाचारों को प्रस्तुत करना संभव हो पाता है, जिससे समाचार पत्र की विश्वसनीयता और न्यायप्रियता उभरकर सामने आने में मदद मिलती है और समाचार पत्र जन-साधारण से मानसिक व भावनात्मक स्तर पर जुड़ जाता है और सामूहिक कल्याण करना संभव हो पाता है।

6. पाठक की रुचि का ज्ञान

संवाददाता का समाचार की समसामयिकता के साथ पाठक की रुचि का भी ख्याल रखना उसकी विशेष योग्यता माना जाता है, क्योंकि पाठकों की रुचि के आधार पर संकलित समाचार पत्र की लोकप्रियता को बढ़ाने में सहायक होते हैं। कुशल संवाददाता अपने संवाद की प्रस्तुति इस प्रकार सरल व सुंदर ढंग से करते हैं कि पाठकों को उसे समझने में कठिनाई न हो और वे उसमें अधिकाधिक रुचि लें।

7. जिज्ञासु वृत्ति

हर व्यक्ति के मन में पल-पल कई प्रश्न जन्म लेते रहते हैं, जिनमें से कुछ का उत्तर तो उसे यहां-वहां से, अपने आस-पड़ोस से, अपने प्रयासों से और निजी श्रोतों से मिल जाता है, परंतु कुछ महत्त्वपूर्ण व ठोस प्रश्नों के उत्तर के लिये उसे जन-संचार के अन्य माध्यमों पर निर्भर रहना पड़ता है।

पाठकों की जिज्ञासा को शांत करने के लिये संवाददाता में किसी घटना, समस्या या समाचार को जानने की उत्सुकता का गुण होना अवश्यंभावी होता है, क्योंकि उसकी अपनी जिज्ञासु वृत्ति ही किसी घटना या समाचार की गहरायी तक पहुँचने और वास्तविक तथ्यों, आंकड़ों और सूचनाओं को पाठकों के सामने प्रस्तुत करने में सहायक हो सकती है।

8. साहस और सहनशीलता

साहसी होना संवाददाता का एक मुख्य गुण है। कभी-कभी संवाददाता को समाचार इकट्ठा करने के लिये युद्ध, उपद्रव, प्राकृतिक प्रकोप, जोखिम भरे व खोजपूर्ण स्थानों पर जाना पड़ता है। ऐसे स्थलों पर एक साहसी संवाददाता ही कार्य कर सकता है।

सहनशीलता भी संवाददाता का आवश्यक गुण है। कई बार समाचार संकलन के लिये उसे काफी कष्टों का सामना करना पड़ता है। बिना खाये-पीये, बिना सोये कई-कई दिनों तक उसे कार्य करना पड़ता है। साथ ही, कभी - कभी स्थानीय लोगों के दुर्व्यवहारों व यातनाओं का भी उसे सामना करना पड़ता है। ऐसे में सहनशीलता आवश्यक होती है, जिससे कि वह ऐसी स्थिति में भी अडिग रह सके।

9. सत्यनिष्ठा

सत्यनिष्ठा संवाददाता की एक बुनियादी आवश्यकता है। यदि वह सत्य निष्ठ होगा तो निष्पक्ष रूप से सच्चाई प्रस्तुत कर सकेगा। किसी भी घटना की सच्चाई का पाठकों के सामने लाना बड़ा महत्त्व रखता है, क्योंकि उसके आधार पर जन-सामान्य की आम राय बनती है। गलत समाचार देने से सामाजिक और राजनैतिक हलचल या तोड़-फोड़ की नौबत आ सकती है।

10. एकाग्रचित्तता

एकाग्रचित्तता विचारधारा को शक्तिशाली और कल्पना को स्पष्ट करती है। एकाग्रता से संकलित व प्रस्तुत समाचारों को पढ़ने से पाठक की दृष्टि, मनन शक्ति और कार्य शक्ति तीनों शक्तियां सक्रिय हो उठती हैं, इसलिये संवाददाता की यह जिम्मेदारी होती है कि घटना स्थल पर जो नहीं है, उसका प्रतिनिधित्व करे, जटिल घटनाओं व विविध समस्याओं को न्याय देने का एकाग्रचित्तता से प्रयत्न करे और पाठकों को शिक्षित प्रशिक्षित और सही रूप से मार्गदर्शित करने का प्रयत्न करे।

11. शंकालु, जागरुक, सतर्क

शंकालु प्रवृत्ति, सतर्कता और चौकन्नापन संवाददाता के महत्त्वपूर्ण और अनिवार्य गुण हैं, क्योंकि सतर्क रहने पर ही संवाददाता के मन में किसी घटना विशेष के बारे में क्या, क्यों, कौन, कब, कैसे और कहां जैसे संशयात्मक प्रश्न उठते हैं, जो उनके उत्तर पाने के लिये संवाददाता को उत्प्रेरित करते हैं और घटना की गहरायी और सत्यता को जानने के लिये संवाददाता को और अधिक चौकन्ना बनाते हैं।

12. भूत, वर्तमान और भविष्य दृष्टा (पूर्वानुमान)

संवाददाता में वर्तमान में रहते हुए, इतिहास को तौलते हुए और भविष्य पर नजर रखकर काम करने की योग्यता आवश्यक होती है। किसी भी समाचार को प्रस्तुत करते समय उस समाचार की पिछली रूपरेखा का उल्लेख करने के साथ भविष्य में पड़ने वाले उसके प्रभाव के विवेचन – विश्लेषण से पाठकों को उस समाचार की पूर्ण व सही ढंग से जानकारी मिलती है।

13. संप्रेषणीयता

समाचार पत्रों का मुख्य तत्त्व विचारों का आदान – प्रदान करना और संवाददाता का प्रमुख कार्य समाचार संकलन कर अपने विचार और भावना के सधे व सशक्त शब्दों के साथ अभिव्यक्त करना है, जिसके लिये मौलिक भाषा, विशिष्ट भाषा शैली व विचार प्रकट करने के अनोखे ढंग की निहायत आवश्यकता होती है।

14. अच्छा वक्ता

अच्छे संवाददाता को एक अच्छा वक्ता होना चाहिए। इसके बिना वह अपनी बात को लोगों के सामने रख पाने में समर्थ नहीं होगा। लोगों के विचार, भावनाएं आदि को अच्छी तरह जान पाने में वह तभी सफल होगा, जब वह अपनी बात लोगों के सामने सही ढंग से प्रस्तुत कर सके। ऐसा वह तभी कर पाएगा, जब उसमें वक्तृत्व की क्षमता होगी।

समाचार के लिए श्रोता कैसे बनाएं?

पत्राकारिता में लंबे समय तक सफल बने रहने के लिए पत्रकार को श्रोता बनाने की प्रक्रिया में महारथ हासिल होनी चाहिए और श्रोता के कारण होने वाली समस्याओं से निपटने में सक्षम भी। यदि आपने श्रोता बना लिया, लेकिन उससे होने वाली समस्याओं को दूर करने में आप सक्षम नहीं हैं तो ऐसी स्थिति में कोई भी श्रोता आपका स्थायी नहीं होगा। जब श्रोता स्थायी नहीं होगा, तब समाचार का संकलन करना संवाददाता के लिए कार्य करना पहाड़ पर चढ़ने के बराबर होगा। संवाददाता को श्रोता बनाने या उससे संपर्क करते समय बहुत ही सजग और कौशल से कार्य करना पड़ता है। यदि किसी कारणवश पहली भेंट में श्रोता को यह लग गया कि संवाददाता विश्वसनीय नहीं है।

ऐसी स्थिति में संवाददाता के लिए श्रोता बनाना मुश्किल कार्य हो जाता है। इसीलिए यह कहा गया है कि संवाददाता को व्यवहार कुशल और शीघ्र मित्र बनाने वाला होना चाहिए। विषम परिस्थितियों में भी वह अपनाँ की खोज कर उसे बनाने में माहिर होना चाहिए। साथ ही वह हमेशा इस बात का ध्यान रखे कि बोलचाल की भाषा में ऐसे शब्दों को प्रयोग नहीं कर दें, जिससे कि उसका श्रोता नाराज हो जाए।

श्रोता बनाने से पूर्व संवाददाता के लिए यह समझना जरूरी है कि जिसे वह श्रोता बना रहा है वह विश्वसनीय है या नहीं। यदि उसकी विश्वसनीयता नहीं है तो संवाददाता को इस प्रकार के श्रोता बनाने से अपने आप को परहेज करना चाहिए। संवाददाता को अपनी बीट के अनुसार श्रोता की पहले खोज करनी चाहिए।

अर्थात् यदि वह अपराध संबंधित समचार का संकलन करता है, ऐसी स्थिति में उसके लिए कौन-कौन विश्वसनीय और उपयोगी श्रोता हो सकते हैं कि एक सूची तैयार कर लेनी चाहिए, साथ ही उसे इस तथ्य की भी जानकारी

होनी चाहिए कि उसके क्षेत्र में कितने थाना और पुलिस चौकी हैं। पुलिस चौकी और थाना प्रभारी कौन-कौन है इसका ज्ञान होना भी आवश्यक है। इसके अतिरिक्त उप पुलिस अधीक्षक, जिला पुलिस अधीक्षक से मिलकर संवाददाता को उन्हें अपना श्रोता बनाना चाहिए। संवाददाता को इस बात के लिए सदैव सजग रहना चाहिए कि किसी भी स्थिति में श्रोता आपके लिए परेशानी का सबब न बने, क्योंकि कई बार ऐसा देखने को मिला है कि श्रोता को जब इस बात का आभास या यूं कहें कि उसे विश्वास हो जाता है कि संवाददाता को जो जानकारी देगा उसके आधार पर वह स्टोरी फाइल करेगा।

ऐसी स्थितियों का लाभ उठाने की कोशिश करते हुए वह बिना सबूत के स्टोरी का कलू बता देता है। यदि संवाददाता इन चीजों की या फिर कहें कि तथ्यों की छानबीन किये बिना यदि स्टोरी फाइल करता है तो उसे परेशानी का सामना करना पड़ सकता है। प्रायः इस प्रकार की कोशिशें भ्रष्टाचार, घोटाला या फिर किसी को परेशान करने के उद्देश्य से श्रोता द्वारा किया जाता है। इसे स्थिति से निपटने का सबसे आसान तरीका है कि इस प्रकार की स्टोरी करते समय तथ्यों और सबूतों के प्रति अधिक से अधिक सजग रहें।

यदि श्रोता किसी मामले की जानकारी देने के साथ-साथ सबूत दिखा देता है, लेकिन वह देने से इंकार करता है। तब संवाददाता को विशेष सावधानी बरतनी चाहिए। संवाददाता की यह कोशिश होनी चाहिए कि वह संबंधित सबूत में किसी पत्र व्यवहार का प्रयोग किया गया है तो उसकी संख्या को श्रोता को बिना बताए नोट कर ले।

श्रोता का सामना संवाददाता को प्रतिदिन करना पड़ता है। इसे ध्यान में रखते हुए संवाददाता का यह प्रयास होना चाहिए कि वह अपनी कार्य कुशलता से श्रोता के संपर्क में सदैव बना रहे। इसके लिए यह जरूरी नहीं है कि वह प्रतिदिन श्रोता से मिले ही, बल्कि उससे टेलीफोन या मोबाइल के माध्यम से भी संपर्क कर उससे जुड़े होने का परिचय देता रहे। कुछ अवसर ऐसे भी आते हैं, जब किसी घटना या स्टोरी के लिए एक ही श्रोता से कार्य नहीं चलता है। उस स्थिति से निपटने के लिए संवददाता को चाहिए कि श्रोता के बीच से ही नए श्रोता की तलाश करें, क्योंकि ऐसा करने से उसका कार्य आसान होने की संभावना रहती है। श्रोता से समाचार निकालने की प्रक्रिया इतनी अधिक संवेदनशील और जटिल है, कि इसे मनौवैज्ञानिक कार्य कहा जाता है। पूरी प्रक्रिया को समझने के लिए इसे पांच भागों में बांटना होगा।

सर्वप्रथम संवाददाता का मित्रवत व्यवहार—

- श्रोता से समाचार के अतिरिक्त अन्य विषयों पर भी बातचीत।
- श्रोता को समाचार देने के प्रति प्रेरित करना।
- श्रोता के मनोविज्ञान से अच्छी तरह अवगत होना।
- श्रोता को बिना परेशानी में डाले सूचना प्राप्त करना।

श्रोता बनाने में समस्याएं

समचारों का संकलन करते समय कई बार यह देखा गया है कि श्रोता संवाददाता के लिए परेशानी उत्पन्न कर देते हैं। ऐसी स्थिति आने पर संवाददाता को धैर्य का परिचय देना चाहिए, क्योंकि उसके द्वारा प्रगट किये गए व्यवहार से वह सदा के लिए अपना एक अच्छा और भरोसेमंद श्रोता खो सकता है। इसके लिए यह आवश्यक है कि संवाददाता को श्रोता की मजबूरी या अन्य कारण को समझे तथा उसे अनावश्यक रूप से परेशान नहीं करे। इस प्रकार की स्थिति न आए इसके लिए सदैव संवाददाता को सजग रहना पड़ता है। श्रोता से होने वाली प्रमुख समस्याएं हैं।

श्रोता की हर बात या प्रत्येक स्टोरी को नहीं फाइल करना—प्रायः यह देखने में आया है कि जब श्रोता द्वारा दी गई जानकारी के आधार पर कुछ स्टोरी संवाददाता द्वारा नहीं लिखी जाती है। उस स्थिति में श्रोता संवाददाता से जी चुराने की कोशिश करता है। इस प्रकार की स्थिति आने पर संवाददाता को श्रोता को वास्तविक स्थिति से अवगत करा देना चाहिए, जिससे कि उसके मन में उसके प्रति कोई दुराग्रह की भावना न पैदा हो जाए।

उसके बारे में यदि नकारात्मक समाचार प्रकाशित होना— कई बार यह होता है कि संवाददाता के नहीं चाहते हुए भी उसे अपने श्रोता के खिलाफ समाचार लिखना पड़ता है। श्रोता के खिलाफ समाचार प्रकाशित होने पर यह स्वभाविक है कि श्रोता संवाददाता से नाराज होगा। ऐसी स्थिति आने पर उसके साथ पूरी सहानुभूति रखते हुए अपनी स्थिति स्पष्ट करना चाहिए तथा हर संभव सहायता देनी चाहिए।

श्रोता की आशा के अनुकूल समाचार नहीं प्रकाशित होना— श्रोता की कई बार हार्दिक इच्छा होती है कि उसके द्वारा दिए गए समचार को प्रमुखता से प्रकाशित किया जाए, लेकिन कुछेक ऐसे भी अवसर आते हैं। जब ऐसा करना संवाददाता के लिए संभव नहीं होता है।

श्रोता के हितों का भी ध्यान रखना—यदि श्रोता के हितों की अनदेखी जानबूझकर संवाददाता द्वारा कर दी जाती है। ऐसी स्थिति का पता चलने के बाद श्रोता की ओर से तीव्र प्रतिक्रिया होती है, जिसमें समचार देने या उसकी सूचना देने में वह अपनी असमर्थता व्यक्त करता है। संवाददाता के समझ ऐसी स्थिति आने पर इसका कारण जानने तथा उसे दूर करने का प्रयास करना चाहिए। ऐसा करके संवाददाता श्रोता की ओर से होने वाली समस्याओं से छुटकारा पा सकता है।

समाचार संकलन के लिए श्रोता की उपयोगिता

समाचार संकलन के लिए संवाददाता के पास श्रोता रूपी बहुत बड़ा हथियार होता है। कई बार जिन समाचारों की आप कल्पना भी नहीं कर सकते उस तरह के समाचार आप को किसी भी बड़ी संस्था का या सरकारी अस्पताल का एक छोटा सा चपरासी दे सकता है। संवाददाता को चाहिए की उसे अपने श्रोता पर विश्वास होना चाहिए और श्रोता को संवाददाता पर। यहां पर यह जानना अति आवश्यक है कि संवाददाता का श्रोता एक चपरासी, सफाई करने वाले से लेकर एक एम.एल.ए. तक हो सकता है या फिर कोई राजपत्रित अधिकारी तक हो सकता है तो आप समझ गए होंगे कि संवाददाता के लिए समाचार संकलन में श्रोता की क्या उपयोगिता या भूमिका हो सकती है।

श्रोता के प्रति संवाददाता का व्यवहार

संवाददाता को सदैव अपने श्रोता के प्रति सतर्क रहना चाहिए, क्योंकि श्रोता के प्रति बरती गई थोड़ी से उदासीनता या लापरवाही संवाददाता के लिए परेशानी का सबब बन सकती है। ऐसे में संवाददाता को चाहिए कि कम से कम प्रत्यक्ष श्रोता के साथ सदैव मित्रवत व्यवाहर रखे। अपने श्रोता को इस बात का एहसास कराता रहे कि उसका संबंध सिर्फ खबरों को लेकर नहीं है, वह उसका एक अच्छा मित्र भी है, जो दुःख के समय में भी उसके साथ है। इसीलिए कहा गया है कि जिस संवाददाता को अपने श्रोतों के साथ तालमेल बिठाना आ गया उसे कभी भी, यहां तक कि विपरीत परिस्थितियों में भी समाचार प्राप्त करने में कठिनाई नहीं होगी। एक संवाददाता का अपने श्रोता के प्रति व्यवहार कैसा हो इस बारे में श्रोता बनाने की प्रक्रिया और समस्याएं संबंधित

पाठ को पढ़कर आसानी से समझा जा सकता है। उक्त दोनों पाठ का उल्लेख पूर्व में किया जा चुका है।

श्रोता को प्रशिक्षित क्यों करें

समाचार प्राप्ति के लिए श्रोता होना ही पर्याप्त नहीं होता है, क्योंकि जब तक आपके श्रोता को यह पता नहीं होगा कि आपकी रूचि किस प्रकार के समाचारों को प्राप्त करने में है या यों कहें कि कौन की घटना समाचार का रूप ले सकती है, तब तक आपको अपने श्रोता से समाचार नहीं प्राप्त होगा यहां इस बात का विशेष ध्यान रखें कि श्रोता अपने हितों के अनुरूप ही तो बार आपकों समाचार बता सकता है या उस बारे में सूचित कर सकता है। वर्तमान दौर में समाचारों की प्रस्तुति और जिलावार संस्करण की लोकप्रियता ने संवाददाताओं को अप्रत्यक्ष रूप से मजबूर कर दिया है कि वह अपने-अपने श्रोतों को समाचार क्या है के बारे में अवगत करा कर रखें। ऐसा न होने पर उसे कई बार प्रतिद्वंदी समाचार पत्रों के संवाददाताओं से समाचार संकलन में पिछड़ना पड़ सकता है।

7

पत्रकारिता के आयाम

मुद्रण के आविष्कार के बाद संदेश और विचारों को शक्तिशाली और प्रभावी ढंग से अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचाना मनुष्य का लक्ष्य बन गया। समाचार पत्र पढ़ते समय पाठक हर समाचार से अलग-अलग जानकारी की अपेक्षा रखता है। कुछ घटनाओं के मामले में वह उसका विवरण विस्तार से पढ़ा चाहता है तो कुछ अन्य के संदर्भ में उसकी इच्छा यह जानने की होती है कि घटना के पीछे क्या है? उसकी पृष्ठभूमि क्या है? उस घटना का उसके भविष्य पर क्या प्रभाव पड़ेगा और इससे उसका जीवन तथा समाज किस तरह प्रभावित होगा? समय, विषय और घटना के अनुसार पत्रकारिता में लेखन के तरीके बदल जाते हैं। यही बदलाव पत्रकारिता में कई नए आयाम जोड़ता है।

दूसरी बात यह भी है कि स्वतंत्र भारत में इंटरनेट और सूचना के अधिकार (आर.टी.आई.) ने आज की पत्रकारिता को बहुआयामी और अनंत बना दिया है। आज कोई भी जानकारी पलक झपकते उपलब्ध कराई जा सकती है। मीडिया आज काफी सशक्त, स्वतंत्र और प्रभावकारी हो गया है। पत्रकारिता की पहुँच हर क्षेत्र में हो चुकी है, लेकिन सामाजिक सरोकार एवं भलाई के नाम पर मिली अभिव्यक्ति की आजादी का कभी-कभी दुरपयोग होने लगा है। पत्रकारिता के नए आयाम को निम्न प्रकार से देखा जा सकता है।

सामाजिक सरोकारों की तुलना में व्यवसायिकता - अधिक संचार क्रांति तथा सूचना के अधिकार के अलावा आर्थिक उदारीकरण ने पत्रकारिता के चेहरे को पूरी तरह से बदलकर रख दिया है। विज्ञापनों से होने वाली अथाह कमाई ने पत्रकारिता को काफी हद तक व्यावसायिक बना दिया है। मीडिया का लक्ष्य

आज अधिक से अधिक कमाई का हो चला है। मीडिया के इसी व्यावसायिक दृष्टिकोण का नतीजा है कि उसका ध्यान सामाजिक सरोकारों से कहीं भटक गया है। मुद्दों पर आधारित पत्रकारिता के बजाय आज इन्फोटेंट ही मीडिया की सुर्खियों में रहता है।

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

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

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

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

एक-आध चैनलों को ही छोड़कर अधिकांश इन्फोटेनमेंट के चैनल बनकर रह गए हैं।

समाचार अब उपभेदता वस्तु बनने लगा - आज समाचार मीडिया एक बड़ा हिस्सा एक ऐसा उद्योग बन गया है, जिसका मकसद अधिकतम मुनाफा कमाना है और समाचार पेप्सी-कोक जैसी उपभेद की वस्तु बन गया है और पाठकों, दर्शकों और श्रोताओं के स्थान पर अपने तक सीमित उपभेदता बैठ गया है। उपभोक्ता समाज का वह तबका है, जिसके पास अतिरिक्त क्रय शक्ति है और व्यापारीत मीडिया अतिरिक्त क्रय शक्ति वाले सामाजिक तबके में अधिकाधिक पैठ बनाने की होड़ में उतर गया है। इस तरह की बाजार होड़ में उपभोक्ता को लुभाने वाले समाचार उत्पाद पेश किए जाने लगे हैं और उन तमाम वास्तविक समाचारीय घटनाओं की उपेक्षा होने लगी है, जो उपभोक्ता के भीतर ही बसने वाले नागरिक की वास्तविक सूचना आवश्यकताएं थीं और जिनके बारे में जानना उसके लिए आवश्यक है। इस दौर में समाचार मीडिया बाजार को हड़पने की होड़ में अधिकाधिक लोगों की 'चाहत' पर निर्भर होता जा रहा है और लोगों की 'जरूरत' किनारे की जा रही है।

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

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

समाचार माध्यमों का केन्द्रीकरण - समाचार माध्यमों विविधता समाप्त होने के साथ-साथ केन्द्रीकरण का रुझान भी प्रबल हो रहा है। हमारे देश में

परंपरागत रूप से कुछ चन्द बड़े, जिन्हें 'राष्ट्रीय' कहा जाता था, अखबार थे। इसके बाद क्षेत्रीय प्रेस था और अंत में जिला-तहसील स्तर के छोटे समाचारपत्र थे। नई प्रौद्यौगिकी आने के बाद पहले तो क्षेत्रीय अखबारों ने जिला और तहसील स्तर के प्रेस को हड्डप लिया और अब 'राष्ट्रीय' प्रेस 'क्षेत्रीय' में प्रवेश कर रहा है या 'क्षेत्रीय' प्रेस राष्ट्रीय का रूप अखिलयार कर रहा है। आज चंद समाचारपत्रों के अनेक संस्करण हैं और समाचारों का कवरेज अत्यधिक आत्मकेन्द्रित, स्थानीय और विखंडित हो गया है। समाचार कवरेज में विविधता का अभाव तो है, ही साथ ही समाचारों की पिटी-पिटाई अवधारणों के आधार पर लोगों की रुचियों और प्राथमिकताओं को परिभाषित करने का रुझान भी प्रबल हुआ है।

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

रेडियो पत्रकारिता

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

भारत में 1936 से रेडियो का नियमित प्रसारण शुरू हुआ। आज भारत के कोने-कोने में देश की लगभग 97 प्रतिशत जनसंख्या रेडियो सुन पा रही है। रेडियो मुख्य रूप से सूचना तथा समाचार, शिक्षा, मनोरंजन और विज्ञापन प्रसारण का कार्य करता है। अब संचार क्रांति ने तो इसे और भी विस्तृत बना दिया है।

एफ.एम. चैनलों ने तो इसके स्वरूप ही बदल दिए हैं। साथ ही मोबाइल के आविष्कार ने इसे और भी नए मुकाम तक पहुँचा दिया है। अब रेडियो हर मोबाइल के साथ होने से इसका प्रयाग करने वालों की संख्या भी बढ़ी है, क्योंकि रेडियो जनसंचार का एक ऐसा माध्यम है कि एक ही समय में स्थान और दूरी को लांघकर विश्व के कोने-कोने तक पहुँच जाता है। रेडियो का सबसे बड़ा गुण है कि इसे सुनते हुए दूसरे काम भी किए जा सकते हैं। रेडियो समाचार ने जहां दिन-प्रतिदिन घटित घटनाओं की तुरंत जानकारी का कार्यभार संभाल रखा है, वहाँ श्रोताओं के विभिन्न वर्गों के लिए विविध कार्यक्रमों की मदद से सूचना और शिक्षा दी जाती है। खास बात यह है कि यह हर वर्ग जोड़े रखने में यह एक सशक्त माध्यम के रूप में उभरकर सामने आया है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया

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

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

इसमें सबसे खास बात यह रही कि चाहे वह शहर हो या ग्रामीण क्षेत्र भारत में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पिछले 15-20 वर्षों में घर-घर में पहुँच गया है। शहरों और कस्बों में केबिल टी.वी. से सैकड़ों चैनल दिखाए जाते हैं। एक सरकारी रिपोर्ट के अनुसार भारत के कम से कम 80 प्रतिशत परिवारों के पास अपने टेलीविजन सेट हैं और मेट्रो शहरों में रहने वाले दो तिहाई लोगों ने अपने घरों में केबिल कनेक्शन लगा रखे हैं। अब तो सेट टाप बाक्स के जरिए बिना केबिल

के टी.बी. चल रहे हैं। इसके साथ ही शहर से दूर-दराज के क्षेत्रों में भी लगातार डीटीएच-डायरेक्ट टु हामे सर्विस का विस्तार हो रहा है।

प्रारम्भ में केवल फिल्मी क्षेत्रों से जुड़े गीत, संगीत और नृत्य से जुड़ी प्रतिभाओं के प्रदर्शन का माध्यम बना एवं लंबे समय तक बना रहा, इससे ऐसा लगने लगा कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया सिर्फ़ फिल्मी कला क्षेत्रों से जुड़ी प्रतिभाओं के प्रदर्शन के मंच तक ही सिमटकर रह गया है, जिसमें नैसर्गिक और स्वाभाविक प्रतिभा प्रदर्शन की अपेक्षा नकल को ज्यादा तवज्जो दी जाती रही है। कुछ अपवादों को छोड़ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की यह नई भूमिका अत्यन्त प्रशंसनीय और सगाहनीय है, जो देश की प्रतिभाओं को प्रसिद्धि पाने और कला एवं हुनर के प्रदर्शन हेतु उचित मंच और अवसर प्रदान करने का कार्य कर रही है। इसके बावजूद यह माध्यम कभी-कभी बहुत नुकसान भी पहुँचाता है।

सोशल मीडिया

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

सोशल मीडिया के प्रकार

इस सोशल मीडिया के कई रूप हैं, जिनमें कि इन्टरनेट फोरम, वेबलाग, सामाजिक ब्लाग, माइक्रोब्लागिंग, विकीज, सोशल नेटवर्क, पाडकास्ट, फोटोग्राफ, चित्र, चलचित्र आदि सभी आते हैं। अपनी सेवाओं के अनुसार सोशल मीडिया के लिए कई संचार प्रौद्योगिकी उपलब्ध हैं। जैसे- सहयोगी परियोजना (उदाहरण के लिए, विकिपीडिया) ब्लाग और माइक्रोब्लाग (उदाहरण के लिए, ट्रिवटर)

सोशल खबर नेटवर्किंग साइट्स (उदाहरण के लिए याहू न्यूज, गूगल न्यूज) सामग्री समुदाय (उदाहरण के लिए, यूट्यूब और डेली मोशन) सामाजिक नेटवर्किंग साइट (उदाहरण के लिए, फेसबुक) आभासी खेल दुनिया (जैसे—वर्ल्ड ऑफ वारक्राफ्ट) आभासी सामाजिक दुनिया (जैसे—सेकंड लाइफ)।

दो सिविलाइजेशन में बांट रहा है सोशल मीडिया

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

विज्ञापन का सबसे बड़ा माध्यम

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

समाज पर पड़ रहा नकारात्मक प्रभाव

जहाँ इंटरनेट के सोशल मीडिया ने व्यक्तियों और समुदायों के बीच सूचना आदान-प्रदान में सहभागी बनाने का माध्यम बनकर समाज पर सकारात्मक प्रभाव डाला है, वहाँ दूसरी ओर इसका नकारात्मक प्रभाव भी देखने में आया है। अपनी बात बिना किसी रोक-टोक के रखने की छूट ने ये साइट्स ऑनलाइन शोषण

का साधन भी बनती जा रही है। ऐसे कई केस दर्ज किए गए हैं, जिनमें सोशल मीडिया प्लेटफार्म्स का प्रयोग लोगों को सामाजिक रूप से हानि पहुँचाया है। इसके साथ ही लोगों की खिचाई करने तथा अन्य गलत प्रवृत्तियों के लिए किया गया है।

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

वेब पत्रकारिता

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

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

वेब पत्रकारिता का एक स्पष्ट उदाहरण बनकर उभरा है विकीलीक्स। विकीलीक्स ने खोजी पत्रकारिता के क्षेत्र में वेब पत्रकारिता का जमकर उपयोग किया है। खोजी पत्रकारिता अब तक राष्ट्रीय स्तर पर होती थी, लेकिन विकीलीक्स ने इसे अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रयोग किया व अपनी रिपोर्ट से खुलासे कर पूरी दुनिया में हलचल मचा दी।

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

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

भारत में समाचार सेवा देने के लिए गूगल न्यूज, याहू, एम.एस.एन., एन. डी.टी.वी., बी.बी.सी. हिंदी, जागरण, भड़ास फार मीडिया, ब्लाग प्रहरी, मीडिया मंच, प्रवक्ता, और प्रभासाक्षी प्रमुख वेबसाइट हैं, जो अपनी समाचार सेवा देते हैं।

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

बैनलों (आई.बी.एन., स्टार, आजतक आदि) और अखबारों ने अपनी वेबसाइट बनाई हुई हैं। इनके लिए पत्रकारों की नियुक्ति भी अलग से की जाती है। सूचनाओं का डाकघर कहीं जाने वाली संवाद समितियां जैसे पी.टी.आई., यू.एन.आई., ए.एफ.पी. और रायटर आदि अपने समाचार तथा अन्य सभी सेवाएं आनलाइन देती हैं।

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

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

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

विज्ञापन और पत्रकारिता

चूंकि जनसंचार माध्यम अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचता है तो विज्ञापन का प्रयोग इन माध्यमों में प्रचार के लिए किया जाता है। वर्तमान संसार में ग्लोबल विलेज की कल्पना की जा रही है। इस गांव में रहने वाले एक दूसरे को अपनी वस्तुओं की जानकारी पहुँचाने के लिए विज्ञापनों की आवश्यकता होती है। इसलिए विज्ञापन की आवश्यकता पड़ रही है। दूसरी बात यह कि तकनीक

एवं औद्योगिक विकास के साथ ही उत्पादन की अधिकता एवं उसकी बिक्री ने भी विज्ञापन बाजार को बढ़ा दिया है। तीसरी बात यह है कि जैसे-जैसे लोगों का आय बढ़ा है लोगों में क्रय करने की शक्ति बढ़ी है। उनकी मांगों को पुरी करने के साथ उत्पादक अपना उत्पाद के बारे में बताने के लिए इसका सहारा ले रहे हैं।

उत्पादक कम खर्च पर उसके उत्पादन सामग्री की खुबी बताने अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचाने का सबसे बड़ा माध्यम है, जनसचार माध्यम। इसलिए विज्ञापनों की विकास यात्रा में जनसंचार माध्यमों के विकास का बहुत बड़ा योगदान है। चौथी बात यह होती है कि जनसंचार माध्यम के खर्च की भरपाई इन्हीं विज्ञापन के जरिए होती है, लेकिन पिछले कुछ सालों से बाजारवाद के कारण विज्ञापन जनसचार माध्यम की कमाई का सबसे बड़ा जरिया बन गया है। माध्यम के आधार पर विज्ञापन के तीन प्रकार होते हैं—दृश्य, श्रव्य और दृश्य-श्रव्य। विज्ञापनों की भाषा अलग प्रकार की होती है। सरकारी विज्ञापन की भाषा व्यापारिक विज्ञान की तुलना में जटिल होती है।

प्रमुख पत्र पत्रिकाएँ

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

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

दैनिक जागरण:- कानपुर से 1942 से प्रकाशित दैनिक जागरण हिंदी समाचार पत्र में वर्तमान में सर्वाधिक प्रसारित समाचार पत्रों में शुमार है। इसके

11 राज्यों में दर्जनों संस्कारण हैं। इसकी प्रसार संख्या जून 2016 तक 3,632,383 दर्ज की गई थी।

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

पत्रिकाओं में दस सर्वाधिक प्रसारित हिंदी पत्रिकाओं में प्रतियोगिता दर्पण, इंडिया टुडे, सरस सलील, सामान्य ज्ञान दर्पण, गृहशोभा, जागरण जोश प्लस, क्रिकेट सम्राट, डायमंड क्रिकेट टुडे, मेरी सहेली एवं सरिता शामिल हैं। अंग्रेजी के सर्वाधिक दस पत्रिकाओं में इंडिया टुडे, प्रतियोगिता दर्पण, जेनेरल नालेज टुडे, दि स्टपोर्ट्स स्टार, कंपटिशन सक्सेस रिवियू, आउटलूक, रिडर्स डायजेस्ट, फिल्मफेयर, डायमंड क्रिकेट टुडे, फेमिना शामिल हैं। दस क्षेत्रीय पत्रिकाओं में थेर्थी (मलयालम), मातृभूमि आरोग्य मासिक (मलयालम), मनोरमा तोझीविधि (मलयालम), कुमुद (तमिल), कर्म संगठन (बंगाली), मनोरमा तोझीवर्थ (मलयालम), गृहलक्ष्मी (मलयालयम), मलयालम मनोरमा (मलयालम), कुंगुमम (तमिल) एवं कर्मक्षेत्र (बंगाली) शामिल हैं।

देश में सर्वाधिक प्रसारित साप्ताहिक समाचार पत्र में हिंदी के रविवारीय हिंदुस्तान, अंग्रेजी का दि संडे टाइम्स ऑफ इंडिया, मराठी का रविवार लोकसत्ता, अंग्रेजी का दि स्वीकिंग ट्री, बंगाली का कर्मसंगठन शामिल है। इसके अलावा देश में अलग-अलग भाषाओं में हजारों की संख्या में साप्ताहिक समाचार पत्र प्रकाशित होते हैं। इसके अलावा हजारों की संख्या में पत्रिकाएँ प्रकाशित होती हैं।

हिंदी के प्रमुख पत्रकार

समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं की चर्चा में हमने देखा कि भारत में हिंदी पत्रकारिता का इतिहास लगभग दो सौ वर्ष पुराना है। पहला हिंदी समाचार पत्र होने का श्रेय चूंकि 'उदंत मार्टण्ड' (1826) को जाता है तो इसके संपादक को भी हिंदी के पहले पत्रकार होने का गौरव प्राप्त है, क्योंकि उस समय संपादक ही पत्रकार की भूमिका निर्वाह करते होंगे। इसके बाद इन दो सौ सालों में

अनगिनत पत्रकार हुए हैं, जिन्होंने अपनी कलम से सामाजिक सरोकारों को पूरी ईमानदारी से निभाया है। इसका सबसे बड़ा उदाहरण भारत का स्वतंत्रता आंदोलन है।

स्वतंत्रता आंदोलन को धार देने में पत्रकारिता ही सबसे बड़ा अस्त्र बना था। पत्रकारिता ने अंग्रेजी सत्ता के दमन नीति, लोगों के प्रति किए जा रहे अन्याय, अत्याचार एवं कुशासन के खिलाफ निरंतर विरोध का स्वर उठाया, जिसके परिणाम स्वरूप देश में एकजुटता आई। इसका नतीजा यह रहा कि पूरे देश में अंग्रेजी सत्ता के खिलाफ स्वर उठा और आखिर अंग्रेजों ने भारत को आजाद कर दिया। लोगों में स्वतंत्रता का अलख जगाने की कोशिश में न जाने कितने संपादक-सह-पत्रकार शहीद हुए हैं तो न जाने कितनों की आवाज भी दबा दी गई हो गई फिर भी पत्रकारों ने सामाजिक सरोकारों को नहीं छोड़ा। दूसरा उदाहरण था हिंदी भाषा को स्थापित करना। हिंदी भाषा साहित्य जगत में कुछ ऐसे महान साहित्यकार हुए हैं, जो संपादक-पत्रकार ही थे। उनका जिक्र किए बगैर हम हिंदी भाषा के किसी भी रूप की चर्चा को आगे नहीं बढ़ा सकते हैं। उस समय हिंदी साहित्य और पत्रकारिता एवं साहित्यकार एवं पत्रकार दोनों एक दूसरे के पर्यायवाची बने हुए थे।

उन्होंने अंग्रेजी भाषा के खिलाफ आंदोलन छेड़ा था जब अंग्रेजी शासक अंग्रेजी को ही देश की भाषा बनाने चाहता था। इन लेखक-पत्रकारों ने अंग्रेजी भाषा के मुकाबले हिंदी किसी भी विधा में कमजोर नहीं है साबित करने के लिए ही पद्य एवं गद्य विधा के सभी रूपों में लेखनी चलाई है और साबित कर दिया कि हिंदी भाषा में चाहे वह कविता हो या गद्य और गद्य में चाहे वह उपन्यास हो, कहानी हो, निबंध हो, आलोचना हो, जीवनी हो या अन्य कोई विधा सभी में लिखा जा सकता है। इस तरह इन लेखक-साहित्यकार-पत्रकार-संपादकों ने साहित्यिक पत्रकार के रूप में अंग्रेजी भाषा के खिलाफ लड़ाई लड़ी। आज भारत आजाद हो चुका है, लेकिन आश्चर्य की बात यह है कि हिंदी पत्रकार तथा पत्रकारिता को इस अंग्रेजी भाषा के खिलाफ आज भी लड़ाई जारी है, क्योंकि आज भी हिंदी भाषा को देश में वह स्थान एवं सम्मान नहीं मिल पाया है, जितना मिलना चाहिए।

आज देश आजाद हो गया, लेकिन पत्रकारों की भूमिका कम नहीं हुई। अब लक्ष्य बदल गया। पहले लड़ाई अंग्रेजी सत्ता के खिलाफ थी जो अब बदलकर

देश में जारी अशिक्षा, उपेक्षा, बेरोजगारी, किसान की समस्या, नारी की समस्या, स्वास्थ्य की समस्या, भोजन की समस्या के खिलाफ जंग जारी है। समाज में सबसे नीचे जीने वाले लोगों को न्याय दिलाने तथा मूलभूत सुविधा उपलब्ध कराना ध्येय बन गया है। दूर संचार क्रांति के बाद तो इलेक्ट्रोनिक्स मीडिया और अब इंटरनेट के आविष्कार के साथ सोशल एवं वेब मीडिया ने तो इसे और धार दे दिया है। आज समय के साथ ऐसा बदलाव आया कि पत्रकारिता को समाज ने पेशा के रूप में स्वीकार कर लिया गया है। आज की स्थिति में भारत के विभिन्न भाषाओं में 70 हजार समाचार पत्रों का प्रकाशन होता है तो निश्चित रूप से लाखों पत्रकार भी होंगे आज स्थिति चाहे जो भी हो जैसा भी हो हमारे से पहले पत्रकारों ने कुछ आदर्श स्थापित किया था, जो आज भी यथावत है। शायद उनके कारण ही आज पत्रकार को समाज में सम्मान की नजर से देखा जाता है। उनमें से कुछ निम्न हैं-

स्वतंत्रता पूर्व हिंदी के प्रमुख पत्रकार

भारतेंदु हरिशंद्र (कवि वचन सुधा, हरिशंद्र मैगजीन), प्रताप नारायण मिश्र (ब्राह्मण, हिंदोस्तान), मदनमोहन मालवीय (हिन्दोस्तान, अभ्युदय, महारथी, सनातन धर्म, विश्वबंधु लीडर, हिन्दुस्तान टाइम्स), महावीर प्रसाद द्विवेदी (सरस्वती), बालमुकुंद गुप्त (मथुरा अखबार सहित अनेक पत्र-पत्रिका), श्याम सुंदर दास (नागरी प्रचारिणी, सरस्वती), प्रेमचंद (माधुरी, हंस, जागरण), बाबूराव विष्णु पराड़कर(हिंदी बगंवासी, हितवार्ता, भारत मित्र, आज), शिव प्रसाद गुप्त(आज, टु डे,), चंद्रधर शर्मा गुलेरी(जैनवैद्य, समालोचक, नागरी प्रचारिणी), बाबू गुलाबराय(संदेश), डा. सत्येन्द्र (उद्घारक, आर्यमित्र, साधना, ब्रजभारती, साहित्य संदेश, भारतीय साहित्य, विद्यापीठ, आगरा का त्रैमासिक)

समाचार एजेंसियाँ

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

भारत की प्रमुख एजेंसियों में प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (पी.टी.आई.), इंडो-एसियन न्यूज सर्विस (आई.ए.एन.एस.) , एसियन न्यूज इंटरनेशनल (ए.एन.आई.) , जीएनए न्यूज एजेंसी (जी.एन.ए.) , समाचार भारती, यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (यू.एन.आई.) , हिंदुस्तान समाचार. ये एजेंसियां पहले सैटेलाइट के जरिए समाचार भेजती थीं तब टिकर प्रणाली पर काम होता था। अब कंप्यूटर ने चीजे आसान कर दी हैं और ईमेल से काम चल जाता है।

पत्रकारिता की अन्य प्रासंगिताएँ

समाचारपत्र पढ़ते समय पाठक हर समाचार से विभिन्न तरह तरह की जानकारी हासिल करना चाहता है। कुछ घटनाओं के मामले में वह उसका विवरण विस्तार से पढ़ना चाहता है तो कुछ अन्य के संदर्भ में उसकी इच्छा यह जानने की होती है कि घटना के पीछे का रहस्य क्या है? उसकी पृष्ठभूमि क्या है? उस घटना का उसके भविष्य पर क्या प्रभाव पड़ेगा और इससे उसका जीवन तथा समाज किस तरह से प्रभावित होगा?

जहां तक पत्रकारिता की बात है, अन्य विषय की तरह पत्रकारिता में भी समय, विषय और घटना के अनुसार लेखन के तरीके में बदलाव देखा गया है। यही बदलाव पत्रकारिता में कई नए आयाम को जोड़ा है। समाचार के अलावा विचार, टिप्पणी, संपादकीय, फोटो और कार्टून पत्रकारिता के अहम हिस्से बन गए हैं। समाचारपत्र में इनका विशेष स्थान और महत्त्व है। इनके बिना कोई भी समाचारपत्र स्वयं को संपूर्ण नहीं कहला सकता है।

संपादकीय

संपादकीय पृष्ठ को समाचारपत्र का सबसे महत्वपूर्ण पन्ना माना जाता है। यह समाचार पत्र का प्राण होता है। संपादकीय में किसी भी समसामयिक विषय को लेकर उसका बेबाक विश्लेषण करके उसके विषय में संपादक अपनी राय व्यक्त करता है। इसे संपादकीय कहा जाता है। इसमें विषया का गंभीर विवेचन होता है। संपादकीय पृष्ठ पर अग्रलेख के अलावा लेख भी प्रकाशित होते हैं। ये आर्थिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक या इसी तरह के किसी विषय पर कुछ विशेषज्ञ विभिन्न मुद्दों पर अपने विचार प्रस्तुत करते हैं। इन लेखों में लेखकों का व्यक्तित्व व शैली झलकती है। इस तरह के लेख व्याख्यात्मक और विश्लेषणात्मक शैली के होते हैं।

संपादक के नाम पत्र

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

फोटो पत्रकारिता

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

कार्टून कोना

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

रेखांकन और कार्टोंग्राफ

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

8

समाचार का संपादन

‘समाचार संपादन’ में ‘समाचार’ संकलन एवं समाचार लेखन की चर्चा की गई है। इसके साथ ही समाचार संपादन कैसे होता है उस पर भी चर्चा की गई है। फीचर लेखन, लेख लेखन, साक्षातकार की चर्चा भी सविस्तार से की गई है।

विभिन्न श्रोतों से जानकारियां हासिल करने के बाद पत्रकार उस सूचनाओं को समाचार के प्रारूप में ढालकर पाठकों की जिज्ञासा पूर्ति करने लायक बनाता है। समाचार लेखन की एक अलग शैली होती है, जो साहित्य लेखन से भिन्न होती है। समाचार में पाठकों की जिज्ञासा जैसे कौन, क्या, कब, कहां, क्यों और कैसे प्रश्नों का उत्तर देना होता है। समाचार लिखते समय एकत्रित सामग्री से इन्हीं प्रश्नों का उत्तर पत्रकार को तलाशना होता है और पाठकों तक उसके संपूर्ण अर्थ में पहुँचाना होता है। जब एक पत्रकार इन 2प्रश्नों के उत्तर समाचार में देने में सक्षम होता है तो पाठक/दर्शक/श्रोता में संबंधित समाचार संगठन के प्रति विश्वसनीयता बनी रहती है।

संपादन कला का इतिहास

हिंदी साहित्य और हिंदी पत्रकरिता को संस्कारित करने वालों में भारतेंदु हरिश्चंद्र का नाम अग्रणी है। हिंदी गद्य के तो वे जनक ही माने जाते हैं। अपनी विलक्षण संपादन-कला द्वारा हिंदी के बोलियों में बंटे स्वरूप को एक राष्ट्रभाषा में गढ़ने की ठोस नींव भारतेंदु हरिश्चंद्र ने ही रखी और आज भी वही हिंदी-लेखन का आधार है। भारतेंदु के अतिरिक्त जिनकी संपादन-कला ने

साहित्य व समाज में अपनी पहचान स्थापित की, उनमें से कुछ की संक्षिप्त चर्चा आवश्यक है।

हिंदी का पहला समाचार-पत्र ‘उदंत मार्टण्ड’ युगलकिशोर शुक्ल के संपादन में 30 मई, 1826 ई. को कोलकाता से प्रारंभ हुआ। जो अपेक्षित सहयोग के न मिलने के कारण एक वर्ष सात माह उपरांत बंद हो गया। भारतेंदु हरिश्चंद्र (कविवचन सुधा-वाराणसी), सदानंद मिश्र (सार सुधानिधि-कोलकाता), लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक (केसरी – पुणे), प्रताप नारायण मिश्र (ब्राह्मण-कानपुर), राधाचरण गोस्वामी (भारतेंदु-वाराणसी), बद्री नारायण चौधरी ‘प्रेमघन’ (आनंद कार्दंबिनी-मिर्जापुर) इत्यादि ने अपनी उत्कृष्ट संपादन-कला के बल पर स्वयं को स्थापित किया।

प्रतापगढ़ के ताल्लुकेदार राजा रामपाल सिंह ने लंदन से त्रैमासिक ‘हिन्दोस्थान’ का प्रकाशन सन् 1883 ई. में आरंभ किया। जुलाई, 1885 ई. तक यह पत्रिका लंदन से प्रकाशित हुई, फिर कालाकांकर (प्रतापगढ़) स्थानांतरित हुई। नवंबर, 1885 ई. में ‘हिन्दोस्थान’ दैनिक-पत्र हो गया, जो विशुद्ध हिंदी में निकलने वाला पहला दैनिक समाचार-पत्र था। इस पत्र का उल्लेख यहाँ इसलिए आवश्यक है, क्योंकि शायद हिंदी पत्रकारिता में पहली बार किसी संपादक ने अपनी शर्तों के आधार पर संपादन करना स्वीकार किया था। सन् 1886 ई. से ‘हिन्दोस्थान’ का संपादन पं. मदनमोहन मालवीय ने अपनी दो शर्तों के साथ स्वीकार किया—

1. राजा साहब उन्हें कभी नशे की हालत में नहीं बुलायेंगे,
2. संपादन में हस्तक्षेप नहीं करेंगे।

‘हिन्दोस्थान’ के संपादन में पं. प्रतापनारायण मिश्र, बाबू शशिभूषण और बाबू बालमुकुंद गुप्त जैसे विद्वान् साहित्यकार पं. मदनमोहन मालवीय जी के सहयोगी थे।

हिंदी भाषा के उन्नयन और प्रतिष्ठा तथा हिंदी साहित्य की समृद्धि का उद्देश्य लेकर नागरी प्रचारणी सभा ने ‘नागरी प्रचारणी पत्रिका’ का प्रकाशन सन् 1886 ई. में आरम्भ किया। अपनी सारगर्भित संपादन-कला का परिचय इस पत्रिका के माध्यम से बाबू श्यामसुंदर दास, पं. सुधाकर द्विवेदी, किशोरीलाल गोस्वामी, बाबू राधाकृष्ण दास, रामचंद्र वर्मा, वेणीप्रसाद और चंद्रधर शर्मा ‘गुलेरी’ ने दिया।

हिंदी साहित्य में संपादन-कला को लेकर 'सरस्वती' पत्रिका सर्वाधिक चर्चित रही है। 'सरस्वती' पत्रिका ने हिंदी भाषा और साहित्य को संस्कारित करने के साथ साहित्यकारों और पत्रकारों की पीढ़ियां भी तैयार की हैं। जनवरी, 1900 ई. में सरस्वती का प्रथम अंक प्रकाशित हुआ, इसमें संपादक के स्थान पर संपादक-मंडल था, जिसमें बाबू राधाकृष्ण दास, बाबू कार्तिक प्रसाद, बाबू श्यामसुंदर दास, बाबू जगन्नाथदास और किशोरीलाल गोस्वामी थे। सन् 1901 ई. में बाबू श्यामसुंदर दास संपादक बने और सन् 1903 ई. में आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी। वस्तुतः यहाँ से हिंदी की साहित्यिक पत्रकारिता, हिंदी भाषा के नव-संस्कार और संपादन-कला की उत्कृष्टता का युग आरंभ होता है। 'सरस्वती' पत्रिका के माध्यम से आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी की संपादन-कला की महत्ता अग्रलिखित टिप्पणी से समझी जा सकती है—“ऐसा लगता है जैसे आदि से अंत तक उसे एक ही व्यक्ति लिखता है।”

आचार्य द्विवेदी की संपादन-कला की सर्वाधिक महत्वपूर्ण देन यह मानी जाती है कि उसने हिंदी-लेखन की वर्तनी को शुद्ध किया और हिंदी भाषा को व्याकरण-सम्मत बनाया। हिंदी को मानक स्वरूप देने में 'सरस्वती' पत्रिका ने आचार्य द्विवेदी के अट्ठारह वर्षों के संपादन-काल में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। संपादक निरंकुशता और स्वच्छंदता से कोसों दूर रहने वाला एवं सामाजिक भावना के प्रति उत्तरदायित्व की प्रतिभूति माना जाता है। इसलिए उनकी संपादन-कला का मूल ध्येय जनहित ही रहता है। स्वतंत्र बुद्धि के आग्रह से रूढ़ियों से मुक्त होकर सम्पादन-कला को सार्थकता प्रदान की जा सकती है। ऐसी संपादन-कला को अपनाने वाला संपादक मानव-समाज की नैतिक चेतना को सदैव प्रेरणा देता है।

प्रारंभिक समय में पत्रकरिता व्यवसाय नहीं, मिशन थी। नुकसान के बावजूद उस समय हिंदी पत्रिकाओं का प्रकाशन होता था। उस युग के जितने भी संपादक थे, सभी संपादन-कला की प्रतिस्पर्द्धा अपने-अपने पत्र/पत्रिकाओं के माध्यम से करते थे। साहित्य और राष्ट्रीयता ही उनके उद्देश्य थे। उस समय के संपादकों में खुलकर अपनी बात कहने का साहस और निर्भीक क्षमता दिखाई देती है। वे अपनी योग्यता को विनम्रतापूर्वक प्रकट कर रहे थे। जहाँ-जहाँ कमी होती थी, सच्चाई से उसे स्वीकार कर लिया जाता था। उनकी संपादन-कला का महत्व जन-मान्य था। इसीलिए सन् 1930 ई. तक माधुरी, सुधा, विशाल भारत, मतवाला, सरस्वती, गंगा, कर्मयोगी, प्रभा, मर्यादा सहित दर्जनों हिंदी साहित्यिक

पत्रिकाओं में स्वतंत्र-चेता संपादकों की नीति चलती थी। संपादन-कला में उस समय प्रेमचंद एक अप्रतिम नाम था।

प्रेमचंद के संपादन-कार्यों से केवल हिंदी साहित्य की सरल धारा ही समृद्ध नहीं हुई, अपितु वर्तमान और भविष्य के नैतिक जीवन को भी सफल स्वरूप प्राप्त हुआ। प्रेमचंद ने अन्य संपादकों की तरह कुर्सी पर बैठकर ‘सैद्धांतिक संपादन-कला’ का नारा नहीं लगाया। वह साहित्य के साथ समस्त सामाजिक कलाओं के मर्मज्ञ शिल्पी और स्वतंत्र व्यक्तित्व के उत्कृष्ट साहित्य सेवी थे। उन्होंने अपरिष्कृत या अविदित सामग्री को ‘हंस’ पत्रिका में कभी प्रकाशित नहीं किया। महात्मा गाँधी ('नवजीवन')—अहमदाबाद और 'यंग इंडिया'—मुंबई) ने अपनी संपादन-कला के माध्यम से जन-सामान्य का ध्यान अन्याय की ओर आकर्षित कर सत्याग्रह के पक्ष में वातावरण तैयार किया। इसी तरह अपने विचारों की अभिव्यक्ति शांतिनारायण भट्टनागर ('स्वराज'—इलाहाबाद) और गणेशशंकर विद्यार्थी ('प्रताप'—कानपुर) ने की, तथा सम्पादन-कला को यथार्थ जन-जीवन से जोड़ने का प्रयास किया। 05 सितंबर, 1920 ई. को वाराणसी से ज्ञानमंडल प्रकाशन द्वारा हिंदी दैनिक 'आज' का प्रकाशन आरंभ हुआ।

श्रीप्रकाश के संपादन में निकलने वाले 'आज' की संपादन-कला के मूल में स्वराज्य-प्राप्ति की चिंता और जनता को उसके अधिकारों के प्रति जागरूक करने की भावना दिखाई पड़ती है। 'आज' ही नहीं, पहले प्रकाशित होने वाले अधिकांश पत्रों की संपादन-कला भाषा व जनता के हितार्थ ही दिखाई पड़ती है। धीरे-धीरे व्यावसायिकता के दानव ने संपादन-कला को अपने अधिकार में कर लिया, और विद्वान संपादकों की संपादन-कला का उपयोग उद्योगपति अर्थार्जन के लिए करने लगे। इसके बावजूद शायद ही कोई संपादक ऐसा मिले जो अपनी संपादन-कला को पूर्व-संपादकों से कमतर समझने का साहस दिखाए। ऐसे संपादकों को गालिब ही जवाब दे सकते हैं-

'रेख्ते के तुम्हीं उस्ताद नहीं हो गालिब,
कहते हैं अगले जमाने में कोई मीर भी था।"

संपादन कला का वर्तमान

इक्कीसवीं सदी तक आते-आते संपादन-कला इतने सोपान तय कर चुकी है कि अब पीछे मुड़कर देखना एक अद्भुत इतिहास की ओर देखना है। पहले

मेन डेस्क का नजारा कुछ ऐसा होता था— केंद्र में मुख्य उपसंपादक तथा उसके संपादक। उपसंपादक कागज पर लिखी या टेलीप्रिंट से आई खबरों को संपादित करते दिखाई देते थे। कागज पर संपादन का नमूना स्पष्ट देखा जा सकता था। उपसंपादक द्वारा संपादित समाचार को मुख्य उपसंपादक जब संशोधन योग्य समझता तो उसी कागज पर अपनी कलम चला देता। ऐसे में संपादित प्रति देखने लायक हो जाती। प्रायः ऐसा होता कि उपसंपादक द्वारा दिया गया शीर्षक पसंद न आने पर मुख्य उपसंपादक उसे नए कागज पर फिर से लिखता। ऐसे में बेकार हो गये कागजों का ढेर लगता चला जाता। टेलीप्रिंटर से आई अनुप्रयोगी सामग्री भी इस ढेर को बढ़ाती। धीरे-धीरे इसमें परिवर्तन होना आरंभ हुआ। कंप्यूटर के आगमन ने इस परिदृश्य को पूर्णतः परिवर्तित कर दिया। अब न कागज है, न कलम, न वह भागमभाग और न ही वह शोर-शराबा। कंप्यूटर के आ जाने से समाचार-पत्रों के कार्यालयों से शोर गायब हो गया है। अब समाचार-डेस्क की शक्ति कुछ इस तरह बनती है— ‘मुख्य उपसंपादक की आँखें अपने सहयोगियों की हरकतों पर रहने के स्थान पर कंप्यूटर की स्क्रीन पर लगी रहती हैं। उसे स्क्रीन पर ही अपने सहयोगियों का कार्य दिखाई देता है। वह जब भी चाहे, उन्हें अपना निर्देश कंप्यूटर के माध्यम से कंप्यूटर में ही संप्रेषित कर सकता है।

समाचार लेखन के सूत्र

विज्ञान विषय की तरह समाचार लिखने का एक सूत्र है। इसे उल्टा पिरामिड सिद्धांत कहा जाता है। यह समाचार लेखन का सबसे सरल, उपयोगी और व्यावहारिक सिद्धांत है। समाचार लेखन का यह सिद्धांत कथा या कहनी लेखन की प्रक्रिया के ठीक उलटा है। इसमें किसी घटना, विचार या समस्या के सबसे महत्त्वपूर्ण तथ्यों या जानकारी को सबसे पहले बताया जाता है, जबकि कहानी या उपन्यास में क्लाइमेक्स सबसे अंत में आता है। इसे उल्टा पिरामिड इसलिये कहा जाता है, क्योंकि इसमें सबसे महत्त्वपूर्ण तथ्य या सूचना पहले बताना पड़ता है। इसके बाद घटते हुये क्रम में सबसे कम महत्त्व की सूचनायें सबसे निचले हिस्से में होती हैं।

समाचार लेखन की उल्टा पिरामिड शैली के तहत लिखे गये समाचारों को सुविधा की दृष्टि से मुख्य रूप से तीन हिस्सों में विभाजित किया जाता है—मुखड़ा या इंट्रो या लीड, बाड़ी या विवरण और निष्कर्ष या पृष्ठभूमि। इसमें मुखड़ा या इंट्रो समाचार के पहले और कभी-कभी पहले और दूसरे दोनों पैराग्राफ को कहा

जाता है। मुखड़ा किसी भी समाचार का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा होता है, क्योंकि इसमें सबसे महत्वपूर्ण तथ्यों और सूचनाओं को लिखा जाता है। इसके बाद समाचार की बाढ़ी आती है, जिसमें महत्व के अनुसार घटते हुये क्रम में सूचनाओं का ब्यौरा देने के अलावा उसकी पृष्ठभूमि का भी जिक्र किया जाता है।

समाचार लिखने का दूसरा सूत्र है छ 'क' कार - क्या, कहां, कब, कौन, क्यों और कैसे का समावेश अनिवार्य है। क्योंकि समाचार में पाठकों की जिज्ञासा जैसे कौन, क्या, कब, कहां, क्यों आरे कैसे प्रश्नों का उत्तर देना होता है।

श्रेष्ठ समाचार लेखन की विशेषताएँ

एक अच्छे पत्रकार के लिए यह जानना आवश्यक है कि सिर्फ घटनाओं का उसी रूप में प्रस्तुत कर दिया जाना काफी नहीं होता है, आज के समाचार पत्र किसी समाचार की पृष्ठभूमि को काफी महत्व प्रदान करते हैं, क्योंकि समाचारपत्रों द्वारा दी गई सूचनाओं पर व्यक्ति की निर्भरता में निरंतर वृद्धि हुई है। इसलिए शुद्ध और सटिक रिपोर्टिंग की आवश्यकता बढ़ी है। अतः समाचार लिखना भी एक कला है। इस कला में प्रवीण होने के लिए कई चीजों पर ध्यान देना होता, तब जाकर कोई समाचार श्रेष्ठ समाचार की श्रेणी में आता है।

किसी सूचना को सर्वश्रेष्ठ समाचार बनने के गुण कौन, क्या, कब, कहां, क्यों और कैसे के प्रश्नों में छिपा हुआ रहता है। पत्रकारिता में इसे छ 'क' कार कहा जाता है। यह छः ककार ("क" अक्षर से शुरू होने वाले छ प्रश्न) समाचार की आत्मा है। समाचार में इन तत्त्वों का समावेश अनिवार्य है। इन छह सवालों के जवाब में किसी घटना का हर पक्ष सामने आ जाता है। और समाचार लिखते वक्त इन्हीं प्रश्नों का उत्तर पत्रकार को तलाशना होता है और पाठकों तक उसके संपूर्ण अर्थ में पहुँचाना होता है। जैसे—

क्या- क्या हुआ? जिसके संबंध में समाचार लिखा जा रहा है।

कहां- कहां? 'समाचार' में दी गई घटना का संबंध किस स्थान, नगर, गांव प्रदेश या देश से है।

कब- 'समाचार' किस समय, किस दिन, किस अवसर का है।

कौन- 'समाचार' के विषय (घटना, वृत्तांत आदि) से कौन लोग संबंधित हैं।

क्यो- 'समाचार' की पृष्ठभूमि।

कैसे- 'समाचार' का पूरा ब्यौरा।

उपरोक्त छः 'क' कार के उत्तर किसी समाचार में पत्रकार सही ढंग से दे दिया तो वह सर्वश्रेष्ठ समाचार की श्रेणी में आ जाता है।

दूसरी विशेषता है समाचार में तथ्य के साथ नवीनता हो। साथ ही यह समसामयिक होते हुए उसमें जनरुचि होना चाहिए। समाचार पाठक/दर्शक/श्रोता के निकट, यानी की उससे जुड़ी कोई चीज होनी चाहिए। इसके साथ-साथ यह व्यक्ति, समूह एवं समाज तथा देश को प्रभावित करने में सक्षम होना चाहिए। पाठक वर्ग की समस्या, उसके सुख दुःख से सीधे जुड़ा हुआ हो। समाचार समाचार संगठन की नीति आदर्श का प्रतिनिधित्व करना चाहिए। सामान्य से हटकर कुछ नया होना चाहिए और व्यक्ति, समाज, समूह एवं देश के लिए कुछ उपयोगी जानकारियां होनी चाहिए। उपरोक्त कुछ तत्वों में से कुछ या सभी होने से वह समाचार सर्वश्रेष्ठ की श्रेणी में आता है।

तीसरी विशेषता है समाचारों की भाषा, वाक्य विन्यास और प्रस्तुतिकरण ऐसा हो कि उन्हें समझने में आम पाठक को कोई असुविधा या मुश्किल या खीज न हो, क्योंकि आमतौर पर कोई भी पाठक/दर्शक/श्रोता हाथ में शब्दकोष लेकर समाचार पत्र नहीं पढ़ता है या देखता है या सुनता है। समाचार सरल भाषा, छोटे वाक्य और संक्षिप्त पैराग्राफ में लिखे जाने चाहिए। पत्रकार को अपने पाठक समुदाय के बारे में पूरी जानकारी होनी चाहिए। दरअसल एक समाचार की भाषा का हर शब्द पाठक के लिए ही लिखा जा रहा है और समाचार लिखने वाले को पता होना चाहिए कि वह जब किसी शब्द का इस्तेमाल कर रहा है तो उसका पाठक वर्ग इससे कितना वाकिफ है और कितना नहीं।

चौथी विशेषता है, समाचार लिखे जाने का उल्टा पिरामिड सिद्धांत को अपनाना चाहिए। इस शैली में समाचार में सबसे पहले मुखड़ा या इंट्रो या लीड होता है। दूसरे क्रम में समाचार की बाड़ी होती है, जिसमें घटते हुए क्रम में सूचनाओं का विवरण दिया जाता है। इसका अनुपालन कर समाचार लिखे जाने से समाचार सर्वश्रेष्ठ समाचार की श्रेणी में गिना जाता है।

समाचार लेखन के विभिन्न बिंदुओं की जानकारी के बाद अब प्रश्न उठता है कि उपलब्ध तथ्यों को समाचार के रूप में कैसे दिया जाए? कौन सी बात पहले रखी जाए और कानू सी बात बाद में। घटनाओं को क्रमबद्ध करने का कौन सा तरीका अपनाया जाए कि समाचार अपने में पूर्ण और बोलता हुआ सा लगे। हमने पहले से चर्चा की है कि समाचार लेखन में उल्टा पिरामिड सिद्धांत सबसे प्रभावी होता है। इस हिसाब से क्रम इस प्रकार होगा-शीर्षक, आमुख या इंट्रो और विवरण।

संपादक

संपादन कार्य को निष्पादित करने वाला व्यक्ति 'संपादक' कहलाता है, जो व्यक्ति संपादकीय-कार्य का निर्देशन, नियंत्रण एवं निरीक्षण करता है, उसे संपादक कहते हैं। संपादक ही संपादकीय विभाग का प्रमुख प्रशासनिक तथा विधिक अधिकारी होता है। वह समाचार-पत्र या पत्रिका अथवा संपादित ग्रंथ में प्रकाशित सामग्री के लिए उत्तरदायी होता है। 'प्रेस एंड रजिस्ट्रेशन ऑफ बुक्स एक्ट, 1867' के अनुसार- समाचार पत्र, पत्रिका या संपादित कृति में प्रकाशित होने वाली सामग्री का नियंत्रण संपादक के अधीन होता है। संपादक ही निर्णय करता है कि क्या सामग्री प्रकाशित हो और कौन सी सामग्री प्रकाशित न हो। इसीलिए इस कानून की धारा-5 (प) के अंतर्गत समाचार-पत्र या पत्रिका की प्रत्येक प्रति पर संपादक का नाम प्रकाशित अनिवार्य किया गया है। समाचार-पत्र के प्रकाशन हेतु जो घोषणा-पत्र दाखिल किया जाता है, उसमें भी समाचार-पत्र या पत्रिका के संपादक का नाम दर्शाया जाना विधिक आवश्यकता मानी गयी है।

प्रेस कापी का संपादन (EDITING OF PRESS COPY)

समाचारों के चयन और महत्व निर्धारण के साथ ही समाचार की कापी तैयार करना एक तकनीकी, किंतु भाषायी दक्षता का काम है। संभव है कि संवाददाता की बेहद सामान्य कापी के चलते आपको उसे फिर से लिखना पड़ जाए। पुनर्लेखन के अलावा कई बेहतर कापी में छोटे वाक्यों के अभाव के चलते दुरुहता बनी रहती है। सो छोटे-छोटे वाक्यों से प्रभाव बढ़ता है, ऐसे में समाचार ज्यादा पठनीय बनता है। समाचार को अनुच्छेदों में लिखने का अभ्यास जरूरी है, क्योंकि इससे ही पाठकों को समाचार के पढ़ने और समझने में आसानी होती है। कहा जाता है कि समाचारों के साथ विचार न दिए जाएं। पत्रकार सीपी स्कॉट की एक प्रसिद्ध उक्ति है – तथ्य पवित्र हैं और विचार स्वतंत्र, किंतु यदि समाचार विश्लेषणात्मक है तो जाहिर तौर पर उसमें संवाददाता के विचार आएंगे ही, लेकिन सामान्य खबरों में इससे बचने की बात कही जाती है।

खबरें प्रस्तुत करते समय समाचार के श्रोतों का साफ तौर पर जिक्र किया जाना बेहतर होता है। इससे पाठकों के बीच समाचार पत्र की विश्वसनीयता बनी रहती है। कुल मिलाकर यह काम ज्यादा सावधानी के साथ ज्यादा रचनात्मक भी है। खबरों के विकासक्रम, महत्व और प्रभाव का आकलन कर सकने वाले संपादक इस अवसर का लाभ उठाकर अपने पत्र को बेहद प्रभावी बना देते हैं,

क्योंकि आप देखें तो ज्यादातर खबरें, तथ्य और फोटोग्राफ सभी अखबारों के पास होते हैं, किंतु चयन, प्रस्तुति और उपलब्ध स्थान के सही इस्तेमाल से चीजें बेहतर हो जाती हैं। जबकि दूसरा अखबार अपनी लचर प्रस्तुति, ठंडे शीर्षकों और खराब संपादन का शिकार होकर अलोकप्रिय हो जाता है।

समाचार चयन और प्रस्तुति से बेहतर बनता अखबार

समाचार चयन एक बड़ी जिम्मेदारी का काम है। अखबार के पहले पन्ने से लेकर अखिंगी पन्ने की खबरों का चयन, उसकी प्रस्तुति का निर्धारण कोई सामान्य काम नहीं है। अखबारों के रंगीन होने के साथ यह चुनौती और गहरी हो गयी है। अखबार को अब सिर्फ पठनीय नहीं, दर्शनीय भी होना है। रंग-संयोजन, चित्रों का सही चयन, प्रियरंजन प्रस्तुति एक जरूरी काम हो गए हैं। संपादन के सामने रंगीन अखबारों ने रूप विन्यास, साज सज्जा और ले-आउट को लेकर एक नई तरह की चुनौती उपस्थित की है। इसने पूरी पत्रकारिता का सौन्दर्य शास्त्र ही बदल दिया है। शायद इसीलिए अखबारों के कटेंट में भी तेजी से बदलाव दिखने लगा है। अब किसी अखबार की सुस्त प्रस्तुति उसे जनता के बीच लोकप्रिय नहीं बना सकती। शब्दों के साथ उसकी मोहक प्रस्तुति जिसमें चित्र, फांट, नए तरीके से प्रस्तुत की गयी खबर, जिससे पाठक सीधा रिश्ता कायम करके ही कामयाब होती है।

लीड (स्मर्क) समाचार का निर्धारण:

किसी भी अखबार में लीड यानी सर्वप्रमुख समाचार का निर्धारण एक सोच के तहत होता है। कुछ घटनाएं इतनी वीभत्स या भीषण होती हैं कि वे खुद ही कहती हैं कि मैं आज की लीड हूँ। किंतु कुछ दिन ऐसे भी होते हैं जब कोई बहुत प्रभावकारी घटना नहीं होती तब ही संपादक की असली परीक्षा होती है कि किस समाचार को लीड बनाया जाए। आज किस खबर को पहले पन्ने पर जगह दी जाए। यह विवेक ही संपादन का विवेक है। आमतौर पर लीड के निर्धारण में भीषणता, अतिव्यापक प्रभाव, राजनीतिक महत्त्व, परिवर्तन की पराकाष्ठा को आधार माना जाता है, किंतु जिस दिन इस स्तर की कोई घटना न हो तो समाचारों में अलग-अलग खबरें लीड बनती हैं, जो संपादक के विवेक का ही परिचय देती हैं। उसमें कौन अपनी खबर को बेच पाता है, यह महत्वपूर्ण होता है। टी.वी. चैनलों में यह होड़ साफ दिखती है वे अपनी खबरें क्रियेट करने

का भी प्रयास करते हैं और कोशिश होती है कि वे अलग दिखें। अखबार भी अब होड़ में उत्तर पड़े हैं। बावजूद इसके संपादक का विवेक सबसे बड़ी चीज है।

इंट्रो (प्लज़ि)लिखें कैसे-

एक अच्छा इंट्रो खबर को पढ़ने के लिए विवश कर देता है और एक खराब इंट्रो खबर में आपकी रुचि समाप्त कर सकता है। अगर हम शीर्षक खबर का विज्ञापन मान सकते हैं तो इंट्रो भी उस विज्ञापन का थीम ही है। वही पूरे खबर का प्रभाव जमा सकता है तो बिगाड़ भी सकता है। सही मायने में यह खबर का पहला पैरा है, यानि पहला अनुच्छेद। इसमें आप अपनी खबर का जैसा प्रभाव दे पाते हैं, वही आपको आगे की खबर पढ़ने के प्रेरित करता है। सबसे बड़ी बात यह है कि इंट्रो अगर कुछ कहता नहीं है तो बेकार है। उसे कुछ जरूर कहना होगा, यानी उसे अर्थ देते हुए होना चाहिए। उसे उलझाव पैदा करने के बजाए अपने पाठक को तुरंत अपनी बात बताना चाहिए। सही अभिव्यक्ति के जादू से ही कोई इंट्रो प्रभावी बनता है। इंट्रो के नंबर आता है बाड़ी का। खबर का शेष हिस्सा। सामान्य तौर पर खबर लिखने का तरीका यही है कि आप इंट्रो में खबर का सार-संक्षेप या परिचय दे देते हैं फिर घटते क्रम में बात कहते चले जाते हैं, यानि सबसे कम महत्व की बात सबसे नीचे जाएगी। इसे खबर लिखने की इनवर्टेड पिरामिड शैली कहते हैं। इसके अलावा खबरें लिखने के अन्य शिल्प भी हैं, जिसका प्रयोग आज अखबार कर रहे हैं।

समाचारों के स्रोतः आमतौर पर अखबारों को इन श्रोतों से खबरें मिलती हैं—

1. समाचार का निजी नेटवर्क— उसके संवाददाता, अंशकालिक संवाददाता।
2. समाचार एजेंसियां।
3. सरकारी जनसंपर्क विभाग, निजी संस्थाओं के जनसंपर्क विभाग।
4. समाचार पत्र कार्यालय में आने वाली विज्ञप्तियां।
5. टी.वी. चैनल, रेडियो, वेबसाइट्स।

बेहतर समाचार पत्र

किसी भी अखबार की सफलता की गारंटी तमाम मार्केटिंग गतिविधियों के अलावा उसकी विश्वसनीयता और प्रामाणिकता पर निर्भर करती है। कोई भी

अखबार अपनी विश्वसनीयता के बल पर ही लोकप्रिय हो सकता है। क्योंकि आज भी लोगों का छपे हुए शब्दों पर भरोसा कायम है। इसलिए इस भरोसे को कायम रखना आज की आ रही पत्रकार पीढ़ी की सबसे बड़ी जिम्मेदारी है। इसके साथ ही सभी विषयों के समान महत्व देना भी जरूरी है, ताकि पाठक का सर्वांगीण विकास हो सके।

संपादन-कार्य

प्रत्येक युवा पत्रकार अपने मन में यथासंभव शीघ्रता से संपादक बनने का स्वप्न संजोये रहता है। संपादन के कार्य की अनेक सीढ़ियां होती हैं। संपादन की पहली सीढ़ी में पहुँचने पर उसके द्वारा उसके पूर्व किये जा रहे कार्य से गुणात्मक रूप से भिन्न कार्य करना पड़ता है। एक संवाददाता अपने आस-पास की घटनाओं में से समाचार लायक घटनाओं को चुनकर पाठक की रुचि के योग्य बनाकर समाचार का स्वरूप प्रदान करता है। विशिष्ट घटना पर केंद्रित करने की प्रतिभा इसका महत्वपूर्ण तत्त्व है। संपादन के लिए इससे पृथक दृष्टि और कौशल की आवश्यकता होती है। उसमें समग्रता से देखने की प्रतिभा के साथ समग्र को एक ढांचे (पैटर्न) में रखने और ढांचे में न आ सकने वाले समाचारों को अलग कर सकने के लिए आवश्यक दृष्टि और कौशल काम आते हैं। राजस्थान में पत्रकरिता के पर्याय कर्पूरचंद कुलिश ('राजस्थान पत्रिका' के स्वामी/प्रकाशक) के अनुसार—“टीम को साथ में लेकर चलने का कौशल, पाठक के मनोविज्ञान को समझने की दृष्टि संपादक में होनी चाहिए।”

समग्रता के साथ देखने के लिए जिस मनोवृत्ति की आवश्यकता और समाचार या लेख में काट-छांट के लिए जिस निर्दय हृदय की आवश्यकता होती है, वे किसी सीमा तक विरोधाभासी हैं। इसके बावजूद इन दोनों के संयोग से ही अच्छा संपादन संभव है। देश में बड़ी संख्या में समाचार-पत्र व पत्रिकाएं हैं। इनमें बहुत से व्यक्ति संपादक बनते, चले गए, पर कुछ ही हैं, जो पाठकों के हृदय और मानस पर अभी भी चमक रहे हैं। क्यों ऐसा होता है कि कुछ व्यक्ति भीड़ से अलग दिखाई देने लगते हैं? क्या इसके लिए किसी विशेष प्रशिक्षण की आवश्यकता है या इसका कोई विशेष नियम अथवा तरीका है? सभी व्यक्ति कार्य करते हैं, परंतु क्यों कुछ व्यक्तियों का कार्य ही अधिक पसंद किया जाने लगता है? क्यों कोई व्यक्ति अन्य व्यक्तियों के लिए उदाहरण बन जाता है? यहाँ हमें यह याद रखना है कि लोग केवल उन्हें याद रखते हैं, जिन्होंने अपने कार्य

में उत्कृष्ट प्रदर्शन के साथ अनोखे ढंग से सफलता अर्जित की होती है। उदाहरण के रूप में भारतेंदु हरिश्चंद, आचार्य महावीर प्रसाद छिवेदी, प्रेमचंद, अज्ञेय, लक्ष्मीकांत वर्मा, रामस्वरूप चतुर्वेदी जैसे विद्वानों का नाम लिया जा सकता है।

प्रत्येक संपादक को लगता है कि वह विलक्षण है, अलग है, अद्भुत है, परंतु प्रश्न यह है कि उसके बारे में औरों की भी यही राय है या नहीं! संपादकों की भीड़ से अलग दीखते संपादक में नेतृत्व की कितनी क्षमता है, यह उसका प्राथमिक मापदंड है— “नेतृत्व-क्षमता में दक्षता ही किसी को संपादकों की भीड़ में से अलग स्टार या सुपरस्टार संपादक बनाती है। उसके साथी उसे संपादक की कुर्सी पर बैठा होने के भाग्य के कारण इज्जत देते हैं या उसके गुणों से प्रभावित होकर जी-जान लगाकर काम करते हैं”(10)

पत्रकारिता के कार्य से संबद्ध रहते हुए अधिकांश संपादक संपादन करते समय अग्रलिखित बिन्दुओं को ध्यान में रखते हैं—

1- छः ककारों (क्या, कब, कहाँ, कौन, क्यों, कैसे) की उपस्थिति को ध्यान में रखना, यदि समाचार में कोई ककार नहीं है तो उसकी पूर्ति करना।

2- भाषा की स्पष्टता तथा अर्थवत्ता की ओर ध्यान देना, जिससे कथन का आशय स्पष्ट हो सके।

3- अनावश्यक शब्द, वाक्य तथा तथ्यों को हटाना।

4-एकाधिक बार लिखे गए शब्दों और वाक्यों को हटाना।

5- समाचार के कथ्य का पाठक की रुचि से मेल देखना।

6- समाचार का अच्छा सा अर्थ-झलकता, बोलता हुआ शीर्षक देना।

समाचार का शीर्षक लेखन

समाचार को आकर्षक बनाने में शीर्षक की भूमिका महत्वपूर्ण होती है। समाचारों के लिए शीर्षक लिखना भी एक कला है, साथ ही महत्वपूर्ण भी। समाचार को उचित ढंग से प्रस्तुत करने के लिए उचित शीर्षक अत्यंत जरूरी होता है। शीर्षक के द्वारा किसी समाचार को संवारा बिगाड़ा जा सकता है। कभी-कभी एक बहुत अच्छा समाचार उचित शीर्षक के अभाव में पाठकों का ध्यान आकर्षित नहीं कर पाता है। दूसरी बात यह है कि कुछ लोग केवल समाचारों के शीर्षक पढ़ने के आदि होते हैं और वे इसी आधार पर ही समाचार के बारे में निर्णय ले लेते हैं। इस तरह यह कहा जा सकता है कि शीर्षक पाठकों को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह करता है। इसके साथ ही समाचार पत्र की पाठकों में एक छवि बनती है। समाचारों के लिए शीर्षक देते समय निम्न बातों का ध्यान

रखना चाहिए-

शीर्षक संक्षिप्त और सारगर्भित हो।

शीर्षक स्पष्ट, अर्थपूर्ण और जीवंत होने चाहिए।

भाषा विषयानुकूल होनी चाहिए।

शीर्षक इस तरह होने चाहिए कि वह सीमित स्थान पर पूरी तरह फिट बैठे।

शीर्षक विशिष्ट ढंग का और डायरेक्ट होना चाहिए।

केवल सुप्रचलित संक्षिप्त शब्दों का ही प्रयोग शीर्षक में होना चाहिए, अप्रचलित का नहीं।

शीर्षक में है, हैं, था, थे आदि शब्दों के इस्तेमाल से बचना चाहिए।

समाचार पत्र में छपे कुछ नमूने इस प्रकार हैं-

दिमाग से भी हटनी चाहिए लाल बत्ती।

गुजरात को भी काबू करने उत्तरेंगी दिल्ली।

शेयर बाजार धडाम।

दाल में नरमी चीनी में गरमी।

आमुख या इंट्रो या लीड

समाचार का पहला आकर्षण उसका शीर्षक होता है। शीर्षक के बाद जो पहला अनुच्छेद होता है, उसे आमुख या इंट्रो(अंग्रेजी के इंट्रोडक्शन का संक्षित रूप) कहते हैं। पहला अनुच्छेद और बाद के दो-तीन अनुच्छेदों को मिलाकर समाचार प्रवेश होता है, जिसे अंग्रेजी में 'लीड' नाम दिया गया है।

शीर्षक द्वारा जो आकर्षण पाठक के मन में पैदा हुआ, यदि समाचार का प्रथम अनुच्छेद उसे बनाए नहीं रख सका तो समाचार की सार्थकता संदिग्ध हो जाती है। पहला पैराग्राफ समाचार की खिड़की की तरह होता है। पहले पैराग्राफ को पढ़ने के बाद यदि पाठक में आगे पढ़ने की जिज्ञासा जमी तो वह पूरा समाचार बिना रूके पढ़ा जायेगा। इंट्रो की भाषा सरल और स्पष्ट होनी चाहिए। इंट्रो लिखते समय खंड वाक्यों का प्रयोग नहीं करना चाहिए। कम से कम शब्दों में अधिक से अधिक संदेश पहुँचाने में ही इंट्रो की सफलता निहित है।

समाचार पत्रों के भी अपने-अपने दृष्टिकोण होते हैं और इसलिए एक ही समाचार को विभिन्न पत्र अलग-अलग लीड देकर प्रकाशित करते हैं। फिर भी समाचार लेखन में अच्छे इंट्रो या लीड के कुछ सामान्य मापदंड हैं, जिन्हें सर्वत्र

अपनाया जाना चाहिए-

उसे समाचार के अनुकूल होना चाहिए। यदि समाचार किसी गंभीर या दुखांत घटना का है तो लीड में छिपोरापन नहीं होना चाहिए। मानवीय रुचि या हास्यास्पद घटनाओं के समाचारों की लीड गंभीर न होकर हल्की होनी चाहिए, उसे हास्य रस का पुट देकर लिखा जाए तो और भी अच्छा है।

उसमें समाचारों की सबसे महत्वपूर्ण या सर्वाधिक रोचक बात तो आ जानी चाहिए।

लीड यथासंभव संक्षित होने चाहिए। संक्षित लीड पढ़ने में तो आसानी होती है, उसमें सप्रेषणीयता भी अधिक होती है।

लीड लिखने से पूरा समाचार अपने दृष्टि पटल पर लाइए, इसके बाद स्वयं अपने से प्रश्न कीजिए कि उसमें सबसे महत्वपूर्ण और रोचक क्या है? किन्तु निर्णय करते समय अपनी रुचि के स्थान पर बहुसंख्यक पाठकों की रुचि का ध्यान रखिए।

विवरण

उपयुक्त और शीर्षक और अच्छा आमुख या इंट्रो लिखे जाने के बाद समाचारों की शेष रचना सरल जरूर हो जाता है, लेकिन सही इंट्रो लिख देने से ही पत्रकार की संपूर्ण दक्षता का परीक्षण समाप्त नहीं हो जाता। यदि आपका इंट्रो ने पाठक के मन में पूरी खबर पढ़ने की रुचि पैदा की है तो उसे समाचार के अंत तक ले जाना भी आपका काम है। अतः समाचार इस प्रकार लिखा जाना चाहिए कि पाठक उसे अद्योपातं पढ़े और पढ़ने के बाद उसे पढ़ने का पूर्ण संतोष मिले।

समाचार उल्टा पिरामिड के समान होता है, जिसका चौड़ा भाग ऊपर और पतला भाग नीचे होता है। समाचार लेखन में सबसे पहले महत्वपूर्ण तथ्यों को समेटा जाता है, फिर धीरे-धीरे कम महत्वपूर्ण तथ्य सामने आते हैं। यह पत्रकारिता की दृष्टि से भी सहायक तरीका है। कभी-कभी समाचार प्रकाशन करने के लिए पर्याप्त स्थान नहीं होता है तो समाचार को आसानी से काटा जा सकता है, जिसका पूरे समाचार की समग्रता पर बहुत कम असर पड़ता है। समाचार लिखते समय निम्न बातों पर ध्यान देना चाहिए-

(क) सरलता (ख) सुस्पष्टता (ग) तारतम्य (घ) छः ककारों के उत्तर
(ड) आवश्यक पृष्ठभूमि (च) विषयानुकूल भाषा समाचार में अनुच्छेदों का आकार छोटा रखा जाना चाहिए।

इससे पठनीयता बढ़ती है और समाचार रोचक और अच्छा लगता है। एक ही प्रकार के शब्दों या वाक्य खंडों का बार-बार प्रयोग नहीं करना चाहिए। ‘कहा’, ‘बताया’, ‘मत व्यक्त किया’, ‘उनका विचार था’ आदि शब्दों और खंड वक्यों का भाव के अनुरूप बदल-बदलकर प्रयोग करना चाहिए।

समाचार का समापन करते समय यह ध्यान रखना चाहिये कि न सिर्फ उस समाचार के प्रमुख तथ्य आ गये हैं, बल्कि समाचार के मुखड़े और समापन के बीच एक तारतम्यता भी होनी चाहिये, समाचार में तथ्यों और उसके विभिन्न पहलुओं को इस तरह से पेश करना चाहिये कि उससे पाठक को किसी निर्णय या निष्कर्ष पर पहुँचने में मदद मिले।

फीचर लेखन

फीचर को हिंदी में रूपक भी कहा गया है, लेकिन पत्रकारिता में फीचर से हमारा आशय समाचार पत्र पत्रिकाओं में प्रकाशित उन विशिष्ट लेखों से है, जो हमें आनंदित और प्रफुल्लित करते हैं। इन लेखों में वर्ण्य-विषय का प्रस्तुतिकरण इस प्रकार किया जाता है कि उनका रूप प्रत्यक्ष हो जाता है और इसीलिए इन्हें फीचर कहा जाता है। विद्वानों द्वारा फीचर की विभिन्न परिभाषाएँ की गई हैं, जिनके आधार पर निष्कर्षितः यह कहा जा सकता है कि फीचर सरल मधुर और अनुभूतिपूर्ण भावाभिव्यक्ति है। फीचर में सामयिक तथ्यों का आश्यकतानुसार समावेश तो होता ही है, लेकिन अतीत की घटनाओं तथा भविष्य की संभावनाओं के सूत्र भी उसमें होते हैं।

फीचर की विशेषताएँ

किसी अच्छे फीचर की कुछ प्रमुख विशेषताएँ निम्न होती हैं-

- फीचर का आरंभ रोचक होना चाहिए न कि नीरस, उबाऊ, किलष्ट और व्यर्थ की अलंकृत शब्दावली से भरा।
- हृदय पक्ष से जुड़ा होने के कारण इसमें भाषागत सौंदर्य और लालित्य का विशेष स्थान है।
- फीचर में अनावश्यक विस्तार से बचा जाना चाहिए। गागर में सागर भरना फीचर की अपनी कलात्मकता होती है।
- काव्य का सा आनंद देनेवाले फीचर श्रेष्ठ फीचर हो सकते हैं।

- फीचर में प्रयुक्त कल्पनाएं सटीक और सारगर्भित हो।
- अपने विषय के सभी संबंधित पहलुओं को छूता चलता है, लेकिन विषयों का संतुलित वर्णन आवश्यक है।

फीचर लेखन के तत्त्व

फीचर और उसकी प्रमुख विशेषताओं को जानने के बाद इतना तो स्पष्ट हो ही जाता है कि फीचर लेखन भी पत्रकारिता क्षेत्र में अपनी तरह का एक विशिष्ट लेखन है, जिसके लिए प्रतिभा, अनुभव और परिश्रम की विशेष आवश्यकता होती है।

फीचर की विशिष्टता और उत्कृष्टता के लिए लेखक का उसकी भाषा पर पूर्ण अधिकार होना चाहिए, ताकि वह छोटे वाक्यों और कम शब्दों में लालित्यपूर्ण चमत्कार और सहजता बनाए रख सके। फीचर लेखक के पास कवि सा भावुक हृदय, समीक्षक का सा प्रौढ़ चिंतन, इतिहासकार सा इतिहास बोध, वैज्ञानिक की सी तार्तिकता, समाजशास्त्री सा समाजबोध तथा भविष्य को परखने की क्षमता होनी चाहिए।

फीचर लेखक को अपने परिवेश के प्रति पर्याप्त सजग होना चाहिए और उसके पास एक ऐसी सूक्ष्म दृष्टि होनी चाहिए, जो आस-पास के विविध विषयों को फीचर का विषय बनाने की प्रेरणा दे सके।

फीचर के प्रकार

विषयागत विविधता को देखते फीचर के कई प्रकार हो सकते हैं-

व्यक्तिगत फीचर- इसमें साहित्य, संगीत, चित्रकला, नाट्य, खेल जगत, राजनीतिक, विज्ञान, धर्म आदि क्षेत्रों में समाज का नेतृत्व करने वाले व्यक्तियों-विशिष्ट व्यक्तियों पर फीचर लिखे जाते हैं।

समाचार फीचर - ऐसे फीचर का मूलभाव समाचार होते हैं। किसी घटना का पूर्ण विवेचन विश्लेषण इसके अंतर्गत किया जाता है।

त्यौहार पर्व संबंधी फीचर- विभन्न पर्वों और त्यौहारों के अवसर पर इस तरह के फीचर लिखने का प्रचलन है। इसमें त्यौहारों पर्वों की मूल संवेदना उनके श्रोतों तथा पौराणिक संदर्भों के उल्लेख के साथ-साथ उन्हें आधुनिक सदर्भों में भी व्याख्यायित किया जाता है।

रेडियो फीचर- जहां पत्र पत्रिकाओं में प्रकाशित फीचर केवल पढ़ने के लिए होते हैं, वहीं रेडियो फीचर केवल प्रसारण माध्यमों से सुनने के लिए होते हैं, इनमें संगीत और ध्वनि पक्ष काफी प्रबल होता है। रेडियो फीचर संगीत और ध्वनि के माध्यम से किसी गतिविधि का नाटकीय प्रस्तुतिकरण है।

विज्ञान फीचर- नवीनतम वैज्ञानिक उपलब्धियों से पाठकों को परिचित कराने अथवा विज्ञान के ध्वंसकारी प्रभावों की जानकारी देने का यह एक सशक्त और महत्वपूर्ण माध्यम है।

चित्रात्मक फीचर- ऐसे फीचर जो केवल बोलते चित्रों के माध्यम से अपना संदेश पाठकों को दे जाते हैं। इसे फोटो फीचर कहते हैं।

व्यांग्य फीचर- सामाजिक, राजनीतिक परिदृश्य की ताजा घटनाओं पर व्यांग्य करते हुए सरस और चुटीली भाषा में हास्य का पुट देकर लिखे गए फीचर इस कोटी में आते हैं।

यात्रा फीचर- यात्राएं ज्ञानवर्धक और मनोरंजक साथ-साथ होते हैं। इन यात्राओं का प्रभावपूर्ण एवं मनोहारी संस्मरणात्मक चित्रण इन फीचरों में होता है।

ऐतिहासिक फीचर- अतीत की घटनाओं के प्रति मनुष्य की उत्सुकता स्वाभाविक है। ऐतिहासिक व्यक्तियों, घटनाओं और स्मारकों अथवा नई ऐतिहासिक खोजों पर भी भावपूर्ण ऐतिहासिक फीचर लिखे जा सकते हैं।

लेख लेखन

लेख समाचार पत्र का एक अंग है। इसके माध्यम से समाचार पत्र तथा पत्रिकाएँ अपने विचार प्रस्तुत करते हैं तो कुछ लेखों से पाठकों का ज्ञान वर्धन होता है। जिस विषय पर आप लेख लिखना चाहते हैं, उस विषय का गहन अध्ययन कीजिए तथा उस विषय से संबंधित सभी तरह की संभावित जानकारी एवं आंकड़े प्राप्त कीजिए। तत्पश्चात मस्तिष्क को अन्य विचारों से मुक्त और एकाग्र करके विषय पर लिखना शुरू कीजिए। लेख में आप संबंधित विषय की पिछली बातों का हवाला और आगे की संभावनाओं का जिक्र कर सकते हैं।

लेख में विषय की आवश्यकतानुसार उसके सामाजिक, राजनीतिक, ऐतिहासिक, पौराणिक, पुरातात्त्विक या आर्थिक पहलुओं का भी विवेचन होना चाहिए। महत्वपूर्ण लोगों के विषय संबंधी उद्धरण भी आप अपने समर्थन में प्रस्तुत करके लेख को ज्यादा विश्वसनीय बना सकते हैं, पर ये बात हमेशा ध्यान में रखें।

कि आप अपने विषय के आस-पास ही रहें। विषय से भटकाव लेख की एकाग्रता को भंग करके उसकी संप्रेषण शक्ति को कम कर देगा। यथासंभव लेख एकांत वातावरण में बैठकर लिखा जाए, ताकि विचारों का क्रम और तारतम्य बना रहे और लेख में किसी तरह का बिखराव आने की संभावना कम रहे।

लेख को रफ कर लेने के बाद यदि उसको एक-दो बार फिर से पढ़ लिया जाए तो जहां त्रुटियों के पकड़ में आ जाने से लेख में शुद्धता आएगी, वही कुछ छूट गए या नए पनप गए विचारों को यथा स्थान समायोजित कर देने का भी अवसर प्राप्त हो जाएगा। कभी-कभी लेख को फेयर करते समय भी कुछ नए विचार जोड़ने पड़ जाते हैं।

लेख और फीचर में अंतर

लेख और फीचर दोनों का समाचार के साथ कोई संबंध नहीं है, फिर भी दोनों समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं में अपनी-अपनी एक जगह है। दोनों की सुंदरता सुंदर गद्य शैली पर निर्भर है, लेकिन कुछ खास किस्म का अंतर होता है। इस अंतर को समझना लेख और फीचर दोनों को समझने के अत्यंत जरूरी है। किताबी ज्ञान और आंकड़ों की सजावट से लेख लिखा जा सकता है, लेकिन फीचर लिखने के लिए आँख-कान, भावों- अनुभूतियों, मनोवेगों और अन्वेषण का सहारा लिया जा सकता है। लेख लंबा, अरुचिकर और भारी भी हो सकता है, लेकिन फीचर में यह सब नहीं चलेगा। फीचर को मजेदार रुचिकर और चिताकर्षक होना ही पड़ेगा। फीचर लिखते समय अपेक्षाकृत नया और मनोरंजक तरीका अपनाना होता है।

दरअसरल फीचर एक प्रकार का गद्य गीत है, जो नीरस, लंबा और गंभीर हो ही नहीं सकता। फीचर की विशेषता है कि इसे मनोरजक और तड़पदार होना चाहिए, ताकि उसे पढ़कर लोगों के दिल हिले या चित्त प्रसन्न हो या पढ़कर दिन में गम का दरिया बहने लगे।

लेख हमें शिक्षा देता है, जबकि फीचर हमारा सात्त्विक किस्म का मनोरंजन करता है। लेख आवश्यकता से अधिक छोटा तथा पढ़ने में उबाऊ होने पर भी अच्छा हो सकता है, लेकिन फीचर मुख्य रूप से आनंद और विनोद के लिए होता है। लेख जानकारी बढ़ाने वाला होता है और उसमें दिलचस्प या उससे निकलने वाले नतीजों का समावेश किया जा सकता है, जबकि फीचर में अपनी मनोवृत्ति और समझ के अनुसार किसी विषय या व्यक्ति विशेष का चित्रण करना

पड़ता है।

साक्षात्कार

साक्षात्कार पत्रकारिता का अनिवार्य अंग है। हर पत्रकार को साक्षात्कार लेना चाहिए, वाहे वह किसी पत्र-पत्रिका का संपादक-उपसंपादक-संचादाता-रिपोर्टर हो अथवा आकाशवाणी-टेलीविजन का प्रतिनिधि। साक्षात्कार लेना एक कला है। इसे पत्रकारों के अतिरिक्त लेखकों ने भी अपनाया है। दुनिया के हर क्षेत्र में, हर भाषा में साक्षात्कार लिए जाते हैं। पत्र-पत्रिका, आकाशवाणी, टेलीविजन हर जगह साक्षात्कार देखे जा सकते हैं। इस विद्या का प्रचलन बढ़ता ही जा रहा है।

मनुष्य में दो प्रकार की प्रवृत्ति होती है। एक तो यह कि वह दूसरों के विषय में सब कुछ जान लेना चाहता है और दूसरी यह कि वह अपने विषय में या अपने विचार दूसरों को बता देना चाहता है। अपने अनुभवों से दूसरों को लाभ पहुंचाना और दूसरों के अनुभवों से लाभ उठाना यह मनुष्य का स्वभाव है। अपने विचारों को प्रकट करने के लिए उसने मौखिक के अलावा अनेक लिखित रूप अपनाए हैं। साक्षात्कार भी मानवीय अभिव्यक्ति का एक माध्यम है। इसे भेट वार्ता, इंटरव्यू, मुलाकात, बातचीत, भंटे आदि भी कहते हैं।

साक्षात्कार लेने वाला साक्षात्कार के लिए तय किए गए व्यक्ति से मिलता है और उससे प्रश्न पूछ कर उससे व्यक्तित्व तथा विचारों को जानने की कोशिश करता है। इस जानकारी से दूसरों को अवगत कराने के लिए इसे किसी पत्र-पत्रिका-पुस्तक में प्रकाशित किया जाता है या टेलीविजन अथवा अन्यत्र उसके विशेष कैमरे के सामने लिए जाते हैं। आकाशवाणी के लिए साक्षात्कार आकाशवाणी की ओर से रिकार्ड किए जाते हैं। अन्य साक्षात्कार लिखे जाते हैं। इन्हें पहले टेप करके बाद में लिखा जा सकता है। टेलीविजन पर साक्षात्कार लेने-देने वाले की आवाज के साथ-साथ बातचीत के दृश्य भी होते हैं। साक्षात्कार प्रायः किसी विशिष्ट राजनेता, साहित्यकार, पत्रकार, कलाकार, खिलाड़ी आदि का लिया जाता है। साधारण या निम्न समझे जाने वाले किसी व्यक्ति का भी साक्षात्कार लिया जा सकता है।

साक्षात्कार का मुख्य उद्देश्य तो साक्षात्कार पात्र की अभिव्यक्ति को जनता के सामने लाना होता है, यद्यपि इसमें साक्षात्कार लेने वाले का भी काफी महत्व होता है। साक्षात्कार लेने वाला उसका सूत्रधार है तो उसे देने वाला साक्षात्कार नायक होता है।

साक्षात्कार के प्रकार

साक्षात्कार अनेक प्रकार के होते हैं। कोई साक्षात्कार छोटा होता है, कोई बड़ा। किसी में बहुत सारी बातें पूछी जाती हैं तो किसी में सीमित। कोई साक्षात्कार बड़े आदमी का होता है तो कोई साधारण या निम्न समझे जाने वाले आदमी का। किसी में केवल सवाल-जवाब होता है तो किसी में बहस होती है किसी साक्षात्कार में हंसी-मजाक होता है तो कोई गंभीर चर्चा लिए होता है। कुछ साक्षात्कार पत्र या फोन द्वारा भी लिए जाते हैं। कुछ पूर्णतः काल्पनिक ही लिखे जाते हैं। कोई साक्षात्कार पत्र-पत्रिका के लिए लिखे जाते हैं तो कोई आकाशवाणी या टेलीविजन के लिए। इस तरह साक्षात्कार के अनेक रूप हैं। साक्षात्कार के विभिन्न आधार पर उसके प्रकार निम्न हैं-

1. स्वरूप के आधार पर—व्यक्तिनिष्ठ, विषयनिष्ठ।
2. शैली के आधार पर—विवरणात्मक, वर्णनात्मक, विचारात्मक, प्रभावात्मक, हास्य-व्यंग्यात्मक, भावात्मक, प्रश्नोत्तरात्मक।
3. औपचारिकता के आधार पर—औपचारिक, अनौपचारिक।
4. संपर्क के आधार पर—प्रत्यक्ष भेट, पत्र व्यवहार द्वारा, फाने वार्ता, काल्पनिक।
5. आकार के आधार—लघु, दीर्घ।
6. विषय के आधार पर—साहित्यिक, साहित्योत्तर।
7. वार्ताकार के आधार पर—पत्र-पत्रिका प्रतिनिधि द्वारा, आकाशवाणी प्रतिनिधि द्वारा, टेलीविजन प्रतिनिधि द्वारा, लेखकों द्वारा, अन्य द्वारा।
8. वार्ता-पात्रों के आधार पर—विशिष्ट अथवा उच्च पात्रों के, साधारण अथवा निम्न पात्रों के आत्म साक्षात्कार।
9. प्रस्तुति के आधार पर—पत्र-पत्रिका में प्रकाशित, आकाशवाणी में प्रसारित, टेलीविजन में प्रदर्शित, प्रस्तुति के लिए प्रतीक्षारत।
10. अन्य आधार पर—योजनाबद्ध, आकस्मिक, अन्य।

साक्षात्कार लेने की प्रक्रिया

साक्षात्कार लेने की एक प्रक्रिया होती है। किसी व्यक्ति का साक्षात्कार लिया जाए यह तय करना इस प्रक्रिया का पहला चरण है। व्यक्ति का चयन कई बातों पर निर्भर करता है। सामान्यतः लोग बड़े नेताओं, साहित्यकारों, कलाकारों,

खिलाड़ियों आदि के विषय में जानने की उत्सुक होते हैं। इसलिए पत्रकार ऐसे व्यक्तियों के साक्षात्कार लेने के अवसर दूँढ़ते रहते हैं। कभी-कभी समाचार संगठन की ओर से निर्देश या सुझाव आते हैं कि अमुक व्यक्ति का साक्षात्कार लेना है। नगर में कोई विशिष्ट व्यक्ति आता है, कोई समारोह में कोई विशिष्ट जन उपस्थित होता है तो उसे साक्षात्कार का पात्र बनाया जा सकता है।

यदि पत्रकार किसी दूसरे स्थान पर जाता है और वहां कोई विशिष्ट व्यक्ति रहता है तो उसे भी साक्षात्कार का पात्र बनाने के बारे में सोचा जा सकता है। कभी-कभी किसी योजना के अंतर्गत साक्षात्कार लिए जाते हैं। बहुत से पत्रकार किसी साधारण निम्न समझे जाने वाले व्यक्ति से भी साक्षात्कार लेते हैं और उसके बारे में जानकारी व उसके विचार जनता के सामने प्रस्तुत करते हैं। कोई विशेष घटना घटित होने पर उससे जुड़े व्यक्तियों के भी साक्षात्कार लिए जाते हैं।

व्यक्ति या पात्र का तय हो जाने के बाद उससे किस विषय पर साक्षात्कार लेना है, यह विचार किया जाता है। साक्षात्कार लेने वाले को कवि से कविता पर, नेता से राजनीति पर, कलाकार से उसकी कला पर ही सामान्यतः बात करना चाहेगा। मौका मिलने पर अन्य बातें भी पूछी जा सकती हैं। साक्षात्कार लेने वाले को यह तय करना है कि साक्षात्कार पात्र के उसे जीवन, व्यक्तित्व, प्रेरणा स्रोत, दिनचर्या, रूचियों, विचारों आदि सभी बिंदुओं पर बात करनी है या केवल विषय को लेकर ही चलना है।

पात्र और विषय तय हो जाने के बाद साक्षात्कार लेने की योजना बनाई जाती है। साक्षात्कार पात्र से भेंट वार्ता की अनुमति लेंगे और पूछे जाने वाले प्रश्नों की सूची बनाएंगे। साक्षात्कार का स्थान तय करें, परंतु कई बार यह सब नहीं हो पाता। साक्षात्कार अचानक लेने पड़ते हैं। उसका स्थान जैसे हवाई अड्डा, समारोह स्थल, रेलवे प्लेटफार्म आदि होता है। ऐसे में लिखित प्रश्नावली बनाने का अवकाश नहीं होता। ऐसी स्थिति में भी एक रूपरेखा तो दिमाग में रखनी पड़ती है।

योजना या रूपरेखा बन जाने पर उस व्यक्ति से भेंट करके प्रश्न पूछे जाते हैं। प्रस्तावित प्रश्नों से वे पूरक प्रश्नों से वांछित सूचना, तथ्य, विचार निकलवाने का प्रयास किया जाता है। कोई साक्षात्कार पात्र सहज रूप से उत्तर दे देता है, कोई किसी प्रश्न को टाला जाता है, उत्तर नहीं देता, तथ्य छिपा लेता है, अपने विचार प्रकट नहीं करता है। कभी-कभी वह साक्षात्कार लेने वाले से प्रतिप्रश्न भी कर देता

है। ऐसी स्थिति में साक्षात्कार लेनेवाले को सावधानीपूर्वक काम लेना होगा। उन प्रश्नों की भाषा बदलकर पुनः उसके सामने रखा जा सकता है। समय के अनुसार ऐसे प्रश्न छोड़ना भी पड़ सकता है। ऐसी स्थिति में कटुता उत्पन्न न हो और साक्षात्कार पात्र का मान भंग न हो इस बात का ध्यान रखना जरूरी है।

पत्रकार को शार्ट हैंड आता हो यह जरूरी नहीं है। इसलिए साक्षात्कार पात्र द्वारा प्रकट किए गए विचार उसके द्वारा दिए गए उत्तर उसी रूप में साथ ही साथ नहीं लिखे जा सकते। सामान्य ढंग से लिखने से समय अधिक लेगेगा। फिर भी तेज गति से कुछ बिंदु अंकित किए जा सकते हैं, जिन्हें बाद में विसित किया जा सकता है। कोई चीज छूट न जाए इसके लिए साक्षात्कारकर्ता के पास रिकार्डर हो तो सबसे बड़ी सुविधा होगी।

साक्षात्कार लेकर साक्षात्कारकर्ता लौटने के बाद विभिन्न बिंदुओं व बातचीत की स्मृति के आधार पर साक्षात्कार लिखता है। यदि बातचीत टेप की गई है तो उसे पुनः सुनकर साक्षात्कार लिख लिया जाता है। साक्षात्कार लिखते समय उन बातों को छोड़ देना चाहिए, जिसके लिए साक्षात्कार पात्र ने संकेत किया हो या उनका लिखा जाना समाज व देश के हित में न हो। साक्षात्कार के आरंभ में उसके पात्र का सक्षिप्त परिचय भी दिया जा सकता है।

साक्षात्कार तैयार कर उसे पत्र या पत्रिका में प्रकाशन के लिए भेज दिया जाता है। कुछ साक्षात्कार पुस्तक में भी प्रकाशित होते हैं। कुछ साक्षात्कारकर्ता साक्षात्कार तैयार करके उसे पात्र को दिखा देते हैं और उससे स्वीकृति प्राप्त कर लेते हैं। इस समय पात्र साक्षात्कार के कुछ संशोधन भी सुझा सकता है। इन पंक्तियों का लेखक साक्षात्कार तैयार होने के बाद उसे पात्र को दिखाने और उसकी स्वीकृति लेने की जरूरत नहीं समझता। आज के इस व्यस्त जीवन में किसी के पास इतना समय भी नहीं है, फिर साक्षात्कार लेने वाला भी एक जिम्मेदार व्यक्ति होता है।

साक्षात्कार के समय सावधानियाँ

- साक्षात्कार लेते समय बहुत सी बातों का ध्यान रखना होता है।
- साक्षात्कार लेने से पहले पात्र और विषय से संबंधित कुछ जानकारी प्राप्त करें।
- साक्षात्कारकर्ता को सभी विषयों में जानकारी रखना संभव नहीं है, फिर भी जितना हो प्रयास करें।

- पुस्तकालय व विषय से संबंधित अन्य व्यक्तियों से सहायता ली जा सकती है।
- साक्षात्कार पात्र की सम्मान की रक्षा हो और उसकी अभिव्यक्ति को महत्व मिले।
- साक्षात्कार पात्र के व्यक्तित्व, परिधान, भाषा की कमज़ोरी, शिक्षा की कमी, गरीबी आदि को लेकर उपेक्षा नहीं करनी चाहिए।
- साक्षात्कार लेने वाले घमडं, रूखापन, अपनी बात को थोपना, पात्र की उपेक्षा, वाचलता, कटुता, सुस्ती आदि से बचना चाहिए।
- साक्षात्कारकर्ता में जिज्ञासा, बोलने की शक्ति, भाषा पर अधिकार, बात निकालने की कला, पात्र की बात को ध्यान सुनने का धैर्य, तटस्थला, मनोविज्ञान की जानकारी, नम्रता, लेखन शक्ति, बदलती हुई परिस्थिति के अनुसार बातचीत को मोड़ देना आदि गुण होने चाहिए।

ज्यादा जिद या बहस से बचें

साक्षात्कार लेने वाले में किसी प्रकार का पूर्वग्रह न हो।

साक्षात्कार में सच्चाई होनी चाहिए। पात्र के कथन आरै उसके द्वारा दी गई जानकारी को तोर मरोड़कर पेश नहीं किया जाना चाहिए।

साक्षात्कार में ऐसी बातें न पूछी जाए, जिससे देश हित पर विपरीत असर पड़े या सांप्रदायिक सद्भाव बिगड़े या फिर किसी का चरित्र हनन हो।

प्रारंभ एवं अंत में हल्के एवं मध्य में मुख्य प्रश्न पूछे जाने चाहिए।

साक्षात्कार यथा संभव निर्धारित समय में पूरा होना चाहिए।

उत्तर में अधिकाधिक नई बातें सामने आनी चाहिए।

साक्षात्कार पूरा होने पर पात्र को धन्यवाद देना न भूलिए।

9

समाचार पत्र का इतिहास

इक्कीसवीं सदी की हमारी दुनिया आज इतनी छोटी हो गई है कि इसे ग्लोबल विलेज कहा जाने लगा है। दुनिया को इतना छोटा बनाने का काम जिस अकेली चीज ने सबसे ज्यादा किया है, उसे कहते हैं, सूचना तकनीक। क्षण भर में इंटरनेट के जरिए, फोन के जरिए आप दुनिया के किसी दूसरे कोने में बैठै व्यक्ति से बातें कर सकते हैं। उस तक समाचार पहुँचा सकते हैं, उसका समाचार जान सकते हैं, लेकिन संचार क्रान्ति की इस मंजिल तक पहुँचने की एक लम्बी यात्रा रही है।

प्रागैतिहासिक काल में भित्ति चित्रों के जरिए अपने मन की बात को संप्रेषित करने की कला को ही संचार इतिहास की प्रारम्भिक कड़ी माना जा सकता है। चित्रों के बाद शब्दों और फिर लिपि के जरिए चलते-चलते जब मनुष्य की विकास यात्रा मुद्रण कला तक पहुँची तो संचार के इतिहास में एक बड़ी घटना घटी, यह घटना थी समाचार पत्रों का जन्म।

मुद्रण का इतिहास 175 ईस्वी के आस-पास तक जाता है। चीन में इस काल के ठप्पे से मुद्रित कुछ पुरावशेष मिले हैं, लेकिन धातु के टाइप अक्षरों का विकास होते-होते लगभग साढ़े बारह सौ वर्ष और बीत गए। जर्मनी में धातु के टाइप के जरिए छपाई की शुरूआत 1450 ईस्वी में हुई। 1466 में फ्रांस, 1477 में इंग्लैण्ड और 1495 में पुर्तगाल तक यह कला पहुँच चुकी थी। भारत में मुद्रण कला पुर्तगाल के ईसाई धर्म प्रचारकों के साथ 1550 में गोवा पहुँची, लेकिन इसका विधिवत विकास 1778 में कोलकाता में पहला प्रेस खुलने के बाद ही होना शुरू हुआ। चीन से 'पेकिंग गजट' और नीदरलैंड के 'न्यूजाइटुंग' (1526) को समाचार पत्रों का प्रारम्भिक रूप माना जा सकता है।

आज लगभग 500 वर्ष की लम्बी यात्रा में पत्रकारिता ने अनेक ऊँचाईयाँ छू ली हैं, अनेक कीर्तिमान स्थापित किए हैं और मनुष्यता, स्वतंत्रता और विश्व बंधुत्व की दिशा में मानव समाज को सर्वदा सकारात्मक दिशा पर चलते रहने की प्रेरणा प्रदान की है।

समाचार पत्र-पत्रिकाओं का इतिहास

ईसा पूर्व पांचवीं शताब्दी में रोम में राज्य की ओर से संवाद लेखक नियुक्त किये जाने के प्रमाण इतिहास में मिलते हैं। इन संवाद लेखकों का काम राजधानी से दूर के नगरों में जाकर हाथ से लिख कर राज्य के आदेशों का प्रचार करना होता था। ईसा पूर्व 60 सन में जब जूलियस सीजर ने रोम की गद्दी संभाली तो उसने 'एक्टा डिउर्ना' (Acta Diurna) नामक दैनिक समाचार बुलेटिन शुरू करवाया। इसमें मूल रूप से राज्य की घोषणाएं होती थीं और इन्हें प्रतिदिन रोम शहर में सार्वजनिक स्थानों पर चिपकाया जाता था।

यूरोप में 16वीं सदी में मेलों व उत्सवों के दौरान दुकानों में बिकने वाली चीजों में ऐसे हस्तलिखित परचे भी होते थे, जिनमें युद्ध की खबरें, दुर्घटनाएं, राज दरबारों के किस्से आदि लिखे होते थे। भारत में मुगल साम्राज्य में भी राज्य की ओर से वाक्यानवीस अथवा कैफियतनवीस नियुक्त किये जाते थे। वाक्यानवीस राज्य के अलग-अलग स्थानों से विशेष घटनाएं संग्रहीत कर धावकों और हरकारों के जरिए बादशाह तक भेजते थे।

समाचार पत्रों का प्रारम्भिक रूप 1526 में प्रकाशित नीदरलैण्ड के 'न्यूजाइट्टुंग' में मिलता है। 1615 में जर्मनी से 'फ्रैंकफुर्टेक जर्नल', 1631 में फ्रांस से 'गजट द फ्रांस', 1667 में बैल्जियम से 'गजट वैन गट', 1666 में इंग्लैण्ड से 'लन्दन गजट' और 1690 में अमेरिका से 'पब्लिक ऑकरेंसज' को प्रारम्भिक समाचार पत्र माना जाता है।

प्रारम्भिक दैनिक समाचार पत्रों में 11 मार्च 1702 को लन्दन से प्रकाशित 'डेली करेंट' का नाम प्रमुख है। इसी के बाद राबिन्सन क्रूसो के लेखक डेनियल डीफो ने कुछ साथियों के साथ मिलकर 1719 में 'डेली पोस्ट' नामक एक दैनिक निकाला, मगर ब्रिटिश पत्रकारिता की वास्तविक शुरूआत 1769 में हुई। जब लन्दन से ही 'मार्निंग क्रानिकल' नामक अखबार का प्रकाशन शुरू हुआ। एक जनवरी 1785 से लन्दन से ही 'डेली यूनिवर्सल रजिस्टर' नामक पत्र का प्रकाशन शुरू हुआ। 1788 में इसका नाम बदल कर 'टाइम्स' कर दिया गया।

‘टाइम्स’ को ब्रिटिश पत्रकारिता के इतिहास का एक मजबूत स्तम्भ माना जाता है। डेली टेलीग्राफ, स्काट्स मैन भी प्रारम्भिक ब्रिटिश समाचार पत्रों में शुभार किये जाते हैं।

सन् 1690 में जब अमेरिका से 4 पृष्ठों का ‘पब्लिक ऑफरेसेज’ नामक अखबार निकाला गया तो यह ब्रिटेन के बाहर प्रकाशित होने वाला पहला समाचार पत्र था, हालांकि 1622 में लन्दन से प्रकाशित ‘न्यूज वीक’ पत्रिका की प्रतियां समुद्री पोतों के जरिए अमेरिका तक पहले से ही भेजी जाने लगी थीं। 1704 में अमेरिका के बोस्टन शहर से ‘न्यूज लेटर’ और 1719 से ‘वीकली मर्करी’ का प्रकाशन शुरू हुआ। अमेरिकी स्वतंत्रता संग्राम के दौर में वहां समाचार पत्रों का बहुत तेजी से विकास हुआ। 1775 के अमेरिका में 37 समाचार पत्र प्रकाशित होते थे, जिनमें 23 स्वतंत्रता समर्थकों के पक्षधर थे। आज अमेरिका का समाचार पत्रों की छपाई और कमाई में विश्व में पहला स्थान हो गया है।

सितम्बर 1778 में कोलकाता के कौंसिल हॉल व अन्य सार्वजनिक स्थानों पर एक हस्तलिखित परचा चिपका देखा गया था। इसमें वोल्टाज नामक एक व्यक्ति ने आम जनता से कहा था कि उसके पास ब्रिटिश राज से जुड़ी ऐसी लिखित जानकारियां हैं, जिसमें हर नागरिक की दिलचस्पी हो सकती है। परचे में वोल्टाज ने यह भी लिखा था कि चूंकि कोलकाता में छपाई की समुचित व्यवस्था नहीं है, इसलिए वोल्टाज ने ऐसी सामग्री पढ़ने या नकल करने के इच्छुक लोगों को अपने घर पर आमंत्रित भी किया था। ईस्ट इण्डिया कम्पनी के अधिकारियों में इस परचे को लेकर बड़ी खलबली मच गई और उन्होंने वोल्टाज का बंगाल छोड़ कर यूरोप वापस लौट जाने का हुक्म सुना दिया। इस घटना को भारत में आधुनिक पत्रकारिता की शुरूआती घटना माना जाता है। इसके 12 वर्ष बाद 29 जनवरी 1780 को कलकत्ता से पहले भारतीय अखबार ‘कलकत्ता जनरल एडवरटाइजर’ या हिकीज गजट का प्रकाशन हुआ।

इसके मालिक सम्पादक जेम्स ऑगस्टस हिकी को भी ब्रिटिश अधिकारियों ने भ्रष्टाचार के खिलाफ लिखने की बड़ी कीमत चुकानी पड़ी। पहले पोस्टऑफिस के जरिये भेजे जाने वाले उसके अखबारों पर रोक लगा दी गई और फिर उस पर मुकदमा चला कर एक साल की कैद व 200 रूपये का जुर्माना ठोक दिया गया। हिकी का अखबार बन्द कर दिया गया, हिकी को भारत में स्वतंत्र पत्रकारिता को जन्म देने वाला भी कहा जाता है, क्योंकि उसने कंपनी के अधिकारियों से भ्रष्टाचार के खिलाफ लिखने में कोई समझौता नहीं किया,

बल्कि उसने लिखो,’ अपने मन और आत्मा की स्वतंत्रता के लिए अपने शरीर को बन्धन में डालने में मुझे आनन्द आता है।’

भारतीय भाषाओं का पहला अखबार ‘दिग्दर्शन’ भी कोलकाता से ही 1818 में बांग्ला में प्रकाशित हुआ था। आधुनिक हिन्दी पत्रकारिता के उद्भव का श्रेय भी कोलकाता को ही जाता है। ‘उदन्त मार्टण्ड’ नामक इस साप्ताहिक पत्र को 30 मई 1826 को कोलकाता के कालू टोला मोहल्ले से युगल किशोर शुक्ल ने निकाला था। आर्थिक संकट के कारण यह पत्र 4 दिसम्बर 1827 को बन्द हो गया। इसके अंतिम अंक में संपादक युगल किशोर ने लिखा-

“आज दिवस लो उग चुक्यो, मार्टण्ड उदन्त।

अस्ताचल को जात है, दिनकर दिन अब अन्त॥”

कोलकाता से ही 10 मई 1829 को ‘हिन्दू हेराल्ड’ का प्रकाशन शुरू हुआ। हिन्दी, बांग्ला, फारसी व अंग्रेजी में प्रकाशित इस अखबार के संपादक राजा राममोहन राय थे, देवनागिरी लिपि में प्रकाशित हिन्दी का पहला अखबार जनवरी 1845 में बनारस से शुरू हुआ। ‘बनारस अखबार’ नामक इस पत्र के संपादक राजा शिव प्रसाद सितारेहिन्द थे।

1850 में बनारस से ‘सुधाकर’ निकला और 1852 में आगरा से मुंशी सदासुख लाल ने ‘बुद्धि प्रकाश’ अखबार निकाला। 1854 में कोलकाता से ही हिन्दी का पहला दैनिक समाचार ‘सुधावर्षण’ निकला। 8 फरवरी 1857 को अजीमुल्ला खां ने दिल्ली से ‘पयामे आजादी’ नामक अखबार निकाला। इसे भारतीय स्वाधीनता संग्राम का पहला अखबार माना जाता है।

प्रथम स्वतंत्रता संग्राम के बाद के दौर में 1867 में बनारस से भारतेन्दु हरिश्चन्द्र ने ‘कवि वचन सुधा,’ 1877 में बालकृष्ण भट्ट ने इलाहाबाद से ‘हिन्दी प्रदीप’ का प्रकाशन शुरू किया। 1878 में कोलकाता से ‘भारत मित्र’ 1885 में कालाकार से ‘हिन्दोस्थान’ आदि महत्वपूर्ण पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन शुरू हुआ। इस दौर के प्रायः सभी पत्रों में जातीयता व स्वाभिमान की भावना साफ-साफ देखी जा समती है। छपाई की सीमाओं, वितरण की समस्याओं और संसाधनों की कमी के बावजूद इन सभी का भारतीय पत्रकारिता के विकास में उल्लेखनीय योगदान है।

उन्नीसवीं सदी के प्रारम्भ में प्रायः सभी समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में ब्रिटिश राज के प्रति कोई बड़ा विरोध या आक्रोश नहीं दिखता। हालांकि भारत में पत्रकारिता का आरम्भ ही कम्पनी के अधिकारियों के भ्रष्टाचार के खिलाफ

मुहिम के साथ हुआ था। इस दौर के सभी पत्रों ने सामाजिक सुधारों की दिशा में काफी योगदान दिया। राजा राम मोहन राय जैसे समाज सुधारक इस दौर के सम्पादकों में शामिल थे। लेकिन इस सदी के दूसरे भाग में आजादी के पहले संग्राम की छाप भारतीय पत्रकारिता पर साफ देखी जा सकती है।

बीसवीं सदी व वर्तमान परिप्रेक्ष्य

सन् 1900 का वर्ष हिन्दी पत्रकारिता के इतिहास में महत्वपूर्ण है। इस वर्ष हिन्दी की युगान्तरकारी पत्रिका 'सरस्वती' का प्रकाशन शुरू हुआ था। इसके प्रकाशक चिन्तामणि घोष थे। सरस्वती का उद्देश्य हिन्दीभाषी क्षेत्र में सांस्कृतिक जागरण करना था। राष्ट्रीय जागरण तो उसका अंग था ही। सरस्वती के प्रकाशन के बाद देश की आजादी तक हिन्दी का समाचार जगत विविध प्रकार की पत्र पत्रिकाओं से समृद्ध होता चला गया था। 1925 के बाद गाँधी युग में हिन्दी पत्रकारिता ने चौमुखी विकास किया। इसी युग में राष्ट्रीय पत्रकारिता से अलग हिन्दी साहित्यिक पत्रकारिता ने भी अपना स्वतंत्र रूप विकसित कर लिया। इस युग ने हिन्दी को गणेश शंकर विद्यार्थी और बाबूराव विष्णु पराडकर जैसे पत्रकार भी दिए और स्वराज्य, अभ्युदय व प्रताप जैसे पत्र भी।

सन् 1907 में पण्डित मदन मोहन मालवीय ने अभ्युदय के जरिए उत्तर प्रदेश में जन जागरण का जर्बदस्त कार्य शुरू किया। शहीद भगत सिंह की फांसी के बाद प्रकाशित अभ्युदय के फांसी अंक ने तो हलचल ही मचा दी थी। 13 अप्रैल 1907 से नागपुर से निकला हिन्द केसरी इस दृष्टि से महत्वपूर्ण था कि इसमें लोकमान्य तिलक के प्रसिद्ध अखबार 'केसरी' के लेखों का हिन्दी अनुवाद होता था और इसमें वही सामग्री होती थी, जो एक सप्ताह पूर्व केसरी में छप चुकी होती थी। हजारों की संख्या में छपने वाले इस अखबार ने अल्पकाल में ही उत्तर भारत के युवाओं में खासी पैठ बना ली थी।

इलाहाबाद के 'स्वराज' की तरह 1910 में कानपुर से निकला 'प्रताप' भी एक ओजस्वी अखबार था। गणेश शंकर विद्यार्थी के इस अखबार का प्रकाशन हिन्दी पत्रकारिता के इतिहास में एक क्रान्तिकारी कदम था। विद्यार्थी भारतीय पत्रकारिता में एक अमर हस्ताक्षर माने जाते हैं। 1917 में कोलकाता से शुरू हुए विश्वामित्र को इस वजह से महत्वपूर्ण माना जाता है, क्योंकि वह हिन्दी का पहला दैनिक था, जो कि एक साथ 5 शहरों से प्रकाशित होता था। 5 सितम्बर

1920 को बनारस से शुरू 'आज' को भी इसी कड़ी का अंग माना जा सकता है।

भारत में पत्रकारिता के शुरूआती दिनों से ही उस पर सरकार की ओर से कड़े प्रतिबन्ध लगाए गए थे। कई दमनकारी कानून अखबारों और पत्रकारों का मुँह बन्द करने को समय-समय पर बनाए गए थे। 1878 का वर्नाक्यूलर प्रेस एक्ट भी इसी तरह का एक कानून था, लेकिन इसका सभी तत्कालीन समाचार पत्रों ने एकजुट विरोध किया था और यह बेहद दमनकारी कानून भी भारतीय पत्रकारिता के उफान को रोक नहीं पाया। 12 मई 1883 को कलकत्ता के 'उचित वक्ता' यह टिप्पणी महत्वपूर्ण है। "देशीय सम्पादको ! सावधान!! कड़ी जेल का नाम सुनकर कर्तव्यविमृद्ध मत हो जाना। यदि धर्म की रक्षा करते हुए यदि गवर्नमेंट को सत्परामर्श देते हुए जेल जाना पड़े तो क्या चिन्ता है।"

इस वैचारिक परम्परा की छाया में विकसित बीसवीं सदी के आरम्भिक दशकों की हिन्दी पत्रकारिता में धर्म और समाज सुधार के स्वर कुछ धीमे पड़े गए और जातीय चेतना ने साफ-साफ राष्ट्रीय चेतना का रूप ले लिया। देश की आजादी इस दौर की पत्रकारिता का एक मात्र ध्येय हो गया था। उत्तराखण्ड की पत्रकारिता में भी हम इन स्वरों को साफ देख सकते हैं। 'शक्ति' और 'गढ़वाली' तो इसके प्रतीक ही हैं। इस दौर की पत्रकारिता पर गांधी की विचार धारा की छाप की साफ देखी जा सकती है।

हालाँकि आजादी के बाद से धीरे-धीरे पत्रकारिता मिशन के बजाय व्यवसाय बनती चली गई, लेकिन यह भी सत्य है कि आजादी के बाद ही भारत में पत्रकारिता के विकास का एक नया अध्याय भी आरम्भ हुआ। आजादी के बक्त जहां देश भर में प्रकाशित होने वाले दैनिक पत्रों की संख्या 500 से कुछ ही अधिक थी, आज यह बढ़ कर 10 हजार से अधिक हो चुकी है। पत्र पत्रिकाओं के कुल पाठकों की संख्या करोड़ों में पहुँच चुकी है। 1975 में आपातकाल में लागू कड़ी संसरणिप के दौर को छोड़ दिया जाए तो राज्य के दमन के दुश्चक्र से भी पत्रकारिता सामान्यतः मुक्त ही रही है। आपातकाल में लगभग 40 प्रिटिंग प्रेस सील कर दी गई थीं। कुछ अखबारों का प्रकाशन तो हमेशा के लिए बन्द ही हो गया। लेखन व पत्रकारिता से जुड़े 7000 से अधिक लोग गिरफ्तार कर लिए गए थे।

इस काले अध्याय के बाद 1984 में बिहार में बिहार प्रेस बिल और 1987 में राजीव गांधी द्वारा एटी डिफेमेशन बिल लाकर मीडिया पर अंकुश लगाने की

कोशिशें हुई मगर पत्रकार बिरादरी के तीव्र विरोध के कारण ये दोनों ही बिल वापस ले लिए गए।

80 के दशक में कम्प्यूटर टैक्नोलॉजी का इस्तेमाल मीडिया के क्षेत्र में व्यापक रूप से शुरू हो जाने के बाद तो भारतीय मीडिया का चेहरा ही बदल गया। इसके क्रान्तिकारी परिणाम हुए और आज देश का मीडिया विश्व भर में अपनी अलग पहचान बना चुका है। पत्र-पत्रिकाओं के युग से आगे बढ़ कर वह टी.वी. और इंटरनेट समाचारों के युग में पहुँच चुका है और उत्तरोत्तर प्रगति ही करता जा रहा है।

अखबार का इतिहास और योगदान

यूँ तो ब्रिटिश शासन के एक पूर्व अधिकारी के द्वारा अखबारों की शुरुआत मानी जाती है, लेकिन उसका स्वरूप अखबारों की तरह नहीं था। वह केवल एक पने का सूचनात्मक पर्चा था। पूर्णरूपेण अखबार बंगाल से 'बंगाल-गजट' के नाम से वायसराय हिक्की द्वारा निकाला गया था। आरंभ में अँग्रेजों ने अपने फायदे के लिए अखबारों का इस्तेमाल किया, चूँकि सारे अखबार अँग्रेजी में ही निकल रहे थे, इसलिए बहुसंख्यक लोगों तक खबरें और सूचनाएँ पहुँच नहीं पाती थीं।

जो खबरें बाहर निकलकर आती थीं, से गुजरते, वहाँ अपना आतंक फैलाते रहते थे। उनके खिलाफ न तो मुकदमे होते और न ही उन्हें कोई दंड ही दिया जाता था। इन नारकीय परिस्थितियों को झेलते हुए भी लोग खामोश थे। इस दौरान भारत में 'द हिंदुस्तान टाइम्स', 'नेशनल हेराल्ड', 'पायनियर', 'मुंबई-मिर' जैसे—अखबार अँग्रेजी में निकलते थे, जिसमें उन अत्याचारों का दूर-दूर तक उल्लेख नहीं रहता था। इन अँग्रेजी पत्रों के अतिरिक्त बंगला, उर्दू आदि में पत्रों का प्रकाशन तो होता रहा, लेकिन उसका दायरा सीमित था। उसे कोई बंगाली पढ़ने वाला या उर्दू जानने वाला ही समझ सकता था। ऐसे में पहली बार 30 मई 1826 को हिन्दी का प्रथम पत्र 'उदंत मार्टड' का पहला अंक प्रकाशित हुआ।

यह पत्र साप्ताहिक था। 'उदंत-मार्टड' की शुरुआत ने भाषायी स्तर पर लोगों को एक सूत्र में बाँधने का प्रयास किया। यह केवल एक पत्र नहीं था, बल्कि उन हजारों लोगों की जुबान था, जो अब तक खामोश और भयभीत थे। हिन्दी में पत्रों की शुरुआत से देश में एक क्रान्तिकारी परिवर्तन हुआ और आजादी की जंग। उन्हें काफी तोड़-मरोड़कर प्रस्तुत किया जाता था, ताकि अँग्रेजी सरकार

के अत्याचारों की खबरें दबी रह जाएँ। अँग्रेज सिपाही किसी भी क्षेत्र में घुसकर मनमाना व्यवहार करते थे। लूट, हत्या, बलात्कार जैसी घटनाएँ आम होती थीं।

अब लोगों तक देश के कोने-कोन में घट रही घटनाओं की जानकारी पहुँचने लगी, लेकिन कुछ ही समय बाद इस पत्र के संपादक जुगल किशोर को सहायता के अभाव में 11 दिसम्बर 1827 को पत्र बंद करना पड़ा। 10 मई 1829 को बंगाल से हिन्दी अखबार 'बंगदूत' का प्रकाशन हुआ। यह पत्र भी लोगों की आवाज बना और उन्हें जोड़े रखने का माध्यम। इसके बाद जुलाई, 1854 में श्यामसुंदर सेन ने कलकत्ता से 'समाचार सुधा वर्षण' का प्रकाशन किया। उस दौरान जिन भी अखबारों ने अँग्रेजी हुकूमत के खिलाफ कोई भी खबर या आलेख छपा, उसे उसकी कीमत चुकानी पड़ी। अखबारों को प्रतिर्बंधित कर दिया जाता था। उसकी प्रतियाँ जलवाई जाती थीं, उसके प्रकाशकों, संपादकों, लेखकों को दंड दिया जाता था। उन पर भारी-भरकम जुर्माना लगाया जाता था, ताकि वह दुबारा फिर उठने की हिम्मत न जुटा पाएँ।

आजादी की लहर जिस तरह पूरे देश में फैल रही थी, अखबार भी अत्याचारों को सहकर और मुखर हो रहे थे। यही वजह थी कि बंगाल विभाजन के उपरांत हिन्दी पत्रों की आवाज और बुलंद हो गई। लोकमान्य तिलक ने 'केसरी' का संपादन किया और लाला लाजपत राय ने पंजाब से 'वंदे मातरम' पत्र निकाला। इन पत्रों ने युवाओं को आजादी की लड़ाई में अधिक-से-अधिक सहयोग देने का आह्वान किया। इन पत्रों ने आजादी पाने का एक जज्बा पैदा कर दिया। 'केसरी' को नागपुर से माधवराव सप्रे ने निकाला, लेकिन तिलक के उत्तेजक लेखों के कारण इस पत्र पर पाबंदी लगा दी गई।

उत्तर भारत में आजादी की जंग में जान फूँकने के लिए गणेश शंकर विद्यार्थी ने 1913 में कानपुर से साप्ताहिक पत्र 'प्रताप' का प्रकाशन आरंभ किया। इसमें देश के हर हिस्से में हो रहे अत्याचारों के बारे में जानकारियाँ प्रकाशित होती थीं। इससे लोगों में आक्रोश भड़कने लगा था और वे ब्रिटिश हुकूमत को उखाड़ फेंकने के लिए और भी उत्साहित हो उठे थे। इसकी आक्रामकता को देखते हुए अँग्रेज प्रशासन ने इसके लेखकों, संपादकों को तरह-तरह की प्रताड़नाएँ दीं, लेकिन यह पत्र अपने लक्ष्य पर डटा रहा।

इसी प्रकार बंगाल, बिहार, महाराष्ट्र के क्षेत्रों से पत्रों का प्रकाशन होता रहा। उन पत्रों ने लोगों में स्वतंत्रता को पाने की ललक और जागरूकता फैलाने का

प्रयास किया। अगर यह कहा जाए कि स्वतंत्रता सेनानियों के लिए ये अखबार किसी हथियार से कमतर नहीं थे, तो कोई अतिशयोक्ति नहीं होगी।

अखबार बने आजादी का हथियार प्रेस आज जितना स्वतंत्र और मुखर दिखता है, आजादी की जंग में यह उतनी ही बंदिशों और पाबंदियों से बँधा हुआ था। न तो उसमें मनोरंजन का पुट था और न ही ये किसी की कमाई का जरिया ही। ये अखबार और पत्र-पत्रिकाएँ आजादी के जाँबाजों का एक हथियार और माध्यम थे, जो उन्हें लोगों और घटनाओं से जोड़े रखता था। आजादी की लड़ाई का कोई भी ऐसा योद्धा नहीं था, जिसने अखबारों के जरिए अपनी बात कहने का प्रयास न किया हो। गाँधीजी ने भी ‘हरिजन’, ‘यंग-इंडिया’ के नाम से अखबारों का प्रकाशन किया था तो मौलाना अबुल कलाम आजाद ने ‘अल-हिलाल’ पत्र का प्रकाशन। ऐसे और कितने ही उदाहरण हैं, जो यह साबित करते हैं कि पत्र-पत्रिकाओं की आजादी की लड़ाई में महती भूमिका थी।

यह वह दौर था, जब लोगों के पास संवाद का कोई साधन नहीं था। उस पर भी अँग्रेजों के अत्याचारों के शिकार असहाय लोग चुपचाप सारे अत्याचर सहते थे न तो कोई उनकी सुनने वाला था और न उनके दुःखों को हरने वाला। वह कहते भी तो किससे और कैसे? हर कोई तो उसी प्रताड़ना को झेल रहे थे। ऐसे में पत्र-पत्रिकाओं की शुरुआत ने लोगों को हिम्मत दी, उन्हें ढाँढ़स बँधाया। यही कारण था कि क्रांतिकारियों के एक-एक लेख जनता में नई स्फूर्ति और देशभक्ति का संचार करते थे। भारतेंदु का नाटक ‘भारत-दुर्दशा’ जब प्रकाशित हुआ था तो लोगों को यह अनुभव हुआ था कि भारत के लोग कैसे दौर से गुजर रहे हैं और अँग्रेजों की मंशा क्या है।

10

समाचार पत्रों का विकास

सामान्य मानव गतिविधियों से इतर जो कुछ भी नया और खास घटित होता है, समाचार कहलाता है। मेले, उत्सव, दुर्घटनाएं, विपदा, सरकारी बिजली, पानी, शिक्षा, स्वास्थ्य जैसी सरकारी सुविधाओं का न मिलना सब समाचार है। विचार घटनाएं और समस्याओं से समाचार का आधार तैयार होता है। किसी भी घटना का अन्य लोगों पर पड़ने वाले प्रभाव और इसके बारे में पैदा होने वाली सोच से समाचार की अवधारणा का विकास होता है। किसी भी घटना विचार और समस्या से जब काफी लोगों का सरोकार हो तो यह कह सकते हैं कि यह समाचार बनने योग्य है।

समाचार किसी बात को लिखने या कहने का वह तरीका है, जिसमें उस घटना, विचार, समस्या के सबसे अहम तथ्यों या पहलुओं तथा सूचनाओं और भविष्य में पड़ने वाले प्रभावों को व्यवस्थित तरीके से लिखा या बताया जाता है। इस शैली में किसी घटना का ब्यौरा कालानुक्रम के बजाये सबसे महत्वपूर्ण तथ्य या सूचना से शुरू होता है।

किसी नई घटना की सूचना ही समाचार है— डॉ निशांत सिंह।

किसी घटना की नई सूचना समाचार है— नवीन चंद्र पत।

वह सत्य घटना या विचार जिसे जानने की अधिकाधिक लोगों की रुचि हो—नंद किशोर त्रिखा।

किसी घटना की असाधारणता की सूचना समाचार है— संजीव भनावत

ऐसी ताजी या हाल की घटना की सूचना, जिसके संबंध में लोगों को जानकारी न हो—रामचंद्र वर्मा।

इसके अलावा भी समाचार को निम्न प्रकार से भी परिभाषित किया जाता है:

जो हमारे चारों ओर घटित होता है और हमें प्रभावित करता है, वह समाचार है।

जिस घटना को पत्रकार लाता व लिखता तथा संपादक समाचार पत्र में छापता या दिखाने योग्य समझ कर टी.वी. में प्रसारित करता है, वह समाचार है। (क्योंकि यदि वह छपा ही नहीं या टी.वी. पर दिखाया ही नहीं गया तो फिर समाचार कहां रहा।)

समाचार जल्दी में लिखा गया इतिहास है। कोई भी समाचार अगला समाचार आने पर इतिहास बन जाता है।

समाचार सत्य, विश्वसनीय तथा कल्याणकारी होना चाहिए, जो समाज में दुर्भावना फैलाता हो अथवा झूठा हो, समाचार नहीं हो सकता। सत्यता समाचार का बड़ा गुण है।

समाचार सूचना देने, शिक्षित करने और मनोरंजन करने वाला भी होना चाहिए।

समाचार रोचक होना चाहिए। उसे जानने की लोगों में इच्छा होनी चाहिए। समाचार का सीधा अर्थ है—सूचना। मनुष्य के आस-पास और चारों दिशाओं में घटने वाली सूचना। समाचार को अंग्रेजी के न्यूज का हिन्दी समरूप माना जाता है, हालांकि 'न्यूज' (NEWS) शब्द इस तरह तो नहीं बना है, परंतु इत्फाकन ही सही इसका अर्थ और प्रमुख कार्य चारों दिशाओं अर्थात् नॉर्थ, ईस्ट, वेस्ट और साउथ की सूचना देना भी है।

समाचार को बड़ा या छोटा बनाने वाले तत्त्व

अक्सर हम समाचारों के छोटा या बड़ा छपने पर चर्चा करते हैं। अक्सर हमें लगता है कि हमारा समाचार छपना ही चाहिए, और वह भी बड़े आकार में। साथ ही यह भी लगता है कि खासकर हमारी अरुचि के समाचार बेकार ही आवश्यकता से बड़े आकारों या बड़ी हेडलाइन में छपे होते हैं।

यानी उस दौर में समाचारों के कम ज्ञान के बावजूद कहा गया है कि समाचार, यानी कुछ अलग होने वाली गतिविधियां बड़े आकार में सामान्य गतिविधियां लोकाचार के रूप में छोटे आकार में छपती हैं। इसके अलावा भी निम्न तत्त्व हैं, जो किसी समाचार को छोटा या बड़ा बनाते हैं। इसमें इस बात

से भी फर्क नहीं पड़ता है कि उस समाचार में शब्द कितने भी सीमित क्यों न हो। प्रथम पेज पर कुछ लाइनों की खबर भी बड़ी खबर कही जाती है। वहीं एक या डेढ़-दो कालम की खबर भी 'बड़ी' होने पर पूरे बैनर, यानी सात-आठ कालम में भी पूरी चौड़ी हेडिंग तथा महत्वपूर्ण बिंदुओं की सब हेडिंग या क्रासरों के साथ लगाई जा सकती है।

प्रभाव-समाचार जितने अधिक लोगों से संबंधित होगा या उन्हें प्रभावित करेगा, उतना ही बड़ा होगा। किसी दुर्घटना में हताहतों की संख्या जितनी अधिक होगी, अथवा किसी दल, संस्था या समूह में जितने अधिक लोग होंगे, उससे संबंधित उतना ही बड़ा समाचार बनेगा।

निकटता-समाचार जितना निकट से संबंधित होगा, उतना बड़ा होगा। दूर दुनिया की किसी बड़ी दुर्घटना से निकटवर्ती स्थान की छोटी घटना को भी अधिक स्थान मिल सकता है।

विशिष्ट व्यक्ति (VIP)-जिस व्यक्ति से संबंधित खबर है, वह जितना विशिष्ट, जितना प्रभावी व प्रसिद्ध होगा, उससे संबंधित खबर उतनी ही बड़ी होगी। अलबत्ता, कई बार वास्तविक समाचार उस वी.आई.पी. व्यक्ति के व्यक्तित्व में दब कर रह जाती है।

तात्कालिकता-कोई ताजा घटना बड़े आकार में छपती है, लेकिन उससे भी कुछ बड़ा न हो तो आगे उसके फॉलो-अप छोटे छपते हैं। इसी प्रकार समाचार पत्र छपने के दौरान आखिर समय में प्राप्त होने वाली महत्वपूर्ण खबरें, पहले से प्राप्त कम महत्वपूर्ण खबरों को हटाकर भी बड़ी छापी जाती है। पत्रिकाओं में भी छपने के दौरान सबसे लेटेस्ट महत्वपूर्ण समाचार बड़े आकार में छापा जाता है।

एक्स्प्रेसिव होना-यदि कोई समाचार केवल किसी एक समाचार पत्र के पास ही हो तो वह उसे बड़े आकार में प्रकाशित करता है, लेकिन वही समाचार यदि सभी समाचार पत्रों में होने पर छोटे आकार में प्रकाशित होता है।

समाचार के मूल्य

समाचार को बड़ा या छोटा यानी कम या अधिक महत्व का बनाने के लिए निम्न तत्त्व महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, इन्हें समाचार का मूल्य कहा जाता है।

1 व्यापकता: समाचार का विषय जितनी व्यापकता लिये होगा, उतने ही अधिक लोग उस समाचार में रुचि लेंगे, इसलिए वह बड़े आकार में छपेगा।

2 नवीनता: जिन बातों को मनुष्य पहले से जानता है, वे बातें समाचार नहीं बनती। ऐसी बातें समाचार बनती है, जिनमें कोई नई सूचना, कोई नई

जानकारी हो। इस प्रकार समाचार का बड़ा गुण है—नई सूचना, यानी समाचार में नवीनता होनी चाहिये। कोई समाचार कितना नया या तत्काल प्राप्त हुआ हो, उसे जानने की उतनी ही अधिक चाहत होती है। कोई भी पुरानी या पहले से पता जानकारी को दुबारा नहीं लेना चाहता। समाचार पत्रों के मामले में एक दिन पुराने समाचार को ‘रद्दी’ कहा जाता है, और उसका कोई मोल नहीं होता। वहीं टी.वी. के मामले में एक सेकेंड पहले प्राप्त समाचार अगले सेकेंड में ही बासी हो जाता है। कहा जाने लगा है—News this second and History on next second.

3 असाधारणता: हर समाचार एक नई सूचना होता है, परंतु यह भी सच है कि हर नई सूचना समाचार नहीं होती। जिस नई सूचना में कुछ असाधारणता होगी, वही समाचार कहलायेगी। अर्थात् नई सूचना में कुछ ऐसी असाधारणता होनी चाहिये, जो उसमें समाचार बनने की अंतरनिहित शक्ति पैदा होती है। काटना कुत्ते का स्वभाव है। यह सभी जानते हैं। मगर किसी मनुष्य द्वारा कुत्ते को काटा जाना समाचार है, क्योंकि कुत्ते को काटना मनुष्य का स्वभाव नहीं है। जिस नई सूचना में असाधारणता नहीं होती वह समाचार नहीं लोकाचार कहलाता है।

4 सत्यता और प्रमाणिकता: समाचार में किसी घटना की सत्यता या तथ्यात्मकता होनी चाहिये। समाचार अफवाहों या उड़ी-उड़ायी बातों पर आधारित नहीं होते हैं। वे सत्य घटनाओं की तथ्यात्मक जानकारी होते हैं। सत्यता या तथ्यता होने से ही कोई समाचार विश्वसनीय और प्रमाणिक होते हैं।

5 रुचिपूर्णता: किसी नई सूचना में सत्यता होने से ही वह समाचार नहीं बन जाती है। उसमें अधिक लोगों की दिलचस्पी भी होनी चाहिये। कोई सूचना कितनी ही आसाधारण क्यों न हो, अगर उसमें लोगों की रुचि न हो, तो वह सूचना समाचार नहीं बन पायेगी। कुत्ते द्वारा किसी सामान्य व्यक्ति को काटे जाने की सूचना समाचार नहीं बन पायेगी। कुत्ते द्वारा काटे गये व्यक्ति को होने वाले गंभीर बीमारी की सूचना समाचार बन जायेगी, क्योंकि उस महत्वपूर्ण व्यक्ति में अधिकाधिक लोगों की दिलचस्पी हो सकती है।

6 प्रभावशीलता: समाचार दिलचस्प ही नहीं प्रभावशील भी होने चाहिये। हर सूचना व्यक्तियों के किसी न किसी बड़े समूह, बड़े वर्ग से सीधे या अप्रत्यक्ष रूप से जुड़ी होती है। अगर किसी घटना की सूचना समाज के किसी समूह या वर्ग को प्रभावित नहीं करती तो उस घटना की सूचना का उनके लिये कोई मतलब नहीं होगा।

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

ऐतिहासिक विकास

इस सिद्धांत का प्रयोग 19वीं सदी के मध्य से शुरू हो गया था, लेकिन इसका विकास अमेरिका में गृहयुद्ध के दौरान हुआ था। उस समय संवाददाताओं को अपनी खबरें टेलीग्राफ संदेश के जरिये भेजनी पड़ती थी, जिसकी सेवायें अनियमित, महंगी और दुर्लभ थीं। यही नहीं कई बार तकनीकी कारणों से टेलीग्राफ सेवाओं में बाधा भी आ जाती थी। इसलिये संवाददाताओं को किसी खबर कहानी लिखने के बजाये संक्षेप में बतानी होती थी और उसमें भी सबसे महत्वपूर्ण तथ्य और सूचनाओं की जानकारी पहली कुछ लाइनों में ही देनी पड़ती थी।

संपादन की प्रक्रिया

रेडियो में संपादन का कार्य प्रमुख रूप से दो भागों में विभक्त होता है।

1. विभिन्न श्रोतों से आने वाली खबरों का चयन।
2. चयनित खबरों का संपादन – रेडियो के किसी भी स्टेशन में खबरों के आने के कई श्रोता होते हैं, जिनमें संवाददाता, फोन, जनसंपर्क, न्यूज एजेंसी, समाचार पत्र और आकाशवाणी मुख्यालय प्रमुख हैं। इन श्रोतों से आने वाले समाचारों को राष्ट्रीय, अंतर्राष्ट्रीय और क्षेत्रीय स्तर पर खबरों का चयन किया जाता है। यह कार्य विभाग में बैठे उपसंपादक का होता है। उदाहरण के लिए यदि हम आकाशवाणी के भोपाल केन्द्र के लिए समाचार बुलेटिन तैयार कर रहे हैं तो हमें लोकल या प्रदेश स्तर की खबर को प्राथमिकता देनी चाहिए। ततपश्चात् चयनित खबरों का भी संपादन किया जाना आवश्यक होता है। संपादन की इस प्रक्रिया में बुलेटिन की अवधि को ध्यान में रखना जरूरी होता है। किसी रेडियो बुलेटिन की अवधि 5, 10 या अधिकतम 15 मिनिट होती है।

संपादन के महत्वपूर्ण चरण

1. समाचार का आकार बहुत बड़ा और उबाऊ नहीं होना चाहिए।
2. समाचार लिखते समय आम बोल-चाल की भाषा के शब्दों का प्रयोग करना चाहिए।

3. समाचार आकर्षक होना चाहिए।
4. भाषा सहज और सरल हो।
5. शीर्षक विषय के अनुरूप होना चाहिए।
6. समाचार में प्रारंभ से अंत तक तारतम्यता और रोचकता होनी चाहिए।
7. कम शब्दों में समाचार का ज्यादा से ज्यादा विवरण होना चाहिए।
8. रेडियो बुलेटिन के प्रत्येक समाचार में श्रोताओं के लिए सम्पूर्ण जानकारी होना चाहिये।
9. संभव होने पर समाचार श्रोता का उल्लेख होना चाहिए।
10. समाचार छोटे वाक्यों में लिखा जाना चाहिए।
11. रेडियो के सभी श्रोता पढ़े लिखे नहीं होते, इस बात को ध्यान में रखकर भाषा और शब्दों का चयन किया जाना चाहिए।
12. रेडियो श्रव्य माध्यम है, अतः समाचार की प्रकृति ऐसी होनी चाहिए कि एक ही बार सुनने पर समझ आ जाए।
13. समाचार में तात्कालिकता होना अत्यावश्यक है। पुराना समाचार होने पर भी इसे अपडेट कर प्रसारित करना चाहिए।
14. समाचार लिखते समय व्याकरण और चिह्नों पर विशेष ध्यान देने की आवश्यकता होती है, ताकि समाचार वाचक आसानी से पढ़ सके।

समाचार संपादन के तत्त्व

संपादन की दृष्टि से किसी समाचार के तीन प्रमुख भाग होते हैं-

1. शीर्षक- किसी भी समाचार का शीर्षक उस समाचार की आत्मा होती है। शीर्षक के माध्यम से न केवल श्रोता किसी समाचार को पढ़ने के लिए प्रेरित होता है, अपितु शीर्षकों के द्वारा वह समाचार की विषय-वस्तु को भी समझ लेता है। शीर्षक का विस्तार समाचार के महत्व को दर्शाता है। एक अच्छे शीर्षक में निम्नांकित गुण पाए जाते हैं-

1. शीर्षक बोलता हुआ हो। उसके पढ़ने से समाचार की विषय-वस्तु का आभास हो जाए।
2. शीर्षक तीक्ष्ण एवं सुस्पष्ट हो। उसमें श्रोताओं को आकर्षित करने की क्षमता हो।
3. शीर्षक वर्तमान काल में लिखा गया हो। वर्तमान काल में लिखे गए शीर्षक घटना की ताजगी के धोतक होते हैं।

4. शीर्षक में यदि आवश्यकता हो तो सिंगल-इनवर्टेड कॉमा का प्रयोग करना चाहिए। डबल इनवर्टेड कॉमा अधिक स्थान घेरते हैं।
 5. अंग्रेजी अखबारों में लिखे जाने वाले शीर्षकों के पहले 'ए' 'एन', 'दी' आदि भाग का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए। यही नियम हिन्दी में लिखे शीर्षकों पर भी लागू होता है।
 6. शीर्षक को अधिक स्पष्टता और आकर्षण प्रदान करने के लिए सम्पादक या उप-सम्पादक का सामान्य ज्ञान ही अन्तिम टूल या निर्णायक है।
 7. शीर्षक में यदि किसी व्यक्ति के नाम का उल्लेख किया जाना आवश्यक हो तो उसे एक ही पंक्ति में लिखा जाए। नाम को तोड़कर दो पंक्तियों में लिखने से शीर्षक का सौन्दर्य समाप्त हो जाता है।
 8. शीर्षक कभी भी कर्मवाच्य में नहीं लिखा जाना चाहिए।
- 2. आमुख-** आमुख लिखते समय 'पाँच डब्ल्यू' तथा एक-एच के सिद्धान्त का पालन करना चाहिए। अर्थात् आमुख में समाचार से संबंधित छः प्रश्न-Who, When, Where, What और How का अंतर पाठक को मिल जाना चाहिए। किन्तु वर्तमान में इस सिद्धान्त का अक्षरणः पालन नहीं हो रहा है। आज छोटे-से-छोटे आमुख लिखने की प्रवृत्ति तेजी पकड़ रही है। फलस्वरूप इतने प्रश्नों का उत्तर एक छोटे आमुख में दे सकना सम्भव नहीं है। एक आदर्श आमुख में 20 से 25 शब्द होना चाहिए।

- 3. समाचार का ढाँचा-** समाचार के ढाँचे में महत्वपूर्ण तथ्यों को क्रमबद्ध रूप से प्रस्तुत करना चाहिए। सामान्यतः कम से कम 150 शब्दों तथा अधिकतम 400 शब्दों में लिखा जाना चाहिए। श्रोताओं को अधिक लम्बे समाचार आकर्षित नहीं करते हैं।

समाचार सम्पादन में समाचारों की निर्मांकित बातों का विशेष ध्यान रखना पड़ता है-

1. समाचार तथ्याधारित हो।
2. समाचार किसी कानून का उल्लंघन तो नहीं करता है।
3. समाचार नीति के अनुरूप हो।
4. समाचार को स्थान तथा उसके महत्व के अनुरूप विस्तार देना।
5. समाचार की भाषा पुष्ट एवं प्रभावी है या नहीं। यदि भाषा नहीं है तो उसे पुष्ट बनाएँ।
6. समाचार में आवश्यक सुधार करें अथवा उसको पुनर्लेखन के लिए वापस कर दें।

7. समाचार का स्वरूप सनसनीखेज न हो।
8. अनावश्यक अथवा अस्पष्ट शब्दों को समाचार से हटा दें।
9. ऐसे समाचारों को ड्राप कर दिया जाए, जिनमें न्यूज वैल्यू कम हो और उनका उद्देश्य किसी का प्रचार मात्र हो।
10. समाचार की भाषा सरल और सुव्योध हो।
11. समाचार की भाषा व्याकरण की दृष्टि से अशुद्ध न हो।
12. वाक्यों में आवश्यकतानुसार विराम, अर्द्धविराम आदि संकेतों का समुचित प्रयोग हो।
13. समाचार की भाषा में एकरूपता होना चाहिए।
14. समाचार के महत्व के अनुसार बुलेटिन में उसको स्थान प्रदान करना।

समाचार-सम्पादक की आवश्यकताएँ

एक अच्छे सम्पादक अथवा उप-सम्पादक के लिए आवश्यक होता है कि वह समाचार जगत में अपने ज्ञान-वृद्धि के लिए निम्नांकित पुस्तकों को अपने संग्रहालय में अवश्य रखें-

1. शब्दकोश।
2. भारतीय संविधान।
3. सामान्य ज्ञान की पुस्तकें।
4. एटलस।
5. प्रेस विधियाँ।
6. इनसाइक्लोपीडिया।
7. मन्त्रियों की सूची।
8. सांसदों एवं विधायकों की सूची।
9. प्रशासन व पुलिस अधिकारियों की सूची।
10. ज्वलन्त समस्याओं सम्बन्धी अभिलेख।
11. भारतीय दण्ड संहिता (आई.पी.सी.) पुस्तक।
12. दिवंगत नेताओं तथा अन्य महत्वपूर्ण व्यक्तियों से सम्बन्धित अभिलेख।
13. महत्वपूर्ण व्यक्तियों व अधिकारियों के नाम, पते व फोन नम्बर।
14. पत्रकारिता सम्बन्धी नई तकनीकी पुस्तकें।
15. उच्चारित शब्द।

समाचार के स्रोत

कभी भी कोई समाचार निश्चित समय या स्थान पर नहीं मिलते। समाचार संकलन के लिए संवाददाताओं को फील्ड में घूमना होता है। क्योंकि कहीं भी कोई ऐसी घटना घट सकती है, जो एक महत्वपूर्ण समाचार बन सकती है। समाचार प्राप्ति के कुछ महत्वपूर्ण श्रोता निम्न हैं-

1. समाचार समितियाँ- देश-विदेश में अनेक ऐसी समितियाँ हैं, जो विस्तृत क्षेत्रों के समाचारों को संकलित करके अपने सदस्य अखबारों और टी.वी. को प्रकाशन और प्रसारण के लिए प्रस्तुत करती हैं। मुख्य समितियों में पी.टी.आई. (भारत), यू.एन.आई. (भारत), ए.पी. (अमेरिका), ए.एफ.पी. (फ्रान्स), रॉयटर (ब्रिटेन)।

2. संवाददाता- टेलीविजन और समाचार-पत्रों में संवाददाताओं की नियुक्ति ही इसलिए होती है कि वह दिन भर की महत्वपूर्ण घटनाओं का संकलन करें और उन्हें समाचार का स्वरूप दें।

3. प्रेस विज्ञप्तियाँ- सरकारी विभाग, सार्वजनिक अथवा व्यक्तिगत प्रतिष्ठान तथा अन्य व्यक्ति या संगठन अपने से सम्बन्धित समाचार को सरल और स्पष्ट भाषा में लिखकर ब्यूरो आफिस में प्रसारण के लिए भिजवाते हैं। सरकारी विज्ञप्तियाँ चार प्रकार की होती हैं।

(अ) प्रेस कम्युनिकेशन- शासन के महत्वपूर्ण निर्णय प्रेस कम्युनिकेशन के माध्यम से समाचार-पत्रों को पहुँचाए जाते हैं। इनके सम्पादन की आवश्यकता नहीं होती है। इस रिलीज के बाएँ और सबसे नीचे कोने पर सम्बन्धित विभाग का नाम, स्थान और निर्गत करने की तिथि अंकित होती है। जबकि टी.वी. के लिए रिपोर्टर स्वयं जाता है।

(ब) प्रेस रिलीज-शासन के अपेक्षाकृत कम महत्वपूर्ण निर्णय प्रेस रिलीज के द्वारा समाचार-पत्र और टी.वी. चैनल के कार्यालयों को प्रकाशनार्थ भेजे जाते हैं।

(स) हैण्ड आउट- दिन-प्रतिदिन के विविध विषयों, मन्त्रालय के क्रिया-कलापों की सूचना हैण्ड-आउट के माध्यम से दी जाती है। यह प्रेस इन्फारमेशन ब्यूरो द्वारा प्रसारित किए जाते हैं।

(द) गैर-विभागीय हैण्ड आउट- मौखिक रूप से दी गई सूचनाओं को गैर-विभागीय हैण्ड आउट के माध्यम से प्रसारित किया जाता है।

4. सरकारी विभाग- पुलिस विभाग के अतिरिक्त अन्य सरकारी विभाग समाचारों के केन्द्र होते हैं। संवाददाता स्वयं जाकर खबरों का संकलन करते हैं अथवा यह विभाग अपनी उपलब्धियों को समय-समय पर प्रकाशन हेतु समाचार-पत्र और टी.वी. कार्यालयों को भेजते रहते हैं।

5. पुलिस विभाग- सूचना का सबसे बड़ा केन्द्र पुलिस विभाग का होता है। पूरे जिले में होने वाली सभी घटनाओं की जानकारी पुलिस विभाग की होती है, जिसे पुलिसकर्मी-प्रेस के प्रभारी संवाददाताओं को बताते हैं।

6. चिकित्सालय- शहर के स्वास्थ्य संबंधी समाचारों के लिए सरकारी चिकित्सालयों अथवा बड़े प्राइवेट अस्पतालों से महत्वपूर्ण सूचनाएँ प्राप्त होती हैं।

7. कॉरपोरेट आफिस- निजी क्षेत्र की कम्पनियों के आफिस अपनी कम्पनी से सम्बन्धित समाचारों को देने में दिलचस्पी रखते हैं। टेलीविजन में कई चैनल व्यापार पर आधारित हैं।

8. न्यायालय- जिला अदालतों के फैसले व उनके द्वारा व्यक्ति या संस्थाओं को दिए गए निर्देश समाचार के प्रमुख श्रोता हैं।

9. साक्षात्कार- विभागाध्यक्षों अथवा अन्य विशिष्ट व्यक्तियों के साक्षात्कार समाचार के महत्वपूर्ण अंग होते हैं।

10. समाचारों का फॉलो-अप या अनुवर्तन- महत्वपूर्ण घटनाओं की विस्तृत रिपोर्ट रुचिकर समाचार बनते हैं। दर्शक चाहते हैं कि बड़ी घटनाओं के सम्बन्ध में उन्हें सविस्तार जानकारी मिलती रहे। इसके लिए संवाददाताओं को घटनाओं की तह तक जाना पड़ता है।

11. पत्रकार वार्ता- सरकारी तथा गैर सरकारी संस्थान अक्सर अपनी उपलब्धियों को प्रकाशित करने के लिए पत्रकारवार्ता का आयोजन करते हैं। उनके द्वारा दिए गए वक्तव्य समृद्ध समाचारों को जन्म देते हैं।

उपर्युक्त श्रोतों के अतिरिक्त सभा, सम्मेलन, साहित्यिक व सांस्कृतिक कार्यक्रम, विधानसभा, संसद, मिल, कारखाने और वे सभी स्थल जहाँ सामाजिक जीवन की घटना मिलती है, समाचार के महत्वपूर्ण श्रोता होते हैं।

सम्पादन व सम्पादकीय विभाग

किसी भी समाचार पत्र-पत्रिका अथवा अन्य जनसंचार माध्यम का स्तर उसके सम्पादन व सम्पादकीय विभाग पर निर्भर करता है। सम्पादकीय विभाग जितना सक्रिय, योग्य व व्यावहारिक होगा, वह मीडिया उतना ही अधिक

प्रचलित व ख्याति प्राप्त होगा। इसलिए पत्रकारिता को समझने के लिए इस कार्य व विभाग की जानकारी होना अति आवश्यक है। किसी भी समाचार-पत्र या पत्रिका की प्रतिष्ठा, उसका नाम, उसकी छवि उसके सम्पादक के नाम के साथ बनती-बिंदूती है।

सम्पादक किसी अच्छी फिल्म को बनाने वाले उस निर्देशक की तरह होता है, जिसे हर बार एक अच्छा अखबार या पत्रिका बनानी होती है। इस काम में उसकी प्रतिभा और उसकी काबिलियत तो महत्त्व रखती ही है, उसकी टीम और उसके सहयोगियों की भूमिका भी उतनी ही महत्त्वपूर्ण होती है। इस सम्पादकीय टीम के साथ-साथ जो एक अन्य महत्त्वपूर्ण चीज होती है। वह है पत्र या पत्रिका का सम्पादकीय पृष्ठ। पत्रिकाओं में जहां सम्पादकीय पृष्ठ प्रारम्भ में होता है, वहाँ अखबारों में इसकी जगह बीच के पृष्ठों में कहाँ होती है।

कुल मिला कर सम्पादक, सम्पादकीय विभाग और सम्पादकीय पृष्ठ किसी भी पत्र-पत्रिका की सफलता और श्रेष्ठता के सूत्रधार होते हैं। समाचार पत्र-पत्रिकाओं के कार्यालयों में समाचार विभिन्न श्रोतों, जैसे—संवाददाताओं तथा एजेंसियों से प्राप्त होते हैं। कई बार विभिन्न सरकारी व गैर सरकारी संस्थानों, विभिन्न सामाजिक संगठनों और राजनीतिक दलों इत्यादि की ओर से भी प्रेस रिलीज़ दी जाती हैं। इन सबको समाचार कक्ष में ‘डेस्क’ पर एकत्र किया जाता है। सारी सामग्री अलग-अलग तरह की होती है। उप-सम्पादक इन सब प्राप्त समाचार-सामग्री की छंटनी, वर्गीकरण, आवश्यक सुधार करते हैं, साथ ही काटते-छांटते या विसृत करते हैं और उन्हें प्रकाशन योग्य बनाते हैं। यह पूरी प्रक्रिया ‘सम्पादन’ के अन्तर्गत आती है।

सम्पादकीय विभाग ‘समाचार पत्र का हृदय’ कहा जा सकता है। कुशल सम्पादन पत्र को जीवन्त और प्राणवान बना देता है। सम्पादकीय विभाग मुख्यतः समाचार, लेख, फीचर, कार्टून, स्तम्भ, सम्पादकीय एवं सम्पादकीय टिप्पणियों आदि सारे कार्यों से जुड़ा होता है। यह विभाग सम्पादक या प्रधान सम्पादक के नेतृत्व में कार्य करता है। इनकी सहायता के लिए कार्य करने वाले अनेक व्यक्ति होते हैं, जो सहायक सम्पादक, संयुक्त सम्पादक, समाचार सम्पादक, विशेष सम्पादक व उप सम्पादक इत्यादि होते हैं, जो समाचार संकलन से लेकर सम्पादन की विविध प्रक्रियाओं से विभिन्न स्तरों पर सम्बद्ध होते हैं।

किसी भी समाचार पत्र-पत्रिका में सम्पादन का कार्य एक चूनौतीपूर्ण कार्य है, जिसे पत्र-पत्रिका का सम्पादन मण्डल पूर्ण करता है। इस सम्पादन मण्डल

का मुखिया सम्पादक कहलाता है। पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित सभी सामग्री की उपयोगिता व महत्त्व के लिए सम्पादक ही जिम्मेदार होता है। सम्पादक मण्डल द्वारा पत्र में एक पृष्ठ पर नवीन व समसामयिक विचार, टिप्पणी, लेख एवं समीक्षाएं लिखी जाती हैं, जो राजनैतिक, सामाजिक, आर्थिक अथवा अन्य समसामयिक विषयों पर आधारित हो सकती है। इन टिप्पणियों को सम्पादकीय कहते हैं और जिस पृष्ठ पर पर यह लिखी जाती हैं, उसे सम्पादकीय पृष्ठ कहते हैं। किसी भी समाचार पत्र का यह सबसे महत्त्वपूर्ण पृष्ठ होता है।

हालांकि वर्तमान दौर में समाचार पत्रों में सम्पादक की भूमिका एक रचनाकार पत्रकार से बदलकर प्रबन्धक पत्रकार जैसी हो गयी है, मगर इसके बाद भी सम्पादक का महत्त्व खत्म नहीं हुआ है और आज भी किसी भी पत्रकार के लिए संपादक बनना एक सपने की तरह ही है। सम्पादन एवं सम्पादकीय किसी भी समाचार पत्र-पत्रिका के लिए महत्त्वपूर्ण शब्द हैं। सम्पादन का तात्पर्य किसी भी समाचार पत्र-पत्रिका के लिए समाचारों व लेखों का चयन, उनको क्रमबद्ध करना, सामग्री का प्रस्तुतिकरण निश्चित करना, संशोधित करना, उनकी भाषा, व्याकरण और शैली में सुधार एवं विश्लेषण करना और उन्हें पाठकों के लिए पठनीय बनाना है।

सम्पादन कार्य को सम्पादित करने हेतु सम्पादक के नेतृत्व में कार्य करने वाली टीम को सम्पादकीय मण्डल या सम्पादकीय विभाग कहा जाता है। सम्पादकीय विभाग के प्रत्येक सदस्य का कार्य महत्त्वपूर्ण एवं चुनौतीपूर्ण होता है। सम्पादकीय विभाग में एक स्टिंगर से लेकर पत्र के सम्पादक तक के अपने-अपने उत्तरदायित्व व योग्यतायें होती हैं, जिनका निर्वाह करते हुये वे एक समाचार पत्र-पत्रिका को पाठकों के बीच लोकप्रिय व पठनीय बनाकर प्रस्तुत करते हैं।

सम्पादन का अर्थ—‘सम्पादन’ का शाब्दिक अर्थ कार्य सम्पन्न करना है। किसी भी कार्य को वह अंतिम रूप देना, जिस रूप में उसे प्रस्तुत करना हो, यह ही सम्पादन कहलाता है। किसी भी समाचार पत्र-पत्रिका में समाचार श्रोतों से समाचार एकत्रित कर उसे पाठकों के लिए पठनीय बनाना ही सम्पादन है। किसी पुस्तक का विषय या सामयिक पत्र के लेख आदि अच्छी तरह देखकर, उनकी त्रुटियां आदि दूर करके और उनका ठीक क्रम लगा कर उन्हें प्रकाशन के योग्य बनाना भी संपादन है।

वास्तव में सम्पादन एक कला है, जिसमें समाचारों, लेखों व किसी समाचार पत्र-पत्रिका में प्रकाशित की जाने वाली सभी तरह की सामग्री का चयन, उसको क्रमबद्ध करना, सामग्री का प्रस्तुतिकरण निश्चित करना, उसे संशोधित करना, उसकी भाषा, व्याकरण और शैली में सुधार करना, विश्लेषण करना आदि सभी कार्य सम्मिलित हैं। पृष्ठों की साज-सज्जा करना, शुद्ध और आकर्षक मुद्रण कराने में सहयोग करना भी 'सम्पादन' का अंग है।

पत्रकारिता सन्दर्भ कोश में 'सम्पादन' का अर्थ इस प्रकार बताया गया है: "अभीष्ट मुद्रणीय सामग्री (समाचारों, लेखों एवं अन्य विविध रचनाओं आदि) का चयन, क्रम-निर्धारण, मुद्रणानुरूप संशोधन-परिमार्जन, साज-सज्जा तथा उसे प्रकाशन-योग्य बनाने के लिए अन्य अपेक्षित प्रक्रियाओं को सम्पन्न करना। आवश्यकता पड़ने पर मुद्रणीय सामग्री से सम्बन्धित प्रस्तावना, पृष्ठभूमि सम्बन्धी वक्तव्य अथवा अभीष्ट टिप्पणी आदि प्रस्तुत करना भी सम्पादन के अन्तर्गत आता है।"

जे.एडवर्ड मरे के अनुसार – "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 it- Every edition, every day. No art yields to less than maximum effort. The copy editor must be motivated by a fierce professional pride in the high quality of editing." 'सम्पादन' आसान काम नहीं है। यह अत्यन्त परिश्रम-साध्य एवं बौद्धिक कार्य है। इसमें मेधा, निपुणता और अभिप्रेरणा की आवश्यकता होती है। इसलिए सम्पादन कार्य करने वाले व्यक्ति को न केवल सावधानी रखनी होती है, बल्कि अपनी क्षमताओं, अभिरूचि तथा निपुणता का पूरा-पूरा उपयोग भी करना होता है। उसे अपने कार्य का पूरा ज्ञान ही नहीं होना चाहिए, बल्कि उसमें कार्य के प्रति एकनिष्ठ लगाव भी होना चाहिए।

समाचार-पत्र कार्यालय में विभिन्न श्रोतों से समाचार प्राप्त होते हैं। संवाददाता (रिपोर्टर), एजेंसियां व कई बार विभिन्न संस्थाओं, राजनीतिक दलों इत्यादि की ओर से प्रेस रिलीज प्रेषित किए जाते हैं। इन सबको समाचार-कक्ष में 'डेस्क' पर एकत्र किया जाता है। सारी सामग्री अलग-अलग तरह की होती है। उप-सम्पादक इन सब प्राप्त समाचार-सामग्री की छंटनी व वर्गीकरण करते हैं, तथा उनमें यथावश्यक उनमें सुधार करते हैं, काटते-छांटते या विस्तृत करते

हैं और उन्हें प्रकाशन योग्य बनाते हैं। यह पूरी प्रक्रिया 'सम्पादन' के अन्तर्गत आती है।

इस प्रक्रिया के अंतर्गत अनेक श्रोतों से प्राप्त समाचारों को संबंधित कर मिलाना, एक आदर्श समाचार-कथा (न्यूज़ स्टोरी) तैयार करना, आवश्यकता पड़ने पर उसका पुनर्लेखन करना इत्यादि बातें सम्मिलित हैं। सम्पादक केवल काट-छांट तक ही सीमित नहीं हैं, उसमें अनुवाद करना, समाचारों को एक तरह से अपने रंग में रंगना भी शामिल है। वैचारिक दृष्टि से, विशेष रूप से कई बार समाचार-पत्र की रीति-नीति के अनुसार सम्पादक के जरिए उनमें वैचारिक चमक भी पैदा की जाती है।

अतः सम्पादन पत्रकारिता में वह कला है, जो समाचार को पाठकों के लिए रूचिकर, मनोरंजक, तथ्यपूर्ण व ज्ञानवर्धक बनाकर परोसती है।

संपादन के सिद्धांत

पत्रकारिता कुछ सिद्धांतों पर चलती है। एक पत्राकार से अपेक्षा की जाती है कि वह समाचारसंकलन और लेखन के दौरान इनका पालन करेगा। आप कह सकते हैं कि ये पत्रकारिता के आदर्श या मूल्य भी हैं। इनका पालन करके ही एक पत्रकार और उसका समाचार संगठन अपने पाठकों का विश्वास जीत सकता है। किसी भी समाचार संगठन की सफलता उसकी विश्वसनीयता पर टिकी होती है। पत्रकारिता की साख बनाए रखने के लिए निम्नलिखित सिद्धांतों का पालन करना जरूरी है—

- तथ्यों की शुद्धता (एक्युरेसी)
- वस्तुपरकता (ऑब्जेक्टिविटी)
- निष्पक्षता (पेरफयरनेस)
- संतुलन (बैलेंस)
- श्रोता (सोर्सिंग-एट्रीब्यूशन)
- तथ्यों की शुद्धता या तथ्यपरकता (एक्युरेसी)

एक आदर्श रूप में मीडिया और पत्रकारिता यथार्थ या वास्तविकता का प्रतिबिंब है। इस तरह एक पत्रकार समाचार के रूप में यथार्थ को पेश करने की कोशिश करता है, लेकिन यह अपने आप में एक जटिल प्रक्रिया है। सच यह है कि मानव यथार्थ की नहीं, यथार्थ की छवियों की दुनिया में रहता है। किसी भीघटना के बारे में हमें जो भी जानकारियाँ प्राप्त होती हैं, उसी के अनुसार हम

उस यथार्थ की एक छवि अपने मस्तिष्क में बना लेते हैं और यही छवि हमारे लिए वास्तविक यथार्थ का काम करती है।

एक तरह से हम संचार माध्यमों द्वारा सृजित छवियों की दुनिया में रहते हैं। दरअसल, यथार्थ को उसकी संपूर्णता में प्रति बिबित करने के लिए आवश्यक है कि ऐसे तथ्यों का चयन किया जाए जो उसका संपूर्णता में प्रतिनिधित्व करते हैं, लेकिन समाचार में हम किसी भी यथार्थ को अत्यंत सीमित चयनित सूचनाओं और तथ्यों के माध्यम से ही व्यक्त करते हैं। इसलिए यह अत्यंतमहत्वपूर्ण हो जाता है कि किसी भी विषय के बारे में समाचार लिखते वक्त हम किन सूचनाओं और तथ्यों का चयन करते हैं और किन्हें छोड़ देते हैं। चुनौती यही है कि ये सूचनाएँ और तथ्य सबसे अहम हों और संपूर्ण घटना का प्रतिनिधित्व करते हों। तथ्य बिलकुल सटीक और सही होने चाहिए और उन्हें तोड़ा-मरोड़ा नहीं जाना चाहिए। जैसे छः अंधों और एक हाथी की कहानी को ही लों। वे तथ्य या सूचनाएँ जो हर अंधे ने हाथी को छूकर प्राप्त किए, अपने आप में सच थे। हाथी का कान पंखे जैसा होता है, लेकिन हाथी तो पंखे जैसा नहीं होता। इस तरह हम कह सकते हैं कि तथ्य अपने आप में तो सत्य होते हैं, लेकिन अगर किसी संदर्भमें उनका प्रयोग किया जा रहा हो तो उनका पूरे विषय के संदर्भ में प्रतिनिधित्वपूर्ण होना या कई तथ्यों को मिलाकर देखना आवश्यक है। उस स्थिति में तथ्य यथार्थ की सही तस्वीर प्रस्तुत करते हैं।

वस्तुपरकता (ऑब्जेक्टीविटी)

वस्तुपरकता को भी तथ्यपरकता से अँकना आवश्यक है। वस्तुपरकता और तथ्यपरकता के बीच काफी समानता भी है, लेकिन दोनों के बीच के अंतर को भी समझना ज़रूरी है। एक जैसे होते हुए भी ये दोनों अलग विचार हैं। तथ्य परकता का संबंध जहाँ अधिकाधिक तथ्यों से है वहीं वस्तु परकता का संबंध इस बात से है कि कोई व्यक्ति तथ्यों को कैसे देखता है? किसी विषय या मुद्दे के बारे में हमारे मस्तिष्क में पहले से बनी हुई छवियाँ समाचार मूल्यांकन की हमारी क्षमता को प्रभावित करती हैं और हम इस यथार्थ को उन छवियों के अनुरूप देखने का प्रयास करते हैं। हमारे मस्तिष्क में अनेक मौकों पर इस तरह की छवियाँ वास्तवि कभी हो सकती हैं और वास्तविकता से दूर भी हो सकती हैं। यह भी कहा जा सकता है कि वस्तुपरकता की अवधारणा का संबंध हमारे

सामाजिक-सांस्कृतिक, आर्थिक मूल्यों से अधिक है। हमें ये मूल्य हमारे सामाजिक माहौल से मिलते हैं।

बचपन से ही हम स्कूल में, घर में, सड़क पर चलते हर कदम, हर पल सूचनाएँ प्राप्त करते हैं और दुनिया भर के स्थानों, लोगों, संस्कृतियों आदि सैकड़ों विषयों के बारे में अपनी एक धारणा या छवि बना लेते हैं। वस्तुपरकता का तकाज़ा यही है कि एक पत्रकार समाचार के लिए तथ्यों का संकलन और उसे प्रस्तुत करते हुए अपने आकलन को अपनी धारणाओं या विचारों से प्रभावित न होने दे। वैसे यह सच है कि यह दुनिया हमेशा सतरंगी और विविध रहेगी। इसे देखने के दृष्टिकोण भी अनेक होंगे। इसलिए कोई भी समाचार सबके लिए एक साथ वस्तुपरक नहीं हो सकता। एक ही समाचार किसी के लिए वस्तुपरक हो सकता है और किसी के लिए पूर्वाग्रह से प्रभावित हो सकता है, लेकिन एक पत्रकार को जहाँ तक संभव हो, अपने लेखन में वस्तुपरकता का ध्यान ज़रूर रखना चाहिए।

निष्पक्षता (केयरनेस)

एक पत्रकार के लिए निष्पक्ष होना भी बहुत ज़रूरी है। उसकी निष्पक्षता से ही उसके समाचार संगठन की साख बनती है। यह साख तभी बनती है जब समाचार संगठन बिना किसी का पक्ष लिए सचाई सामने लाते हैं।

पत्रकारिता लोकतंत्र का चौथा स्तंभ है। इसकी राष्ट्रीय और सामाजिक जीवन में अहम भूमिका है, लेकिन निष्पक्षता का अर्थ तटस्थता नहीं है। इसलिए पत्रकारिता सही और गलत, अन्याय और न्याय जैसे मसलों के बीच तटस्थ नहीं हो सकती, बल्कि वह निष्पक्ष होते हुए भी सही और न्याय के साथ होती है। जब हम समाचारों में निष्पक्षता की बात करते हैं तो इसमें न्यायसंगत होने का तत्त्व अधिक अहम होता है। आज मीडिया एक बहुत बड़ी ताकत है। एक ही झटके में वह किसी की इच्छित पर बटटा लगाने की ताकत रखती है। इसलिए किसी के बारे में समाचार लिखते वक्त इस बात का विशेष ध्यान रखना चाहिए कि कहीं किसी को अनजाने में ही बिना सुनवाई के फाँसी पर तो नहीं लटकाया जा रहा है।

संतुलन (बैलेंस)

निष्पक्षता की अगली कड़ी संतुलन है। आमतौर पर मीडिया पर आरोप लगाया जाता है कि समाचार कवरेज संतुलित नहीं है, यानी वह किसी एक पक्ष

की ओर झुका है। आमतौर पर समाचार में संतुलन की आवश्यकता वहीं पड़ती है, जहाँ किसी घटना में अनेक पक्ष शामिल हों और उनका आपस में किसी न किसी रूप में टकराव हो। उस स्थिति में संतुलन का तकाज़ा यही है कि सभी संबंधों की बात समाचार में अपने-अपने समाचारीय वज़न के अनुसार स्थान पाए। समाचार में संतुलन का महत्व तब कहीं अधिक हो जाता है जब किसी पर किसी तरह के आरोपणगाए गए हों या इससे मिलती-जुलती कोई स्थिति हो। उस स्थिति में हर पक्ष की बात समाचार में आनी चाहिए अन्यथा यह एकतरफा चरित्र हनन का हथियार बन सकता है।

व्यक्तिगत किस्म के आरोपों में आरोपित व्यक्ति के पक्ष को भी स्थान मिलना चाहिए, लेकिन यह स्थिति तभी संभव हो सकती है जब आरोपित व्यक्ति सार्वजनिक जीवन में हो और आरोपों के पक्ष में पक्के सबूत नहीं हों या उनका सही साबित होना काफी संदिग्ध हो। लेकिन घोषित अपराधियों या गंभीर अपराध के आरोपियों को संतुलन के नाम पर सफाई देने का अवसर देने की ज़रूरत नहीं है। संतुलन के नाम पर समाचार मीडिया इस तरह के तत्त्वों का मंच नहीं बन सकता।

संतुलन का सिद्धांत अनेक सार्वजनिक मसलों पर व्यक्त किए जाने वाले विचारों और दृष्टिकोणों पर तकनीकी ढंग से लागू नहीं किया जाना चाहिए।

स्रोत

यहाँ श्रोता के संदर्भ में सबसे पहले यह स्पष्ट कर देना आवश्यक है कि किसी भी समाचार संगठन के श्रोता होते हैं और फिर उस समाचार संगठन का पत्रकार जब सूचनाएँ एकत्रित करता है तो उसके अपने भी श्रोता होते हैं। इस तरह किसी भी दैनिक समाचारपत्र के लिए पी.टी.आई. (भाषा), यू.एन.आई. (यूनीवार्टा) जैसी समाचार एजेंसियाँ और स्वयं अपने ही संवाददाताओं और रिपोर्टरों का तंत्र समाचारों का श्रोता होता है, लेकिन चाहे समाचार एजेंसी हो या समाचारपत्र, इनमें काम करने वाले पत्रकारों के भी अपने समाचार श्रोता होते हैं। यहाँ हम एक पत्रकार के समाचार के श्रोतों की चर्चा करेंगे।

समाचार की साख को बनाए रखने के लिए आवश्यक है कि इसमें शामिल की गई सूचनाया जानकारी का कोई श्रोता हो और वह श्रोता इस तरह की सूचना या जानकारी देने का अधिकार रखता हो और समर्थ हो। कुछ जानकारियाँ बहुत सामान्य होती हैं, जिनके श्रोतों का उल्लेख करना आवश्यक नहीं है, लेकिन जैसे

ही कोई सूचना 'सामान्य' होने के दायरे से बाहर निकलकर 'विशिष्ट' होती है उसके श्रोता का उल्लेख आवश्यक हो जाता है। श्रोता के बिना उसकी साख नहीं होगी। एक समाचार में समाहित सूचनाओं का श्रोता होना आवश्यक है और जिस सूचना का कोई श्रोता नहीं है, उसका श्रोता या तो पत्रकार स्वयं है या फिर यह एक सामान्य जानकारी है, जिसका श्रोता देने की आवश्यकता नहीं है। आमतौर पर पत्रकार स्वयं किसी सूचना का प्रारंभिक श्रोता नहीं होता।

वह किसी घटना के समय घटनास्थल पर उपस्थित नहीं होता। वह घटना के बाद घटना स्थल पर पहुँचता है, इसलिए यह सब कैसे हुआ, यह जानने के लिए उसे दूसरे श्रोतों पर निर्भर रहना पड़ता है। अगर एक पत्रकार स्वयं अपनी आँखों से पुलिस फायरिंग में या अन्य किसी भी तरह की हिंसा में मरने वाले दस लोगों के शव देखता है तो निश्चय ही वह खुद दस लोगों के मरने के समाचार का श्रोता हो सकता है, लेकिन उसे इसकी पुष्टि करने की कोशिश ज़रूर करनी चाहिए।

पत्रकारिता के अन्य आयाम

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

समाचार के अलावा विचार, टिप्पणी, संपादकीय, फोटो और कार्टून पत्रकारिता के अहम हिस्से हैं। समाचार पत्र में इनका विशेष स्थान और महत्व है। इनके बिना कोई समाचार पत्र स्वयं को संपूर्ण नहीं कह सकता। संपादकीय पृष्ठ को समाचार पत्र का सबसे महत्वपूर्ण पृष्ठ माना जाता है। इस पृष्ठ पर अखबार विभिन्न घटनाओं और समाचारों पर अपनी राय रखता है। इसे संपादकीय कहा जाता है। इसके अतिरिक्त विभिन्न विषयों के विशेषज्ञ महत्वपूर्ण मुद्दों पर अपने विचार लेख के रूप में प्रस्तुत करते हैं। आमतौर पर संपादक के नाम पत्र

भी इसी पृष्ठ पर प्रकाशित किए जाते हैं। वह घटनाओं पर आम लोगों की टिप्पणी होती है।

समाचारपत्र उसे महत्वपूर्ण मानते हैं। फोटो पत्रकारिता ने छपाई की टेक्नॉलॉजी विकसित होने के साथ ही समाचार पत्रों में अहम स्थान बना लिया है। कहा जाता है कि जो बात हजार शब्दों में लिखकर नहीं कही जा सकती, वह एक तस्वीर कह देती है। फोटो टिप्पणियों का असर व्यापक और सीधा होता है। टेलीविजन की बढ़ती लोकप्रियता के बाद समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में तस्वीरों के प्रकाशन पर जोर और बढ़ा है।

कार्टून कोना लगभग हर समाचार पत्र में होता है और उनके माध्यम से की गई सटीक टिप्पणियाँ पाठक को छूती हैं। एक तरह से कार्टून पहले पने पर प्रकाशित होने वाले हस्ताक्षरित संपादकीय हैं। इनकी चुटीली टिप्पणियाँ कई बार कड़े और धारदार संपादकीय से भी अधिक प्रभावी होती हैं। रेखांकन और कार्टोग्राफ समाचारों को न केवल रोचक बनाते हैं, बल्कि उन पर टिप्पणी भी करते हैं। क्रिकेट के स्कोर से लेकर सेंसेक्स के आँकड़ों तक—ग्राफ से पूरी बात एक नज़र में सामने आ जाती है। कार्टोग्राफी का उपयोग समाचार पत्रों के अलावा टेलीविजन में भी होता है।

समाचार पत्र का महत्व, उपयोगिता व लाभ

अगर हम समाचार पत्र के बारे में ऐसा कहें कि यह हमारे सुबह की पहली जरूरत है, तो यह गलत नहीं होगा। हममें से कुछ लोग तो ऐसे हैं, जिन्हें बिना समाचार पत्र पढ़े सुबह की चाय पीना भी पसंद नहीं करते। याद कीजिये दीपावली और होली का दूसरा दिन जब समाचार पत्र की अनुपस्थिति में हमारी सुबह सूनि-सूनि सी होती है। साल में यही दो-तीन दिन होते हैं, जब हमें सुबह समाचार पत्र प्राप्त नहीं होता, अन्यथा अन्य सभी दिन हर सुबह बहुत ही अनुशासित ढंग से हमें हमारा समाचार पत्र प्राप्त होता है। चाहे वह बारिश भरी रात हो या ठंड से भरी सुबह। हमें हमारा समाचार पत्र रोज की ताजा खबरों के साथ अपने घर की दहलीज पर मिल ही जाता है। अगर हम समाचार पत्रों का इतिहास जानने की कोशिश करें तो यह बहुत ही प्राचीन है, कहा जाता है कि इसकी शुरआत कोलकाता में हुई थी। पहले समाचार पत्र एक क्षेत्र विशेष तक ही सीमित था, परंतु नित नये आविष्कारों के चलते सूचना का आदान-प्रदान तुरंत संभव हो सका। साथ ही साथ छपाई कला में भी दक्षता आई। आज कल कई ऐसी मशीनें उपलब्ध हैं, जिसकी सहायता से चंद घंटों में हजारों की संख्या में

प्रतियाँ तैयार हो जाती हैं। इन सभी आविष्कारों के चलते समाचार पत्र एक क्षेत्र तक सीमित न रहकर देश-विदेशों तक पहुँच गया है।

आज हम घर बैठे दुनिया के हर देश हर कोने की जानकारी समाचार पत्र में पढ़ सकते हैं। आज कल पाठक की सुविधा का ध्यान रखते हुये हर भाषा में समाचार पत्र उपलब्ध है, जिसमें खेल-कूद, बिजनेस, राजनीति, शासन प्रशासन आदि कई सारी जानकारी इसमें पाठक को उपलब्ध कराई जाती है। आज कल कई समाचार पत्रों का प्रकाशन अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर भी होता है, जिससे देश-विदेश कि जानकारी मिलती है। समाचार पत्रों में कुछ पेज किसी क्षेत्र विशेष के भी होते हैं, जिसमें वहाँ की समस्याँ और जानकारी दोनों प्रकाशित की जाती है।

आज के समय में समाचार पत्र

आज के समय में समाचार पत्र केवल सुचनाओं को प्रदान करने का साधन मात्र नहीं रह गया है, अपितु इसमें हर वर्ग के लोगों को मान्यता प्रदान की गयी है। इसमें देश-विदेश की खबरों के साथ-साथ खेल, मनोरंजन, पढ़ाई, चृतपटी हर तरह की खबरे होती है। हँसी मजाक, साहित्य धर्म आदि से जुड़े लेख भी मौजूद हैं। सरकार पर आलोचनात्मक लेख हो या बड़े बिजनेस का पर्दा फाश सब कुछ हर समाचार पत्र में निःरता से प्रकाशित किया जाता है। बॉलीवुड हॉलीवुड की खबरों को भी विशेष मान्यता दी जाती है, कई समाचार पत्रों में इसके लिए एक पेज ही अलग होता है। आजकल युवाओं के लिए हर समाचार पत्र में अलग से जॉब पोर्टल होता है, जिसमें वे जॉब वेकेंसी के बारे में जानकारी प्राप्त कर सकते हैं।

कई के माध्यम से युवाओं को अपने कैरियर को लेकर मार्गदर्शन दिया जाता है। बच्चों की रुचि का ध्यान भी समाचार पत्रों द्वारा रखा जाता है, उनके लिए समाचार पत्रों में अलग से कॉलम होता है। कुछ समाचार पत्रों द्वारा अलग से पुस्तिकाओं का प्रकाशन किया जाता है, जिसमें बच्चों के लिए अलग-अलग एक्टिविटी होती है। कई समाचार पत्रों द्वारा तो बच्चों के लिए उपलब्ध इन पुस्तिकाओं के माध्यम से बहुत बड़े स्तर पर प्रतियोगिताओं का आयोजन किया जाता है, जिससे बच्चों की प्रतिभा भी सामने आती है। आजकल इन सब चीजों के साथ-साथ समाचार पत्र में विज्ञापन की भरमार भी होती है। चाहे किसी नए

प्रॉडक्ट का लॉच हो या शादी से संबंधित विज्ञापन हो या जॉब अलर्ट या सरकारी विज्ञापन आदि सभी समाचार पत्रों की कमाई का प्रमुख श्रोता है।

समाचार पत्रों की कमियाँ

वैसे तो समाचार पत्रों के कई लाभ हैं, परंतु हर वह चीज़, जो हमारे लिए उपयोगी है, उसकी कुछ कमियाँ भी होती है। ठीक इसी प्रकार हमारे समाचार पत्रों की भी कई कमियाँ हैं, जिन्हें हम यहाँ बता रहे हैं—

विज्ञापन की अधिकता — प्राचीन समय में समाचार पत्र केवल खबरों के प्रकाशन के लिए काम आते थे, परंतु आजकल समाचार पत्रों में लाभ कमाने के उद्देश्य से विज्ञापन की अधिकता हो गयी है। पाठक अपना समाचार पत्र खबरों को पढ़ने के उद्देश्य से खरीदते हैं और विज्ञापनों की भरमार के कारण उनके हाथ निराशा आती है।

समाचार पत्रों की भाषा में परिवर्तन — पूर्व में समाचार पत्रों की भाषा पूर्ण रूप से साहित्यिक होती थी, परंतु अब ऐसा नहीं है। आज के समय में भाषा बदल चुकी है। साहित्य से संबंध रखने वाले व्यक्ति आज भी चाहते हैं कि उनके लिए समाचार पत्रों द्वारा अच्छी शैली में कुछ विशेष सम्पादन किया जाये, जिससे आने वाली पीढ़ी को भी साहित्यिक शैली का ज्ञान हो।

प्रभावशाली व्यक्ति का प्रभाव — कई बार हम देखते हैं कि हमारे लोकल समाचार पत्रों में प्रभावशाली व्यक्ति का प्रभाव नजर आता है। कई बार किसी व्यक्ति विशेष से संबंधित खबरों को छुपाया जाता है, तो कई बार कुछ खबरों को बढ़ा-चढ़ा कर प्रस्तुत किया जाता है।

कुछ खबरों के प्रकाशन में विलंब — समाचार पत्रों का कार्य प्रणाली के अनुसार इसमें दिनभर की खबरों को एकत्रित किया जाता है, फिर इन खबरों रात में छपाई करके सुबह वितरित किया जाता है। कई बार ऐसा होता है कि छपाई की प्रक्रिया पूर्ण होने के कारण कुछ अहम खबरे प्रकाशित होने से वंचित रह जाती है और इनके प्रकाशन में विलंब होता है।

क्षेत्र विशेष की खबरों को प्रधानता — आज के समय में क्षेत्र विशेष में विज्ञापन की कमाई के लिए राष्ट्रीय अखबारों में राष्ट्रीय न्यूज को प्रधानता ना देकर उसमें लोकल न्यूज को ज्यादा प्रधानता मिलने लगी है।

समाचार पत्रों की उपयोगिता एवं लाभ

समाचार पत्र हमारी रोज़ की आदत के साथ-साथ हमारे लिए बेहद उपयोगी भी है, इसकी उपयोगिता अलग-अलग क्षेत्रों में अलग है। आईये हम इसकी कुछ उपयोगिता पर प्रकाश डालते हैं। आजादी का हथियार बना — जब अंग्रेजों का शासन था, तब जनता अंग्रेजों की प्रताड़णा से तंग आकर असहाय बनी हुई थी, न तो कोई उनकी सुन रहा था, न ही कोई उनके दुःखों को कम कर रहा था। ऐसे में उस समय के अखबारों में क्रांतिकारियों द्वारा दिये गए लेख लोगों में जोश का साधन बने और उनमें नयी स्फूर्ति भर दी।

देश-विदेश की जानकारी — कई ऐसे न्यूज़ चैनल हैं, जिनमें हर न्यूज़ को प्रसारित किया जाता है, परंतु फिर भी समाचार पत्रों की अपनी एक अलग पहचान है। रोज़ समाचार पत्र पढ़ना और उसमें देश-विदेश के समाचार प्राप्त करना, लोगों के जीवन का अहम हिस्सा है।

मनोरंजन का साधन — आजकल समाचार पत्रों में न्यूज़ के साथ-साथ मनोरंजन के लिए भी खास चीजें होती हैं। समाचार पत्रों में हॉलिवुड बॉलीवुड, कहाँनियाँ कई चीजें होती हैं, जो मनोरंजन के लिए खास हैं। आज के समय में कई अच्छे और बड़े अखबार मुख्य अखबार के साथ-साथ छोटी प्रतियाँ भी देते हैं, जो मनोरंजन का साधन बनती हैं।

खेल को अलग पहचान देना — हम घर बैठे, किस क्षेत्र में किसने क्या उपलब्ध हासिल की, तुरंत जान लेते हैं। कोई भी खेल चाहे वह क्रिकेट हो या टेनिस उससे जुड़ी हर खबर हमें तुरंत हासिल हो जाती है। यह खबरे हमें जानकारी देने के साथ-साथ खिलाड़ियों के मन में उत्साह भी भरती है। इन खबरों से खिलाड़ी तथा खेल दोनों को ही अलग पहचान मिलती है। बच्चों के लिए उपयोगी — समाचार पत्रों ने अपने बाल पाठकों पर ध्यान देना भी प्रारंभ कर दिया है। वे उनके लिए अलग पत्रिकाओं के साथ-साथ कई तरह की प्रतियोगितायें भी आयोजित करते हैं। जिससे उनके मनोरंजन के साथ-साथ उन्हें कई जानकारी भी मिलती है, साथ ही रीडिंग हेबिट्स भी बढ़ती है।

विज्ञापन के जरिये चिजों की जानकारी — समाचार पत्रों में प्रकाशित विज्ञापन के जरिये हम जॉब, वैवाहिकी जैसी कई जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। आजकल समाचार पत्रों में कोई भी नयी वस्तु चाहे वह मोबाइल हो या कार या

किंचिन से संबंधित कोई चीज उसका विज्ञापन हमें तुरंत देखने को मिलता है और हमें इन चिजों की तथा इनकी कीमत की जानकारी मिलती है।

सरकारी योजनाओं की जानकारी – कोई भी सरकारी योजना हो, चाहे उसमें कोई परिवर्तन किए गए हो या उसे नया लॉच किया गया हो, उसकी जानकारी हमें तुरंत समाचार पत्रों में उपलब्ध होती है, ताकि हम उसे जानकर उसका फायदा ले सकें।

11

आकाशवाणी द्वारा समाचार प्रसारण

भारत में रेडियो प्रसारण विधिवत् 23 जुलाई 1927 से शुरू हुआ, जब लार्ड इरविन ने इंडियन ब्राडकास्टिंग कंपनी के बंबई केंद्र का उद्घाटन किया। इससे पहले बहुत सी शौकिया रेडियो एसोसियेशनों ने भारत के विभिन्न स्थानों पर बहुत कम शक्ति वाले ट्रांसमीटर लगाकर प्रसारण के प्रयोग किए थे। 16 मई 1928 को मद्रास में पहला रेडियो क्लब खोला गया और 31 जुलाई से कार्यक्रम प्रसारित होने शुरू हो गए थे। इसके बाद 26 अगस्त को कलकत्ता केंद्र भी खुल गया।

उस समय भारत में कुल 1,000 रेडियो लाइसेंस थे। 1999 के अंत तक यह संख्या बढ़कर 6152 तक हो गई। 1932 के अंत में यह 8557 तक पहुँच गई। अप्रैल 1939 तक कुल संख्या 74,000 तक हो गई। सन् 1936 में दिल्ली, 1937 में पेशावर और लाहौर, 1938 में लखनऊ और मद्रास, 1939 में ढाका और त्रिचनापल्ली आदि नए केंद्र खुल गए। मार्च 1930 में इंडियन ब्राडकास्टिंग कंपनी दीवालिया हो गई थी, इसलिये प्रसारण का अधिकार सरकार ने अपने हाथ में ले लिया और आई. बी. सी. का नाम इंडिया ब्राडकास्टिंग सर्विस रख दिया गया। 1936 में इस संख्या का नाम हो गया - 'आल इंडिया रेडियो' जो कालांतर में आकाशवाणी के नाम से प्रसिद्ध हुआ।

भारत के स्वतंत्र होते ही राष्ट्रीय जीवन के अन्य पहलुओं के विकास के साथ रेडियो का भी महत्वपूर्ण विकास हुआ। पंचवर्षीय योजनाओं के अधीन

सांस्कृतिक क्षेत्रों के अनुरूप नए-नए प्रसारण केंद्रों की स्थापना हुई, ताकि प्रत्येक प्रदेश अपने अपने वैविध्यपूर्ण जीवन के सौंदर्य को प्रसारण द्वारा अभिव्यक्त कर सके, जिससे प्रत्येक प्रदेश की जनता को उन्नत बनाने के लिये उसके जीवन के नित्यप्रति के उपादनों की सहायता ली जा सके।

आज के इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के युग में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से सामान्य तात्पर्य टी.वी. चैनल ही हो गया है, लेकिन वास्तव में रेडियो भी इसका अभिन्न प्रकार है। सच तो यह है कि टी.वी. चैनलों का युग शुरू होने से पहले इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का मतलब रेडियो ही रहा। प्रासंगिकता रेडियो के बाद में भी बनी रही और अब भी खत्म नहीं हुई है। ऐसे में रेडियो समाचार में भी पत्रकारों के लिए अवसर और चुनौतियां लगातार बने हुए हैं। रेडियो समाचार प्रसारण में पत्रकारों के लिए मुख्य कार्य रिपोर्टिंग के अलावा, समाचार आलेखन, संपादन और वाचन का है। वास्तव में रिपोर्टिंग में भी समाचार लेखन का कार्य शामिल होता है, क्योंकि रेडियो के लिए समाचार अधिकतर लिखित रूप में ही भेजे जाते हैं। रेडियो न्यूज की प्रक्रिया समाचार संकलन, रिपोर्ट लेखन, संपादन एवं अनुवाद, बुलेटिन निर्माण, और समाचार वाचन।

समाचार संकलन का कार्य तो सामान्य रिपोर्टिंग का ही अंग है। फर्क इसमें यह होता है कि इसमें कैमरे या तस्वीरों की गुंजाइश नहीं होती। इस तरह से रेडियो समाचार टी.वी. समाचार की तुलना में ज्यादा तेज गति से श्रोताओं तक पहुँच सकते हैं। समाचार जुटाने में वही सारी सावधानियाँ बरतनी होती हैं, जो आमतौर पर पत्रकारों को पढ़ायी जाती हैं या जो वह अनुभव से सीखते हैं।

आज के दौर में यह समाचार सूचना का सबसे प्रसिद्ध व लोकप्रिय माध्यम है और रेडियो आकाशवाणी का एक प्रमुख आकर्षण है। आकाशवाणी का सम्पूर्ण स्वरूप ध्वनि पर निर्भर है। समाचार के क्षेत्र में वर्तमान संचार क्रान्ति ने काफी बदलाव ला दी है। संचार-क्रान्ति ने प्रारंभ में रेडियो उसके बाद टेलीविजन (दूरदर्शन) प्रचलन में आया, जो समाचार क्रांति हेतु ही नहीं बल्कि सांस्कृतिक क्रांति का भी नया चरण रखती प्रतीत होती है। संगणकों का पूरा-पूरा वर्चस्व संचार माध्यमों पर इण्टरनेट पत्रकारिता के द्वारा हुआ, जो संचार जगत को विज्ञान की नई देन है। आकाशवाणी तथा दूरदर्शन की अपनी विशिष्टता है एवं उनके द्वारा समाचार-सम्प्रेषण की अपनी तकनीक है। इस कारण उनके समाचार लेखन और सम्पादन की कला भी मुद्रण-माध्यम के समाचार-सम्पादन तथा लेखन से भिन्न है। टी.वी. समाचार चैनलों ने समाचार लेखन को एक नया स्वरूप प्रदान किया है।

उपग्रह और वर्तमान संचार तकनीक ने समाचार में दूरी तथा समय के अन्तर को पार कर दिया है, जिसका परिणाम है दूरदर्शन तथा केबल टेलीविजन। बीस फिसदी से ज्यादा अमेरिकी घर केबल न्यूज़ प्रणाली से जुड़े हुए हैं। उपग्रह संचार व्यवस्था के द्वारा भारत में भी इस प्रकार टेलीविजन और केबल न्यूज़ टेलीविजन कार्यक्रम प्रसारित किये जा रहे हैं। वीडियो टेप दृश्य और ध्वनि को हाथों में ले लेने का एक बहुत ही परिवर्तनशील अद्भुत माध्यम है। माइक्रोवेब सर्किट द्वारा तस्वीर तथा वर्णन प्रत्येक रूप से समाचार कक्ष में भेजना आजकल सम्भव हो गया है। आज तो समाचार कक्ष की काया ही पलट गई है। कापी गाइटिंग, सम्पादन, चयन, संवाद तथा उससे जुड़ी सभी प्रक्रियाएँ वीडियो स्क्रीनों और संगणकों द्वारा सम्पन्न होने लगी हैं। उपग्रहों द्वारा प्रेषित संवाद रात-दिन पृथ्वी की परिक्रमा कर रहे हैं, जिसे रेडियो द्वारा सुना जा सकता है तथा दूरदर्शन द्वारा देखा जा सकता है।

समाचार जगत में उपग्रहों के माध्यम से कई चमत्कार हुए हैं। इन्सेट बी की सहायता से मद्रास में बीच रात्रि में तैयार होने वाले अखबार 'द हिन्दू' को गुड़गाँव (हरियाणा) से प्रकाशित किया जाता है। दक्षिण भारत में उसका प्रकाशन कार्य सम्पन्न करने का चमत्कार अन्तरिक्ष के अनुसंधान में लगे उपग्रहों की सार्थकता की वजह से ही सम्पन्न हो पाया है। लम्बे-लम्बे लेख, समाचार और तत्काल अभिलेख पलक झपकते ही एक जगह से दूसरे स्थान पर पहुँच जाते हैं। इसके परिणामस्वरूप समाचार-पत्र अत्यन्त तीव्र गति से नये से नये समाचारों की जानकारी संसार के बुद्धिजीवियों को देते हैं। फोटो ट्रांसमीटर के माध्यम से एक देश में होने वाली प्रतिक्रिया का सीधा प्रसारण दूसरे देश में किया जाता है। सीधे प्रसारण का कार्य दूरदर्शन के साधन से किया जाता है। उपग्रह की मदद से ही समाचार-पत्रों के तैयार पृष्ठों की प्रतिच्छाया एक केन्द्र से दूसरे केन्द्र पर मुद्रण हेतु भेजी जाती है, जिससे समाचार-पत्रों की काया ही बदल गई है। यही कारण है कि वर्तमान विस्मयकारी संचार उपकरणों ने समाचार-संकलन, सम्पादन, मुद्रण, प्रतिशोधन, प्रकाशन और प्रसारण के क्षेत्र में अद्भुत क्रान्ति उत्पन्न कर दी है।

अखबारों के क्षेत्र में जो क्रान्तिकारी परिवर्तन हुए हैं, उनमें रेडियो (आकाशवाणी) और टेलीविजन (दूरदर्शन) की भूमिका भी अनदेखी नहीं की जा सकती। रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता इसी की देन है। समाचार और उनके सम्प्रेषण के मुख्य समाचार लेखन की सीढ़ी पर इन दोनों समाचार सम्प्रेषण साधनों

को चढ़ना पड़ता है। इस क्रम में पहले हम रेडियो (आकाशवाणी) समाचार लेखन की विशेषताओं पर चर्चा करेंगे।

रेडियो का उद्भव एवं विकास

विश्वभर के देशों के तकनीशियनों और वैज्ञानिकों द्वारा की गई अनेकानेक खोजों और आविष्कारों के फलस्वरूप बेतार टेलीग्राफी और तत्पश्चात् रेडियो प्रसारण (Radio Broadcasting) की शुरूआत हुई। बेतार टेलीग्राफी की जिसका एक मात्र उपयोग एक स्थान से दूसरे स्थान तक स्थान-दर-स्थान आबादी पर दूर समय सुविधा के रूप में थी, एक ब्रॉडकास्टिंग प्रणाली के रूप में विकसित होने में तथा आम जनता के सांस्कृतिक उन्नयन हेतु एक जन संचार का माध्यम बनने में दस वर्ष लगे। एक प्रकार के प्रौद्योगिकीय और सामाजिक उपयोग से दूसरे प्रकार के प्रौद्योगिकीय और सामाजिक उपयोग के रूप में यह बदलाव दो करणों से हुआ। पहला, विश्व युद्ध के फलस्वरूप बेतार टेलीग्राफी के औद्योगिकी करण को बढ़ावा मिला और दूसरा, संयुक्त राज्य अमेरिका में रेडियो ने एक संचार परिवेश निर्मित किया, जिसमें ऐमेच्योर रेडियो सरलतापूर्वक काम कर सकता था।

रेडियो ब्राडकास्टिंग के फलस्वरूप रिसीवरों के काफी अधिक मात्रा में उत्पादन की आवश्यकता हुई और इसके मार्केटिंग (विपणन) को भी वाणिज्यिक दृष्टि से लाभकारी बनाना आवश्यक हो गया। यह परिस्थिति प्रथम विश्वयुद्ध के दौरान सृजित हुई। इस दौरान रेडियो ब्रॉडकास्टिंग का सर्वाधिक उपयोग सैन्य सेवाओं में किया जाता था। विश्वयुद्ध की समाप्ति के बाद रेडियो को वाणिज्यिक आधार प्राप्त हुआ और इसे दूसरंचार, पत्रसंचार के उपकरणों को निर्मित करने वाले उद्योग और प्रेस के संयोजन से एक सामाजिक आयाम प्रदान किया गया। पहला रेडियो स्टेशन 1920 के दशक में चुनाव समाचारों क्रीड़ा जगत की खबरों और नाट्य कार्यक्रमों के विषय में जानकारी देने के लिए पिट्सबर्ग, न्यूयार्क और शिकागो से शुरू किया गया।

सन् 1923 के मध्य तक संयुक्त राज्य अमेरिका में लगभग 450 रेडियो स्टेशन काम करने लगे जो ऐमेच्योर के एक पूलरक परिस्परिक मध्यम से काम करते थे। इन स्टेशनों की बाद में ए टी एंड टी द्वारा आपस में संबंधित करके नेशनल ब्राडकास्टिंग कंपनी (एन बी सी) का गठन किया गया। इसके बाद कुछ स्वंत्रता स्टेशन भी आपस में जुड़े गए और कि दूसरा राष्ट्रीय नेटवर्क

बनाया, जिसे कोलंबिया ब्राडकास्टिंग स्स्टम (सी. बी. एम.) नाम दिया गया। आम जनता तक पहुँचने वाला नेटवर्क, पब्लिक ब्रॉडकास्टिंग सर्विस (पी बी एस) काफी बाद में स्थापित हुआ।

ब्रिटेन और यूरोप में ब्रॉडकास्टिंग को काफी अधिक महत्वपूर्ण माना गया और इसे निजी कंपनियों पर नहीं छोड़ा गया। पब्लिक ब्राडकास्टिंग सर्विस जिसे करके रूप में सहायता प्रदान की गई तथा साथ ही विज्ञापन आधारित वाणिज्यिक प्रसारण की व्यापक जन्मसर्थन हासिल किया। अतः यह वह समय था, जबकि संयुक्त राज्य अमेरिका के नेशनल बॉडकास्टिंग कंपनी स्थापित की गई। ब्रिटिश सरकार ने अपने देश में पहल करते हुए एक स्वायत्र संस्था के रूप में बी. बी. सी. की स्थापना की। अन्य यूरोपीय देशों ने भी सीधे सरकारी नियंत्रण में या स्वायत्तशासी निकायों के रूप में अपना राष्ट्रीय पब्लिक सर्विस नेटवर्क स्थापित किया। ब्रिटेन और फांस जैसी उपनिवेशी शक्तियों ने एशिया और अफ्रीका के देशों में स्थानीय जनता तक अपना शासन तंत्र पहुँचाने तथा अपने राजनीतिक और व्यापारिक हितों की रक्षा करने के लिए अपने ब्रॉडकास्टिंग सेन्टर खोले।

भारतीय प्रसारण की शुरूआती दौड़

भारत में ब्रॉडकास्टिंग की शुरूआत कलकत्ता (कोलकाता), बम्बई (Mumbai), मद्रास (चेन्नई) और चाहने में ऐमेच्चोर रेडियो क्लब द्वारा की गई, हालांकि इन क्लबों द्वारा यह कार्य आरंभ किए जाने से भी पहले देश में बम्बई अन्य अनेक शहरों में प्रयोगिक आधार पर अनेक रेडियो प्रसारण किए गए थे। दि टाइम्स ऑफ इंडिया के अनुसार, 20 अगस्त 1921 को एक भवन की छत से रेडियो प्रसारण किया गया। तथापि, प्रसारण के लिए पहला लाइसेंस 23 फरवरी, 1922 को दिया गया। संभवतः कलकत्ता का रेडियो क्लब पहला ऐमेच्चोर रेडियो क्लब था, जिसमें 23 नवंबर को प्रसारण आरंभ किया, जिसके बाद 16 मई 1924 को गठित मद्रास प्रेसीडेंसी रेडियो क्लब ने 31 जुलाई 1924 को अपना प्रसारण आरंभ किया। वित्तीय कठिनाइयों के कारण क्लब 1927 में परस्पर आमंत्रित हो गए और इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी लिमिटेड (आई. बी. सी.) नाम से एक निजी कंपनी गठित हुई। यूरोपीय ब्रॉडकास्टिंग कंपनियों में शुरूआती दिनों का उल्लेख निम्नलिखित शब्दों में किया है:-

“यूरोपीय ब्रॉडकास्टिंग की वित्तीय सफलता से उत्साहित होकर भारतीय व्यापारियों के एक समूह ने बहुत कम पूँजी लगाकर 1927 में एक कंपनी

गठित की तथा कलकत्ता और बम्बई में दो दुर्बल और छोटे स्टेशनों से शुरू किया। उसके बाद के तीन वर्षों में उनके श्रोताओं की संख्या लगभग 7000 हो गई, किंतु कंपनी का तब तक काफी धन व्यय हो चुका था, जिसके कारण कंपनी के परिसमापन का निर्णय से लिया गया। तब तत्कालीन भारत सरकार ने रेडियो विक्रेताओं के हित को ध्यान में रखते हुए इस कंपनी के ट्रान्समीटरों को खरीदने का निर्णय लिया। ऐसा करने के उपरांत सरकार ने मितव्यिता की दिशा में कार्य आरंभ किया। दिल्ली में केन्द्र सरकार के कार्यालय में वैसे योजनाकारों से ऐसी आशा बहुत कम थी कि वे संगीत, नाटक और ऐसी ही अंसगत महों पर सरकारी धन का व्यय रहेंगे, यह स्पष्ट दिखाई पड़ रहा था कि ऐसे सभी अनावश्यक व्यय से बचा जाए। अतः इन रेडियो स्टेशनों द्वारा प्रसारित कार्यक्रमों का स्तर पहले से भी गिर गया। भारतीय ब्रॉडकास्टिंग पर पूर्ण ग्रहण लग जाता, किंतु तभी बबीसी ने शॉर्ट वेव पर एक राजकीय कार्यक्रम शुरू किया। भारत में रहने वाले यूरोपीय लोगों में रेडियो सेट खरीदने के लिए होड़ लग गई। किन्तु तब भारत सरकार ने ब्रॉडकास्टिंग हेतु धन जुटाने के लिए प्रति रेडियो सेट पर 50% शुल्क लगा दिया, किंतु फिर भी 8000 अतिरिक्त रेडियो सेट खरीदे गए, जिससे सरकार के पास ब्राडकास्टिंग शीर्ष के अंतर्गत काफी धन इकट्ठा हो गया। तब विक्रेताओं ने मांग की कि ब्रॉडकास्टिंग के लिए जुटाए गए धन का उपयोग इसी क्षेत्र में सुधार लाने के लिए किया जाए। सरकार ने प्रस्ताव रखा कि दिल्ली में एक रेडियो स्टेशन खोला जाए और बी.बी.सी. द्वारा प्रसारित कार्यक्रमों से विशेष तरजीह दी जाए। किंतु चूंकि भारत में रहने वाले अधिकांश अंग्रेज बी.बी.सी. के कार्यक्रमों से सुनना पसंद करते थे और भारतीय विक्रेताओं के लिए इससे कोई अंतर नहीं था कि कौन क्या सुन रहा है, क्योंकि उनके रेडियो सेट बिक रहे थे। भारतीय ब्रॉडकास्टिंग अपनी ही राह पर बना रहा।

आकाशवाणी

सरकारी ब्रॉडकास्टिंग प्रणाली इंडिया स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस कहलाया, जिसका पहला नियंत्रक फिल्डेन था। यह एक रोचक तथ्य है कि ISBS की स्थापना उद्योग और श्रम विभाग के अधीन की गई। फिल्डेन ने उसका नाम ऑल इंडिया रेडियो रखा, जिसे स्वतंत्र भारत में आकाशवाणी नाम दिया गया। जून 1936 में किस प्रकार ISBS का नाम ऑफ इंडिया रेडियो कैसे पड़ा, यह

भी एक रोचक कथा है। फिल्डेन के अनुसार, मैंने कभी भी ISBS नाम पसंद नहीं किया, क्योंकि यह नाम मुझे अव्यवहारिक तो लगता ही था, इससे मुझे अफसरशाही की भी गंध आती थी। इस संबंध में काफी विचार-विमर्श के बाद जो अब हास्यास्पद प्रतीत हो सकता है, मैंने अंततः निर्णय लिया कि ऑलइंडिया रेडियो से न केवल 1935 के अधिनियम से कंपनीय बच जाएगी, बल्कि इसका AIR भी उच्चारण में काफी सरल है। मैं AIR को एक मोनोग्राम के रूप में भारत भर में जनता की आवाज बनाना चाहता था। किंतु जब मैरे द्वारा निर्णय से और ISBS का नाम बदलकर AIR रखने के बारे में फाइल चलाया तो मुझे जानकारी मिली कि सचिवालय में ऐसे किसी परिवर्तन का भारी विरोध किया जा रहा था। वे दूसरा नाम ISBS ही रखना चाहते थे और वे ISBS नाम ही पंसद करते थे।

मैंने महसूस किया कि मुझे एक असहज चाल अपनानी होगी। मुझे इसका अवसर भी मिल गया तथा वाइसराय द्वारा दिए गए एक रात्रिभोज के बाद मैंने लॉर्ड लिनलिथगो को एक कोने में ले जाकर सहज मन से कहा कि मैं एक गंभीर कठिनाई से घिर गया हूँ और इससे छुटकारा पाने के लिए मुझे उनके परामर्श की आवश्यकता है। वे ज्यादातर ऐसी किसी वार्ता को सकारात्मक रूप में लेते थे। मैंने कहा कि मुझे विश्वास है कि आप भी इस बात से अवश्य सहमत होंगे कि ISBS एक भद्रा नाम है।

कुछ देर ठहर कर उन्होंने बुद्धिमत्तापुर्वक अपने सिर को स्वीकारात्मक मुद्रा में हिलाया। उन्होंने कहा कि इसके उच्चारण में भी काफी कठिनाई है। मैंने कहा कि तब क्यों न दूसरा हम कोई अन्य नाम ढूँढ़े। उसी समय वायसराय और मेरी कुछ ही देर की वार्ता के फलस्वरूप वायसराय को ऑल इंडिया रेडियो नाम और उसका संक्षिप्ताक्षर IR दोनों ही बहुत पसंद आया और तब ISBS का नाम ऑल इंडिया रेडियो 'AIR* स्वीकार कर लिया।

स्वतंत्रता के बाद ए.आई.आर.

वस्तुतः आजादी की लड़ाई के दौरान ही भारतीय नेताओं को रेडियो की आवश्यकता महसूस होने लगी थी। उनकी इस ख्वाहिश की पूर्ति आजादी के उपरान्त हुई। देश में दिल्ली, बम्बई (मुम्बई), कलकत्ता (कोलकाता), मद्रास (चेन्नई), लखनऊ और तिरुभिपति में छः तथा मैसूर, त्रावणकोर, हैदराबाद और औरंगाबाद इन देशी रियासतों में चार कुलदान स्टेशन थे। मात्र 18 ट्रान्समीटरों और

250,000 स्वीकार सेवाओं से 325 मिलियन अधिक जनता तक रेडियो सेवाएं पहुँचाई जाती थीं। रेडियो को बढ़ावा देने के लिए तब बहुत कुछ करना था। देश में कुछ प्रायोगिक तौर पर स्थापित किए गए रेडियो स्टेशन ही थे तथा बहुत बड़ा क्षेत्र ऐसा था, जहाँ रेडियो सेवा से भी उपलब्ध ही नहीं थी।

कुछ ही वर्षों में 25 और रेडियों स्टेशन शुरू किए गए तथा शहरों व कस्बों में रेडियो सेटों की बिक्री में भी वृद्धि हुई, किन्तु इनका मूल्य ग्रामीण जनता द्वारा बहन की जा सकने वाली सीमा से काफी अधिक था। अक्टूबर 1957 में “विविध भारती” नाम से वाणिज्यिक चैनल भी शुरू किया गया, जिससे रेडियो के लोगों की रुचि और जनसंख्या के एक माध्यम के रूप में इसकी लोकप्रियता में और वृद्धि हुई। दस वर्ष बाद वाणिज्यिक कार्य विविध भारतीय का एक प्रमुख कार्य हो गया। 23 जुलाई, 1969 को नई दिल्ली स्टेशन द्वारा ‘युववाणी’ या ‘युवाओं की आवाज’ नाम से एक नया कार्यक्रम शुरू किया गया तथा बाद में अन्य शहरों में भी स्थानीय भाषा में इस कार्यक्रम की शुरूआत हुई।

अप्रैल 1976 में दूरदर्शन को ऑल इंडिया रेडियो (आकाशवाणी) से अलग कर दिया गया। इस प्रकार रेडियो को अपनी उड़ान स्वयं करने की स्वतंत्रता मिली और दूरदर्शन की एक निर्धन बहन बने रहने के अभिशाप से आकाशवाणी मुक्त हो गया। आकाशवाणी द्वारा एफ. एम. सेवा शुरू की गई। इसी शुरूआत पहले मद्रास रेडियो स्टेशन से किया गया और तब जातिंधर और देश के अन्य शहरों में भी यह सेवा शुरू की गई। 1 अप्रैल, 1914 को स्काई रेडियो चैनल की शुरूआत एक प्रमुख घटना थी, जिससे रेडियो के उपभोक्ता अपने एफ. एम. रिसीवरों पर उपग्रह माध्यम से 20 रेडियो चैनलों के कार्यक्रम सुन सकते थे। ऑल इंडिया रेडियो (आकाशवाणी) द्वारा देश में 19 केन्द्रों पर जहाँ एफ. एम. ट्रान्स मीटर उपलब्ध थे, रेडियो पेजिंग का आरंभ किया गया। किन्तु निजी पेजिंग कंपनियों की प्रतिस्पर्धा के कारण ‘ऑल इंडिया रेडियो’ का यह प्रयास बहुत अधिक सफल सिद्ध नहीं हुआ।

1990 के दशक के अंतिम वर्षों में ए. आई. आर. दशा

निरंतर प्रयास का प्रतिफल था कि 1990 के दशक के अंतिम वर्षों तक ऑल इंडिया रेडियो का नेटवर्क पूरे भारत में फैल गया। उस समय इसके 219 प्रसारण केन्द्र थे, जिसमें 35 विविध भारती/वाणिज्यिक केन्द्र, 73 स्थानीय रेडियो केन्द्र और 127 क्षेत्रीय स्टेशन थे। तब तक देश में 115 मिलियन

रेडियो/ट्रान्जिस्टर सेट थे, जिनमें से 65 मिलियन सेट मात्र ग्रामीण घरों में ही थे। ऑल इंडिया रेडियो विश्व का एक सबसे बड़ा रेडियो संगठन है, जिसमें 12,000 से भी अधिक व्यक्ति काम करते हैं। इसके राष्ट्रीय क्षेत्रीय और विदेश सेवा प्रयास द्वारा प्रतिदिन 300 से भी अधिक समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं। इसके अतिरिक्त, ऑल इंडिया, रेडियो के घरेलू सेवा कार्यक्रम 242 ट्रान्समीटरों की सहायता से देश के 90% से भी अधिक भौगोलिक क्षेत्र में 97% आबादी तक पहुँचाए जाते हैं और इस प्रकार देश के विविध सांस्कृतिक और भाषाई क्षेत्रों तक ऑल इंडिया रेडियो की पहुँच स्थापित हुई है।

ऑल इंडिया रेडियो को अपने समाचार मुख्य रूप में इसके भारत समर्थ में नियुक्त इसके 90 नियमित संवाददाताओं और विदेशों में नियुक्त संवाददाताओं 246 अंशकालिक संवाददाताओं तथा दो राष्ट्रीय समाचार एजेंसियों (पी.टी.आई. और यू.एन.आई.) हिन्दी समाचार एजेंसियों यूनिवार्टा और भाषा तथा ए.एम.आई (एशिया न्यूज इंटरनेशनल) से प्राप्त होते हैं। ऑल इंडिया रेडियो के मॉनीटरिंग यूनिट भी जो विश्व के अधिकांश प्रमुख प्रसारण संगठनों द्वारा प्रसारित समाचारों पर निगरानी रखते हैं, इसके समाचारों में अत्यधिक महत्वपूर्ण स्रोत हैं।

डिजिटल ऑडियो ब्रॉडकास्टिंग

विगत वर्षों से भारत में डिजिटल रेडियो के विकास पर ध्यान दिया जा रहा था। इसमें सफलता भी मिली है। (DAB) प्रौद्योगिकी यूरोका-147 नामक यूरोपीय परियोजना के फलस्वरूप विकसित हुई और इस प्रौद्योगिकी का प्रयोग करके प्रसारण बी.बी.सी. द्वारा 1995 में लंदन क्षेत्र में शुरू किया गया। इसमें ध्वनि को एनालोगस तरंगों के बजाए कंप्यूटर कोड में रूप में प्रसारित किया जाता है। (कम्पैक्ट डिस्क (CD) प्रौद्योगिकी के स्मान ही यह व्यक्तिकरण मुक्त ध्वनि उत्पन्न करता है। हालांकि मुख्य रूप से यह एक श्रव्य माध्यम है, किन्तु यह टेक्स्ट, डेटा फाईल, ग्राफिक्स, पिक्चर और मुविंग वीडियो जैसी मल्टीमीडिया सेवाएं भी प्रदान कर सकता है।

अतः (DAB) श्रोता संगीत सुनने के सथा-साथ अपने कंप्यूटर स्क्रीम पर संबंधित सूचना और तस्वीर भी देख सकते हैं। प्रौद्योगिकी के अन्य उपयोग भी हैं, इसका प्रयोग प्रर्यटक और यात्रा संबंधी सूचनाएं कंप्यूटर टर्मिनलों तक पहुँचाने, ट्रैफिक संबंधी सूचना को मल्टीमीडिया (DAB) रिसीवरों से युक्त वाहनों तक पहुँचाने तथा आँकड़ों को नोटबुक कंप्यूटरों और मोबाइल फोन तक प्रेषित करने

के लिए किया जाता है। म्युजिक हार्डबेयर निर्मित करने वाली बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ जैसे कि फिलिप्स, सेनी, पैनासेनिक और ग्रण्डडिक ने वर्ष 1997 के अंत तक (DAB) रिसीवरों के उत्पादन की घोषण की है।

एफ.एम. प्रसारण

एफ.एम. रेडियो की एक आधुनिक तकनीक है। इसका प्रसारण सर्वप्रथम 1977 में मद्रास रेडियो से हुआ। इसका दूसरा सबसे महत्वपूर्ण प्रसारण 1992 ई० में जालंधर रेडियो स्टेशन से हुआ। वर्ष 1993 में टाईम स्लॉट निजी कंपनियों को लीज पर आवंटित किया जाने लगा, जिसके बाद से एफ.एम. चैनल पॉप संगीत और युवा संस्कृति का पर्यायवाची बन गया।

15 अगस्त, 1993 को बम्बई में एक एफ.एम. चैनल शुरू किया गया, जिसने टाईम्स एफ.एम. रेडियो स्टार और रेडियो मिड्डे जैसी निजी प्रोड्यूसरों को नौ घंटे का रेडियो समय लीज पर आवंटित किया। ऑल इंडिया रेडियो प्रति घंटा 3000 रु० का शुल्क वसूलता है, जबकि निजी कंपनियाँ विज्ञापन दाता कंपनियों से दस सेकंड के वाणिज्यिक विज्ञापन के लिए 250-300 रु० वासूली है। अधिकांश शहरों में एफ.एफ. कार्यक्रम शहरी अंग्रेजी भाषा-भाषी युवाओं को ध्यान में रखकर प्रसारित किए जाते हैं तथा उनमें पॉप संगीत की प्रमुखता होती है। एफ.एम. कार्यक्रमों में प्रायोजित हिट संगीतों के अतिरिक्त सीधी-परिचर्चा में समाचार बुलेटिन, प्रतियोगिताएं, क्विज और नाटक कार्यक्रमों के दौरान श्रोताओं से फोन पर वार्ता, उनके पत्रों का वाचन कार्यक्रम आदि आयोजित करके स्रोताओं को आकर्षित किया जाता है।

स्वाभाविक है कि लीज्ड स्लॉटों के लिए विज्ञापन काफी जोर-शोर से किया जाता है। एफ.एम. प्रसारण के और अधिक विकास के मार्ग में प्रमुख अवरोध एफ.एम. रेडियो सेटों की कम प्रतिशतता, ऑल इंडिया रेडियो, रेडियो में प्राधिकारियों का सरकारी नियंत्रण कम करने पर सहमत न होना तथा निजी ब्रांडकास्टरों (जिनमें से दो दि टाईम्स ऑफ इंडिया और मिड्डे प्रमुख समाचार पत्रों का प्रकाशन भी करते हैं) या अपना एकाधिकार बनाए रखने के लिए प्रयत्नशील रहता है। उन्होंने ऑल इंडिया रेडियो द्वारा दर बढ़ाए जाने के प्रयास का विरोध किया है तथा 25% से अधिक विदेशी वाली भारतीय कंपनियों द्वारा एफ.एम. चैनलों पर टाईम स्पॉट के लिए बोली लगाने का विरोध किया है।

एफ. एम. रेडियो तकनीक रेडियो के चरित्र को विस्तार किया है। अब एफ. एम. का प्रसारण बहुत से रेडियो स्टेशनों से स्थानबद्ध तरीकों के रूप में हो रहा है। उदाहरण के लिए न्यूयार्क में 82 रेडियो केन्द्र हैं, तथा लंदन में 42, मनीला में 35, जकार्ता में 29 रेडियो स्टेशन हैं, जबकि नई दिल्ली में मात्रा 8 रेडियो स्टेशन है। तीन अन्य एफ. एम. चैनलों जिनमें 98.3 एफ. एम., 93.5 एफ. एम. शमिल है, को शुरू करने से विशेषकर दिल्ली के श्रोताओं के मनोरंजन और सांस्कृतिक उन्नयन के क्षेत्रों में व्यापक परिवर्तन आया है। एफ. एम. रेडियो का ट्रान्समीशन बैंड 80 से 108 मेबाहर्टज के बीच है। तथापि, उसमें से एक बृहत् बैंडविड्य सरकार द्वारा अपने उपयोग के लिए सुरक्षित रखा गया है। 13 आवृत्तियाँ देश के विभिन्न शहरों में विविध भाषाओं के प्रसारण के लिए उपलब्ध हैं, जिन पर शहरों/क्षेत्रों के रेडियो स्टेशन अपने कार्यक्रम प्रसारित करते हैं। आॅल इंडिया रेडियो एफ. एम. प्रसारण को देश के अधिकाधिक शहरों में पहुँचाने का प्रयास कर रहा है।

आॅल इंडिया रेडियो की सेवाएं

आॅल इंडिया रेडियों द्वारा दी जाने वाली प्रमुख सेवाएं निम्न प्रकार हैं—

स्थानीय सेवा

अब विभिन्न क्षेत्रों में स्थानीय रेडियो का विकास भी विगत् कुछ वर्षों से हो रहा है। यह मुश्किल से कुछ गत वर्षों से शुरू हुआ है। वर्गीज समिति ने शिक्षा और विकास के लिए स्थानीय रेडियो में नेटवर्क में विस्तार के लिए फ्रैन्चाइजी प्रणाली शुरू करने की सिफारिश की थी। सातवीं पंचवर्षीय योजना अवधि (1982-87) के दौरान एफ. एम. रेडियो प्रौद्योगिकी का इस्तेमाल करके स्थानीय/सामुदायिक रेडियो-तंत्र स्थापित करने पर चर्चा की गई थी और उसे स्वीकार भी कर लिया गया था। प्रस्ताव रखा गया कि देश के कुल 500 जिलों में से 73 जिलों में 1992 तक स्थानीय प्रसारण केन्द्र खोले जाएँ। प्रत्येक स्थानीय रेडियो केन्द्र लगभग 100 किलोमीटर के दायरे में अपनी सेवा प्रदान करे और देशी लोक संगति, नाट्य आदि कार्यक्रमों पर विशेष बल दिया जाए तथा इन कार्यक्रमों में स्थानीय लोगों की भागीदारी सुनिश्चित की जाए। किन्तु वाणिज्यिक प्रसारकों द्वारा एफ. एम. चैनलों को शुरू करने में यह प्रस्ताव खटाई में पड़ गया।

एफ. एम. सुविधा युक्त स्थानीय/समुदायिक रेडियो कार्यक्रमों की शुरूआत सर्वप्रथम नागररोड़ल (तमिलनाडु) में भी गई। यह कार्यक्रम 30 अक्टूबर 1984 को शुभारंभ किया गया। अहमदाबाद में हुई एक कार्यशाला में एक दस्तावेज प्रस्तुत करते हुए नागररोड़ल के केन्द्र निदेशक ने कहा “स्थानीय रेडियो को स्थानीय जनता की रुचि को विशेष रूप से ध्यान में रखना चाहिए और प्रत्येक कार्यक्रम स्थानीय जनता के मन के तार को अंकृत करने वाला होना चाहिए। इस प्रकार का अन्य प्रयोग बंगलौर और हैदराबाद के ग्रामीण क्षेत्रों में भी किया गया।”

अनेक गैर सरकारी संगठनों ने भी अपने विकास कार्यक्रमों को लोगों तक पहुँचाने के लिए स्थानीय रेडियो का इस्तेमाल किया है। उदाहरण के लिए चेतना (कोलकाता) और रविभारती (पटना) नामक गैर सरकारी संगठनों ने स्थानीय प्रतिभाओं को शामिल करके वयस्क शिक्षा से संबंधित अपने कार्यक्रमों को जन-जन तक पहुँचाने के लिए स्थानीय रेडियो का उपयोग किया है। यूनेस्को का संचार प्रमाण भारत और दुनिया के अन्य देशों में ऐसे प्रयास का सक्रिय समर्थन करता है। समुदायिक रेडियो संभवतः दक्षिण अमेरिका में सर्वाधिक सफल हुआ है, जहाँ धार्मिक और समाजिक कार्यदल समाज के निचले स्तर पर विकास को बढ़ावा देने के लिए स्थानीय समुदायों को शामिल करके कम लागत वाले रेडियो स्टेशनों का प्रयोग करते हैं।

हल्के-फुल्के मनोरंजन के क्षेत्र में देश की जनता की सेवा करने के लिए 2 अक्टूबर, 1957 की विविध भातीय भी शुरूआत की गई, जिनका उद्देश्य रेडियो सिलोम के साथ प्रतिस्पर्धा करना था, जिसने भारत में शक्तिशाली शॉर्ट वेब ट्रान्समीटरों पर भारत में वाणिज्यिक सेवा प्रसारित करना आरंभ कर दिया था। इससे पूर्व ऑल इंडिया रेडियो अपने कार्यक्रमों में फिल्मी संगीतों को प्रासारित करने पर रोक लगा दी थी, क्योंकि डॉ. बी.वी. केशर (जो क्लासिकल संगीत के प्रसिद्ध विद्वान थे) मानना था कि फिल्मी संगीत सस्ता और फिल्म मनोरंजन है।

इस वेब पर 1967 में वाणिज्यिक कार्यक्रमों की शुरूआत की गई और मई 1970 से प्रायोजित कार्यक्रम प्रसारित किए जाने लगे। वर्ष 1986 तक वाणिज्यिक कार्यक्रमों से ऑल इंडिया रेडियो की राजस्व प्राप्ति लगभग 200 मिलियन प्रति वर्ष हो गई। वर्ष 1989 में यह राजस्व अर्जन बढ़कर 360 मिलियन हो गया। 1990 के दशक के दौरान राजस्व प्राप्ति 370 मिलियन प्रतिवर्ष तक पहुँच गई।

शुरूआती दौर में प्रतिदिन कुल पाँच घंटे का कार्यक्रम हुआ करता था। इसमें आधा से अधिक भाग में फिल्मी संगीत का प्रसारण शुरू हुआ। शेष समय के दौरान क्लासिकल संगीत, लघु नाटिकाएं, लघु कथाएं और कविता पाठ आदि को दिया गया। वर्ष 2004 के आरंभ में प्रतिदिन 15 घंटे 15 मिट्टन तक ऑल इंडिया रेडियो अपने कार्यक्रम प्रसारित करता था। इसमें रविवार, छुटियों के दिन तथा विभिन्न अवसरों और त्योहारों के दौरान किए गए कार्यक्रम शामिल नहीं थे। (स्रोत : ऑल इंडिया रेडियो सूचना बुलेटिन)। अधिकांश कार्यक्रम मुंबई में तैयार किए जाते हैं। इनमें अपराध पर तैयार किए गए स्थानीय रेडियो केन्द्रों द्वारा तैयार किए गए। कार्य क्रम शामिल नहीं है। विविध भारतीय पर फिल्म संगीत का अनुपात 60% ही रखा गया है, जबकि क्लासिकल और हल्के क्लासिकल संगीत, लोक संगीत और क्षेत्रीय संगीत के लिए म्यूजिकल ट्रान्समीशन समय का 20% तय किया गया है। चैनल द्वारा समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं और कुछ समय बोलचाल के शब्दों पर चर्चा के लिए भी निर्धारित किया गया है।

यह सेवा जहाँ ट्रान्समीटर लगा है, उस शहर के भीतर और शहर के अलग पास के क्षेत्रों में मात्र मीडियम वेब पर सुनी जा सकती है और दूर दराज के ग्रामीण क्षेत्रों में मात्र शॉर्ट वेब पर ही यह सेवा प्राप्त की जा सकती है। मुंबई और चेन्नई में कार्यक्रम दो शॉर्ट वेब ट्रान्समीटरों और लो पावर वेब ट्रान्समीटरों पर प्रसारित किए जाते हैं। ऑल इंडिया रेडियो के पास विविध भारती के लिए ट्रान्समीटरों का कोई नेटवर्क नहीं है।

इस चैनल की लोकप्रियता (जिसमें श्रोताओं की संख्या 250 मिलियन से भी अधिक है) उतनी अधिक कि ऑल इंडिया रेडियो और इसके अनेक क्षेत्रीय केन्द्रों द्वारा प्रसारित कार्यक्रमों की अनदेखी करने लगे हैं। अतः एक समीक्षक का मानना है कि विविध भारती को एक स्वतंत्र सेवा के रूप में विकसित किया जाना चाहिए, ताकि यह अपने समाचार, संगीत, खेल संबंधी कार्यक्रमों आदि को स्वयं तैयार करे तथा आकाशवाणी राष्ट्रीय और क्षेत्रीय सेवा से दूर रहे। श्रोताओं के लिए एक वास्तविक विकास के रूप में उभर सके। वर्गीकृत समिति का मानना है कि विविध भारती के कार्यक्रम काफी रोचक होते हैं, किन्तु यह विविध कार्यक्रम प्रस्तुत करने में विफल हो रहा है और मात्र फिल्मों से जुड़े कार्यक्रमों पर ही बल दे रहा है।

राष्ट्रीय सेवा

भारत में रेडियो द्वारा राष्ट्रीय सेवा की शुरूआत द्वितीय विश्वयुद्ध के दौरान हुई, यद्यपि उस समय दिल्ली से रेडियो पर समाचार-बुलेटिन का प्रसारण हुआ करता था। समाचार सेवा प्रसारित समाचारों, समाचार-फिल्मों स्पॉट लाइट टिप्पणी और ताजे घटनाक्रमों पर आधारित कार्यक्रम तैयार करता है और उनकी प्रस्तुति करता है। किन्तु संगीत, नाटक, फीचर और वार्ताओं से संबंधित राष्ट्रीय कार्यक्रमों की योजना महानिदेशक स्तर पर मंजूर की जाती है, जिन्हें क्षेत्रीय केन्द्रों द्वारा तैयार किया जाता है। ऑल इंडिया रेडियो की वाणिज्यिक राजस्व प्राप्ति में वृद्धि करने के लिए अप्रैल 1982 से प्राथमिक चैनलों पर और 28 जनवरी, 1985 से 55 जूनियर स्टेशनों से वाणिज्यिक प्रसारण की अनुमति दी गई।

क्षेत्रीय सेवाएं

अलग-अलग क्षेत्रों में अलग-अलग सांस्कृतिक समुदाय के लिए अलग-अलग भाषा में रेडियो सेवाएं प्रसारित की जाती हैं। प्रत्येक राज्य और संघ राज्य क्षेत्र का क्षेत्रीय केन्द्र अपने यहाँ रह रहे लोगों और समूहों तक उनकी भाषाई जरूरत के अनुसार रेडियो कार्यक्रम पहुँचाता है। दिल्ली से रिले किए गए राष्ट्रीय समाचारों तथा वार्ता और संगीत राष्ट्रीय कार्यक्रमों के अलावा या क्षेत्रीय केन्द्र किसानों, श्रमिकों, बच्चों, महिलाओं, युवाओं को लक्षित करके विभिन्न कार्यक्रम तैयार करते हैं और प्रसारित करते हैं।

राष्ट्रीय सेवा के कार्यक्रम शॉर्टवेब ट्रान्समीटरों पर प्रासारित किए जाते हैं, जिससे क्षेत्रीय केन्द्रों के लिए उन्हें रिले करना संभव होता है। मार्च 1995 में ऑल इंडिया रेडियो के 105 क्षेत्रीय स्टेशन थे एवं प्रत्येक राज्य में औसतन चार से पाँच रेडियो स्टेशन थे। जहाँ मध्य प्रदेश में लगभग 11 रेडियो स्टेशन थे, वहीं उत्तर प्रदेश में 10, आंध्र प्रदेश, राजस्थान, कर्नाटक और महाराष्ट्र में आठ-आठ रेडियो स्टेशन थे। पूर्वोत्तर के सात राज्यों में से अरुणाचल प्रदेश में चार रेडियो स्टेशन थे (इंटानगर, पानीघाट, तवांग और तेजू), असम में तीन रेडियो स्टेशन थे (डिब्रूगढ़, गुवाहाटी और सिल्चर) तथा मेघालय (शिलांग और तुरा) और मिजोरम आइज़ॉल और लुगीह) में दो-दो रेडियो स्टेशन तथा नागालैंड (कोहिमा) (इम्फाल) और त्रिपुरा में एक-एक रेडियो स्टेशन काम कर रहे थे।

विदेश सेवा

वर्तमान में रेडियो कार्यक्रमों को विदेश में पहुँचाना भी संभव हो गया है। शॉट वेब और लॉग वेब प्रसारणों ने इस दिशा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाए हैं। इसलिए आज रेडियो दो राष्ट्रों के बीच कूटनीति का भी एक महत्वपूर्ण उपकरण बनता जा रहा है। रेडियो मॉस्कों, रेडियो, पेकिंग, बी.बी.सी., दि वी ओए, रेडियो उत्तरस्थ वेल, श्रीलंका ब्रॉडकास्टिंग रॉर्चोरेशन, रेडियो नीदरलैंड्स, रेडियो वेटिन, साउथ अफ्रीन ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशन, दि ऑस्ट्रैलियन ब्रॉडकास्टिंग कार्पोरेशन और अन्य अनेक राष्ट्रीय ब्रॉडकास्टिंग नेटवर्क अपने देश की सीमाओं से बाहर चौबीसों घंटे अपने कार्यक्रम प्रसारित करते रहते हैं। इन रेडियो केन्द्रों पर टेलीविजन विचार भी इस परंपरा का निर्वाह कर रहा है।

वर्ष 1939 में ऑल इंडिया रेडियो के विदेश प्रमाण की शुरूआत हुई, जबकि इसमें पुत्तु में अपना प्रसारण किया। वर्तमान में यह प्रमाण 155 देशों में 25 भाषाओं अपने प्रसारण कर रहा है, जिनमें 17 विदेशी और शेष भारतीय भाषाओं के प्रसारण है। ऐसे संवेदनशील क्षेत्रों में चौबीसों घंटे समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं, जहाँ भारतीय मूल के लोग बसे हैं और जिन्हें भारत के दृष्टिकोण से अवगत करना आवश्यक समझा जाता है। समाचार बुलेटिनों को प्रसारित करने का मुख्य उद्देश्य “विश्व मामलों पर भारतीय दृष्टिकोण उजागर करना और विदेशों में रह रहे श्रोताओं को भारत में घट रही घटनाओं से अवगत करना तथा भारतीय जीवन, चिंतन और संस्कृति के विविध आयामों से उन्हें परिचित कराना है।”

अंतर्राष्ट्रीय प्रसारण पर यूनेस्को की एक रिपोर्ट में ऐसा ही दृष्टिकोण अपनाते हुए यह कहा गया है कि अंतर्राष्ट्रीय प्रयास के आदर्श उद्देश्य हैं—

- (i) प्रसारणकर्ता देश की सुंदरतम संस्कृति और अवधारणा को प्रस्तुत करना,
- (ii) विश्व घटनाक्रमों को सकारात्मक उद्देश्य के साथ प्रस्तुत करना,
- (iii) विश्व की कठिपय प्रमुख समस्याओं पर प्रसारण देश का दृष्टिकोण व्यक्त करना तथा अंतर्राष्ट्रीय सौहार्द को बढ़ावा देना। इस संबंध में उत्कर्ष की स्थिति 1975 में जापान में देखी गई एवं बाद में यूरोप और संयुक्त राज्य अमेरिका में भी तदनुरूप स्थिति का सूत्रपात हुआ।

विश्व भर में 80 से भी अधिक देशों द्वारा 148 भाषाओं में और 4,450 शॉट वेब फ्रीक्वेन्सियों पर विश्व के लोगों का ध्यान आकर्षित करने का प्रयास

जा रहा है। ऐसे में भारत के लिए अपनी बात विश्व में जन-जन तक पहुँचाने का अवसर बहुत कम है। ऑल इंडिया रेडियो को उसके विश्वभर में रह रहे, श्रोताओं से फीडबैक प्राप्त होता है। उसके प्रमुख लक्षित क्षेत्रों में पाकिस्तान, बांग्लादेश, अफगानिस्तान, अरब और पश्चिमी यूरोप के देश हैं।

यदि ऑल इंडिया रेडियो की विदेश सेवा और समान्य विदेश सेवा कोई विशेष प्रभाव उत्पन्न नहीं कर सकी है तो उसमें दो भारत में और भारतीय मामलों में रुचि रखने वाले विदेशों में रह रहे श्रोताओं की नहीं है, बल्कि इसमें दोष हमारे कार्यक्रमों की निम्न गुणवत्ता का और निम्न कोटि ट्रान्समीटरों का है। वर्गीकृत समिति की रिपोर्ट में इस संबंध रेडियो की विदेश सेवा का प्रसारण बहुत बड़े क्षेत्र में बिल्कुल अस्पष्ट सुनाई देता है और लोगों के समक्ष इसकी तस्वीर एक अनियोजित निम्न कोटि की सेवा के रूप में पहुँचती है, जो अपने संसाधनों का व्यर्थ उपयोग कर रही है, जिसके कर्मचारी हतोत्सहित हैं और श्रोता असंतुष्ट हैं—चाहे वे विदेशों में रह रहे भारतीय विदेशी श्रोता हैं, जिन तक हम अपने प्रसारण पहुँचाना चाहते हैं।

आकाशवाणी (रेडियो) समाचार-लेखन की प्रक्रिया

रेडियो अपनी प्रकृति में मुद्रण और श्रव्य-दृश्य दोनों ही माध्यमों से विविध है। रेडियो की भिन्नता उसकी भाषा के सन्दर्भ में भाषित होती है। चूँकि वह केवल सुनी जा सकती है। इसलिए उसकी भाषा का वैशिष्ट्य कतिपय अलग तरह का ही होता है, अथवा यों कहा जाय कि उसे अलग ही तरह से प्रस्तुत किया जाना सम्भव होता है। इस कारण यह भी कहा जा सकता है कि रेडियो की भाषा उसकी अपनी भाषा है। तकनीकी दृष्टि से रेडियो ध्वनियों का प्रसारण करता है। इसलिए जब हम जनसंचार के फलक में केवल ध्वनियों के माध्यम से प्रवेश करते हैं तो श्रोताओं के मन में एक कल्पनालोक का सृजन करके ही उनके ज्ञान चक्षुओं को किसी घटना की प्रतिच्छवि प्रदान कर सकते हैं। इसलिए रेडियो के माध्यम से ऐसी भाषा का उपयोग आवश्यक होता है, जो श्रोताओं के मन में विविध बिम्बों की रचना करने में सक्षम होगी, उसी में रेडियो के माध्यम से सम्प्रेषण हेतु लिखे गये समाचार श्रेष्ठ होंगी, यह एक स्वाभाविक बात है।

रेडियो प्रोड्यूसर के पास ध्वनियों की विविधतामयीशृंखला रहती है। यह उसका अपना तकनीकी कौशल है कि वह रेडियो प्रसारण के लिये सार्थक तौर

पर ध्वनि प्रतीकों का चयन करे। रेडियो की शब्दावली भी तीन तरह की सामग्री से तैयार होती है—वाक (Speech), संगीत सहित ध्वनि प्रभाव (Sound effect including music) और मौन (Silence) यानी वाक् यानी वाणी का रेडियो-प्रसारण विशेष ढंग से करना होता है, जबकि वह बिना ध्वनि प्रभावों के भी सम्प्रेषित की जा सकती है। इसलिए जो कुछ बोला जाता है, वह जितना सरल होगा उतना ही अच्छा और साफ सुनाई देगा और बोला वह जायेगा, जो लिखा जायेगा। यह जरूरी है कि जो कुछ बोला जाय वह श्रोता के मस्तिष्क में दृश्यात्मक बिम्बों का स्पष्ट सृजन करे। मुद्रित वाक्यों को दुबारा-तिबारा पढ़कर समझा जा सकता है, किन्तु रेडियो श्रोताओं को यह सुविधा नहीं देता। अतः रेडियो हेतु समाचार अथवा संवाद लेखन में यह ध्यान रखने की बात होती है कि जो भाषा श्रव्य का माध्यम बनाई जा रही है वह श्रोता के मस्तिष्क में तुरन्त, जो कहा जा रहा है, उसका बिम्ब बना दे। लेकिन यह तभी हो सकता है, जब लेखन की भाषा सरल और सहज हो।

यह सभी जानते हैं कि रेडियो में वाचन भी लेखन की तरह ही मुख्य होता है। भाषा, में अटकाव, वाचन को अवरुद्ध करता है, इसलिए ऐसे शब्दों से बचना जरूरी होता है, जो उनके वाचन को अवरुद्ध करें। फिर भी रेडियो-सम्प्रेषण में श्रोताओं का ध्यान आकर्षित करने के लिये वक्ता को अपनी वाणी में उतार-चढ़ाव तथा ताल (Tempo) और स्वर (Tone) में विभिन्नता लानी पड़ती है। इसलिए समाचार लेखन में इस बात का भी ध्यान रखना जरूरी होता है, कि लेखक वक्ता को अपनी भाषा में उचित उतार-चढ़ाव, ताल और स्वर के सार्थक उपयोग का अवसर दें।

ध्वनि प्रभावों के माध्यम से जीवन के विविध दृश्यों को विप्लित करने में सहायता मिलती है। अतएव वह जब किसी कहानी का भाग होते हैं तो स्वयंमेव शब्दों का काम करते हैं। यह कौशल प्रोड्यूसर के माध्यम से पैदा किया जाता है। मौन अथवा चुप्पी क्षणिक निःशब्दता, शब्दों के असर को बढ़ाता है, लेकिन लेखक को भी यह ध्यान देना आवश्यक है कि वक्ता को वह मौन का अवकाश किन शब्दों में प्रभाव उत्पन्न करने के लिये होता है।

नाटक हो अथवा वार्ता, समाचार हो या अन्य कोई विधा रेडियो के लिये लेखन में रेडियो की भाषा की प्रकृति अवश्य ध्यान रखनी चाहिये। इसके साथ निम्न बातें भी ध्यान में रखनी चाहिये।

1. रेडियो हेतु लेखन के लिए सबसे महत्व की बात है – समय सीमा। लेखक को उस समय सीमा का ध्यान रखना चाहिये, जो समाचार वार्ता, अथवा अन्य विधा के लिये निर्धारित है।
2. विषय के अनुसार भाषा में प्रभाव क्षमता लाने की चेष्टा करनी चाहिये।
3. साधारण बोलचाल में आने वाले शब्दों का यथासम्भव उपयोग करना चाहिये।
4. यह भी रेडियो पर प्रसारण के लिए लेखन में ध्यान रखने की बात होती है कि लेखक अपनी बात की क्या प्रतिक्रिया चाहता है, यानी उसे ऐसी भाषा का उपयोग करना चाहिये, जो श्रोताओं के मन में वही प्रतिक्रिया पैदा करे, जिसकी उसे उनसे आशा हो सकती है।
5. वाक्य विधान लम्बा नहीं होना चाहिये। किसी बात को छोटे-छोटे वाक्यों में बाँधना उचित है। यह ध्यान देने की बात है कि छोटे-छोटे वाक्यों के बीच यदि मौन को प्रक्षेपित कर दिया जाय तो वह वाक्य के असर को उसकी लम्बाई का रूप दे सकता है।

संकलन और प्रेषण हेतु आकाशवाणी द्वारा भी संवाददाता नियुक्त किये जाते हैं, जिनका कार्य अप्रत्याशित घटनाओं के कथ्य संग्रह करना तथा अन्य ऐसे कार्यक्रमों में जाकर सूचनाएँ जमा करने का होता है, जो आकाशवाणी को अपेक्षित होती है। संवाददाताओं द्वारा प्रेषित तथा अन्य श्रोतों से प्राप्त सामग्री में से ऐसी सामग्री का उपयोग करना, जो सम्प्रषणीय होती है, रेडियो स्टेशन में स्थित जनरल न्यूज रूम का कार्य होता है। रेडियो स्टेशन में स्थित जनरल न्यूज का वही काम होता है, जो किसी समाचार-पत्र के सम्पादन-कक्ष का होता है। रेडियो स्टेशन से प्रेषित किये जाने वाले अक्सर सभी समाचार जनरल न्यूज रूम द्वारा ही लिखे जाते हैं एवं चूँकि भारत में आकाशवाणी एक सरकारी तन्त्र है। अतः वहाँ से जो समाचार अथवा अन्य आलेख प्रसारित किये जाते हैं, वह निर्धारित सरकारी नीति के अनुसार ही किये जाते हैं।

सभी श्रोतों से प्राप्त समाचारों का अन्तिम रूप से लेखन कार्य पूर्ण हो जाने पर उन्हें पूल में, जिसे हिन्दी में ‘समाचार सरोकर’ कहा जाता है, में रख दिये जाते हैं। वहाँ से वाचन हेतु उनमें चयन किया जाता है तथा वाचन हेतु अभीष्ट समाचार वाचक को दिये जाते हैं।

12

दूरदर्शन द्वारा समाचार प्रसारण

टी.वी. समाचार की बात करें तो हमारे देश में हिंदी समाचार चैनलों की अपनी एक अलग पहचान है। इसके श्रोता अपेक्षाकृत अंग्रेजी न्यूज चैनलों से अधिक हैं। टी.वी. में समाचार प्रसारण के कई पहलू हैं। इस क्षेत्र को करियर के रूप में चुनने वाले विधार्थियों के लिए क्लासरूम लेक्चर के साथ यह भी बहुत जरूरी हो जाता है कि असल में टी.वी. में काम होता कैसे है। खबर बनती कैसे है। रिपोर्टर इतने प्रभावशील कैसे होते हैं। लाइव की असल परिभाषा क्या है। कैमरा कैसे काम करता है इत्यादि।

लोकतंत्र के चौथे खंभे के रूप में मीडिया की स्थापित करने में टी.वी. समाचार चैनलों की अहम भूमिका को बताया गया है। दूरदर्शन की भूमिका और प्राइवेट चैनलों की चर्चा के साथ-साथ शुरुआती प्राइवेट चैनलों जैसे कि टीवी, स्टार ग्रुप, एन.डी.टी.वी. और इन्हें स्थापित करने वाले व्यक्तियों आदि की भूमिका को भी देखा गया है। इंडिया टुडे ग्रुप के चैनल आज तक की विशेष रूप से चर्चा की गई है।

पुस्तक के लेखक ने इस पर खासी नजर डाली की कितने कम समय में एक सरकारी चैनल से प्रसारित होने वाले महज आधे घण्टे का समाचार कार्यक्रम किस तरह एक चौबीस घंटे के समाचार चैनल में तब्दील हो गया। इसी चरण के दूसरे अध्याय में दूरदर्शन समाचार के विकास का उल्लेख किया गया है। इस अध्याय में टेलीविजन समाचार प्रसारण में दूरदर्शन की महत्वपूर्ण भूमिका की चर्चा की गई। पहली बार दूरदर्शन प्रसारण के लंबे अंतराल के बाद नियमित समाचार प्रसारण की शुरूआत 1965 से हुई थी, जिसमें हिंदी, अंग्रेजी और क्षेत्रीय

भाषाएं भी शामिल थीं। 2003 में दूरदर्शन 24 घंटे के समाचार चैनल के रूप में स्थापित किया गया। पुस्तक के दूसरे चरण में लेखक ने हिंदी में टी.वी. के समाचार-प्रसारण तंत्र को समझाया है। इस अध्याय में टी.वी. पत्रकारिता के पहले पाठ के रूप में लॉगिंग प्रक्रिया और उसके अंतर्गत आने वाली दूसरी प्रक्रियाओं को विस्तार से समझाया गया है। न्यूज रूम बनाम 'वॉर रूम' शीर्षक के अध्याय में लेखक ने न्यूज रूम को खबरों की फैक्ट्री कहा है। न्यूज रूम को खबरों का केंद्र बताते हुए उसके सिद्धांत, वातावरण, कर्मियों, इंफ्रास्ट्रक्चर, टेक्नॉलॉजी आदि का परिचय दिया गया है। इसी चरण के एक अन्य अध्यायों में संपादक और प्रोड्यूसर के कार्यों की समीक्षा की गई है। खबरों के श्रोता के बारे में जानकारी देते हुए लेखक ने खबरों को न्यूज डेस्क तक पहुँचने की संपूर्ण प्रक्रिया को क्रमबद्ध तरीके से समझाया है। तीसरे चरण में लेखक ने टी.वी. समाचार प्रसारण के जरूरी पहलुओं का क्रमवार उल्लेख किया है। इस अध्याय में सबसे पहले कैमरे की भूमिका को समझाया गया है। लेखक ने 'क' के सिद्धांत से अपनी बात रखने की कोशिश की है। इसमें कैमरा और कंप्यूटर का जिक्र किया गया है। मसलन टी.वी. न्यूज, घटना की तस्वीरों (कैमरा द्वारा) के आधार पर तैयार की गई स्क्रिप्ट (कंप्यूटर द्वारा) के अनुसार बनती है।

लेखक ने कैमरे की तकनीक, विभिन्न शूटिंग मोड, शॉट्स, मूवमेंट और फोकस आदि को समझाया है। इसी चरण के दूसरे अध्याय में टी.वी. समाचार प्रसारण के सबसे अहम पहलू वीडियो एडिटिंग की चर्चा की गयी है। 'लाइव के लफड़े' नाम के शीर्षक से लेखक ने लाइव कार्यक्रमों के प्रसारण में आने वाली विभिन्न चुनौतियों की चर्चा की है।

भारत में टेलीविजन का सर्वप्रथम सुव्यवस्थित प्रसारण एक कामचलाऊ स्टूडियो के माध्यम से 15 सितंबर, 1959 को किया गया। उस समय दिल्ली की 25 किमी. परिधि तक ही ट्रांसमीटर सेवा सम्भव थी, क्योंकि 500 वाट वाला ट्रांसमीटर इससे अधिक दूरी तक सम्प्रेषण नहीं कर सकता था। 1960 में स्वतंत्रता-दिवस समारोह का सीधा प्रसारण दूरदर्शन से किया गया था, लेकिन नियमित प्रसारण सन् 1965 ई. में समाचार बुलेटिन के साथ शुरू किया जा सका। प्रारम्भिक दिनों में टेलीविजन सेट महंगे हुआ करते थे। इसलिए जनसाधारण की पहुँच से ये बाहर थे। अतः दिल्ली और उसके पास-पड़ोस के इलाकों में सामुदायिक टेलीविजन का प्रचलन था। आम आदमी सामुदायिक टेलीविजन ही देखा करते थे। ये सेट यूनेस्को के अनुदान से मिले थे और इन

सेटों के साथ दर्शकों के टेलीकलबों की स्थापना की गई थी, जहां नियमित दर्शक सदस्य टेलीविजन कार्यक्रम का लाभ उठाते थे।

यूनेस्को के तत्त्वावधान में ही 23 दिसम्बर, 1960 से 5 मई, 1961 तक की अवधि में सामाजिक शिक्षण का प्रयोग किया गया। विकासमूलक उपयोग की दिशा में यह पहला कदम रहा। यह प्रयोग लोगों को सूचित करने और उन्हें विभिन्न विषयगत सूचना उपलब्ध कराने को लेकर था। साथ ही इसका यह उद्देश्य भी था कि इससे समाज के लोगों को जहां एक ओर नया दृष्टिकोण मिल सकेगा, वहां यह भी आकलन हो सकेगा कि व्यक्तियों व समाज के मध्य वे कौन से तत्त्व या दृष्टिकोण हैं, जो लोगों को न केवल प्रभावित करते हैं, बल्कि उनके सामूहिक व्यवहार व कार्यों पर भी असर डालते हैं।

विकास की शुरूखला में 15 अगस्त, 1965 को आल इंडिया रेडियो का एक बड़ा हाल टेलीविजन स्टूडियों में बदला गया। कार्यक्रम निर्माण व प्रसारण की गुणवत्ता को सुधारा गया। समाज, संस्कृति, शिक्षा समाचार के पक्षों को इससे जोड़ा गया। 26 जनवरी, 1967 को इंदिरा गांधी ने कृषि दर्शन कार्यक्रम की शुरूआत की।

2 अक्टूबर, 1972 को मुम्बई में व 26 जनवरी, 1973 को श्रीनगर में दूरदर्शन केन्द्र शुरू किया गया। 29 सितम्बर, 1973 को अमृतसर केन्द्र शुरू हुआ। 27 अप्रैल, 1975 में जालंधर केन्द्र स्थापित हुआ। 9 अगस्त, 1975 को कलकता केन्द्र, 14 अगस्त, 1975 को मद्रास तथा नवम्बर, 1975 में लखनऊ केन्द्र शुरू हो गए। अप्रैल, 1976 में दूरदर्शन रेडियो से स्वतंत्र एवं अलग प्रभाग बना और इसका अपना अलग से महानिदेशालय बना।

जन-सेवार्थ प्रसारण के लिए दूरदर्शन वर्तमान में भारत की राष्ट्रीय प्रसारण सेवा विश्व के सबसे बड़े स्थलीय प्रसारण संगठनों में से एक है। आज दूरदर्शन का प्रमुख चैनल डी.डी। विभिन्न क्षमताओं के 1042 स्थल ट्रांसमीटरों के तन्त्र के जरिए 87% से ज्यादा आबादी तक अपने कार्यक्रम पहुँचाता है। 65 अन्य ट्रांसमीटर दूसरे चैनलों को स्थल समर्थन देते हैं। दूरदर्शन बड़ी संख्या में भारतीय राष्ट्रीय उपग्रहों (इनसैट) और अन्य उपग्रहों के ट्रांसमीटरों से देश के 49 नगरों के कार्यक्रम उत्पादन सुविधाएं स्थापित की हैं।

भारत में उपग्रह टेक्नोलॉजी से सम्बन्धित पहला प्रयोग था 'सेटेलाइट इंस्ट्रक्शनल टेलीविजन एक्सपरिमेंट' 'साइट' जो सत्र 1975-76 में किया गया।

सामाजिक शिक्षा के लिए यह अपने आप में अभिनव प्रयोग विश्वभर में पहला प्रयास था। 1982 में दिल्ली व अनः ट्रांसमीटर के बीच उपग्रह द्वारा नियमित सम्पर्क के साथ 'राष्ट्रीय प्रसारण' की शुरूआत हुई। साथ ही दूरदर्शन ने रंगीन प्रसारण की शुरूआत भी की। दिल्ली में आयोजित हुए एशियाई खेलों के महेनजर ये प्रयास शीघ्र व अपूर्व स्वरूप में लागू हुए। 1992 से टेलीविजन सुविधाओं में निरन्तर विकास हो रहा है। दूरदर्शन ने तीन स्तरों वाली बुनियादी सेवा चलाई है, जो राष्ट्रीय, प्रादेशिक व स्थानीय स्तर पर कार्य करती है। राष्ट्रीय कार्यक्रम में उन घटनाओं, मुद्दों और समाचारों पर बल दिया जाता है, जिसमें समूचे राष्ट्र की दिलचस्पी होती है। इन कार्यक्रमों में समाचार सामयिक वार्ताएं, विज्ञान, सांस्कृतिक पत्रिकाएं, वृत्तचित्र, सीरियल, संगीत-नृत्य के कार्यक्रम, नाटक व फीचर फिल्म शामिल होते हैं।

सामान्यतः: सभी राज्यों में क्षेत्रीय कार्यक्रमों का प्रसारण राज्य के राजधानी से हुआ करता है। ये राज्यभर में उपलब्ध विभिन्न ट्रांसमीटरों से प्रस्तुत हुआ करते हैं। क्षेत्रीय कार्यक्रमों में राज्य की दिलचस्पी के कार्यक्रम क्षेत्र विशेष की भाषा व मुहावरों, बोली आदि में प्रस्तुत किए जाते हैं। स्थानीय कार्यक्रम किसी खास स्थान से सम्बन्धित होते हैं और इनमें स्थानीय विषय व स्थानीय लोगों को शामिल किया जाता है। देश की प्रमुख भाषाओं में चौबीसों घंटे उपग्रह चैनल कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं।

1984 में दिल्ली में दूसरे चैनल 'मेट्रो' का प्रसारण शुरू हुआ, जिसका उद्देश्य महानगर के विविध वर्गों को कार्यक्रम देखने का एक अन्य विकल्प उपलब्ध कराना था। बाद में यह सुविधा मुंबई, कोलकाता व चेन्नई के दर्शकों को भी सुलभ कराई गई। 1993 में इन चार क्षेत्रों के भू-स्थित ट्रांसमीटरों को उपग्रह से जोड़ा गया, ताकि शहरी दर्शकों को मनोरंजन का बेहतर विकल्प उपलब्ध हो सके। देश के अन्य भागों के दर्शकों के लिए भी यह सुविधा वर्तमान में सीधे प्रसारण के रूप में सुलभ कराई गई है। दूरदर्शन ने अपने अन्तर्राष्ट्रीय स्वरूप को भी निखारा है। अन्तर्राष्ट्रीय चैनल, दूरदर्शन इंडिया 1995 से कार्यरत है। इसके प्रसारण एशिया, अफ्रीका व यूरोप के 50 देशों तक पहुँच रहे हैं। अमेरिका व कनाडा हेतु इसके प्रसारण पी.ए.एस.-1 और पी.ए.एस.-4 से किए जार रहे हैं। इसके कार्यक्रम 24 घंटे प्रसारित होते हैं।

वर्तमान में दूरदर्शन के दर्शक भी प्रचुर मात्रा में हैं। 8 करोड़ के लगभग घरों में वर्तमान में टी.वी. सेट हैं। साथ ही केन्द्र व राज्य सरकारों द्वारा विभिन्न योजनाओं के तहत सामुदायिक सेट पंचायतों, चौपालों, ग्रामीण केन्द्रों, स्कूलों, कॉलेजों, होस्टलों आदि जगह में लगाए गए हैं। देश की जनसंख्या के एक तिहाई भाग तक दूरदर्शन अपनी पहुँच स्थापित कर रहा है।

प्रसारण सेवा के अंतर्गत उपग्रह द्वारा टेलीविजन कार्यक्रमों एवं विविध चैनलों को पूरे देश में कहाँ भी घर की छत पर एक छोटी सी डिश एवं एक जेट टॉप बॉक्स के माध्यम से प्राप्त किया जा सकता है।

यह छोटी प्रविधि डिस्क के निर्धारित कोण एवं दिशा द्वारा उपग्रह से जुड़कर सेट-टॉप बॉक्स तक संकेत पहुँचाती है और सेट टॉप बॉक्स प्राप्त संकेतों को डिकोड यह एक नवीनतम एवं आधुनिक तकनीक है। इसके माध्यम से टेलीविजन दर्शकों को विविधता से भरा उन्नत कार्यक्रम देखने को मिलता है। भारत में सरकार के माध्यम से दूरदर्शन की मुफ्त डी.टी.एच. सेवा पर लगभग 35 दूरदर्शन के चैनल एवं 12 आकाशवाणी चैनल प्राप्त किए जा सकते हैं। इनमें प्राइवेट चैनल भी शामिल हैं।

जी.टी.वी. समूह द्वारा भी निर्धारित शुल्क का भुगतान कर (डिश टी.वी. बाँड नाम से) डी.टी.एच. सेवा प्राप्त की जा सकती है। इसमें शुल्क के अनुरूप सैकड़ों की संख्या तक चैनल देखे जा सकते हैं।

डी.टी.एच. (डायरेक्ट टू होम) (सीधे घर तक (Direct to Home)) सेवा द्वारा दूरदर्शन एवं निजी चैनलों को देखे जाने का नया आयाम आमजन तक पहुँचा है। इस सेवा का प्रयोग पहाड़ों नदियों, जंगलों आदि (किसी भी प्राकृतिक बाधा वाले क्षेत्र में) किया जा सकता है।

निजी चैनलों को देखने के लिए दर्शकों को एक निर्धारित राशि देनी पड़ती है। यह राशि माहवारी होती है। यदि उपभोक्ता केबल के माध्यम से इन्हें ग्रहण कर रहा है तो उसे केबल ऑपरेटर को निर्धारित राशि अदा करके ही देखे जाने योग्य बनाता है। डी.टी.एच. के माध्यम से इन्हें करने की स्थिति में इन चैनलों का निर्धारित शुल्क अदा करना पड़ता है। उपभोक्ता को उपलब्ध पैकेज के अनुरूप ग्राहक राशि को चैनल नियामक प्रस्तुत करता है और उसके एवज में वह चैनल देख सकता है। वर्तमान में प्रमुख डी.टी.एच ऑपरेटर डिश-टी.वी. ने यह व्यवस्था की है कि इसके सेट टॉप बॉक्स में एक चिप कार्ड लगाया गया है, उसे मोबाइल के रिचार्ज कूपन की भाँति निर्धारित राशि का भुगतान कर चैनल सीधे ही देखे जा सकते हैं।

भुगतान चैनलों के आ जाने से जहाँ निजी चैलन निर्माताओं में कार्यक्रमों की गुणवत्ता को लेकर प्रतिस्पर्धा पनप रही है, वहाँ प्रसारण एवं प्रस्तुति के नवीन आयाम भी निरंतर ग्राहकों को मिल रहे हैं।

सेटेलाइट टेलीविजन चैनल्स एवं केबल प्रसारण

सही अर्थों में कहा जाय तो सेटेलाइट चैनल और केबल टेलीविजन अप्रत्यक्ष रूप से एक दूसरे का पर्यायवाची है। आज समूचे संसार में सूचना क्रान्ति अपने चरम पर है। टी.वी. भी इससे अछूता नहीं है। दुनिया भर के सैकड़ों चैनल आज सेटेलाइट व केबल के माध्यम से दर्शकों के लिए उपलब्ध हैं।

सेटेलाइट चैनल्स में तकनीकी पक्ष यह है कि विभिन्न चैनल्स जैसे जी.टी.वी., स्टार प्लस, सोनी, सहारा, डिस्कवरी आदि के कार्यक्रम उनके प्रसारण-स्टूडियों से एक निश्चित फ्रीक्वेंसी पर निश्चित उपग्रह व उसके ट्रांसपोंडर के माध्यम से प्रसारित किए जाते हैं। इन कार्यक्रमों को प्रचलित दूरदर्शन-1 व दूरदर्शन-2 (मेट्रो) की तरह सीधे आम घरों में प्रयुक्त किए जाने वाले साधारण टी.वी. एंटीना की सहायता से देखा नहीं जा सकता है।

सेटेलाइट-प्रसारणों के लिए लाइसेंस शुदा केबल ऑपरेटर निर्धारित प्रक्रिया के अनुसार उपकरण व संचार व्यवस्था के तकनीकी व मशीनी उपकरण स्थापित करता है। इसमें मूलतः एक डिस्क व विभिन्न चैनल्स हेतु ट्रांसपोंडर होते हैं। हर एक चैनल अपनी निर्धारित स्थिति, फ्रीक्वेंसी व ट्रांसपोंडर के जरिए केबल ऑपरेटर को प्राप्त होता है। वह इन सिग्नलों को प्राप्त करके, उन्हें अपने यहाँ से आप्टिकल फाइबर केबल या अन्य प्रकार की केबल से उपभोक्ता के घर तक पहुँचाता है। पूरी प्रक्रिया के लिए बिजली वितरण के तारों की व्यवस्था की तरह घर-घर कनेक्शन किया जाता है। उपभोक्ता केबल को अपने टी.वी सैट से जोड़कर मनचाहे कार्यक्रम को टी.वी. चैनल बदलकर प्राप्त कर सकता है।

केबल आपरेटर उपलब्ध कराए जा रहे चैनल्स के आधार पर निर्धारित शुल्क उपभोक्ता से वसूलता है। वर्तमान में मनोरंजन सूचना, समाचार, फैशन, खेल आदि के सैकड़ों चैनल्स बाजार में हैं। विभिन्न प्रकार की उपग्रह प्रणालियां इन्हें बाजार में दिन-रात उतार रही हैं। सैकड़ों केबल आपरेटर अपने-अपने क्षेत्र में केबल जाल को फैला रहे हैं और अनगिनत टी.वी. उपभोक्ता इनसे जुड़े हुए हैं।

सेटेलाइट व केबल टेलीविजन का प्रभाव यह पड़ा है कि इन्होंने उपभोक्ताओं को एक वृहद् परिप्रेक्ष्य उपलब्ध कराया है। आज संसार भर की दृश्य-श्रव्य सामग्री टेलीविजन चैनल्स पर परोसी जा रही है। खेल से राजनीति तक और समाचार से मनोरंजन तक हर पहलू इनके माध्यम से उपलब्ध है। व्यक्ति की स्वयं की इच्छा व आवश्यकता के अनुरूप वह इन चैनल्स को अपनी प्रायिकता के क्रम में प्रयोग कर सकता है।

सम्प्रति केबल टी.वी एक मुनाफे का सौदा है, इसके प्रसारण में बड़ी-बड़ी कंपनियां और व्यावसायिक घराने प्रवेश कर रहे हैं। निरन्तर बदलते और आधुनिक होते समाज में यह आवश्यक हो गया है कि कम कीमत में अधिकाधिक सुविधाएं दर्शकों को परोसी जाएं। यही कारण है कि सेटेलाइट टेलीविजन व केबल टी.वी. एक उद्योग की तरह पनप रहा है। कार्यक्रमों की बाढ़ में उनकी लोकप्रियता व पहुँच के समीकरण भी बदल रहे हैं। आज उपभोक्ता जहां नवीनता की मांग को लेकर आक्रमित है, वहां चैनल्स इस प्रभाव में कोई कमी नहीं छोड़ रहे हैं। वे दिन-रात अन्य चैनल्स से शीत-शुद्ध में लगे हैं। एक से एक विज्ञापन व प्रसारण नीतियां, डिजिटल प्रसारण, स्टीरियो से लेकर डॉल्बी डिजिटल तक ध्वनि प्रसारण, क्षेत्रीय भाषाओं में राजस्थानी, पंजाबी, असमिया, बांग्ला, मलयाली भाषाओं के प्रसारण व मनोरंजन की नस-नस में रचा-बसा यह संसार उपग्रह से उतर कर केबल के जरिए समाज में चारों ओर छा गया है।

दूरदर्शन का भारतीय स्वरूप

6 दिसम्बर 1982 को सूचना और प्रसारण मंत्रालय ने प्रसिद्ध समाज शास्त्री डॉ. पी.सी. जोशी की अध्यक्षता में 13 सदस्यीय कार्य दल की स्थापना की घोषणा की गई। इस समिति का लक्ष्य दूरदर्शन से सम्बन्धित योजना तैयार करना। इस समिति ने 12 अगस्त, 1985 को अपनी रिपोर्ट सरकार को प्रस्तुत कर दी। इस समिति के अन्य सदस्य थे—फिल्म निर्देशिका श्रीमती सई परांजपे, मैसर्स लिटास इंडिया लिमिटेड के श्री अलीकु पह्नी, भारतीय जन संचार संस्थान के विकास संचार के प्रोफेसर श्री जी. एन. एस. राघवन, नई दिल्ली की श्रीमती रामी छाबड़ा, स्पेस एप्लीकेशन सेंटर, अहमदाबाद के डॉ. विनोद सी. अग्रवाल, नई दिल्ली की कुमारी रीना गिल, जवाहरलाल नेहरू विश्वविद्यालय के प्रो. योगिन्द्र सिंह, राष्ट्रीय नाट्य विद्यालय के श्री मोहन उप्रेती, कलकत्ता के श्री भूपेन हजारिका, पंजाब कृषि

विश्वविद्यालय लुधियाना के डॉ. के. एस. गिल, दूरदर्शन के मुख्य इंजीनियर श्री आर. बी. एल. श्रीवास्तव तथा श्री मंजरुल अमीन (संदस्य सचिव)।

जोशी समिति की रिपोर्ट तीन खण्डों में विभक्त है। पहला खण्ड पांच भागों में, जिनमें दूरदर्शन किसके लिए और किसलिए? हमारे सपनों के भारत का निर्माण, चैनलों का सवाल, संगठनात्मक ढांचे और कार्मिक प्रबन्ध-व्यवस्था में सुधार तथा अनुसंधान और मूल्यांकन शीर्षकों में विभाजित है। दूसरे खण्ड में इन विषयों से सम्बन्धित सिफारिशों का सारांश दिया गया है तथा तीसरे खण्ड में परिशिष्ट और अनुलग्नक दिए गए हैं।

टेलीविजन के विस्तार से भारत में एक असभ्य संस्कृति का प्रभाव बढ़ रहा है। इन परिस्थितियों में जोशी समिति की सिफारिशें विशेष महत्व रखती हैं। दूरदर्शन में भारतीय जन समुदाय की मूल आवश्यकताओं और समस्याओं के प्रति जागरूकता के अभाव की ओर संकेत करते हुए समिति ने कहा कि दूरदर्शन को भारत में रहने वाले बुनियादी सामाजिक वर्गों की जीवन पद्धति और समस्याओं को उजागर करना चाहिए। पंडित जवाहरलाल नेहरू के नेतृत्व में सन् 1938 में निर्मित राष्ट्रीय नियोजन समिति ने संचार व्यवस्था पर विचार करने के लिए एक उप समिति बनाई थी। इस समिति ने हालांकि रेडियो प्रसार पर ही विचार किया था, किन्तु जोशी समिति ने उन सिफारिशों तथा अध्ययन को टी. वी. हेतु भी उपयोगी मानते हुए इसे उद्घृत किया है। इस रिपोर्ट के अनुसार आधुनिक विकास के लिए प्रसारण, विलासिता से बदलकर आवश्यकता बन गया। किसी देश का जितना औद्योगिकरण का स्तर ऊंचा होगा, सदेशों के आदान-प्रदान की जरूरत उतनी ही अधिक होगी और विस्तृत संचार-सुविधाओं की मांग बढ़ेगी।

प्रसारण का महत्वपूर्ण कार्य राज्य द्वारा प्रचार, मनोरंजन, समाचार और उपयोगी सूचनाओं का संकलन इत्यादि करना है। इस समिति के अनुसार “प्रसारण बहुसंख्यक समाज के जो अब तक निरक्षित हैं और महिलाओं का एक बहुत बड़ी समूह, जो घर से बाहर नहीं निकलता, के लिए सम्पर्क सूत्र है तथा दूसरी ओर भारत की प्रगति का व्याख्याता है।” “प्रसारण से उम्मीद की जाती है कि कृषि, पशुपालन, मौजूदा राजनीतिक विचारों आदि के सम्बन्ध में लोगों को महत्वपूर्ण सूचनाएं पहुँचाई जाएं।” इस समिति का यह भी सुझाव था कि भारत के विकास एवं निर्माण में प्रसारण के महत्वपूर्ण स्थान को ध्यान में रखते हुए यह अनुभव किया गया कि अपनी नीति तैयार करने का दायित्व एक समान उत्तरदायी सार्वजनिक संस्था को सौंप दिया जाए, जिसमें देश का विश्वास हो।

जोशी समिति का यह मानना है कि इन प्रस्तावों की प्रासंगिकता आज भी है। राष्ट्रीय नियोजन समिति ने स्वाधीनता संघर्ष के समय में जो अवधारणा और अधार सुझाया था, शायद उसने आकाशवाणी को भारतीयता प्रदान करने में एक महत्वपूर्ण योग दिया। जोशी समिति की यह स्पष्ट राय है कि कार्यक्रम निर्माण हेतु उत्तरदायी व्यावसायिक प्रशासक को राजनीतिक और प्रशासनिक क्षेत्रों की ओर से दिन-प्रतिदिन के हस्तक्षेप या दबाव से अपने आपको मुक्त अनुभव करना चाहिए। हम रचनात्मक स्वायत्य की धारणा और भी अधिक विस्तार तथा समृद्धि के भी पक्षपाती हैं।

जोशी समिति ने यह भी सुझाव दिया है कि संगठनात्मक व्यवस्था एवं प्रबन्ध पद्धति में सुधार सरकारी नियन्त्रण या देख-रेख में होनी चाहिए। सम्भव है कि कोई ढांचा सरकारी नियन्त्रण से पूरी तरह से मुक्त हो और फिर भी उसके द्वारा सर्जनात्मकता का प्रवाह एकदम अवरुद्ध होता रहे और कोई ऐसा भी संगठन हो सकता है, जिस पर सरकारी नियन्त्रण हो, फिर भी उसका गठन इस प्रकार किया गया हो कि वह सर्जनात्मकता और उपक्रम में सहायक हो, जैसे—परमाणु ऊर्जा एवं अन्तरिक्ष अनुसंधान केन्द्र।

जोशी समिति ने सामाजिक शिक्षा तथा विकास को प्रोत्साहन देना अपना ध्येय बनाया है, जोशी समिति के अनुसार दूरदर्शन प्रणाली के प्रत्येक ट्रांसमीटर के अन्तर्गत दिल्ली से कार्यक्रम रिले करने की सुविधा के अलावा यह व्यवस्था भी होनी चाहिए कि वह स्थानीय तौर पर कार्यक्रम तैयार और प्रेषित कर सके तथा उन कार्यक्रमों को भी प्रसारित कर सकें, जो इसके अनेक महत्वपूर्ण सिफारिशों इस समिति ने दूरदर्शन के भावी विकास के बारे में की है, जोशी समिति ने दूरदर्शन पर यह टिप्पणी दी है कि किसी भी देश का दूरदर्शन उसका सामाजिक दर्पण होता है, लेकिन दूरदर्शन अभी भी व्यक्तित्व विहीन अथवा ऐसा माध्यम है, जो विकृत मुखड़े को सामने लाता है। उसे भारतीय मुखाकृति को प्रस्तुत करने का काम अभी करना है, जोशी समिति ने दूरदर्शन के वास्तविक स्वरूप पर टिप्पणी देते हुए कहा कि—टेलीविजन शहरी केन्द्र और जाग्रत ग्रामों के मध्य वर्ग के जीवंत एवं रचनात्मक तत्वों को भी वास्तविक एवं प्रामाणिक ढंग से प्रस्तुत नहीं करता। ऐसा प्रतीत होता है कि वह भारतीय समाज के उस नव धनाद्य वर्ग की जरूरतों की ओर अधिकाधिक उन्मुख हो रहा है, जो पुराने अभिजात्य वर्ग का स्थान लेने की कोशिश कर रहा है। भारत में पश्चिमी संस्कृति

ने जड़ जमा ली है। इस प्रकार दूरदर्शन आज के भारत की आशिक, विकृत और कटी-फटी तस्वीर पेश कर रहा है। वह वैज्ञानिक और औद्योगिक युग वाले सर्जनशील, जीवंत और विकासोन्मुख भारत को प्रतिबिंबित नहीं करता, जबकि बीते दिनों के औपनिवेशिक और अर्ध सामंती भारत का स्थान लेता जा रहा है।

अतएव भारत को चाहिए कि अपने देश की जरूरतों को पूरा करने के लिए प्रयत्नशील हो, जिसके अन्तर्गत देश की समस्याओं तथा विकास की ओर ध्यान दिया गया हो और जो मनोरंजन के साथ-साथ जीवन को समृद्धि प्रदान करने वाला हो। जोशी समिति ने दूरदर्शन समाचारों पर तीखी प्रतिक्रिया व्यक्त की। नई दिल्ली में 9 दिसम्बर, 1983 को आयोजित गुट निरपेक्ष राष्ट्रों के संचार माध्यमों के सम्मेलन को संबोधित करते हुए भूतपूर्व प्रधानमन्त्री स्व. श्रीमती इन्दिरा गांधी ने कहा था—“विकास के विशाल कार्य को हमारे गांवों और शहरों के अलावा महिलाओं-मजदूरों तथा अन्य लोगों के जीवन में आ रहे परिवर्तन को संचार माध्यमों में कोई स्थान नहीं दिया जाता। लगता है कि संपादन तथा माध्यम प्रबन्धक नार्थविलफ सिद्धान्त के प्रति आस्थावान हैं, जिसके अनुसार अच्छाई, सामान्य स्थिति, परिश्रम तथा विनम्रता नहीं, बल्कि सत्ता, पद, धन और सेक्स समाचार के विषय होते हैं। कमजोर व्यक्ति सारी पृथकी का भले ही स्वामी बन जाए, किन्तु समाचारों की सुर्खियों में उनके लिए कोई स्थान नहीं हो सकता।”

बहरहाल इस समस्या से समाचार पत्र ही पीड़ित नहीं है, अपितु टेलीविजन एवं रेडियो भी पीड़ित हैं। दूरदर्शन की आम आदमी तक पहुँच का महत्वपूर्ण प्रश्न उठाते हुए जोशी समिति ने कहा है कि भारत में गरीबी रेखा से नीचे जीवन बिताने वाले लोगों का अनुपात (लोकसभा में 18 अप्रैल, 1983 को दिए गए एक प्रश्न के उत्तर के अनुसार) 48.18 प्रतिशत है। क्या दूरदर्शन के समाचार तथा सामयिक विषयों के कार्यक्रम देश की इस आधी आबादी हेतु होते हैं और क्या उनकी पहुँच इन तक है? यह प्रश्न इसलिए प्रासंगिक है, क्योंकि देश में गरीबी दूर करने में टेलीविजन कार्यक्रमों की भूमिका नगण्य है। यह बात आश्चर्यजनक किन्तु सत्य है कि इस मामले में निजी स्वामित्व वाले और लाभ हेतु चलाए जाने वाले समाचार-पत्रों की भूमिका उस टेलीविजन से बेहतर रही है, जो कर दाताओं के धन से प्रकट रूप से जनहित हेतु चलाया जाता है।

अन्य प्रेस आयोग के अनुसार—“भारतीय प्रेस को इस बात का श्रेय है कि प्रमुख रूप से शहरी तथा मध्यम आय वर्ग के लोगों तक इसकी पहुँच होने

के बावजूद यह किसानों, खेतिहर मजदूरों, कारीगरों, जनजातीय लोगों तथा ग्रामीण आबादी के अन्य वर्गों के प्रति रुचि जगाने में सफल रही है, हालांकि पाठक संख्या अथवा स्वामित्व को देखते हुए अधिकतर समाचार-पत्रों के लिए गरीबी रेखा से नीचे रहने वालों को उनकी स्थिति की याद दिलाकर और सत्तारूढ़ मध्य तथा उच्च वर्गों को शर्म का एहसास कराके इस दिशा में महत्वपूर्ण योग दिया है।”

जोशी समिति का यह बयान अत्यधिक महत्वपूर्ण है—अपने निकृष्टतम समाचार प्रस्तुतिकरण की संकीर्ण मूल्य रचना के भीतर भी टेलीविजन व्यावसायिक दृष्टि से कार्य नहीं कर पाता।” दूरदर्शन द्वारा प्रस्तुत समसामयिक कार्यक्रम और समाचार को रोचक एवं लोकप्रिय बनाने हेतु जोशी समिति ने निम्नलिखित सुझाव दिया है—

1. समाचार कर्मचारियों को व्यावसायिक दृष्टि से सामूहिक रूप से कार्य करना चाहिए।
2. कर्मचारियों के काम करने के लिए परिवहन आदि तथा उपकरण और कर्मचारियों के रूप में पर्याप्त साधन।
3. उच्च स्तर के प्रबन्धक, जो उपर्युक्त दोनों जरूरतों को भली प्रकार समझते हों तथा एक विशाल, लोकतान्त्रिक, विकासशील तथा विविध भाषाओं और जीवन-पद्धतियों वाले देश के अनुरूप समाचार और सामयिक विषयों की नीति का पालन कर सकते हों।

इसके अतिरिक्त जोशी समिति ने समाचारों के प्रति व्यावसायिक दृष्टिकोण, दूरदर्शन पत्रकार, नियुक्ति और प्रशिक्षण, व्यावसायिक निर्देश, समाचार प्रस्तुतिकरण तथा समाचार बुलेटिनों की समाचार सामग्री आदि पर भी महत्वपूर्ण अध्ययन-निष्कर्ष तथा सुझाव प्रस्तुत किए हैं।

जोशी समिति ने भारतीय जनमानस का व्यापक अध्ययन किया था। उनका कहना था कि भारतीय जनता को शिक्षित करने में टेलीविजन जगत् को महत्वपूर्ण भूमिका निभानी पड़ेगी। महिलाओं और बच्चों, विकास, परिवार कल्याण, व्यावसायिक विज्ञापन आदि के क्षेत्र में दूरदर्शन कार्यक्रमों पर भी इस समिति ने महत्वपूर्ण सुझाव दिया है। इसके अतिरिक्त चैनलों के प्रश्न तथा संगठनात्मक ढांचे के सुधार की समस्याओं पर भी इस समिति ने विचार किया है।

टेलीविजन का स्वामित्व और नियंत्रण

नवम्बर 1997 तक दूरदर्शन आकाशवाणी की तरह सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय का एक महत्वपूर्ण इकाई था। निःसंदेह, भारत सरकार हमेशा यह दावा करती रही कि दूरदर्शन का कार्यक्रम निर्धारण और प्रशासन में “कार्यात्मक स्वायत्तता” से प्राप्त है, किंतु देर चाहे कुछ भी किए जाते रहे हों, वास्ताविक निर्णय सूचना और प्रसारण मंत्रालय के नियंत्रण में ही रहा। मनोरंजन विषयक कार्यक्रमों के चयन और सूजन में कुछ हद तक स्वतंत्रता दी गई थी, किन्तु समाचार और ताजे घटनाक्रमों से जुड़े कार्यक्रमों पर मंत्रालय की कड़ी निगरानी रहती थी। यह स्थिति आजादी के बाद से ही बनी रही, चाहे केन्द्र में शासन किसी भी राजनीतिक दल का रहा हो।

प्रसार भारती विधेयक (1989)

मई, 1979 में जनता पार्टी की सरकार ने एक विधेयक पेश किया जिसे प्रसार भारती विधेयक के नाम से जाना जाता है। इसी नाम से यह विधेयक 1978 में भी पेश हुआ था। इसलिए 1989 में जब वर्गीज रिपोर्ट सामने आई तो इसका मूलाधार ये दोनों पूर्व विधेयक ही थे। इनमें कुछ मूलभूत अंतर भी है, जबकि प्रसार भारती विधेयक संसद के अधिनियम के जारिए प्रसारण निगम सृजित करने के पक्ष में था, वर्गीज रिपोर्ट का स्पष्टतः यह कहना था। किसी प्रसारण स्वतन्त्रता भारतीय संविधान का एक हिस्सा हो। इससे यह सुनिश्चित करना आवश्यक होगा कि कोई भी भावी सरकार इस निगम की स्वतंत्रता से छेड़-छाड़ न कर सके। इसके अतिरिक्त जैसा कि वर्गीज रिपोर्ट में परिकल्पना की गई, जनता की सेवा में समर्पित एक ट्रस्ट का स्वरूप प्रदान करते हुए वर्तमान विधेयक में एक निगम की स्थापना का प्रस्ताव किया गया जिसके पास संवैधानिक गरिमा और अधिकार न हो। वर्तमान विधेयक द्वारा निगम के जिन उद्देश्यों भी परिकल्पना की गई है, वे वर्गीज समिति की राष्ट्रीय प्रसारण ट्रस्ट से स्थापित करने के उद्देश्यों से भिन्न हैं।

किन्तु यह वर्गीज रिपोर्ट उतना व्यापक नहीं है, जिसमें यह अपेक्षा की गई है कि सूचना और प्रसारण मंत्रालय प्रसारण के उत्तरदायित्व से पूर्णतः मुक्त हो जाये। विधेयक में मंत्रालय के प्रतिनिधि को अंश मात्र गवर्नर के रूप में कार्य करने का प्रावधन किया गया है। इस वर्गीकरण समिति द्वारा परिकल्पित “पूर्ण स्वायत्तता” से भिन्न स्थिति है।

वर्गीज समिति ने पाश्चात्य प्रसारण संस्थाओं के ढाँचे और संगठन के अंधानुसरण के प्रति चिंता व्यक्त की। नए विधेयक में जो ढाँचा प्रस्तुत किया गया था वह काफी हद तक बी.बी.सी. के अनुरूप था। इसके अतिरिक्त, वर्गीज समीति ने विकेन्द्रीकृत ढाँचे की आवश्यकता को कोई अधिक महत्व नहीं दिया, जिसमें शक्तियाँ क्षेत्रीय और स्थानीय स्तरों पर प्रत्यायोजित हों। मौजूदा विधेयक में केन्द्र सरकार और एकजीक्यूटिव बोर्ड की शक्तियों के अंतरण के विषय में कोई विशेष उल्लेख नहीं किया गया है। विधेयक में शैक्षिक संस्थाओं के लिए “फ्रैन्चाइज स्टेशनों” के बारे में भी कुछ नहीं कहा गया है। बोर्ड ऑफ गवर्नर्स के चयन के संबंध में भी विधेयक में वर्गीज सिफारिशों का ध्यान नहीं रखा गया है। भारत के मुख्य न्यायाधीश, लोकपाल और संघलोक सेवा आयोग की अध्यक्ष और राष्ट्रपति द्वारा निश्चित एक व्यक्ति को रखा जाएगा। उसी प्रकार यह विधेयक प्रसारण परिषद/शिकायत परिषद् के गठन का भी समर्थन नहीं करना। वास्तव में, मौजूदा विधेयक की सामग्री रूप और आत्मा काफी हद तक प्रसार भारती विधेयक (1979) के सदूश है न कि वर्गीज समिति की सिफारिशों की।

बीजी वर्गीज, उमाशंकर जोशी और अन्य समिति सदस्यों 1979 के विधेयक का पुरजोर विरोध किया। वर्गीज और जोशी दोनों ने यह महसूस किया कि तात्कालीन सरकार जनता के प्रति वफादार नहीं है और विधेयक में उल्लिखित स्वायत्तता काफी हद तक क्षीण है तथा प्रस्तावित प्रसारण निगम के कार्यकाल में किसी भी प्रकार के विकेंद्रीकरण के लिए कोई प्रावधान नहीं किया गया है। ऐसी ही आपत्तियाँ 1989 के विधेयक के संबंध में भी उठाई जा सकती हैं। इस विधेयक को लोकसभा और राज्यसभा में सभी राजनीतिक दलों द्वारा अनुमोदन प्राप्त हो जाने के बाद इसने अधिनियम का रूप ग्रहण कर लिया।

प्रसार भारती विधेयक (1990)

विदेशी उपग्रह चैनलों से भारतीय दूरदर्शन प्रभावित हो रहा था। इसलिए तात्कालीन कांग्रेस सरकार ने दूरदर्शन की सुरक्षा के ख्याल से 1991 में एक समिति का गठन किया, जिसे “वर्धन समिति” के नाम से जाना जाता है। इस समिति का मुख्य काम 1990 में प्रस्तुत प्रसारभारती अधिनियम का पुनर्परीक्षण करना था। वर्धन समिति ने सुझाव दिया कि “दूरदर्शन को प्रत्येक चैनल पर कुल प्रसारण समय का कम से कम 20% समय सामाजिक रूप से वांछनीय कार्यक्रमों

के प्रसारण को दिया जाए”। इसके अतिरिक्त “कार्यक्रम प्रसारण के समय का दस प्रतिशत से अधिक वक्त उपलक्षित नहीं किया जाना चाहिए।” इसने यह सिफारिश भी की कि किसी प्रकार से विवादस्पद मामले में कार्यक्रम सभी बिन्दुओं पर स्पष्ट और निष्पक्ष राय व्यक्त की जाएगी।

संयुक्त मोर्चे की सरकार इससे भी एक कदम आगे बढ़ गई। उसने एक व्यापक राष्ट्रीय मीडिया नीति तैयार की, जिसका आशय टेलीविजन के विकेंट्रीकरण, विलियन, क्रांस-मीडिया स्वामित्व, विदेशी मीडिया घटानों द्वारा भागीदारी, विज्ञापन की भूमिका और भारतीय क्षेत्र से अपलिंकिंग जैसे प्रश्नों पर सम्बन्धक विचार करना था। उस प्रयोजनार्थ 1995 में रामविलास पासवान समिति गठित की गई। इस समिति ने 104 पृष्ठों का दस्तावेज और 46 सिफारिशें प्रस्तुत की, जो सार्वजनिक और नीजि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया समाचार पत्रों, समाचार एजेंसियों और फिल्म से संबंधित थी। समिति ने राष्ट्रीय मीडिया नीति पर सर्वसम्मति तैयार करने पर बल दिया था। इसकी कुछ सिफारिशों संसद में मई 1997 में पेश किए गए प्रसारण विधेयक में शामिल किए गए थे। प्रसार भारती अधिनियम की एक बार फिर से समीक्षा करने और सिफारिशों देने के लिए वर्ष 1996 में नितीश सेन गुप्ता समिति गठित की गई। समिति ने उसी वर्ष अगस्त में अगस्त में अपनी सिफारिशें प्रस्तुत कर दी।

प्रसारण विधेयक (1997)

विभिन्न प्रक्रिया से गुजरने के उपरांत सन् 1997 ई. के मई में संसद में प्रसारण विधेयक को पेश किया गया कुछ विवादास्पद मुद्दों जैसे कि क्रॉस मीडिया स्वामित्व, लाइसेंसिंग प्रक्रिया, विदेशी इक्विटी की सीमा और निजी उपग्रह चैनलों से अपलिंकिंग सेवाओं आदि पर पुनर्विचार करने के लिए कांग्रेस (आई) के श्री शरद पवार की अध्यक्षता में एक संयुक्त संसदीय समिति गठित की गई।

विधेयक द्वारा भारतीय या विदेशी सभी चैनलों के लिए यह अनिवार्य कर दिया गया है कि वे अपने कार्यक्रमों का ट्रान्समीशन भारत की भूमि से करें। उपग्रह चैनलों के लिए लाइसेंस मात्रा भारतीय कंपनियों को प्रदान किए जाएंगे और उन्हें 49% तक विदेशी इक्विटी की अनुमति प्रदान की जाएगी। स्थानीय चैनलों के लिए विदेशी इक्विटी की अनुमति नहीं होगी।

विधेयक द्वारा क्रॉस मीडिया स्वामित्व पर प्रतिबंध लगा दिया गया है (समाचार प्रकाशन गृहों की टेलीविजन या केबल कंपनियों में 20% से अधिक इक्विरी नहीं हो सकती) तथा साथ ही विदेशी स्वामित्व पर रोक लगाई गई है। इसके अतिरिक्त किसी भी विज्ञापन एजेंसीं, धार्मिक निकाय, राजनीतिक दल या सार्वजनिक निधि से वित्तपोषित निकाय को टी.वी. कंपनी चलाने का लाइसेंस प्रदान नहीं किया जाएगा। डायरेक्ट टु होम (डी. टी. एच.) सेवाओं का लाइसेंस बोधी प्रक्रिया पूर्ण होने पर मात्रा दो कंपनियों को ही दिया जाएगा।

इस विधेयक के लागू हो जाने के बाद केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम निरस्त हो जाएगा। प्रसारण विधेयक उच्चतम न्यायालय द्वारा केन्द्र सरकार को फरवरी 1995 में “वायु तरंगों के प्रयोग को नियंत्रित और विनियमित करने के लिए समाज के सभी वर्गों और हितबद्ध समूहों का प्रतिनिधित्व करने वाले एक स्वतंत्र सरकारी प्राधिकरण स्थापित करने के लिए तत्काल कदम उठाने” का निर्देश दिये जाने के बाद संसद में पेश किया गया। उच्चतम न्यायालय प्रसारण क्षेत्र के निजीकरण के विरुद्ध था, क्योंकि उसका यह मानना था कि “यदि प्रसारण में निजी क्षेत्रों के प्रवेश की अनुमति दी जाती है तो यह सुनिश्चित करने के लिए कि इसमें विभिन्न वर्गों के हितों को ध्यान में रखते हुए कार्यक्रम प्रसारित किए जाएंगे, इसे बजार भी शक्तियों के हाथ में नहीं छोड़ा जा सकता।” न्यायालय के नजरिए से प्रसारण/टेलीकास्ट के अधिकार किसी केन्द्रीय एजेंसी या कुछ निजी प्रसारण कर्ताओं के हाथ में कोंद्रित होने के परिणाम काफी गंभीर हो सकते हैं।

वर्तमान समय में अनेक वैज्ञानिक आविष्कारों के कारण टेलीविजन तकनीक में व्यापक परिवर्तन हो चुका है। वैसे भी टेलीविजन संचार के कई माध्यमों से मिलकर बना है। इसमें जहां रेडियो तकनीक के जरिये आवाज़ का प्रयोग किया जाता है, वहीं रंगीन तस्वीरों को भी प्रसारित किया जाता है। गतिमान तस्वीरों को कैमरे में कैद कर लेना और फिर उसको अपने अनुसार संपादित करने की तकनीक भी टेलीविजन के निर्माण में काफी उपयोगी रही। अगर दूसरे दृष्टिकोण से देखा जाए तो टेलीविजन ने मल्टीमीडिया का रूप धारण कर लिया है। अनेक तकनीकों को समेटे होने के बावजूद ये सबाल भी बार-बार उठता है कि टेलीविजन की अपनी ऐसी क्या विशेषताएं हैं, जो इसे दूसरे माध्यमों-रेडियो, सिनेमा और प्रिंट मीडिया से अलग पहचान देती है।

मूलरूप में टेलीविजन का दृश्य माध्यम होना उसे रेडियो से पृथक कर देता है। इसमें आवाज के रूप में बोले गये शब्द और संगीत दृश्यों के सहयोगी का काम करते हैं। उनका अलग से कोई वजूद अक्सर नहीं होता। जैसे समाचारों में अगर किसी खबर के दृश्य नहीं हैं तो दर्शकों के लिए वह लगभग रेडियो पर समाचार सुनने जैसा ही होगा, लेकिन अगर दृश्य हमारे पास मौजूद हैं और नैरेशन नहीं है तो भी दर्शक उस कहानी को समझ पाने में समर्थ होंगे। शब्दों का महत्व दृश्यों को विशेष अर्थ देने में है। टेलीविजन की दृश्य तकनीकी इसकी सबसे बड़ी विशिष्टता है। इसी कारण टेलीविजन अन्य संचार माध्यमों पर भारी पड़ता है। आज भी लोग सुनी-सुनाई बातों की अपेक्षा आँखों देखी बातों पर ज्यादा भरोसा करते हैं।

ठीम वर्क-टेलीविजन लेखन को एक लेखक हेतु चुनौतीयुक्त कार्य कहा गया है। अक्सर साहित्य के क्षेत्र में स्थापित नाटककारों और कहानीकारों की यह धारणा होती है कि उनके लिये यह कोई दुष्कर काम नहीं है, परन्तु जब वह क्रियात्मक स्थिति में पहुँचते हैं तो उन्हें यह देखकर आश्चर्य होता है कि ऐसे लेखक जिन्हें न कोई साहित्यिक समझ होती है और न लेखन कला की गहराइयों की अनुभूति, बड़ी सहजता से सिनेमा और टेलीविजन के क्षेत्र में प्रतिष्ठित हो रहे हैं तथा उनके सामने फिल्म अथवा टेलीविलन पर दिखाये जाने वाले सीरियलों के निर्माता स्थापित साहित्यकारों को पूछता तक नहीं है।

वास्तविक बात यह है कि टेलीविजन हेतु लेखन कार्य एक पृथक तरह की तकनीकी लेखन कला है और रेडियो आलेखन से ज्यादा बारीक है, क्योंकि लेखक को हर स्थिति में दृश्यों और बिम्बों में सोचना पड़ता है, उसे इन दोनों बातों में उचित सामंजस्य तो करना ही पड़ता है, परन्तु इस बात के अलावा निर्माता, निर्देशक, निर्माण सहायक, तल प्रबन्धक, अभिनयकर्मियों, कैमरा मैन, दृश्य बन्ध अभिकल्पकार, लेखाचित्र तथा पर्यवेक्षक एवं कलाकार, रूप सज्जाकार, सामग्री पर्यवेक्षक, आदि चित्रण-ठीम के लोगों की सुविधाओं, जरूरतों का ध्यान भी रखना होता है। विशेष रूप से निर्देशक, निर्माता तथा अभिकल्पकार के साथ जो दृश्य बन्ध की रूपरेखा बनाता है, टेलीविजन-लेखन में सामंजस्य होना बहुत जरूरी है। अतः टेलीविजन-लेखन केवल लेखन या मात्र लेखक कल्पना बन्ध न होकर ठीम-प्रस्तुत परिणाम होता है।

टेलीविजन भाषा—यूं तो टेलीविजन के सक्रीन पर दिखाई पड़ने वाले पात्र वही भाषा बोलते हैं, जो कागज पर अंकित भाषा को जो भाषा चैतन्यता प्रदान करती है, वह टेलीविजन की भाषा होती है। यह भाषा यान्त्रिक और तकनीकी वर्णमाला की होती है। जिस तरह रेडियो की भाषा का वेश दूसरा है, उसी तरह टेलीविजन की भाषा का विन्यास भी भिन्न होता है। इस भाषा के शब्द भी बोलते हैं, रंग भी, चेहरे भी, दृश्य और उसका वातावरण भी, मौन भी, संगीत भी तथा सज्जा भी। अतः लेखक हेतु यह जरूरी है कि वह टेलीविजन की भाषा की प्रकृति को समझे। टेलीविजन की भाषा वह है, जो उसके बिम्बों से वह अनुभूति प्रदान करवा सके, जिसकी लेख कल्पना करता है। अतएव उसे टेलीविजन कार्यक्रम के लिये लिखते समय यह ध्यान में रखना पड़ेगा कि दृश्य बन्ध में शिथिलता तो नहीं है, वह अचेतन अथवा गतिहीन तो नहीं है। पात्र जो बोलते हैं, वह टेलीविजन की भाषा में रूपान्तरित हो रहा है या नहीं। दृश्यों की तारतम्यता स्वाभाविक रूप से जुड़ी हुई है अथवा नहीं।

टेलीविजन में भी रेडियो की तरह ही वाणी, ध्वनियों तथा मौन का सार्थक प्रयोग किया जा सकता है, परन्तु कैसे। अगर ऐसे प्रयोग द्वारा कही कथा-कहानी या अन्य आलेख-दृश्यों में ज्यादा ऊर्जा प्रदान की जा सकती है तो लेखक को ऐसी दृश्यात्मकता उत्पन्न करने की कला का निश्चेप लेखन में करना उपयुक्त रहता है, ताकि ओजस्वी दृश्य बन्ध की कल्पना की जा सके। वस्तुतः किसी भी आलेख के आधार पर निर्देशक भाँति-भाँति के दृश्यांकन की कल्पनाएँ करते हैं, उस स्थिति में ज्यादातर वह लेखनीय दृश्य बन्ध या सीक्वेंस (दृश्य-क्रम) में वाणी, ध्वनियों तथा मौन के उपयोग से प्रभाव लाने हेतु उन्हें बदल देते हैं। कभी यह कार्य सम्पादन कक्ष में होता है, कभी दृश्यांकन (शूटिंग) के अवसर पर।

दूरदर्शन की पत्रकारिता में लेखन—दूरदर्शन विधा का जो प्रयोग पत्रकारिता के क्षेत्र में किया गया है, वह एक बहुत बड़ा चमत्कार है। विश्व में किसी भी कोने में घटित होने वाली घटनाओं को आज हम प्रत्यक्ष रूप में उसी क्षण देख भी सकते हैं, जब वह घटित होती है अथवा फिर उनके दृश्यांकन को बार-बार उनके जीवन्त रूप में देख सकते हैं। यह सबसे प्रभावशाली ‘इलैक्ट्रॉनिक जनमाध्यम’ के रूप में आज प्रकट हुआ है, जिसने समस्त विश्व को एक ऐसे छोटे से ग्राम के रूप में परिवर्तित कर दिया है, जहाँ कोई भी व्यक्ति शीघ्र ही किसी घटना को उसी तरह देख सकता है जैसे—वह उसके पास ही घटित हो

रही हो। ऐसी स्थिति हालांकि बड़ी अविश्वसनीय सी लगती है, परन्तु विज्ञान ने उसे वास्तविक रूप दे दिया है। दूरदर्शन-पत्रकारिता द्वारा यह साध्य हो गया है कि वह प्रमाण सहित कठिनाइयों का प्रसारण कर सकती है।

आधुनिक युग में पत्रकारिता का अभिप्राय मात्र समाचारों का ज्ञान कराना अर्थात् किसी घटना की यथावत् सूचना दे देने तक ही सीमित नहीं रहा है, वह सर्वांगीण ज्ञान-प्रसार का मूर्त रूप बन चुकी है, वैचारिक उद्वेलन की कारक और ज्ञान की गहराइयों तक पहुँचाने के उसके प्रयत्नों ने व्यापक रूप ले लिया है। अतः जब हम विभिन्न ज्ञान-विज्ञान की सूचना देने वाले कार्यक्रमों को घटनाओं की सूचना देने के अलावा देखते हैं तो समझना चाहिये कि वह दूरदर्शन पत्रकारिता के ही रूप हैं। इसी तरह की बात समाचार-पत्रों तथा रेडियो द्वारा ज्ञान-विज्ञान नेटवर्क लेखों, रूपकों आदि को देखकर समझी जानी चाहिये। प्रायः सभी टी.वी. चैनल आज समाचार-प्रसारण कार्यक्रम प्रस्तुत करने लगे हैं। अतः दूरदर्शन हेतु पत्रकारिता लेखन पर भी विशेष तौर पर दृष्टि डालनी उचित है।

दूरदर्शन समाचार-लेखन और प्रस्तुतीकरण—जैसा कि हमने दूरदर्शन-लेखन पर पूर्व में लिखा है, वह सब तो टी.वी. के आलेखों में जरूरी है ही, परन्तु पत्रकारिता के दृष्टिकोण से किस जरूरी के लेखन की उपयुक्तता होती है, वह उससे कतिपय भिन्न है। टी.वी. समाचार चैनलों ने समाचार लेखन और उसकी प्रस्तुतिकरण को नया आयाम प्रदान किया है। यह स्मरणीय बात है कि दूरदर्शन द्वारा प्रेषित किये जाने वाले समाचारों में केवल वाचक की ही भूमिका नहीं रहती, अपितु उन दृश्यों की भी होती है, जो हमें समाचारों के साथ दिखाये जाते हैं और दूरदर्शन-संवाददाताओं द्वारा हमें घटनाओं की यथास्थिति से भी अवगत कराया जाता है तथा घटनास्थलों के चित्र भी दिखाये जाते हैं। अतः दूरदर्शन के पत्रकार लेखकों को भी अविलम्ब दृश्यों एवं बिम्बों में सोचना पड़ता है। दूरदर्शन-समाचार सम्प्रेषण के दो प्रधान पक्ष हैं—

- (1) निर्माण पक्ष, जिसमें समाचार संयोजन और सम्पादन भी शामिल हैं।
- (2) वाचन द्वारा समाचार सम्प्रेषण।

(1) समाचार संयोजन, निर्माण तथा सम्पादन—दूरदर्शन हेतु समाचार लेखन क्रियाओं को समाचार-पत्र और रेडियो हेतु लेखन का ऐसा परिष्कृत रूप कह सकते हैं, जो समाचार केन्द्रित भी हो, बिम्बधारक भी हो तथा दृश्य बिन्दुओं की पूर्णरूपेण सापेक्षिक भी हो अर्थात् उसका दृश्यात्मक चरित्र पूर्ण रूपेण

उभरकर सामने आता है। इस कार्य में समाचार वाचन के साथ दिखाई जाने वाली सामग्री की समय सीमा तथा दृश्यों के सन्दर्भों का विशेष ध्यान रखा जाता है। यदा-कदा दृश्य अथवा चित्र उपलब्ध नहीं होते तो लेखन द्वारा ही समाचार में भाव-प्रवणता का समावेश करना पड़ता है। अतः दूरदर्शन लेखन में ध्यान रखने की मुख्य बातें निम्नांकित हैं—

(i) **चित्रात्मकता**—दूरदर्शन-समाचारों में चित्रात्मकता होती है। दर्शकों को दूरदर्शन से यह अपेक्षा होती है कि वह समाचारों को चित्रों के द्वारा प्रेषित करे। दूरदर्शन विधा में ध्वनि तथा दृश्य दोनों ही विशेष आकर्षण की वस्तु होते हैं। यही कारण है कि जिन समाचारों को दृश्यात्मक बनाया जाता है, उनके उन अंशों को ज्यादा उजागर किया जाता है, जिनमें दृश्यों अथवा चित्रों के प्रयोग का संयोजन किया गया होता है।

(ii) **तारतम्यता**—समाचारों की विषय-वस्तु और दृश्य तथा चित्रा-सामग्री के क्रम में तारतम्य तथा पूर्ण सापेक्षता महत्वपूर्ण होता है। अतः लेखक को घटना इस तरह उल्लेखित करनी चाहिए, जिस प्रकार वह घटी हो और जिस तारतम्य में उसके चित्रों का प्रसारण किया जाना हो। किसी महत्वपूर्ण भाषण को ज्यों का त्यों दिखाना समाचार-प्रसारण में न तो उपयुक्त होता है एवं न दर्शकों हेतु रुचिपूर्ण। अतः उसके मुख्य अंश को बोलते हुए ही, या फिर वाचक द्वारा कहलवाते हुए ही दिखाना उचित समझा जाता है। अतएव ऐसे भाषण के अंशों को सम्पादित करना भी समाचार लेखक का काम है तथा अगर दृश्यों के साथ समाचार प्रकाश में लाना है तो उनके विवरण में तारतम्य होना जरूरी है।

(iii) **प्रमाणक ग्राह्यता**—दूरदर्शन से समाचार प्रेषण के साथ-साथ घटनास्थलों को दिखाना, घटना से प्रभावित लोगों, या भाषण स्थलों से भाषणकर्ताओं को सीधे दृश्य प्रसारण आदि ऐसी क्रियाएँ हैं, जिनका समावेश समाचार-लेखन में प्रसारण के प्रति ग्राह्यता एवं प्रामाणिक होने का विश्वास उत्पन्न करते हैं। अतः लेखन में इनके समावेश तथा वाचन-सामंजस्य करना दूरदर्शन पत्रकारिता की स्वयं की विशेषता है। यह विशेषता अधिकाधिक कुशलता से लाना समाचार लेखन को विशिष्टता प्रदान करती है।

(iv) **संक्षिप्तता**—दूरदर्शन समाचार लेखन में भी रेडियो समाचार लेखन की तरह यथार्थ घटना का पूर्ण विवरण संक्षिप्त अभिलेखों में होना चाहिये। जिन चित्रों को दिखाया जा रहा है, वह अपने आप में दूरदर्शन की वाणी की तरह ही दर्शक स्वीकार करते हैं। अतएव ऐसे दृश्यों के सम्बन्ध में क्या कहता है, यह अत्यन्त संक्षिप्त होना चाहिये।

(2) समाचार-बुलेटिन की तैयारी और प्रसारण—दूरदर्शन द्वारा प्रसारित किये जाने वाले समाचार भी उनके कुशल सम्पादन की देन होते हैं। दूरदर्शन में समाचार-संकलन के प्रमुख स्रोत हैं—रिपोर्टर्स, एजेन्सीज की फीड, एम. एस. आर. (बाहर की फीड), सैटेलाइट, डी. एल. एस आदि। समाचारों के साथ प्राप्त चित्रात्मक सामग्री यथा—फिल्म, वी.सी.आर. कवरेज आदि तथा अन्य सामग्री भी प्रसारण काल तक अपेक्षित रहती है। समाचार सम्पादक का काम शुरू होता है, प्राप्त समाचारों की भीड़ में से प्रसारण योग्य समाचारों का चुनाव करने और उसके साथ दृश्यात्मक सामग्री को संयुक्त करने के लिये उसका सम्पादन करने से।

इस तरह से चयन करते हुए वह हर समाचार में लगने वाले समय का भी निर्धारण करता है। समाचार-सम्पादक और समाचार-वाचक के अलावा एक महत्वपूर्ण व्यक्ति और सम्पादक-कक्ष से जुड़ा होता है एवं वह है समाचार-प्रस्तुतकर्ता। यह व्यक्ति सम्पादक के परामर्श से चित्रों का सम्पादन करता है और क्रम से उन्हें भिन्न-भिन्न टेपों पर चिपका देता है। यह कार्य समाचार-प्रसारण हेतु निर्धारित समाचार-क्रम के अनुसार किया जाता है। इन टेपों के अनुसार समाचार सम्पादक समाचारों का लेखन करता है। उनका सम्पादन भी करता है एवं उन पर संख्या क्रम लिखकर समाचार वाचक को सौंप देता है। दूरदर्शन की समाचार-प्रसारण क्रिया में इलेक्ट्रॉनिक स्लाइड प्रोजेक्टर तथा फिल्म चलाने का एक दूसरे प्रोजेक्टर, जिससे फिल्म चलाई जाती है, भी होता है, जिसे टैलीसिने कहते हैं। वर्तमान में टैलीसिने का उपयोग बहुत कम हो गया है, क्योंकि उसकी जगह वी.डी.ओ. टेप का प्रयोग किया जाता है।

समाचार सम्पादक के अन्य कार्य हैं—

- (1) समाचार के आलेख पर उससे सम्बन्धित चित्र सामग्री का उपयोग समाचार में कहाँ करना होगा।
- (2) इन वी.सी.आर. को कहाँ होल्ड करना है और उसे पुनः कहाँ चालू करना है।

समाचार वाचक जब दो व्यक्ति होते हैं तो जो समाचार जिस वाचक को दिये जाते हैं, उसका नाम समाचार के हर पृष्ठ पर सम्पादक द्वारा अंकित किया जाता है। अतः जिस समाचार पर जिस वाचक का नाम अंकित करना है, वह उसी को वाचन हेतु दिया जाता है। समाचार वाचक में निम्नांकित विशेषताएँ होनी चाहिए—

1. वाचक की वाणी में सहज प्रवाह और लोच होनी चाहिये, जिससे वह समाचार का प्रभावशाली वाणी में प्रेषण कर सकें।

2. त्वरित बुद्धि हो तो वाचक प्रसारण में गलती होने पर उसे उसी क्षण सुधार लेता है।
3. वाचक को आत्म-विश्वास होना चाहिये।
4. वाचक का उच्चारण स्पष्ट एवं दोष रहित होना चाहिये।
5. प्रसारणीय समाचार की भाषा का तो समाचार-वाचक को पूरा ज्ञान होना चाहिये तथा उसे अन्य प्रमुख भाषाओं की भी पूरी तरह से जानकारी होनी चाहिये, अगर उसमें कोई कमी है तो अन्य भाषा में प्रसारण सुनने से अपनी गलतियों में सुधार होता है।
6. एक अन्य विशेषता समाचार वाचन करने वाले में होनी चाहिये। वह है—उसका प्रियदर्शी होना अर्थात् वह जितना वाणी से प्रभावशाली हो, उतना ही अपने स्वरूप से भी सुर्दर्शन होना चाहिये।

टेलीविजन समाचारों में मुहावरे एवं अलंकार

हिन्दी भाषा में मुहावरे एवं लोकोक्तियों का प्रयोग भाषा को बेहद सुन्दर एवं आकर्षक बना देता है। इनके प्रयोग से भाषा चुस्त एवं जीवंत हो जाती है। लोकोक्ति और वागधाराएं वाक्य या वाक्यांश का वह सुगठित एवं परिष्कृत रूप हैं, जिसमें किसी भी प्रकार का फेरबदल संभव नहीं है। वह जिस रूप में चल पड़ता है, उसी रूप में प्रभावी होता है। अक्सर मुहावरे और कहावत को पहचानने में भ्रम की स्थिति बनी रहती है। इसके लिए दोनों में अंतर समझना बहुत अनिवार्य है। कहावत एक पूरे वाक्य के रूप में होती है, जिसका आधार कोई कहानी या घटना विशेष होती है। किसी भी विषय को स्पष्ट करने के लिए कहावतों का प्रयोग होता है, साथ ही खास बात ये है कि कहावतों का प्रयोग बिल्कुल स्वतंत्र रूप में होता है। जबकि मुहावरों का प्रयोग वाक्यों के अंतर्गत ही संभव है। हिन्दी भाषा में मुहावरों की अपनी एक स्वतंत्र पहचान होती है।

आकाशवाणी एवं दूरदर्शन हेतु समाचार लेखन में अन्तर

आकाशवाणी और दूरदर्शन की अपनी-अपनी विशेषताएँ हैं और सीमाएँ भी हैं। आकाशवाणी से आपको समाचार सुनाये जा सकते हैं, आप समाचार वाचक के दर्शन नहीं कर सकते, जबकि दूरदर्शन पर ऐसा नहीं है। आपको समाचार वाचक सामने पर्दे पर दिखाई देता है। अतः स्वाभाविक है कि दोनों के समाचार

वाचन में जिस तरह अन्तर होता है, उसी तरह उनके लिये जो समाचार लिखे जाते हैं, वह रेडियो प्रसारण के लिये तैयार किये गये आलेख से भिन्न प्रकार का होता है। टेलीविजन समाचार प्रेषण कक्ष में माइक्रोवेव सर्विट द्वारा तस्वीर तथा वर्णन भेजना एक साधारण सी प्रक्रिया में उपलब्ध है, अतः दूरदर्शन के लिये समाचार लेखन तकनीक भी उसकी अपनी ही तरह की है।

रेडियो के लिये तैयार समाचार बुलेटिन की भाषा एवं दूरदर्शन के समाचार बुलेटिन की भाषा में अन्तर होता है, हालाँकि दोनों की भाषा लोगों को आसानी से ग्राह्य हो, ऐसी होती है, लेकिन दूरदर्शन में वाचन के साथ दिखाये जाने वाले यथार्थ दृश्यों से उसके लेखन का समन्वय एक अतिरिक्त प्रकरण है, जो वाचन के मध्य में समाचार के साथ प्रकट कर दिया जाता है। तकनीकी दृष्टि से रेडियो-प्रसारण सिर्फ ध्वनि का प्रसारण है, जिसे समझ कर समाचारों के कल्पना लोक का सृजन करना श्रोताओं का कार्य है। उसे सुनने को जो बिम्ब प्राप्त होते हैं वह लेखन द्वारा निर्मित होते हैं, जिनका रूप श्रोता बनाते हैं। रेडियो समाचार लेखन की यही विशेषता होती है कि वह ऐसी भाषा में लिखे जायें, जिसे सुनकर श्रोता तत्क्षण समझ जाय, उसे समझने हेतु श्रोता को अपने मन-मस्तिष्क पर जोर न देना पड़े। रेडियो लेखन ऐसे रूप में किया जाता है कि उसके शब्दों में ध्वनि प्रभाव उत्पन्न करने की शक्ति हो। उसमें ऐसी सहजता भी हो कि वाचक को अपनी वाचन क्रिया में खबर के उतार-चढ़ाव से प्रवाह उत्पन्न करने का भी अवसर रहे।

टेलीविजन का लेखन एक टीम की अनिवार्य अपेक्षाओं से नियन्त्रित होता है। उसमें लेखक को निर्माण सहयोगियों की सुविधा का स्मरण रखना होता है। टेलीविजन की तकनीक का लेखक की भाषा से प्रत्यक्ष सम्बन्ध होता है। टेलीविजन दर्शकों को वाणी द्वारा प्रेषित समाचारों में श्रोताओं को बिम्ब कल्पना भी देता है तो सीधे-सीधे समाचारों के बिम्बों को भी इस गति को प्रदान करने की कला भी टेलीविजन आलेख में समाहित होती है।

आकाशवाणी और दूरदर्शन द्वारा समाचार सम्प्रेषण वाचन क्रिया द्वारा होता है। दोनों माध्यमों में क्रिया रूप में वाचन समान होता है, परन्तु तकनीकी रूप में भेद है। साधरणतः हम यही समझते हैं कि किसी समाचार को प्रसारण हेतु जब रेडियो या टेलीविजन पर कोई व्यक्ति सुनाता है तो उसे समाचार-वाचक की संज्ञा दी जाती है। स्थूल तौर पर वाचन होता भी यही है, परन्तु इतनी ही बात वाचन

क्रिया को पूरी तरह स्पष्ट नहीं करती। समाचार-वाचन का अधिग्राय है, जिस माध्यम से समाचार-सम्प्रेषण वाचन द्वारा हो, वह तकनीकी तौर पर भी उस माध्यम के अनुसार हो, अतः समाचार वाचक को सम्बन्धित माध्यम की सम्प्रेषण तकनीक का समुचित जानकारी भी होना चाहिये तथा उसे उस माध्यम पर वाचन करने में भी कुशल होना चाहिए।

आकाशवाणी तथा दूरदर्शन, दोनों ही आम जनता को जानकारी देने के लिये समाचारों को प्रसारित करते हैं, अतः यह स्पष्ट है कि उनका प्रसारण आम बोलाचाल की भाषा में होने चाहिए। इसलिए समाचारों की भाषा सहज तथा प्रवाह युक्त होनी चाहिये। वाचन क्रिया उसे सहज भी बना देती है। यह बात वाचक के बोलने की कुशलता पर आधारित होती है। बहुत से श्रोता किसी खास वाचक की वाणी सुनने हेतु ही समाचार सुनते हैं। वाचक नीरस समाचारों को भी अपनी वाणी से उसमें प्रवाह उत्पन्न कर देता है। रेडियो के प्रसारण इस प्रकार किये जाते हैं कि जिस बारे में कहा जा रहा है, उसे स्वतः निर्मित बिम्बों के रूप में श्रोता कल्पना कर सके। इस बात के लिये जरूरी है कि वाचक की वाणी में स्पष्टता और माधुर्य होना चाहिये। रेडियो समाचारों में सपाटता होती है, क्योंकि जो भी यथार्थ समाचार है उसका लेखन भी बड़े सपाट रूप में, किन्तु बहुत स्पष्ट होती है, क्योंकि जो भी यथार्थ समाचार है उसका लेखन भी बड़े सुचारू रूप में, किन्तु बहुत स्पष्ट होता है। उसके बीच में समाचार को अधिकतम रूप में ग्राह्य बनाने हेतु कोई अन्य उपक्रम नहीं होता।

दूरदर्शन पर समाचार वाचन के मध्य, समाचार की पुष्टि अथवा श्रोता दर्शक का स्पष्ट सम्बन्ध घटनास्थल से भी कर दिया जाता है। उस समय उसे संवाददाता से स्पष्ट जानकारी प्राप्त होती है, जहाँ वह मौजूद होता है, अर्थात् घटनास्थल पर दूरदर्शन का समाचार-लेखन भी उसी प्रकार का होता है। बीच-बीच में सीधे सवाददाता से समाचारों की जानकारी देने हेतु दूरदर्शन कक्ष से उसके सम्पर्क जोड़ा जाता है।

आकाशवाणी की वाचन प्रणाली एवं दूरदर्शन की वाचन क्रिया में अन्तर होता है। दूरदर्शन में वाचक की वाणी द्वारा प्रसारित किये जा रहे समाचारों के साथ घटनाओं अथवा हालातों के चित्रों का संयोजन भी रहता है। अतः श्रोताओं का घटना के पात्रों से प्रत्यक्ष सम्पर्क भी जुड़ता है और भावात्मक बिम्बों का सृजन होता है। निश्चय ही समाचारों की दृश्यावली के साथ वाणी का सामंजस्य रहता

है, परन्तु श्रोता उससे ज्यादा समाचार के दृश्यों पर अपना ध्यान केन्द्रित रखता है। समाचार वाचन के मध्य में समाचार से सम्बन्धित दृश्यों को दिखाने के अन्तराल में वाचक से कतिपय विश्राम मिलता रहता है, जो आकाशवाणी के वाचक को उपलब्ध नहीं होता। अतः उसे ज्यादा सजग रहना पड़ता है।

रेडियो पर प्रायः 15 मिनट का समाचार बुलेटिन सबसे बड़ा होता है। इस बड़े बुलेटिन में दो विराम होते हैं। इससे छोटा बुलेटिन दस मिनट का होता है, जिसमें एक विराम होता है। सबसे छोटे पाँच मिनट के बुलेटिन में कोई विराम नहीं होता। हर बुलेटिन में विराम पाँच मिनट के अन्तर पर रखे जाते हैं। विराम, सामान्यः अभिप्रेरित होते हैं। जैसे—इनमें व्यावसायिक विज्ञापनों का प्रसारण एवं आकाशवाणी या दूरदर्शन समाचार-सम्पादक को समाचार क्रम में यदि कोई परिवर्तन करना हो तो उसके लिये मौका। आकाशवाणी पर विराम के लिये प्रायः तीन तरह की अभिव्यक्तियाँ होती हैं,—“यह आकाशवाणी है”, “ये समाचार आप आकाशवाणी से सुन रहे हैं”, और “ये समाचार आकाशवाणी से प्रसारित किये जा रहे हैं।”

आकाशवाणी अथवा दूरदर्शन पर समाचार प्रसारण एक यान्त्रिक पद्धति है, जो लेखन स्तर से वाचक स्तर तक वर्तमान तक है। आकाशवाणी या दूरदर्शन पर समाचार प्रसारण में वाचक को कोई स्वतन्त्रता नहीं होती, यहाँ तक कि शब्दों के हेर-फेर भी नहीं, क्योंकि जो कुछ अन्तिम रूप से उसके सामने होता है वह एक ‘टीम वर्क’ का परिणाम होता है, जिसे समाचार-प्रसारण नीति के अनुसार रूप दिया गया है। किसी समाचार को वाचन रूप देने तक आकाशवाणी में यह पद्धति चलती रहती है।

लिखे हुए समाचार ‘पूल’ में रखे जाते हैं। पूल का अभिप्राय है समाचारों का ‘भण्डारण-गृह’। पूल (समाचार-सरोबर) प्रायः दो विभागों में होता है—पहला विभाग देशीय समाचारों हेतु होता है, दूसरा भाग विदेशी समाचारों के लिये। पहले विदेशी समाचार पूल के खेल-समाचार भी होते थे, लेकिन अब इसके लिये पृथक् पूल व्यवस्थित किया गया है, अतः इसे पूल का अनुभाग कहना चाहिये। इनके अनुसार इन्हें क्रमशः मार्निंग पूल, डे-पूल, इवनिंग पूल तथा नाइट पूल कहते हैं। समय के अनुसार समाचार प्रसारण हेतु निर्धारित पूलों को संक्षेप में संकेताक्षरों से जाना जाता है, जैसे—मार्निंग पूल को एम. पी., दिन के पूल को डी. पी., शाम के पूल को ई. पी. और रात्रि के पूल को एन. पी. कहा जाता है। पूल से प्रसारण हेतु प्रसारणीय अर्थात् प्रसारण हेतु उपयुक्त समाचारों का चयन प्रसारण

कार्यक्रम का काफी महत्त्वपूर्ण भाग होता है। इस स्थिति में समाचारों के पुनर्लेखन की भी जरूरत होती है और चुने गये समाचारों को शीर्षक देने की भी।

बुलेटिन के समाचारों में अगर कोई सुधार प्रसारण की दृष्टि से आवश्यक होता है तो सम्पादक उन्हें पुनः लिखता है। इस प्रकार के पुनर्लेखन में जो काट-छाँटकर समाचार को अन्तिम रूप देने की चेष्टा होती है, उसमें लेखन तो मुख्य है ही, उसका वाचन भी प्रमुख होता है, क्योंकि समाचार के पुनर्लेखन के पश्चात् उसे पुनः बोलकर भी देखा जाता है अर्थात् यह सुनिश्चित किया जाता है कि वह वाचन योग्य बन गया है या नहीं। अगर उसमें वाचन दृष्टि से कोई कमी होती है तो उसे पुनः वाचन योग्य बनाने हेतु सुधारा जाता है। इसके पश्चात् चयनित समाचारों में से ऐसा समाचार चयन किया जाता है, जो सबसे पूर्व प्रसारित किये जाने योग्य हो। इसे 'लीड' समाचार कहते हैं। इस क्रिया में समाचारों को क्रम दिया जाता है एवं उनके शीर्षक क्रमवार किये जाते हैं। इस तरह वाचन के लिये प्रस्तुत बुलेटिन तीन वर्गों में बाँटा जाता है—

1. शीर्षक (हैड लाइन)।
2. समाचार का विवरण।
3. विराम (ब्रेक)।

आकाशवाणी या दूरदर्शन पर समाचारों की क्रम पद्धति समाचार पत्रों की विविध से पृथक् होती है। रेडियो से प्रसारित होने वाले समाचारों तथा समाचार-पत्रों में प्रकाशित होने वाले समाचारों में न सिर्फ संरचना और लेखन के स्तर पर अन्तर होता है, बल्कि उनके क्रम में भी अन्तर आता है। रेडियो पर संक्षेप में ज्यादा-से-ज्यादा समाचार दिये जाते हैं, इसलिये उसका क्रम निर्धारण भी इसी योजना से किया जाता है। समाचार-पत्र में अक्सर प्रथम पृष्ठ पर ही सबसे जरूरी अथवा महत्त्व के समाचार दिये जाते हैं। यह समाचार किसी भी तरह के हो सकते हैं। ये सब एक ही पृष्ठ पर प्रकाशित किये जाने में तारतम्यता का ध्यान रखना जरूरी नहीं है। समाचार को पूरक रूप में दिया जाना यदि एक पृष्ठ पर सम्भव नहीं रह पाता तो उसका शेषांश दूसरे या अन्य पृष्ठ पर दिया जाता है। प्रायः सभी महत्त्वपूर्ण समाचारों के अंशात्मक रूप में मुख्य पृष्ठ पर एवं उनके शेषों को दूसरे पृष्ठ पर देखने की परम्परा है। स्वाभाविक है कि रेडियो बुलेटिन में यह सम्भव नहीं है और न ही दूरदर्शन के समाचार बुलेटिन में। रेडिया अथवा दूरदर्शन पर प्रमुख समाचार एक क्रम

में ही प्रसारित किये जाते हैं। अगर किसी समाचार में कतिपय और वृद्धि समाचार में भी उसे जोड़ दिया जाता है, परन्तु समाचारशृंखला को भंग करके ऐसा नहीं किया जाता। रेडियो और दूरदर्शन में पहले समाचार क्रम के अनुसार हेड लाइनों अर्थात् उनके शीर्षकों का वाचन किया जाता है, तत्पश्चात् समाचारों को विस्तृत रूप में प्रस्तुत किया जाता है। रेडियो पर पाँच मिनट के प्रसारण में कोई हेड लाइन देने की प्रथा नहीं है। दस मिनट के बुलेटिन में प्रायः तीन-चार तथा पन्द्रह मिनट के बुलेटिन में प्रायः पाँच-छः हेड लाइन दी जाती है।

बुलेटिन के अन्त में प्रमुख समाचार को दुहराया जाता है। रेडियो में प्रसारित की जाने वाली हेड लाइन अधूरी नहीं दी जाती, जबकि समाचार-पत्र में ऐसा करना सम्भव है। समाचार सम्पादन और समाचार वाचक के मध्य अच्छा तालमेल प्रसारण को यथेष्ठ, आकर्षक और सरल बनाये रखता है। यदा—कदा वाचक, अपनी वाचन सुविधा या अन्य कारण से समाचार सम्पादक को परामर्श भी देते हैं, जिन्हें सम्पादक मान भी लेते हैं अथवा सधन्यवाद अमान्य कर देते हैं। यदा—कदा प्रसारण के बीच में किसी समाचार के शेष को पुनः रूप में भी वाचक को देना जरूरी हो जाता है। इससे वाचक को प्रश्न तो होती है, परन्तु वह उसका प्रसारण निर्देशानुसार करता है।

अक्सर कुशल सम्पादक वाचक के उच्चारण को भली प्रकार जानते हैं। अतः वह उनके उच्चारण के अनुकूल शब्दों का चयन, लेखन प्रक्रिया में करते हैं। अक्सर समाचार सम्पादन उच्चारण विषयक वाचक से परामर्श भी करते हैं। यदा—कदा समाचार बुलेटिन के प्रसारण काल में भी सम्पादक के पास कोई महत्त्व का समाचार आ जाता है, जिसे देना आवश्यक होता है। इस स्थिति में सम्पादक उसका लेखन तुरन्त करता है और उसे समाचार वाचक के पास पहुँचा देता है। ऐसे समाचार को ‘फ्लैश’ कहा जाता है।

13

समाचार प्रसारण संबंधी कानून

सामान्य रूप से पत्रकारिता समाचारों को लोगों तक पहुँचाने का नाम है। जिस तरह एक वैज्ञानिक खोज कर दूसरों तक उसे पहुँचाता है उसी तरह पत्रकार खबरों की खोज करता है फिर उससे जनसाधारण तक पहुँचाता है। जिस तरह जीवन के विविध रंग हैं उसी तरह पत्रकारिता के भी विविध रंग हैं। राजनीति, कला, खेल, वित्त आदि पत्रकारिता के विविध रंग हैं। यों तो पत्रकारिता एक कला है, लेकिन सम्प्रति यह एक पेशा का रूप भी ले लिया है। अधिकांश लोगों के लिए यह रोजी-रोटी का जरिया है, लेकिन उसमें अब भी कुछ लोक-सेवा के भाव निहित हैं। वर्तमान समय में पत्रकारिता की अहमियत किसी से छिपी हुई नहीं है। ऐसा कहना अनुचित न होगा की आज हम मीडिया युग में जी रहे हैं। जीवन के प्रत्येक क्षेत्र और प्रत्येक रंग में मीडिया ने अपना प्रभुत्व स्थापित कर लिया है।

किसी भी लोकतांत्रिक देश में अभिव्यक्ति या बोलने की आजादी काफी मायने रखती है क्योंकि यदि आजादी बने रहे तो व्यक्तियों के बाकी के अधिकार भी बने रहते हैं। यदि देखा जाये तो अभिनय, मुद्रित शब्द, बोले गए शब्द और व्यांग्य चित्र आदि के द्वारा मिली अभिव्यक्ति के आजादी बाकी के सभी आजादियों का मूल है। इसीलिए व्यक्ति की स्वतंत्रता को व्यक्ति का मूल आधार माना गया है। संविधान में मूल रूप से कुल 7 मौलिक अधिकार वर्णित किये गए थे जिन्हें भाग 3 के अनुच्छेद 12 से 35 तक में विस्तार से बताया गया है। सन् 1976 में 44 वें संविधान संसोधन में सम्पत्ति के अधिकार को मूल

अधिकारों में से हटा दिया गया, इस प्रकार अब भारतीय नागरिक को कुल 6 अधिकार प्राप्त हैं –

1. समता का अधिकार (अनुच्छेद 14 -18)
2. स्वतंत्रता का अधिकार (अनुच्छेद 19)
3. शोषण के विरुद्ध अधिकार (अनुच्छेद 23-24)
4. धार्मिक स्वतंत्रता का अधिकार (अनुच्छेद 25-28)
5. संस्कृति और शिक्षा संबंधी अधिकार(अनुच्छेद 29 -30)
6. संवैधानिक उपचारों का अधिकार (अनुच्छेद 32-34)

हालांकि संविधान में प्रेस या मीडिया की स्वतंत्रता का कहीं कोई सीधा उल्लेख नहीं किया गया है।

लेकिन अनुच्छेद 19 में दिए गए स्वतंत्रता के मूल अधिकार को प्रेस की स्वतंत्रता के समकक्ष माना गया है।

मीडिया और मीडिया विधि का इतिहास

जैसा की हम सभी को ज्ञात है की भारत में मीडिया का उद्भव हिक्की के द्वारा 1780 में पहला भारतीय पत्र हिक्की गजट के नाम से निकला था।

19वीं शताब्दी के प्रारंभ के साथ ही भारत में चेतना की लहर जाग चुकी थी, और अब तक पत्रकारिता भी अपनी पकड़ जनमानस में बनाने लगी थी। लेकिन जब पत्रकारिता ने अपना पैर पसारना प्रारंभ ही किया था की ब्रिटिश हुकूमत ने भारतीय प्रेस पर अंकुश लगाना प्रारम्भ कर दिया था। जिनमें प्रेस पर सेंसर, अनुज्ञाप्ति नियम, पंजीकरण नियम, देशी भाषा समाचार अधिनियम और समाचार पत्र अधिनियम जैसे प्रमुख कानून लगाए गए थे। ब्रिटिश हुकूमत के द्वारा भारतीय पत्रकारिता पर लगाए गए कुछ प्रमुख कानून इस प्रकार हैं—

प्रेस नियंत्रण अधिनियाम

भारतीय पत्रकारिता पर सबसे पहली बार ईस्ट इंडिया कंपनी के शासन कल में सन 1799 मे प्रैस नियंत्रण अधिनियम लागू किया। इस अधिनियम के द्वारा समाचार- पत्र के संपादक, मुद्रक और स्वामी का नाम स्पष्ट रूप से अखबार में प्रकाशित करना अनिवार्य कर दिया। इसके अलावा इस अधिनियम द्वारा यह भी अनिवार्य कर दिया गया की प्रकशन से पूर्व, प्रकाशित किए जाने

वाले समाचार को प्रकाशक, सरकारी सचिव को देंगे और सचिव द्वारा अनुमोदन के बाद ही किसी समाचार को प्रकाशित किया जा सकेगा।

इस प्रकार इस अधिनियम के द्वारा प्रैस की आजादी की पूरी तरह से गला घोंट दिया गया। सन् 1807 में पुस्तकों, पत्रिकाओं और यहा तक की पम्फल्टों को भी इस अधिनियम का दंड मिलता था। लार्ड हेस्टिंग्स ने संसरशिप अधिनियम को समाप्त कर, संपादकों के मार्गदर्शन के लिए ऐसे नियम बनाए जिससे पत्र-पत्रकारिकता में ऐसे समाचार न छाप पायें जो ब्रिटिश सरकार के खिलाफ हो।

1823 के अनुज्ञित नियमद

अः— प्रत्येक प्रकाशक व मुद्रक को सरकार से लाइसेंस प्राप्त करना होगा। बिना लाइसेंस के प्रक्षण पर 400 रुपए जुर्माना या कारावास का दंड दिया जा सकता था।

बः— सरकार किसी भी समाचार-पत्र का लाइसेंस रद्द कर सकती थी। इसके बाद आये गवर्नर जनरल, विलियम बैंटिक ने यथापि लाइसेंसे अधिनियम 1823 को समाप्त नहीं किया।

सन् 1857 का अनुज्ञित अधिनियम

सन् 1875 के गदर के कारण सरकार ने एक बार फिर भारतीय प्रैस को प्रतिबंधित कर दिया। चूंकि यह एक संकटकालीन व्यवस्था थी अतः एक वर्ष बाद यह व्यवस्था समाप्त हो गयी और मेटकफ द्वारा बनाए गए नियम पुनाःलागू हो गए।

सन् 1867 के पंजीकरण अधिनियम

मेटकफ के नियमों को 1857 में ‘पंजीकरण अधिनियम’ के रूप में परिवर्तित कार दिया गया। यह अधिनियम प्रैस की स्वतंत्रा को सीमित नहीं करता था। इसके अनुसार, प्रकाशक को प्रकाशन के एक माह के भीतर पुस्तक की एक प्रति बिना मूल्य के सरकार को देनी होती थी।

देशी भाषा समाचार-पत्र अधिनियम, 1878 (वर्णाकुलर प्रेस एक्ट)

सन् 1878 के ईआईएस अधिनियम में सरकार ने भारतीय समाचार-पत्रों पर अधिक कड़ा अंकुश लगाने का प्रयत्न किया। इस अधिनियम में मजिस्ट्रे को

यह अधिकार भी दिया गया की वे किसी भी भारतीय भाषा के समाचार-पत्र के प्रकाशक से यह आश्वासान ले की कोई भी ऐसे सामाग्री प्रकाशित नहीं करेगा जिससे शांति भंग होने की आशंका हो। 1881 मे लार्ड रिपन ने वर्णाकुलर प्रेस एक्ट को समाप्त कर दिया परंतु बाद मे लार्ड कर्जन ने भारतीय दंड सहित में नए प्रावधान करके भारतीय प्रैस की स्वतंत्रता को पुनः प्रतिबंधित करने की जो शुरुवात की वह आगे स्वतंत्रता प्राप्ति तक चलती रही।

समाचार-पत्र अधिनियम 1908

लार्ड कर्जन की दमनकारी नीतियों से भारतीयों ने व्यापक असंतोष पैदा हुआ तथा उससे उत्तेजित होकर क्रांतिकरियों ने कुछ हिंसात्मक कार्रवाईयाँ भी की। समकालीन समाचार-पत्रे ने इसके लिए सरकार की तीव्र आलोचना की। विद्रोह को दबाने के लिए सरकार ने 1908 मे एक अधिनियम पारित किया जिसमे मजिस्ट्रेट को यह अधिकार दिया गया था की वे ऐसे समाचार-पत्र अथवा उसकी संपत्ति को जब्त कर ले जो आपतिजनिक सामाग्री छापता हो।

प्रेस ऐक्ट: सन् 1910

जनमत निर्माण एवं समाज को दिशा-निर्देश देने का महत्वपूर्ण दायित्व प्रेस पर है। जहां तक क्रांतिकारी आंदोलन का सम्बन्ध है भारत का क्रांतिकारी आंदोलन बन्दूक और बम के साथ नहीं समाचार पत्रों से शुरू हुआ, उक्त बातें जगदीश प्रसाद चतुर्वेदी ने युगान्तर में कही है, किन्तु जनचेतना की शुरूआत करने वाले इस चतुर्थ स्तम्भ की स्वतंत्रता पर आजादी के पूर्व से ही अंकुश लगाए जाते रहे हैं। 29 जनवरी 1780 को जेम्स अगस्टस हिक्की द्वारा प्रारम्भ किए गए साप्ताहिक कलकत्ता जनरल एडवरटाईजर एवं हिक्की गजट से भारत में पत्रकारिता की विधिवत शुरूआत मानी जाती है। इसका आदर्श वाक्य था- सभी के लिए खुला फिर भी किसी से प्रभावित नहीं। हेस्टिंग्स की शासन शैली की कट्टु आलोचना का पुरस्कार हिक्की को जेल यातना के रूप में मिला।

सत्ता के दमन के विरुद्ध संघर्ष के कारण गवर्नर वारेन हेस्टिंग्स ने हिक्की के पत्र प्रकाशन के अधिकार को समाप्त कर दिया। इस समाचार पत्र का संपादन मात्र दो वर्षों (1780-82 तक ही रहा। कालान्तर में भारतीय पत्रकारिता ने इसी साहसपूर्ण मार्ग का अनुसरण करते हुए सत्य एवं न्याय के पक्ष में संघर्ष का बिगुल

बजाया। ऐसे में सत्ता से टकराव स्वाभाविक ही था। पराधीन भारत के इतिहास के अनेक पृष्ठ अभिव्यक्ति स्वातंत्र्य के प्रति समाचार पत्रों की आस्था के उदाहरणों से भरे पड़े हैं। अंग्रेजी सरकार राष्ट्रीय और सामाजिक हितों एवं दायित्वों की आड़ में अपने स्वार्थों के पोषण के लिए प्रेस पर किसी न किसी प्रकार का नियंत्रण बनाये रखना चाहती थी। लार्ड वेलजली द्वारा सेंसर आदेश, 1799 में लागू कर दिया गया। समाचार पत्रों के अंत में मुद्रक का नाम व पता प्रकाशित करना अनिवार्य कर दिया गया। संपादक व संचालन के नाम, पते की सूचना सरकार के सचिव को देनी भी अनिवार्य कर दी गई। किसी भी समाचार के प्रकाशन से पूर्व सचिव द्वारा जांच के आदेश के प्रावधान बनाए गए। रविवार को समाचार पत्र के प्रकाशन पर पाबंदी लगा दी गई। इस सेंसरशिप को लार्ड हेस्टिंग्स ने सन् 1813 में समाप्त कर दिया।

सन् 1823 में एडम गवर्नर जनरल ने एडम अधिनियम जारी किया जिसमें प्रेस के लिए लाइसेंस लेना अनिवार्य कर दिया गया। सर चाल्स मेट्काफ प्रेस की स्वतंत्रता के प्रति उदार थे। उनके द्वारा सन् 1835 में मेट्काफ एक्ट पारित किया गया। इसके साथ-साथ सन् 1823 के एडम एक्ट में भी परिवर्तन किया गया। भारतीय पत्रकारिता को एक बार फिर प्रभावित करने के लिए अंग्रेजी शासन व्यवस्था द्वारा सन् 1857 में गैंगिंग एक्ट लागू किया गया और सन् 1823 के एडम एक्ट का प्रत्यारोपण किया गया और पुनः लाइसेंस लेने का अधिनियम लागू कर दिया गया। 1864 में वायसराय लार्ड डफरिंग के कार्यकाल में शासकीय गोपनीयता कानून था, जिसका उद्देश्य उन समाचार पत्रों के खिलाफ कार्यवाही करना था जो गुप्त सरकारी दस्तावेज प्रकाशित करते थे। सन् 1835 के मेट्काफ एक्ट से मुक्ति दिलाने के लिए लार्ड लारेंस ने सन् 1867 में समाचार पत्र अधिनियम लागू किया। इस अधिनियम के अनुसार प्रेस के मालिकों को मजिस्ट्रेट के सम्मुख घोषणा पत्र देना आवश्यक था। सन् 1867 का अधिनियम कुछ संशोधनों के साथ आज भी चला आ रहा है। इसका उद्देश्य छापेखानों को नियंत्रित करना है।

भारतीय समाचारपत्रों को कुचलने के लिए सन् 1878 में वर्नाक्यूलर एक्ट लगाया गया। इस कानून के तहत सरकार ने बिना न्यायालय के आदेश के भारतीय भाषाओं के प्रेस के मुद्रकों और प्रकाशकों को जमानत जमा करने तथा प्रतिज्ञा पत्र देने के आदेश दिए, ताकि वह ऐसी बातों का प्रकाशन नहीं करेंगे जिससे सरकार के प्रति घृणा उत्पन्न हो या समाज में वैमनस्य फैले। इसके साथ

ही अवांछनीय सामग्री को जब्त करने के आदेश भी दिए गए। इस कानून की भारतीयों ने कड़ी निन्दा की। अंग्ल समाचार पत्रों को इस अधिनियम से मुक्त रखा गया जिससे भारतीयों में रोष और बढ़ गया। सन् 1878 के वर्नाक्यूलर एक्ट को 1881 में समाप्त किया गया। ब्रिटिश सरकार ने सन् 1910 में भारतीय प्रेस अधिनियम लगाया और भारतीय पत्रकारिता पर अपना अंकुश और भी सख्त कर दिया। इस अधिनियम के अंतर्गत मुद्रकों को 7 हजार से लेकर 10 हजार रुपए तक जमानत देने को कहा गया। किसी भी आपत्तिजनक खबर के छपने पर धनराशि जब्त करने का अधिकार मजिस्ट्रेट को दिया गया। यह कानून 12 वर्षों तक प्रभाव में रहा और सन् 1922 में इसे रद्द कर दिया गया।

सन् 1930 में वायसराय इरविन ने देशव्यापी आंदोलन को देखते हुए प्रेस एंड अनआथराइज्ड न्यूज पेपर्स अध्यादेश को मई-जून से लागू कर दिया। इस अध्यादेश द्वारा सन् 1910 की सम्पूर्ण पार्बद्धियों को पुनः लागू कर जमानत की राशि 500 रुपए से और अधिक बढ़ा दिया गया। इसके अतिरिक्त सरकार ने हैंडबिल व पचों पर भी प्रतिबंध लगा दिया। सन् 1931 में जब पूरा देश एवं राजनेता गोलमेज सम्मेलन में व्यस्त थे तो ब्रिटिश सरकार ने ऐसे समय का पूरा लाभ उठाते हुए प्रेस बिल 1931, के अध्यादेश को कानून के रूप में पारित करा लिया। इसके अंतर्गत सरकार ने समाचारपत्रों के शीर्षक, संपादकीय टिप्पणियों को बदलने का अधिकार भी अपने पास सुरक्षित रख लिया। इसके पश्चात सन् 1935 में भारतीय प्रशासन कांग्रेस के हाथ में आ गया और फलतः समाचार पत्रों को स्वतंत्रता प्राप्त हुई।

सन् 1939 में द्वितीय विश्व युद्ध प्रारम्भ होते ही कांग्रेस सरकार को पदत्याग करना पड़ा और पत्रों की स्वतंत्रता पुनः नष्ट हो गई, जो सन् 1947 तक चली। स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद सन् 1950 में नया कानून बना जिसके द्वारा प्रेस की स्वतंत्रता को पुनः स्थापित किया गया। सरकार की छत्रछाया में विकसित होती भारतीय प्रेस की गति को अवरुद्ध करने के प्रयास भी लगभग दो शताब्दी पूर्व प्रारम्भ हो गये थे जो सन् 1947 तक किसी न किसी प्रकार जारी रहे। इन बाधाओं के बावजूद भारतीय प्रेस ने संघर्ष का मार्ग नहीं छोड़ा।

स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात देश में सन् 1867 में अंग्रेजों द्वारा बनाया गया प्रेस कानून ही कार्य पद्धति में लागू था, जिसमें सर्वप्रथम बड़ा संशोधन सन् 1955 में पहले प्रेस आयोग की सिफारिशों के आधार पर किया गया। इसके साल भर बाद सन् 1956 में रजिस्ट्रार आफ न्यूज पेपर्स आफ इंडिया (आरएनआई)

के कार्यालय ने काम शुरू किया। इसके पश्चात आजाद भारत में स्वतंत्र पत्रकारिता पर दमन का आरम्भ आपातकाल 1974-75 से शुरू हुआ।

चर्चित पत्रकार और मानवाधिकार विशेषज्ञ कुलदीप नैयर ने कहा है कि-

1. इमरजेंसी भारतीय इतिहास का एक दुखद काल था, जब हमारी आजादी लगभग छिन सी गई थी और आपातकाल आज भी अनौपचारिक रूप से देश में अलग-अलग रूपों में मौजूद है, क्योंकि शासक वर्ग, नौकरशाही, पुलिस और अन्य वर्गों के पूर्ण सहयोग से अधिनायकवादी और लोकतंत्र विरोधी गतिविधियों में लिप्त है।
2. आपातकाल के समय भारतीय पत्रकारिता जगत में इलेक्ट्रानिक मीडिया के नाम पर केवल सरकारी रेडियो और सरकारी चैनल अर्थात् दूरदर्शन मात्र था, जिनसे वैसे भी तात्कालिक सरकार को कोई खतरा नहीं था, लेकिन देश भर के अखबारों पर लगी सेंसरशिप ने तो जैसे आम जनता की आवाज का गला ही घोंट दिया था। तात्कालिक समय में अखबारों में जो कुछ भी छपना होता था, वो संपादक की कलम से नहीं बल्कि सेंसर की कैंची से कांट-छाट करके छपती थी।
3. आपातकाल के समय अखबार मालिक अपने दफ्तरों में जाकर खबरों को उलटते पलटते थे और उन्हें जिन खबरों में सरकार की आलोचना व खिलाफत का अंदेशा होता, वे उस खबर को छपने से रोक देते थे। देश में लगभग 19 माह तक ऐसी स्थिति व्याप्त थी। जनता सरकार द्वारा सन् 1978 में द्वितीय प्रेस आयोग का गठन किया गया, इसके गठन का मुख्य उद्देश्य आपातकाल के परिप्रेक्ष्य में प्रेस की स्वतंत्रता को सुनिश्चित करना था। मोरारजी देसाई काल में गठित इस आयोग ने अपनी रिपोर्ट सन् 1982 में तैयार की, लेकिन इस चार वर्ष की अवधि में देश का राजनीतिक परिदृश्य पूरी तरह से बदल चुका था। यहां हमें यह याद रखने की आवश्यकता है कि प्रथम आयोग और द्वितीय आयोग के गठन के बीच 26 वर्ष का अंतराल था। इस अंतराल के बाद भारतीय प्रेस में कई परिवर्तन आ चुके थे। इसी क्रम में वर्तमान पत्रकारिता के स्तर में सुधार हेतु तृतीय प्रेस आयोग के गठन का प्रस्ताव रखा गया है।
4. सन् 1910 ईसवी में उस प्रेस एक्ट की रचना की गई जिसके माध्यम से किसी छापेखाने के मुद्रक से पाँच हजार रूपए तक की जमानत माँगी जा सकती थी। जमानत माँगने हेतु आधार यह था कि किसी छापाखाने में

अगर कोई पत्र प्रकाशित होता हो और उस पत्र में सरकार के प्रति जनता में घृणा अथवा द्वेष फैलाने वाली कोई बात प्रकाशित हो तो सरकार उस छापाखाने के मुद्रक से उक्त रकम तक जमानत के रूप में माँग सकती है। मार्ले-मिण्टो सुधारों के अनुरूप जो व्यवस्थापक सभा बनी थी उसमें विचारार्थ यह कानून उपस्थित किया गया था। स्वर्गीय श्री गोखले-सदृश भारतीय नेता का समर्थन भी उसे प्राप्त हो गया था। परिणाम यह हुआ कि सदा हेतु भारतीय पत्रों के गले पर कानून रूपी यह भयावना खतरा लटका दिया गया।

5. सन् 1913 ईसवीं में पहले-पहल 'अमृतबाजार पत्रिका' के गले पर वह बज्र की भाँति गिरा जब उससे आसाम के सिलहट जिले के एक डिविजलन कमिशनर की किसी रिपोर्ट पर टीका करने के कारण पाँच हजार रूपए की जमानत माँगी गई। इस कानून ने समाचार-पत्रों की स्वतन्त्रता पर करारा आघात किया। उनकी सजीवता को नष्ट करने में वह बड़ी सीमा तक सफल हुआ। सरकार ने निस्संकोच भाव से कतिपय पत्रों के विरुद्ध उसका प्रयोग भी किया। पर इतने से ही वह सन्तुष्ट न हुई। 'अदालत का अपमान करने' के नाम पर अब तक न जाने कितने समाचार-पत्रों का गला घोंटा जा चुका है। जिस समय की बात हम कह रहे हैं उस समय देश के कतिपय पत्र उसके शिकार हुए। यद्यपि सन् 1922 ईसवीं में तत्कालीन केन्द्रीय व्यवस्थापक सभा ने 'प्रेस एक्ट' की समाप्ति कर दी थी तथापि भारतीय पत्रों की जागृति एवं उनके बढ़ते हुए प्रभाव को रोकने में सरकार ने अपनी सारी शक्ति लगा दी।

भारतीय प्रेस (संकटकालीन शक्तियाँ) अधिनियम, 1931:—इस अधिनियम के द्वारा प्रांतीय सरकार को जमानत राशि जब्त करने का अधिकार मिला तथा राष्ट्रीय कांग्रेस के विषय में समाचार प्रकाशित करना अवैध घोषित कर दिया गया। उपर्युक्त अधिनियमों के अतिरिक्त, सन् 1932 के एकट द्वारा पड़ोसी देशों के प्रशासन की आलोचना पर तथा 1934 ई. के एकट द्वारा भारतीय रजवाड़ों की आलोचना पर रोक लगा दी गयीं। सन् 1939 में इसी अधिनियम द्वारा प्रेस को सरकारी नियंत्रण में लाया गया।

11 वीं समाचार-पत्र जाँच समिति: मार्च 1947 में भारत सरकार ने एक समाचार-पत्र जाँच समिति का गठन किया और उसे आदेश दिया कि वह

संविधान सभा में स्पष्ट किये गए मौलिक अधिकारों के सन्दर्भ में समाचार-पत्र संबंधी कानूनों का पुनरावलोकन करे।

समाचार-पत्र (आपत्तिजनक विषय) अधिनियम, 1951-26
जनवरी, 1950 को नया संविधान लागू होने के बाद सन 1951 में सरकार ने संविधान के अनुच्छेद 19 (2) में संशोधन किया और फिर समाचार-पत्र (आपत्तिजनक विषय) अधिनियम पारित किया। यह अधिनियम उन सभी समाचार-पत्र संबंधी अधिनियमों से अधिक व्यापक था जो कि उस दिन तक पारित हुए थे। इसके द्वारा केंद्रीय तथा राजकीय समाचार-पत्र अधिनियम, जो उस समय लागू था, समाप्त कर दिया गया। नये कानून के तहत सरकार को समाचार-पत्रों तथा मुद्रणालयों से आपत्तिजनक विषय प्रकाशित करने पर उनकी जमानत जब्त करने का अधिकार मिल गया। परंतु अखिल भारतीय समाचार-पत्र संपादक सम्मेलन तथा भारतीय कार्यकर्ता पत्रकार संघ ने इस अधिनियम का भारी विरोध किया। अतः सरकार ने इस कानून की समीक्षा करने के न्यायाधीश जी. एस. राजाध्यक्ष की अध्यक्षता में एक समाचार-पत्र आयोग नियुक्त किया। एस आयोग ने अपनी रिपोर्ट अगस्त 1954 में प्रस्तुत की, जिसके आधार पर समाचार-पत्रों के पीड़ित संपादक तथा मुद्रणालय के स्वामियों को जूरी द्वारा न्याय माँगने का अधिकार प्राप्त हो गया।

समाचार-पत्र जाँच समिति, 1947

संविधान सभा द्वारा मौलिक अधिकारों के रूप में भारतीय नागरिकों को प्रदत्त विभिन्न अधिकारों के परिप्रेक्ष्य में विभिन्न भारतीय समाचार-पत्र कानूनों की समीक्षा करने के लिये एक समिति की स्थापना की गयी। इस समिति ने निम्न सिफारिशों की-

1. 1931 के अधिनियम को रद्द कर दिया जाये।
2. भारतीय दण्ड संहिता की धारा 124-ए और 153-ए में परिवर्तन किया जाये।
3. समाचार-पत्र और पुस्तकों के पंजीकरण के अधिनियम में संशोधन किया जाये।
4. 1931 के देशी राज्य (असंतोष के विरुद्ध) अधिनियम को रद्द किया जाये। एवं
5. 1934 के देशी राज्य (रक्षा) अधिनियम को रद्द किया जाये। इत्यादि

समाचार-पत्र (आपत्तिजनक विषय) अधिनियम, 1951

यह अधिनियम संविधान के अनुच्छेद 19(2) में संशोधन के साथ पारित किया गया। इस अधिनियम द्वारा सरकार को, समाचार-पत्रों तथा मुद्रणालयों द्वारा आपत्तिजनक सामग्री प्रकाशित करने पर जमानत मांगने तथा जब्त करने का अधिकार दे दिया गया। समाचार-पत्रों के पीड़ित प्रकाशक तथा मुद्रणालय के स्वामियों को जूरी द्वारा परीक्षा ,Trial by jury, मांगने का अधिकार दे दिया गया। यह अधिनियम 1956 तक लागू रहा।

न्यायाधीश राजाध्यक्ष की अध्यक्षता में समाचार-पत्र आयोग Press commission under Justice Rajadhyaksha भारतीय समाचार-पत्रों के संपादकों एवं पत्रकारों द्वारा भारतीय समाचार-पत्रों के कार्यों की व्यापक जाँच कराए जाने की मांग के फलस्वरूप सरकार ने न्यायाधीश जी.एस. राजाध्यक्ष की अध्यक्षता में समाचार-पत्र आयोग (Press-commission) का गठन किया। अगस्त 1954 में प्रस्तुत अपनी रिपोर्ट में आयोग ने निम्न प्रमुख सिफारिशों कों-

1. अखिल भारतीय समाचार-पत्र परिषद् (All India Press Council) गठित की जाये।
2. वर्ग प्रहेलिका (crossword puzzle) बंद की जाये तथा पन्ना मूल्य पद्धति (Price page system) अपनाई जाए।
3. विज्ञापनों के लिये एक कड़ी संहिता अपनायी जाये। तथा
4. सरकार यह प्रयास करे की समाचार-पत्रों के स्वामित्व का संकेंद्रण न हो।

इसके अतिरिक्त सरकार ने किताबों तथा समाचार-पत्रों का प्रतिपादन (नागरिक वाचनालय) अधिनियम, 1954 (Delivery of Books and News papers (public Libraries) act, 1954), कार्यकर्ता पत्रकार (सेवाशर्ते) तथा विविध आदेश अधिनियम, 1956 The working Journalists (conditions of service) and miscellaneous Provisions act, 1956), समाचार-पत्रों के पन्ने तथा मूल्य अधिनियम, 1956 [The Newspapers (price and page) act, 1956, और संसद कार्यवाही (संरक्षण और प्रकाशन) अधिनियम, 1960 ,The parliamentary proceedings (protection and publication) act, 1960) इत्यादि भी पारित किये हैं।

प्रेस की आजादी

सर्वोच्च न्यायालय समय-समय पर संविधान के प्रावधानों को स्पष्ट करते हुए प्रेस की आजादी की व्याख्या की है। चूँकि मीडिया प्रेस का ही और विस्तारित स्वरूप है इसलिए हम मीडिया की आजादी को प्रेस की आजादी के समरूप मान सकते हैं।

- सार्वजनिक मुद्रों पर सार्वजनिक रूप से बहस, चर्चा, परिचर्चा।
- किसी भी अमीचर का प्रकाशन और मुद्रण।
- किसी भी विचार या वैचारिक मत का मुद्रण और प्रकाशन।
- किसी भी स्रोत से जनहित की सूचनाएं एवम् तथ्य एकत्रित करना।
- सरकारी विभागों, सरकारी उपक्रमों सरकारी प्राधिकरणों और लोकसेवकों के कार्यों एवम् कार्यशैली की समीक्षा करना, उनकी आलोचना करना।
- प्रकाशन या प्रकाशन सामग्री का अधिकार अर्थात् कौन सी खबर प्रकाशित या प्रसारित करनी है।
- मीडिया माध्यम का मूल्य-शुल्क निर्धारित करना, माध्यम के प्रचार के लिए नीतितकरण और अपनी योजनानुसार, सरकारी दबाव से मुक्त रहकर संबंधी गतिविधि चलाना।
- यदि किसी कर के प्रसार पर विपरीत प्रभाव पड़ता हो टॉस कर से मुक्ति। प्रेस की स्वतन्त्रता में पुस्तिकाएं, पत्रक और सूचना के अन्य माध्यम भी सम्मिलित हैं।

मीडिया की स्वतंत्रता हमेशा विवाद का विषय रहा है क्योंकि मीडिया पर न तो पूरी तरह से प्रतिबन्ध लगाना उचित है और न ही इसे हर कानून से मुक्त किया जा सकता है। इस तरह फैसले पर पहुँचने के लिए न्यायपालिका, कानून की युक्तियुक्त जाँच करता है। क्योंकि संविधान के अनुच्छेद 19(2) में कहा गया है की स्वतंत्रता के मौलिक अधिकार पर केवल युक्तियुक्त प्रतिबन्ध ही लगाए जा सकते हैं। सर्वोच्च न्यायालय ने निम्नलिखित मामलों में मीडिया पर युक्तियुक्त प्रतिबंध लगाने को तर्कसंगत ठहराया है।

- राष्ट्र की प्रभुता और अखंडता
- राज्य की सुरक्षा
- विदेशी राज्यों के साथ संबंध
- सार्वजनिक व्यवस्था

- शिष्टाचार-सदाचार
- न्यायालय की अवमानना।
- मानहानि।
- अपराध को उकसाना।

मीडिया विनियमन

भारत में मीडिया का एक लंबा इतिहास रहा है, गत वर्षों से यह बड़े पैमाने पर डिजिटलाइजेशन और उच्चतर इंटरनेट उपयोग से प्रेरित है। मीडिया से संबंधित कानून आत्म-संसरणिप, भारत की कानूनी परंपरा और ब्रिटिश औपनिवेशिक युग की गहराई में निहित हैं। मीडिया संसरणिप से संबंधित शुरुआती नियमों को 1799 से देखा जा सकता है, जब तत्कालीन गवर्नर जनरल, (मार्क्लेस ऑफ वेलेस्ली) ने भारत में प्रेस को विनियमित करने के लिए पहला नियम पेश किया था। आज भारत में इससे संबंधित कई कानून, नियम, विनियम दिशानिर्देश और नीतियां हैं, इतने अधिक नियम कानूनों की वजह से भारत अत्यधिक 'विधायी देश' प्रतीत होता है। हालांकि, मीडिया एकाधिकार और मीडिया संकेंद्रण के क्षेत्र में यह कानून और नियम काफी हद तक असंगत, अव्यवस्थागत, अपर्याप्त और बड़े पैमाने पर अप्रभावी हैं।

मीडिया संकेंद्रण पर समग्र कानूनों में एकरूपता, सुसंगतता और प्रभावशीलता का अभाव है। तेजी से बदलते मीडिया परिदृश्य में, 1885 से अब तक, 100 साल पुराने भारतीय टेलीग्राफ अधिनियम अभी भी प्रसारण और डिजिटल मीडिया के कुछ पहलुओं को नियंत्रित करता है। मीडिया से संबंधित ऐसे कई अन्य कानून और नियम आज भी मौजूद हैं। यह प्रेस स्वतंत्रता पर प्रतिबंधों की गंभीरता, विशेष रूप से इंटरनेट के उपयोग से संबंधित है। दूरसंचार और आंतरिक मंत्रालय ने समय-समय पर नए दिशानिर्देश जारी कर इस दिशा में उल्लेखनीय भूमिका निभाई है।

मीडिया स्वामित्व को प्रदर्शित करने के उचित मानदंडों के लिए व्यापक ढांचे का अभाव है। चूंकि कंपनी अधिनियम, 2013 के तहत डेटा का खुलासा विभिन्न मापदंडों और एकत्रीकरण के स्तरों पर आधारित है, जिससे, मीडिया के एकाधिकार और संकेंद्रण की सीमा और विधि के बारे में तुलना और अध्ययन के लिए डेटा अनुपयोगी हो जाता है। मीडिया के केंद्रीकरण को रोकने के कानून लाने के लिए अतीत में कई प्रयास हुए हैं। ब्रॉडकास्टिंग बिल, 1997 और

ब्रॉडकास्टिंग सर्विसेज रेगुलेशन बिल, 2006 भी प्रस्तावित किया गया था, लेकिन यह अभी कानून में परिणत नहीं हो सका है। 1996 के विधेयक ने क्रॉस मीडिया स्वामित्व, विदेशी स्वामित्व का निषेध किया और प्रस्तावित किया कि किसी भी विज्ञापन एजेंसियों, राजनीतिक या धार्मिक निकायों और सावर्जनिक रूप से वित्त पोषित निकायों को टेलीविजन चैनलों के लिए लाइसेंस नहीं दिया जाएगा। इसने ब्रॉडकास्टिंग अथॉरिटी ऑफ इंडिया की स्थापना की भी मांग की।

इस प्रकार, 2006 के विधेयक ने मीडिया संकेंद्रण रोकने के लिए एक स्वतंत्र नियामक स्थापित करने और ब्याज संचय पर प्रतिबंध लगाने की मांग की। नवंबर, 2013 में ट्राई ने केबल सेवाओं में एकाधिकार और बाजार के प्रभुत्व से संबंधित सिफारिशों भी दी थीं। सिफारिश में एक राज्य में एकल केबल कंपनी द्वारा आयोजित बाजार हिस्सेदारी पर प्रतिबंध शामिल था। मल्टी-सिस्टम ऑपरेटरों और स्थानीय केबल ऑपरेटरों के बीच विलय और अधिग्रहण में पूर्व अनुमोदन का भी प्रस्ताव किया गया है, लेकिन यह उसी अवस्था में लागू होगा जब कि यह देश में केबल वितरण के एकाधिकार पर जाँच करने के लिए प्रभावी स्थिति में हो।

हालांकि, डप्ट का कहना है कि ये सिफारिशें लागू करने के लिए अव्यावहारिक और असंभव थीं और इसलिए उन्हीं मुद्दों को सीसीआई के पास विचार के लिए भेजा गया था। जनवरी, 2019 मीडिया स्वामित्व से संबंधित मुद्दों से संबंधित ट्राई की सिफारिशें, 12 अगस्त 2014 से अंतर-मंत्रालयी समिति के अधीन विचाराधीन हैं। भारत में मौजूदा विधान अथवा कानूनों में मीडिया संकेंद्रण की कोई विशिष्ट परिभाषा नहीं है और न ही यह शब्द विशेष रूप से दर्शकों के हिस्से, परिचालन, टर्नओवर, राजस्व, शेयर पूँजी या मताधिकार के संदर्भ में परिभाषित किया गया है। मीडिया संकेंद्रण को प्रतिस्पर्धी तटस्थता बनाए रखने और बाजार में प्रतिकूल प्रतिस्पर्धा को रोकने के संदर्भ में ही परिभाषित किया और समझा गया है। एमआईबी और ट्राई द्वारा जारी किए गए कानूनों, दिशा-निर्देशों और विनियमों के अवलोकन के बाद, यह स्पष्ट है कि ये कानून प्रसारण में नियंत्रण वितरण, एकत्रीकरण का प्रयास करने वाले एकल व्यक्ति, कंपनी या समूह को ध्यान में रखते हैं।

मीडिया एकाग्रता से संबंधित कानून में यह अंतर न केवल ऊर्ध्वाधर या क्षैतिज एकीकरण की तरह विभिन्न पदों की विशिष्ट परिभाषा की कमी के कारण होते हैं, बल्कि यह भी विभिन्न कानूनों और मीडिया एकाधिकार,

संकेद्रण के मुद्दों पर विभिन्न व्याख्याओं के रूप में सामने आता है, यह कई प्राधिकरणों के बीच क्षेत्रधिकार मुद्दों के प्रति अस्पष्टता के कारण संघर्ष की ओर ले जाता है। ऐसे कई निकाय हैं, जो भारत में मीडिया को विनियमित करते हैं, जैसे कि भारतीय प्रेस परिषद, जो पत्रकार या मीडिया संगठन की नैतिक विफलताओं, समाचार प्रसारण मानक प्राधिकरण से संबंधित मामलों में प्रेस के खिलाफ शिकायतें स्वीकार करता है। टीवी के लिए एक स्व-विनियामक संगठन है, भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण (ट्राई) दूरसंचार क्षेत्र को विनियमित करता है, फ़िल्म प्रमाणन बोर्ड (सीबीएफसी) फ़िल्मों और टेलीविजन शो की सामग्री को नियंत्रित करती है, समाचार प्रसारक संघ (एनबीए) ने चेतावनी दी, और कहा है कि वह अपने कोड के उल्लंघन के लिए प्रसारक को 100,000 आईएनआर (अमरीकी डालर) तक की राशि जुर्माना कर सकते हैं।

मीडिया के एकाधिकार के कारण कानून और प्राधिकारियों के बीच संघर्ष उत्पन्न होता है, प्रतिस्पर्धा की कसौटी पर इसका अंदाजा लगाया जा सकता है। यह अवधारणा अपने आप में ही दोषपूर्ण है क्योंकि यह जरूरी नहीं कि प्रतिस्पर्धा, खबर की बहुलता सुनिश्चित करने या मीडिया संकेद्रण को रोकने में सक्षम हो। राजनीतिक रूप से संबंधित स्वामित्व वाले मीडिया आउटलेट्स, मीडिया व्यवसाय में महत्वपूर्ण स्थान रखते हैं और तेज गति से विस्तार कर रहे हैं। हालांकि, भारत में मीडिया की स्वामित्व सरंचना जटिल है जिसका पता लगाना मुश्किल है क्योंकि मालिकों या उनके परिवार के सदस्यों की राजनीतिक संबद्धता का खुलासा करना इस व्यवसाय की कोई अनिवार्य आवश्यकता नहीं है।

रेडियो के लिए नियामक ढांचा

जबकि भारत में सूचना और प्रसारण मंत्रालय (एमआईबी) सार्वजनिक और निजी टेलीविजन और रेडियो प्रसारण का प्रबंध करने वाला निकाय है। ऐसे में निजी एफएम रेडियो और सामुदायिक रेडियो स्टेशनों को एयर ब्रॉडकास्ट कोड का पालन करना चाहिए, यह 'मित्र देशों को 'धार्मिक समुदायों के हमले' हिंसा के लिए उकसाना' आदि की आलोचना की अनुमति नहीं देता। एमआईबी लाइसेंस प्रदान करने वाली इकाई के रूप में कार्य करता है साथ ही प्रसारकों की सामग्री पर नजर रखता है, जबकि ट्राई एक विनियामक प्राधिकरण के रूप

में कार्य करता है। सार्वजनिक प्रसारक की निगरानी, प्रसार भारती अधिनियम, 1990 के अंतर्गत स्थापित एक संवैधानिक स्वायत्तशासी निकाय है, जो 23 नवम्बर, 1997 को अस्तित्व में आया। सार्वजनिक सेवा प्रसारण के उद्देश्य आकाशवाणी और दूरदर्शन के माध्यम से प्राप्त किए जा सकते हैं, जो पहले एमआईबी के अंतर्गत मीडिया इकाइयों के रूप में कार्य कर रहे थे, चूंकि वह अब उपरोक्त तिथि अनुसार प्रसार भारती के संघटक बन गए थे।

केवल सामुदायिक रेडियो स्टेशनों (सीआरएस) के मामले में ही स्वामित्व से संबंधित कानून हैं, सीआरएस की नीति में कहा गया है कि सीआरएस के पास ऐसी स्वामित्व और प्रबंधन संरचना होनी चाहिए जो उस समुदाय को प्रतिविर्भित करती हो जिस समुदाय का सामुदायिक रेडियो स्टेशन सेवा करना चाहता है। एफएम रेडियो प्रसारण सेवाओं, 2011 के नीतिगत दिशा-निर्देशों में कहा गया है कि राजनीतिक दल को चैनल संचालित करने की अनुमति के लिए आवेदन करने से अयोग्य घोषित कर दिया जाता है। यदि परिवार का कोई सदस्य एक ही कंपनी में निदेशक है, तो कंपनी अधिनियम, 2013 और अन्य कानूनों के अनुसार, परिवार के सदस्य के नाम का खुलासा वार्षिक रिपोर्ट में किया जाना आवश्यक है। हालांकि यह परिवार के सदस्य के रूप में नहीं बल्कि एक ऐसे व्यक्ति के रूप में होगा जो कंपनी में एक विशेष पद धारण करता है। जबकि किसी भी मीडिया कंपनी में किसी राजनीतिक दल या उसके परिवार के सदस्यों से जुड़ाव का खुलासा करने की कोई आवश्यकता नहीं है, तथापि चुनाव प्रसारणों के संबंध में एनबीएसए के स्व-विनियामक दिशानिर्देशों में यह कहा गया है कि "समाचार चैनल किसी पार्टी या उम्मीदवार की ओर, किसी भी राजनीतिक जुड़ाव का खुलासा करें..।" जिसके द्वारा जनता यह अनुमान कर सकती है कि क्या कोई विशेष समाचार चैनल, यदि यह किसी पार्टी के प्रति राजनीतिक संबद्धता का खुलासा करता है, या तो पार्टी द्वारा वित्त पोषित है या अनिवार्य रूप से ऐसी किसी राजनीतिक पार्टी के स्वामित्व में है।

हालांकि रेडियो अधिक नियंत्रण में दिखलाई पड़ता है। संकेत्रण और स्वामित्व संबंधी नियमन सहित सभी पहलुओं में यह दिखलाई पड़ता है। तथ्य यह भी है कि निजी एफएम स्टेशनों को स्वतंत्र समाचारों के उत्पादन पर रोक है और समाचार रेडियो में सार्वजनिक प्रसार भारती का एकाधिकार है।

प्रिंट मीडिया के लिए नियामक ढांचा

भारतीय प्रेस परिषद (पीसीआई) एक वैधानिक निकाय है, जो भारत में प्रिंट मीडिया को नियंत्रित करता है। इसे प्रेस परिषद अधिनियम 1978 के अंतर्गत स्थापित किया गया था, इसमें एक अध्यक्ष और 28 अन्य सदस्य शामिल थे। इसका प्राथमिक उद्देश्य 'प्रेस की स्वतंत्रता को संरक्षित करना और भारत में समाचार पत्रों और समाचार एजेंसियों के मानकों को बनाए रखना और सुधारना' है। पीसीआई जांच कर रिपोर्ट जारी कर सकता है, मगर गलती पाए जाने पर इसे केवल चेतावनी देने, भर्त्सना और निंदा करने या अस्वीकृत करने के अतिरिक्त कोई विशेषाधिकार प्राप्त नहीं है और न ही यह व्यक्तिगत, पत्रकारों और प्रकाशनों पर कोई जुर्माना ही लगा सकता है। इसके अतिरिक्त कुछ अन्य कानून भी हैं, जो प्रिंट मीडिया पर लगाए गए विनियमों से संबंधित हैं, इसमें प्रेस और पुस्तक रजिस्ट्रीकरण अधिनियम, 1867 शामिल है, इसके अंतर्गत सभी प्रिंटिंग प्रेसों के लिए नियुक्त प्राधिकारी का पंजीकरण कराना अनिवार्य है।

समाचार पत्र (मूल्य और पृष्ठ) अधिनियम 1956 केन्द्र सरकार को समाचारपत्रों के पृष्ठ संख्या और आकार के संबंध में मूल्य विनियमित करने तथा विज्ञापन मामले के लिए आवंटित किए गए स्थान आवंटन को विनियमित करने का अधिकार प्रदान करता है। प्रेस से संबंधित कुछ अन्य विधान अथवा नियमों में न्यायालय अवमानना अधिनियम, 1971 और ब्रिटिश काल के कानून, सरकारी गोपनीयता अधिनियम, 1923 है जिसका उपयोग पत्रकारों और सूचना प्रदाताओं के विरुद्ध भी हुआ है।

टेलीविजन के लिए नियामक ढांचा

भारतीय टेलीग्राफ अधिनियम 1956 ब्रिटिश-युग का कानून है जिसका उपयोग अंग्रेजों द्वारा भारत में अपने शासन के दौरान टेलीग्राफ संचार को नियंत्रित करने और रोकने के लिए किया गया था। पुराना कानून होने के बावजूद, यह भारत में आज, अभी भी अधिकतर आधुनिक संचार उपकरणों तकनीक, प्रसारण सेवाओं, सैटेलाइट रेडियो और इंटरनेट सहित सभी के लिए नियामक ढांचे की बुनियादी नींव है। राज्य के स्वामित्व वाले दूरदर्शन द्वारा अक्सर क्रिकेट मैचों के प्रसारण अधिकारों का दावा करने के लिए इसका हवाला दिया जाता रहा है। भारत में प्रसारण को नियंत्रित करने वाले अन्य कानूनों सहित, संपूर्ण कानूनी ढांचों की श्रृंखला है जिसमें केवल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम,

1995, भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण अधिनियम 1997, प्रसार भारती (भारतीय प्रसारण नियम) अधिनियम 1990, टेलीविजन चैनलों की डाउनलिंकिंग के लिए नीतिगत दिशा-निर्देश और अन्य बातों के साथ-साथ डीटीएच लाइसेंस प्राप्त करने के लिए दिशा-निर्देश भी शामिल हैं। समाचार चैनल स्व-विनियमन निकाय, समाचार प्रसारक संघ (एनबीए) द्वारा नियंत्रित किए जाते हैं।

नेट न्यूट्रॉलिटी (तटस्थता, निरपेक्षता) से संबंधित कानून

भारत में नेट न्यूट्रॉलिटी को नियंत्रित करने वाला कोई विशिष्ट कानून या अधिनियम नहीं है। सैद्धांतिक रूप से सरकार ने पूर्ववर्ती नियामक ढांचे को स्वीकार कर लिया है, जिसमें कहा गया है कि 'सरकार नेट निरपेक्षता के मौलिक सिद्धांतों और अवधारणाओं के लिए प्रतिबद्ध है अर्थात् बिना भेदभाव के सभी के लिए इंटरनेट सुलभ और उपलब्ध रखने के पक्ष में है'। स्पेक्ट्रम के लाइसेंसिंग और आवंटन के मुद्दों पर संचार मंत्रालय के दूरसंचार विभाग द्वारा कार्यवाही की जाती है जबकि विनियामक पहलुओं पर ट्राई द्वारा कार्यवाही की जाती है। दूरसंचार विभाग ने नेट तटस्थता से संबंधित खंडों को शामिल करके लाइसेंस नियमों में संशोधन किया है इसके माध्यम से सेवा प्रदाताओं को इंटरनेट सामग्री और सेवाओं के खिलाफ भेदभाव करने से रोका जाता है।

मीडिया कंपनियों के स्वामित्व, निवेश और राजस्व स्रोतों के संबंध में सूचना और पारदर्शिता के खुलासे के संबंध में, कंपनियों और उद्यमों से संबंधित सामान्य कानून 2013 कंपनी अधिनियम, सेबी विनियम और प्रेस और पुस्तक पंजीकरण अधिनियम 1897 है। कंपनी अधिनियम, 2013 में कंपनियों द्वारा किए जाने वाले कुछ प्रकटीकरण अथवा खुलासे अपेक्षित हैं, उक्त अधिनियम की धारा 92 सहित यह अनिवार्य है कि प्रत्येक कंपनी अपने शेयरों को सावर्जनिक करते हुए निर्धारित फार्मेट में वार्षिक विवरण तैयार करे, जिसमें प्रतिज्ञापत्र सहित अन्य प्रतिभूतियों और शेयरधारक स्वरूप (पैर्टनर), विदेशी संस्थागत निवेशकों के द्वारा या उनकी ओर से शेयरधारकों के नाम, पते, समावेशीकृत देश का नाम, पंजीकरण और उनके शेयर का हिस्सा आदि का उल्लेख हो।

धारा 137 के तहत यह अपेक्षा की जाती है कि वित्तीय विवरण की प्रति के साथ साथ आरओसी और एक समेकित वित्तीय विवरण, यदि कोई हो, जिसमें वित्तीय विवरणों के साथ संलग्न किए जाने के लिए आवश्यक सभी दस्तावेज हों जो कंपनी की वार्षिक आम बैठक में विधिवत अपनाए गए हों, इस

प्रकार की वार्षिक आम बैठक की तारीख के तीस दिनों के भीतर इस प्रकार के शुल्क या अतिरिक्त शुल्क के साथ (यदि दिया जाना हो) सहित प्रस्तुत किया जाए। विशेष रूप से, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के संबंध में, सभी मीडिया कंपनियों से अपेक्षा की जाती है कि वे टेलीविजन की अपलिंकिंग के लिए नीतिगत दिशानिर्देशों के आधार पर निदेशक, इक्विटी पूँजी के अंश, शेयरधारिता पैटर्न, विदेशी निवेश, निधियों के स्त्रेत का व्यौरा प्रकट करें।

ऐसे कई कानून भी हैं, जो अभिव्यक्ति की आजादी को गैरकानूनी करार देते हैं। सविधान द्वारा प्रदत्त अभिव्यक्ति की आजादी को प्रतिबंधित और नजरअंदाज कर, कुछ कानून स्वतंत्र नागरिक होने की हैसियत और आनंद की दिशा में बाधक हैं। सविधान में उल्लिखित प्रतिबंध अनुच्छेद 19 (2) के अधीन राज्य की सुरक्षा, विदेशी राज्यों के साथ मैत्रीपूर्ण संबंध, लोक व्यवस्था, शालीनता और नैतिकता, न्यायालय की अवमानना, मानहानि, किसी अपराध के लिए उकसाना, और संप्रभुता और अखंडता को नुकसान करने की अवस्थिति में भारत में मीडिया के फ्री स्पीच राइट्स (मीडिया के स्वतंत्र संभाषण अधिकार) पर पाबंदी लगाता है।

तथापि, ऐसे अनेक कानूनों को या तो तैयार कर लिया गया है अथवा औपनिवेशिक युग में बने कानून कुछ संशोधनों के साथ बरकार रखे गए हैं, जो कि मीडिया के स्वतंत्र भाषण को प्रभावित करते हैं। जैसे कि भारत का जासूसी विरोधी अधिनियम, जिसे सरकारी गोपनीयता अधिनियम कहा जाता है। औपनिवेशिक युग में इस अधिनियम का उद्देश्य राज्य की गोपनीयता सुनिश्चित करना था। यह राष्ट्रीय सुरक्षा के मुद्दों पर पत्रकारों और सूचना- प्रदाताओं के खिलाफ बारंबार उपयोग किया जाता रहा है। इसी प्रकार, आईटी अधिनियम, 2002 की धारा 66 ए जिसे उच्चतम न्यायालय ने असंवैधानिक करार दिया था, के अंतर्गत कई लोगों को इंटरनेट पर 'कथित रूप से आपत्तिजनक' समझे जाने वाली सामग्री पोस्ट करने के लिए गिरफ्तार किया गया था।

पिछले कुछ वर्षों में भारत में जन मीडिया के नियमन में प्रवृत्ति एक हावी है वह यह कि इंटरनेट और सोशल मीडिया पर सरकार का नियंत्रण बढ़ता जा रहा है। यह विद्रोह प्रभावित जम्मू और कश्मीर में स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है जहां राज्य-स्थानीय सरकार अक्सर विज्ञापन राजस्व रोक कर मीडिया को नियंत्रित करती है।

अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता

1. सदन को अजनबियों को बाहर निकालकर गुप्त रूप से अपनी कार्यवाही चलाने का अधिकार है।
2. सदन के सदस्यों अथवा अधिकारियों को सदन की अनुमति के बिना सदन की कार्यवाही के सम्बन्ध में किसी न्यायालय में साक्ष्य देने अथवा दस्तावेज पेश करने के लिए बाध्य नहीं किया जा सकता।

सदस्य की सहमति के बिना (जिसकी उपस्थिति जरूरी हो) एवं सभा की अनुमति के बिना सभा के सदस्यों अथवा अधिकारियों को दूसरे सदन अथवा उसकी समिति अथवा राज्य के विधान मण्डल के सदन अथवा उसकी समिति के सामने साक्षी के मौजूद होने को बाध्य नहीं किया जा सकता।

गिरफ्तारी की स्वतंत्रता—इस विशेषाधिकार के तहत सदन के सत्र के दौरान या उससे चालीस दिन पूर्व या पश्चात् तक सदस्यों को दीवानी मामलों में गिरफ्तार नहीं किया जा सकता। किसी सदस्य की गिरफ्तारी, कारावास अथवा रिहाई के सम्बन्ध में सदस्यों को तुरन्त सूचना प्राप्त करने का अधिकार है। अध्यक्ष की पूर्वानुमति के बिना सदस्यों को ‘परिसर’ में गिरफ्तार नहीं किया जा सकता। ‘परिसर’ से आशय सभाभवन, सभा कक्ष, गलियां, केन्द्रीय हॉल और उसके कक्ष, समितियों के कमरे, संसदीय पुस्तकालय, सदस्यों के जलपान गृह, संसद भवन और उसके भवनों में लोकसभा के कार्यालय, विविध कमरों तक जाने के रास्ते एवं बरामदे, संसद भवन सम्पदा एवं संसद के रास्ते आते हैं।

पुलिस हिरासत में रखे गए सदस्य को यह अधिकार है कि वह अध्यक्ष अथवा किसी संसदीय समिति के सभापति के नाम पत्र लिखे। अगर इन पत्रों पर किसी प्रकार की रोक लगाई जाती है तो वह सदस्य के विशेषाधिकार का हनन माना जाएगा। अगर जेल से कोई सदस्य अन्य किसी सदस्य को पत्र लिखे और सरकार उसे रोक ले तो यह विशेषाधिकार हनन नहीं होगा। बिना किसी बाधा अथवा अवरोध के सांसदों को अपना कार्य कर सकने की दृष्टि से उन्हें पुलिस द्वारा बुरे व्यवहार से भी आजादी मिली हुई है। संसदीय दायित्वों के निर्वहन के लिए जाते समय या आते समय सदस्यों पर किया गया आक्रमण भी विशेषाधिकार हनन है।

संसदीय कार्यवाही का प्रकाशन—संसद के दोनों सदनों में से किसी भी सदन की कार्यवाही के मूल तौर पर सही प्रकाशन करने पर किसी भी

व्यक्ति पर न्यायालय में दीवानी अथवा फौजदारी मुकदमा नहीं चलाया जा सकता। इसलिए सदन की कार्यवाही की रिपोर्ट प्रकाशित करते समय यथार्थता, संपूर्णता एवं निपक्षता का ध्यान रखना चाहिए। सदन की कार्यवाही को तोड़-मरोड़कर उस पर अनुचित एवं विन्ताजनक टिप्पणी करके एवं संसद की कार्यवाही से निकाली गई बातों को प्रकाशित करने पर विशेषाधिकार हनन का मामला बनता है। सदस्य विशेष पर व्यक्तिगत द्वेष की वजह से लगाए गए आरोप, उसके आचरण पर द्वेषपूर्ण टिप्पणी इत्यादि सदस्यों के विशेषाधिकार का हनन हैं। संसद की गुप्त कार्यवाही एवं दस्तावेजों का प्रकाशन एवं संसदीय समिति की कार्यवाही अथवा उसके सामने दिए गए साक्ष्य अथवा प्रस्तुत दस्तावेजों को सदन में पेश किए जाने से पूर्व ही प्रकाशित कर देना संसद की मानहानि बनता है। फिरोज गांधी कानून अथवा संसदीय कार्यवाही प्रकाशन संरक्षण अधिनियम 1956 द्वारा पत्रों को संसद की कार्यवाही को प्रकाशित करने का हक दिया गया। इस कानून की धारा 3 में यह उपबन्ध किए गए हैं—

- उपधारा (2) में उपबन्धित दशा को छोड़कर कोई भी मनुष्य किसी न्यायालय में किसी अखबार में संसद के दोनों में से किसी सदन की कार्यवाही के मूलतः सच्चे विवरण के प्रकाशन हेतु किसी दीवानी अथवा फौजदारी कार्यवाही का भागी नहीं होगा जब तक कि यह प्रमाणित न कर दिया जाए कि प्रकाशन द्वेष की भावना से किया गया है।
- उपधारा (1) में किए गए उपबन्ध का तात्पर्य यह नहीं लिया जाएगा कि वह किसी ऐसी सामग्री के प्रकाशन को संरक्षण प्रदान करता है जिसका प्रकाशन जन सामान्य की भलाई नहीं करता है।

उपरोक्त अधिनियम रेडियो/दूरदर्शन से प्रसारित संसद की कार्यवाही पर भी लागू होता है। आपातकाल के दौरान दिसम्बर 1975 में यह नियम निरस्त कर दिया गया था जिसे 1977 में पुनः लागू कर दिया गया। संविधान में किए गए 44वें संशाधन (1978) के आधार पर संविधान में नवीन अनुच्छेद 361 जोड़ दिया गया है। इस अनुच्छेद में उपबन्धित किया गया है कि किसी भी व्यक्ति के खिलाफ जो संसद के किसी सदन की कार्यवाही की सारतः सही रिपोर्ट प्रकाशित करता है, किसी भी न्यायालय में कोई कार्यवाही, दीवानी अथवा फौजदारी, नहीं की जाएगी जब तक यह साबित न हो जाए कि प्रकाशन दुर्भावना से किया गया है।

बृहद-सिद्धांतों का विकास

पत्रकारिता के स्तरों और प्रेस की स्वतंत्रता दोनों के बारे में विभिन्न विषयों पर अपने निर्णय के सिलसिले में परिषद् द्वारा विकसित किये गये कुछ बृहद सिद्धांतों को संक्षिप्त रूप में निम्नानुसार दिया गया है।—

पत्रकारिता स्तर

पत्रकारिता का अनुचित प्रयोग

1. पत्रकारिता के अनुचित प्रयोग के संबंध में अपने निर्णयों के माध्यम से परिषद् द्वारा विकसित किये गये कुछ सिद्धांत हैं
2. विश्वास में लेकर दर्शाया गया अथवा विचार-विमर्श किया गया कोई मामला, स्रोत की सहमति लिये बिना प्रकाशित नहीं किया जाना चाहिए। यदि संपादक को ऐसा लगता है कि प्रकाशन जनहित में है, तब उसे उचित पाद-टिप्पणी में यह स्पष्ट करना चाहिए कि सम्बद्ध वक्तव्य अथवा विचार-विमर्श प्रकाशित किया जा रहा था यद्यपि इसे अनाधिकारिक दिया गया था।
3. एक विज्ञापन जिसमें कुछ भी गैर-कानूनी अथवा अवैध हो अथवा जोकि सदरुचि अथवा पत्रकारिता नीति अथवा औचित्य के विपरीत हो, प्रकाशित नहीं किया जाना चाहिए।
4. समाचारपत्रों द्वारा उद्धरणों के संबंध में सटीकता बनाये रखने के लिये समुचित सावधानी बरती जानी चाहिए।
5. जहाँ एक समाचारपत्र पर पत्रकारिता नीति के उल्लंघन का आरोप लगाया जाता है, यह तर्क कि उसने प्रकाशन बंद कर दिया है, संपादक का बचाव नहीं होगा क्योंकि उनका आचरण ही शिकायत का है।

सांप्रदायिक लेख

संप्रदायों और व्यक्तियों पर अपमानजनक और उत्तेजक हमले नहीं किये जाने चाहिए। अफवाहों पर आधारित सांप्रदायिक घटनाओं पर कोई भी समाचार पत्रकारिता नीति का उल्लंघन होगा। इसी प्रकार महत्वपूर्ण चूक करते हुए विकृत रिपोर्टिंग करना सही नहीं होगा। जहाँ शांतिपूर्ण और कानूनी तरीके से किसी संप्रदाय की सही शिकायत को दूर करने के इरादे से इस ओर ध्यानकृष्ट करना

प्रेस का वैध कार्य है, वहीं शिकायतों की खोज/अथवा इन्हें बढ़ा चढ़ाकर नहीं देना चाहिए विशेष रूप से उन शिकायतों को, जिनमें सांप्रदायिक वैमनस्य बढ़ाने की क्षमता हो।

स्वस्थ और शांतिपूर्ण वातावरण पैदा करने में यह अत्यधिक लाभदायक होगा यदि सनसनीखेज उत्तेजक और खतरनाक को छोड़ दिया जाये और हिंसा अथवा बर्बरता के कार्यों की रिपोर्ट इस प्रकार से की जाये कि राज्य की कानून और व्यवस्था में लोगों का विश्वास कम न हो तथा इसके साथ-साथ इसमें ऐसे कार्यों को हतोत्साहित करने और उनकी निंदा करने का प्रभाव हो। एक संप्रदाय को बदनाम करना गंभीर मामला है और इसे गष्ठ-विरोधी गतिविधि बताना निंदा होगा और यह पत्रकारिता असंगति के समान है। विगत गलतियों को दोहराने के विरुद्ध वर्तमान पीढ़ी को चेतावनी देने के लिए ऐतिहासिक तथ्यों को प्रकाशित करने में कोई असंगति नहीं है चाहे ये गलतियाँ एक विशेष संप्रदाय के लिये रूचिकर न हों।

धार्मिक संप्रदायों के बारे में वक्तव्य देने में कोई आपत्ति नहीं है यदि ये संयुक्त भा.षा में दिये जाते हैं और गलत अथवा बढ़ा-चढ़ाकर नहीं दिये जाते हैं।

अश्लीलता और कुरुचि

कुरुचि का अर्थ संदर्भ के अनुसार अलग-अलग होता है। पत्रकार के लिये इसका अर्थ है कि जिसे शालीनता अथवा औचित्य के आधार पर उन्हें प्रकाशित नहीं करना चाहिए। जहाँ एक मामले में यौन संबंधी भावनाओं को भड़काने की प्रवृत्ति हो, पत्रिका में इसका प्रकाशन जनता, युवा अथवा वृद्ध के लिये अवांछनीय होगा। जनरूचि को वातावरण, परिस्थिति के साथ समसामयिक समाज में विद्यमान रूचि की धारणाओं के साथ परखा जाना चाहिए। अश्लीलता का मूल परीक्षण यह है कि क्या मामला इतना अभद्र है कि यह चरित्र को बिगाड़ अथवा भ्रष्ट कर सकता है। अन्य परीक्षण यह है कि क्या प्रयुक्त भाषा और दृश्य का चित्रांकन गंदा, अश्लील, अरूचिकर अथवा कामुक समझा जा सकता है। कोई भी कहानी अश्लील है अथवा नहीं, पत्रिका की साहित्यिक अथवा सांस्कृतिक प्रकृति और सामाजिक के स्तर वस्तु जैसे कारकों पर निर्भर करेंगी। एक पत्रिका अथवा सामाचारपत्र के मामले की पिक्चर का इस प्रश्न से संबंध होता है कि क्या प्रकाशित किया गया मामला जनरूचि के स्तरों से कम

है अथवा नहीं। पिक्चर जनरुचि से कम है अथवा नहीं, यह परखने के सम्बद्ध कारकों में से एक पत्रिका की प्रकृति अथवा उद्देश्य होगा— क्या यह कला, चित्रकला, दवा शोध, अथवा यौन सुधार से सम्बद्ध है।

प्रेस परिषद् ने मुद्रण मीडिया में अश्लील विज्ञापनों के बढ़ते हुए उदाहरणों पर चिंता व्यक्त की। यह सैंसरशिप के विरुद्ध थी परंतु प्रकाशन से पूर्व किसी अश्लील सामग्री की जाँच हेतु निवारण संबंधी उपायों का समर्थन किया गया। चूँकि ऐसे अधिकतर विज्ञापन, विज्ञापन एजेंसियों के जरिये दिये जाते हैं, परिषद् ने यह महसूस किया कि यह कार्य कठिन नहीं होगा यदि ये एजेंसियाँ ऐसे विज्ञापनों, जोकि एक औसतन नागरिक द्वारा परिवार में देखते हुए आपत्तिजनक समझा जाये, को तैयार और जारी करते समय अधिक सावधानी और समय बरतें। इन्होंने महसूस किया कि भारत की विज्ञापन एजेंसियों का संघ इन सभी विज्ञापन एजेंसियों के संरक्षक संगठन के रूप में मामले में अत्यधिक महत्वपूर्ण और सकारात्मक भूमिका निभा सकेगा और ऐसे विज्ञापन न देने में इनके सहयोग की माँग की जोकि जिनसे शीघ्र समय में देश के सामाजिक सांस्कृतिक मूल्यों को नुकसान पहुँचने की संभावना हो। परिषद् ने समाचारपत्रों से भी अपील की कि ये विज्ञापन दाताओं से प्रत्यक्षतया अथवा विज्ञापन एजेंसियों से प्राप्त होने वाले विज्ञापनों की सावधानीपूर्वक जाँच करें और अश्लील तथा आपत्तिजनक समझे जाने वाले विज्ञापनों को अस्वीकार करके आत्म संयम बरतें। आक्षेपित प्रकाशन के विरुद्ध स्वयं द्वारा बनाये गये निम्नलिखित मार्गनिर्देशों को भी इन्होंने दोहराया।

समाचारपत्रों को ऐसे विज्ञापन नहीं देने चाहिए जोकि अश्लील हों अथवा महिला को नग्नावस्था में दर्शाते हुए पुरुषों की कामुकता को उत्तेजित करे जैसे कि वह स्वयं बिक्री की वस्तु हो। एक तस्वीर अश्लील है अथवा नहीं, यह तीन परीक्षणों के संबंध में परखा जाना चाहिए, अभिधानतः:

1. क्या यह केवल अश्लील लेखन का अंश है,
2. क्या यह अश्लील और आशालीन है,
3. क्या इस प्रकाशन का उद्देश्य केवलमात्र ऐसे लोगों में, जिनके बीच इसे परिचालित करने का इरादा है, तथा किशोरों की यौन भावनाओं को उत्तेजित करके पैसा कमाना है। दूसरे शब्दों में, क्या यह वाणिज्यिक लाभ के लिये हानिकारक है।

अन्य सम्बद्ध विचार योग्य यह है कि क्या तस्वीर पत्रिका के विषयगत मामले से सम्बद्ध है। कहने का तात्पर्य यह है कि क्या इसका प्रकाशन कला, चित्रकला, दवा, शोध अथवा यौन सुधार किसी सामाजिक अथवा लोक उद्देश्य के पूर्व चिंतन की पूर्ति करता है।

उत्तर का अधिकार

मूल सिद्धांत जोकि इस पर विभिन्न अधिनिर्णयों से निकलता है, पत्रों के प्रकाशन में संपादक के स्वनिर्णय का समर्थन करता है। हालाँकि, इनसे आशा की जाती है कि वे सार्वजनिक प्रकृति के मामले पर गलत वक्तव्य अथवा रिपोर्ट को स्वयं ठीक करेंगे। जानने के सार्वजनिक अधिकार के आधार पर आम पाठक वैध अधिकार का दावा कर सकता है। इसके अतिरिक्त, कोई व्यक्ति जिसका प्रकाशन में रूप से संदर्भ दिया गया हो, समाचारपत्र के स्तंभों में उत्तर के अधिकार के लिये स्वतः दावा कर सकता है। यदि परिषद् को यह अधिकार नहीं है कि वह एक समाचारपत्र को प्रत्युत्तर प्रकाशित करने के लिए बाध्य करे, यह समाचारपत्र को इसके विरुद्ध जाँच पड़ताल का विवरण प्रकाशित करने के निर्देश दे सकती है।

समाचारपत्र का पूर्व सत्यापन

प्रकाशन से पूर्व समाचार का सत्यापन आवश्यक है रूप से जब रिपोर्ट में अपमानजनक अथवा लिखित मानहानि संबंधी अधिस्वर हों अथवा इससे सांप्रदायिक तनाव हो सकता हो, न ही किन्हीं परिस्थितियों में भी लोगों के दूसरे वर्ग के विचारों के रूप में अफवाहों का प्रकाशन न्यायोचित ठहराया जा सकता है। जब भी किसी झूठे अथवा विकृत प्रकाशन पर संपादक का ध्यानाकृष्ट किया जाता है, तो उन्हें आवश्यक संशोधन करने चाहिए।

मानहानि-अपमानजनक लेख

भारतीय दंड संहिता की धारा 499 के दूसरे अपवाद के अंतर्गत एक सार्वजनिक कर्मचारी के सार्वजनिक कार्यों के निर्वाह में उनके आचरण का सम्मान करते हुए अथवा उनके चरित्र का सम्मान करते हुए, जहाँ तक उस आचरण में उनका चरित्र दिखाई देता है, कुछ अन्य नहीं, सदभावना में राय अभिव्यक्त करना मानहानि नहीं है। तदनुसार परिषद् की राय है कि जनजीवन

पर उचित टिप्पणीयों को अनुचित नहीं कहा जा सकता परंतु यदि कोई तथ्यात्मक वक्तव्य दिये जाते हैं, तो वे सत्य और सही होने चाहिए। यदि कोई मानहानिजनक तत्त्व जुड़ा होता है, तो नुकसान हेतु किसी भी प्रकार की सिविल कार्यवाही में अधिक सद्भावना बचाव नहीं होगा।

निजता का अधिकार बनाम लोकप्रिय व्यक्ति

भारतीय प्रेस परिषद् ने लोकप्रिय व्यक्तियों के निजता के अधिकार और सार्वजनिक हित तथा सार्वजनिक महत्त्व की सूचना तक पहुँचने के प्रेस के अधिकार के मध्य संतुलन प्राप्त करने के लिये मार्गनिर्देश बनाये हैं। राष्ट्रीय और अंतराष्ट्रीय स्तर तथा दिल्ली में अप्रैल 1998 में प्रेस परिषदों के विश्व संघ के सम्मेलन में हुई गरमा गरम बहस में बल दिया गया कि इस संबंध में तीन प्रतियोगी संवैधानिक मूल्यों के मध्य सामंजस्य स्थापित करने की आवश्यकता है, अर्थात्:

1. एक व्यक्ति का निजता का अधिकार,
2. प्रेस की स्वतंत्रता, और
3. जनहित में लोकप्रिय व्यक्तियों के बारे में जानने का लोगों का अधिकार।

परिषद् ने इस मामले पर रिपोर्ट तैयार की है और निमानुसार मार्गनिर्देश बनाये हैं—

निजता का अधिकार अनुल्लंघनीय मानवाधिकार है। हालाँकि निजता की डिग्री स्थिति और एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति के लिये अलग-अलग होती है। सार्वजनिक व्यक्ति जोकि जनता के प्रतिनिधि के रूप में कार्य करते हैं, प्राइवेट व्यक्ति के समान निजता की वही डिग्री पाने की आशा नहीं कर सकते। उनका कार्य और आचरण जनहित में होता है। जनहित, जनता की रूचि से अलग रखा जा रहा है, यदि प्राइवेट भी किये जायें, तब भी प्रेस के माध्यम से लोगों की जानकारी में लाये जायें। इसके अनुरूप यह सुनिश्चित करना प्रेस की ड्यूटी है कि सार्वजनिक व्यक्ति के सार्वजनिक हित के ऐसे कार्यों और आचरण के बारे में सूचना सही तरीकों से प्राप्त की जाती है, समुचित रूप से सत्यापित करने और तत्पश्चात सटीक रिपोर्ट दी जाती है। लागों की निगाह से दूर किये कार्यों के बारे

में सूचना प्राप्त करने के लिये, प्रेस से निगरानी वाले तरीके की आशा नहीं की जाती है। जहाँ से यह आशा की जाती है कि लोकप्रिय व्यक्तियों को तंग न करें, वहीं लोकप्रिय सार्वजनिक व्यक्तियों से भी यह आशा की जाती है कि वे अपनी कार्यप्रणाली में अधिक खुलापन लायें तथा जनता को उनके प्रतिनिधियों के कार्यों के बारें में सूचित करने की प्रेस की डयूटी को पूरा करने में प्रेस को सहयोग दें।

