

समाचार लेखन, सम्पादन एवं प्रस्तुतीकरण

(News Writing, Communication and
Presentation)

कनिका जैन

समाचार लेखन, संपादन
एवं प्रस्तुतीकरण

**समाचार लेखन, संपादन एवं
प्रस्तुतीकरण**
(News Writing, Communication
and Presentation)

कनिका जैन

भाषा प्रकाशन
नई दिल्ली - 110002

© प्रकाशक

I.S.B.N. : 978-81-323-6315-6

प्रथम संस्करण : 2022

भाषा प्रकाशन

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

द्वारा वर्ल्ड टेक्नोलॉजीज नई दिल्ली के सहयोग से प्रकाशित

प्रस्तावना

समाचार लेखन में घटनाओं और इनसे संबंधित तिथियों के चयन की प्रक्रिया का महत्वपूर्ण स्थान होता है। देश-दुनिया में रोज हज़ारों-लाखों घटनाएं घटती हैं, लेकिन इनमें से कुछ ही समाचार बन पाती हैं। यूं तो हमने किसी घटना के समाचारीय होने के कारकों को भी जिक्र किया है, लेकिन समाचार जगत की चयन की प्रक्रियाएं इतनी विविध, कठिन और जटिल हैं कि उनके कारणों को स्पष्ट रूप से चिन्हित करना लगभग असंभव है।

समाचार लेखन के बारे में भी मोटे तौर पर हम यह कह सकते हैं कि जब हमें कोई, क्या, कब और कहां का उत्तर दे रहे होते हैं तो कहा जा सकता है कि यहां तथ्य ही केंद्र में हैं। हालांकि यहां इस बात का उल्लेख करना भी जरूरी है कि यह भी एक अहम मसला है कि एक पत्रकार किन तथ्यों का चयन करता है और किस आधार पर यह चयन किया जाता है।

कौन-सी अवधारणाएं और मूल्य तथ्यों के चयन की इस प्रक्रिया को प्रभावित करते हैं। लेकिन जब एक पत्रकार (या कोई भी) क्यों और कैसे उत्तर देता है तो यहां समाचार लेखन में व्याख्या के तत्व का प्रवेश हो जाता है। चंद घटनाएं ऐसी होती हैं कि उनमें सपाट तथ्य होते हैं और संभव है कि 'क्यों' और 'कैसे' में भी दृष्टिकोण (परसेप्शन) में कोई भिन्नता न हो, लेकिन राजनीति, अर्थशास्त्र और समाज से संबंधित अनेक ऐसे मसले हैं

जिनहें कोई भी व्यक्ति किसी तटस्थ स्थान से देख ही नहीं सकता क्योंकि ऐसा कोई तटस्थ स्थान होता ही नहीं है।

पत्रकार एक मूल्यबोध के साथ ही इन मसलों को देखता है और उसकी निगाह स्वयं अपने दृष्टिकोण और मूल्यों के पूर्वाग्रहों से प्रभावित होती है। कहा जाता है कि आमतौर पर हम पहले देखकर परिभाषित नहीं करते हैं बल्कि पहले हम परिभाषित करते हैं और फिर देखते हैं। इस तरह हर यथार्थ की एक छवि हमारे मस्तिष्क में होती है और हम इस यथार्थ को अपनी इस छवि के अनुरूप ही देखने पर अड़े हो सकते हैं।

सामयिक घटना या विषय पर अग्रलेख तथा संपादकीय लिखना, विभिन्न प्रकार के समाचारों पर उनकी तुलनात्मक महत्ता के अनुसार उनपर विभिन्न आकार-प्रकार के शीर्षक (हेडलाइन, फ्लैश, बैनर) देना, अश्लील, अपमानजनक तथा आपत्तिजनक बातें न लिखते हुए सत्यता, ओज, स्पष्टवादिता, निर्भीकता तथा निष्पक्षता के साथ अन्याय का विरोध करना, जनता की भावनाओं का प्रतिनिधित्व करना, जनता का पथ-प्रदर्शन करना और लोकमत निर्माण करना दैनिक पत्र के संपादन के अंतर्गत आता है। साप्ताहिक पत्रों में अन्य सब बातें तो दैनिक पत्र जैसी ही होती हैं, किंतु उसमें विचारपूर्ण निबंध, कहानियाँ, विवरण, विवेचन आदि सूचनात्मक, पठनीय और मननीय सामग्री भी रहती है। अतः उसके लेखों, साप्ताहिक समाचारों, अन्य मनोरंजक सामग्रियों तथा बालक, महिला आदि विशेष वर्गों के लिए संकलित सामग्री भी रहती है।

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

—लेखक

अनुक्रम

<i>प्रस्तावना</i>	v
1. समाचार लेखन	1
समाचार का अर्थ	1
समाचार की परिभाषा	3
पाश्चात्य चिन्तन	3
भारतीय चिन्तन	4
समाचार के तत्त्व	5
समाचार संरचना	6
भाषा और शैली	9
समाचार बनने योग्य तत्त्व	11
नीतिगत ढांचा	14
मुखड़ा या इंद्रो या लीड	17
2. समाचार लेखन के सिद्धांत	19
यथार्थता	21
वस्तुपरकता	23
समाचार के प्रमुख तत्त्व	28
3. समाचार के प्रकार	32
स्थानीय समाचार	33

प्रादेशिक या क्षेत्रीय समाचार	33
परिवर्तनशील समाचार	37
4. समाचार : लेखन प्रक्रिया	39
समाचारीय महत्त्व	43
5. समाचार संपादन	50
समाचार संपादन के तत्त्व	52
समाचार संकलन	55
समाचार लेखन	59
समाचार संपादन	61
फीचर की विशेषताएँ	64
6. संपादन कला के मानवीय एवं तकनीकी पक्ष	74
संपादन	74
संपादन कला का इतिहास	75
संपादन कला का वर्तमान	78
संपादक	79
7. समाचारों का अद्भुत संसार : सूचना छवियाँ और यथार्थ	82
छवियों के बनने-बिगड़ने की प्रक्रिया	83
प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष वैचारिक संदेश	87
छवियों के बनने-बिगड़ने की प्रक्रिया	89
सूचनाओं की प्रोसेसिंग	91
सूचना छवियाँ और समाचारों का महत्त्व	92
समाचार उत्पादन की प्रक्रिया	93
प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष वैचारिक संदेश	99
8. संवाददाता के गुण	101
मूलभूत या बुनियादी जानकारी	101
9. संवाददाता के दायित्व	113
रिपोर्टर का महत्त्व	117
समाचार के लिए स्रोत कैसे बनाएं	120
10. पत्रकारिता के मूल्य	124
पत्रकारिता का अर्थ	124
पत्रकारिता की परिभाषा	126

पत्रकारिता का महत्त्व	129
पत्रकार की योग्यता और उत्तरदायित्व	132
विश्लेषणात्मक क्षमता	133
11. आकाशवाणी समाचार प्रसारण	136
रेडियो का उद्भव एवं विकास	140
भारतीय प्रसारण की शुरुआती दौड़	142
आकाशवाणी	143
ऑल इंडिया रेडियो की सेवाएं	145
राष्ट्रीय सेवा	147
12. पत्रकारिता का क्षेत्र एवं रिपोर्टिंग	152
अपराध रिपोर्टिंग	153
राजनैतिक रिपोर्टिंग	155
न्यायिक रिपोर्टिंग	157
खेल रिपोर्टिंग	158
कला, संस्कृति व फिल्म रिपोर्टिंग	159
शिक्षा रिपोर्टिंग	160
13. दूरदर्शन समाचार प्रसारण	166
सेटेलाइट टेलीविजन चैनल्स एवं केबल प्रसारण	171
टेलीविजन का स्वामित्व और नियंत्रण	175
14. उपयोगी शब्दावली	191

1

समाचार लेखन

परंपरागत रूप से बताया जाता है कि समाचार उस समय ही पूर्ण कहा जा सकता है जब वह कौन, क्या, कब, कहां, क्यों और कैसे सभी प्रश्नों या इनके उत्तर को लेकर लोगों की जिज्ञासा को संतुष्ट करता हो। हिंदी में इन्हें छह ककार (Five W and a H) के नाम से जाना जाता है। अंग्रेजी में इन्हें पांच 'डब्ल्यू', हू, वट, व्हेन, व्हाट व्हेयर और एक 'एच' हाउ कहा जाता है। इन छह 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।

पत्रकारिता और समाचारों को लेकर होने वाली हर बहस का केंद्र यही होता है कि इन छह 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।

समाचार का अर्थ

सामाजिक जीवन में चलनेवाली 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 तत्त्व है। जिज्ञासा नहीं रहेगी तो समाचार की भी जरूरत नहीं रहेगी। अपने रोजमर्रा 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 कुशलक्षेम 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 हैं। ये सूचनाएँ हमारे दैनिक जीवन के साथ साथ पूरे समाज को प्रभावित करती हैं। ये सूचनाएँ हमारा अगला कदम क्या होगा तय करने में सहायता करती है। यही कारण है कि आधुनिक समाज में सूचना और संचार माध्यमों का महत्त्व बहुत बढ़ गया है। आज देश दुनिया में क्या घटित हो रहा है उसकी अधिकांश जानकारीयाँ हमें समाचार माध्यमों से मिलती है।

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 करनेवाले पत्रकार देश-दुनिया में घटनेवाली घटनाओं को समाचार के रूप में परिवर्तित कर हम तक पहुँचाते हैं। इसके लिए वे रोज सूचनाओं का संकलन करते हैं और उन्हें समाचार के प्रारूप में ढालकर पेश करते हैं या यो कहें कि व्यक्ति को, समाज को, देश-दुनिया को प्रभावित करनेवाली हर सूचना समाचार है, यानि 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, 'ईष्ट' 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। यानि 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 पाठको 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, सृष्ट, एक-सा, बराबर, 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, बराबर का आचरण, जो विषम नहीं होगा। इस तरह वृहत शब्दकोश में साफ है कि सम का अर्थ एक समान, बराबर 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 बाँटे उसे समाचार कहा जाएगा।

समाचार की परिभाषा

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 शक्ल 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 हापवुड:- 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 महत्त्वपूर्ण है, अथवा उसे बनाया गया है।

हारपर लीच- और जान सी कैरोल-समाचार एक गतिशील साहित्य है।

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

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

इस तरह टूरी सी हापवूड एवं विलियम जी ब्लेयर घटना की रिपोर्ट, पाठकों की रूचि को महत्त्वपूर्ण माना है। हारपर 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 करनेवाला कोई भी विषय जो नियम के दायरे में रहकर पाठको तक पहुँचे उसे समाचार की कोटी में माना है।

भारतीय चिन्तन

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

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

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

संजीव भवावत- 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 हो समाचार है।

सुभाष धूलिआ- समाचार ऐसी सम सामयिक घटनाओ, 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 राव- 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 नारायणन- समाचार किसी सामयिक घटना का महत्वपूर्ण तथ्यों का परिशुद्ध तथा निष्पक्ष विवरण होता है जिससे उस समाचारपत्र में पाठकों की रूचि 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 रूचि 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 रूचि अनुसार पेश करना ही समाचार है। इस तरह विभिन्न विद्वानों ने समाचार की परिभाषा अपने हिसाब से दिया है।

समाचार के तत्त्व

समाचार के मूल में सूचनाएं होती हैं और यह सूचनाएं समसामयिक घटनाओं की होती हैं। पत्रकार उस घटित सूचनाओं को एकत्रित कर समाचार के प्रारूप में ढालकर पाठकों की जिज्ञासा को पूर्ति करने लायक बनाता है। पाठकों की जिज्ञासा हमेशा ही कौन, क्या, कब, कहां, क्यों और कैसे प्रश्नों का उत्तर उस समाचार में ढूढ़ने की कोशिश करता है। लेकिन समाचार लिखते समय इन्हीं प्रश्नों का उत्तर तलाशना और पाठकों तक उसके संपूर्ण अर्थ में पहुँचाना सबसे बड़ी चुनौती का कार्य होता है। समाचारों को लेकर होने वाली हर बहस का केंद्र यही होता है कि इन छह प्रश्नों का उत्तर क्या है और कैसे दिया जा रहा है। समाचार लिखते वक्त भी इसमें शामिल किए जानेवाले तमाम तथ्यों और अंतर्निहित व्याख्याओं को भी एक ढांचे या संरचना में प्रस्तुत करना होता है।

समाचार संरचना

समाचार संरचना की बात करे 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' यानि इंट्रोडक्सन 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। हां 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 है। 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 'ककार

समाचार के अर्थ में हमने देखा समाचार का स्वरूप क्या है। उसके प्रमुख तत्वों 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 छह तत्वों का समावेश अनिवार्य माना जाता है। ये हैं-क्या, कहां, कब, कौन, क्यों और कैसे।

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 ब्योरा।

यह छह ककार ("क" अक्षर से शुरू होनेवाले छ प्रश्न) समाचार की आत्मा है। समाचार में इन तत्वों का समावेश अनिवार्य है।

सबसे पहले तो समाचार का 'इंट्रो' होता है। यह कह सकते हैं कि 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 इंटरों के बाद व्याख्यात्मक जानकारियां देने की जरूरत होती 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 महत्त्व है।

मसलन 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 महत्त्वपूर्ण है। अगर कोई राजनीतिज्ञ प्रेस सम्मेलन करता है तो इसमें विवरण देने (प्रेस सम्मेलन में व्याप्त माहौल के बारे में बताने) के लिए कुछ नहीं होता और सबसे महत्त्वपूर्ण यही होता है कि राजनीतिज्ञ ने जो कुछ भी कहा और एक पत्रकार थोड़ा आगे बढ़कर इस बात की पड़ताल कर सकता है कि राजनीतिज्ञ का प्रेस सम्मेलन बुलाकर यह सब कहने के पीछे क्या मकसद था जो उसने मीडिया (यानि जनता) के साथ शेयर की और जिन बातों को उसने सार्वजनिक किया। यह भी कहा जाता है कि जो बताया जा रहा है वह समाचार नहीं बल्कि जो छिपाया जा रहा है वह समाचार है।

इसके बाद अनेक ऐसी जानकारियां होती हैं जो 'पांच डब्ल्यू' और एक 'एच' को पूरा करने के लिए आवश्यक होती हैं 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 एक सही परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत करने के लिए इसका पृष्ठभूमि में जाना भी आवश्यक होता है। 'क्यों' और 'कैसे' का उत्तर देने के लिए घटना के पीछे की प्रक्रिया पर भी निगाह डालनी आवश्यक हो जाती है। इसके अलावा पाठक इस तरह की घटनाओं की पृष्ठभूमि भी जानने की प्रति जिज्ञासु होते हैं।

मसलन 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। 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? यह भी बताना प्रासंगिक होगा कि नगर की कितनी आबादी इस तरह के असुरक्षित घरों में रह रही है और इस स्थिति में किस तरह के खतरे निहित हैं आदि।

एक समाचार की संरचना को मोटे तौर पर इन भागों में बांट सकते हैं—

- (i) इंट्रो,
- (ii) व्याख्यात्मक जानकारियां,
- (iii) विवरणात्मक जानकारियां
- (iv) अतिरिक्त जानकारियां,
- (v) पृष्ठभूमि,

एक समाचार की संरचना को दूसरे रूप में तीन मुख्य खंडों में भी विभाजित कर सकते हैं। पहला तो इंट्रो कि 'क्या हुआ' इसके बाद अन्य प्रश्नों के उत्तर दिए जा सकते हैं जो 'क्या हुआ' को स्पष्ट करते हों। फिर जो कुछ बचा और समाचार को पूरा करने के लिए आवश्यक है उसे आखिरी खंड में शामिल कर सकते हैं।

भाषा और शैली

इसके अलावा 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/उपभोक्ता लाखों हों लेकिन वास्तविक रूप से एक व्यक्ति अकेले 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 संदेश लिख रहा है, जिसके साथ वह संदेशों का आदान-प्रदान कर रहा है। फिर पत्रकार को इस पाठक या उपभोक्ता की भाषा, मूल्य, संस्कृति, ज्ञान और जानकारी का स्तर 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 'इकनॉमिक 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 'इकनॉमिक 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 संवेदनशीलताओं 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 और 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।

समाचार बनने योग्य तत्त्व

छह ककार 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 मिलजुल कर करते हैं। सुख-दुःख की घड़ी में वे साथ होते हैं। मेलो 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 करनेवाले इस तथ्यों को पत्रकार खास तरह का बौद्धिक कौशल के जरिए पाठको 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 आमतौर 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 मौजूद 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 डेडलाइन (समय सीमा) होती है जब तक कि 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 डेडलाइन 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 महत्त्व का मूल्यांकन यानि 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 महत्त्व 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 होते 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 चौरी-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 महत्त्व निर्धारित होता है। अनेक मौकों पर किसी घटना से जुड़े लोगों के महत्त्वपूर्ण होने से भी उसका समाचारीय महत्त्व 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 है जिनका प्रभाव तात्कालिक नहीं होता लेकिन दीर्घकालिक प्रभाव महत्त्वपूर्ण हो सकते हैं और इसी दृष्टि से इसके समाचारीय महत्त्व को आंका जाना चाहिए।

पाठक वर्ग

आमतौर पर हर समाचार का एक खास पाठक/दर्शक/श्रोता वर्ग होता है। किसी समाचारीय घटना का महत्त्व इससे भी तय होता है कि किसी खास समाचार का ऑडिअंस कौन हैं और उसका आकार कितना बड़ा है। इन दिनों ऑडिअंस का समाचारों के महत्त्व के आकलन में प्रभाव बढ़ता जा रहा है। अतिरिक्त क्रय शक्ति वाले सामाजिक तबको, जो विज्ञापन उद्योग के लिए बाजार होते हैं, में अधिक पढ़े जाने वाले समाचारों को अधिक महत्त्व मिलता है।

नीतिगत ढांचा

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 उनपर 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 हों। समाचारपत्र में विचारों के स्तर पर विविधता और 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 उपभेक्तावाद के फैलाव के साथ विज्ञापन उद्योग का जबर्दस्त 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।

महत्त्वपूर्ण जानकारियां

अनेक ऐसी सूचनाएं भी समाचार मानी जाती जिनका समाज के किसी विशेष तबके के लिए कोई महत्त्व 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 यानि 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 बेईमान 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 किस्से 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 उपरोक्त कुछ तत्त्वों या सभी तत्त्वों के सम्मिलित होने पर ही कोई भी घटना, विचार या समस्या समाचार बनाने के योग्य बनते हैं।

समाचार लेखन

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 कहानी 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 कहानी या उपन्यास में क्लाइमेक्स सबसे अंत में आता है। इसे उल्टा पिरामिड इसलिए 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, बाडी 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 तथ्यो और सूचनाओं को लिखा जाता है। इसके बाद समाचार की बारी आती है, जिसमें महत्व के अनुसार घटते हुये क्रम में सूचनाओं और ब्यौरा 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 शुरु 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 छह 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 छह ककार का जवाब देने के बजाये किसी एक मुखड़े को प्राथमिकता देनी चाहिये। उस एक ककार के साथ एक-दो ककार दिये जा सकते हैं।

बाँडी

समाचार लेखन की उल्टा पिरामिड लेखन शैली में मुखड़े में उल्लिखित तथ्यों की व्याख्या और विश्लेषण समाचार की बाँडी 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 ऐसे 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 बाँडी में छह ककारों 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 संदर्भों 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।

2

समाचार लेखन के सिद्धांत

समाचार लेखन में घटनाओं और इनसे संबंधित तिथियों के चयन की प्रक्रिया का महत्वपूर्ण स्थान होता है। देश-दुनिया में रोज हजारों-लाखों घटनाएं घटती हैं, लेकिन इनमें से कुछ ही समाचार बन पाती हैं। यूं तो हमने किसी घटना के समाचारीय होने के कारकों को भी जिक्र किया है, लेकिन समाचार जगत की चयन की प्रक्रियाएं इतनी विविध, कठिन, और जटिल हैं कि उनके कारणों को स्पष्ट रूप से चिन्हित करना लगभग असंभव है।

समाचार लेखन के बारे में भी मौटे तौर पर हम यह कह सकते हैं कि जब हमें किसने, क्या, कब और कहां का उत्तर दे रहे होते हैं तो कहा जा सकता है कि यहां तथ्य ही केंद्र में हैं। हालांकि यहां इस बात का उल्लेख करना भी जरूरी है कि यह भी एक अहम मसला है कि एक पत्रकार किन तथ्यों का चयन करता है और किस आधार पर यह चयन किया जाता है। कौन-सी अवधारणाएं और मूल्य तथ्यों के चयन की इस प्रक्रिया को प्रभावित करते हैं।

लेकिन जब एक पत्रकार (या कोई भी) क्यों और कैसे उत्तर देता है तो यहां समाचार लेखन में व्याख्या के तत्व का प्रवेश हो जाता है। चंद घटनाएं ऐसी होती हैं कि उनमें सपाट तथ्य होते हैं और संभव है कि 'क्यों' और 'कैसे' में भी दृष्टिकोण (परसेप्शन) में कोई भिन्नता न हो, लेकिन राजनीति, अर्थशास्त्र और समाज से संबंधित अनेक ऐसे मसले हैं जिनमें कोई

भी व्यक्ति किसी तटस्थ स्थान से देख ही नहीं सकता क्योंकि ऐसा कोई तटस्थ स्थान होता ही नहीं है।

वह एक मूल्यबोध के साथ ही इन मसलों को देखता है और उसकी निगाह स्वयं अपने दृष्टिकोण और मूल्यों के पूर्वाग्रहों से प्रभावित होती है। कहा जाता है कि आमतौर पर हम पहले देखकर परिभाषित नहीं करते हैं बल्कि पहले हम परिभाषित करते हैं और फिर देखते हैं। इस तरह हर यथार्थ की एक छवि हमारे मस्तिष्क में होती है और हम इस यथार्थ को अपनी इस छवि के अनुरूप ही देखने पर अड़े हो सकते हैं।

इस तरह हम संक्षेप में कह सकते हैं कि सबसे पहले तो हजारों-लाखों घटनाओं में से चंद घटनाओं को समाचार के रूप से निर्धारित कर यह तय किया जाता है कि लोगों को किन मुद्दों के बारे में सोचना चाहिए अर्थात् जो मुद्दे समाचार हैं वही ज्वलंत हैं और उन्हीं पर चर्चा और बहस होनी चाहिए। फिर इन समाचारों में ही तथ्यों का चयन और व्याख्या इस तरह से की जाती है कि उसके सबसे महत्वपूर्ण पहलुओं पर ही रोशनी डाली जा सकती है।

इस तरह यह भी कहा जा सकता है कि मीडिया लोगों को यह भी बताता है कि उस विषय के बारे में किस तरह सोचना चाहिए। इसलिए समाचारों के चयन और फिर समाचारों में शामिल किए जाने वाले तथ्यों के चयन में एक पत्रकार को इस बात से पूरी तरह से सचेत होना चाहिए कि इन दो कार्यों के कारण वह एजेंडा का निर्धारण कर रहा है। समाज और देश के सामने उन 'ज्वलंत मुद्दों' को पेश कर रहा है और इस पर कैसे सोचा जाए यह भी बता रहा है।

लेकिन इस पर कैसे सोचा जाए यह भी बता रहा है। लेकिन इस प्रक्रिया में अगर लोगों के वास्तविक मसलों और मीडिया के मसलों के बीच खाई अधिक चौड़ी होगी, तो मीडिया और समाचार अपनी साख खो बैठेंगे। साख को बचाना समाचार लेखन का सर्वोत्तम सिद्धांत है। समाचारों की साख को बनाए रखने के लिए निम्नलिखित सिद्धांतों का पालन करना जरूरी है—

- (i) यथार्थता (Accuracy)
- (ii) वस्तुपरकता (Objectivity)
- (iii) निष्पक्षता (Fairness)
- (iv) संतुलन (Balance)
- (v) स्रोत (Sourcing-Attribution)

जैसा कि पहले चर्चा की गई है कि तथ्यों का चयन ही निर्धारित करता है कि समाचार यथार्थ का कैसा प्रतिबिंब कर रहे हैं। फिर जब हम इसकी व्याख्या कर रहे होते हैं तो स्वयं हमारे अपने मूल्य और प्राथमिकताएं भी घटना के, हमारे समाचारीय मूल्यांकन और प्रस्तुतीकरण को प्रभावित करती हैं। वे तथ्य हमें अधिक समाचारीय लगते हैं जो हमारे अपने दृष्टिकोण या परसेप्शन को झुठलाते हों उन्हें स्वीकार करने में हमें एक मानसिक प्रतिरोध का सामना करना पड़ता है।

यथार्थ से वास्ता पड़ने तथा स्वयं अपने अनुभव के साथ हमारे दृष्टिकोण भी बदलते हैं। इनका बदलना भी एक गतिशील प्रक्रिया है और एक प्रोफेशनल पत्रकार में तो यह गतिशीलता आवश्यक होती है। समाज के विभिन्न तबकों में इस गतिशीलता का स्तर भिन्न होता है। कुछ तबके परिवर्तन को आसानी से स्वीकार कर लेते हैं और काफी रूढ़िवादी हो सकते हैं जो अपने दृष्टिकोण को आसानी से परिवर्तित नहीं करते।

यथार्थता

एक आदर्श रूप में मीडिया और पत्रकारिता यथार्थ का प्रतिबिंब मात्र है। इस तरह समाचार यथार्थ की पुनर्रचना करता है। वह अपने आप में एक जटिल प्रक्रिया है और आज तो यहां तक कहा जाता है कि समाचार संगठनों द्वारा सृजित यथार्थ की छवियाँ भ्रम पैदा करती हैं। लेकिन सच यही है कि मानव यथार्थ की नहीं, यथार्थ की छवियों की दुनिया में रहता है। किसी भी यथार्थ के बारे में जो भी जानकारियां 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 सूचना सृजित छवियों की दुनिया में रहते हैं।

संचार के प्रारंभ से ही ऐसा होता आया है। जो कुछ भी मानव ने देखा नहीं है और जिसके होने का उसे अहसास है, उसके बारे में एक सूचना छवि उसके पास होती है। दरअसल, यथार्थ को उसकी संपूर्णता में प्रतिबिंबित करने के लिए आवश्यक है कि ऐसे तथ्यों का चयन किया जाए जो इसकी संपूर्णता का प्रतिनिधित्व करते हैं। समाचार में हम किसी भी यथार्थ को उसके बारे में अत्यंत सीमित चयनित सूचनाओं और तथ्यों के माध्यम से ही सृजित करते हैं। इसलिए यह अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाता है कि किसी भी

विषय के बारे में समाचार लिखते वक्त किन सूचनाओं और तथ्यों का चयन करते हैं। चुनौती यही है कि ये सूचनाएं और तथ्य केंद्रीय हों और संपूर्ण विषय का प्रतिनिधित्व करते हों अर्थात् तथ्यों का प्रतिनिधित्वपूर्ण होना अत्यंत आवश्यक है।

इस संदर्भ में एक भारतीय लोक कथा तथ्यात्मकता और सत्यात्मकता को काफी अच्छे ढंग से उजागर करती है। छह अंधे और एक हाथी की कहानी। छह अंधों में बहस छिड़ गई कि हाथी कैसा होता है और फिर उन्होंने इस बहस को खत्म करने के लिए स्वयं हाथी को छूकर यह तय करने का निश्चय किया कि हाथी कैसा होता है। एक अंधे ने हाथी के पेट को छुआ और कहा यह “दीवार की तरह है।” दूसरे ने उसके दांत को छुआ और कहा “नहीं यह तलवार की तरह है।” तीसरे के हाथ उसकी सूढ़ आई और उसने कहा “यह तो सांप की तरह है।” चौथे ने उसका पैर छुआ और चिल्लाया तुम पागल हो “यह पेड़ की तरह है।” पांचवें को हाथी का कान हाथ आया और उसने कहा, “तुम सब गलत हो यह पंखे की तरह है।” छठे अंधे ने उसकी पूंछ पकड़ी और बोला, “बेवकूफों हाथी दीवार, तलवार, सांप, पेड़, पंखे में से किसी भी तरह का नहीं होता यह तो एक रस्सी की तरह है।” हाथी तो गया और छह अंधे आपस में लड़ते रहे। हरेक अपने ‘तथ्यों’ के आधार पर हाथी की अपनी ‘छवि’ पर अडिग था।

तथ्य या सूचनाएं जो हर अंधे ने छूकर प्राप्त किए वे 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 ही होते हैं, लेकिन अगर किसी संदर्भ में उनका प्रयोग किया जा रहा हो तो उनका पूरे विषय के संदर्भ में प्रतिनिधित्वपूर्ण होना आवश्यक है। उसी स्थिति में तथ्य यथार्थ की सही तस्वीर प्रतिबिंबित कर पाएंगे। इसके अलावा समाचार और उनके यथार्थ को लेकर काफी कुछ कहा और लिखा गया है। कैनेथ ब्रुकने तो 1935 में कहा था कि किसी एक पहलू पर केंद्रित होने का मतलब दूसरे पहलू की अनदेखी भी है। समाचार लेखन के संदर्भ में अपने आप को इन तथ्यों की सत्यता के दायरे में नहीं बांध सकते जो अपने आप में सत्य ही होते हैं बल्कि हमारे सामने चुनौती होती है सत्यपूर्ण तथ्यों के माध्यम से संपूर्ण यथार्थ को प्रतिबिंबित करने की।

एक नस्ली, जातीय या धार्मिक हिंसा की घटना का समाचार कई तरह से लिखा जा सकता है। इसे तथ्यपरक ढंग से इस तरह भी लिखा जा सकता है कि किसी एक पक्ष की शैतान की छवि सृजित कर दी जाए और दूसरे पक्ष को इसके कारनामों का शिकार। इस घटना से किसी भी एक पक्ष को अधिक उजागर कर एक अलग ही तरह की छवि का सृजन किया जा सकता है। फिर इस घटना में आम लोगों के दुःख-दर्दों को उजागर कर इस तरह की हिंसा के अमानवीय और जान्य चेहरे को भी उजागर किया जा सकता है।

एक रोती विधवा, विलखते अनाथ बच्चे या तो मात्र विधवा और अनाथ बच्चे हैं जिनकी यह हालत जातीय या धार्मिक हिंसा ने की या फिर ये इसलिए विधवा और अनाथ हैं क्योंकि ये किसी खास जाति या धर्म में हैं। इस तरह समाचार को वास्तव में यथार्थ के करीब रखने के लिए एक पत्रकार को प्रोफेशनल और बौद्धिक कौशल में एक स्तर का महारथ हासिल करना जरूरी है। इस तरह की तमाम घटनाओं को सतह पर नहीं एक व्यापक परिप्रेक्ष्य में रखकर इनका मूल्यांकन करना पड़ेगा। वरना, प्रतिनिधित्वपूर्ण तथ्यों का चयन करना मुश्किल हो जाएगा।

वस्तुपरकता

वस्तुपरकता को भी इस तरह की तथ्यपरकता से ही आंकना आवश्यक है। जैसी कि पहले ही चर्चा की गयी है कि हम किस घटना का समाचार के रूप में चयन करते हैं और दूसरा इस घटना से संबंधित ढेर सारे तथ्यों में से किन तथ्यों को समाचार गठन की प्रक्रिया में चयनित करते हैं या अस्वीकार करते हैं, लेकिन उस प्रक्रिया में किस आधार पर और क्यों हम चंद तथ्यों को वस्तुपरक मान लेते हैं? वस्तुपरकता और यथार्थता के बीच काफी समान क्षेत्र भी है, लेकिन दोनों विचारों के अंतर को भी समझना जरूरी है। एक होते हुए भी ये दोनों अलग विचार हैं। यथार्थता का संबंध जहां अधिकाधिक तथ्यों से है वहीं वस्तुपरकता का संबंध इस बात से है कि कोई व्यक्ति तथ्यों को कैसे देखता है। किसी विषय के बारे में हमारे मस्तिष्क में पहले से सृजित छवियां हमारे समाचार मूल्यांकन की क्षमता को प्रभावित करती हैं और हम इस यथार्थ को इन छवियों के अनुरूप देखने का प्रयास करते हैं।

हमारे मस्तिष्क में अनेक मौकों पर इस तरह की छवियां वास्तविक भी हो सकती हैं और वास्तविकता से दूर भी हो सकती हैं। यह भी कहा जा सकता है कि जहां तक यथार्थता के चित्रण का संबंध मूल्यों से अधिक है। हमें ये मूल्य हमारे सामाजिक माहौल से मिलते हैं। बचपन से ही हम स्कूल में, घर में, सड़क चलते हर कदम पल सूचनाएं प्राप्त करते हैं और दुनिया भर के स्थानों, लोगों, संस्कृतियों और सैकड़ों विषयों के बारे में अपनी एक धारणा या छवि बना लेते हैं। वस्तुपरकता का तकाजा यही है कि किस हद तक हम इस छवि को वास्तविकता के सबसे करीब ले जा पाते हैं। कुछ सत्य ऐसे हैं जिन पर एक विश्वव्यापी सहमति हो सकती है, लेकिन ऐसे तमाम सच तो हमारे दृष्टिकोण से निर्धारित होते हैं उन पर यह पैमाना लागू नहीं किया जा सकता। इस दृष्टि से 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।

हमें समाचार लेखन के हर सिद्धांत और अवधारणा के संदर्भ में बार-बार इस बात पर केंद्रित होना पड़ेगा कि देश और दुनिया भर की हजारों-लाखों घटनाओं से चंद घटनाओं को किस आधार पर समाचार योग्य माना जाता है और फिर समाचार योग्य माने जानी वाली घटनाएं जिस रूप में पाठकों या दर्शकों/श्रोताओं तक पहुँचती हैं तो इनमें किन तथ्यों का समावेश होता है? घटना के किन पक्षों को उछाला जाता है और किन पक्षों की अनदेखी की जाती है? ऐसा क्यों होता है और किया जाता है, यह भी एक जटिल सवाल है। तात्कालिक तौर पर तो इसे इस पैमाने पर ही परखा जा सकता है कि किसी खास घटना के समाचार बनने और इसके किसी खास पक्ष को अहमियत मिलने से किसके हितों की पूर्ति होती है। हितों की पूर्ति का पैमाने का इस्तेमाल पत्रकारिता में अनेक रूझानों के मूल्यांकन के लिए किया जा सकता है।

निष्पक्षता

वैसे तो निष्पक्षता सीधे-सीधे अपना अर्थ व्यक्त करता है। लेकिन निष्पक्षता को तटस्थता के रूप में देखना पत्रकारिता के पेशे में एक गंभीर भूल होगी। पत्रकारिता लोकतंत्र का चौथा स्तंभ है। इसकी राष्ट्रीय और

सामाजिक जीवन में अहम भूमिका है। इसलिए पत्रकारिता और समाचार सही और गलत, अन्याय और न्याय जैसे मसलों के बीच तटस्थ नहीं हो सकते बल्कि वे निष्पक्ष होते हुए सही और न्याय के साथ होते हैं।

जब हम समाचारों में निष्पक्षता की बात करते हैं तो इसमें न्यायसंगत होने का तत्व अधिक अहम होता है। आज मीडिया एक बहुत बड़ी ताकत है। एक ही झटके में यह किसी पर बट्टा लगाने की ताकत रखता है। इसलिए किसी के बारे में समाचार लिखते वक्त इस बात का विशेष ध्यान रखना होता है कि कहीं किसी को अनजाने में ही बिना सुनवाई के फांसी पर तो नहीं लटकाया जा रहा है। भ्रष्टाचार और इस तरह के आचारण के मामलों में इस बात का विशेष महत्व है। समाचार की वजह से किसी व्यक्ति के साथ अन्याय न हो जाए, इसकी गारंटी करने के लिए निष्पक्षता की अहम भूमिका है।

इसका एक आयाम यह भी है कि किसी को भी संदर्भ से काटकर उद्धृत न किया जाए। अनेक अवसरों पर यह देखा जाता है कि प्रमुख व्यक्तियों से काल्पनिक प्रश्न पूछे जाते हैं और उनके उत्तर ही समाचारों की डेडलाइन बन जाते हैं। एक काल्पनिक उदाहरण लें। किसी राजनीतिक दल में विभाजन के आसार नहीं हैं और इस दल के अध्यक्ष से पूछा जाता है “आप अपने दल में विभाजन को रोकने के लिए क्या उपाय कर रहे हैं?” स्वाभाविक तौर पर दल का अध्यक्ष इसका खंडन करेगा और अगले दिन अगर अखबार में सुर्खी हो “दल में विभाजन नहीं” तो पाठकों पर इसका क्या असर पड़ेगा? कहीं-न-कहीं उनके मस्तिष्क में यह बात तो आ ही जाएगी कि इस दल में ऐसा कुछ होने जा रहा था, यानि सब कुछ ठीक नहीं है। यह कहा जा सकता है कि इस तरह का समाचार लेखन निष्पक्ष नहीं है। यह तो एक बहुत सरल और काल्पनिक उदाहरण था लेकिन समाचारों की वास्तविक दुनिया में निष्पक्षता का पैमाना लागू करने के लिए अत्यंत पैनी नजर होना आवश्यक है। फिर, निष्पक्षता को यथार्थता, वस्तुपरकता, सूचना स्रोत और संतुलन से काटकर नहीं देखा जा सकता है।

संतुलन

निष्पक्षता की अगली कड़ी संतुलन है। आमतौर पर मीडिया पर आरोप लगाया जाता है कि समाचार कवरेज संतुलित नहीं है यानि यह किसी एक

पक्ष की ओर झुका है। हम समाचार में संतुलन के सिद्धांत की बात करते हैं तो वह इस तरह के व्यापक संतुलन से थोड़ा हटकर है। आमतौर पर संतुलन की आवश्यकता वहीं पड़ती है जहां किसी घटना में अनेक पक्ष शामिल हों और उनका आपस में किसी-न-किसी रूप में टकराव हो। उस स्थिति में संतुलन का तकाजा यही है कि सभी संबद्ध पक्षों की बात समाचार में अपने-अपने समाचारीय वजन के अनुसार स्थान पाए।

समाचार में संतुलन का महत्व तब कहीं अधिक हो जाता है जब किसी पर किसी तरह के आरोप लगाए गए हों या इससे मिलती-जुलती कोई स्थिति हो। उस स्थिति में हर पक्ष की बात समाचार में अभिव्यक्त होनी 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 हो सकती है जब आरोपित व्यक्ति सार्वजनिक जीवन में है और आरोपों के पक्ष में पक्के सबूत नहीं हैं या उनका सही साबित होना काफी संदिग्ध है। अगर कोई “सार्वजनिक व्यक्तित्व” बलात्कार जैसा अपराध कर दे और मामला साफ-साफ सबके सामने हो तो पत्रकार को भी अपने विवेक से ही संतुलन के सिद्धांत का पालन करना पड़ेगा। कुख्यात अपराधियों का मामला इससे अलग है। संतुलन के नाम पर समाचार मीडिया इस तरह के तत्वों का मंच नहीं बन सकता जो कई मौकों पर देखने को मिलता है। कभी-कभार किसी समाचार से इस तरह के तत्वों को लाभ पहुँचता है। इसे रोकना भी जरूरी है।

संतुलन का सिद्धांत अनेक सार्वजनिक मसलों पर व्यक्त किए जाने वाले विचारों और दृष्टिकोणों पर तकनीकी ढंग से लागू नहीं किया जाना चाहिए। अनेक मसलों पर प्रतिक्रिया व्यक्त करने में राजनीतिक ढंग से लागू नहीं किया जाना चाहिए। अनेक मसलों पर प्रतिक्रिया व्यक्त करने में राजनीतिक पार्टियां समय लेती हैं। आशय यह है कि राजनीतिक आलोचना के विषयों पर संतुलन का सिद्धांत उस तरह लागू नहीं किया जाना चाहिए जैसा व्यक्तिगत आरोपों के मामले में किया जाना चाहिए। राजनीतिक संतुलन तत्काल या रोजमर्रा की चीज नहीं है, बल्कि एक समाचार संगठन को अपने कवरेज की संपूर्णता में संतुलित होना चाहिए।

संसदीय और राज्य विधायिकाओं की रिपोर्टिंग में भी संतुलन का ध्यान रखा जाना चाहिए। एक लोकतांत्रिक समाज में समाचार माध्यकों को सभी

तरह की राजनीतिक धाराओं के विचारों और विभिन्न मुद्दों पर उनके स्टैंड को प्रतिबिंबित करना चाहिए। इसके जरिए ही लोग प्रतियोगी राजनीति और इसमें भाग लेने वाली शक्तियों के बारे में सही और वैज्ञानिक समझ पैदा कर सकते हैं। संसद और विद्यायिकाओं में अनेक तरह के विचार व्यक्त किए जाते हैं और इन सबको संतुलित ढंग से प्रस्तुत करना आवश्यक है।

लेकिन साथ ही यह भी ध्यान में रखा जाना चाहिए कि देश के राजनीतिक जीवन में हर दल की अपनी ताकत और हैसियत है। इस तरह के समाचारों में संतुलन कायम करते समय इसका भी ध्यान रखा जाना चाहिए। इसके अलावा सत्तापक्ष के नेताओं के कथन निश्चय ही अधिक महत्वपूर्ण होते हैं क्योंकि वे किसी-न-किसी रूप में सरकार की नीतियों को प्रतिबिंबित करते हैं जिसका असर सीधे लोगों के जीवन पर पड़ता है जबकि विपक्ष के नेताओं के कथन उनकी राय, आलोचना या सुझाव भर हैं। वे राज्य की नीति नहीं हैं।

स्रोत

हर समाचार में शामिल की गई सूचना और जानकारी का कोई स्रोत होना आवश्यक है। यहां स्रोत के संदर्भ में सबसे पहले यह स्पष्ट कर देना आवश्यक है कि किसी भी समाचार संगठन के समाचार के स्रोत होते हैं और फिर उस समाचार संगठन का पत्रकार जब सूचनाएं एकत्रित करता है तो उसके अपने भी स्रोत होते हैं। इस तरह किसी भी दैनिक समाचारपत्र के लिए पी.टी.आई. (भाषा), यू. एन. आई. (यूनीवार्ता) जैसी समाचार एजेंसियां और स्वयं अपने ही संवाददाताओं और रिपोर्टरों का तंत्र समाचारों का स्रोत होता है।

लेकिन चाहे समाचार एजेंसी हो या समाचारपत्र इनमें काम करने वाले पत्रकारों के भी अपने समाचार स्रोत होते हैं। यहां हम एक पत्रकार के समाचार के स्रोतों की चर्चा करेंगे। आशय यह है कि समाचार के भीतर जो सूचनाएं और जानकारियां होती हैं उनका स्रोत क्या होता है और समाचार तथा स्रोत के अंतर्संबंधों का पत्रकारिता पर क्या प्रभाव पड़ता है।

समाचार की साख को बनाए रखने के लिए आवश्यक है कि इसमें शामिल की गई सूचना या जानकारी का कोई स्रोत हो और वह स्रोत इस तरह की सूचना या जानकारी देने योग्य समर्थ हो। कुछ बहुत सामान्य

जानकारियां होती हैं जिनके स्रोत का उल्लेख करना आवश्यक नहीं है, लेकिन जैसे ही कोई सूचना 'सामान्य' होने के दायरे से बाहर निकलकर 'विशिष्ट' होती है उसके स्रोत का उल्लेख आवश्यक है। स्रोत के बिना उसकी साख नहीं होगी। उसमें विश्वसनीयता नहीं होगी। एक समाचार में समाहित हर सूचना का स्रोत होना आवश्यक है और जिस सूचना का कोई स्रोत नहीं है उसका स्रोत या तो पत्रकार स्वयं है या फिर यह एक सामान्य जानकारी है जिसका स्रोत देने की आवश्यकता नहीं है।

आमतौर पर पत्रकार स्वयं किसी सूचना का प्रारंभिक स्रोत नहीं होता। वह किसी घटना के घटित होने के समय घटनास्थल पर उपस्थित नहीं होता। वह घटना घटने के बाद घटनास्थल पर पहुँचता है इसलिए यह सब कैसे हुआ इसके लिए उसे दूसरे स्रोतों पर निर्भर रहना पड़ता है। अगर एक पत्रकार स्वयं अपनी आंखों 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 मरे का स्रोत हो सकता है। हालांकि इस बारे में कुछ लोग अलग सोच भी रखते हैं और उनका मानना है कि पत्रकार तो सूचना का वाहक भर है और हर सूचना का कोई स्रोत अवश्य होना चाहिए।

समाचार के प्रमुख तत्त्व

सामान्य रूप से घटने वाली समस्याएं समाचार हैं। यहाँ हमारा इरादा उन समाचारों से है जिनका किसी न किसी रूप में सार्वजनिक महत्त्व होता है। समाचार ऐसी सम-सामायिक घटनाओं, समस्याओं और विचारों पर आधारित है जिन्हें जानने की अधिक-से-अधिक लोगों में दिलचस्पी होती है और जिनका ज्यादा-से-ज्यादा लोगों के जीवन पर प्रभाव पड़ता है।

साधारण रूप से मित्रों, रिश्तेदारों और सहकर्मियों की कुशल-क्षेम और हालचाल का आदान-प्रदान समाचार माध्यमों के लिए समाचार नहीं है, क्योंकि आपसी कुशल-क्षेम हमारा व्यक्तिगत मामला है इसलिए इसमें हमारे नजदीकी लोगों के अलावा अन्य किसी को उसमें दिलचस्पी नहीं हो सकती, इसलिए इसका सावर्जनिक महत्त्व नहीं हो सकता है।

इसलिए इसे समाचार नहीं कहा जा सकता है। न्यूज का अपना महत्त्व होता है। यह महत्त्व निर्धारण पत्र सम्पादक के ऊपर निर्भर करता है इसीलिए एक अखबार में एक समाचर मुख्य समाचर (मुख्य कहानी) हो सकता है

और वही खबर अन्य खबर पत्र में भीतर के पेजेज पर कहीं एक कॉलम का समाचार हो सकता है।

सामान्य रूप से समाचार किसी भी ऐसी ताजा घटना, विचार या समस्या की रिपोर्ट है जिसमें अधिक-से-अधिक लोगों की रुचि हो और जिसका ज्यादा से ज्यादा लोगों पर प्रभाव पड़ रहा है।

प्रेरक और उत्तेजित करने वाली हर घटना समाचार कहलाती है। जब किसी घटना, विचार और समस्या से जब समाज के बड़े तबके का सरोकार हो तब हम कह सकते हैं वह खबर बनने योग्य है, लेकिन किसी घटना, विचार और समस्या के समाचार बनने की सम्भावना तब बढ़ जाती है जब उसमें यहाँ बताये गये तत्त्व शामिल हों।

1. नवीनता

कोई भी घटना जितनी न्यू होती है इसलिए वो समाचार बनती है। मतलब घटना जितनी नवीन यानि तत्काल, हाल ही में घटित होती है, उसके समाचार बनने की उतनी ही ज्यादा सम्भावना बढ़ जाती है। कहने का मतलब ये है की समाचार वही है जो ताजा घटना के बारे में जानकारी देता है इसलिए किसी भी समाचार के लिए नवीनता उसका पहला तत्त्व है।

2. निकटता

हर समाचार का महत्त्व काफी हद तक उसकी स्थानीयता से होता है, क्योंकि पाठक उस समाचार को पढ़ने में विशेष रुचि दिखाते हैं जो उनके पास का होता है। यही कारण है की पाठक अपने शहर और अपने आस-पास के क्षेत्रों के अलावा अपने राज्य और देश के अन्दर क्या हुआ, यह जानने को विशेष रूप से उत्सुक रहते हैं। इतना ही नहीं, सांस्कृतिक निकटता के कारण विदेशों में बैठे पाठक भारतीयों से जुड़ी घटनाओं को भी जानना चाहते हैं।

3. प्रभाव

जब किसी घटना के प्रभाव से उसका समाचारीय महत्त्व निर्धारित होता है। घटित घटना की तीव्रता का अंदाज इस बात से लगाया जाता है कि उससे कितने सारे लोग प्रभावित हो रहे हैं या फिर कितने बड़े भू-भाग पर

इसका असर हो रहा है। इससे उसके समाचार बनने के चांस उतने ही ज्यादा बढ़ जाते हैं जैसे सरकार के किसी निर्णय से प्रभावित होने वाले लोगों की संख्या 100 के करीब है तो वह उतना बड़ा समाचार नहीं है, जितना की उससे लाभान्वित होने वाले लोगों की संख्या अगर एक लाख हो।

4. जन रुचि

किसी घटना या समस्या के समाचार बनने के लिए यह भी जरूरी है की लोगों की उसमें दिलचस्पी हो। जब पाठकों का एक बड़ा तबका उसके बारे में जानने में रुचि रखता हो तो वह घटना या समस्या एक महत्वपूर्ण रूप में समाचार बन जाती है।

5. संघर्ष या टकराव

किसी घटना में संघर्ष या टकराव का पहलू होने पर उसके समाचार के रूप में चयन की सम्भावना बढ़ जाती है, क्योंकि लोगों के मन में संघर्ष या टकराव के बारे में जानने की स्वाभाविक दिलचस्पी होती है। इसकी वजह यह है कि संघर्ष और टकराव का उनके जीवन पर सीधा असर पड़ता है।

6. महत्वपूर्ण लोग

मशहूर और जाने-माने लोगों के बारे में जानने की आम पाठकों में स्वाभाविक इच्छा होती है। कई बार किसी घटना से जुड़े लोग के महत्वपूर्ण होने के कारण भी उसका समाचारीय महत्व बढ़ जाता है। जैसे प्रधानमंत्री को जुकाम भी हो जाए तो यह अपने आप में एक खास खबर होती है।

7. अनोखापन

अनहोनी घटनाएँ समाचार होती हैं, क्योंकि लोग उनके बारे में जानना चाहते हैं। उदाहरण के लिए किसी विचित्र बच्चे के पैदा होने की घटना एक अच्छा समाचार बन जाता है।

8. उपयोगी जानकारी

बहुत-सी ऐसी सूचनाएँ भी समाचार मानी जाती हैं जिनका समाज के किसी विशेष तबके के लिए खास महत्व हो सकता है। जैसे स्कूल कब

खुलेंगे, किसी खास कालोनी में बिजली कब तक बंद रहेगी आदि। ऐसी सूचनाओं का समाचार के रूप में हमारे रोजमर्रा के जीवन में काफी उपयोग होता है इसलिए उन्हें जानने में पाठक वर्ग की सहज दिलचस्पी होती है।

9. पाठक वर्ग

पाठक वर्ग ही तो किसी भी खबर के महत्त्व-अमहत्त्व का निर्धारण करता है। इसलिए समाचार के संगठन खबरों का चुनाव करते समय अपने पाठक वर्ग की रुचियों और जरूरतों का विशेष ध्यान रखते हैं।

10. नीतिगत ढांचा

अलग-अलग समाचार संगठनों की खबर के चयन और प्रस्तुति को लेकर एक निति होती है। इस निति का निर्धारण सम्पादक या newspaper का मालिक होता है।

News papers में प्रकाशित होने वाली प्रत्येक खबर या वैचारिक मंथन करने वाले विशिष्ट लेख तथा अग्रलेख फीचर, कहानी आदि में शीर्षक (title) होना जरूरी होता है। इस प्रकार समाचारों के शीर्षक खबर के सार-तत्त्व को इंगित करते हैं जिसे पढ़कर पाठक शीघ्र ही यह समझ लेता है कि अमुक खबर का विवरण क्या हो सकता है और इस खबर का संबंध किस घटना या स्थिति से हो सकता है।

इस प्रकार समाचार पत्र की मुख्य खबर जो पहले पेज पर प्रकाशित की जाती है के शीर्षक को पाठक को आकर्षित करने जैसा बनाते हैं, क्योंकि किसी भी खबर या जैसे इस पोस्ट में शीर्षक का सबसे अधिक महत्त्व होता है।

3

समाचार के प्रकार

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 हो 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 उपभोक्ताओं तक पहुँचाना। इस तरह समाचार के कई प्रकार बनते जा रहे हैं, घटना के महत्त्व, अपेक्षितता, अनपेक्षितता, विषय क्षेत्र, समाचार का महत्त्व, 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 महत्त्वपूर्ण व सामयिक बनाया जा सकता है।

स्थानीय समाचार

संचार क्रांति के बाद परिवहन के विकास के साथ ही समाचार पत्रों द्वारा एक ही साथ कई संस्करणों का प्रकाशन हो रहा है। यह सभी गांव या कस्बे, जहां से समाचार पत्र का प्रकाशन होता हो, स्थानीय समाचार, जो कि स्थानीय महत्त्व और क्षेत्रीय समाचार पत्रों की लोकप्रियता को बढ़ाने में सहायक हो को स्थान दिया जा रहा है। यह कवायद स्थानीय बाजार में अपनी पैठ बनाने की भी है, ताकि स्थानीय छोटे-छोटे विज्ञापन भी आसानी से प्राप्त किये जा सकें।

इसी तरह समाचार चैनलों में भी स्थानीयता को महत्त्व दिया जाने लगा है कि 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 टीवी स्क्रीन पर प्रसारित होते दिख जाते हैं। यह कहा जा सकता है कि आने वाले दिनों में स्थानीय स्तर पर समाचार चैनल संचालित करने की होड़ मचने वाली है।

प्रादेशिक या क्षेत्रीय समाचार

जैसे-जैसे समाचार पत्र व चैनलों का दायरा बढ़ता जा रहा है, वैसे-वैसे प्रादेशिक व क्षेत्रीय समाचारों का महत्त्व 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 दे तो उसके मुख्य पृष्ठ पर प्रांतीय समाचारों की अधिकता रहती है। प्रांतीय समाचारों के लिये प्रदेश शीर्षक नाम से पृष्ठ भी प्रकाशित किये जाते हैं। इसी तरह से पश्चिमांचल, पूर्वांचल, मारवाड़ या फिर बिहार, झाड़खंड, राजस्थान, कोलकत्ता, उत्तरप्रदेश 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।

राष्ट्रीय समाचार

देश में हो रहे आम चुनाव, रेल या विमान दुर्घटना, प्राकृतिक आपदा-बाढ़, अकाल, महामारी, भूकम्प आदि, रेल बजट, वित्तीय बजट से संबंधित 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। हाल यह है कि किसी भी राष्ट्रीय महत्व की घटना-दुर्घटना या फिर समाचार बनने लायक बात को भी छोड़ देने को तैयार नहीं है, न इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और न ही प्रिंट मीडिया। यही वजह है कि समाचार चैनल जहां 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।

अंतर्राष्ट्रीय समाचार

ग्लोबल गांव की कल्पना को साकार कर देने वाली सूचना क्रांति के बाद इस समय में अंतर्राष्ट्रीय समाचारों को प्रकाशित या प्रसारित करना जरूरी हो गया है। साधारण से साधारण पाठक या दर्शक भी यह जानना चाहता है कि अमेरिका में राष्ट्रपति के चुनाव का परिणाम क्या रहा या फिर हॉलीवुड में इस माह कौन-सी फिल्म रिलीज होने जा रही है या फिर आतंकवादी संगठन आईएसआईएस क्या-क्या कर रहा है। विश्वभर के रोचक एवं रोमांचक घटनाओं को जानने के लिये अब हिंदी 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 प्रारूप 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।

इंटरनेट पर तैरती ये वेब साइटें कई मायने में अति महत्वपूर्ण होती हैं। सच यह है कि जैसे-जैसे देश में साक्षरता बढ़ रही है, वैसे-वैसे अधिक-से-अधिक लोगों में विश्वभर 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।

विशिष्ट समाचार

यह वह समाचार होते हैं जिनके बारे में पहले से कुछ भी मालूम नहीं होता है, परंतु वे समाचार गरमागरम और अद्यतन होते 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 सम्बन्धी समाचार इसी कोटी में आते हैं।

व्यापी समाचार

वे समाचार जिनका प्रभाव विस्तृत हो अर्थात् जो बहुसंख्यक लोगों को प्रभावित करने वाले तथा आकार में भी विस्तृत हो, 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।

डायरी समाचार

विविध समारोह गोष्ठियों, जन-सभाओं, विधानसभाओं, विधान परिषदों, लोकसभा, राज्यसभा आदि के समाचार जो अपेक्षित होते हैं और सुनियोजित ढंग से प्राप्त होते हैं, डायरी समाचार कहलाते हैं।

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।

महत्त्वपूर्ण 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, महत्त्वपूर्ण समाचार कहलाते हैं।

कम महत्त्वपूर्ण समाचार

जातीय, सामाजिक, व्यावसायिक एवं राजनीतिक संस्थाओं, संगठनों तथा दलों की बैठके, सम्मेलन, समारोह, प्रदर्शन, जुलूस, परिवहन तथा मार्ग दुर्घटनाएं आदि से संबंधित समाचार, जिनसे सामान्य जनजीवन न प्रभावित होता है और जिनमें अतिशीघ्रता अनपेक्षित हो, कम महत्त्वपूर्ण समाचार कहलाते हैं।

सामान्य महत्त्व के समाचार

आतंकवादियों व आततायियों के कुकर्म, छेड़छाड़, मारपीट, पॉकेट मारी, चोरी, ठगी, डकैती, हत्या, अपहरण, बलात्कार के समाचार, जिनका महत्त्व सामान्य हो और जिनके अभाव में कोई ज्यादा फर्क न पड़ता हो तथा जो सामान्य जनजीवन को प्रभावित न करते हों, सामान्य महत्त्व के समाचार कहलाते हैं।

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 निश्चितता के साथ संपादित व प्रकाशित किया जाता है।

अपूर्ण समाचार

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

अर्ध विकसित समाचार

दुर्घटना, हिंसा या किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति का निधन आदि के समाचार, जोकि 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।

परिवर्तनशील समाचार

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

बड़े अथवा व्यापी समाचार

आम चुनाव, केन्द्र सरकार का बजट, राष्ट्रपति का अभिभाषण जैसे समाचार, जो व्यापाक, 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।

सीधे समाचार

वे समाचार जिनमे 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।

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।

विषय विशेष समाचार

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-संगीत 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 रेस्त्रा 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 विभाजित 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) फिल्म-टेलीविजन (मनोरंजन) समाचार, (14) फैशन समाचार, (15) सेक्स समाचार, (16) खोजी समाचार आदि।

4

समाचार : लेखन प्रक्रिया

पिछले 50 वर्षों में संचार और सूचना के क्षेत्र में एक क्रांति आई है। आज दुनिया के किसी भी कोने में होने वाली किसी घटना की जानकारी हमें चंद पलों में मिल जाती है। हमारे जीवन में समाचार माध्यमों का महत्त्व बहुत बढ़ गया है। देश-दुनिया में जो कुछ हो रहा है उसकी अधिकांश जानकारियां हमें समाचार माध्यमों से मिलती हैं। यह भी कह सकते हैं कि हमारे प्रत्यक्ष अनुभव से बाहर की दुनिया के बारे में हमे अधिकांश जानकारियां समाचार माध्यमों द्वारा दिए जाने वाले समाचारों से ही मिलती है।

इसलिए प्रश्न पैदा होता है- समाचार क्या है? पत्रकारिता के उद्भव और विकास के पूरे दौर में इस प्रश्न का सर्वमान्य उत्तर कभी किसी के पास नहीं रहा। आज पत्रकारिता और संपूर्ण मीडिया जगत की तेजी से बदलती तस्वीर से इस प्रश्न का उत्तर और भी जटिल होता जा रहा है। लेकिन हर खास परिस्थिति और वातावरण में चंद घटनाएं ऐसी होती हैं जो समाचार बनने की कसौटी पर खरी उतरती हैं और उससे कहीं अधिक बड़ी संख्या ऐसी घटनाओं की होती है जो समाचार नहीं बन पाती। यहां समाचार से आशय समाचार माध्यमों में प्रकाशित- प्रसारित किए जाने वाले “समाचारों” से है।

लेकिन क्या हर घटना, समाचार है? क्या वह हर बात समाचार है जिसके बारे में पहले जानकारी नहीं थी? क्या वह सब समाचार है जिसके

बारे लोग जानना चाहते हैं या जिसके बारे में लोगों को जानना चाहिए? क्या समाचार वही है जिसे एक पत्रकार समाचार मानता है? क्या वही सब समाचार हैं जिन्हें मीडिया के मालिक और संचालक समाचार मानते हैं और जिनके बारे में वे अपने ही तरह के अनुसंधान के आधार पर यह मान लेते हैं कि लोग यही चाहते हैं इसलिए यही समाचार है? समाचार निश्चय ही अपने समय के विचार, तथ्य और समस्याओं के बारे में ही लिखे जाते हैं। अनेक विद्वानों ने अपने ही ढंग से समाचार की विशेषताओं का उल्लेख किया है। हर प्रेरक और उत्तेजित कर देने वाली सूचना समाचार है। समय पर दी जाने वाली हर सूचना समाचार का रूप अखिल्यार कर लेती है। किसी घटना की रिपोर्ट ही समाचार है। समाचार जल्दी में लिखा गया है। वह सब समाचार है जो आने वाले कल का इतिहास है।

समाचार निश्चय ही कोई किस्सा-कथानक वृत्तांत और रिपोर्ट है। इसके संप्रेषण के अनेक रूप हो सकते हैं। एक व्यक्ति दूसरे व्यक्ति को समाचार का संप्रेषण कर सकता है। इसके अलावा समाचार अनेक तरह के समाचार माध्यमों से भी प्रकाशित और प्रसारित किए जाते हैं।

एक पत्रकार के सामने भी सबसे बड़ी चुनौती यही होती है कि क्या उसने समाचार को इस तरह लिखा और प्रस्तुत किया कि वह वही अर्थ और संदर्भ अपने पाठक/दर्शक/श्रोता को प्रेषित कर पाया जो वह चाहता था। अक्सर ऐसा नहीं होता और इन दिनों तो अधिकाधिक ऐसा नहीं हो रहा है। समाचार में संभावित सूचनाओं या तथ्यों के स्रोत क्या हैं इससे भी भारी अंतर पैदा होता है। सूचना स्रोत के भी सूचना देने के पीछे कुछ मकसद हो सकते हैं और होते हैं। इन मकसदों का चरित्र और स्वरूप क्या है- इस पर भी समाचार की सत्यता निर्भर करती है। अनेक मौकों पर स्रोत गलत सूचनाएं भी देते हैं जिससे समाचार निहित स्वार्थों की पूर्ति में ही अधिक सहायक होते हैं और सच्ची तस्वीर लोगों तक नहीं आ पाती।

एक पत्रकार ही किसी भी समाचार के आकार और उसकी प्रस्तुति का निर्धारण करता है। इसी तरह रेडियो और टेलीविजन में प्रस्तुतकर्ता समाचार में अपनी आवाज और हाव-भाव से भी बहुत कुछ कह सकता है। एक समाचारपत्र में एक समाचार मुख्य समाचार (लीड स्टोरी) हो सकता है और किसी अन्य समाचारपत्र में वही समाचार भीतर के पृष्ठ पर कहीं एक कॉलम का समाचार भी हो सकता है। एक टेलीविजन चैनल के लिए

अमिताभ बच्चन के जन्मदिन का समाचार पहला मुख्य समाचार हो सकता है तो संभव है कि कोई अन्य चैनल इराक में युद्ध को अपनी मुख्य खबर बनाने को प्राथमिकता दे। इस तरह के अनेक कारण और कारक हैं जो समाचार रूपी संदेश के प्राप्तकर्ता को इसकी स्वीकार्यता का स्तर तय करते हैं।

किसी भी पाठक/दर्शक/श्रोता की अपनी राजनीतिक, सामाजिक और सांस्कृतिक पृष्ठभूमि होती है, जिनसे उसके अपने मूल्य उपजते हैं। इसलिए हर समाचार को वह अपने ही ढंग से स्वीकार या अस्वीकार करता है। सच्चाई का उसका अपना ही एक पैमाना होता है जिस पर वह हर समाचार/संदेश की माप-तौल करता है।

समाचार के उपभोक्ता अपने मूल्यों, रुचियों और दृष्टिकोणों में बहुत विविधताएं और भिन्नताएं लिए होते हैं। इन्हीं के अनुरूप उनकी प्राथमिकताएं भी निर्धारित होती हैं। हाल ही के वर्षों में समाचारों का भी एक बाजार तैयार हुआ है और एक खास बाजार के लिए एक खास समाचार होता है। एक आदर्श स्थिति में एक पत्रकार के सामने यही सबसे बड़ी चुनौती होती है कि किस तरह वह अपने 'उपभोक्ता' समूह (ऑडिअंस) के व्यापकतम तबके को संतुष्ट कर सके।

समाचार की एक सर्वमान्य विशेषता यह है कि यह किसी विचार, घटना या समस्या का विवरण है। लोग सोचते हैं और विचार उपजते हैं। विभिन्न संचार माध्यमों के जरिए जब विचारों का आदान-प्रदान होता है तो हलचल पैदा होती है। इनसे नए उत्पाद पैदा हो सकते हैं। कोई नई सेवा अस्तित्व में आ सकती है। लोगों को कोई नया मकसद मिल सकता है। इसे अमन-शांति और टकराव की नई सीमाओं का निर्धारण हो सकता है। इनसे शांति और युद्ध के रास्ते बदल सकते हैं।

लोग आमतौर पर अनेक काम मिलजुल कर ही 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 ही 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 शहरी की कॉलोनी में बिजली-पानी के न होने से लेकर बेरोजगारी और आर्थिक मंदी जैसी समस्याओं से उन्हें जूझना होता है।

विचार, घटनाएं और समस्याओं से ही समाचार का आधार तैयार होता है। 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। समाचार के रूप में इनका महत्त्व इन्हीं कारकों से निर्धारित होना चाहिए। किसी भी चीज का किसी अन्य पर पड़ने वाले प्रभाव और इसके बारे में पैदा होने वाली सोच से ही 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 के योग्य है।

समाचार बनने की प्रक्रिया का महत्त्वपूर्ण पहलू इसकी तथ्यात्मकता है। किसी की कल्पना की उड़ान कोई समाचार नहीं है। समाचार एक वास्तविक घटना है और एक पत्रकार के सामने सबसे बड़ी चुनौती या दायित्व यह है कि कैसे वह ऐसे तथ्यों का चयन करे, जिससे वह घटना उसी रूप में पाठक या उपभोक्ता के सामने पेश की जा सके जिस तरह वह घटी। इस तरह के तथ्यों यानि वे तथ्य जो इस घटना के समूचे यथार्थ का प्रतिनिधित्व करते हैं, का चयन करने के लिए एक खास तरह का बौद्धिक कौशल चाहिए। इस तरह का बौद्धिक कौशल होने पर ही हम किसी को प्रोफेशनल पत्रकार कह सकते हैं।

किसी भी घटना, विचार या समस्या का समाचार बनने के लिए यह भी आवश्यक 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। समाचार का नया होना आवश्यक है। वह अपने ऑडिएंस के लिए नया है होना चाहिए। एक दैनिक समाचारपत्र के लिए आम तौर पर पिछले 24 घंटों की घटनाएं ही समाचार होते हैं। एक चौबीस घंटे के टेलीविजन और रेडियो चैनल के लिए तो समाचार जिस तेजी से आते हैं उसी तेजी से अनेक समाचार बासी भी होते चले जाते हैं।

किसी विचार, घटना और समस्या के समाचार बनने के लिए यह भी आवश्यक है कि लोगों की उसमें दिलचस्पी है। वे इसके बारे में जानना चाहते हों। कोई भी घटना समाचार तभी बन सकती है, जब लोगों का एक बड़ा तबका इसके 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। इसलिए यह भी 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 अधिकाधिक भूमिका अदा कर रहा है। इसलिए ऐसे अनेक समाचार आज उनके लिए रुचिकर हो सकते हैं जिनसे कल तक वे अपने आपको नहीं जोड़ते थे। संक्षेप में किसी घटना, तथ्य, विचार या समस्या समाचार में लोगों की रुचि का होना उसके समाचार बनने के लिए आवश्यक शर्त है।

इस विवेचन के उपरांत अब हम समाचार को इस तरह परिभाषित कर सकते हैं –

समाचार किसी भी ताजी घटना, विचार या समस्या का विवरण या रिपोर्ट है जिसमें अधिक-से-अधिक लोगों की रुचि है।

समाचार की इस परिभाषा में शायद कोई विवाद न हो। इसे एक तरह से समाचार की सर्वमान्य परिभाषा कहा जा सकता है। लेकिन लोगों की रुचि किन घटनाओं, विचारों या समस्याओं (आगे इसके लिए केवल घटनाओं शब्द का प्रयोग किया गया है) में है? यह रुचि क्यों होती है और इसमें परिवर्तन कैसे और क्यों आते हैं? लोगों की रुचियों और प्राथमिकताएं ही समाचार जगत और मीडिया पर होने वाले तमाम विचार-विमर्श और अनुसंधान के केंद्र में होती है। इस दृष्टिकोण से समाचार की परिभाषा में विस्तार करना आवश्यक हो जाता है।

समाचार किसी भी ताजी घटना, विचार या समस्या की रिपोर्ट है जिसमें लोगों की रुचि हो लेकिन विभिन्न राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक माहौल में समाचार की अवधारणाएं और अर्थ भी भिन्न हो जाते हैं।

समाचारीय महत्त्व

इन तमाम विविधताओं और भिन्नताओं के बावजूद किसी घटना का अपना एक समाचारीय महत्त्व होता है और जिसे अनेक कारक प्रभावित करते

हैं। 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 समायानुकूल होना जरूरी है।

आज की तारीख के एक दैनिक समाचारपत्र के लिए वे घटनाएं समय पर हैं जो कल घटित हुई हैं। आमतौर पर एक दैनिक समाचारपत्र के हर संस्करण की अपनी एक डेडलाइन (समय सीमा) होती है जब तक के समाचारों को वह कवर कर पाता है। मसलन अगर एक प्रातःकालीन दैनिक समाचारपत्र कल 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 समायानुकूल होंगे। इसी तरह 24 घंटे के एक टेलीविजन समाचार चैनल के लिए तो हर पल ही डेडलाइन 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। इन तथ्यों के महत्त्व का निर्धारण समाचार माध्यम और पत्रकारिता लेखन के स्वभाव से होता है। यह भी कहा जा सकता है कि 24 x 7 टेलीविजन माध्यम तात्कालिक अधिक होता है तो एक समाचारपत्र का लेख सामयिक या समकालीन अधिक हो सकता है।

किसी भी समाचार संगठन के लिए किसी समाचार के महत्त्व का मूल्यांकन उस 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 महत्त्व उसकी स्थानीयता से भी निर्धारित होता है। सबसे करीब वाला ही सबसे प्यारा भी होता है। यह मानव स्वभाव है और स्वाभाविक भी 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 इसका असर भी करीब वालों पर ही अधिक पड़ता है। मसलन किसी एक खास कॉलोनी में चोरी-डकैती की घटना के बारे में यहां 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। अपने आस-पास होने वाली घटनाओं के प्रति लोगों की अधिक रुचि से हम सब वाकिफ हैं और समाचारों और समाचार संगठनों का अधिकाधिक स्थानीयकरण इसी रुचि को भुनाने का परिणाम है।

इसके अलावा किसी घटना के आकार से भी इसका समाचारीय महत्त्व निर्धारित होता है। किस कारण कोई समाचार महत्त्वपूर्ण है किसके कारण कोई अन्य समाचार महत्त्वपूर्ण है। अनेक मौकों पर किसी घटना से जुड़े लोगों के महत्त्वपूर्ण होने से भी इसका समाचारीय महत्त्व भी बढ़ जाता है। स्वभावतः प्रख्यात और कुख्यात अधिक स्थान पाते हैं। प्रधानमंत्री को जुखाम भी हो तो समाचार है और अन्य कोई कितने ही बुखार से ग्रसित क्यों न हों शायद समाचार नहीं बन पाए। प्रसिद्ध लोगों की छोटी-मोटी गतिविधियां भी समाचार बन जाती हैं। याद कीजिए सलमान खान पर विवेक ओबराय का गुस्सा फूटना कितनी बड़ी खबर बनी थी।

इसके अलावा घटना के आकार से आशय यही है कि इससे कितने सारे लोग प्रभावित हो रहे हैं या कितने बड़े भू-भाग में पहुँचा है आदि। किसी घटना का 'प्रभाव' भी इसके महत्त्व को निर्धारित करता है। सरकार के किसी निर्णय से अगर दस लोगों को लाभ हो रहा हो तो यह इतनी बड़ा समाचार नहीं जितना कि अगर इससे लाभान्वित होने वाले लोगों की संख्या एक लाख हो। सरकार अनेक नीतिगत फैसले लेती हैं जिनका प्रभाव तात्कालिक नहीं होता लेकिन दीर्घकालिक प्रभाव महत्त्वपूर्ण हो सकते हैं और इसी दृष्टि से इसके समाचारीय महत्त्व को आंका जाना चाहिए।

उपभोक्ता वर्ग

आमतौर पर हर समाचार का एक खास पाठक/दर्शक/श्रोता वर्ग होता है। किसी समाचारीय घटना के इस वर्ग से भी इसका महत्त्व तय होता है। किसी खास समाचार का ऑडिऐंस कौन हैं और इसका आकार कितना बड़ा है। इन दिनों ऑडिऐंस का समाचारों के महत्त्व पर 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 महत्त्व मिलता है।

हर समाचारीय घटना का महत्त्व आंकने के लिए इसके संदर्भ का विशेष महत्त्व होता है। खास तौर से महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों द्वारा दिए गए बयानों और कथनों का महत्त्व उनके संदर्भ से ही तय किया जा सकता है।

अनेक अन्य मौकों पर महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों के बयान किसी संदर्भ में ही होते हैं और इस संदर्भ को जाने-समझे बिना कोई पत्रकार इस बयान के समाचारीय महत्त्व को नहीं आंक सकता। संदर्भ को समझने के लिए विषय की समझ जरूरी है। उदाहरण के लिए दुनिया के लगभग सभी देश आतंकवाद की भर्त्सना करते हैं। लेकिन जब भारत, इस्राइल, फिलिस्तीनी, अमेरिका या पाकिस्तान आतंकवाद की भर्त्सना करते हैं तो इनका अर्थ भिन्न होता है और इसे इसके संदर्भ में समझना होता है।

इन बयानों को इनके संदर्भ से काटकर कभी भी उचित समाचारीय महत्त्व नहीं दिया जा सकता। भारत की सबसे बड़ी चिंता कश्मीरी आतंकवाद है जो समय-समय पर देश के अन्य हिस्सों में भी वारदातें करता है मसलन संसद और मुंबई पर हमला। कश्मीर आतंकवाद को जिंदा रखने में पाकिस्तान की अहम भूमिका है। पाकिस्तान के समर्थन के बिना कश्मीर में आतंकवाद चलाया ही नहीं जा सकता। फिलिस्तीनीयों के लिए इस्राइल एक आतंकवादी राज्य और वहां की सरकार आतंकवादी हमले करती है। इस्राइल का मानना है कि वह फिलिस्तीनी आतंकवाद का शिकार है और उसकी हर सैनिक कार्रवाई आतंकवाद के खिलाफ होती है। अमेरिका आतंकवाद के खिलाफ युद्ध लड़ रहा है और इस युद्ध में पाकिस्तान अमेरिका का सामरिक सहयोगी है। समूचे इस्लामी और अरब राज्यों में अमेरिकी रणनीति में पाकिस्तान की अहम भूमिका है। रूस को उस आतंकवाद की चिंता है जो चेचन्या में इसे परेशान किए हुए है। इन तमाम संदर्भों में ही उपरोक्त संयुक्त बयानों के समाचारीय महत्त्व, उनमें लेखन, संपादन, शीर्षक आदि का चयन किया जा सकता है, जो पत्रकार इन संदर्भों से वाकिफ नहीं हैं वे इन घटनाओं के समाचार लिखने, संपादित करने और इनके महत्त्व को आंकने में विफल होने के लिए ही बाध्य है।

नीतिगत ढांचा

किसी समाचार संगठन की कोई नीति होने का मतलब लेखन की स्वतंत्रता पर अंकुश है। अगर किसी मसले पर समाचार संगठन की कोई

नीति है, तो इसका मतलब वह इस नीति के अनुसार ही समाचार प्रकाशित करेगा और विचारों की अभिव्यक्ति करेगा। इसलिए कोई भी समाचार संगठन कभी यह स्वीकार नहीं करेगा कि व्यापक राजनीतिक और आर्थिक मुद्दों पर उसकी कोई नीति है। लेकिन भले ही किसी सुगठित रूप में नीति न हो लेकिन हर समाचार संगठन मोटे तौर पर हर मुद्दे पर किसी नीति पर तो चलता ही है और अनेक कारक इस नीति का निर्धारण करते हैं। अनेक संपादक इसे 'संपादकीय लाइन' कहते हैं।

मसलन समाचारपत्रों में संपादकीय 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। फिर उनके निर्धारण के बाद क्या संपादकीय स्टैंड हो क्या लाइन ली जाए यह भी तय किया जाता है और विचार-विमर्श के बाद संपादक तय करते हैं क्या रुख होगा या क्या लाइन होगी। यही स्टैंड और लाइन एक समाचारपत्र की नीति भी होती है।

वैसे तो एक समाचारपत्र में अनेक तरह के लेख और समाचार छपते हैं और आवश्यक नहीं है कि वे संपादकीय नीति के अनुकूल हों। समाचारपत्र में विविधता और 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 की नीति का पूरा का पूरा अनुसरण नहीं होता लेकिन कुल मिलाकर संपादकीय नीति का प्रभाव किसी भी समाचारपत्र के समूचे व्यक्तित्व पर पड़ता है। अगर कोई समाचारपत्र भूमंडलीकरण की प्रक्रिया का कट्टर समर्थक है तो वह उन तमाम समाचारों को अधिक महत्त्व देने की कोशिश करेगा जो उसके पक्ष में जाती हैं। समाचारों का चयन और डिस्पले भी समाचारपत्र की नीतियों को प्रतिबिंबित करते हैं। अक्सर ऐसा देखने में आता है कि संपादकीय में कोई समाचारपत्र किसी खास राजनीतिक विचारधारा और राजनीतिक पार्टी या गठजोड़ के करीब हो तो समाचारों के चयन और प्रस्तुतीकरण में भी यह इन्हीं के पक्ष में खड़ा दिखाई देता है।

समाचार संगठन की नीतियों से किसी भी समाचार संगठन की समाचार की अवधारणाएं निर्धारित होती हैं। इसी से उसकी संपादकीय-समाचारीय

सामग्री का चरित्र और स्वरूप तय होता है। इसके बाद स्थान और पत्रकारीय महत्त्व के आधार पर किसी समाचार संगठन में समाचार अपना स्थान पाता है। इस तरह हम कह सकते हैं कि सैद्धांतिक रूप से किसी समाचारपत्र के संपादकीय ही इसकी स्टैंड, लाइन या नीति को दर्शाते हैं और बाकी लेख, विश्लेषण और बाइलाइन वाले समाचारों में वैचारिक विविधता होती है। एक संपूर्ण व्यक्तित्व के रूप में तमाम विविधताओं को प्रतिबिंबित करने के बावजूद समाचार संगठन अपनी संपादकीय नीति के अनुसार ही समाचारों को भी छापता है।

निश्चय ही समाचार संगठन किसी व्यवस्था के तहत या इसके भीतर ही काम करते हैं। एक दृष्टि से मुख्यधारा के समाचार संगठन किसी भी व्यवस्था की प्रभुत्वकारी और शासक विचारधारा के ही प्रवक्ता होते हैं और इस दायरे के भीतर ही राजनीतिक विविधता का सृजन होता है। इसके अलावा समाचार संगठन के स्वामित्व से भी इसकी नीतियां तय होती हैं। पिछले कुछ समय से दुनिया भर में समाचार संगठनों के स्वामित्व के संकेंद्रीकरण के प्रभावों पर काफी चर्चा हो रही है। समाचार सामग्री और प्रस्तुतीकरण पर इसका नकारात्मक प्रभाव पड़ रहा है। यह तो तय है कि कोई भी समाचार संगठन अपने मालिक और उसके विचारों के खिलाफ नहीं जा सकता।

उसके बाद पिछले कुछ वर्षों में विज्ञापन उद्योग का दबाव भी काफी बढ़ गया है। मुक्त बाजार व्यवस्था के तेज विस्तार तथा उपभोक्तावाद के फैलाव के साथ विज्ञापन उद्योग का जबर्दस्त विस्तार हुआ है। समाचार संगठन अब कारोबार और उद्योग हो गए हैं और विज्ञापन उद्योग पर उनकी निर्भरता बहुत बढ़ चुकी है। इसका भी संपादकीय/समाचारीय सामग्री पर गहरा असर पड़ रहा है। समाचार संगठन पर अन्य आर्थिक सामाजिक और सांस्कृतिक दबाव भी होते हैं। किसी छोटे स्थान से छपने वाला कोई समाचारपत्र वहां के स्थानीय माफिया के खिलाफ कुछ नहीं छाप सकता। इसी तरह के कई अन्य दबाव भी इसकी नीतियों को प्रभावित कर सकते हैं। इसके बाद जो स्पेस या स्थान बचता है वह पत्रकारिता और पत्रकारों की स्वतंत्रता का है। यह उनके प्रोफेशनलिज्म पर निर्भर करता है कि वे इस स्पेस का किस तरह सबसे प्रभावशाली ढंग से उपयोग कर पाते हैं। इस पत्रकारीय स्पेस पर भी निरंतर हमले होते रहते हैं और इसे छोटा करने का

प्रयास होता रहता है। पत्रकार और उसके प्रोफेशनलिज्म के लिए सबसे बड़ी चुनौती यही है कि वह इस स्पेस की हिफाजत करे और इसका अधिकतम इस्तेमाल से इसके विस्तार का निरंतर प्रयास करता रहे। कई बार किन्हीं खास परिस्थितियों में भी यह स्पेस कम-ज्यादा होता रहता है। उन्माद की परिस्थितियों में पत्रकारीय स्वतंत्रता का जबर्दस्त ह्रास होता है चाहे वह किसी भी तरह का उन्माद क्यों न हो। 11 सितंबर, 2001 के आतंकवादी हमलों के बाद अमेरिका का उदाहरण सबसे सामने है जहां उग्र राष्ट्रवाद इस कदर हावी हो गया था कि मीडिया में असहमति का स्थान बहुत छोटा हो गया था। अनेक अवसरों पर सामाजिक वातावरण भी संपादकीय सामग्री को प्रभावित करता है। सामाजिक तनाव की स्थिति में यह प्रभाव अधिक गहरा हो जाता है।

महत्त्वपूर्ण जानकारियां

अनेक ऐसी सूचनाएं भी समाचारीय होती हैं जिनका समाज के किसी विशेष तबके के लिए कोई महत्त्व हो सकता है। ये लोगों की तात्कालिक सूचना आवश्यकताएं भी हो सकती हैं। मसलन स्कूल कब खुलेंगे, किसी खास कॉलोनी में बिजली कब बंद रहेगी, पानी का दबाव कैसा रहेगा आदि। इस संदर्भ में कुछ क्षेत्र ऐसे भी हैं जिनमें सूचनाएं देने के अपने ही खतरे हैं। कम से कम चिकित्सा विज्ञान के क्षेत्र में अनेक बार कुछ तरह की सूचनाएं गलतफहमियां पैदा करती हैं। यह सर्वविदित है कि अनुसंधान अनेक तरह की अवधारणाओं पर आधारित होते हैं और वैज्ञानिक अनुसंधान के नाम पर अधकचरे ज्ञान को इसमें निष्कर्ष के तौर पर पेश नहीं किया जाना चाहिए। इसके अलावा दुर्घटनाओं के मामले में भी हताहतों के नाम की जानकारी देने का अपना ही महत्त्व है। हालांकि अधिकांश मौकों पर नाम पता करना मुश्किल काम होता है।

5

समाचार संपादन

संपादन का अर्थ है किसी लेख, पुस्तक, दैनिक, साप्ताहिक मासिक या सावधिक पत्र या कविता के पाठ, भाषा, भाव या क्रम को व्यवस्थित करके तथा आवश्यकतानुसार उसमें संशोधन, परिवर्तन या परिवर्धन करके उसे सार्वजनिक प्रयोग अथवा प्रकाशन के योग्य बना देना। लेख और पुस्तक के संपादन में भाषा, भाव तथा क्रम के साथ-साथ उसमें आए हुए तथ्य एवं पाठ का भी संशोधन और परिष्कार किया जाता है। इस परिष्करण की क्रिया में उचित शीर्षक या उपशीर्षक, देकर, अध्याय का क्रम ठीक करके, व्याकरण की दृष्टि से भाषा सुधार कर, शैली और प्रभाव का सामंजस्य स्थापित करके, नाम, घटना, तिथि और प्रसंग का उचित योग देकर, आवश्यकतानुसार विषय, शब्द, वाक्य या उदाहरण बढ़ाकर, उद्धरण जोड़कर, नीचे पादटिप्पणी देकर सुबोध व्याख्या भी जोड़ दी जा सकती है।

सामयिक घटना या विषय पर अग्रलेख तथा संपादकीय लिखना, विभिन्न प्रकार के समाचारों पर उनकी तुलनात्मक महत्ता के अनुसार उनपर विभिन्न आकार प्रकार के शीर्षक (हेडलाइन, फ्लैश, बैनर) देना, अश्लील, अपमानजनक तथा आपत्तिजनक बातें न लिखते हुए सत्यता, ओज, स्पष्टवादिता, निर्भीकता तथा निष्पक्षता के साथ अन्याय का विरोध करना, जनता की भावनाओं का प्रतिनिधित्व करना, जनता का पथप्रदर्शन करना और लोकमत निर्माण करना दैनिक पत्र के संपादन के अंतर्गत आता है। साप्ताहिक पत्रों में अन्य सब बातें

तो दैनिक पत्र जैसी ही होती हैं, किंतु उसमें विचारपूर्ण निबंध, कहानियाँ, विवरण, विवेचन आदि सूचनात्मक, पठनीय और मननीय सामग्री भी रहती है। अतः उसके लेखों, साप्ताहिक समाचारों, अन्य मनोरंजक सामग्रियों तथा बालक, महिला आदि विशेष वर्गों के लिए संकलित सामग्री भी रहती है।

अतः उसके लेखों, साप्ताहिक समाचारों, अन्य मनोरंजक सामग्रियों तथा बालक, महिला आदि विशेष वर्गों के लिए संकलित सामग्री का चुनाव और संपादन उन विशेष वर्गों की योग्यता और अवस्था का ध्यान रखते हुए लोकशील की दृष्टि से करना पड़ता है। इसी प्रकार वाचकों द्वारा प्रेषित प्रश्नों के उत्तर भी लोकशील तथा तथ्य की दृष्टि से परीक्षित करके समाविष्ट करना आवश्यक होता है।

मासिक या सावधिक पत्र मुख्यतः विचारपत्र होते हैं जिनमें गंभीर तथा शोधपूर्ण लेखों की अधिकता होती है। इनमें आए लेखों का संपादन लेख या पुस्तक के समान होता है। विवादग्रस्त विषयों पर विभिन्न पक्षों से प्राप्त लेखों का इस प्रकार परीक्षण कर लिया जाता है कि उनमें न तो किसी भी प्रकार किसी व्यक्ति, समुदाय, समाज अथवा ग्रंथ पर किसी प्रकार का व्यंग्यात्मक का आक्रोशपूर्ण आक्षेप हो और न कहीं अपशब्दों या अश्लील (अमंगल, ब्रीडाजनक तथा ग्राम्य) शब्दों का प्रयोग हो।

ऐसे पत्रों में विभिन्न शैलियों में आकर्षक रचनाकौशलों के साथ लिखे हुए पठनीय, मननीय, मनोरंजक, ज्ञानविस्तारक, विचारोत्तेजक और प्रेरणाशील लेखों का संग्रह करना, उसके साथ आवश्यक संपादकीय टिप्पणी देना, स्पष्टीकरण के लिए पादटिप्पणी, परिचय अथवा व्याख्या आदि जोड़ना और आए हुए लेखों को बोधगम्य तथा स्पष्ट करने के लिए अनावश्यक अंश निकाल देना, आवश्यक अंश जोड़ना, आदि से अंत तक शैली के निर्वाह के लिए भाषा ठीक करना, जिस विशेष कौशल से लेखक ने लिखा हो उस कौशल की प्रकृति के अनुसार भाषा और शैली को व्यवस्थित करना, यदि लेखक ने उचित कौशल का प्रयोग न किया हो तो उचित कौशल के अनुसार लेख को बदल देना, भाषा में प्रयुक्त किए हुए शब्दों और वाक्यों का रूप शुद्ध करना या लेख का प्रभाव बनाए रखने अथवा उसे अधिक प्रभावशील बनाने के लिए शब्दों और वाक्यों का संयोजन करना आदि क्रियाएँ संपादन के अंतर्गत आती हैं।

कविता या काव्य के संपादन में छंद, यति, गति, प्रभाव, मात्रा, शब्दों के उचित योजना, अलंकारों का उचित और प्रभावकारी योग, भाव के अनुसार शब्दों का संयोजन, प्रभाव तथा शैली का निर्वाह, तथा रूढ़ोक्तियों के उचित प्रयोग आदि बातों का विशेष ध्यान रखा जाता है। तात्पर्य यह है कि संपादन के द्वारा किसी भी लेख, पुस्तक या पत्र की सामग्री को उचित अनुपात, रूप, शैली और भाषा में इस प्रकार ढाल दिया जाता है कि वह जिस प्रकार के पाठकों के लिए उद्दिष्ट हो उन्हें वह प्रभावित कर सके, उनकी समझ में आ सके और उनके भावों, विचारों तथा भाषाबोध को परिमार्जित, सशक्त, प्रेरित और प्रबुद्ध कर सके तथा लेखकों का भी पथप्रदर्शन कर सके।

‘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।

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 महत्त्व को दर्शाता है। एक अच्छे शीर्षक में निम्नांकित गुण पाए जाते हैं-

- (i) शीर्षक बोलता हुआ हो। उसके पढ़ने से समाचार की विषय-वस्तु का आभास हो जाए।
- (ii) शीर्षक तीक्ष्ण एवं सुस्पष्ट हो। उसमें श्रोताओं को आकर्षित करने की क्षमता हो।
- (iii) शीर्षक वर्तमान काल में लिखा गया हो। वर्तमान काल में लिखे गए शीर्षक घटना की ताजगी के द्योतक होते हैं।
- (iv) शीर्षक में यदि आवश्यकता हो तो सिंगल-इनवर्टेड कॉमा का प्रयोग करना चाहिए। डबल इनवर्टेड कॉमा अधिक स्थान घेरते हैं।

- (v) 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।
- (vi) शीर्षक को अधिक स्पष्टता और आकर्षण प्रदान करने के लिए सम्पादक या उप-सम्पादक का सामान्य ज्ञान ही अन्तिम टूल या निर्णायक है।
- (vii) 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।
- (viii) 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 छह प्रश्न-Who, When, Where, What और भू का अंतर पाठक को मिल जाना चाहिए। किन्तु वर्तमान में इस सिद्धान्त का अक्षरशः 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 महत्त्वपूर्ण 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 निम्नांकित बातों का विशेष ध्यान रखना पड़ता है-

1. समाचार किसी कानून का उल्लंघन तो नहीं करता है।
2. समाचार नीति के अनुरूप हो।
3. समाचार तथ्याधारित हो।
4. समाचार को स्थान तथा उसके महत्त्व 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 सुबोध 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 महत्त्व 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. सामान्य ज्ञान की पुस्तकें।
2. एटलस।
3. शब्दकोश।
4. भारतीय संविधान।
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 महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों से सम्बन्धित अभिलेख।
13. महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों व अधिकारियों के नाम, पते व फोन नम्बर।

14. पत्रकारिता सम्बन्धी नई तकनीकी पुस्तकें।
15. उच्चारित शब्द

समाचार संकलन

एक पत्रकार को समाचार संकलन में यह स्रोत ही काम आता है क्योंकि कभी भी कोई समाचार निश्चित समय या स्थान पर नहीं मिलते। समाचार संकलन के लिए पत्रकारों को फील्ड में घूमना पड़ता है। क्योंकि कहीं भी कोई ऐसी घटना घट सकती है जो एक महत्वपूर्ण समाचार बन सकती है। किसी भी समाचार के लिए जरूरी सूचना एवं जानकारी प्राप्त करने के लिए समाचार संगठन एवं पत्रकार को कोई न कोई स्रोत की आवश्यकता होती है। यह समाचार स्रोते समाचार संगठन के या पत्रकार के अपने होते हैं। स्रोतों में समाचार एजेंसिया भी आती हैं। इस समाचार स्रोतों को तीन श्रेणियों में बांट सकते हैं-

- (i) प्रत्याशित स्रोत,
- (ii) पूर्वानुमाति स्रोत,
- (iii) अप्रत्याशित स्रोत

प्रत्याशित स्रोत

इस तरह के स्रोत पत्रकारों की जानकारी में पहले से ही होती है, सिर्फ उनसे संपर्क साधने और उनके द्वारा समाचार पाए जाने की कुशलता पत्रकार में होनी चाहिए। इनमें प्रमुख स्रोत हैं-

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

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

(i) **प्रेस कम्युनिक्स-** शासन के महत्वपूर्ण निर्णय प्रेस कम्युनिक्स के माध्यम से समाचार-पत्रों को पहुँचाए जाते हैं। इनके सम्पादन की आवश्यकता नहीं होती है। इस रिलीज के बाएँ ओर सबसे नीचे कोने पर संबंधित विभाग

का नाम, स्थान और निर्गत करने की तिथि अंकित होती है। जबकि टीवी के लिए रिपोर्टर स्वयं जाता है।

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

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

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

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

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

न्यायालय- जिला अदालतों, उच्च न्यायालय, सर्वोच्च न्यायालय के फैसले व उनके द्वारा व्यक्ति या संस्थाओं को दिए गए निर्देश समाचार के प्रमुख स्रोत होते हैं।

साक्षात्कार- विभागाध्यक्षों अथवा अन्य विशिष्ट व्यक्तियों के साक्षात्कार समाचार के महत्त्वपूर्ण अंग होते हैं।

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 समाचारों को जन्म देते हैं।

समाचारों का फालो-अप या अनुवर्तन- महत्त्वपूर्ण घटनाओं की विस्तृत रिपोर्ट रुचिकर समाचार बनते हैं। दर्शक चाहते हैं कि बड़ी घटनाओं के संबंध में उन्हें सविस्तर जानकारी मिलती रहे। इसके लिए संवाददाताओं को घटनाओं की तह तक जाना पड़ता है।

समाचार समितियाँ— देश-विदेश में अनेक ऐसी समितियाँ हैं जो विस्तृत क्षेत्रों के समाचारों को संकलित करके अपने सदस्य अखबारों और टीवी 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), रायटर (ब्रिटेन) आदि। उपर्युक्त स्रोतों के अतिरिक्त सभा, सम्मेलन, साहित्यिक व सांस्कृतिक कार्यक्रम, विधानसभा, संसद, नगर निगम, नगरपालिका की बैठकें, मिल, कारखानें और वे सभी स्थल जहाँ सामाजिक जीवन की घटना मिलती है, समाचार के महत्वपूर्ण स्रोत होते हैं।

पूर्वानुमानित स्रोत

इस श्रेणी में वे स्रोत होते हैं जहां से समाचार मिलने का अनुमान तो है, लेकिन निश्चितता नहीं होती है। केवल अनुमान के आधार पर ऐसे स्रोतों से समाचार पाने के लिए निकाला जा सकता है। जैसे बड़े नगरों में गंदी बस्तियों की समस्या, छोटे नगरों में गंदी सड़कों एवं नालियों की। इनसे जन-जीवन कितना और किस तरह प्रभावित हो रहा है? अस्पतालों में सफाई और स्वच्छता की क्या स्थिति है? वहां लंबी-लंबी लाईनें क्यों लगी रहती है? क्या चिकित्सकों की कमी है या नर्स और कंपाउंडर पूरे नहीं हैं? मरीजों को जमीन पर बिस्तर बिछाकर क्यों लिटाया जाता है?

इसी तरह विश्वविद्यालय, महाविद्यालय, विद्यालय में शैक्षणिक समस्याएँ, इसकी आंतरिक राजनीति के क्या हाल हैं? सरकारी योजनाएं लागू की जाती हैं। उसे लागू करने के बाद उसका लोगों को लाभ मिला या नहीं। शिलान्यास किए जाने के बाद उस पर काम हुआ या नहीं? किसी निर्माण कार्य की प्रगति आदि ऐसे स्रोत हैं जहां पूर्वानुमाति होते हैं और महत्वपूर्ण हो सकते हैं।

अप्रत्याशित स्रोत

इस श्रेणी के स्रोतों से समाचार का सुराग पाने के लिए पत्रकार का अनुभव काम आता है। सतर्क दृष्टिवाले अनुभवी पत्रकारों को, जिनके संपर्क सूत्र अच्छे होते हैं, इस प्रकार के स्रोतों से समाचार प्राप्त करने से ज्यादा कठिनाई नहीं होती। इस प्रकार के समाचारों के संकेत बहुधा सहसा मिलते

हैं, जिसे अनुभवी पत्रकार जल्दी ही पकड़ लेते हैं और उसके बाद उनकी खोज में लग जाते हैं। उदाहरणस्वरूप-

नगर के निर्माण विभाग ने एक बहुमंजिली विशालकाय इमारत बनाने का काम हाथ में लिया था। इसे दो वर्ष में पूरा हो जाना चाहिए था लेकिन डेढ़ साल के बाद भी अभी तक इसमें केवल चार मंजिलें बनकर तैयार हुई हैं जबकि काम दो तीन महीने से बंद पड़ा है। उधर से गुजरते हुए एक पत्रकार का ध्यान इस ओर गया तो उसने यह जानना चाहा कि इसका कारण क्या है? थोड़ी पूछताछ के बाद पता चला कि ठेकेदार ने काम बंद कर रखा है। ठेकेदार से बात करने पर पता चला कि उसने अपने बिलों के भुगतान के बारे में बहुत तंग किए जाने और अधिकारियों से लंबे समय तक संघर्ष करने के बाद अब काम बंद कर देना ही उचित समझा।

लेकिन विभागीय अधिकारियों का कहना कुछ और था। अधिशासी अभियंता का कहना था कि ठेकेदार ने काम निर्धारित निर्देशों के अनुसार नहीं किया, अतः उनके बिलों का भुगतान रोक दिया गया था, अब जांच कराई जा रही है। जब पत्रकार फिर ठेकेदार से मिला तो ठेकेदार ने उल्टे अधिकारियों पर आरोप लगाते हुए कहा कि चूँकि अधिकारीगण काफी मात्रा में पैसा खाना चाह रहे थे और वह ऐसा करने को तैयार नहीं था, इसीलिए उन्होंने काम सही न होने का झूठा मामला बनाकर उसे सबक सिखाना चाहा था।

पत्रकार के सामने जब स्थिति स्पष्ट न हो सकी तो वह एक स्वतंत्र स्थापत्य विशेषज्ञ से मिला और अपने समाचार पत्र का हवाला देते हुए उसने यह जानने का प्रयास किया कि क्या सचमुच में काम विशिष्ट निर्देशों के अनुसार नहीं हुआ है। पत्रकार ने स्थापत्य विशेषज्ञ से कहा कि मामला जनहित का है, इसलिए आपकी सहायता आवश्यकता है। स्थापत्य विशेषज्ञ ने पत्रकार में रुचि लेते हुए उसकी सहायता की। कुछ दिनों के सूक्ष्म निरीक्षण के बाद स्थापत्य विशेषज्ञ ने पत्रकार को स्पष्ट कर दिया कि यह बात सही है कि काम पूरी तरह से विशिष्ट निर्देशों के अनुसार नहीं किया गया है, लेकिन अब तक बन चुकी इमारत को कोई खतरा नहीं है।

अब समाचार एक सही दिशा की ओर बढ़ने लगा। जब संबंधित अधिकारियों की निजी संपत्ति के बारे में जानने का प्रयास किया तो यह पता चला कि दो अधिकारी इसी समय अपने अपने मकान भी बनवा रहे हैं।

उनकी इमारतों पर आनवे ाला सामान और मजदूर आदि उसी ठेकेदार के थे जो बहुमंजिली सरकारी इमारत बनवा रहा था, लेकिन अब इन लोगों ने भी काम बंद कर दिया है। गहराई से छानबीन करने पर अंत में पता चला कि यह सारा मामला एक बहुत बड़ा घोटाला है जिसमें ठेकेदार और अधिकारी मिलकर सार्वजनिक धन का दुरुपयोग कर रहे हैं।

विभिन्न स्रोतों से समाचारों का सफलतापूर्वक अच्छा दोहन वही पत्रकार कर सकता है जो व्यवहार कुशल हो तथा मानव मन और स्वभाव को समझने की क्षमता रखता है। कहना न होगा कि स्रोतों का भरपूर लाभ उठाना अपने आप में एक कला है और इस कार्य में जो पत्रकार जितना दक्ष होगा उसके समाचारों में उतनी गहनता, नवीनता, सूक्ष्मता और उपयोगिता होगी।

समाचार लेखन

विभिन्न स्रोतों 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 2 प्रश्नों के उत्तर समाचार में देने में सक्षम होता है तो पाठक/दर्शक/श्रोता में संबंधित समाचार संगठन के प्रति विश्वसनीयता बनी रहती 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 कहानी लेखन की प्रक्रिया के ठीक उलटा है। इसमें किसी घटना, विचार या समस्या के सबसे महत्वपूर्ण 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, बॉडी 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 महत्त्वपूर्ण हिस्सा होता है क्योंकि इसमें सबसे महत्त्वपूर्ण तथ्यों और सूचनाओं को लिखा जाता है। इसके बाद समाचार की बाडी आती है, जिसमें महत्त्व के अनुसार घटते हुये क्रम में सूचनाओं का ब्यौरा देने के अलावा उसकी पृष्ठभूमि का भी जिक्र किया जाता 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 महत्त्व 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 है। तब जाकर कोई समाचार श्रेष्ठ समाचार की श्रेणी में आता 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 यानि 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-दुख से सीधे जुड़ा हुआ हो। 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 तत्त्वों में से कुछ या सभी होने से वह समाचार सर्वश्रेष्ठ की श्रेणी में आता है।

तीसरी विशेषता है समाचारों की भाषा, वाक्य विन्यास और प्रस्तुतीकरण 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 बॉडी 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 संपादन

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 कौन-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।

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-

- (i) शीर्षक संक्षिप्त और सारगर्भित हो।
- (ii) शीर्षक स्पष्ट, अर्थपूर्ण और जीवंत होने चाहिए।
- (iii) भाषा विषयानुकूल होनी चाहिए।
- (iv) शीर्षक इस तरह होने चाहिए कि वह सीमित स्थान पर पूरी तरह फिट बैठे।
- (v) शीर्षक विशिष्ट ढंग का और डायरेक्ट होना चाहिए।
- (vi) केवल सुप्रचलित संक्षिप्त शब्दों का ही प्रयोग शीर्षक में होना चाहिए, अप्रचलित का नहीं।
- (vii) 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 उतरेगी दिल्ली
- शेयर बाजार धड़ाम
- 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 संक्षिप्त 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 छिछोरापन 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 संक्षिप्त हाने चाहिए। संक्षिप्त लीड पढ़ने में तो आसानी होती है, उसमें संप्रेषणीयता भी अधिक होती है।

विवरण

उपयुक्त 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 अद्योपांत 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) छह ककारों के उत्तर (ङ) 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 वाक्यों 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 प्रस्तुतीकरण 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 निष्कर्षतः यह कहा जा सकता है कि फीचर सरल मधुर और अनुभूतिपूर्ण भावाभिव्यक्ति है। फीचर में सामयिक तथ्यों का आशयकतानुसार 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 विशेषताएं निम्न होती हैं—

- (i) फीचर का आरंभ रोचक होना चाहिए न कि नीरस, उबाऊ, क्लिष्ट और व्यर्थ की अलंकृत शब्दावली से भरा।

- (ii) हृदय पक्ष से जुड़ा होने के कारण इसमें भाषागत सौंदर्य और लालित्य का विशेष स्थान है।
- (iii) फीचर में अनावश्यक विस्तार से बचा जाना चाहिए। गागर में सागर भरना फीचर की अपनी कलात्मकता होती है।
- (iv) काव्य का सा आनंद देने वाले फीचर श्रेष्ठ फीचर हो सकते हैं।
- (v) फीचर में प्रयुक्त कल्पनाएं सटीक और सारगर्भित हो।
- (vi) अपने विषय के सभी संबंधित पहलुओं को छूता चलता है, लेकिन विषयों का संतुलित वर्णन आवश्यक है।

फीचर लेखन के तत्त्व

- (i) 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।
- (ii) 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 तार्किकता, समाजशास्त्री-सा समाजबोध तथा भविष्य को परखने की क्षमता होनी चाहिए।
- (iii) 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-

- (i) **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।

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

(iii) **त्योहार पर्व संबंधी फीचर**- विभन्न पर्वों और त्योहारों के अवसर पर इस तरह के फीचर लिखने का प्रचलन है। इसमें त्योहारों पर्वों की मूल संवेदना उनके स्रोतों तथा पौराणिक संदर्भों के उल्लेख के साथ-साथ उन्हें आधुनिक संदर्भों में भी व्याख्यायित किया जाता है।

(iv) **रेडियो फीचर**- जहां पत्र पत्रिकाओं में प्रकाशित फीचर केवल पढ़ने के लिए होते हैं वहां 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 प्रस्तुतीकरण है।

(v) **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।

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

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

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

(ix) **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 आँकड़े प्राप्त कीजिए। तत्पश्चात् 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, पुरातात्विक 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 यथास्थान समायोजित कर देने का भी अवसर प्राप्त हो जाएगा। कभी-कभी लेख को फेर करके 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, भावो- 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 चित्ताकर्षक 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 मनोरंजक 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 निकलनेवाले 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, संवाददाता, 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 भेंटवार्ता, इंटरव्यू, मुलाकात, बातचीत, भेंट आदि भी कहते हैं।

साक्षात्कार लेनेवाला साक्षात्कार के लिए तय किए गए व्यक्ति से मिलता है और उससे प्रश्न पूछकर 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 देनेवाले 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 जानेवाले 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 लेनेवाले का भी काफी महत्त्व होता है। साक्षात्कार लेनेवाला उसका सूत्रधार है तो उसे देनेवाला 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 जानेवाले 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 भेंट, पत्र व्यवहार द्वारा, फोन 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 ढूँढते 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 वहाँ 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 जानेवाले 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 लेनेवाला 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 लेनेवाले 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 लेगें और पूछे जानेवाले प्रश्नों की सूची बनाएंगे। साक्षात्कार का स्थान तय करेंगे परंतु कई बार यह सब नहीं हो पाता। साक्षात्कार अचानक लेने पड़ते हैं। उसका स्थान जैसे हवाई अड्डा, समारोह स्थल, रेलवे प्लेटफर्म 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 टाल जाता है, उत्तर नहीं देता, तथ्य छिपा लेता है, अपने विचार प्रकट नहीं करता है। कभी-कभी वह साक्षात्कार लेनेवाले 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 विकसित 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 संक्षिप्त 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 पक्तियों 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 लेनेवाला भी एक जिम्मेदार व्यक्ति होता है।

साक्षात्कार के समय सावधानियाँ

साक्षात्कार लेते समय बहुत-सी बातों का ध्यान रखना होता है—

- (i) साक्षात्कार लेने से पहले पात्र और विषय से संबंधित कुछ जानकारी प्राप्त करें।
- (ii) साक्षात्कारकर्ता को सभी विषयों में जानकारी रखना संभव नहीं है फिर भी जितना हो प्रयास करें।
- (iii) पुस्तकालय व विषय से संबंधित अन्य व्यक्तियों से सहायता ली जा सकती है।
- (iv) साक्षात्कार पात्र की सम्मान की रक्षा हो और उसकी अभिव्यक्ति को महत्त्व मिले।
- (v) साक्षात्कार पात्र के व्यक्तित्व, परिधान, भाषा की कमजोरी, शिक्षा की कमी, गरीबी आदि को लेकर उपेक्षा नहीं करनी चाहिए।

- (vi) साक्षात्कार लेनेवाले घमंड, रूखापन, अपनी बात को थोपना, पात्र की उपेक्षा, वाचलता, कटुता, सुस्ती आदि से बचना चाहिए।
- (vii) साक्षात्कारकर्ता में जिज्ञासा, बोलने की शक्ति, भाषा पर अधिकार, बात निकालने की कला, पात्र की बात को ध्यान सुनने का धैर्य, तटस्थता, मनोविज्ञान की जानकारी, नम्रता, लेखन शक्ति, बदलती हुई परिस्थिति के अनुसार बातचीत को मोड़ देना आदि गुण होने चाहिए।
- (viii) ज्यादा जिद या बहस से बचें
- (ix) साक्षात्कार लेनेवाले में किसी प्रकार का पूर्वाग्रह न हो
- (x) साक्षात्कार में सच्चाई होनी चाहिए। पात्र के कथन और उसके द्वारा दी गई जानकारी को तोड़ मरोड़कर पेश नहीं किया जाना चाहिए।
- (xi) 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।
- (xii) प्रारंभ एवं अंत में हल्के एवं मध्य में मुख्य प्रश्न पूछे जाने चाहिए।
- (xiii) साक्षात्कार यथा संभव निर्धारित समय में पूरा होना चाहिए।
- (xiv) उत्तर में अधिकाधिक नई बातें सामने आनी चाहिए
- (xv) साक्षात्कार पूरा होने पर पात्र को धन्यवाद देना न भूलिए।

6

संपादन कला के मानवीय एवं तकनीकी पक्ष

जिस प्रकार मनुष्यों में अपने भावों और विचारों को व्यक्त करने की स्वाभाविक इच्छा होती है, उसी प्रकार उन भावों और विचारों को सुन्दरतम शृंखलाबद्ध और चमत्कारपूर्ण बनाने की अभिलाषा भी उनमें होती है। यही अभिलाषा साहित्य-कला के मूल में रहती है और इसी की प्रेरणा से स्थूल, नीरस और विशृंखल विचारों को सूक्ष्म, सरल और शृंखलाबद्ध साहित्यिक स्वरूप प्राप्त होता है। संपादन कला की यह आधारभूमि है। संपादन कला के माध्यम से ही समाचार-पत्र या पत्रिका में प्रकाशित होने वाले समाचारों और लेखों को आकार प्रदान किया जाता है। सजाना, संवारना व पठनीय बनाना ही संपादन है। यह एक कला होती है, जो इस कला में पारंगत होते हैं, वे समाज में अपार ख्याति अर्जित करते हैं। अभ्यास द्वारा इस कला में निपुण हुआ जा सकता है।

संपादन

संपादन का अभिप्राय समाचार को छोटा करना, उसकी गलतियाँ छंटकर हटाना, गलत/अशुद्ध शब्द या वाक्य एवं तथ्य सही करना, अनावश्यक शब्द-संकेत हटाना, भाषा को प्रवाही तथा पठनीय बनाना, समाचार के अर्थ

को समझ में आने लायक बनाना है। कमल दीक्षित के अनुसार- “संपादन सरलतम तथा साथ ही कठिनतर कार्य है। सरल ऐसा है कि उसे कोई नौसिखिया मात्र एकाध बार देखकर कर सकता है। कठिन ऐसा कि सही संपादन सीखने में वर्षों लग जाएं। यह यंत्रवत भी है और मौलिक रचना प्रक्रिया की सम्भावना से भरा भी है। यह कौशल है, कला है पर साथ-साथ एक नयी रचना का सृजन भी है। “शाब्दिक अर्थ के विवेचनानुसार बृहत् प्रामाणिक हिंदी कोश में- ‘संपादन’ का शाब्दिक अर्थ काम पूरा करना और ठीक तरह से करना अथवा पुस्तक या सामयिक पत्र आदि का क्रम, पाठ आदि ठीक करके उसे प्रकाशित करवाना होता है। ‘अहा जिंदगी’ के संपादक आलोक श्रीवास्तव ‘संपादन’ शब्द को व्याख्यायित करते हुए लिखते हैं- “अक्सर हम संपादन का अर्थ समाचारों के संपादन से लेते हैं। पर संपादन अपने संपूर्ण अर्थों में पत्रकरिता के उस काम का सम्मिलित नाम है, जिसकी लंबी प्रक्रिया के बाद कोई समाचार, लेख फीचर, साक्षात्कार आदि प्रकाशन और प्रसारण की स्थिति में पहुँचते हैं।”

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 मार्तण्ड’ 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), बदरी नारायण चौधरी ‘प्रेमघन’ (आनंद कादंबिनी-मिर्जापुर) इत्यादि ने अपनी उत्कृष्ट संपादन-कला के बल पर स्वयं को स्थापित किया।

प्रतापगढ़ के ताल्लुकदार 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 प्रचारिणी 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। सन 1901 ई. में बाबू श्यामसुंदर दास संपादक बने और सन 1903 ई. में आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी। वस्तुतः यहीं 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 महत्त्वपूर्ण 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 महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई। संपादक निरंकुशता और स्वछंदता 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 पत्रकारिता 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 सहास 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 महत्त्व 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 भटनागर ('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-

'रेखते 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 शक्ल 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।

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 (i) 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।

संपादन-कार्य

प्रत्येक युवा पत्रकार अपने मन में यथासंभव शीघ्रता से संपादक बनने का स्वप्न संजोये रहता है। संपादन के कार्य की अनेक सीढ़ियाँ 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 पत्रकारिता 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 द्विवेदी, 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।”

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

1. छह 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।

7

समाचारों का अद्भुत संसार : सूचना छवियां और यथार्थ

मानव सभ्यता के विकास में संचार की अहम भूमिका रही है। मानव सभ्यता अपने ज्ञान के भंडार को समृद्ध करने और इसके विस्तार के लिए संचार पर ही निर्भर रही है। विकास की इस प्रक्रिया में युगांतरकारी परिवर्तनों के साथ संचार प्रणालियों में भी भारी परिवर्तन आए हैं। प्रारंभिक काल में लोग जितना भी ज्ञान और जानकारियां प्राप्त करते थे उनके लिए उन्हें उसे अपने जीवन और उसके यथार्थ के तराजू पर तौलना कहीं अधिक आसान होता था। उसके लिए आज की तुलना में कहीं अधिक गुंजाइश होती थी। ज्ञान के विस्फोट और कई नई प्रौद्योगिकियों के आगमन के साथ ही संचार प्रक्रिया भी जटिल होती चली गई। आज लोगों को जितना भी ज्ञान और जानकारियां प्राप्त होती हैं उसका विशाल हिस्सा अत्यंत परिष्कृत प्रौद्योगिकियों से लैस सूचनातंत्रों से आता है। बहुत कम जानकारियां ऐसी होती हैं जिन्हें लोग अपने प्रत्यक्ष अनुभव के तराजू पर तौलने की स्थिति में होते हैं।

सूचनाओं और जानकारियों की प्रचुर मात्रा में उपलब्धता और उनके तीव्र आवेग से इन छवियों के ध्वस्त होने और नई छवियों के निर्माण की प्रक्रिया भी अत्यंत तेज हो गई है। इससे लोगों के मूल्यां, विश्वासों, विचारों और दृष्टिकोणों को भी प्रभावित किया जा सकता है। इस कारण चीजों को

देखने के उनके नजरिए और सूचना छवियों के उनके संसार को प्रभावित करने की आधुनिक सूचनातंत्रों की क्षमता काफी बढ़ गई है।

सूचना के इस युग में जब हम ज्ञान की बात करते हैं तो वास्तव में हमारा आशय सूचना छवियों से ही होता है। सैद्धांतिक रूप से ज्ञान की वैधता इसके सच होने में ही निहित होती है। एक व्यक्ति का ज्ञान अपनी मौलिकता में एक तरह का आत्मपरक ज्ञान ही होता है और इसी के आधार पर वह उन तमाम विषयों और घटनाओं को देखता है जो विश्व भर में घट रही होती हैं और जिनसे उसका प्रत्यक्ष रूप से कोई आमना-सामना नहीं होता। किसी विषय और घटना के बारे में नई सूचनाओं और जानकारियों के मिलने पर उसके बारे में किसी व्यक्ति के ज्ञान में परिवर्तन हो सकता है और उसकी सूचना छवि का पुनर्निर्धारण हो सकता है।

प्रश्न यह है कि इन सूचनाओं और जानकारियों को एक व्यक्ति किस हद तक स्वीकार या अस्वीकार करता है और किस हद तक इसके बारे में उसके ज्ञान में वृद्धि या परिवर्तन होता है और किस तरह और किस हद तक ये उसकी पहले से निर्मित छवि को प्रभावित करने में सक्षम होती हैं। छवियों के निर्माण और पुनर्निर्माण की इस प्रक्रिया से लोगों की संपूर्ण सोच में परिवर्तन आता है। इस परिवर्तन का स्वरूप विशिष्ट सामाजिक परिस्थितियां ही निर्धारित करती हैं। छवि पर अनेक तरह के संदेश लगातार प्रहार कर रहे होते हैं। संदेश से आशय चयनित या प्रोसेस्ड सूचनाओं का पैकेज है जो छवि में परिवर्तन लाने के लिए पूरी सिद्धहस्तता के साथ तैयार किया जाता है।

छवियों के बनने-बिगड़ने की प्रक्रिया

जैसा कि इस अध्याय के प्रारंभ में बताया गया है हम अपने प्रत्यक्ष अनुभव के बाहर की दुनिया के बारे में तमाम जानकारियां समाचार माध्यमों से प्राप्त करते हैं। इस तरह हम देश-दुनिया के बारे में जो भी जानते हैं वह एक छवि होती है जिसका गठन हम उन तमाम सूचनाओं के आधार पर करते हैं जो हमें समाचार माध्यमों से मिलती है। इस दृष्टिकोण से हम एक तरह से सूचना छवियों की दुनिया में रहते हैं। अब प्रश्न यह पैदा होता है कि जो भी छवियां हमारे मस्तिस्क में अंकित है वे वास्तविकता के कितने करीब है। अनेक अध्ययनों से पता चलता है कि आधुनिक सूचनातंत्र एक ओर तो हमें ढेर सारी जानकारियां देते हैं और हमारे ज्ञान में अत्यधिक वृद्धि

करते हैं। लेकिन साथ ही कई विषयों की जो छवियां वे बनाते हैं वे यथार्थ को प्रतिबिंबित नहीं करती हैं।

सूचना छवियों, इन छवियों के बनने-बिगड़ने की प्रक्रिया और भ्रमों के इस मायाजाल को सूचना के तथाकथित विस्फोट ने और भी जटिल बना दिया है। सूचना क्रांति के उपरोक्त संदेशों की बमबारी अत्यंत तेज हो गई है जिसका स्वरूप और दिशा एकतरफा है। आधुनिक सूचनातंत्र आज छवियों को बनाने-बिगाड़ने पर ही केंद्रित हैं और काफी हद तक इसमें सफल भी हो रहे हैं। आधुनिक सूचनातंत्र लोगों के दिमाग में एक ऐसी छवि का निर्माण कर रहे हैं जिनसे अनेक तरह के उत्पादों का बाजार तैयार किया जा सके और इनमें सबसे ऊपर वैचारिक उत्पाद ही होते हैं।

समाचारों के चयन की प्रक्रिया के कारण सूचना और जानकारियों का यह प्रवाह किसी भी विषय की संपूर्ण तस्वीर या पूर्ण यथार्थ को प्रस्तुत नहीं करता। यह किसी भी विषय के किसी खास पहलू के बारे में सूचनाएं और जानकारियां देता है और इसके कई अन्य पहलुओं की अनदेखी करता है। इस प्रक्रिया से किसी भी विषय या घटना की खंडित तस्वीर ही प्रस्तुत की जाती है जो अक्सर इसके संपूर्ण यथार्थ का प्रतिनिधित्व करने वाली सूचनाओं और जानकारियों से विहीन होती है। सूचना छवियों के निर्माण-पुनर्निर्माण की इस प्रक्रिया में आज विकृत और विखंडित छवियों का व्यापार ही अधिक हावी है। परंपरागत रूप से सूचना और संचार प्रक्रिया ही सामाजिक संगठन का आधार रही है। इसमें आदान-प्रदान का तत्त्व अहम भूमिका अदा करता था। इस आदान-प्रदान से समाज और संस्कृतियों के स्वस्थ विकास का मार्ग प्रशस्त होता रहा है, क्योंकि इसमें किसी तरह की 'जोर जबर्दस्ती' के तत्त्व नहीं थे। इसमें छवियों के निर्माण-पुनर्निर्माण की प्रक्रिया एकतरफा नहीं थी। लेकिन सूचना युग में संवाद की परंपरागत शैली का लगभग अंत सा हो गया है। आधुनिक सूचना और संचारतंत्रों ने इसे संवाद के बजाए एक बमबारी का रूप दे डाला है जिसमें 'जोर-जबर्दस्ती' के तत्त्व मौजूद हैं और यह संवाद न होकर एकतरफा प्रवाह तक सीमित होकर रह गई है।

सूचना छवियां और समाचारों का महत्त्व

विश्व की किसी भी घटना की जानकारी सबसे पहले समाचारों से ही मिलती है। समाचार किसी भी घटना के बारे में जिन तथ्यों को प्राथमिकता

और प्रमुखता देते हैं उसी के अनुसार उस घटना के बारे में लोगों के मस्तिष्क पर छवियों का निर्माण होता है। समाचार के संदर्भ में 'घटना' का उल्लेख इसके समाचारीय होने के आधार पर किया गया है। समाचारीय घटना सचमुच में कोई घटना भी हो सकती है और विचार तथा कोई समस्या भी हो सकती है। अनेक तरह के रुझानों और प्रक्रियाओं को भी समाचारीय घटना के रूप में प्रस्तुत किया जा सकता है। ये समाचारीय घटनाएं वे घटनाएं होती हैं जो अचानक आज ही घटित नहीं होतीं। मसलन राजनीतिक सोच, सामाजिक परिवर्तन, लोगों के दृष्टिकोण और जीवन शैली में आने वाले बदलाव भी समाचारीय घटनाएं बनते हैं हालांकि ऐसा रातोंरात घटित नहीं होता बल्कि उन्हें घटित होने में वर्षों लगते हैं।

सैद्धांतिक रूप से यह माना जाता है कि समाचार किसी भी घटना का प्रतिबिंब हैं। यह उस घटना को उसकी संपूर्ण सत्यता और वस्तुपरकता के आधार पर ही प्रस्तुत करता है। लेकिन दशकों से यह बहस चल रही है कि समाचार माध्यमों से विश्व भर के अनेक विषयों की कैसी छवि का निर्माण हो रहा है? मानव समाज में संचार की प्रक्रिया के माध्यम से निर्मित छवियां ही से एक व्यक्ति के लिए प्रमुख यथार्थ होती हैं। जिस विषय के बारे में जो सूचना छवि निर्मित कर दी जाती है उस विषय पर उसका यथार्थ वही होता है। अब सवाल पैदा होता है कि क्या यथार्थ और समाचार माध्यमों द्वारा निर्मित उसकी छवियों के बीच अंतर होता है? फिर समाचार माध्यमों से मिलने वाली सूचनाओं के प्रेषक भी तो किसी विषय की स्वयं अपनी ही छवि के आधार पर उसका मूल्यांकन और विश्लेषण करते हैं।

लेकिन जब मामला राजनीतिक और आर्थिक जीवन के जटिल और विवादास्पद क्षेत्रों तक जाता है तो पत्रकार के उत्पाद के स्वरूप का निर्धारण स्रोतों के चयन से तय हो जाता है। भारत में भी भूमंडलीकरण और मुक्त अर्थव्यवस्था उन्मुख परिवर्तनों की रिपोर्टिंग का स्वरूप सूत्रों के चयन से ही तय हो जाता है। आज किसी भी समाचारपत्र का विश्लेषण करें तो हम पाते हैं कि अधिकांश सूचनाएं ऐसी हैं जिनके स्रोत गुमनाम ही रहना चाहते हैं। इन परिस्थितियों में पत्रकार 'जानकार सूत्रों', 'उच्च पदस्थ सूत्रों', 'राजनीतिक सूत्रों' जैसे शब्दों का इस्तेमाल करते हैं। अधिकांश जानकारियों के मूल में इसी तरह के स्रोत होते हैं। एक पत्रकार से अपेक्षा की जाती है कि वह अपने स्रोत की रक्षा करे और अगर वह इसमें विफल होता है तो स्वयं

अपनी साख खोने का जोखिम मोल लेता है। इस तरह के बेनामी सूत्रों से निश्चय ही किसी भी व्यवस्था में बचा नहीं जा सकता लेकिन यह भी सच है कि तमाम तरह की गलत जानकारियां और किसी खास उद्देश्य से प्लांट किए गए समाचार भी इन्हीं स्रोतों की देन होते हैं।

आखिर कोई स्रोत पत्रकार को सूचना क्यों देना चाहता है? आदर्श रूप से हर व्यवस्था में ईमानदार लोग होते हैं जो गलत चीजों का भंडाफोड़ करने के लिए मीडिया का सहारा लेते हैं। लेकिन समाचार 'बूम' के इस युग में ऐसे अवसर अधिक आते हैं जब सूचना देने वाले स्रोत के मकसद कुछ और ही होते हैं। जब कभी कोई 'स्रोत' पत्रकार को 'समाचार' देता है जो अधिकांशतः उसके पीछे उसका अपना कोई उद्देश्य होता है जिसे वह मीडिया का इस्तेमाल कर पूरा करना चाहता है।

ऐसा नहीं है कि पत्रकार इस पहलू से वाकिफ नहीं होते हैं। एक तो स्थिति यह हो सकती है कि कोई पत्रकार अनचाहे ही इस तरह के 'समाचार स्रोत' द्वारा इस्तेमाल कर लिया जाए। दूसरा यह भी है कि तथाकथित बाजार प्रतिस्पर्धा में वह आगे रहना चाहता है और सब कुछ जानते हुए भी इस तरह के 'समाचारों' को लोगों तक पहुँचाने के अपने व्यावसायिक 'आकर्षण' से मुक्त नहीं हो पाता। लेकिन आज मुख्य रूप से ये दोनों ही परिस्थितियां कम ही देखने को मिलती हैं। एक व्यवस्था द्वारा निर्धारित सीमाओं के भीतर रहते हुए पत्रकार स्वयं ही उन मर्यादाओं का पालन नहीं कर पाते जो इस व्यवस्था ने स्वयं ही तय की है।

व्यवस्था के भीतर भी वस्तुपरक और संतुलित रिपोर्टिंग के लिए आवश्यक है कि सत्ता और पत्रकार के बीच एक 'सम्मानजक दूरी' बनाए रखी जाए। लेकिन आज जो रुझान सामने आ रहे हैं उसमें यह दूरी लगातार कम होती जा रही है और मीडिया पर सत्ता के प्रभाव में अधिकाधिक वृद्धि होती जा रही है और इस व्यवसाय में जनोन्मुखी तत्त्वों का हास होता जा रहा है। आज मीडिया और सत्ता के बीच हेलमेल के संबंध ही अधिक विकसित होते जा रहे हैं। मीडिया संगठनों के स्वामित्व, उनके मालिकों की राजनीतिक महत्वाकांक्षाएं, एक पत्रकार के अपने संकीर्ण हित जैसे तमाम कारण गिनाए जा सकते हैं तो सत्ता और मीडिया के इन करीबी नकारात्मक संबंधों को उजागर करते हैं। यहां सवाल सत्ता और मीडिया के संबंधों को नकारने का नहीं है, बल्कि किसी भी लोकतंत्र में इन संबंधों का होना पहली शर्त है।

सवाल इन संबंधों के नकारात्मक स्वरूप का है। इतना ही नहीं इन नकारात्मक संबंधों को बाकायदा कानूनी और संस्थागत रूप दे दिया गया है।

इस तरह के अनेक रुझान समकालीन पत्रकारिता में देखे जा सकते हैं। पत्रकारिता पर इस तरह के रुझानों से 'सरकारी सूत्र' (व्यापक रूप से सत्ता सूत्र) हावी होते चले जाते हैं। सरकारी सूत्र निस्संदेह समाचारों के सबसे अहम सूत्र हैं, लेकिन इनसे मिलने वाली हर जानकारी का पत्रकारिता के मानदंडों के आधार पर मूल्यांकन जरूरी है।

प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष वैचारिक संदेश

समाचारों के माध्यम से संदेश दो तरह से प्रेषित किए जाते हैं। पहली श्रेणी के संदेश तो वे होते हैं जो ऊपरी तौर पर समाचार पढ़ने या देखने से ही सामने आ जाते हैं। लेकिन समाचारों में अनेक ऐसे निहित संदेश होते हैं जिनका अर्थ समाचार के वैज्ञानिक विश्लेषण से ही निकाला जा सकता है। प्रच्छन्न रूप से समाचार जो संदेश देते हैं, उन्हीं में विचारों का तत्त्व अहम होता है तथा वस्तुपरकता और तथ्यात्मकता के सिद्धांत का संबंध समाचार के प्रत्यक्ष रूप से ज्यादा है।

पत्रकारिता की पाठ्यपुस्तकों में यह बताया जाता है कि हर समाचार में 'कौन', 'क्या', 'कब', 'कहां', 'क्यों,' और 'कैसे'- का उत्तर होना आवश्यक है तभी ही समाचार पूर्ण हो पाता है। जब कभी किसी समाचार में 'क्यों' और 'कैसे' का उत्तर दिया जाता है तो तथ्यों के विश्लेषण और व्याख्या की प्रक्रिया शुरू हो जाती है। पहले चार प्रश्नों का उत्तर तैयार करने की समाचार उत्पादन की प्रक्रिया में एक खास तरह के तथ्यों के चयन से इसमें वैचारिक तत्त्वों का प्रवेश हो जाता है और आखिरी दो प्रश्नों के उत्तर से समाचार की वैचारिक स्थिति स्पष्ट रूप से सामने आ जाती है।

यह वैचारिक स्थिति पहले तो उस व्यवस्था से ही निर्धारित हो जाती है जिसमें कोई मीडिया संगठन काम करता है। इसके अलावा मीडिया संगठन के स्वामित्व और पत्रकार की अपनी सोच और दृष्टिकोण भी समाचार के वस्तुविषय (कंटेंट) को निर्धारित करते हैं। समाचार में छिपे संदेशों और अर्थों को समझने के लिए विषय, इस विषय के चयन की प्रक्रिया, इसकी शब्दावली और प्रस्तुतीकरण का विश्लेषण आवश्यक हो जाता है। इस तरह के विश्लेषण से यह सवाल बार-बार उठता है कि समाचारों के उत्पादन और

प्रवाह की प्रक्रिया के हर चरण में घटनाओं की व्याख्या प्रभुत्वकारी फ्रेमवर्क को ही अपने उपभोक्ताओं के मस्तिष्क में सुदृढ़ करती चली जाती है और हर बदलती स्थिति के साथ इस फ्रेमवर्क में भी परिवर्तन आता रहता है ताकि इसके स्थायित्व पर कोई आंच न आए।

इस तरह लोगों की सोच को प्रभुत्वकारी विचारधारा के मुताबिक ढाला जाता है और इस प्रक्रिया में लोगों की कोई वैकल्पिक सोच विकसित करने की क्षमता का ह्रास होता चला जाता है। साथ ही वैकल्पिक मीडिया और विचारधारा के पनपने का सामाजिक आधार भी संकुचित होता चला जाता है। इस तरह किसी भी व्यवस्था में काम करने वाला मीडिया अपने स्वभाव से ही यथा स्थितिवादी होता है।

किसी घटना के समाचार बनने की प्रक्रिया को करीब से देखा जाए तो साफ हो जाता है कि समाचार प्रवाह की पूरी प्रक्रिया एक वैचारिक कार्रवाई है। समाचार अपने उत्पादन प्रक्रिया और तंत्र से ही निर्धारित होते हैं। इसलिए यह एक ऐसी अंतर्निहित, अनुत्तरित और निरंतर जारी प्रक्रिया है जिससे सूचनाओं के अंबार को पत्रकारीय ढांचे में तरह-तरह की तोड़-मरोड़ के साथ प्रस्तुत किया जाता है जिससे यथार्थ की यथास्थितिवादी आधिकारिक अवधारणा को ही प्रोजेक्ट किया जा सके।

हालांकि ऐसा भी नहीं है कि हर पत्रकार कोई जानबूझकर यथार्थ की विकृत तस्वीर पेश करता है, लेकिन उसकी समाचार की अवधारणाएं और मूल्यों की रचना की पूरी प्रक्रिया उसे यथार्थ को एक खास वैचारिक दृष्टिकोण से देखने के प्रति अनुकूलित कर देती है। इस आधार पर यह कहा जा सकता है कि इस अनुकूलन के कारण एक पत्रकार अपने दृष्टिकोण के अनुसार घटनाओं की वस्तुपरक रिपोर्टिंग और प्रस्तुतीकरण कर रहा होता है, लेकिन अपने अंतिम निष्कर्ष में वह समाज के एक विशेष वर्ग के हितों और मूल्यों की ही पूर्ति कर रहा होता है।

इस आधार पर स्वभावतः यह सवाल उठता है कि क्या समाचारों के प्रस्तुतीकरण के वैचारिक चरित्र को तब तक नहीं बदला जा सकता जब तक मूलभूत सामाजिक और आर्थिक व्यवस्था में बुनियादी परिवर्तन न किए जाए? निश्चय ही अगर ऐसा होता भी है तो भी नई व्यवस्था की शासक विचारधारा और मूल्यों को ही मीडिया प्रोजेक्ट करेगा और सच्चाई की तलाश यहीं खत्म नहीं हो जाएगी। मीडिया के संदर्भ में यथार्थ और सच्चाई का

संबंध व्यवस्था के लोकतांत्रिक चरित्र से है। मीडिया का वस्तुपरक होना भी उतना ही बड़ा मिथक है कि जितना किसी भी व्यवस्था के संपूर्ण रूप से लोकतांत्रिक होने का मिथक है।

छवियों के बनने-बिगड़ने की प्रक्रिया

जैसा कि इस अध्याय के प्रारंभ में बताया गया है हम अपने प्रत्यक्ष अनुभव के बाहर की दुनिया के बारे में तमाम जानकारियां समाचार माध्यमों से प्राप्त करते हैं। इस तरह हम देश-दुनिया के बारे में जो भी जानते हैं वह एक छवि होती है जिसका गठन हम उन तमाम सूचनाओं के आधार पर करते हैं जो हमें समाचार माध्यमों से मिलती है। इस दृष्टिकोण से हम एक तरह से सूचना छवियों की दुनिया में रहते हैं। अब प्रश्न यह पैदा होता है कि जो भी छवियां हमारे मस्तिस्क में अंकित है वे वास्विकता के कितने करीब है। अनेक अध्ययनों से पता चलता है कि आधुनिक सूचनातंत्र एक ओर तो हमें ढेर सारी जानकारियां देते हैं और हमारे ज्ञान में अत्यधिक वृद्धि करते हैं। लेकिन साथ ही कई विषयों की जो छवियां वे बनाते हैं वे यथार्थ को प्रतिबिंबित नहीं करती हैं।

सूचना छवियों, इन छवियों के बनने-बिगड़ने की प्रक्रिया और भ्रमों के इस मायाजाल को सूचना के तथाकथित विस्फोट ने और भी जटिल बना दिया है। सूचना क्रांति के उपरोक्त संदेशों की बमबारी अत्यंत तेज हो गई है जिसका स्वरूप और दिशा एकतरफा है। आधुनिक सूचनातंत्र आज छवियों को बनाने-बिगड़ने पर ही केंद्रित हैं और काफी हद तक इसमें सफल भी हो रहे हैं। आधुनिक सूचनातंत्र लोगों के दिमाग में एक ऐसी छवि का निर्माण कर रहे हैं जिनसे अनेक तरह के उत्पादों का बाजार तैयार किया जा सके और इनमें सबसे ऊपर वैचारिक उत्पाद ही होते हैं।

समाचारों के चयन की प्रक्रिया के कारण सूचना और जानकारियों का यह प्रवाह किसी भी विषय की संपूर्ण तस्वीर या पूर्ण यथार्थ को प्रस्तुत नहीं करता। यह किसी भी विषय के किसी खास पहलू के बारे में सूचनाएं और जानकारियां देता है और इसके कई अन्य पहलुओं की अनदेखी करता है। इस प्रक्रिया से किसी भी विषय या घटना की खंडित तस्वीर ही प्रस्तुत की जाती है जो अक्सर इसके संपूर्ण यथार्थ का प्रतिनिधित्व करने वाली सूचनाओं और जानकारियों से विहीन होती है। सूचना छवियों के निर्माण-पुनर्निर्माण की

इस प्रक्रिया में आज विकृत और विखंडित छवियों का व्यापार ही अधिक हावी है।

परंपरागत रूप से सूचना और संचार प्रक्रिया ही सामाजिक संगठन का आधार रही है। इसमें आदान-प्रदान का तत्त्व अहम भूमिका अदा करता था। इस आदान-प्रदान से समाज और संस्कृतियों के स्वस्थ विकास का मार्ग प्रशस्त होता रहा है, क्योंकि इसमें किसी तरह की 'जोर जबर्दस्ती' के तत्त्व नहीं थे। इसमें छवियों के निर्माण-पुनर्निर्माण की प्रक्रिया एकतरफा नहीं थी। लेकिन सूचना युग में संवाद की परंपरागत शैली का लगभग अंत-सा हो गया है। आधुनिक सूचना और संचारतंत्रों ने इसे संवाद के बजाए एक बमबारी का रूप दे डाला है जिसमें 'जोर-जबर्दस्ती' के तत्त्व मौजूद हैं और यह संवाद न होकर एकतरफा प्रवाह तक सीमित होकर रह गई है।

इस प्रक्रिया के माध्यम से लोगों को खास तरह की जानकारी मुहैया कर एक खास तरह की छवि का निर्माण किया जा रहा है। छवियों का यह निर्माण हाल के वर्षों में मीडिया पर अधिकाधिक निर्भर होता जा रहा है। शहरी तबकों में आज टेलीविजन देखने में लोग काफी समय व्यतीत करते हैं। कुछ दशक पहले तक देशों, लोगों, जगहों आदि के बारे में छवियों के निर्माण की प्रक्रिया काफी हद तक सामाजिक माहौल पर निर्भर होती थी जिसमें परिवार से लेकर स्कूल तक का संपूर्ण माहौल शामिल है। इस माहौल से भी अनेक गलत छवियां बनती थीं लेकिन इनकी जड़ें बहुत गहरी नहीं होती थीं और लोगों की सोच में एक खुलापन दिखता था। वे किसी भी विषय पर नई सूचनाओं और जानकारियों को प्राप्त करने के लिए तत्पर रहते थे। आज के मीडिया ने लोगों को उनके अपने इस माहौल से ही काट दिया है। लोगों के जीवन में मीडिया का हस्तक्षेप इस कदर बढ़ता जा रहा है कि सामाजिक माहौल को भी यही नियंत्रित करने लगा है।

मीडिया के वैश्वीकरण और खास तौर से उपग्रह टेलीविजन के हाल के वर्षों में हुए तेजतर विकास से सूचना छवियों के निर्माण-पुनर्निर्माण की प्रक्रिया में इस माध्यम की भूमिका अहम हो गई है। आज पश्चिमी वर्चस्व वाले टेलीविजन चैनल विश्व भर में छा गए हैं और विकासशील देशों के शहरी क्षेत्रों में इनकी खासी पहुँच कायम हो चुकी है। जाहिर है कि इनके तमाम प्रोग्राम पश्चिमी चश्मे से ही विश्व को देखते हैं और इसी के अनुसार अनेकानेक विषयों के बारे में सूचनाएं और जानकारियां देते हैं। आज के

मीडिया बाजार में पश्चिमी उत्पादों की ही बहुलता है। टेलीविजन माध्यम का काफी स्थानीयकरण भी हुआ है, लेकिन सूचना छवियों के निर्धारण में पश्चिमी मूल्यां का वर्चस्व और प्रतिमानों का नियंत्रण इन पर भी स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है।

सूचनाओं की प्रोसेसिंग

अनेक विषयों के बारे में सूचनाओं और जानकारियों के लिए लोग मीडिया पर ही मुख्य रूप से निर्भर होते हैं। ये सूचनाएं और जानकारियां कई स्तरों पर वैचारिक प्रोसेसिंग के बाद ही उपभोक्ताओं तक पहुँचती हैं। लोगों के पास अन्य तरह की सूचनाएं और जानकारियां हासिल करने का कोई वैकल्पिक साधन नहीं होता। फिर उनके पास वैकल्पिक जानकारियां हासिल करने के लिए अतिरिक्त प्रयास करने का कोई कारण भी नहीं होता। इस तरह विश्व के बारे में सूचनाओं और जानकारियों के साधनों पर एकाधिकार के कारण यथार्थ की छवि को अधिकाधिक क्षत-विक्षत करना आसान हो जाता है। इस तरह मीडिया यथार्थ की जो छवि प्रस्तुत करता है वह अधिकाधिक कृत्रिम यथार्थ की ओर उन्मुख होता है। इस प्रक्रिया में मीडिया के यथार्थ और वास्तविक यथार्थ के बीच की दूरी का विस्तार होता चला जाता है।

विश्वीकृत मीडिया हजारों घटनाओं की अनदेखी कर चंद घटनाओं की ही जानकारी देता है और फिर इन घटनाओं के बारे में भी सूचनाओं और जानकारियों के भंडार में से एक छोटे से अंश का ही प्रयोग करता है जिसका विश्व भर में व्यापक पैमाने पर वितरण कर 'अनुकूल' छवियां प्रस्तुत की जाती हैं। मीडिया का प्रभाव इस कारण भी अधिक हो जाता है, क्योंकि उपभोक्ताओं के पास वैकल्पिक सूचना स्रोत नहीं होते हैं। इस तरह लोग मीडिया के यथार्थ को ही वास्तविक यथार्थ के रूप में स्वीकार करने को मजबूर होते हैं। इस मामले में टेलीविजन अन्य माध्यमों की अपेक्षा कहीं अधिक प्रभावशाली साबित होता है, क्योंकि इसके पास अपने यथार्थ को पुख्ता करने के लिए 'जीवंत तस्वीरों' के रूप में 'ठोस सबूत' होते हैं।

मीडिया द्वारा परोसी गई सामग्री के आधार पर ही किसी देश, संस्कृति या किसी भी अन्य विषय की प्रभुत्वकारी छवि का निर्माण होता है। इन छवियों के आधार पर ही इनको विषयों से संबंधित कर कार्रवाई का परिप्रेक्ष्य

निर्धारित होता है। विश्व पटल पर किसी भी तरह की राजनीतिक, आर्थिक या सैनिक कार्रवाई को लोग अंतर्राष्ट्रीय यथार्थ से संबद्ध न कर इस यथार्थ की बनी अपनी छवि के माध्यम से देखते हैं और इसी के अनुरूप इस पर अपनी सहमति या असहमति की मोहर लगाते हैं। इस तरह मीडिया एक अंतर्राष्ट्रीय छवि निर्माता की भूमिका अदा करता है।

मीडिया संगठन बाजार प्रतियोगिता में प्रतिद्वंदी होते हैं, लेकिन व्यवस्था की विचारधारा और मूलभूत अवधारणाओं को लेकर उनके बीच पूरी सहमति होती है। स्वयं का उनका अस्तित्व इस व्यवस्था से संबद्ध होता है। इस कारण वे बाजार व्यवस्था से बाहर का कोई विकल्प पेश नहीं करते बल्कि इसके मातहत ही विविधता का बखान करते हैं। इस तरह समकालीन विश्व के अहम और टकराववादी मसलों पर विश्वीकृत मीडिया की सोच और समझ में कोई मूलभूत अंतर नहीं होता और बाजार प्रतियोगिता अधिकाधिक सनसनीखेज और अतिरंजित होने की ओर ही अधिक उन्मुख होती हैं।

समाचारों के संदर्भ में यह प्रतियोगिता सनसनीखेज अधिक होती है जबकि अन्य मीडिया प्रोग्रामिंग में सस्ते मनोरंजन की ओर ही अधिक उन्मुख होती हैं। विश्व राजनीति और सत्ता संघर्ष आज इन्हीं सूचना छवियों पर टिकी है। किसी देश के खिलाफ अगर किसी महाशक्ति को कोई सैनिक कार्रवाई करनी हो तो पहले इस देश की ऐसी छवि का निर्माण आवश्यक हो जाता है जिससे लोगों को यह सैनिक कार्रवाई वाजिब प्रतीत हो।

सूचना छवियां और समाचारों का महत्त्व

विश्व की किसी भी घटना की जानकारी सबसे पहले समाचारों से ही मिलती है। समाचार किसी भी घटना के बारे में जिन तथ्यों को प्राथमिकता और प्रमुखता देते हैं उसी के अनुसार उस घटना के बारे में लोगों के मस्तिष्क पर छवियों का निर्माण होता है। समाचार के संदर्भ में 'घटना' का उल्लेख इसके समाचारीय होने के आधार पर किया गया है। समाचारीय घटना सचमुच में कोई घटना भी हो सकती है और विचार तथा कोई समस्या भी हो सकती है। अनेक तरह के रुझानों और प्रक्रियाओं को भी समाचारीय घटना के रूप में प्रस्तुत किया जा सकता है। ये समाचारीय घटनाएं वे घटनाएं होती हैं जो अचानक आज ही घटित नहीं होतीं। मसलन राजनीतिक सोच, सामाजिक परिवर्तन, लोगों के दृष्टिकोण और जीवन शैली में आने

वाले बदलाव भी समाचारीय घटनाएं बनते हैं हालांकि ऐसा रातोंरात घटित नहीं होता बल्कि उन्हें घटित होने में वर्षों लगते हैं।

सैद्धांतिक रूप से यह माना जाता है कि समाचार किसी भी घटना का प्रतिबिंब हैं। यह उस घटना को उसकी संपूर्ण सत्यता और वस्तुपरकता के आधार पर ही प्रस्तुत करता है। लेकिन दशकों से यह बहस चल रही है कि समाचार माध्यमों से विश्व भर के अनेक विषयों की कैसी छवि का निर्माण हो रहा है? मानव समाज में संचार की प्रक्रिया के माध्यम से निर्मित छवियां ही से एक व्यक्ति के लिए प्रमुख यथार्थ होती हैं। जिस विषय के बारे में जो सूचना छवि निर्मित कर दी जाती है उस विषय पर उसका यथार्थ वही होता है। अब सवाल पैदा होता है कि क्या यथार्थ और समाचार माध्यमों द्वारा निर्मित उसकी छवियों के बीच अंतर होता है? फिर समाचार माध्यमों से मिलने वाली सूचनाओं के प्रेषक भी तो किसी विषय की स्वयं अपनी ही छवि के आधार पर उसका मूल्यांकन और विश्लेषण करते हैं।

व्यापारीकृत मीडिया ने बाजार की तथाकथित आवश्यकताओं तथा लोगों की रुचियों को जिस रूप में निर्धारित किया है उसी पैमाने पर कुछ घटनाएं समाचार बनती हैं और इस समाचार में भी घटना के बारे में चंद जानकारियों का ही चयन होता है जो उपरोक्त कसौटी पर खरे उतरते हों। किसी भी समाचारीय घटना के बारे में बहुतायत जानकारियां नदारद होती हैं।

समाचार उत्पादन की प्रक्रिया

एक पत्रकार उन जानकारियों को ही समाचार में शामिल करता है जो उसकी स्वयं की समाचार अवधारणाओं और मूल्यों पर खरी उतरती हैं। फिर उपभोक्ता तक पहुँचते-पहुँचते अनेक चरणों में इस समाचार रूपी सूचना पैकेज की रीपैकेजिंग और प्रोसेसिंग होती है। इससे यथार्थ और छवि के बीच अंतर बढ़ता चला जाता है और संभव है कि उपभोक्ता तक पहुँचने वाली सूचनाएं संपूर्ण यथार्थ की प्रतिनिधित्व न करती हों और इस तरह इसकी एक विकृत छवि पैदा करती हों। समाचारों की दुनिया वास्तव में सूचना छवियों की ही दुनिया है। इसकी संचार प्रक्रिया में शामिल सभी कड़ियां अपने-अपने दृष्टिकोण से यथार्थ को देखती हैं और इसका विश्लेषण और व्याख्या करती हैं।

किसी भी समाचार माध्यम का यह दावा खोखला होता है कि उसने किसी घटना या विषय के केंद्रीय तत्वों और प्रतिनिधित्वपूर्ण सूचनाओं के

जरिए यथार्थ की सही छवि प्रस्तुत की है, क्योंकि कोई समाचार माध्यम समाचारों और इनसे निर्मित होने वाले छवियों के बारे में पहले से निर्धारित मूल्यों का पालन करता है और हर घटना को एक खास वैचारिक स्थिति से देखता है। इन जटिल प्रक्रियाओं से गुजरने के बाद अधिकांशतः समाचार यथार्थ की एक खंडित और भ्रमपूर्ण छवि का ही निर्माण करते हैं और इस यथार्थ के एक खास हिस्से को प्रोजेक्ट करते हैं और शेष हिस्सों के बारे में कोई जानकारी न देकर सूचना छवि को यथार्थ से और भी दूर ले जाते हैं।

एक दृष्टिकोण से किसी विषय के बारे में एक तरह की जानकारीयां अधिक महत्वपूर्ण होती हैं तो दूसरे दृष्टिकोण से संभव है महत्वपूर्ण जानकारीयां इससे एकदम भिन्न हों या फिर चंद ही समानताएं हों और विषमताएं अधिक। मूल प्रश्न यही है कि किसी घटना या विषय के बारे में किस तरह के तथ्यों का चयन समाचार के लिए किया जाता है और किस आधार पर इससे कहीं अधिक तथ्यों को समाचार में शामिल करने योग्य नहीं माना जाता।

मीडिया द्वारा निर्मित किसी घटना की विखंडित छवि ही उपभोक्ता के लिए संपूर्ण यथार्थ होती है। इस दृष्टि से किसी भी विषय पर प्राप्त किया गया ज्ञान अनेक सीमाओं में बंधा होता है। समाचारों के माध्यम से किसी विषय की वस्तुपरक छवि प्रेषित करने का दावा किया जाता है। आदर्श रूप से समाचार में विचार नहीं होते। समाचार तथ्यपरक होते हैं। इससे इन्हें विश्वसनीयता और एक तरह की वैज्ञानिकता का दर्जा प्राप्त हो जाता है। समाचार किसी भी विषय की जैसी छवि पैदा करते हैं वह इस विषय पर अन्य तमाम तरह की मीडिया प्रोग्रामिंग को निर्धारित करती हैं। समाचारों से उत्पन्न छवियां ही अनेक रूपों में इसके नाटकीय रूपांतरण की दिशा तय करती हैं। इस तरह वस्तुपरक और तथ्यपरक रूप से प्रस्तुत कोई भी विषय इसी छवि के अनुसार कल्पित मीडिया प्रोग्रामिंग - चाहे वह कोई सीरियल हो या फीचर फिल्म- को भी निर्धारित करता है।

सूचना छवियां यथार्थ को प्रतिबिंबित करने के बजाए इसकी आभासी प्रतिबिंब मात्र होती हैं। आज समाचारों को लेकर सर्वत्र यह स्वीकार कर लिया गया है कि इनका ऐसा कोई प्रस्तुतीकरण हो ही नहीं सकता जो समान रूप से सबको वस्तुपरक लगे। इसलिए समाचारों की दुनिया में आज इस तथ्य को स्वीकार कर लिया गया है कि समाचारों का चयन और उनका

प्रस्तुतीकरण ऐसा होना चाहिए कि अधिक-से-अधिक लोगों को यह वस्तुपरक प्रतीत हो। स्वभावतः कोई भी समाचार संगठन अपने उपभोक्ताओं के वस्तुबोध (परस्पेक्षन) के संदर्भ में ही वस्तुपरकता का अधिकतम स्तर हासिल करने का प्रयास करता है। इस सिद्धांत के पालन और उल्लंघन से ही किसी भी समाचार संगठन की साख बनती या बिगड़ती है। लेकिन समाचार उत्पादन से संबद्ध लोग भली-भांति जानते हैं कि लोगों के सामने जो पेश किया जा रहा है वह संपूर्ण घटना का एक अंश मात्र ही है।

टेलीविजन माध्यम की आंख कैमरा होता है। एक समय टेलीविजन माध्यम की संपूर्णता के बारे में यह दावा किया जाता था कि 'घटना को सीधे घटते देखिए।' आज सर्वविदित है कि टेलीविजन के परदे पर प्रस्तुत की जाने वाली तस्वीरें एक बड़े घटनाक्रम की चंद 'आकर्षक तस्वीरों और बाइट' से बढ़कर कुछ नहीं हैं। एक कैमरामैन किसी भी सामान्य घटना की पांच से पंद्रह मिनट तक की वीडियो टेप लाता है, लेकिन एक आधे घंटे के समाचार बुलेटिन में आम तौर पर इसका 50-60 सेकेंड से अधिक उपयोग नहीं होता। आज प्रतियोगिता के कारण हर टेलीविजन चैनल इस वीडियो टेप की उस क्लिपिंग को ही प्रस्तुत करने की ओर उन्मुख होता है जिसमें सनसनीखेज और एक्शन का तत्त्व सर्वाधिक हो। घटना की संपूर्णता के संदर्भ में वीडियो क्लिपिंग का चयन नहीं के बराबर होता है।

फिर आज नई-नई तरह की वीडियो प्रौद्योगिकियां उपलब्ध हैं जिनसे कैमरे के एक खास तरह के इस्तेमाल से यथार्थ की छवि में तोड़-मरोड़ की जा सकती है। 'घटना' से कैमरे की दूरी, उसकी किसी खास कोणीय स्थिति से 'यथार्थ' से अलग छवि का निर्माण किया जा सकता है।

सैद्धांतिक रूप से यह मान्यता है कि किसी भी समाचार को निष्पक्ष ढंग से प्रस्तुत किया जाए। निष्पक्षता का पैमाना यही है कि इससे संबद्ध हर पक्ष को समाचार में उसके महत्त्व के अनुसार स्थान मिले। लेकिन व्यवहार में इस सिद्धांत का पालन लगभग नामुमकिन है। खास तौर पर जब किसी समाचार के अनेक पक्ष हों। मुख्य रूप से एकपक्षीय समाचारों में निष्पक्षता का सिद्धांत लागू किया जा सकता है। समाचारों के संकलन, जांच-पड़ताल, तथ्यों का विश्लेषण, इनके प्रस्तुतीकरण की पूरी प्रक्रिया इतनी जटिल है और राजनीतिक, आर्थिक और सामाजिक मूल्यों से इस कदर जकड़ी हुई है कि वस्तुपरकता और निष्पक्षता किताबी शब्द बनकर रह जाते हैं। हर मीडिया

संगठन अपने परिवेश के अनुसार ही वस्तुपरकता और निष्पक्षता के मानदंड निर्धारित करता है ताकि अपने उपभोक्ताओं के संदर्भ में वह वस्तुपरक हो बल्कि वस्तुपरक प्रतीत हो और उसकी साख बनी रहे।

क्या कोई पत्रकार अपने आपको किसी घटना के प्रति निरपेक्ष रख सकता है? उत्तर निश्चय ही नकारात्मक है। ऐसी कोई स्थिति हो ही नहीं हो सकती जहां से किसी भी समाचारीय घटना को निरपेक्ष भाव से देखा जा सकता हो।

जाहिर है कि अगर समान सामाजिक माहौल में वस्तुपरकता की इतनी अवधारणाएं हों तो वस्तुपरकता वास्तव में एक मिथक ही है। संतुलन का संबंध घटना से संबद्ध सभी पक्षों के दृष्टिकोण को देना भर है जबकि वस्तुपरकता का सरोकार एक पत्रकार की सोच, उसके दृष्टिकोण, उसके विचार से है जिन्हें उसने रातोंरात विकसित नहीं किया बल्कि जो बचपन से ही घर, स्कूल और समाज के माहौल में विकसित हुए।

आशय यह है कि सैद्धांतिक रूप से वस्तुपरकता को परिभाषित नहीं किया जा सकता लेकिन इसका मतलब यह भी है कि इसकी एक कार्यात्मक (फंक्शनल) परिभाषा संभव है जो हर संदर्भ में उसी के अनुरूप निर्धारित होती हैं। इसका आशय यह भी है कि वस्तुपरकता न होते हुए भी महसूस की जा सकती है, लेकिन इसकी अवधारणा एक सामाजिक दायरे के भीतर ही तय होती है जो पहले से ही निर्धारित और सीमित होता है। इन्हीं सीमाओं के भीतर पत्रकार वस्तुपरकता की अपनी अवधारणा को निर्धारित और परिभाषित करता है और किसी भी समाचार संगठन से जुड़े तमाम पत्रकार एक 'कामन फ्रेम ऑफ रेफरेंस' में काम करते हैं। पहले से ही तयशुदा वैचारिक स्थिति से ये वस्तुपरकता की एक समान अवधारणा विकसित कर लेते हैं जो स्वभावतः संपूर्ण यथार्थ के अनेक संदर्भों से कटी होती है।

वस्तुपरकता का सबसे विकृत रूप उन अंतर्राष्ट्रीय घटनाओं की रिपोर्टों में बहुत स्पष्ट रूप से झलकता है जो विकासशील देशों के बारे में पश्चिमी देशों के पत्रकारों द्वारा तैयार की जाती हैं। विकासशील देशों की घटनाओं को वे पश्चिमी समाज के नजरिए और स्वयं अपने 'कंडिशनड' मस्तिष्क से परखते हैं। यही कारण है कि पश्चिम निर्यातित अंतर्राष्ट्रीय मीडिया विकासशील देशों की खंडित और विकृत छवियों का निर्माण करता है और घटनाओं के घटने के समाजशास्त्र को नजरअंदाज करता है।

समाचार संकलन की प्रक्रिया में पत्रकारों और समाचार स्रोतों का संबंध इस वैचारिक पेशे का एक अहम क्षेत्र है। समाचार संकलन के लिए स्रोतों की जरूरत पड़ती है। पश्चिमी तर्ज पर ढली पत्रकारिता की मान्यता है कि स्रोत अच्छे हों तो समाचार भी अच्छा होगा। लेकिन साथ ही स्रोतों का यह खेल इस व्यवसाय से संबद्ध जोखिमों से भरा है। परंपरागत रूप से पश्चिमी पत्रकारिता यही दावा करती है कि सूचना का स्रोत देना आवश्यक है। स्रोत भी ऐसा हो जो इस सूचना के देने की योग्यता रखता हो। स्रोत के बिना समाचार की प्रामाणिकता को धक्का पहुँचता है। साख पर आंच आती है। लेकिन स्रोतों के इस जटिल तंत्र में आज पत्रकारिता में अनेक विकृतियां भी पैदा हुई हैं। दुर्घटना जैसी घटनाओं पर तो स्रोतों की पहचान करना कोई कठिन नहीं है। प्रशासन, राहत कार्य में लगी एजेंसियां, अस्पताल, घायल लोग, मौके पर उपस्थित लोग जैसे अनेक स्रोतों को स्पष्ट रूप से प्रामाणिक स्रोत माना जा सकता है।

लेकिन जब मामला राजनीतिक और आर्थिक जीवन के जटिल और विवादास्पद क्षेत्रों तक जाता है तो पत्रकार के उत्पाद के स्वरूप का निर्धारण स्रोतों के चयन से तय हो जाता है। भारत में भी भूमंडलीकरण और मुक्त अर्थव्यवस्था उन्मुख परिवर्तनों की रिपोर्टिंग का स्वरूप सूत्रों के चयन से ही तय हो जाता है। आज किसी भी समाचारपत्र का विश्लेषण करें तो हम पाते हैं कि अधिकांश सूचनाएं ऐसी हैं जिनके स्रोत गुमनाम ही रहना चाहते हैं। इन परिस्थितियों में पत्रकार 'जानकार सूत्रों', 'उच्च पदस्थ सूत्रों', 'राजनीतिक सूत्रों' जैसे शब्दों का इस्तेमाल करते हैं। अधिकांश जानकारियों के मूल में इसी तरह के स्रोत होते हैं।

एक पत्रकार से अपेक्षा की जाती है कि वह अपने स्रोत की रक्षा करे और अगर वह इसमें विफल होता है तो स्वयं अपनी साख खोने का जोखिम मोल लेता है। इस तरह के बेनामी सूत्रों से निश्चय ही किसी भी व्यवस्था में बचा नहीं जा सकता लेकिन यह भी सच है कि तमाम तरह की गलत जानकारियां और किसी खास उद्देश्य से प्लांट किए गए समाचार भी इन्हीं स्रोतों की देन होते हैं।

आखिर कोई स्रोत पत्रकार को सूचना क्यों देना चाहता है? आदर्श रूप से हर व्यवस्था में ईमानदार लोग होते हैं जो गलत चीजों का भंडाफोड़ करने के लिए मीडिया का सहारा लेते हैं। लेकिन समाचार 'बूम' के इस युग में

ऐसे अवसर अधिक आते हैं जब सूचना देने वाले स्रोत के मकसद कुछ और ही होते हैं। जब कभी कोई 'स्रोत' पत्रकार को 'समाचार' देता है जो अधिकांशतः उसके पीछे उसका अपना कोई उद्देश्य होता है जिसे वह मीडिया का इस्तेमाल कर पूरा करना चाहता है।

ऐसा नहीं है कि पत्रकार इस पहलू से वाकिफ नहीं होते हैं। एक तो स्थिति यह हो सकती है कि कोई पत्रकार अनचाहे ही इस तरह के 'समाचार स्रोत' द्वारा इस्तेमाल कर लिया जाए। दूसरा यह भी है कि तथाकथित बाजार प्रतिस्पर्धा में वह आगे रहना चाहता है और सब कुछ जानते हुए भी इस तरह के 'समाचारों' को लोगों तक पहुँचाने के अपने व्यावसायिक 'आकर्षण' से मुक्त नहीं हो पाता। लेकिन आज मुख्य रूप से ये दोनों ही परिस्थितियाँ कम ही देखने को मिलती हैं। एक व्यवस्था द्वारा निर्धारित सीमाओं के भीतर रहते हुए पत्रकार स्वयं ही उन मर्यादाओं का पालन नहीं कर पाते जो इस व्यवस्था ने स्वयं ही तय की है।

व्यवस्था के भीतर भी वस्तुपरक और संतुलित रिपोर्टिंग के लिए आवश्यक है कि सत्ता और पत्रकार के बीच एक 'सम्मानजक दूरी' बनाए रखी जाए। लेकिन आज जो रुझान सामने आ रहे हैं उसमें यह दूरी लगातार कम होती जा रही है और मीडिया पर सत्ता के प्रभाव में अधिकाधिक वृद्धि होती जा रही है और इस व्यवसाय में जनोन्मुखी तत्त्वों का हास होता जा रहा है। आज मीडिया और सत्ता के बीच हेलमेल के संबंध ही अधिक विकसित होते जा रहे हैं। मीडिया संगठनों के स्वामित्व, उनके मालिकों की राजनीतिक महत्त्वाकांक्षाएँ, एक पत्रकार के अपने संकीर्ण हित जैसे तमाम कारण गिनाए जा सकते हैं तो सत्ता और मीडिया के इन करीबी नकारात्मक संबंधों को उजागर करते हैं। यहां सवाल सत्ता और मीडिया के संबंधों को नकारने का नहीं है, बल्कि किसी भी लोकतंत्र में इन संबंधों का होना पहली शर्त है। सवाल इन संबंधों के नकारात्मक स्वरूप का है। इतना ही नहीं इन नकारात्मक संबंधों को बाकायदा कानूनी और संस्थागत रूप दे दिया गया है।

इस तरह के अनेक रुझान समकालीन पत्रकारिता में देखे जा सकते हैं। पत्रकारिता पर इस तरह के रुझानों से 'सरकारी सूत्र' (व्यापक रूप से सत्ता सूत्र) हावी होते चले जाते हैं। सरकारी सूत्र निस्संदेह समाचारों के सबसे अहम सूत्र हैं, लेकिन इनसे मिलने वाली हर जानकारी का पत्रकारिता के मानदंडों के आधार पर मूल्यांकन जरूरी है।

प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष वैचारिक संदेश

समाचारों के माध्यम से संदेश दो तरह से प्रेषित किए जाते हैं। पहली श्रेणी के संदेश तो वे होते हैं जो ऊपरी तौर पर समाचार पढ़ने या देखने से ही सामने आ जाते हैं। लेकिन समाचारों में अनेक ऐसे निहित संदेश होते हैं जिनका अर्थ समाचार के वैज्ञानिक विश्लेषण से ही निकाला जा सकता है। प्रच्छन्न रूप से समाचार जो संदेश देते हैं, उन्हीं में विचारों का तत्त्व अहम होता है तथा वस्तुपरकता और तथ्यात्मकता के सिद्धांत का संबंध समाचार के प्रत्यक्ष रूप से ज्यादा है।

पत्रकारिता की पाठ्यपुस्तकों में यह बताया जाता है कि हर समाचार में 'कौन', 'क्या', 'कब', 'कहाँ', 'क्यों,' और 'कैसे'- का उत्तर होना आवश्यक है तभी ही समाचार पूर्ण हो पाता है। जब कभी किसी समाचार में 'क्यों' और 'कैसे' का उत्तर दिया जाता है तो तथ्यों के विश्लेषण और व्याख्या की प्रक्रिया शुरू हो जाती है। पहले चार प्रश्नों का उत्तर तैयार करने की समाचार उत्पादन की प्रक्रिया में एक खास तरह के तथ्यों के चयन से इसमें वैचारिक तत्त्वों का प्रवेश हो जाता है और आखिरी दो प्रश्नों के उत्तर से समाचार की वैचारिक स्थिति स्पष्ट रूप से सामने आ जाती है।

यह वैचारिक स्थिति पहले तो उस व्यवस्था से ही निर्धारित हो जाती है जिसमें कोई मीडिया संगठन काम करता है। इसके अलावा मीडिया संगठन के स्वामित्व और पत्रकार की अपनी सोच और दृष्टिदृढकोण भी समाचार के वस्तुविषय (कंटेंट) को निर्धारित करते हैं। समाचार में छिपे संदेशों और अर्थों को समझने के लिए विषय, इस विषय के चयन की प्रक्रिया, इसकी शब्दावली और प्रस्तुतीकरण का विश्लेषण आवश्यक हो जाता है। इस तरह के विश्लेषण से यह सवाल बार-बार उठता है कि समाचारों के उत्पादन और प्रवाह की प्रक्रिया के हर चरण में घटनाओं की व्याख्या प्रभुत्वकारी फ्रेमवर्क को ही अपने उपभोक्ताओं के मस्तिष्क में सुदृढ़ करती चली जाती है और हर बदलती स्थिति के साथ इस फ्रेमवर्क में भी परिवर्तन आता रहता है ताकि इसके स्थायित्व पर कोई आंच न आए।

इस तरह लोगों की सोच को प्रभुत्वकारी विचारधारा के मुताबिक ढाला जाता है और इस प्रक्रिया में लोगों की कोई वैकल्पिक सोच विकसित करने की क्षमता का हास होता चला जाता है। साथ ही वैकल्पिक मीडिया और

विचारधारा के पनपने का सामाजिक आधार भी संकुचित होता चला जाता है। इस तरह किसी भी व्यवस्था में काम करने वाला मीडिया अपने स्वभाव से ही यथा स्थितिवादी होता है।

किसी घटना के समाचार बनने की प्रक्रिया को करीब से देखा जाए तो साफ हो जाता है कि समाचार प्रवाह की पूरी प्रक्रिया एक वैचारिक कार्रवाई है। समाचार अपने उत्पादन प्रक्रिया और तंत्र से ही निर्धारित होते हैं। इसलिए यह एक ऐसी अंतर्निहित, अनुत्तरित और निरंतर जारी प्रक्रिया है जिससे सूचनाओं के अंबार को पत्रकारीय ढांचे में तरह-तरह की तोड़-मरोड़ के साथ प्रस्तुत किया जाता है जिससे यथार्थ की यथास्थितिवादी आधिकारिक अवधारणा को ही प्रोजेक्ट किया जा सके।

हालांकि ऐसा भी नहीं है कि हर पत्रकार कोई जानबूझकर यथार्थ की विकृत तस्वीर पेश करता है, लेकिन उसकी समाचार की अवधारणाएं और मूल्यों की रचना की पूरी प्रक्रिया उसे यथार्थ को एक खास वैचारिक दृष्टिकोण से देखने के प्रति अनुकूलित कर देती है। इस आधार पर यह कहा जा सकता है कि इस अनुकूलन के कारण एक पत्रकार अपने दृष्टिकोण के अनुसार घटनाओं की वस्तुपरक रिपोर्टिंग और प्रस्तुतीकरण कर रहा होता है, लेकिन अपने अंतिम निष्कर्ष में वह समाज के एक विशेष वर्ग के हितों और मूल्यों की ही पूर्ति कर रहा होता है।

इस आधार पर स्वभावतः यह सवाल उठता है कि क्या समाचारों के प्रस्तुतीकरण के वैचारिक चरित्र को तब तक नहीं बदला जा सकता जब तक मूलभूत सामाजिक और आर्थिक व्यवस्था में बुनियादी परिवर्तन न किए जाएं? निश्चय ही अगर ऐसा होता भी है तो भी नई व्यवस्था की शासक विचारधारा और मूल्यों को ही मीडिया प्रोजेक्ट करेगा और सच्चाई की तलाश यहीं खत्म नहीं हो जाएगी। मीडिया के संदर्भ में यथार्थ और सच्चाई का संबंध व्यवस्था के लोकतांत्रिक चरित्र से है। मीडिया का वस्तुपरक होना भी उतना ही बड़ा मिथक है कि जितना किसी भी व्यवस्था के संपूर्ण रूप से लोकतांत्रिक होने का मिथक है।

8

संवाददाता के गुण

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 रिपोर्टर को नियुक्त करते समय उसके व्यक्तित्व, उसके लेखन कौशल के साथ उसकी शिक्षा पर भी ध्यान देने लगे हैं। संवाददाता में निम्नलिखित गुणों का होना आवश्यक है—

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-भाँति 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 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 स्रोतों से मिल जाता है, परंतु कुछ महत्वपूर्ण 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 अवश्यभावी 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 निष्ठा 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 पढ़ने 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 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, पाक्षिक, 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 उद्वेलित 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 दर्शकों के बीच अपनी पहचान नहीं बना सकता।

समाचारों की सबही पहचान यानि 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

संवाददाता को हमेशा यह ध्यान में रखना होता है कि कौन - 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। कभी-कभी 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, राजनैतिक, 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 पत्रकारों 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 हैं। 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 प्रतिज्ञता 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 महत्त्वपूर्ण 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 जानकारीयां समाचार पत्र की उपयोगिता को बढ़ाती हैं, जो कि पाठकों को समाचार पत्र खरीदने के लिये बाध्य करती हैं।

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 महत्त्व 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 महत्त्व 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 स्वभाव 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. महत्त्वशीलता

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 महत्त्वपूर्ण 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 महत्त्व होता है, जो कि समाचार का एक मुख्य तत्त्व है।

19. स्पष्टवादिता

तथ्यों व जानकारियों के साथ विचारों और प्रस्तुतिकरण में स्पष्टवादिता का भी विशेष महत्त्व 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 महत्त्वपूर्ण माना जाता है, जबकि कम लोगों या यात्रियों की मौत के समाचार समाचार की दृष्टि से अपेक्षतया गौण होते हैं।

21. समीक्षात्मकता

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

9

संवाददाता का दायित्व

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 देशद्रोहिता 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 कनिष्क 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 घोटता 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 धवल 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, ग्रेच्युटी व अन्य सुविधाओं को प्राप्त करता है।

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

मुख्य संवाददाता – वरिष्ठ संवाददाता प्रोन्नति 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 प्रोन्नति 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।

मुफ़्फ़िसल 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 महत्वपूर्ण 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 अर्थात् उन्हें एकत्र करना या जुटाना तथा उन्हें किसी समाचार समूह के लिए लिखना। उसका कार्य उप संपादक से भिन्न है। उप-सम्पादक 'रिपोर्टर' 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 छांटता जाता है, सम्पादित किया जाता है, प्रत्येक स्टोरी को उपयुक्त शीर्षक दिया जाता है, कहने का अर्थ यह है कि रिपोर्टर सिर्फ समाचार रिपोर्ट करता है, जबकि उप-सम्पादक उन समाचारों को छांटने से लेकर, उनके मुद्रण तक की प्रक्रिया से जुड़ा रहता है। हां, 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 जहां उसे हर रोज कुछ नया और कुछ बेहतर करने की प्रेरणा देती है, वहीं 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 गिद्ध से भी पैनी निगाह और कुत्ते की तरह समाचारों को सूंघने 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 विद्याएं हैं, लेकिन वर्तमान में एक विद्या है स्ट्रींग ऑप्शन जो कि बहुत ही खतरे का काम होती है। समाचार संकलन के लिए कई समाचार एजेंसीयां भी काम करती रहती हैं जो कि समाचार पत्रों को व टीवी के चैनलों को समाचार बेचने का काम भी करती हैं लेकिन समाचार संकलन के लिए मुख्य रोल तो संवाददाता ही निभाता है। समाचार संकलन की तकनीकें मुख्यतः इस प्रकार से हैं। राजनीतिक दलों द्वारा ब्यूरो में भेजी गई प्रेस विज्ञापितियां, विभिन्न कार्यक्रमों की प्रेस विज्ञापितियां। विभिन्न संस्थाओं द्वारा उनकी गतिविधियों की सूचनाएं भी लिखित रूप में ब्यूरो 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 उत्तरादायित्व को देखते ही इसके बारे में कहा गया है कि इसे सर्व गुण संपन्न 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।

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 विशेषज्ञता पर्याप्त हुआ करती थी, लेकिन अब ऐसा नहीं है। संवाददाता से अपेक्षा की जाती है कि उसे हर विषय के बारे में विशेषज्ञता 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।

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, वहीं 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। उत्तराखंड में ही जहां 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 जहां रिपोर्टर्स के लिए रोजगार की गुंजाइश बढ़ गयी है, वहीं 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 महत्त्व मिलने लगा है। इसलिए कस्बों के स्तर तक रिपोर्टर नियुक्त किए जाने लगे हैं। इस कारण क्षेत्रीय स्तर पर भी रिपोर्टर का महत्त्व बहुत बढ़ गया है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने भी रिपोर्टर के काम को नया विस्तार दिया है। अनेक चैनल अपने रिपोर्टर या अंशकालिक 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 महत्त्व 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।

संवाददत्ता 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। आर्थिक 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।

इस दृष्टि से संवाददाता मानवतावादी होते हुए भी सबसे पहले राष्ट्रवादी है। उसके समाचार लेखन से किसी भी तरह राष्ट्रवाद का अहित नहीं होना चाहिए। पड़ोसी राष्ट्रों से युद्ध, कूटनीति और सामरिक भक्ति 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 चतुर्दिक 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।

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 स्रोत आपके लिए अति महत्त्वपूर्ण है। एक रिपोर्टर होने के चलते लोग आपसे विश्वास करते हैं, इस विश्वासनीयता को बनाये रखना नैतिक जिम्मेदारी है। अगर आप अपने स्रोत के बारे में दूसरों को बताने लगेंगे तो इससे उसका नुकसान होने की संभावना रहती है, और फिर इस स्रोत से आपको समाचार मिलना भी मुश्किल हो जाता है।

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

रिपोर्टर के कुछ महत्वपूर्ण दायित्व

- (i) रिपोर्टर की उन समस्त लेखों की जिम्मेदारी होती है, जो उसने लिखे हैं, भले ही उसका नाम उस खबर में प्रकाशित न हुआ हो।
- (ii) पत्रकार को वहीं कार्य करना चाहिये, जो समाचार पत्र की गरिमा के अनुकूल हो।
- (iii) दूसरे के समाचारों व लेखों की चोरी से बचना चाहिये।
- (iv) अपने सूत्रों की गोपनीयता हमेशा बनाये रखनी चाहिये।
- (v) रिपोर्टर स्वयं को समाज का ठेकेदार न समझे।
- (vi) तथ्यों को तोड़-मरोड़कर प्रस्तुत करने से बचना चाहिये।
- (vii) व्यावसायिक मामलों को अन्य खबरों की तरह न बनाये।
- (viii) व्यक्तिगत हितों के लिए प्रेस की स्वाधीनता का दुरुप्रयोग करने से बचना चाहिये।

समाचार के लिए स्रोत कैसे बनाएं

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

स्त्रोत बनाने से पूर्व संवाददाता के लिए यह समझना जरूरी है कि जिसे वह स्त्रोत बना रहा है वह विश्वसनीय है या नहीं। यदि उसकी विश्वसनीयता नहीं है तो संवाददाता को इस प्रकार के स्त्रोत बनाने से अपने आप को परहेज करना चाहिए। संवाददाता को अपनी बीट के अनुसार स्त्रोत 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 स्त्रोत हो सकते हैं की 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 स्त्रोत बनाना चाहिए। संवाददाता को इस बात के लिए सदैव सजग रहना चाहिए कि किसी भी स्थिति में स्त्रोत आपके लिए परेशानी का सबब न बने, क्योंकि कई बार ऐसा देखने को मिला है कि स्त्रोत 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 क्लू 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 कोशिशों भ्रष्टाचार, घोटाला या फिर किसी को परेशान करने के उद्देश्य से स्त्रोत 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 स्त्रोत 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 स्त्रोत को बिना बताए नोट कर ले।

स्त्रोत 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 स्रोत के संपर्क में सदैव बना रहे। इसके लिए यह जरूरी नहीं है कि वह प्रतिदिन स्रोत 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 स्रोत से कार्य नहीं चलता है। उस स्थिति से निपटने के लिए संवाददाता को चाहिए कि स्रोत के बीच से ही नए स्रोत की तलाश करें, क्योंकि ऐसा करने से उसका कार्य आसान होने की संभावना रहती है। स्रोत से समाचार निकालने की प्रक्रिया इतनी अधिक संवेदनशील और जटिल है, कि इसे मनोवैज्ञानिक कार्य कहा जाता है। पूरी प्रक्रिया को समझने के लिए इसे पांच भागों में बांटना होगा।

- (i) सर्वप्रथम संवाददाता का मित्रवत व्यवहार।
- (ii) स्रोत से समाचार के अतिरिक्त अन्य विषयों पर भी बातचीत।
- (iii) स्रोत को समाचार देने के प्रति प्रेरित करना।
- (iv) स्रोत के मनोविज्ञान से अच्छी तरह अवगत होना।
- (v) स्रोत को बिना परेशानी में डाले सूचना प्राप्त करना।

स्रोत बनाने में समस्याएं

समाचारों का संकलन करते समय कई बार यह देखा गया है कि स्रोत 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 स्रोत खो सकता है। इसके लिए यह आवश्यक है कि संवाददाता को स्रोत 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। स्रोत से होने वाली प्रमुख समस्याएं हैं—

स्रोत की हर बात या प्रत्येक स्टोरी को नहीं फाइल करना: प्रायः यह देखने में आया है कि जब स्रोत द्वारा दी गई जानकारी के आधार पर कुछ स्टोरी संवाददाता द्वारा नहीं लिखी जाती है। उस स्थिति में स्रोत संवाददाता से जी चुराने की कोशिश करता है। इस प्रकार की स्थिति आने पर संवाददाता को स्रोत 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 स्रोत के खिलाफ समाचार लिखना पड़ता है। स्रोत के खिलाफ समाचार प्रकाशित होने पर यह स्वभाविक है कि स्रोत 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।

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

स्रोत के प्रति संवाददाता का व्यवहार

संवाददाता को सदैव अपने स्रोत के प्रति सतर्क रहना चाहिए, क्योंकि स्रोत 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 स्रोत के साथ सदैव मित्रवत व्यवहार रखे। अपने स्रोत को इस बात का एहसास कराता रहे कि उसका संबंध सिर्फ खबरों को लेकर नहीं है, वह उसका एक अच्छा मित्र भी है, जो दुख के समय में भी उसके साथ है। इसीलिए कहा गया है कि जिस संवाददाता को अपने स्रोतों 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 स्रोत के प्रति व्यवहार कैसा हो इस बारे में स्रोत बनाने की प्रक्रिया और समस्याएं संबंधित पाठ को पढ़कर आसानी से समझा जा सकता है।

10

पत्रकारिता के मूल्य

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

पत्रकारिता का अर्थ

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

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

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

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

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

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

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

हिन्दी में भी पत्रकारिता का अर्थ भी लगभग यही है। 'पत्र' से 'पत्रकार' और फिर 'पत्रकारिता' से इसे समझा जा सकता है। वृहत हिन्दी शब्दकोश के अनुसार 'पत्र' का अर्थ चिट्ठी, कागज, वह कागज जिस पर कोई बात लिखी या छपी हो, वह कागज या धातु की पट्टी जिस पर किसी व्यवहार के विषय में कोई प्रामाणिक लेख लिखा या खुदवाया गया हो (दानपत्र, ताम्रपत्र), किसी व्यवहार या घटना के विषय का प्रमाणरूप लेख (पट्टा, दस्तावेज), यान, वाहन, समाचार पत्र, अखबार है।

'पत्रकार' का अर्थ समाचार पत्र का संपादक या लेखक और 'पत्रकारिता' का अर्थ पत्रकार का काम या पेशा, समाचार के संपादन, समाचार इकट्ठे करने आदि का विवेचन करनेवाली विद्या है। वृहत शब्दकोश में साफ है कि पत्र का अर्थ वह कागज या साधन जिस पर कोई बात लिखी या छपी हो जो प्रामाणिक हो, जो किसी घटना के विषय को प्रमाणरूप पेश करता है।

उल्लेखनीय है कि इन सभी माध्यमों से संदेश या सूचना का प्रसार एक तरफा होता है। सूचना के प्राप्तकर्ता से इनका फीडबैक नहीं के बराबर है। यानि सभी माध्यमों में प्रचारक या प्रसारक के संदेश प्राप्तकर्ता में दोहरा संपर्क नहीं स्थापित कर पाते हैं। प्राप्तकर्ता से मिलनेवाली प्रतिक्रिया, चिट्ठियों आदि के माध्यम से संपर्क नहीं के बराबर है।

पत्रकारिता की परिभाषा

किसी घटना की रिपोर्ट समाचार है जो व्यक्ति, समाज एवं देश दुनिया को प्रभावित करती है। इसके साथ ही इसका उपरोक्त से सीधा संबंध होता है। इस कर्म से जुड़े मर्मज्ञ विभिन्न मनीषियों द्वारा पत्रकारिता को अलग-अलग

शब्दों में परिभाषित किए हैं। पत्रकारिता के स्वरूप को समझने के लिए यहाँ कुछ महत्वपूर्ण परिभाषाओं का उल्लेख किया जा रहा है—

पाश्चात्य चिन्तन

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

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

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

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

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

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

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

भारतीय चिन्तन

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

डा. अर्जुन—ज्ञान और विचारों को समीक्षात्मक टिप्पणियों के साथ शब्द, ध्वनि तथा चित्रों के माध्यम से जन-जन तक पहुँचाना ही पत्रकारिता

है। यह वह विद्या है जिसमें सभी प्रकार के पत्रकारों के कार्यों, कर्तव्यों और लक्ष्यों का विवेचन होता है। पत्रकारिता समय के साथ-साथ समाज की दिग्दर्शिका और नियामिका है।

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

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

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

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

हिन्दी शब्द सागर में पत्रकार के कार्य एवं उससे जुड़े व्यवसाय को पत्रकारिता कहा गया है। डा. अर्जुन के अनुसार ज्ञान और विचार को कलात्मक ढंग से लोगों तक पहुँचाना ही पत्रकारिता है। यह समाज का मार्गदर्शन भी करता है। इससे जुड़े कार्य का तात्त्विक विवेचन करना ही पत्रकारिता विद्या है। रामकृष्ण रघुनाथ खाडिलकर मानते हैं कि यह एक कला है जिसके माध्यम से पत्रकार ज्ञान और विचारों को शब्द एवं चित्रों के माध्यम से आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करता है। डॉ. बद्रीनाथ कपूर का कहना है कि समाचार माध्यमों के लिए किए जानेवाले कार्य समाचार संकलन, लेखन एवं संपादन, प्रकाशन कार्य ही पत्रकारिता है। डॉ. शंकर दयाल शर्मा मानते हैं कि यह सेवा का माध्यम है। यह एक ऐसी सेवा है जो घटनाओं की विश्लेषण करके लोकतांत्रिक परंपराओं की रक्षा करने के साथ ही शांति एवं भावना कायम रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह करती है। इंद्र विद्या वाचस्पति का

मानना है कि पत्रकारिता वेदों की तरह जो ज्ञान-विज्ञान के जरिए लोगों की मस्तिष्क को खोलने में काम करता है। इन सभी परिभाषाओं के आधार पर पत्रकारिता को निम्नलिखित शब्दों में परिभाषित किया जा सकता है—

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

पत्रकारिता का महत्त्व

चूंकि यह एक ऐसा कलात्मक सेवा कार्य है जिसमें सामयिक घटनाओं को शब्द एवं चित्र के माध्यम से पत्रकार रोज दर्ज करते चलते हैं तो इसे एक तरह से दैनिक इतिहास लेखन कहा जाएगा। यह काम ऊपरी तौर पर बहुत आसान लगता है, लेकिन यह इतना आसान होता नहीं है। अपनी पूरी स्वतंत्रता के बावजूद पत्रकारिता सामाजिक और नैतिक मूल्यों से जुड़ी रहती है। उदाहरण के लिए सांप्रदायिक दंगों का समाचार लिखते समय पत्रकार प्रयास करता है कि उसके समाचार से आग न भड़के। वह सच्चा जानते हुए भी दंगों में मारे गए या घायल लोगों के समुदाय की पहचान नहीं करता। बलात्कार के मामलों में वह महिला का नाम या चित्र नहीं प्रकाशित करता है ताकि उसकी सामाजिक प्रतिष्ठा को धक्का न पहुँचे। पत्रकारों से अपेक्षा की जाती है कि वे पत्रकारिता की आचार संहिता का पालन करें ताकि उनके समाचारों से बेवजह और बिना ठोस सबूत के किसी की व्यक्तिगत प्रतिष्ठा को नुकसान न हो और न ही समाज में अराजकता और अशांति फैले। सामाजिक सरोकारों को व्यवस्था की दहलीज तक पहुँचाने और प्रशासन की जनहितकारी नीतियों तथा योजनाओं को समाज के सबसे निचले तबके तक ले जाने के दायित्व का निर्वाह ही सार्थक पत्रकारिता है।

पत्रकारिता को लोकतंत्र का चौथा स्तंभ भी कहा जाता है। इसने लोकतंत्र में यह महत्वपूर्ण स्थान अपने आप हासिल नहीं किया है, बल्कि सामाजिक जिम्मेदारियों के प्रति पत्रकारिता के दायित्वों के महत्त्व को देखते हुए समाज ने ही यह दर्जा दिया है। लोकतंत्र तभी सशक्त होगा जब पत्रकारिता सामाजिक जिम्मेदारियों के प्रति अपनी सार्थक भूमिका निर्वाह

करे। पत्रकारिता का उद्देश्य ही यह होना चाहिए कि वह प्रशासन और समाज के बीच एक महत्वपूर्ण कड़ी की भूमिका निर्वाह करे।

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

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

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

पत्रकारिता और पत्रकार

अब तक हमने जान लिया है कि पत्रकारिता एक ऐसी कला है जिसे शब्द और चित्र के माध्यम से पेश किया जाता है। इसे आकार देनेवाला

पत्रकार होता है। ऊपर से देखने से यह एक आसान काम लगता है, लेकिन यह उतना आसान नहीं होता है। उस पर कई तरह के दबाव हो सकते हैं। अपनी पूरी स्वतंत्रता के बावजूद उस पर सामाजिक और नैतिक मूल्यों की जवाबदेही होती है।

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

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

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

एक बात और अतीत में जितने भी पत्रकारों ने श्रेष्ठ पत्रकार के रूप में ख्याति प्राप्त की है उन्होंने किसी विश्वविद्यालय से पत्रकारिता

विषय में कोई डिग्री या डिप्लोमा हासिल नहीं किया है। उन्होंने प्रवृत्ति के आधार पर साधना के बल पर पत्रकारिता के क्षेत्र में शीर्ष में पहुँचे हैं। कक्षाओं में कुछ व्याख्यान सुन कर या पाठ्यपुस्तक पढ़ने से पत्रकार के रूप में जीवन आरंभ करने के लिए यह सहायक हो सकता है। इसे एक पेशा के रूप में अपनाने में क्या सुविधा, असुविधा है उस पर उन्हें मार्गदर्शन मिल सकता है। पत्रकारिता को नए पेशा के रूप में अपनानेवाले युवाओं को पत्रकार की जिम्मेदारी एवं समस्या पर जानकारी हासिल हो सकती है।

पत्रकार की योग्यता और उत्तरदायित्व

समाचार पत्र-पत्रिकाएँ हो या अन्य माध्यम में कार्य कर रहे पत्रकारों को दुहरी भूमिका निर्वाह करनी पड़ती है। उसे अपने स्तर पर समाचार भी संकलन करना हातो है और उसे लिखना भी पड़ता है। समाचारों के संकलन, व्याख्या और प्रस्तुतीकरण के लिए पत्रकार में गुप्तचर, मनावैज्ञानिक और वकील के साथ साथ एक अच्छे लेखक के गुण होने चाहिए। प्रत्येक पत्रकार को अपने समाचार का क्षेत्र निर्धारित कर लेना चाहिए ताकि विशेषता हासिल होने पर वह समाचार को सही ढंग से पेश कर सकता है। पत्रकार में कुछ गुण ऐसे होने चाहिए जो उसे सफल पत्रकार बना सकता है। उसमें सक्रियता, विश्वासपात्रता, वस्तुनिष्ठता, विश्लेषणात्मक क्षमता, भाषा पर अधिकार होना चाहिए।

सक्रियता

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

विश्वासपात्रता

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

वस्तुनिष्ठता

वस्तुनिष्ठता का गुण पत्रकार के कर्तव्य से जुड़ा है। पत्रकार का कर्तव्य है कि वह समाचार को ऐसा पेश करे कि पाठक उसे समझते हुए उससे अपना लगाव महसूस करे। चूंकि समाचार लेखन संपादकीय लेखन नहीं होता है तो लेखक को अपनी राय प्रकट करने की छूट नहीं मिल पाती है। उसे वस्तुनिष्ठता होना अनिवार्य है। लेकिन यह ध्यान रखना होता है कि वस्तुनिष्ठता से उसकी जिम्मेदारी भी जुड़ी हुई है। पत्रकार का उत्तरदायित्व की परख तब होती है जब उसके पास को विस्फोटक समाचार आता है। आज के संदर्भ में दंगे को ही ले। किसी स्थान पर दो समुदायों के बीच दंगा हो जाता है और पत्रकार सबकुछ खुलासा करके नमक-मिर्च लगाकर समाचार पेश करता है तो समाचार का परिणाम विध्वंसात्मक ही होंगे। ऐसी स्थिति में अनुभवी पत्रकार अपने विवेक का सहारा लेते हैं और समाचार इस रूप से पेश करते हैं कि उससे दंगाइयो को बल न मिले। ऐसे समाचार के लेखन में वस्तुनिष्ठता और भी अनिवार्य जान पड़ती है।

विश्लेषणात्मक क्षमता

पत्रकार में विश्लेषण करने की क्षमता नहीं है तो वह समाचार को रोचक ढंग से पेश नहीं कर पाता है। आज के पाठक केवल तथ्य पेश करने से संतुष्ट नहीं होता है। समाचार का विश्लेषण चाहता है। पाठक समाचार की व्याख्या चाहता है। समाचार के साथ विश्लेषण दूध में पानी मिलाने की तरह गुंथा हुआ रहता है। लेकिन व्याख्या में भी संतुलन होना चाहिए। पत्रकार की विश्लेषण क्षमता दो स्तर पर होता है - समाचार संकलन के स्तर पर और

लेखन के स्तर पर। समाचार संकलन में पत्रकार की विश्लेषण क्षमता का उपयोग सूचनाओं और घटनाओं को एकत्र करने के समय होता है। इसके अलावा पत्रकार सम्मेलन, साक्षात्कार आदि में भी उसका यह क्षमता उपयोग में आता है। दूसरा स्तर लेखन के समय दिखा देती है। जो पत्रकार समाचार को समझने और प्रस्तुत करने में जितना ज्यादा अपनी विश्लेषण क्षमता का उपयोग कर सकेगा, उसका समाचार उतना ही ज्यादा दमदार होगा। इसे व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग भी कहा जाता है।

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

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

भाषा पर अधिकार

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

पत्रकारिता के क्षेत्र

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

11

आकाशवाणी समाचार प्रसारण

पत्रकारिता की पाठ्यपुस्तकों में यह बताया जाता है कि हर समाचार में 'कौन', 'क्या', 'कब', 'कहां', 'क्यों,' और 'कैसे'- का उत्तर होना आवश्यक है तभी ही समाचार पूर्ण हो पाता है। जब कभी किसी समाचार में 'क्यों' और 'कैसे' का उत्तर दिया जाता है तो तथ्यों के विश्लेषण और व्याख्या की प्रक्रिया शुरू हो जाती है। पहले चार प्रश्नों का उत्तर तैयार करने की समाचार उत्पादन की प्रक्रिया में एक खास तरह के तथ्यों के चयन से इसमें वैचारिक तत्वों का प्रवेश हो जाता है और आखिरी दो प्रश्नों के उत्तर से समाचार की वैचारिक स्थिति स्पष्ट रूप से सामने आ जाती है।

यह वैचारिक स्थिति पहले तो उस व्यवस्था से ही निर्धारित हो जाती है जिसमें कोई मीडिया संगठन काम करता है। इसके अलावा मीडिया संगठन के स्वामित्व और पत्रकार की अपनी सोच और दृष्टिकोण भी समाचार के वस्तुविषय (कंटेंट) को निर्धारित करते हैं। समाचार में छिपे संदेशों और अर्थों को समझने के लिए विषय, इस विषय के चयन की प्रक्रिया, इसकी शब्दावली और प्रस्तुतीकरण का विश्लेषण आवश्यक हो जाता है। इस तरह के विश्लेषण से यह सवाल बार-बार उठता है कि समाचारों के उत्पादन और प्रवाह की प्रक्रिया के हर चरण में घटनाओं की व्याख्या प्रभुत्वकारी फ्रेमवर्क को ही अपने उपभोक्ताओं के मस्तिष्क में सुदृढ़ करती चली जाती है और हर बदलती स्थिति के साथ इस फ्रेमवर्क में भी परिवर्तन आता रहता है।

ताकि इसके स्थायित्व पर कोई आंच न आए। इस तरह लोगों की सोच को प्रभुत्वकारी विचारधारा के मुताबिक ढाला जाता है और इस प्रक्रिया में लोगों की कोई वैकल्पिक सोच विकसित करने की क्षमता का हास होता चला जाता है। साथ ही वैकल्पिक मीडिया और विचारधारा के पनपने का सामाजिक आधार भी संकुचित होता चला जाता है। इस तरह किसी भी व्यवस्था में काम करने वाला मीडिया अपने स्वभाव से ही यथा स्थितिवादी होता है।

किसी घटना के समाचार बनने की प्रक्रिया को करीब से देखा जाए तो साफ हो जाता है कि समाचार प्रवाह की पूरी प्रक्रिया एक वैचारिक कार्रवाई है। समाचार अपने उत्पादन प्रक्रिया और तंत्र से ही निर्धारित होते हैं। इसलिए यह एक ऐसी अंतर्निहित, अनुत्तरित और निरंतर जारी प्रक्रिया है जिससे सूचनाओं के अंबार को पत्रकारीय ढांचे में तरह-तरह की तोड़-मरोड़ के साथ प्रस्तुत किया जाता है जिससे यथार्थ की यथास्थितिवादी आधिकारिक अवधारणा को ही प्रोजेक्ट किया जा सके।

हालांकि ऐसा भी नहीं है कि हर पत्रकार कोई जानबूझकर यथार्थ की विकृत तस्वीर पेश करता है, लेकिन उसकी समाचार की अवधारणाएं और मूल्यों की रचना की पूरी प्रक्रिया उसे यथार्थ को एक खास वैचारिक दृष्टिकोण से देखने के प्रति अनुकूलित कर देती है। इस आधार पर यह कहा जा सकता है कि इस अनुकूलन के कारण एक पत्रकार अपने दृष्टिकोण के अनुसार घटनाओं की वस्तुपरक रिपोर्टिंग और प्रस्तुतीकरण कर रहा होता है, लेकिन अपने अंतिम निष्कर्ष में वह समाज के एक विशेष वर्ग के हितों और मूल्यों की ही पूर्ति कर रहा होता है।

इस आधार पर स्वभावतः यह सवाल उठता है कि क्या समाचारों के प्रस्तुतीकरण के वैचारिक चरित्र को तब तक नहीं बदला जा सकता जब तक मूलभूत सामाजिक और आर्थिक व्यवस्था में बुनियादी परिवर्तन न किए जाएं? निश्चय ही अगर ऐसा होता भी है तो भी नई व्यवस्था की शासक विचारधारा और मूल्यों को ही मीडिया प्रोजेक्ट करेगा और सच्चाई की तलाश यहीं खत्म नहीं हो जाएगी। मीडिया के संदर्भ में यथार्थ और सच्चाई का संबंध व्यवस्था के लोकतांत्रिक चरित्र से है। मीडिया का वस्तुपरक होना भी उतना ही बड़ा मिथक है कि जितना किसी भी व्यवस्था के संपूर्ण रूप से लोकतांत्रिक होने का मिथक है।

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 ट्रांसमिटर 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 टीवी चैनल ही हो गया है, लेकिन वास्तव में रेडियो भी इसका अभिन्न प्रकार है। सच तो यह है कि टीवी चैनलों का युग शुरू होने से पहले इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का मतलब रेडियो ही रहा। प्रासंगिकता रेडियो की 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 है।

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 टीवी 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 वो 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 क्रान्ति हेतु ही नहीं बल्कि सांस्कृतिक क्रान्ति 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 अमरीकी घर केबल न्यूज प्रणाली से जुड़े हुए हैं। उपग्रह संचार व्यवस्था के द्वारा भारत में भी इस प्रकार टेलीविजन और केबल न्यूज 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। माइक्रोवेव 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 राइटिंग, 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 गुडगाँव (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 शुरुआत 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, विश्वयुद्ध के फलस्वरूप बेतार टेलीग्राफी के औद्योगिकीकरण 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 ब्रॉडकास्टिंग 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 दूरसंचार, 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 शिकागों से शुरू किया गया।

सन् 1923 के मध्य तक संयुक्त राज्य अमेरिका में लगभग 450 रेडियो स्टेशन काम करने लगे। इन स्टेशनों की बाद में ए टी एंड टी द्वारा आपस में संबंधित करके नेशनल ब्रॉडकास्टिंग कंपनी (एन बी सी) का गठन किया गया। इसके बाद कुछ स्वतंत्र स्टेशन भी आपस में जुड़ गए और एक दूसरा राष्ट्रीय नेटवर्क बनाया जिसे कोलंबिया ब्रॉडकास्टिंग सिस्टम (सी बीएस) 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 ब्रॉडकास्टिंग सर्विस के रूप में सहायता प्रदान की गई तथा साथ ही विज्ञापन आधारित वाणिज्यिक प्रसारण की व्यापक जनसमर्थन हासिल किया। अतः यह वह समय था जबकि संयुक्त राज्य अमेरिका के नेशनल ब्रॉडकास्टिंग कंपनी स्थापित की गई। ब्रिटिश सरकार ने अपने देश में पहल करते हुए एक

स्वायत्त 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 फ्रांस 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 शुरुआती दौड़

भारत में ब्रॉडकास्टिंग की शुरुआत कलकत्ता (कोलकाता), बम्बई (Mumbai), मद्रास (चेन्नई) में ऐमेच्योर 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 ऐमेच्योर 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 शुरुआती दिनों का उल्लेख निम्नलिखित शब्दों में किया है:-

“यूरोपीय ब्रॉडकास्टिंग की वित्तीय सफलता से उत्सहित होकर भारतीय व्यापारियों के एक समुह 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 मितव्ययिता 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 मदों 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 बीबीसी 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 बीबीसी द्वारा प्रसारित कार्यक्रमों से विशेष तरजीह दी जाए। किंतु चूंकि भारत में रहने वाले अधिकांश अंग्रेज बीबीसी 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 फिलडेन था। यह एक रोचक तथ्य है कि ISBS की स्थापना उद्योग और श्रम विभाग के अधीन की गई। फिलडेन 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। फिलडेन 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 कंपनी 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 मेरे 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 पसंद करते थे।

कुछ देर ठहर कर उन्होंने बुद्धिमत्तापूर्वक 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 ढूँढ़ें। उसी समय वायसराय और मेरी कुछ ही देर की वार्ता के फलस्वरूप वायसराय को ऑल इंडिया रेडियो नाम और उसका संक्षिप्ताक्षर AIR 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 छह 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 रेडियो स्टेशन शुरू किए गए तथा शहरों व कस्बों में रेडियो सेटों की बिक्री में भी वृद्धि हुई किन्तु इनका मूल्य ग्रामीण जनता द्वारा वहन 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 शुरुआत 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 शुरुआत पहले मद्रास रेडियो स्टेशन से किया गया और तब जालंधर और देश के अन्य शहरों में भी यह सेवा शुरू की गई। 1 अप्रैल, 1974 को स्काई रेडियो चैनल की शुरुआत 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।

ऑल इंडिया रेडियो की सेवाएं

आल इंडिया रेडियो द्वारा दी जाने वाली प्रमुख सेवाएं निम्न प्रकार हैं—

स्थानीय सेवा

अब विभिन्न क्षेत्रों में स्थानीय रेडियो का विकास भी विगत 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/समुदायिक 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/सामुदायिक रेडियो कार्यक्रमों की शुरूआत सर्वप्रथम नागररोइल (तमिलनाडु) में भी गई। यह कार्यक्रम 30 अक्टूबर 1984 को शुभारंभ किया गया। अहमदाबाद में हुई एक कार्यशाला में एक दस्तावेज प्रस्तुत करते हुए नागररोइल 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 सामाजिक 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।

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 मीटन तक ऑल इंडिया रेडियो अपने कार्यक्रम प्रसारित करता था। इसमें रविवार, छुट्टियों 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 कार्यक्रम शामिल नहीं हैं। 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।

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 आइजॉल 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 मॉस्को, रेडियो, पेकिंग, बीबीसी, दि वी ओए, रेडियो उयूस्य वेल, श्रीलंका ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशन, रेडियो नीदरलैंड्स, रेडियो वेटिरन, साउथ अप्रीन ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशन, दि ऑस्ट्रेलियन ब्रॉडकास्टिंग कापोरेशन 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 शुरुआत हुई, जबकि इसमें पुत्शु में अपना प्रसारण किया। वर्तमान में यह प्रमाण 155 देशों में 25 भाषाओं में अपने प्रसारण कर रहा है जिनमें 17 विदेशी और शेष भारतीय भाषाओं के प्रसारण हैं। 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 कराना 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 कतिपय 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 तदनु रूप स्थिति का सूत्रपात हुआ।

विश्व भर में 80 से भी अधिक देशों द्वारा 148 भाषाओं में और 4,450 शॉर्ट वेब फ्रीक्वेन्सियों पर विश्व के लोगों का ध्यान आकर्षित करने का प्रयास किया 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।

आकाशवाणी (रेडियो) समाचार-लेखन की प्रक्रिया

रेडियो अपनी प्रकृति में मुद्रण और श्रव्य-दृश्य दोनों ही माध्यमों से विविध 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 विविधतामयी श्रृंखला 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) यानि वाक् यानि 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, वचन को अवरूद्ध करता है इसलिए ऐसे शब्दों से बचना जरूरी होता है जो उनके वचन को अवरूद्ध 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 विम्बित 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 महत्त्व 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 यानि 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 स्रोतों 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 स्रोतों से प्राप्त समाचारों का अन्तिम रूप से लेखन कार्य पूर्ण हो जाने पर उन्हें पूल में, जिसे हिन्दी में 'समाचार सरोवर' 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

पत्रकारिता का क्षेत्र एवं रिपोर्टिंग

पत्रकारिता का सबसे महत्त्वपूर्ण अंग रिपोर्टिंग है। अगर रिपोर्टिंग ही न हो तो पत्रकारिता की कल्पना भी नहीं की जा सकती। आज भी आम आदमी के मन में पत्रकार के रूप में सिर्फ रिपोर्टर की ही छवि बनती है। रिपोर्टर वाकई में पत्रकारिता का सबसे अधिक सार्वजनिक चेहरा है। रिपोर्टर से उसके अखबार की पहचान होती है तो रिपोर्टर की पहचान उसकी रिपोर्टों से होती है।

पत्रकारिता में कार्य की सुविधा के लिए रिपोर्टों को अलग-अलग क्षेत्र में काम करने का अवसर दिया जाता है। इन अलग-अलग क्षेत्रों को सामान्य अर्थों में 'बीट' कहा जाता है मसलन अपराध की खबरों की रिपोर्टिंग करने वाले पत्रकार की 'बीट' अपराध कही जाएगी और राजनीति में काम करने वाले की पॉलीटिकल बीट। बीट पर पत्रकारिता के कई अलग-अलग क्षेत्र हैं जैसे अपराध रिपोर्टिंग, खेल रिपोर्टिंग एवं शिक्षा रिपोर्टिंग आदि। इन अलग-अलग क्षेत्रों में काम करने वाले रिपोर्टर को अपने-अपने क्षेत्र में रिपोर्टिंग करने के लिए कुछ अलग तरीके से अपने को तैयार करना होता है।

हर क्षेत्र के अपने कुछ खास कायदे और नियम हैं। उन्हें जाने समझने बिना पत्रकार अपने क्षेत्र का अच्छा रिपोर्टर नहीं बन सकता और आज तो वैसे भी विशेषज्ञता पत्रकारिता का जमाना है। आज एक पत्रकार सिर्फ खेल

पत्रकारिता से कैरियर शुरू कर खेल के संपादक के पद तक पहुँच सकता है। ऐसा ही दूसरे क्षेत्रों में भी है। इसलिए पत्रकार जो भी क्षेत्र अपने लिए चुने उसे वहाँ विशेषज्ञता हासिल करने की पूरी-पूरी कोशिश करनी चाहिए। इंटरनेट जितनी मजबूत होगी इमारत उतनी ही मजबूत बनेगी। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने खेल, व्यापार, धर्म, अपराध आदि क्षेत्रों में रिपोर्टिंग को एक नया तेवर और नया अंदाज दिया है।

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

अपराध रिपोर्टिंग

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

अपराध संवाददाता की समाज में महत्वपूर्ण भूमिका होती है। अगर वह गलत तथ्य प्रस्तुत कर देता है, तो इससे समाज को काफी नुकसान भी हो सकता है। अगर अपराध संवाददाता अपने पेशे का सम्मान करते हुए समाज के सामने असलियत प्रस्तुत करने की हिम्मत करता है तो वह बेखौफ पत्रकार की ख्याति अर्जित कर लेता है। अपराध बीट की रिपोर्टिंग बेहद संवेदनशील होती है। इस बीट के रिपोर्टर को अत्यंत व्यवहार कुशल और हरफनमौला होना चाहिये। इस बीट को रफ एंड टफ माना जाता है। इस बीट के रिपोर्टर का अपराधियों से लेकर अक्खड़ पुलिस वालों तक से वास्ता

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

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

रिपोर्टिंग की शुरुआत करते ही रिपोर्टर को सभी थानों, पुलिस चौकियों, डी एस पी, एस पी, एस एस पी, डी आई जी आदि अधिकारियों के बारे में जानकारी और उनके फोन नंबर हासिल कर लेने चाहिये। इसके साथ ही पुलिस अधिकारियों से लेकर थानाध्यक्षों, ए एस आई व थाने के मुंशी तक के साथ मुलाकातों व तालमेल शुरू कर देना चाहिये। जितने अधिक संपर्क बनेंगे, उतनी जल्दी सूचना मिलेगी। इसके बाद उस सूचना को डेवलप करने का भी मौका मिलेगा।

अपराध संवाददाता को कवरेज के समय कई और महत्वपूर्ण मामलों पर ध्यान देने की आवश्यकता होती है। अगर दहेज के मामले में की गई हत्या की रिपोर्टिंग करनी है, तो इसे बेहद संजीदगी से करने की जरूरत होती है। दहेज विरोधी कानून महिलाओं पर होने वाले अत्याचारों को रोकने के उद्देश्य से बनाया गया है, जिससे कि दहेज लोभियों को सख्त सजा मिल सके। वर्तमान में अधिकांश मामलों में इस कानून का दुरुपयोग होता दिख

रहा है। महिला किसी भी कारण से क्यों न मरी हो, लेकिन लड़की के घर वाले लड़के के परिवार के सभी सदस्यों के खिलाफ रिपोर्ट दर्ज करवा देते हैं। इसमें कई बार निर्दोश व्यक्ति भी फंस जाता है। इस स्थिति में रिपोर्टर को केवल पुलिस थाने में रिपोर्ट के आधार पर ही खबर नहीं बनानी चाहिये, बल्कि पूरे मामले की अपने स्तर से भी तहकीकात करनी चाहिये। इस कार्य को संवाददाता को अपनी जिम्मेदारी समझकर करना चाहिये। इससे समाज में उसकी साख तो बढ़ेगी ही, साथ ही खबर भी संतुलित होगी।

राजनैतिक रिपोर्टिंग

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

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

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

होती है। सार्वजनिक समारोहों में आते-जाते रहने से संवाददाता के संतरी से लेकर मंत्री तक से उसके संबंध हो जाते हैं। लगातार संपर्क में रहने से राजनीतिक समीकरण भी अच्छी तरह समझ में आने लगते हैं। इसके बाद समाचार बनाने में आसानी होने लगती है।

राजनीतिक संवाददाता को राजनीतिक दलों की धड़बंदी को भी समझने का प्रयास करना चाहिये। लगभग सभी दलों में राष्ट्रीय स्तर से लेकर जनपद व नगर स्तर तक दलों में गुटबाजी नजर आती है। इस तरह की गुटबाजी सबसे अधिक चुनावों के समय नजर आती है। पार्टी के जिस कार्यकर्ता को टिकट मिल जाता है, वह चुनाव प्रचार में लग जाता है। लेकिन, जिसे टिकट नहीं मिलता है, वह अपनी ही पार्टी से टिकट पाने वाले का विरोध करने लगता है। यहां तक कि उसके वोट काटने का भी प्रयास करता है। चुनाव के समय की गुटबाजी फिर बाद तक चलती रहती है।

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

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

न्यायिक रिपोर्टिंग

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

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

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

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

महत्त्वपूर्ण फैसलों की कापी देखने के बाद ही खबर लिखी जानी चाहिए। कई बार सम्बन्धित वकील अपने पक्ष के नजरिए से ही फैसले का

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

खेल रिपोर्टिंग

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

एक सफल खेल पत्रकार बनने के लिए खेल की समझ होना सबसे जरूरी है। खेल पत्रकारिता एक तरह की विशेषज्ञता पत्रकारिता है इसलिए यदि खेल पत्रकार को खेलों के नियम, प्रतियोगिताओं आदि की जानकारी नहीं होगी तो वे अच्छी रिपोर्टिंग कर ही नहीं सकता। एक अच्छा खेल पत्रकार बनने के लिए खेलों से जुड़ी शब्दावली व भाषा की समझ भी विकसित करनी पड़ती है। संवाददाता को विभिन्न समाचार पत्र, पत्रिकाओं के अलावा खेल पत्रिकाओं का नियमित अध्ययन करना चाहिये। खेल पत्रकार को सबसे पहले जिला व प्रदेश स्तर से सीखने की जरूरत होती है। विद्यालय स्तर व कालेज स्तर पर खेलों का आयोजन होता है। इनकी कवरेज पर नजर रखनी चाहिये। इसके अलावा जिला, मंडल व प्रदेश स्तर खेल अधिकारी होते हैं।

खेलों से संबंधित विभिन्न संगठन होते हैं। इनके माध्यम से समय-समय पर खेल प्रतियोगिताओं का आयोजन किया जाता है। खेल पत्रकार को अपने

क्षेत्र में दक्ष बनने के लिए स्वयं को खिलाड़ी महसूस करना चाहिये। खेलों से संबंधित शब्दों की जानकारी होनी चाहिये। संवाददाता जिस शहर में भी कार्य कर रहा है, उस क्षेत्र में स्टेडियम और खेल के मैदान की स्थिति पर खबर बना सकता है। सरकार द्वारा खेलों के प्रोत्साहन के लिए क्या-क्या किया जा रहा है। इसके साथ ही उभरते खिलाड़ियों से संबंधित खबरें छापी जानी चाहिये। वरिष्ठ खिलाड़ियों के साक्षात्कार भी प्रकाशित किये जाते हैं।

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

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

कला, संस्कृति व फिल्म रिपोर्टिंग

कला, संस्कृति व फिल्म रिपोर्टिंग बेहद संवेदनशील होती है। कला व संस्कृति से जुड़ी खबरें पाठक को सुकून प्रदान करने वाली होती हैं। इस क्षेत्र में काम करने वाले संवाददाता में साहित्यिक समझ जरूर होनी चाहिये, कला की समझ होनी चाहिये। भाषा को साहित्यिक बनाने का प्रयास करना चाहिये। निरंतर स्तरीय साहित्य पढ़ने, लेखन शैली में कलात्मकता से यह विधा आसानी से सीखी जा सकती है। कला व संस्कृति से जुड़ी खबरों के प्रस्तुतिकरण के लिए संबंधित कला की जानकारी होनी भी आवश्यक है। इस बीट से संबंधित खबरों में विशेषणों का प्रयोग किये जाने से रोचकता बढ़ जाती है। शहर में कोई कलाकार आया हो, सांस्कृतिक कार्यक्रम हो रहे हों, रंगमंच की गतिविधियां हों, किसी मूर्तिकार की कृति पर लिखना हो तो यह कला व सांस्कृतिक रिपोर्टर का काम है। इस बीट के रिपोर्टर को सांस्कृतिक संगठनों, सभागारों के प्रबंधकों, कला से जुड़े लोगों से निरंतर संपर्क बनाये रखना होता है। इससे समय-समय पर आयोजित कार्यक्रमों की जानकारी मिल जाती है। इस बीट में दैनिक कार्यक्रमों में ही साक्षात्कार, फीचर और खास अभिनय से जुड़ी घटनाओं की रिपोर्टिंग की जा सकती है।

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

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

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

शिक्षा रिपोर्टिंग

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

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

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

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

बाल पत्रकारिता की रिपोर्टिंग

युवा व बुजुर्ग ही नहीं बल्कि अब बच्चे भी अखबार पढ़ने-पढ़ने में रूचि दिखा रहे हैं। इसलिए समाचार पत्रों में बच्चों से संबंधित सामाग्री भी

प्रकाशित की जा रही है। इसमें और अधिक कार्य करने की आवश्यकता है। बच्चों की कहानियां, कार्टून के माध्यम से जागरूक करना मुख्य उद्देश्य होना चाहिये। बच्चों का ज्ञानवर्धन करने के साथ ही उनका मनोरंजन करने के लिए शिक्षाप्रद कहानियां लिखनी होती हैं।

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

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

खोजी पत्रकारिता की रिपोर्टिंग

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

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

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

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

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने खोजी पत्रकारिता को नई पहचान और नए आयाम दिये हैं। स्टिंग आपरेशन खोजी पत्रकारिता का एक आक्रामक रूप है, लेकिन नए पत्रकार को उस स्तर तक पहुँचने के लिए काफी मेहनत और अनुभव की आवश्यकता होती है। हालाँकि यह भी सच है कि नए पत्रकार में अपार ऊर्जा होती है और वह चाहे तो छोटी-छोटी खबरों की गहरी छानबीन कर खोजी पत्रकारिता के नए मापदण्ड स्थापित कर सकता है।

विकास पत्रकारिता की रिपोर्टिंग

मीडिया के प्रति लोगों की धारणा बदल रही है। अब पत्रकारिता केवल सीमित विषयों पर ही केन्द्रित नहीं रह गयी है। नई पत्रकारिता सामाजिक, आर्थिक, वैज्ञानिक, प्राविधिक संबंधी समग्र विकास के पहलुओं पर प्रकाश डालने वाली विकास पत्रकारिता है। विकास पत्रकारिता विकास पर आधारित होती है। यह विकास चाहे उद्योग, औषधि, विज्ञान अथवा

किसी अन्य क्षेत्र का हो अथवा मानव संसाधन का हो इस क्षेत्र में आता है। राज्य सरकारें अपनी विकास योजनाओं को जनता तक पहुँचाने के लिए पत्र तक निकालती हैं। इन योजनाओं को खबरों के माध्यम से भी किया जाता है।

विकास पत्रकारिता सामान्य पत्रकारिता से हटकर होती है। इसमें सरकार की नीतियां, आर्थिक बदलाव, सामाजिक कार्यक्रम शामिल रहते हैं। पंचवर्षीय योजना से संबंधित खबरें बनायी जा सकती हैं। विभागीय मुद्दों पर आधारित जानकारी रिपोर्टर खबर के माध्यम से प्रस्तुत कर सकता है। सरकार व उससे जुड़े संगठनों की योजनायें, कार्यक्रम, परियोजनायें जनता के हित में कितने कारगर हैं इनका क्रियान्वयकन कौन कर रहा है और किस तरह हो रहा है, यह सब इस क्षेत्र के विषय हैं।

खाद्य उत्पादन, नई सडकों का निर्माण, घरों का निर्माण, पीने के पानी की आपूर्ति, बिजली, दूरसंचार आदि की सुविधाओं का हाल शहरों के अलावा ग्रामीण क्षेत्रों में भी देखा जाना चाहिए और उस पर खबरे बनाई जानी चाहिए। लोगों के लिए हास्पिटल, स्वास्थ्य केन्द्र, प्राथमिक स्वास्थ्य केन्द्र और विद्यालयों को खुलने की जरूरत पर आधारित रपट पठनीय तो होती ही है साथ ही समाज के विकास में सहयोगी भी होती हैं। इस तरह की खबरों से नेताओं के कान भी खुलते हैं।

इस बीट में कार्य करने वाले संवाददाता को दक्ष होने की आवश्यकता है। अगर संवाददाता योग्य है तो सफलतापूर्वक रिपोर्टिंग कर सकता है। रिपोर्टर विभिन्न विकास कार्यक्रमों से सूचना एकत्रित कर सकता है। परियोजनाओं के प्रमुखों का साक्षात्कार किया जा सकता है।

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

ग्रामीण एवं कृषि पत्रकारिता की रिपोर्टिंग

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

13

दूरदर्शन समाचार प्रसारण

टीवी 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। टीवी 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 टीवी 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 टीवी समाचार चैनलों की अहम भूमिका को बताया गया है। दूरदर्शन की भूमिका और प्राइवेट चैनलों की चर्चा के साथ-साथ शुरुआती प्राइवेट चैनलों जैसे जी टीवी, स्टार ग्रुप, एनडीटीवी 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 घंटे 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 शुरुआत 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 टीवी के समाचार-प्रसारण तंत्र को समझाया है। इस अध्याय में टीवी 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, टेक्नॉलोजी 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 स्रोत 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 टीवी 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 टीवी 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 टीवी 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 टेलीक्लबों की स्थापना की गई थी जहाँ नियमित दर्शक सदस्य टेलीविजन कार्यक्रम का लाभ उठाते थे।

यूनेस्को के तत्वावधान 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 जहाँ एक ओर नया दृष्टिकोण मिल सकेगा वहीं 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 शृंखला में 15 अगस्त, 1965 को आल इंडिया रेडियो का एक बड़ा हाल टेलीविजन स्टूडियो 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 शुरुआत 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 है।

भारत में उपग्रह टेक्नोलॉजी से सम्बन्धित पहला प्रयोग था 'सेटेलाइट इंस्ट्रक्शनल टेलीविजन एक्सपेरिमेंट' '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 मद्देनजर 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 जा 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 कहीं भी घर की छत पर एक छोटी सी डिश एवं एक जेट टॉप बाक्स के माध्यम से प्राप्त किया जा सकता है।

यह छोटी प्रविधि डिस्क के निर्धारित कोण एवं दिशा द्वारा उपग्रह से जुड़कर सेट-टॉप बाँक्स तक संकेत पहुँचाती है और सेट टॉप बाक्स 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.बी. 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 चैनल निर्माताओं में कार्यक्रमों की गुणवत्ता को लेकर प्रतिस्पर्धा पनप रही है वहीं 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, डिसकवरी आदि के कार्यक्रम उनके प्रसारण-स्टूडियो 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 यहां से ऑप्टिकल 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 इसलिए 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 आक्रामित है, वहीं 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 अलीकुपह्नी, 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 महत्त्व 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 औद्योगीकरण का स्तर उंचा होगा, सन्देशों 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 निरक्षर 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 जाएँ।” 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 आधार 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 स्वायत्त 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 नियंत्रण 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 का यह बयान अत्यधिक महत्वपूर्ण है—“अपने निकृष्टतम समाचार प्रस्तुतीकरण 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 प्रस्तुतीकरण 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 जगत 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, वास्तविक निर्णय सूचना और प्रसारण मंत्रालय के नियंत्रण में ही रहा।

मनोरंजन विषयक कार्यक्रमों के चयन और सृजन 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 जरिए 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 जाय। विधेयक में मंत्रालय के प्रतिनिधि को अंश मात्र गवर्नर के रूप में कार्य करने का प्रावधान 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 समिति ने विकेन्द्रीकृत ढाँचे की आवश्यकता को कोई अधिक महत्त्व नहीं दिया जिसमें शक्तियाँ क्षेत्रीय और स्थानीय स्तरों पर प्रत्यायोजित हों। मौजूदा विधेयक में केन्द्र सरकार और एक्जीक्यूटिव 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 गवर्नस 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 सदृश 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 तत्कालीन 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 उपलब्ध 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 विकेद्रीकरण, विलियन, क्रॉस-मीडिया स्वामित्व, विदेशी मीडिया घटानों द्वारा भागीदारी, विज्ञापन की भूमिका और भारतीय क्षेत्र से अपलिकिंग जैसे प्रश्नों पर सम्यक 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 सिफारिशें 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 सिफारिशें देने के लिए वर्ष 1996 में नितेश सेन गुप्ता समिति गठित की गई। समिति ने उसी वर्ष 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 अपलिकिंग 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 ट्रान्समिशन 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 इक्विटी नहीं हो सकती) तथा साथ ही विदेशी स्वामित्व पर रोक लगाई गई है। इसके अतिरिक्त किसी भी विज्ञापन एजेंसी, 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 मात्र 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 क्षेत्रा 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 बाजार की 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 केंद्रित 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 सवाल 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 वो 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 महत्त्व 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।

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 निक्षेप 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 यथावत सूचना दे देने तक ही सीमित नहीं रहा है, वह सर्वांगीण ज्ञान-प्रसार का मूर्तरूप 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 वृत्क 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।

टी.वी. समाचार चैनलों ने समाचार लेखन और उसकी प्रस्तुतीकरण 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 चित्र-सामग्री के क्रम में तारतम्य तथा पूर्ण सापेक्षता महत्त्वपूर्ण 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 महत्त्वपूर्ण 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—रिपोर्टस, 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 टेलीसिने कहते हैं। वर्तमान में टेलीसिने 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 हैं—उसका प्रियदर्शी होना अर्थात् वह जितना वाणी से प्रभावशाली हो, उतना ही अपने स्वरूप से भी सुदर्शन 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 वाग्धाराएं 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।

मुहावरे—मुहावरा अरबी भाषा का परिवर्तित शब्द है। मुहावरा शब्द का वास्तविक अर्थ है अभ्यास या बातचीत। मुहावरा एक ऐसा वाक्यांश है

जो सामान्य अर्थ का बोध ना करा कर किसी विलक्षण अर्थ का बोध कराता है। मुहावरे का शब्दार्थ नहीं अपितु उसका भावार्थ ही ग्रहण किया जाता है।

अलंकार—अलम् और कार-इन दो शब्दों से मिलकर अलंकार बना है। अलम् का अर्थ है भूषण, सजावट अर्थात् जो अलंकरित या भूषित करे वह अलंकार है। कहना चाहिए अलंकार भाषा काशृंगार है इनके द्वारा अभिव्यक्ति में स्पष्टता, प्रभावोत्पादकता और चमत्कार आ जाता है। अलंकार मोटे तौर पर दो तरह के होते हैं—अर्थालंकार एवं शब्दालंकार।

शब्दालंकार के अंतर्गत अनुप्रास, यमक और श्लेष अलंकार आते हैं और अर्थालंकार में मुख्यतः उपमा, रूपक, उत्प्रेक्षा, अतिशयोक्ति और अन्योक्ति अलंकारों को शामिल किया जाता है।

(1) **उपमा**—अत्यंत समानता के कारण पूरी तरह भिन्न होते हुए भी जहां एक वस्तु या प्राणी की तुलना दूसरी प्रसिद्ध वस्तु या प्राणी से की जाती है वहां उपमा अलंकार होता है। उदाहरणार्थ— असम में हालात गृहयुद्ध की तरह हो गये हैं।

(2) **अनुप्रास**—वाक्य में जहां व्यंजनों की बार-बार आवृत्ति हो वहां अनुप्रास अलंकार होता है। उदाहरण के लिए— पवार बिना प्रचार।

(3) **अतिशयोक्ति**—जहां किसी वस्तु, पदार्थ अथवा कथन का वर्णन लोक-सीमा से बढ़ाकर प्रस्तुत किया जाए, वहां अतिशयोक्ति अलंकार होता है। जैसे— भारत का पहाड़ सा स्कोर।

(4) **उत्प्रेक्षा**—जहां उपमेय में उपमान की संभावना अथवा कल्पना कर ली गयी हो, वहां उत्प्रेक्षा अलंकार होता है। जैसे— मानों, ज्यों।

(5) **यमक**—जब एक ही शब्द दो या दो से अधिक बार वाक्य में आये और उसका अर्थ हर बार भिन्न हो तो वहाँ यमक अलंकार होता है। उदाहरणार्थ— कमाल ने खेली कमाल की पारी।

(6) **श्लेष**—टेलीविजन स्क्रिप्ट में इसका शाब्दिक आशय है चिपकना। जहां एक शब्द एक ही बार प्रयोग होने पर दो अर्थ दे वहां श्लेष अलंकार होता है। जैसे— कमाल की पारी।

(7) **रूपक**—जहाँ गुण की अत्यंत समानता के कारण उपमेय में ही उपमान का अभेद आरोप कर दिया गया हो, वहां रूपक अलंकार होता है। उदाहरणार्थ— बोफोर्स का भूत कांग्रेस का पीछा नहीं छोड़ रहा।

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 सर्किट 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। साधारणतः 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 अभिप्राय 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 सुचारु 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 संवाददाता से समाचारों की जानकारी देने हेतु दूरदर्शन कक्ष से उसका 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-सरोवर) 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, ईवनिंग 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 महत्वपूर्ण 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 महत्व 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 शौषांश दूसरे या अन्य पृष्ठ पर दिया जाता है। प्रायः सभी महत्त्वपूर्ण समाचारों के अंशात्मक रूप में मुख 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। रेडियो 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 समाचार शृंखला 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 यथेष्ट, 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 पुनःरूप 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।

14

उपयोगी शब्दावली

अखबार—समाचार-पत्र को अरबी भाषा में अखबार कहा जाता है। जिसमें खबरों का वर्णन हो, अखबार कहते हैं।

अग्रलेख—एक ही सम्पादकीय स्तम्भ में दो-तीन सम्पादकीय लेख प्रकाशित हों तो प्रथम सम्पादकीय लेख को अग्रलेख तथा द्वितीय, तृतीय को सम्पादकीय टिप्पणियाँ कहते हैं।

अनुवर्ती समाचार— यह पहले कभी छपी समाचार सामग्री पर आधारित होता है जो पूर्ववर्ती समाचार के संदर्भ में बाद में हुई घटनाओं का उल्लेख करता है।

अनुसंकेत—किसी दृश्य को प्रारंभ करने हेतु हाथ या शब्द से प्रदान किया गया दृश्य या श्रव्य संकेत या सिग्नल अनुसंकेत कहलाता है।

अपमान लेख—समाचार-पत्र में प्रकाशित कोई निंदात्मक वक्तव्य।

आपूरक—कॉलमों को पूरा करने के लिए दी गई सूचनाएं। इनका उपयोग समाचार-पत्र में खाली स्थानों की पूर्ति हेतु किया जाता है।

अग्रिम—घटना घटित होने से पूर्व तथ्यों सहित समाचार वर्णन।

आमुख—किसी समाचार का पहला या आरंभिक अनुच्छेद। सम्पूर्ण समाचार परिचय-परिचय जो एक या दो कॉलम में शीर्षक के नीचे दिया जाता है। आमुख के द्वारा किसी भी समाचार का सूक्ष्म परिचय या मुख्य जानकारी मिलती है।

आयताकार—शीर्षक जिसमें तीनों पंक्तियाँ बराबर होती हैं और कॉलम रेखा से दूरी कॉलम रेखा तक फैलाकर लिखी जाती है।

आयाम माडुलन— उच्च आवृत्ति की किसी वाहक तरंग का आयाम परिवर्तित करके सूचना को प्रेषित करने की विधि आयाम माडुलन (Amplitude Modulation, AM) कहलाती है। वाहक तरंग से सूचना वहन हेतु निम्न आवृत्ति के सिग्नल का प्रयोग किया जाता है।

आवृत्ति माडुलन—वाहक तरंग का आयाम अपरिवर्तित रहता है। यह रेडियो द्वारा प्रसारण की एक स्थैतिक मुक्त प्रणाली है। इसमें प्रसारण तरंग की आवृत्ति भेजी जाने वाली ध्वनि के अनुरूप संगणित कर ली जाती है। वाहक तरंग की आवृत्ति संप्रेषित किए जाने वाले निम्न आवृत्ति के सिग्नल के आयाम के अनुपात में परिवर्तित करके सूचना संप्रेषित करने की विधि।

आवरण—(कवर) पत्रिका का मुख्य पृष्ठ। किसी पत्र-पत्रिका, पुस्तक आदि के ऊपर सजावट हेतु चढ़ाया गया पत्र।

आवरण कथा—(कवर स्टोरी) पत्रिका के मुख-पृष्ठ पर किसी विशेष सामग्री के सन्दर्भ में दिया जाना वाला शीर्षक या चित्रों का वह प्रसंग, जिसकी भीतर के पृष्ठों में विस्तृत जानकारी प्रस्तुत रहती है।

इनटेण्ट—किसी कॉलम में सामग्री इस प्रकार संयोजित करना जिसमें पंक्ति के दोनों ओर कुछ स्थान रिक्त छोड़ दिया जाए।

इन्टेलसैट— अंतर्राष्ट्रीय दूरसंचार उपग्रह संगठन। इस संगठन में विश्व के 154 देश शामिल हैं तथा यह संगठन विश्वव्यापी उपग्रह संचार में सुधार लाने के सर्वहित की प्राप्ति हेतु कार्य करता है।

ई. एन. आर. —इलैक्ट्रॉनिक न्यूज रूम का संक्षिप्त रूप। इन दिनों इलैक्ट्रॉनिक न्यूज रूम में समाचारों का सृजन और प्रक्रमण कम्प्यूटर की सहायता से किया जाता है।

इटैलिक—तिरछे आकार के टाइप। छापे के अक्षर जो एक ओर झुके रहते हैं।

इन्द्रा टाइप—यह एक विशेष प्रकार की मशीन है। इस मशीन के द्वारा मोनो टाइप और लाइनों टाइप दोनों पद्धतियों से कम्पोज का कार्य होता है।

इन्द्रो—(लीड, आमुख, मुखड़ा) यह अंग्रेजी शब्द 'इन्द्राडक्शन' का लघु रूप है। इसे हिन्दी में आमुख, मुखड़ा अंग्रेजी में इन्द्रो या लीड कहते हैं। यह सम्पूर्ण समाचार की झाँकी एक-दो पैरा में दिखा देता है।

इत्तिला—सूचना को अरबी भाषा में इत्तिला कहते हैं।

इन्वरटेड पिरामिड—(विलोम स्तूपी प्रणाली) किसी समाचार के अन्तिम निष्कर्ष को पहले इन्टो में दे देते हैं, फिर समाचार को विस्तार से लिखा जाता है। इस प्रकार से समाचार देने की विधि को 'इन्वरटेड पिरामिड' कहते हैं।

इम्पोजिंग—बैठाने की क्रिया। कम्पोज किये गये मैटर को मशीन में बैठाने की प्रक्रिया।

उदंड मार्तण्ड—हिन्दी का प्रथम समाचार पत्र। 30 मई सन् 1826 में पं. युगल किशोर शुक्ल जी ने कोलकाता से इसे प्रकाशित किया था।

उपशीर्षक—(क्रास हैडिंग) किसी समाचार की सामग्री आधे कॉलम से अधिक होने पर समाचार के बीच-बीच में दो-तीन उप-शीर्षक बैठाये जाते हैं, इससे पत्र की सुन्दरता दिखती है, तथा ढेर सारे छोटे-छोटे अक्षरों को पढ़ते समय आँखों को आराम भी मिलता है।

उपसंहार—(सारांश) किसी आर्टिकल, निबन्ध, पुस्तक का अन्तिम पैरा या अध्याय जिसमें संक्षेप रूप से उद्देश्य को प्रतिपादित किया जाता है।

एआईआर—आकाशवाणी (ऑल इंडिया रेडियो)

एकांतिक समाचार—वह बहुत महत्वपूर्ण समाचार जिसे संवादाता ने अधिक परिश्रम के बाद खोज निकाला हो तथा अपने पत्र को सबसे पहले दिया हो। प्रायः ऐसे समाचार घटना घटने के पूर्व अनुमानों पर आधारित रहते हैं।

एक्टा डार्यना— विश्व का प्रथम हस्तलिखित दैनिक पत्र। 60 ईस्वी पूर्व में जूलियस सीजर्स ने रोमन साम्राज्य के लिए 'एक्टा डार्यना' नाम से हस्तलिखित समाचार-पत्र प्रकाशित किया था।

एक्टा पब्लिका—60 ईस्वी पूर्व रोमन साम्राज्य में प्रकाशित इस हस्तलिखित पत्र में आम जनता की रुचि की बातें छपी गयी हैं।

एक्टा सिनेट्स—60 ईस्वी पूर्व रोमन साम्राज्य के इस हस्तलिखित पत्र में भाषणों, विचारों और रोमन सीनेट की विविध घटनाओं की जानकारी दी गई है।

एक्क्लूसिव—वह समाचार जिसका किसी दूसरे पत्र-पत्रिका में प्रकाशित होने की सम्भावना न हो।

एगेट— 5 1/2 पाइंट के टाइप की आवश्यकता होती है और न ही छापने के लिये दाब की आवश्यकता होती है।

ऐड (Add) : विज्ञापन हेतु अंग्रेजी में प्रयुक्त शब्द संक्षेप। समाचार की विषय वस्तु में किसी अतिरिक्त सामग्री को समावेशित करने के लिए प्रयुक्त संक्षिप्त शब्द।

एडवांस—किसी भी घटना को घटने के पूर्व अनुमान लगाकर पहले से तैयार किया गया विवरण जिसे समय पर रिलीज किया जाता है।

एडिटोरियलाइज—किसी समाचार या शीर्षक में मत प्रकट करना।

एएनएसआई—अमेरिकी राष्ट्रीय मानक संस्थान (American National Standards Institute)

एन—एक 'एम' का आधा माप (हाफ एम), 6 प्वाइंट चौड़ा, एक इंच का बाहरवाँ भाग।

ऐन्कर—किसी कार्यक्रम को प्रस्तुत करने वाला व्यक्ति। इन दिनों इस शब्द का प्रयोग समाचार वाचकों के लिए भी किया जाने लगा है जिसे न्यूज ऐन्कर (News anchor) कहा जाता है।

ऐन्कर मैन—किसी दल में मुख्य समाचार वाचक को ऐन्कर मैन कहा जाता है।

एनग्रेविंग कक्ष— जहाँ छायाचित्रों और लेखाचित्रों को एचिंग और हाफटोन (ब्लाकों) में परिवर्तित किया जाता है।

ऐनिमेशन (सजीवता)—कम्प्यूटर रेखाचित्रों (Computer graphics) की सहायता से बनाई गई फिल्म। यह वस्तुओं (रेखाचित्रों) को सजीवता प्रदान करने की प्रक्रिया है। ऐसा फिल्म के एक या अधिक फ्रेमों को एक्सपोज करके और रेखाचित्र को हल्का खिसकाकर एक या अधिक प्रेसों को एक्सपोज करके किया जाता है। फिल्म या चित्र को प्रोजेक्ट (प्रक्षेपित) करने पर ऐसा प्रतीत होता है कि वे चित्र स्वयं ही चल-फिर रहे हैं। यह प्रक्रिया सजीवता (Animation) कहलाती है।

ए. पी.—(A.P.) एसोसिएटेड प्रेस—अमेरिका की प्रमुख संवाद समिति है।

ए. एफ. पी.—(A.F.P.) फ्रांस प्रेस एजेन्सी—फ्रांस की प्रमुख संवाद समिति।

एम—टाइप मापने की ईकाई। एक इंच में छः एम होते हैं।

एम्बार्गो—(प्रतिबन्ध या रोक) जब किसी पूर्व प्राप्त समाचार के प्रकाशन के लिए कोई तिथि निश्चित कर दी जाती है परन्तु किसी कारणवश उसके प्रकाशन पर रोक लगा दिया जाता है तब उस आदेश को एम्बार्गो कहते हैं।

एसाइनमेंट—संवाददाताओं को सौंपा गया कार्य।

ओवर टाइम—निर्धारित अवधि के अतिरिक्त का पारिश्रमिक युक्त समय।

ओ.के.—प्रूफ रीडर का संकेत चिह्न, जिसका अर्थ है कि अब प्रूफ में कोई गलती नहीं रह गयी है।

ओवर-बैनर—समाचार-पत्र की नाम पटिका के ऊपर दिया गया शीर्षक। इसे 'स्काई लाइन' भी कहते हैं।

कट—एक कैमरा या दृश्य से दूसरे कैमरा या दृश्य पर अकस्मात जाने की प्रक्रिया।

कटि-शीर्षक—तीन पंक्तियों वाला वह शीर्षक जिसमें पहली और तीसरी पंक्ति में पूरे कॉलम में फैली रहती है तथा दूसरी पंक्ति कॉलम के ठीक बीचों-बीच में रहती है।

कटिंग—अपने पत्र के उपयोग हेतु अन्य पत्रों से निकला हुआ मेटर।

कटिंग बुक—(कतरनों का संग्रह) महत्वपूर्ण प्रसंगों से सम्बन्धित लेखों, सूचनाओं की कटिंग, जिसे पत्र-पत्रिकाओं से काटकर वर्ण-क्रमानुसार संग्रह किया जाता है।

कर्टेन रेजर—इसे परिप्रेक्ष्य समाचार भी कहा जाता है। भावी घटना या समाचार की पृष्ठभूमि इस प्रकार के समाचारों में दी जाती है। जैसे—शिखर-सम्मेलन, महत्वपूर्ण नेताओं की यात्राएं आदि अवसरों पर इस तरह के समाचार दिए जाते हैं।

कतरन-सेवा—(क्लिपिंग) संदर्भ विभाग की महत्वपूर्ण सेवा होती है। सम्पादकीय लेख, टिप्पणियाँ तैयार करने में कतरनों की आवश्यकता पड़ती है जिसे अन्य पत्र-पत्रिकाओं में काटकर कटिंग-बुक या कटिंग-फाइल में इसे वर्ण क्रमानुसार रखी जाती है।

कथ्य या कलेवर— किसी समाचार का मुख्य भाग जो पहले पैराग्राफ के पश्चात आता है।

कवर—समाचार प्राप्त करने की प्रक्रिया।

कवर करना—घटना-स्थल पर पहुँचकर समाचारों का संकलन करना।

कम्पोज करना—टाइप के विभिन्न खानों से टाइप उठाकर स्टिक में मिलाना, लाइन पूरी करना तदुपरान्त पृष्ठ गेली पर रखना। कम्पोजिंग हाथ और मशीन दोनों तरह से किया जाता है।

कम्पोजीटर—छपाई के अक्षर जोड़ने वाला मैटर बनाने वाला।

कापी—पत्र हेतु लिखित मैटर जिसे सम्पादक कम्पोजीटर को देता है।

कापी होल्डर—प्रूफ रीडर के साथ मूल-प्रति पढ़ने वाला।

कापी-राइट—कृति के स्वामित्व का अधिकार। प्रतिलिप्याधिकार।

कॉमसैट—कम्युनिकेशन सैटलाइट कॉर्पोरेशन (यूएसए)।

कार्यालय प्रतिनिधि-कार्यालय संवाददाता—वे संवाददाता जो नियमित वेतनभोगी होते हैं। ये लोग नगर में उपलब्ध समाचारों का अंकन करते हैं, तथा कभी-कभी विशेष रूप से समाचार संकलित करने हेतु नियुक्त किए जाते हैं, या दूसरे स्थानों पर भेजे जाते हैं।

केबल—संवादवहन के सामुद्रिक तार को केबल कहा जाता है। पहले विदेशों से सम्पर्क बनाने हेतु समुद्र में टेलीग्राफ की तार लाइनें प्रयुक्त होती थीं।

केबिल्स—तार भेजने के लिए प्रयुक्त होने वाली भाषा। विदेशों से आने वाले तार केबिल्स कहलाते हैं। तार खर्च की बचत हेतु शब्दों और वाक्यांशों को संक्षिप्त रूप दिया जाता है।

केवेशन—प्रूफ से संबंधित गलतियों को कम्पोजीटर द्वारा सही किया जाना।

कम्पोजिंग कक्ष—पत्र-पत्रिका के कार्यालय में जिस कक्ष में मैटर कम्पोजिंग किया जाता है उसे कम्पोजिंग कक्ष कहते हैं।

क्रेडिट लाइन—जिस स्रोत के माध्यम से समाचार प्रेषित किया गया हो उसका उल्लेख क्रेडिट लाइन कहलाता है। उदाहरणार्थ, समाचार-पत्रों में समाचार के साथ तिथि रेखा के पश्चात् कोष्ठक में (वार्ता), (भाषा) आदि लिखा रहता है। यही क्रेडिट लाइन है।

कॉलमनिस्ट—समाचार-पत्रों के विशेष स्तम्भो के लेखक को 'स्तम्भ लेखक' या 'कॉलमनिस्ट' कहते हैं।

क्लिप—किसी प्रोग्राम में प्रयुक्त फिल्म का एक छोटा भाग या खंड। इसे विजुअल क्लिप भी कहते हैं। समाचार-पत्र से प्राप्त कतरन।

क्रीड—टेलीप्रिन्टर मशीन या कॉपी।

क्रोप—प्रकाशन से पहले चित्र के आकार को कम करना या स्थानानुसार उसमें काट-छाँट करना।

क्रास हैड—क्रास हैड उपशीर्षक होते हैं, जो अनुच्छेद के बीच लगाये जाते हैं।

क्रूसेड—इसे अभियान भी कहते हैं। जनहित की दृष्टि से पत्र-पत्रिका किसी सुधार विशेष के लिए दबाव डालने के लिए लेखों का प्रकाशन करता है। इसके द्वारा सरकारी, गैर-सरकारी गड़बड़ियों का पर्दाफाश कर जनता को सक्रिय होने हेतु प्रेरित किया जाता है।

कैप्शन—पत्रों में प्रकाशित चित्र, कार्टून या नक्शे आदि के विवरण को कैप्शन कहते हैं। इसे चित्र या परिचय भी कहा जाता है।

किल—अनुपयोगी सामग्री को नष्ट करना।

केस—खानेदार चौखटा जिसमें क्रमशः एक ही माप के टाइप भरे रहते हैं।

कैरी ओवर—समाचार के बचे हुए भाग को दूसरे पृष्ठ पर ले जाना। इसे 'डूट' भी कहा जाता है।

केवलीज—(संकेत भाषा) प्रेस तार में प्रयुक्त शब्दों का संक्षिप्त रूप।

कान्ट्रेक्ट विज्ञापन—वह विज्ञापन जो लम्बे समय तक निश्चित तिथियों पर रियायती दरों में प्रकाशित किए जाते हैं।

कैजुअल विज्ञापन—वे विज्ञापन जो कभी-कभी प्रकाशित होने के लिए दिए जाते हैं।

कैमकोरडर—कैमरा और रिकार्डर का संयोजन

क्वाड—यह स्पेस देने के काम आता है। टाइप के आकार का यह खोखला चिह्न होता है। जिसकी ऊँचाई टाइप से थोड़ी कम होती है। टाइपों के बीच रिक्त स्थान को इसके द्वारा भरा जाता है।

कोशा—कैमरे में बाहर से आने वाले शोर को रोकने के लिए कैमरे को ढकने वाला एक ध्वनि रोधी प्रकोष्ठ, ताकि बाहर का शोर साउण्ड ट्रैक पर रिकार्ड की जा रही ध्वनि को विकृत न करें।

खबर—समाचार को अरबी भाषा में खबर कहते हैं।

खबरनवीस—फारसी में संवाददाता को 'खबरनवीस' कहते हैं यानी खबर देने वाला।

खेल पत्रकारिता—खेल से सम्बन्धित समाचारों को संकलित करना, खिलाड़ियों की गतिविधियों को प्रकाशित करना, खेल सम्बन्धी समाचारों का वर्णन करना, समीक्षा करना खेल पत्रकारिता कहलाती है।

खबररसा एजेंसी—फारसी में 'संवाद समिति' को खबररसा एजेन्सी कहा जाता है।

खेल सम्पादक—खेल विभाग का प्रमुख व्यक्ति। खेल सम्बन्धी समाचारों की जाँच व उचित समाचार देने का निर्णय खेल सम्पादक लेता है।

खेल संवाददाता—खेल खेल से संबंधित समाचार प्रदान करने वाला व्यक्ति। खेलों की समीक्षा करता है, प्रतिक्रिया प्रस्तुत करता है तथा खिलाड़ियों से भेंटवार्ता करके खेल सम्पादक को खेल समाचार पहुँचाता है।

गश्त—संवाददाता का समाचार संकलन का क्षेत्र।

गैली—तीन सिरों से उठी हुई ट्रे जिसमें कम्पोज्ड मैटर रखा जाता है। जिसकी लम्बाई लगभग 50 से.मी. होती है।

ग्रीन प्रूफ—वह प्रूफ जिसमें गलतियाँ हों।

गजट—अखबार। वह सामयिक पत्र जिसके अन्तर्गत सरकारी सूचनाएँ प्रकाशित की जाती हैं।

गैली प्रूफ—कम्पोजशुदा मैटर का प्रथम प्रूफ। इसके संशोधन के पश्चात् ही मेकअप होता है।

गैर-पत्रकार—पत्र-पत्रिका के कार्यालय में पत्रकारों के अलावा जो व्यक्ति इससे संबंधित कार्य करते हैं उन्हें गैर-पत्रकार कहा जाता है। जैसे—प्रशासनिक, विज्ञापन, वितरण और मुद्रण सम्बन्धी कार्य करने वाले लोग।

घूम—कैमरा का उर्ध्वाधर या क्षैतिज घूमना।

घोस्ट राइटर—छद्म नाम से लिखने वाले लेखक को घोस्ट राइटर कहा जाता है।

चेस—लोहे का आयताकार फ्रेम, जिसमें पृष्ठ अथवा कॉलम को व्यवस्थित कर मैटर कस दिया जाता है।

चित्र-परिचय—किसी दृश्य क्लिप या चित्र के विषय में वर्णन के लिए प्रयुक्त सामान्य शब्द। समाचार-पत्र में छपे चित्र का ब्यौरे सहित विवरण प्रस्तुत करना।

चतुर्थ स्तम्भ—(फोर्थ स्टेट) कार्यपालिका, न्यायपालिका, विधायिका के बाद लोकतन्त्र में चौथा महत्वपूर्ण दर्जा पत्रकारिता को दिया जाता है।

छपते-छपते—आखिरी समय में प्राप्त वह महत्वपूर्ण समाचार जो पृष्ठ में जाने से रह गया हो। उसे समाचार-पत्र में जोड़ा जाता है।

छाया—चित्र को छाया कहते हैं।

छायाकार—चित्र खींचने व तैयार करने वाले को छायाकार कहते हैं।

छूट—कापी का वह अंश जो कम्पोज होने से रह गया हो।

छोना संवाददाता—नये और कनिष्ठ, संवाददाता को 'छोना संवाददाता' कहा जाता है।

जिम डैश—एक छोटी सी सीधी रेखा, जो शीर्षक के विभिन्न खंडों को एक-दूसरे से अलग रखने के लिए प्रयुक्त की जाती है।

जम्प—किसी समाचार को एक पृष्ठ से दूसरे पृष्ठ पर ले जाना।

जम्प लाइन—पृष्ठ 1, कॉलम 3 का शेषांक...आदि।

जम्प होड—शेषांक समाचार का शीर्षक।

जम्प स्टोरी—पूर्ववर्ती पृष्ठ से जारी समाचार।

जाबवर्क— छपाई के फुटकर कार्य।

जस्टिफाई—स्टिक की नाम में कम्पोज्ड मैटर को अच्छी तरह से बैठाने हेतु कहीं-कहीं अतिरिक्त स्पेस डाला जाता है, इसी क्रिया को जस्टिफाई कहा जाता है।

जनमाध्यम—भावाभिव्यक्ति के सभी माध्यम ।

जर्नल—किसी संस्था, संगठन, उद्योग या विशेष विषय से सम्बद्ध पत्र-पत्रिका, जिसमें उसकी गतिविधियों की जानकारी होती है।

जनमत—देखो 'लोकमत'।

जनसंचार—(मास कम्प्युनिकेशन) किसी भी सूचना, या विचार को अनेक माध्यमों जैसे—तार, रेडियो, टेलीफोन, टेलीविजन, फैंक्स आदि के द्वारा जनसमुदाय तक पहुँचाना।

जनसम्पर्क—एक व्यक्ति का दूसरे व्यक्तियों के साथ सम्पर्क करना जनसम्पर्क होता है।

जनसम्पर्क माध्यम—(क) परम्परागत माध्यम—लोकगीत, लोकनृत्य, लोककथा, नाटक, कठपुतली। (ख) आधुनिक माध्यम—अखबार, रेडियों, टी.वी., वीडियो, सेटेलाइट, प्रसारण, फिल्म, इन्टरनेट आदि।

जर्नलिज्म—अखबारी भाषा, पत्रकारों की अपनी लेखनी-शैली।

जिंगल—विज्ञापन की तरफ आम लोगों के ध्यान को आकर्षित करने हेतु एक शब्द या एक पंक्ति जिसे विज्ञापन में बार-बार दोहराया जाता है। इसे स्लोगन कहते हैं।

जानेजहाँनुमा—उर्दू का प्रथम समाचार-पत्र। जिसे मुंशी सदासुख जी ने कोलकाता से सन् 1822 ई. में प्रकाशित किया था। इसका प्रकाशन फारसी भाषा में भी किया गया था।

टाप—एक स्तम्भीय मोटा शीर्षक या एक कॉलम का मोटा शीर्षक।

टाइप—शीशा, रांगा तथा सुर्मा मिश्रित धातु से ढले अक्षरों एवं अंकों को टाइप कहते हैं।

टाइप हाई—टाइप की ऊँचाई की नाप।

ट्रेडिल मशीन—छपाई की छोटी मशीन जिसे व्यक्ति पैर से चलाता है।

टेब्लाइड—यह छोटे आकार का समाचार-पत्र होता है जो लगभग 11 इंच चौड़ा और 16 इंच लम्बा होता है।

टेग लाइन—शीर्षक के साथ किसी वक्तव्य का स्रोत प्रकट करने वाली लघु पंक्ति।

टेक—किसी समाचार की प्रत्येक शीट टेक कहलाती है। समाचार समितियों के समाचार संप्रेषण की इकाई को भी टेक कही जाती है।

टाइप के अंग—टाइप के प्रमुख अंग निम्न लिखित हैं—

1. फुट—टाइप के नीचे का वह भाग जिस पर टाइप खड़ा होता है।
2. गूव—टाइप के नीचे का भाग
3. निक—टाइप के एक तरफ बना गहरा निशान। जिससे टाइप के सीधा-उल्टा होने की जानकारी मिलती है।
4. पिन—टाइप के बगल में बना निशान।
5. शोल्डर—बिअर्ड के नीचे, बाड़ी के ऊपर का भाग।
6. बिअर्ड—फेस और शोल्डर के मध्य का तिरछा भाग।
7. फेस—टाइप की ऊपरी सतह जिसके छपने से कागज पर अक्षर उभरता है।
8. सेरिफ—प्रेस के दाहिने-बायें निकला भाग।
9. बाड़ी—शोल्डर के नीचे तक का भाग।
10. काउन्टर—दो अक्षरों के मध्य खाली स्थान को कहते हैं।

टेलीप्रिन्टर—इस माध्यम से तार द्वारा भेजे गये सन्देश पंच होकर टाइपराइटर मशीन में स्वतः ही टाइप होते रहते हैं। उसी प्रकार टाइपराइटर द्वारा टाइप किये हुए सन्देश पंच होकर दूसरे केन्द्रों पर स्वतः ही टाइप होते हैं।

टेलेक्स—टेलिप्रिन्टर सेवा, टेलीप्रिन्टर का एक्सचेंज। इस मशीन से टेलिप्रिन्टर द्वारा सूचना तथा समाचार का आदान-प्रदान होता है।

टीयर शीट—विज्ञापनदाता के पास प्रमाण के लिये भेजा जाने वाला वह पृष्ठ जो समाचार-पत्र में से फाड़कर भेजा जाता है।

टिप—पत्रकार को किसी भी स्रोत से समाचार का कोई अग्रिम सुराग या संकेत जिस आधार पर वह पूरा समाचार तैयार करता है।

डब करना—किसी तैयार रूप लेख में ध्वनि रिकार्ड करना या देना।

डाक संस्करण—दूर-दराज के क्षेत्रों में भेजे जाने वाला वह संस्करण जिसमें पूर्व दिन के अन्तिम संस्करण के समाचार होते हैं।

डी.ए.वी.पी.—श्रव्य एवं दृश्य प्रचार निदेशालय का संक्षिप्त रूप।

डेड लाइन—समाचार-पत्र के किसी संस्करण का वह समय जिसके पूर्व उसमें प्रकाशन के लिए कॉपी अवश्य प्रेषित कर दी जानी चाहिए। यह समाचार-पत्र के पृष्ठों तथा संस्करणों के अनुसार अलग-अलग निर्धारित रहती हैं।

डमी—समाचार पृष्ठ का खाका या स्थूल या रफ (Rough) चित्रण जिसमें समाचारों को किस स्थान पर छापना है, इसके बारे में कुछ जानकारी निहित होती है। डमी समाचार-पत्र या पत्रिका का ऐसा रेखाचित्र है जो यह प्रदर्शित करता है कि समाचार-पत्र में समाचार, विज्ञापन, चित्र आदि का प्रकाशन कहाँ तथा किस प्रकार होगा।

डैक—डैक, जिसे बैंक भी कहते हैं, शीर्षक का एक हिस्सा है।

डबलेट—समाचार पत्रों में एक ही सामग्री को दो बार प्रकाशित करने की यह गलती को डबलेट कहते हैं।

ड्राप हेड—यह शीर्षक का एक प्रकार है। इस प्रकार के शीर्षक लेखन में प्रत्येक पंक्ति दाँयी ओर बढ़ा दी जाती हैं। ड्राप हेड को ड्राप लाइन अथवा सीढ़ीनुमा शीर्षक भी कहते हैं।

डेड—रद्द समाचार।

डिस्ट्रीब्यूट—मुद्रण के बाद मैटर के टाइपों को तोड़कर यथा स्थान केस के खानों में रखने की प्रक्रिया डिस्ट्रीब्यूट कहलाती है।

डिलीट—हटाइये, काटिये, मैटर निकालने का संकेत।

डैश—शीर्षकों को विभाजित करने के लिए डाली गयी बड़ी लाइन जो अनेक रूप वाली होती है।

डब, डबिंग—किसी लेख, कहानी, नाटक, फिल्म आदि को किसी दूसरी ध्वनि, लिपि या भाषा में रूपान्तर करना।

डाइजेस्ट—सार-संग्रह। व्यवस्थित रूप देना। वर्गीकृत करना। वह पत्रिका जिसमें कई विषयों के सार-संग्रह हों।

डाक-समाचार—साधारण डाक के द्वारा प्राप्त समाचारों को डाक-समाचार कहते हैं।

डाक्यूमेण्ट्री फिल्म—वह चलचित्र जिसमें किसी महत्वपूर्ण घटना या समाचार वृत्त अथवा एक विशेष विषय का चित्रण किया गया हो।

डाइरेक्ट टु होम—एक प्रकार की प्रसारण प्रणाली जिसमें सीधे उपभोक्ताओं के घर तक अनेक चैनलों को पहुँचाने के लिए उच्च शक्ति युक्त उपग्रहों का प्रयोग किया जाता है।

डाइरेक्ट टू होम—(DTH) को डाइरेक्ट ब्रॉडकास्ट सैट लाइट (DBS) भी कहते हैं।

डिस्पैच—भेजना, प्रेषण, विज्ञप्ति, समाचार।

डश—शीर्षकों के विभाजन हेतु विभिन्न रूपों में डाली गई लाइन।

डोली—जिस व्यक्ति या वस्तु को फोकस में लाना होता है उससे कैमरे को दूर या इसके निकट लाने की प्रक्रिया

थोथा अभ्यास (Dry run Practice) : बिना कैमरे के अभ्यास या रिहर्सल करना।

तिथि रेखा—(डेट लाइन) प्रत्येक समाचार के शीर्षक के बाद और इंट्रो से पहले उस समाचार का स्थान व तारीख दी जाती है। इसे डेट लाइन कहते हैं।

तत्काल समाचार—घटनास्थल से जो समाचार अविलम्ब प्राप्त हो, ताजा समाचार।

दृष्टि रेखा—वस्तु या लक्ष्य का तल या दिशा। कैमरा प्रायः दृष्टिरेखा का अनुसरण करता है।

दैनिक समाचार-पत्र—नियमित रूप से प्रतिदिन प्रकाशित होने वाला समाचार-पत्र।

दिनांक-रेखा—किसी समाचार या अंक के लिए प्रकाशन का अंतिम समय।

दिग्दर्शन—1818 ई. में कोलकाता से भारतीय भाषाओं में प्रकाशित होने वाला प्रथम पत्र। इसके प्रकाशक मार्शमैन थे। यह पत्र बंगला और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में प्रकाशित होता था।

दीर्घाक्षर— प्रुफ रीडिंग में अंग्रेजी के बड़े अक्षरों को लिखने के लिए दिया गया संकेत इसके लिए अपर केश (Upper Case) का प्रयोग भी किया जाता है।

दुर्घटना संवाद—किसी भी प्रकार की दुर्घटना जैसे ट्रेन दुर्घटना, जहाज, दुर्घटना, आँधी-तूफान, भूकम्प, मार-काट, हत्या आदि।

दुर्लभ समाचार—(हाई न्यूज) वे समाचार जो अप्रत्याशित रूप से होने वाली घटनाओं के समाचार होते हैं।

दूरमुद्रक—देखें 'टेलीप्रिन्टर'।

दूरसंचार—तार टेलीफोन, फैंक्स आदि।

धारावाहिक कथा—उपभोक्ता या श्रोता की कथा की दूसरी या तीसरी पांडुलिपि के लिए प्रयुक्त नाम।

नगरेतर संवाददाता—(मुफस्सल संवाददाता) ये संवाददाता प्रायः नगर के बाहर दूर-दराज स्थानों से समाचार भेजने का कार्य करते हैं।

नगर प्रतिनिधि—स्थानीय समाचारों का मुख्य संवाददाता।

नगर संपादक—इसे मेट्रो संपादक भी कहते हैं। यह स्थानीय समाचारों का प्रभारी होता है।

नष्ट—किसी समाचार का निराकरण। इसका तात्पर्य एक ऐसे समाचार को व्यर्थ कर देने या समाप्त कर देने से है जिसका लोप किया जाना हो।

नामनिगार—फारसी में 'नामनिगार' संवाददाता को कहते हैं।

निविदा सूचना—टेण्डर माँगने हेतु अखबार या अन्य तरीकों से सूचित करना।

नियतकालिका पत्रिका—वह पत्र-पत्रिका जिसका प्रकाशन निश्चित समय जैसे—एक सप्ताह, एक पक्ष, एक माह, द्वैमासिक, त्रैमासिक, अर्द्धवार्षिक या वार्षिक रूप में होता है।

न्यूज प्रिन्ट—अखबारी कागज जिस पर समाचार छपते हैं।

न्यूज रील—समाचार को आकर्षक एवं रोचक तरीके से प्रस्तुत करने का तरीका। इसमें आँखों देखा हाल, समाचार के साथ ही व्याख्याएँ, साक्षात्कार के कुछ अंश और घटनाओं की व्याख्या किया जाता है।

न्यूज लैटर—सम्पादकीय पेज पर विशेष संवाददाता या किसी विशेषज्ञ द्वारा समाचार या घटना से समबन्धित विशेष लेख।

न्यूज पेपर डिस्पले—पाठकों का ध्यान आकर्षित करने हेतु अखबार को अनेक प्रकार से सजाया-सँवारा जाता है। वह कार्य जिसमें किस पेज पर कौन सा चित्र, स्कैच, कार्टून दिया जाए, कौन सा समाचार किस पृष्ठ पर दिया जाए, विज्ञापन कहाँ दिया आदि पर विशेष ध्यान दिया जाता है। टाइप के फेसेज का संकेत आदि की न्यूज पेपर डिस्पले के अन्तर्गत आता है।

नामोल्लेख—समाचार के साथ संवाददाता के नाम का प्रकाशन।

न्यूजसेन्स—समाचार-तत्व परखने की क्षमता।

निकट शॉट—कैमरे से, निकट से लिए गए शॉट को निकट शॉट (Close up) कहते हैं। जिसमें सामान्यतः व्यक्ति के सिर, चेहरा, कंधों या बिलकुल पीछे नेपथ्य (पार्श्व) में स्थित वस्तुओं को ही शामिल किया जाता है।

निःशुल्क चैनल—इस श्रेणी के चैनल को देखने हेतु उपभोक्ता को शुल्क देने की जरूरत नहीं होती।

नेपथ्य—नेपथ्य वास्तविकता का आभास कराने के लिए प्रयुक्त सेट या ध्वनि के रूप में हो सकता है।

नोस फोर न्यूज—समाचार प्राप्त करने की क्षमता।

नौसिखिया—पत्रकारिता में अप्रशिक्षित रिपोर्टर या इस क्षेत्र में नए-नए प्रवेश करने वाले को नौसिखिया (Cub) कहा जाता है।

पंक्ति (स्लग)—किसी नई सूचना-सामग्री का नाम, सारांश या मुख्य बातें। स्लग नियमानुसार पहले पृष्ठ और नई सूचना सामग्री के सभी पृष्ठों पर होना चाहिए।

पटकथा—फिल्म अथवा मंच की कहानी जिसमें संवाद पर अधिक जोर दिया जाता है।

पत्र सूचना कार्यालय—यह एक सरकारी कार्यालय है, जो पत्रों एवं पत्रकारों को अधिकृत सूचनाएँ समय-समय पर देती हैं। जनमत की बात सरकार तक पहुँचाती है।

पिक्सेल—किसी चित्र का मूल तत्व।

पीत पत्रकारिता—(येलो जर्नलिज्म) चरित्र हनन, सनसनीखेज तथा उत्तेजनात्मक पत्रकारिता।

प्ले—किसी समाचार को स्थान तथा टाइपों के प्रयोग को महत्ता प्रदान करना।

पी.आर.—जनसम्पर्क।

पी.आर.ओ—जनसम्पर्क अधिकारी।

पूल—गुट-निरपेक्ष राष्ट्रों की समाचार-पुंज।

पाइंट—मुद्रण की मूल इकाई, टाइप को नापने का आधार, एक पाइंट एक इंच का 72वाँ भाग होता है।

पाइका—12 पाइंट का टाइप।

प्राप्ति स्वीकार—जिस स्रोत से समाचार या चित्र प्राप्त किया गया है उसे आईटम के अन्त में स्वीकारोक्ति करना।

प्वाइन्ट—छपाई के आकार को प्वाइन्टों में नापा जाता है 2.5 सेमी. (एक इंच पे) 72 प्वाइन्ट गिने जाते हैं। इसी प्रकार 36, 48, 24, 20, 9 प्वाइन्ट के शीर्षक और अक्षर होते हैं।

परिसंवाद—जिसमें बहुत सारे लोगों से, एक ही विषय पर साक्षात्कार लिए जाते हैं।

प्रूफ—कम्पोज के पश्चात् कागज पर उतारी गयी छाप। गलतियों को ठीक करने हेतु ऐसा किया जाता है।

प्रेस स्वतन्त्रता—शासन से अनुमति प्राप्त लिए बगैर पत्र एवं सूचना प्रकाशित करने की छूट। वास्तव में प्रेस की स्वतन्त्रता विचार-स्वातन्त्र्य का पर्याप्त है।

प्रेस परिषद्—सन् 1966 में गठित भारतीय प्रेस परिषद् सम्पादकों, व्यवस्थापकों, सांसदों, कलाकारों से मिलकर बनाया गया एक ऐसा संगठन है जो प्रेस की स्वतन्त्रता, पत्रकारों के हितों की सुरक्षा एवं पत्रकारिता की मर्यादा को बनाये रखने का कार्य करती है। इसका गठन 'एक्ट आफ पार्लियामेन्ट' के आधार पर हुआ है।

प्रूफरीडर—वह व्यक्ति जो प्रूफ की गलतियों को इंगित करता है।

पत्रकार—किसी पत्र का सम्पादन करके या उसके लिए कुछ लिखकर जो व्यक्ति अपनी जीविका चलाता है, उसे पत्रकार कहते हैं।

पत्रकार संगठन—पत्रकारों के हितों की रक्षा के लिए आपसी सहयोग एवं मैत्री भाव से आचार संहिता बनाने तथा पत्रकारिता को ऊँचा उठाने के लिए बनाये गये संगठन पत्रकार संगठन कहलाते हैं।

पत्रकार कक्ष—(प्रेस गैलरी) किसी विशेष समारोह, अवसर, अधिवेशन (संसद विधानसभाओं) आदि में पत्रकारों को समाचार संकलित करने हेतु निर्धारित स्थान को प्रेस गैलरी कहते हैं।

पत्रकारिता—पत्रकारिता वह विद्या है, जिसमें पत्रकारों के कार्यों, कर्तव्यों उद्देश्यों का विवेचन-विश्लेषण किया जाता है। विद्वानों के अनुसार जो कुछ अपने समय और समाज के विषय में लिखना पत्रकारिता है।

परिचर्चा—किसी विषय पर विषय से सम्बन्धित व्यक्तियों से चर्चा तथा उनके विचारों को किसी माध्यम से प्रकाशित-प्रसारित करना।

पांडुलिपि संपादक—जो कॉपी का संपादन या संशोधन करता है जैसे—कॉपीराइट।

परिशिष्ट—(रिव्यू)किसी पुस्तक या लेख का बचा हुआ अंश जो किसी कारणवश यथास्थान न जा सका हो। पुस्तक की उपयोगिता को बढ़ाने हेतु अवशिष्ट विषयों की पूर्ति। पत्र-पत्रिका में नियमित सामग्री को अलग से देना।

पत्रिका—(मैगजीन) विविध विषयों पर निश्चित समय के अन्तर्गत प्रकाशित होने वाला पत्र जैसे—मासिक, द्वैमासिक, त्रैमासिक, साप्ताहिक पत्र-पत्रिका आदि।

पाक्षिक-पत्रिका—जो पत्रिका नियमित रूप से हर पखवाड़े (15 दिन) प्रकाशित होता हो।

पीस टू कैमरा— इसे संक्षेप में पीटुसी (P to C) कहा जाता है। इसमें रिपोर्टर और संवाददाता कार्यक्षेत्र की घटनाओं से संबंधित चर्चा करते हैं।

पार्श्व शीर्षक—(मार्जिनल हैडिंग) किसी छपे हुए लेख के विषय की ओर संकेत करने वाला वह शीर्षक जो बीच में देने के बजाय पार्श्व में (किनारे की ओर) दिया जाता है।

पूर्वरूप—देखें 'डमी'।

पुनर्मुद्रित—(रि-प्रिन्टेड) पाठकों की माँग पर किसी लेख, परिचर्या की पृथक से पुनः प्रकाशित सामग्री।

पृष्ठ शीर्षक—देखें 'पताका' शीर्षक।

पूर्ण विशिष्ट समाचार—ऐसे समाचार जो अनायास हीघटी घटना से सम्बन्धित हों और उसी दिन पूरे हो जाते हैं।

पोस्टर—किसी कागज पर बड़े अक्षरों में छपा हुआ वह नोटिस जो जनता की जानकारी हेतु विभिन्न स्थानों पर चिपका दिया गया हो।

पैनल विज्ञापन—अखबार के नाम (टाइटिल या फोलियो) के दोनों तरफ वर्गाकार स्थान में प्रकाशित होने वाला विज्ञापन 'आई पैनल' या 'पैनल विज्ञापन' कहलाता है।

प्रकाशन—(पब्लिकेशन) छपवाकर प्रकट करना या जनता के सामने प्रस्तुत करना।

प्रकाशक—(पब्लिशर) पत्रा-पत्रिका, पुस्तक इत्यादि को प्रकाशित करने वाला।

प्रकाशन—प्रकाशित करने योग्य।

प्रकाशन विभाग—(पब्लिकेशन डिवीजन) सरकार का यह विभाग पुस्तक, पत्र-पत्रिका, चित्र आदि प्रकाशित करता है। विशिष्ट व्यक्तियों के भाषण, लेख आदि को सुरक्षित रखना इस विभाग का कार्य है।

प्रकाशन स्थान—वह स्थान जहाँ से पत्र-पत्रिका आदि प्रकाशित किया जाता है। पत्र-पत्रिकाओं के लिए प्रकाशन स्थान का नाम देना कानूनी तौर पर अनिवार्य है।

प्रकाशित—(पब्लिशड) जिसका प्रकाशन हो चुका हो।

प्रकीर्ण—विस्तीर्ण, अनेक प्रकार या भिन्न-भिन्न किस्मों की लेख सामग्री।

प्रचारित—प्रचार किया हुआ, फैलाया हुआ।

प्रचार—(पब्लिसिटी) जनता को या किसी विशिष्ट-वर्ग को तथ्यों की जानकारी देने का साधन।

प्रचारी—प्रचार करने वाला।

प्रतिशीर्षक—देखें 'क्रास हैडिंग'।

प्रचारक—प्रचार करने वाला संगठन, संस्था, माध्यम या साधन प्रचारक कहलाता है।

प्रचार अभिमर्ता—(पब्लिसिटी एजेंट) प्रचार करने वाला व्यक्ति या संस्था।

प्रबन्धक—देखें 'व्यवस्थापक'।

प्रधान सम्पादक—(एडीटर-इन-चीफ) देखें 'प्रमुख सम्पादक'।

प्रवर संवाददाता—देखें 'सहायक संवाददाता'।

प्रसार—फैलाव, फैलाना, पत्र-पत्रिका का वितरण।

प्रसंगवश—किसी चर्चा की शीर्षक जिसमें किसी सामयिक घटना पर विचार प्रकट किया जाता है।

प्रसार व्यवस्थापक—प्रसार विभाग का प्रमुख व्यक्ति। वह प्रसार से संबंधित सभी क्रिया-कलापों की देख-रेख करता है। इसका सदैव प्रयत्न रहता है कि पत्र की प्रसार संख्या को बढ़ाएँ। यही वितरण सम्बन्धी आँकड़े प्रस्तुत

करता है, हॉकर तथा बिक्री एजेण्टों को नियुक्त करता है। बड़े-बड़े शहरों में वितरण डिपो व एजेन्सियों की व्यवस्था इत्यादि करता है।

प्रसार विभाग—यह विभाग पत्र-पत्रिका के प्रसार सम्बन्धी क्रियाकलापों के निष्पादन हेतु यह विभाग महत्वपूर्ण होता है। वितरण डिपों एवं एजेन्सियों की व्यवस्था करता है तथा पत्र-पत्रिका की प्रसार संख्या बढ़ाने में लगा रहता है।

प्रेस एजेन्सी—(समाचार समिति) यह एक उद्यम है, इसका कार्य समाचार एवं समाचारों से सम्बन्धित सामग्री को एकत्रित करना, तथ्यों का प्रकटीकरण-प्रस्तुतीकरण करना है। यह निष्पक्ष समाचार, फीचर, चित्र आदि समाचार-पत्रों को प्रेषित करता है बदले में मूल्य प्राप्त करता है।

प्रसारण—(ब्राडकास्टिंग) फैलाने की क्रिया, फैलाना। समाचार गायन आदि को (ध्वनि माध्यम से) चारों ओर पहुँचाना। जैसे—आकाशवाणी सेवा।

प्रेस—प्रेस का सामान्य अर्थ प्रिन्टिंग या मुद्रणालय है, जबकि पत्रकारिता की भाषा में समाचार-पत्र या अखबार को प्रेस कहा जाता है।

पूफ रीडिंग—कम्पोज किए गये मैटर की गलतियों की सही जाँच करना।

प्राकृतिक ध्वनि—चित्र लिए जाने के समय पर ही रिकार्ड की गई श्रव्य ध्वनि।

प्राथमिक रंग— लाल, हरा और नीला।

प्रायोजित परिशिष्ट विज्ञापन—विभिन्न सरकारी या गैर-सरकारी संस्थाएँ, व्यावसायिक संगठन, राजनीतिक पार्टियाँ अपने कार्यों को जनता के सामने प्रस्तुत करने के उद्देश्य से पत्र-पत्रिकाओं में पठनीय सामग्री की सहायता से परिशिष्ट आयोजित करती हैं जो कि वास्तव में विज्ञापन का ही एक प्रमुख विधा है।

प्रिन्ट लाइन—प्रत्येक समाचार पत्र-पत्रिका में सम्पादक, प्रकाश, मुद्रक का तथा प्रकाशित होने का स्थान प्रकाशित करना कानूनन अनिवार्य है। इसे प्रेस लाइन कहा जाता है।

पूफ—छपने वाली वस्तु का नमूना जो उसकी फाइनल छपाई से पूर्व गलतियों को ठीक करने के लिए तैयार किया जाता है।

प्रिन्टर्स डेविल—छपाई की गलतियों को अंग्रेजी में डेविल कहते हैं।

प्रेस कटिंग—देखें 'कटिंग बुक'।

प्रेस विज्ञापन—वस्तुओं या नौकरी, स्थान, वर-वधू, के अलावा निजी सूचना को पत्र-पत्रिकाओं में विज्ञापन के रूप में प्रकाशित करना प्रेस विज्ञापन कहलाता है।

प्रेस कापी—(मुद्रण प्रति) पाण्डुलिपि, समाचार, लेख, आदि का सम्पादन करने के पश्चात् छपने के लिए प्रेस में दी जाने वाली कापी को प्रेस कापी कहते हैं।

प्रेस बाक्स—प्रेस के व्यक्तियों, संवाददाता, कैमरामैन आदि के लिए निश्चित स्थान जहाँ ये लोग बैठकर समाचार पत्र में प्रकाशन हेतु फोटो, समाचार आदि लेते हैं।

प्रेस चालक—(प्रेस नोट) सरकार, सरकारी विभाग, राजनीतिक दल और विभिन्न संस्थाएँ आदि अपने कार्यों, उद्देश्यों, गतिविधियों, नीतियों को जन-जन के बीच पहुँचाने के लिए प्रेस नाट जारी करती है।

प्रेस रिलीज—प्रकाशनार्थ विज्ञप्ति।

प्रेसमैन—पत्रकार।

प्रेस मेटेरियल—प्रकाशन सामग्री।

प्रेस तार प्लैश—किसी महत्वपूर्ण घटना की प्रेस तार द्वारा संक्षिप्त प्रथम सूचना भेजना, जिसका विस्तृत समाचार बाद में दिया जाता है।

प्रोपेगण्डा—सिद्धान्तों, विचारों तथा समाचार आदि का दूसरों पर संघटित रूप से प्रचार करने का कार्य।

प्रोसेस डिपार्टमेन्ट—देखें 'एनग्रेविंग कक्ष'।

प्लेटन—ट्रेडल या प्लेटन मशीन में मुद्रण का तल या कम्पोज किया हुआ फर्मा पहले मशीन में कस दिया जाता है? जो उन पर सिलेंडर स्याही फेरकर उसे नम करता रहता है जिससे मशीन चलाने पर प्लेटन या ट्रेडल फर्मे को छूकर उसका इम्प्रेशन कागज पर उतर आता है।

प्लेट—रोटरी प्रेस के अन्तर्गत छपाई हेतु प्लॉग से तैयार अर्द्धगोलाकार धातु का ढाँचा।

प्लैश—अत्यन्त आवश्यक समाचार के विषय में क्रीड पर प्रथम संक्षिप्त जानकारी।

फेस—टाइप के मुखड़े की बनावट जैसे बम्बईया, कलकतिया, बोल्ट आदि।

फाइबर ऑप्टिक केबल—श्रव्य-दृश्य सिग्नलों, ऑकड़ों और ध्वनि का वहन करने के लिए काँच के फाइबर से निर्मित तार। फाइबर केबल अधिक विस्तृत बैंड चौड़ाई (band width) के होते हैं जिससे न केवल ये मित्ययी होते हैं बल्कि सामान्य केबल की तुलना में कई गुना अधिक श्रव्य-दृश्य सिग्नलों का

वहन करने में भी सक्षम होते हैं।

फार्स—समाचार-पत्र के पहले पृष्ठ के दोनों ओर ऊपर बने बॉक्स।

फ्रीलान्सर—स्वतंत्र रूप से समाचार पत्रों में कार्य करने वाले को फ्रीलान्सर कहते हैं।

फीलर—ऐसे छोटे समाचार जो आवश्यकतानुसार पेज को भर देते हैं।

फिल्म सेटिंग—इस विधि में धातु के टाइप के प्रयोग के बिना फिल्म पर अक्षर कम्पोज करके छपाई की जाती है। यह कार्य प्रणाली दो प्रकार की होती है—

1. मोनो फोटो और इन्टर टाइप सैटर
2. लाइनों फिल्म और फोटोन लूमी टाइप।

फिल्म संवाददाता—ऐसा व्यक्ति जो फिल्म सम्बन्धी समाचार जैसे—शूटिंग, मुहूर्त व पार्टियों का समाचार देता है। कलाकारों, प्रोड्यूसरों आदि से साक्षात्कार लेता है।

फिल्म पत्रकारिता—फिल्म से सम्बन्धित सम्पूर्ण गतिविधियों, प्रतिक्रियाओं के समाचार, लेख लिखना, फिल्म की समीक्षा करना, पात्रों का तुलनात्मक व्याख्या करना, फिल्म के स्तर, प्रभाव तथा उसकी सफलता-असफलता के बारे में जानकारी देना।

फान्ट—एक ही प्रकार के अक्षर डिजाइन व आकार में जितने भी टाइप रहते हैं उन्हें समग्र रूप से फान्ट कहा जाता है। हिन्दी के पूरे एक फान्ट में 450 टाइप होते हैं।

फिल्म सम्पादक—ऐसा व्यक्ति जो फिल्म तथा रंगमंच से सम्बन्धित समाचारों तथा विचारों का चुनाव करता है और समाचार-पत्र में फिल्मों एवं रंगमंच के लिए निर्धारित जगह या पृष्ठ का प्रमुख होता है।

फ्लैग—समाचार पत्र-पत्रिका के मुख्य पृष्ठ पर पत्र का नाम यानी पटिका।

फ्लैश—न्यूनतम संभव शब्दों में नवीनतम (धमाकेदार) और सर्वाधिक महत्वपूर्ण समाचार प्रस्तुत करना। इनका प्रयोग प्रायः चुनाव या खेल समाचारों में किया जाता है।

फौरी समाचार—उपग्रह टी.वी. प्रणाली में कृत्रिम उपग्रह से टीवी सिग्नल प्राप्त किए जाते हैं। इस प्रणाली में स्थानीय और लंबी दूरी की टेलीफोन सेवाएं तथा इंटरनेट और वीडियो सेवाएं भी उपलब्ध होती हैं। उपग्रह टीवी या निजी केबल टी वी प्रणाली उन विनियमों से मुक्त होती हैं जो फ्रेन्चाइज्ड केबल टीवी प्रणाली के लिए लागू होते हैं।

फोलो—अंग्रेजी के फोलो-अप (Follow-up) का संक्षिप्त रूप — फोलो-अप अर्थात् अनुवर्ती समाचार में मुख्य घटना के बाद हुए परवर्ती घटना-क्रम को सिलसिले वार ढंग से प्रस्तुत करना निहित है।

फाइल—संवाददाता अथवा समाचार समिति द्वारा प्रेषित समाचार को समाचार फाइल कहा जाता है।

फालो अप—किसी समाचार पत्र के विषय में नई जानकारी प्राप्त करने की कोशिश करना, समाचारों का अनुवर्तन करना।

फोलियो—पत्र-पत्रिका की मुद्रित पृष्ठ संख्या।

फोलिया लाइन—पृष्ठ के ऊपर की वह पंक्ति जिसमें पत्र का नाम, पृष्ठ संख्या, दिनांक और संस्करण अंकित रहती है।

फोल्ड—समाचार पत्र के मोड़ने वाले भाग को फोल्ड कहते हैं।

फोर्थ स्टेट—इस शब्द का प्रयोग सर्वप्रथम ब्रिटेन के राजनीतिक बर्क ने किया था। व्यवस्थापिका, कार्यपालिका, न्यायपालिका के पश्चात् चौथा महत्वपूर्ण स्थान लोकतन्त्र में पत्रकारिता को दिया गया है। अतः इसे फोर्थ स्टेट कहा जाता है।

फीचर—किसी समाचार को या उसमें दर्शाये गये किसी विशेष कोण को मनोरंजक शैली में उजागर करना/लघु लेख। इसे गद्य गीत, रूपक आदि भी कहते हैं।

फोरमैन—कम्पोज विभाग का मुख्य व्यक्ति फोरमैन के नाम से जाना जाता है।

फोल्डिंग—छपे फर्मों को पृष्ठानुसार मोड़ने की प्रक्रिया, उइसे मँजाई भी कहते हैं।

फीचर फिल्म—किसी घटना पर आधारित लघु फिल्म को फीचर फिल्म कहते हैं।

फीचर राइटर—फीचर लिखने वाला व्यक्ति।

फीचर सिण्डीकेट—(रूपक सिण्डीकेट) ऐसी संस्थाएँ जो पत्र-पत्रिकाओं, रेडियों आदि को ससती दरों पर फीचर, व्यंग्य-चित्र, चार्ट और नक्शों इत्यादि मूल्य लेकर प्रेषित करती हैं।

फैसीमेल फोटो—फैसीमाईल पद्धति से (जिसमें रेडियों संकेतों की सहायता ली जाती है।) भेजा गा चित्र।

फैसीमाइल—संदेश प्रदान करने का एक जरिया। इस प्रणाली में एक छोर से रेडियों तरंगों से भेजी गई सूचना या समाचार दूसरे छोर तक स्वतः ही मुद्रित हो जाती है।

फोटो पत्रकारिता—लेख व समाचार से सम्बन्धित घटनास्थल का जीवन्त फोटो लेना। पृष्ठानुसार फोटो की साईज बनाना, ब्लाक तैयार करवाना, समय व समाचार के महत्व के अनुसार फोटो का चयन करना आदि।

फोटो ग्रेव्योर—इसकी प्लेट हाफटोन की तरह उभरी न होकर गड्ढेदार होती है तथा मुद्रणतल खुदा हुआ या नीचा होता है। खुदे भाग में स्याही भरी रहती है, जिससे बाद में कागज पर इसका चित्र उतार लिया जाता है। कागज जब छपता है तो उस पर निचले भागों में भरी हुई स्याही के अक्षर ही छपते हैं। आजकल आधुनिक ग्रव्योर प्रणाली को फोटो ग्रेव्योर कहते हैं क्योंकि इसमें फोटोग्राफी तथा इन्टेंग्लियो प्रणाली दोनों की मिलावट होता है।

फोटो लीथोग्राफी—इसके अन्तर्गत फोटोग्राफी और लीथोग्राफी दोनों ही प्रणालियों का प्रयोग होता है। इस समय आफसैट प्रणाली का प्रचलन अधिक है। वास्तव में वह एक तरह से फोटो लीथोग्राफी ही है। इसके लिए रोटररी मशीनों का प्रयोग किया जाता है। इसकी खास विशेषता है कि इसमें मुद्रण तल उठा हुआ या ग्रेव्योर की तरह नीचे धँसा हुआ नहीं होता है।

फोल्डर—समाचार-पत्र का वह मोड़ जहाँ उसकी तह रहती है। एक कागज की दो मोड़ देकर तैयार की गयी वह प्रति जो हाथों में आसानी से आ जाए। किसी विषय पर सार रूप में प्रकाशित विज्ञप्ति को भी फोल्डर कहा जाता है।

बाँडी—इन्ट्रो के पश्चात समाचार के बचे हुए भाग को बाँडी कहते हैं।

बाक्स हेडिंग—समाचार को विशेष महत्व देने के लिए उसके हेडिंग को सादे या बेल-बूटेदार बार्डर से घेर दिया जाता है।

बंगाल गजट— भारत में प्रकाशित होने वाला प्रथम समाचार-पत्र। सन् 1780 में मि० जेम्स आगस्ट हिस्की ने आंग्ल भाषा में कोलकाता से इस प्रकाशित किया था। इसे 'हिक्की गजट' और 'कोलकाता जनरल एडवाइजर' के नाम से भी जाना जाता है।

ब्लोअप—मुद्रित सामग्री या चित्र को बढ़ाना।

बाई लाइन—समाचार के शुरू में या ऊपर दिया जाने वाला संवाददाता का नाम या विशेष संकेत।

बाइट—ऑडियो रिकार्डिंग की एक इकाई जिसे वीडियो क्लिप के साथ चलाया जाता है। तकनीकी शब्दों में यह एक 'शब्द' है जिसमें आठ बिट होते हैं।

बार्डर—लेख, समाचार या विज्ञापन के चारों ओर सुन्दरता तथा सजावट के लिए प्रयुक्त होने वाला बेलबूटों का टाइप (रूल) बार्डर कहलाता है।

बॉक्स—एक निर्धारित सीमा-रेखा के अंदर दी गई संक्षिप्त समाचार सूचना। समाचारों को सर्वोच्च प्राथमिकता प्रदान करने के लिए उन्हें बॉक्स में रखा जाता है।

ब्लॉक—शीशा, ताँबा आदि धातुओं का प्लेट जिसमें चित्र उतारकर टाइपों के साथ छपने योग्य बना दिया जाता है।

बुलोटिन—अधिकृत सूचना, प्रमुख घटनाओं या रोगी की स्थिति व मौसम सम्बन्धी सूचना को बुलोटिन कहते हैं।

बुकलेट—(छोटी पुस्तिका) जो कम पन्नों की होती है और हाथ में आसानी से आ जाती है।

बैक—देखें 'डैक'।

बैनर— इसे मुख्य रूप से बैनर मुख्य लाइन (Banner head line) के नाम से जाना जाता है। यह प्रायः बहुत महत्वपूर्ण अवसरों/घटनाओं के लिए प्रयुक्त किया जाता है जो पाँच से आठ कॉलमों में वर्णित हों। (पृष्ठ शीर्षक) पूरे पेज एक सिर से दूसरे सिरे तक फैला कर दिया गया शीर्षक। इसे 'स्टीमर' और 'रीबन' भी कहा जाता है।

ब्यूरो—देश या प्रदेश की राजधानी या किसी बड़े शहर में समाचार समिति एवं समाचार-पत्र का समाचार संग्रह केन्द्र।

ब्रोशर—यह फ्रेंच शब्द है, जो छोटी पुस्तिका के लिए प्रयोग किया जाता है। यह किसी विषय पर सार रूप में लिखी जाती है।

ब्रेल पत्रकारिता—दृष्टिहीनों को छूकर पढ़ने के लिए बनाई गई विशेष लिपि (इसमें अक्षर उभरे हुए होते हैं) में पत्र प्रकाशित करना ब्रेल पत्रकारिता कहलाती है।

बीबीसी—ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉरपोरेशन।

बीटाकैम—बीडियो फॉर्मेट सिस्टम आधा इंच।

बीटीफ— बोल्ड टाइप फेस (मोटा टाइप) का संक्षिप्त रूप। यह सामान्य फेस की तुलना में अधिक चौड़ा और गहरा होता है जिससे अक्षर अधिक उभार युक्त और स्पष्ट छपते हैं। बोल्डफेस का संक्षिप्त रूप बी० एफ० कहलाता है।

बीट—समाचार संकलन के रिपोर्टर का नियमित अथवा प्रमुख कार्यक्षेत्र उसकी बीट कही जाती है। उदाहरण के लिए अपराध, अदालत, विश्वविद्यालय,

राजनीति पुलिस आदि। 'एक्सक्ल्यूसिव' अथवा 'स्कूप' को भी बीट कहते हैं। रिपोर्टों को समाचारों के दैनिक कवरेज के लिए आवंटित स्थान/ संगठन/ विभाग।

ब्लाइंडइन्टर व्यू—ऐसा साक्षात्कार जिसमें साक्षात्कार देने वाले का परिचय गुप्त रखा जाता है। पहचान के स्थान पर 'जानकार सूत्रों के अनुसार', 'निकवर्ती सूत्रों के अनुसार' लिख दिया जाता है।

भेंटवार्ता—किसी राजनेता, संगठन का अध्यक्ष, कलाकार, कवि लेखक आदि से व्यक्तिगत रूप से मिलकर बातचीत करके इच्छित विषय में जानकारी प्राप्त करना।

भेंट वार्ताकार—भेंटवार्ता(इन्टरव्यू) करने वाला व्यक्ति।

मध्यम शॉट—कम दूरी से किया गया शॉट जिसमें प्रस्तुतकर्ता के कमर तक का भाग दिखाई देता है।

मृत क्षेत्र—इसे अंध क्षेत्र (Blind spot) भी कहते हैं। यह ऐसे क्षेत्र को सूचित करता है जिसका अभिग्रहण अत्यधिक कठिन हो।

मल्टीप्लेक्स— किसी एक ही संचार चैनल पर दो या दो से अधिक सिग्नलों का एक साथ ट्रान्समिशन।

महाप्रबन्धक—(चीफ-मैनेजर) प्रबन्ध विभाग का प्रमुख महाप्रबन्धक होता है।

मास्टर-हैंड—मुद्रण रेखा जिसमें प्रकाशक, प्रकाशन-स्थल, मुद्रक, सम्पादक का नाम रहता है।

मेट मैट्रिक्स—वह मोटा गत्ता जिस पर चेस में जमे पृष्ठ की छाप उभारकर उससे सीसी की प्लेट ढालते हैं।

मशीन प्रूफ—छपने हेतु तैयार पृष्ठ का अन्तिम प्रूफ।

मेकअप—सामचार-पत्र का भौतिक स्वरूप। पत्र के पृष्ठ पर समाचारों, चित्रों, स्केचों इत्यादि की मनोहारी साज-सज्जा करना।

माग्यु—समाचार-पत्र का सन्दर्भ पुस्तकालय जहाँ विभिन्न प्रकार की कटिंग, चित्र किताबें, इत्यादि सुरक्षित रखी जाती हैं। मिस्टर रंगास्वामी पार्थसारथी के अनुसार—फ्यह राष्ट्रीय-अन्तर्राष्ट्रीय स्तर के प्रमुख स्वर्गीय व्यक्तियों से सम्बन्धित सामग्री का स्टोर हाउस कहा है।ह (बेसिक जसर्नसिलज्म पेज नं०

मिश्रण—एक शॉट का लोपन या अवमंदन और दूसरे शॉट का अत्यधिक स्पष्ट होना तथा पहले शॉट का दूसरे शॉट के साथ आमेसन।

मोर—मोर शब्द का प्रयोग जब किसी समाचार को एक पृष्ठ पर पूरा न होने पर अगले पृष्ठ पर जारी रखने के लिए संकेत शब्द के रूप में होता है।

मुफस्सिल—जिले एवं तहसील समाचारों के लिए इसका प्रयोग किया जाता है।

मार्जिन—छपे हुए मैटर के चारों ओर का खाली स्थान।

मर्मस्पर्शी—भावनात्मक अपील के साथ प्रस्तुत समाचार विवरण जो मानव मात्र के सामान्य हित में होते हैं।

मशीन मैन्—मुद्रण-यंत्र पर कार्यरत मुख्य व्यक्ति।

मैक-रेडी—मुद्रण के पूर्व कागज पर अक्षरों के समान दबाव ब्लाक सुस्पष्ट उभार तथा स्याही की एक रूपता की कमी को ठीक करके मशीन को मुद्रण हेतु तैयार कर लेने को मैक-रेडी कहते हैं।

मैस्युस्क्रिप्ट—लेखक के द्वारा प्रेषित पाडुलिपि।

मैटर—मुद्रण हेतु लेख, संवाद इत्यादि मैटर कहलाते हैं।

मास मीडिया—जनसम्पर्क हेतु अमेरिका में प्रचलित शब्द। जनता को सूचना देने के माध्यमों को मास मीडिया कहते हैं। इसे प्रचार माध्यम भी कहा जाता है।

मासिक पत्रिका—नियमित रूप से हर महीने प्रकाशित होने वाली पत्रिका।

माहनामा—फारसी भाषा में मासिक पत्रिका को 'माहनामा' कहा जाता है।

मानहानि—मौखिक, लिखित या इशारों के द्वारा किसी का अपमान करना। यह कानूनी अपराधी भी है। भारतीय संविधान के अनुसार अपराधी को सजा या जुर्माना, या दोनों में दण्डित किए जाने की व्यवस्था है।

मीट दी प्रेस—(प्रेस से भेंट) पत्रकार सम्मेलन। पहले-पहल इसका प्रयोग अमेरिका में होता था, अब सभी देशों में प्रयुक्त होता है।

मीडिया—माध्यम, सम्पर्क, सूचना, समाचार।

मीडिया सेन्टर—सम्पर्क-केन्द्र, सूचना-केन्द्र व समाचार-केन्द्र या समाचार देने वाला निश्चित स्थान।

मुखड़ा—देखें 'इन्द्रो'।

मुख्य पंक्ति—(हैड लाइन) दो-तीन वाक्यों में समाचार का ऐसा शीर्षक जिससे पाठक या श्रोता को समाचार की संक्षिप्त जानकारी मिल जाए।

समाचार-पत्र में समाचार के पूर्व-मोटे टाइप में, टी०वी०, रेडियों पर भी कुछ पंक्तियों में यह प्रस्तुत की जाती है ताकि जनता का ध्यान तेजी से आकर्षित हो।

मुख पृष्ठ-(फ्रन्ट-पेज) समाचार पत्र-पत्रिका का पहला प्रमुख पेज। समाचार-पत्र के प्रथम पेज पर समाचार होते हैं, जबकि पत्रिका के मुख पेज पर कवर होता है, जिस पर चित्र तथा अन्तर्निहित कुछ प्रमुख समाचारों के हेडिंग होते हैं।

मुख्य कार्यालय संवाददाता-ये विशेष संवाददाताओं के पश्चात् दूसरी श्रेणी में आते हैं।

मुख्य समाचार छायाकार-वह व्यक्ति जो एक या एक से अधिक प्रूफ शोधकों के कार्यों का विवेचन-विश्लेषण करता है।

मुख्य समाचार-पृष्ठ-समाचार-पत्र का प्रथम पृष्ठ, जिसमें प्रमुख समाचार होते हैं।

मुद्रक-पत्र पत्रिका को छापने वाला व्यक्ति, संस्था या प्रेस का मालिक।

मुद्रण-(प्रिंटिंग) कागज, कपड़े, रेकार्ड या अन्य उपयुक्त वस्तुओं पर प्रतिकृति अंलन और स्याही तथा दाब की सहायता से उस प्रतिकृति को भारी संख्या में उतारने के कार्य को मुद्रण कहते हैं।

मुद्रण-कक्ष-जहाँ समाचार-पत्र मुद्रित होता है, मोड़ा जाता है और वितरण हेतु प्राप्त होता है, उसे मुद्रण-कक्ष कहते हैं।

मुद्रण-रूप-(टाइपोग्राफी) विभिन्न प्रकार के टाइपों के विभिन्न आकार के (फेस) मिले-जुले रूप को मुद्रण रूप कहा जाता है।

मुद्रण व्यवस्थापक-मुद्रण सम्बन्धी सभी कार्यों को नियन्त्रित करने वाला व्यक्ति।

मुद्रण-रेखो- देखें 'प्रिन्ट-लाइन'।

मुद्रणखाना-छापाखाना।

मुद्रांकित- मुद्रांकित किया हुआ या मुद्रांकरण किया हुआ।

मुद्रांकण-मुद्रण की सहायता से छापने का काम, छपाई।

मुद्रा-मोहर, टाइप के ढले हुए अक्षर, छापने की विविध लिपियों में से एक।

मुद्रा-अक्षर-(टाइप) शीशे के ढले अक्षर।

मुद्रित-मुद्रण किया हुआ, छपा हुआ।

मुद्रायोजक—(कम्पोजीटर) टाइपों से कम्पोजिंग का कार्य करने वाला व्यक्ति।

मध्यपत्नी सजावट—समाचार-पत्र/पत्रिका में ठीक बीच में स्थित दो पृष्ठ।

मुफ़्फ़िसल संवाददाता—देखें 'नगरेतर संवाददाता'।

मैगजीन—देखें 'पत्रिका'।

मोनो कम्पोजिंग— मशीन द्वारा कम्पोजिंग पद्धति। इसमें टंकण पद्धति में वंछित मैटर पंच करके कास्टिंग मशीन द्वारा ढला हुआ टाइप प्राप्त कर लिया जाता है।

युद्ध संवाद—युद्ध के समाचार।

युद्ध संवाददाता—युद्ध सम्बन्धी समाचारों को देने वाला व्यक्ति।

येलो जर्नलिज्म— देखें 'पीत पत्रकारिता'।

रपट—रिपोर्ट का बिगड़ा रूप 'रपट' है।

रन ओवर—किसी समाचार को एक पृष्ठ से दूसरे पृष्ठ तक ले जाना।

रायटर—इंग्लैंड की समाचार समिति। यह विश्व की जानी-मानी छः प्रमुख संवाद समितियों में से एक है।

रिबन—देखें 'बैनर'।

रिलीज—प्रेस-विज्ञप्ति अथवा हैंड-आउट। प्रकाशन सामग्री, समाचार के प्रकाशन हेतु अनुमति प्रदान करना तथा पुस्तक, पत्र-पत्रिका का विमोचन।

रीडरशिप—पाठक-संख्या। किसी समाचार पत्र के पाठकों की संख्या का अनुमान लगाना।

रीराइट—सम्पादन के पश्चात् उसे पुनः लिखना।

रूल—धातु की बनी टाइप की ऊँचाई के बराबर की पतली पट्टी, जो पंक्तियाँ छापने के काम में आती हैं। यह कई प्रकार की होती हैं। यह डिजानदार और सजावटी होती है।

रश—समाचार सीमित द्वारा प्रेषित महत्वपूर्ण समाचार के लिए निर्धारित संकेत तथा कॉपी पर मुद्रण कक्ष के लिए दिया जाने वाला संकेत जिसका अर्थ होता है कि इस समाचार को प्राथमिकता देते हुए कम्पोज किया जाए।

रन—देख 'बीट'।

रांगफान्ट—कम्पोजिंग में टाइप का गलत प्रयोग। यानी जिस टाइप में सामग्री कम्पोज की जा रही है उससे भिन्न टाइप का प्रयोग किया गया है।

रोमन—सीधे अक्षर।

रोलर—छपाई के समयर फर्मे पर स्याही लगाने वाला बेलन।

रिपंच—समाचार भेजने वाले केन्द्र से पुनः प्रेषण।

रविवारीय पत्र—नियमित रूप से रविवार को प्रकाशित होने वाला पत्र।

रायल्टी—(स्वामित्व) किसी लेखक या संस्था को उसकी रचना से होने वाली आय के निश्चित अंश को रायल्टी कहा जाता है।

रिपोर्ट—किसी घटना की विस्तार पूर्वक व्याख्या जो प्रकाशन हेतु भेजा जाता है।

रिपोर्ताज—यह फ्रांसीसी शब्द है। अंग्रेजी शब्द रिपोर्ट से इसका सीधा सम्बन्ध है। रिपोर्ट किसी घटना के यथासाध्य वर्णन को कहते हैं। यह समाचार-पत्र-पत्रिका के लिए लिखी जाती है। रिपोर्ट को कलात्मक और साहित्यिक कलेवर प्रदान करके रिपोर्ताज लिखा जाता है। रिपोर्ताज घटना प्रधान होने के साथ ही तथ्यों से भी युक्त होता है।

रूपक—देखें 'फीचर'।

रिसाला—उर्दू में पत्रिका या मैगजीन को रिसालार कहा जाता है।

रेखाचित्र—(स्केच) रेखाओं से बने चित्र। फीचर को भी साहित्यिक भाषा में रेखाचित्र के आस-पास की विधा मानी जाती है।

रेडियों पत्रकारिता—रेडियों के लिए लेखन, रेडियों पत्रकारिता कही जाती है इसकी रचनाओं में विशेष लेखन कहा, भाषा-शैली का प्रयोग किया जाता है। जो सरल-सहज प्रवाहपूर्ण तथा छोटे-छोटे वाक्यों से युक्त होती है, क्योंकि रेडियों को सिर्फ सुना जा सकता है।

रेडियों वार्ता—(रेडियों टॉक) समसामयिक महत्व वाले विषयों पर, विषय से सम्बन्धित व्यक्ति के द्वारा लेख इस प्रकार प्रसारित किया जाता है, जैसे प्रस्तुतकर्ता श्रोता से वार्तालाप कर रहा हो।

रोटरी—इस मशीन का मुद्रणतल तथा कागज वाला तल दोनों की बेलनाकार होता है जो विपरीत दिशा में घूमते हुए मुद्रण कार्य को सम्पन्न करता है। मुद्रण बेलनाकार रूप देने के लिए एक खास तरह के मैट या मोटे कार्ड का प्रयोग किया जाता है और रोलड मशीन की सहायता से मुद्रण तल का दबा बेलनाकार प्लेट में दे दिया जाता है। इस मशीन में कागज के गोल-गोल बंडल काम में आते हैं। कागज बंडल से आवश्यकतानुसार खुलता है और समाचार-पत्र छपकर, कटकार, मुड़कर दूसरी ओर निकल जाता है। इस मशीन की खास

विशेषता यह है कि 35-40पृष्ठों के अखबार की 50000 प्रतियाँ एक घंटे में छपकर तैयार हो जाती है।

लाइनों टाइप—पूरी लाइन को एक साथ कम्पोज करने की विधि।

लाइन ब्लाक—लाइनों से बने चित्र का ब्लाक। ब्लाक की लाइनों को खरोचकर उभारा जाता है।

लाग बुक—सम्पादकीय विभाग के प्रतिदिन की सूचना लिखने का रजिस्टर।

लोपन या अवमंदन— यह किसी चित्र का चमकीलापन धीरे-धीरे समाप्त होकर उसके क्षीण होते जाने की प्रक्रिया है। इस प्रक्रिया का उपयोग दृश्य से दर्शकों का ध्यान हटाने के लिए किया जाता है।

लिथो प्रेस—पत्थर द्वारा छपाई का यंत्र जिसमें टाइप का प्रयोग नहीं होता।

लेड—दो पंक्तियों को दूर रखने के लिए बीच-बीच में स्पेस डालने को लेड कहते हैं।

लीड—समाचार का चरम बिन्दु, जिसे प्रथम पैरा के अन्तर्गत दिया जाता है। इसमें समाचार का सार निहित रहता है। लीड का दूसरा अर्थ प्रथम, द्वितीय, तृतीय आदि शार्पिक भी होता है।

लोक सम्पर्क—जनमत निर्माण की कला तथा विज्ञान।

लेबल हेड—समाचार का वह शीर्षक जिसमें प्राणवत्ता व सजीवता का अभाव रहता है।

लेगमैन—इधर उधर घुमकर तथ्यों को एकत्रित करने वाला संवाददाता परन्तु वह समाचार नहीं लिखता है। टेलीफोन द्वारा या समाचार-पत्र के आफिस में स्वयं जाकर जानकारी दे देता है।

लाइनेज—मुद्रित सामग्री की पंक्तियों के आधार स्वतन्त्र पत्रकार को किया जाने वाला भुगतान। ऐसे पत्रकार की कॉपी को लाइनेज कॉपी कही जाती है।

लघु पत्रिका—व्यावसायिक पत्र-पत्रिकाओं को छोड़कर कई पत्रिकाएँ छोटे आकार की होती हैं। इनका क्षेत्र सीमित होता है मसलन साहित्यिक और विषयोपयोगी। इन विचारधारा पर आत्यधिक बल दिया जाता है।

लाइन हॉपटोन ब्लाक—ऐसे ब्लाक जिनका कुछ हिस्सा हापटोन पद्धति का अर्थात् स्क्रिनिंग लिए हुए तथा कुछ हिस्सा लाइन पद्धति का होता है। यह ज्यादातर खास उद्देश्य से बनाये गये चित्रों से ही बनते हैं जिनमें फोटो एवं रेखाचित्र दोनों दिखाने होते हैं।

लाइव—किसी घटना या कार्य का यथास्थिति सीधा प्रसारण

लाइनों कम्पोजिंग—मशीन द्वारा कम्पोजिंग पद्धति। इस विधि में टंकण पद्धति से एक पूरी लाइन पंच करके कास्टिंग मशीन द्वारा दूसरी तरफ पूरी ही ढले हुए टाइपों की लाइन प्राप्त हो जाती है।

लीडिंग आर्टिकल—अग्रलेख।

लीथोग्राफर—लीथोग्राफी की छपाई का काम करने वाला।

लीथोग्राफी—इस विधि के अन्तर्गत छपाई हेतु मशीन में एक खास पत्थर को काम में लिया जाता है, जो गीली कर दिए जाने पर लीथो की विशिष्ट स्याही को गीली जगह पर जमने नहीं देता है। इस तरह की मशीन में दो तरह के रोलर होते हैं एक स्याही देने वाला दूसरा पत्थर के स्थान पर अल्यूमीनियम या जस्ते की चदरों का प्रयोग होता है। लीथों से छापे जाने वाले मैटर को एक खास तरह के कागज पर विशेष किस्म की स्याही से छपा जाता है।

ले—आउट— देखें 'डमी'।

लेखक—ग्रन्थ, कविता, लेख पत्र आदि लिखने वाला व्यक्ति।

लेखने—लिखने का काम, लिखने की कला।

लेटर प्रेस—(टाइपोग्राफिक प्रणाली) स्याही चढ़ाने तथा दाब से किसी कम्पोज किए हुए मैटर को उभरे हुए टाइप द्वारा मुद्रण विधि को लेटर प्रेस प्रिंटिंग कहते हैं। इसके अन्तर्गत उपयोगी मशीनें तीन प्रकार की हैं—(1) प्लेटने (ट्रेडल), (2) सिलेण्डर, (3) रोटरी मशीनें।

लेड मोल्ड—लेड ढालने का साँचा।

लोक-अप—वह पृष्ठ जो किसी संस्करण में नया नहीं बनता। पृष्ठ की अन्तिम संभार, फरमे को करना।

लोकअर केस—अंग्रेजी के छोटे अक्षरों में लिखा हुआ।

लोकमत—(पब्लिक ओपिनियन) जनता का मत, जनता के द्वारा समर्थन या विरोध करना लोकमत कहलाता है।

लोकमत के साधन—समाचार-पत्र, रेडियों, टेलीविजन, फिल्म, प्रचार साहित्य, सार्वजनिक रचनाएँ, रैली, प्रदर्शन, धरना इत्यादि लोकमत के साधन होते हैं।

वर्णन—बयान, कोई बात, व्यौरेवार कहना।

वर्णनात्मक समाचार—ये वर्णन प्रधान समाचार होते हैं तथा इनका संबंध किसी घटना या समारोह से होता है। संवाददाता जो कुछ देखता-सुनता है वैसा ही वर्णन कर देता है।

वक्तव्य—कहने योग्य, कथन, किसी विषय में कहने योग्य बात, कथनीय बात।

वर्गीकृत विज्ञापन— ऐसे विज्ञापन जिनमें सामान्य, सूचना, मृत्यु सूचना, खरीद-बिक्री की सूचना, मकान किराये पर देने की सूचना, निविदा सूचना, नाम बदलने की सूचना, अध्यापक-अध्यापिकाओं की जरूरत की सूचना, प्रमाण-पत्र खोने की सूचना, विवाह-भोज, मंडन आदि की सूचना पैसा लेकर प्रकाशित की जाती है उसे वर्गीकृत विज्ञापन कहते हैं।

वाकियानवीस—यह फारसी शब्द है। जिसका अर्थ संवाददाता होता है।

वर्धमान विशिष्ट—ऐसे समाचार जो कई दिनों तक प्रकाशित होते हैं तथा चर्चा में रहते हैं। जैसे—किसी बड़े नेता की मृत्यु पर शोक संवेदना, सन्धि-समझौता, बाढ़-तूफान, भूकम्प, दंगे, नरसंहार, चुनाव आदि के समाचार।

वाणिज्य पत्रकारिता—वित्त, व्यापार, उद्योग, वाणिज्य से सम्बन्धित गतिविधियों और प्रतिक्रिया को लिखना, भाव तेजी-मन्दी, बचत-बजट आदि की सूचना देना, समीक्षा करना आदि वाणिज्य पत्रकारिता कहलाती है।

वायर एजेन्सी—समाचार समिति को प्रारम्भिक दौर में वायर एजेन्सी कहा जाता था।

वाणिज्य सम्पादक—वह व्यक्ति जो वित्त, व्यापार, उद्योग, वाणिज्य सम्बन्धी समाचारों, लेखों का चयन करता है, प्रतिक्रिया व्यक्त करता है, समीक्षा लिखता है, सम्बन्धित संवाददाताओं-उपसम्पादकों के कार्यों का बँटवारा करता है तथा कार्य का निरीक्षण करता है। वाणिज्य सम्पादक कहलाता है।

व्हाइट प्रिन्ट—यह कागज समाचार-पत्र के आलावा अन्य छपाई के काम आता है। इसका रंग सफेद होने के कारण इसे व्हाइट प्रिन्ट कहा जाता है।

वाणिज्य संवाददाता—वित्त, व्यापार, उद्योग, बाजार भाव से सम्बन्धित समाचारों, विचारों और प्रतिक्रियाओं के समाचार देता है।

विजुआल ले आउट— टेलिविजन दिखाने योग्य दृश्यों की झलक।

विज्ञापक—(एडवारटाइजर) विज्ञापन करने वाला।

विज्ञप्ति— इशतिहार, सूचना समाचार या वक्तव्य की घोषणा, सूचित करने की क्रिया।

विज्ञापन—इशितहार, सूचना, समझाना, किसी वस्तु के विक्रय हेतु उसका प्रचार करना, उसके गुणों का बखान करना। विज्ञापन मुद्रित, श्रव्य-दृश्य व सभी माध्यमों द्वारा किया जात है।

विज्ञापन एजेन्सी—यह संस्था अपने विज्ञापनदाताओं से धन लेकर विज्ञापन प्राप्त कर अपने साज-सज्जाकारों से तैयार करवाकर, उचित माध्यम का चुनाव करके पत्र-पत्रिका, फिल्म, पोस्टर, रेडियों, टेलीवीजन, बोर्ड होर्डिंग्स आदि के द्वारा विज्ञापित करती है।

विज्ञापनदाता-पत्र-पत्रिका—विज्ञापन का अखबार, विज्ञापन का इशितहार आदि।

विज्ञापन पुस्तिका—वह पुस्तिका जिसमें विक्रय वस्तुओं का परिचय (सूची पत्र) होता है।

विज्ञापन प्रतिनिधि—जनसंचार के सभी माध्यम अपने यहाँ ऐसे व्यक्तियों को नियुक्त करती हैं तथा जो व्यावसायिक संगठनों, कार्यालयों, सिनेमा, विभिन्न संस्थाओं, उत्पादकों आदि से अपने माध्यम हेतु विज्ञापन प्राप्त करते हैं।

विज्ञापन माध्यम—समाचार-पत्र-पत्रिकाएँ, पोस्टर, हैन्डबिल, बुलेटिन, बोर्ड, पम्पलेट, नियोनसाइन, रेडियों, टी.वी., स्लाइड, बसों, रेलव स्टेशनों पर विज्ञापन, कैलेन्डर, डायरी, सैम्पल आदि के द्वारा विज्ञापन किया जाता है।

विज्ञापन विभाग—पत्र-पत्रिका, श्रव्य-दृश्य माध्यमों के कार्यालय में विज्ञापन विभाग एक महत्वपूर्ण विभाग होता है। इसे मीडिया का रीढ़ या प्राणवायु माना जाता है, क्योंकि इससे आय होती है विज्ञापन के आभाव में मीडिया प्राणहीन हो जायेगा। यह विभाग विज्ञापन मँगवाने से लेकर कौन सा विज्ञापन कहाँ जाएगा कितनी धनराशि एक विज्ञापन का लेना है आदि की सम्पूर्ण देख-रेख करता है।

विज्ञापन व्यवस्थापक—विज्ञापन विभाग का पूरी तरह से देख-भाल करना व मार्गदर्शन वाला व्यक्ति विज्ञापन व्यवस्थापक कहलाता है।

विज्ञापित—जिसका विज्ञापन किया गया हो।

विज्ञापित पत्रक—प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों को दी जाने वाली प्रचार सामग्री।

विदेश संवाददाता—ये विदेशों में रहकर अपना समाचार वहीं से भेजते हैं।

विशेष संवाददाता—ये लोग समाचारों के संचालन के साथ ही उसका विवेचन विश्लेषण भी करते हैं। कुछ विशेष संवाददाता प्रमुख नगरों में नियुक्त होते हैं तथा कुछ विशेष संवाददाता विशेष-समाचारों के संकलन हेतु नियुक्त किए जाते हैं। जैसे—फिल्म, खेलकूद, युद्ध, सांस्कृतिक गतिविधियाँ, संसद या विधान सभा के अधिवेशन इत्यादि के समाचारों भेजने के लिए या संकलित करने के लिए।

विशेषांक—पत्र-पत्रिका का विशेष अंक जो किसी विशेष अवसर, विशेष दिन, त्योहार, राष्ट्रीय-पर्व आदि के विषय पर प्रकाशित की जाती है।

व्यंग्यचित्र—देखे 'कार्टून'।

विशेषीकृत समाचार—सामान्य रुचि के समाचारों के अलावा समाचार-पत्र-पत्रिका में कुछ समाचार विशेष वर्ग की रुचि को ध्यान में रखते हुए प्रकाशित किया जाता है। जैसे—खेलकूद, व्यापार-वाणिज्य, साहित्य, महिला जगत, संगीत, नृत्य, कानून, यूनियन, शिक्षा, सिनेमा, विज्ञान इत्यादि। इन समाचारों को ही विशेषीकृत समाचार कहा जाता है।

वीकली न्यूज—विश्व का पहला नियमित समाचार-पत्र जो सन् 1620 ई० में अंग्रेजी भाषा में प्रकाशित हुआ था। इस पत्र के सम्पादक नेथानिक बटलर थे। उन्होंने एमस्टर्डम से इसे निकाला था।

व्यंग्य चित्रकार—(कार्टूनिस्ट) वह रेखा-चित्रकार जो समाचारों और घटनाओं की व्यंग्यचित्रों के माध्यम से व्याख्या करता है। पाठक के सामने एक ही झलक में समाचार एवं घटना का मनोरंजक तत्व प्रकट हो जाता है उसके चित्रों के द्वारा।

व्यवस्थापक—प्रबन्ध करने वाला, निर्णय लेने वाला, किसी भी विषय की समस्याओं को समझकर उचित निर्णय लेने वाला। पत्र-पत्रिका के कार्यालय में कार्यरत कर्मचारियों को देख-रेख, कार्यों का बँटवारा, निरीक्षण, सम्पादन व्यवस्था को करने वाला व्यक्ति।

व्याख्यात्मक समाचार—किसी समाचार का वर्णन करते हुए पूर्ण जानकारी देना। घटना क्यों घटी? इसका क्या प्रभाव पड़ सकता है, घटना की पृष्ठभूमि क्या है? आदि की विभिन्न कोणों से व्याख्या करके जानकारी प्रदान करना व्याख्यात्मक समाचार कहलाता है।

व्याख्यान—व्याख्यान करना, टीका करना, भाषण।

व्यापी समाचार—(स्प्रेडन्यूज) ऐसे समाचार जो अपने महत्व और प्रभाव के कारण समाचार-पत्रों में विशिष्ट स्थान पाते हैं। कभी-कभी ये समाचार इतने व्यापक होते हैं कि इन समाचारों के खण्डन, प्रतिक्रिया और प्रभाव से सम्बन्धित दूसरे समाचार भी देने पड़ जाते हैं।

विज्ञप्ति-पत्रक—लिखित सामग्रियों के लिए प्रयुक्त सामान्य शब्द।

शेड्यूल—समाचारों की तालिका, महत्वपूर्ण समाचारों की सूची।

श्वेत-श्याम—श्वेत और श्याम (Black and White)।

शावक—नये प्रेस रिपोर्ट, नौसिखिया प्रेस रिपोर्टर, कनिष्ठ प्रेस रिपोर्टर।

सोविन्डो—(प्रदर्शन वातायन) समाचार-पत्र के प्रथम पृष्ठ को शोविन्डो कहा जाता है। पाठकों को आकर्षित करने हेतु पृष्ठ के ऊपर सर्वाधिक महत्वपूर्ण समाचार को मोटे अक्षर में प्रस्तुत किया जाता है।

शिलामुद्रण—हाथ से लिखकर प्रकाशन हेतु तैयार किए जाने वाले समाचार पत्रों में यह विधि प्रयोग में लाई जाती है। इससे प्रतियाँ बहुत अल्प मात्रा में छपती हैं तथा इसमें समय ज्यादा लगता है। इस विधि से उर्दू और सिन्धी भाषा के समाचार-पत्रों का मुद्रण होता है क्योंकि इनकी टाइपोग्राफी विकसित नहीं हो पायी है।

शोध-समीक्षा पत्रिकाएँ—शोध एवं समीक्षा से सम्बन्धित वह पत्र-पत्रिकाएँ जो विशेष वर्ग के लिए होती हैं। इसमें तथ्यों का संकलन, व्याख्या, विश्लेषण, विचार-विवेचन, चर्चा-परिचर्चा इत्यादि पर विशेष बल दिया जाता है।

वास्तव में ये पत्रिकाएँ साहित्य, समाज, भाषा, इतिहास, पुरातत्व दर्शन एवं संस्कृत आदि विषयों पर खोजपूर्ण सामग्री प्रस्तुत करती हैं।

शीर्षक पंक्ति—देखें 'मुख्य पंक्ति'।

शीर्षक—समाचार का शीर्ष जो कुछ शब्दों में समाचार के ऊपर दिया जाता है।

समयांत—निर्धारित समय-सीमा जिसके भीतर सभी पांडुलिपियों को संपादित और अंतिम रूप दे दिया जाना चाहिए।

समुचित चित्र (कॉलेज)—बहुत से चित्रों/क्लिपों का संग्रहण और प्रस्तुतिकरण। यह मुख्य समाचारों, कथाओं या समाचार सामग्रियों का संग्रहण भी हो सकता है।

स्टॉप प्रेस—अंतिम समय में किसी सूचना सामग्री को छपने से रोक देना। इसे फज या छपते-छपते (Fudges) भी कहा जाता है। इसमें मुख्य प्रेस को

अंतिम समय के परिवर्तन या योग के लिए निर्देश दिए जाते हैं। छपते-छपते समाचारों को पृष्ठ एक पर बॉक्स में रखा जाता है।

संचार उपग्रह—अपनी निश्चित कक्षा में पृथ्वी की परिक्रमा कर रहे कृत्रिम उपग्रह जो रेडियो, टेलीविजन और टेलीफोन सिग्नल प्रसारित करते हैं।

संग्रह—इकट्ठा करना, जमा करना, किसी विषय से सम्बन्धित सामग्री को एकत्रित करना।

संकलन—एकत्रीकरण, विषयों को चुनकर एकत्र करना तथा इस ढंग से बनाया हुआ पुस्तक।

संचार उपग्रह—यह पृथ्वी से आकाश में छोड़ा गया कृत्रिम उपग्रह है। इसमें संचार उपकरण लगे रहते हैं। इसकी सहायता से दूर देशों व स्थानों तक टेलीफोन, रेडियों, टेलीविजन, आदि से कार्यक्रमों को सफलतापूर्वक प्रचारित-प्रसारित किया जाता है।

संक्षिप्त, संक्षिप्तीकरण—घटाया हुआ, कम किया हुआ, छोटा किया हुआ। किसी लेख, घटना, समाचार, भाषण इत्यादि का साररूप।

स्कूप—ऐसा विशेष समाचार जो किसी संवाददाता के द्वारा प्राप्त हुआ हो।

स्टेट—प्रुफ में मैटर ज्यों का त्यों रखने का संकेत।

स्टिक—टाइप कम्पोज करने की तख्ती।

सीएस सप्रतिबंध अभिगम प्रणाली—एक ऐसी प्रणाली है जिसमें उपभोक्ताओं के घरों की छत पर सेट टॉप बॉक्स लगाए जाते हैं और केबल टीवी प्रचालक अपने परिसर में सिग्नलों को केन्द्रित और विकोडित करने की प्रणाली संस्थापित करत है। इस व्यवस्था के अन्तर्गत उपभोक्ता अपनी पसन्द के चैनलों का भुगतान करता है।

सी-बैंड—इस शब्द का प्रयोग प्रायः उपग्रह से डाउनलिंकिंग के लिए किया जाता है। सी-बैंड (C-Band) का आवृत्ति-परास 3-4 गीगा हर्ट्स से 4-2 गीगा हर्ट्स तक होता है।

स्टैंडिंग मैटर—भविष्य में पुनः छापने के लिए रोका जाने वाला कम्पोज्ड मैटर।

सेंसर—पत्र में प्रकाशन योग्य सामग्री की अधिकृत विशेषज्ञ द्वारा जाँच की प्रक्रिया।

सेंसरशिप—कानून द्वारा विचार प्रकट करने, कोई भी सामग्री प्रकाशित करने, गीत, नाटक, फिल्म के किसी अंश पर या पूर्ण रूप से प्रतिबन्ध लगाने को सेंसरशिप कहते हैं। सरकार ने अलग से सेंसर बोर्ड की स्थापना की है।

संवाददाता—अपने मुख्य शहर से बाहर गये हुए रिपोर्टर को संवाददाता कहते हैं। समाचार पत्र-पत्रिका को संवाद भेजने वाला। संवाददाताओं की कई श्रेणियाँ होती हैं। जैसे-विशेष, फुटकर इत्यादि।

सरकस मेकअप—पृष्ठ संख्या के सभी प्रचालित मेकअप सिद्धान्तों से हटकर छोटे-बड़े, बारीक, आड़ी-तिरछी टाइपों, लाइनों-चित्रों, विभिन्न प्रकार के शीर्षकों, चटकील रंगों का प्रयोग कर पेपर मेकअप करने की कला को सरकस मेकअप कहा जाता है।

सामुदायिक रेडियो—सामुदायिक रेडियो कार्यक्रमों में उत्पादन और निर्णयन की प्रक्रिया में जनता की सहज भागीदारी होती है तथा इसमें श्रोताओं और वित्त पोषित करने वालों की भी भूमिका सुनिश्चित की जाती है। आशय यह है कि इसका प्रबंधन प्रयोक्ताओं और श्रोताओं के हाथ में होता है।

सोपानी शीर्षक—विभिन्न प्रकार के शीर्षकों के साथ ही समाचार-पत्र में सीढ़ीदार शीर्षक का भी प्रयोग किया जाता है। इस प्रकार के शीर्षक की बनावट सीढ़ियों जैसी होती है। पहली पंक्ति बांयी कॉलम-रेखा की ओर से शुरू होती है और दांयी ओर स्पेस खाली रहता है। दूसरी और तीसरी पंक्तियों की लम्बाई बांयी ओर से हटकर दांयी ओर बढ़ती जाती है।

स्टोन—प्रेस में प्रयोग आने वाली वह बड़ी मेज जिस पर कम्पोज किए हुए मैटर को रखकर पेज बनाया जाता है।

स्टोरी—अखबारी बोलचाल में जो लगातार या आईटम छापने के लिए तैयार किया जाए क्योंकि समाचार भी घटना का रोचक विवरण कहानी की तरह ही प्रस्तुत करता है।

स्ट्रेटन्यूज—सीधा समाचार/ऐसा समाचार जिसमें किसी प्रकार की चटकीली या अतिरंजित सामग्री न जोड़ी गई हो।

स्ट्रिंगर—वह संवाददाता जिसका वेतन निश्चित नहीं होता उसे प्रकाशित कालम के हिसाब से परिश्रमिक का भुगतान किया जाता है।

सब—सब, सब-एडीटर, उप-संपादक का संक्षिप्त रूप।

सर्कुलेशन—समाचार-पत्र या पत्रिका की औसत प्रसार संख्या। इसमें बिक्री की प्रतियाँ भी सम्मिलित होती हैं।

स्काई लाइन—समाचार-पत्र की नाम पट्टिका के ऊपर दिया जाने वाला शीर्षक। ऐसा शीर्षक महत्वपूर्ण ऐतिहासिक घटनाओं और प्रसंगों के समय ही दिया जाता है।

स्पाट न्यूज—ऐसे समाचार जिनके बारे में पहले से कोई जानकारी न हो। इन्हें अप्रत्याशित समाचार भी कहा जाता है। उदाहरणार्थ—हत्या, दुर्घटना आदि के समाचार।

सी कॉपी—इस शब्द का प्रयोग प्रूफ संशोधन में किया जाता है जिसका अर्थ है प्रूफ को मूल कॉपी से मिलान करें।

सील—मुखपृष्ठ के ऊपर अंकित वह शब्द अथवा चिन्ह जो संस्करण को प्रदर्शित करता है जैसे—नगर संस्करण आदि।

स्क्रिपर—सनसनीखेज शीर्षक।

स्लग—लाइनों टाइप पर ढाली गयी पूरी पंक्ति। इसके साथ ही स्लग एक ऐसा संकेत शब्द होता है जिसे समाचार कॉपी की विषयवस्तु के आधार पर उसके ऊपर दांयी ओर लिख दिया जाता है ताकि समाचार-कक्ष में किसी प्रकार का भ्रम उत्पन्न न हो। **स्पेस**—टाइप की ऊँचाई से स्पेस की ऊँचाई थोड़ी कम होती है। कम्पोजिंग करते समय इसका प्रयोग किया जाता है। शब्दों और अक्षरों को अलग-अलग करने के काम आता है।

स्लैश—मुखपृष्ठ का सर्वाधिक महत्वपूर्ण समाचार।

स्लांट—वह समाचार विशेष दृष्टि से प्रकाशित हो।

स्प्रेड—विस्तृत या फैला हुआ समाचार, जो प्रायः अन्दर के पृष्ठ पर ऊपर की ओर या किसी अन्य प्रमुख स्थान पर प्रकाशित किया जाता है।

स्टीमर—देखें 'बैनर'।

सिन्डीकेट—समाचार-पत्रों को फीचर तथा समाचार सामग्री बेचने वाले। इस प्रकार के संगठन विभिन्न विषयों पर अच्छे-अच्छे लेखकों से लेख, फीचर रचनाएँ लिखवाकर व्यापक स्तर पर समाचार-पत्रों को देते हैं बदले में ये पैसा वसूलते हैं।

संचालक—संचालन करने वाला, गति प्रदान करने वाला, नियन्त्रण बनाकर रखने वाला।

सन्देश—सूचना, खबर, संवाद।

संचार साधन—दो या उनसे अधिक व्यक्ति या स्थानों के मध्य (डाक, तार, टेलीफोन, वायरलेस आदि) सम्बन्ध स्थापित करने के साधन को संचार साधन कहते हैं।

सन्दर्भ साहित्य—किसी विषय की विशेष जानकारी प्रदान कराने वाली सामग्री को सन्दर्भ-साहित्य या सन्दर्भ-ग्रन्थ कहते हैं। इसका प्रयोग पठन-पाठन हेतु नहीं होता है। सामान्यतः सन्दर्भ साहित्य को पाठ्य साहित्य-सम्बन्धी विशेष सूचना प्राप्त करने के लिए इसकी सहायता ली जाती है। सन्दर्भ साहित्य विविध प्रकार के शब्द-कोषों, शोध-ग्रन्थों, साहित्य, इतिहास, परिचय-ग्रन्थ, चार्ट, एटलस, डायरेक्टरी, रिकार्डर, ईयर-बुक, महाकोष, रिपोर्ट, गजेटियर, फोटो एलबम, हैण्ड-बुक, डिक्शनरी, ऑफ डैट्स आदि को कहा जाता है।

संयोजक—मिलाने वाला, जोड़ने वाला, शब्दों, वाक्यांशों, विचारों इत्यादि को जोड़ने वाला तथा सभा-समिति का आयोजन करने वाला।

सन्देशवाहक—खबरों का लेन-देन करने वाला व्यक्ति।

सन्देशवाही साधन—तार, कंबिल, रेडियो, टेलीफोन, बेतार टेलीफोन, टेलीप्रिन्टर, टेलीविजन आदि ।

सन्दर्भ-सेवा या सन्दर्भ-पत्रकारिता—विभिन्न विषयों पर लेख लिखने, सम्पादकीय लिखने या महत्वपूर्ण घटनाओं के समाचारों के अतीत की जानकारी के लिए कई प्रकार के तथ्यों एवं आँड़को की आवश्यकता पड़ती है। यह तथ्य और आँकड़ों पत्र-पत्रिका के सन्दर्भ-विभाग या पुस्तकालयों में सन्दर्भ-ग्रन्थों और पत्र-पत्रिकाओं की कतरनों संग्रह में उपलब्ध होते हैं।

संयुक्त विज्ञप्ति या वक्तव्य—जिसमें दो या दो से अधिक व्यक्ति, नेता, मंत्री, राष्ट्रप्रमुख आदि किसी सन्धि, समझौते, समस्या, नीति जैसे कार्यक्रमों पर संयुक्त रूप से अपने विचारों को प्रकट करते हैं।

सज्जाकार—साज-सज्जा का कार्य करने वाला।

संलेख—कोई विधिकृत्य या उसकी प्रामाणित ब्यौरा देने वाला लिखित-पत्र।

संवर्ती सूची—(कांकरेण्ट लिस्ट) वह सूची, जो एक साथ कई राज्यों से प्रकाशित होती है। दो राज्यों, राज्यों-केन्द्र के बीच सम्बन्धों की दूरी।

सबिंग—किसी समाचार या लेख को पत्र-पत्रिका में निर्धारित स्थान के अनुरूप इस प्रकार से संक्षिप्त करके सेट करना कि समाचार या लेख या मुख्य अंश समाने आ जाए।

संस्मरण—याद करने की क्रिया, स्मृति के आधार पर किसी विषय, व्यक्ति के सम्बन्ध में लिखित लेख या ग्रन्थ।

सज्जा—सजाना, अलंकृत करना, पत्र-पत्रिका ने सामग्री को व्यवस्थित रूप देकर आकर्षक ढंग से पेश करना।

समाचार—अंग्रेजी में NEW कहते हैं जिसका अर्थ है—नार्थ, ईस्ट, वेस्ट और साउथ यानी चारों दिशाओं की घटनाओं को समाचार कहते हैं।

समर सम्वाद—युद्ध सम्बन्धी समाचार।

समर संवाददाता—युद्ध भूमि से युद्ध सम्बन्धी समाचार भेजने वाला।

समाचार संपादक—(न्यूज एडीटर) 'समाचार इकाई' का प्रमुख व्यक्ति। समाचार पत्रों में प्रकाशित सभी समाचारों का वह जिम्मेदार होता है सभी उपसम्पादकों के कार्यों का विभाजन व निरीक्षण करता है। छपने वाले समाचार-पत्र की रूपरेखा तैयार करता है, पिछले अंक की समीक्षा करता है आदि।

समाचार छायाकार—जो समाचार-पत्र, पत्रिका के लिए चित्र खींचता है, समाचार छायाकार कहलाता है।

समाचार-संकलन—संवाददाता अपनी कड़ी मेहनत, सूझ-बूझ से विभिन्न स्रोतों द्वारा समाचार प्राप्त करता है। विभिन्न जगहों पर जाकर, ढूँढ़कर, पूछकर समाचार प्राप्त करना समाचार-संकलन कहलाता है।

समाचार बुलेटिन—प्रमुख घटनाओं के समाचारों को अधिकृत सूचना।

समाचार-पत्र—यह नियकालिक प्रकाशन है, जो मानव-जीवन से सम्बन्धित सभी क्षेत्रों की घटनाओं को इसमें प्रकाशित कर जनता तक इसकी जानकारी और सूचना पहुँचायी जाती है।

समाचार प्रेषण—समाचारों का भेजा जाना, वह सामग्री जो समाचार के रूप में भेजी जाए, समाचार सामग्री इत्यादि।

समाचार-पत्र पंजीयक—(प्रेस डिस्पैच) यह केन्द्रीय उच्चाधिकारी होता है, जो प्रकाशित होने वाले सभी पत्र-पत्रिकाओं का रजिस्ट्रेशन (पंजीयन) करता है। पत्र-पत्रिका से सम्बन्धित महत्वपूर्ण जानकारी प्रेस रजिस्ट्रार के कार्यालय में रिकार्ड रहती है।

समाचार सूचना—समाचार-पत्रों के लिए समाचार के रूप में प्रकाशित सूचना।

समाचार संपादन— विभिन्न स्रोतों से प्राप्त समाचारों का चयन करना, उनकी कार्याकल्प सुधारना, संशोधन करना, आवश्यकतानुसार घटना-बढ़ाना, शीर्षक देना, टाइप निश्चित करना, पेज व कॉलम तय करना आदि।

समाचार स्रोत—जहाँ से समाचार प्राप्त हो। व्यक्ति, पार्टी, संस्था, संगठन, सरकारी कार्यालय, अस्पताल, पुलिस स्टेशन, न्यायालय, बाजार, इंटरव्यू, प्रेसनोट, प्रेस-कान्फ्रेंस, दुर्घटना-स्थल आदि समाचार के स्रोत होते हैं।

समाचारेत्तर सामग्री—समाचार पत्रों में समाचार के अलावा प्रकाशित की जाने वाली सामग्री जैसे—सम्पादकीय टिप्पणियाँ, सम्पादक के नाम पत्र, सम्पादकीय स्तम्भ, अर्द्धवार्षिक, साप्ताहिक, वार्षिक परिशिष्ट, सामयिक विषयों पर लेख इत्यादि समाचारेतर सामग्री कहलाती है।

समीक्षक—आलोचक, समालोचक, विवेचन-विश्लेषण करने वाला।

समीक्षा—जाँच करना, अच्छी तरह से देखना, किसी वस्तु, रचना या विषय के सम्बन्ध में भली-भाँति ज्ञान प्राप्त करना तथा प्रत्येक तत्व का विवेचन-विश्लेषण समीक्षा कहलाता है।

समुद्रीतार—(केबिल) समुद्र में पानी के भीतर से जाने वाला संवादवाहक तार।

समनुदेशन—किसी पत्रकार को किसी घटना की विस्तृत जानकारी प्राप्त करने के लिए सौंपा गया कार्य।

सम्पादक—प्रस्तुत करने वाला, पुरा करने वाला, समाचार पत्र-पत्रिका के कार्यालय में कार्यरत वह व्यक्ति जो दूसरों की रचना, लेख आदि को शुद्ध करके प्रकाशन योग्य बनाता है। सामयिक, दैनिक, साप्ताहिक पत्रों का संचालन करता है। पत्र-पत्रिका की नीति-रीति के अनुसार अंक की योजना बनाता है, भाषा-शैली का निरीक्षण करता है, विशेष लेखों का सम्पादन करता है, टिप्पणियाँ तैयार करता है, कर्मचारियों को निर्देश देता है, इत्यादि।

संपादकीय—किसी महत्वपूर्ण समाचार में संपादकीय टिप्पणी का उद्देश्य जनमत तैयार करना होता है। इससे जनता की राजनीतिक चेतना में भी वृद्धि होती है तथा जनता को इस बात की भी जानकारी होती है कि संबंधित समाचार-पत्र का झुकाव किस राजनीतिक पार्टी की ओर है। समाचार पत्र-पत्रिका में सम्पादकीय-पृष्ठ पर कई लेख व फीचर प्रकाशित किए जाते हैं। इस पृष्ठ पर प्रकाशित मुख्य लेख को सम्पादकीय (एडीटोरियल) कहा जाता है। यह सम्पादकीय स्तम्भ में नियमित रूप से लिखा जाता है। यह लेख 500 से 1000 शब्दों को होता है, जो समसामयिक विषय पर आधारित रहता है। इस लेख से पत्र की पहचान निर्धारित की जाती है।

सम्पादकीय-पृष्ठ—(एडीटोरियल पेज) यह समाचार-पत्र के मध्य का पेज होता है। पन्द्रह-बीस साल पहले तक पत्र के चौथे पेज को आजकाल छठवें पेज को सम्पादकीय पृष्ठ कहा जाता है। यह मत-मतान्तरों का पृष्ठ होता है। इस पृष्ठ पर दो-तीन समीक्षा, सम्पादक के नाम पत्र, आदि स्तम्भ होते हैं। समाचार-पत्र की नीति इस पृष्ठ से ही झलकती है।

सम्पादक मण्डल—(एडीटोरियल पेज) समाचार पत्र-पत्रिका में एक से अधिक सम्पादक होने पर, सम्पादन करने वाली टोली को सम्पादक मण्डल कहा जाता है। जिसमें निम्नलिखित लोग हाते हैं—प्रधान सम्पादक, जो सम्पादक मण्डल का प्रमुख होता है) सम्पादक, सहायक सम्पादक, समाचार सम्पादक एवं उपसम्पादक इत्यादि।

सम्पादकीय बैठक—प्रतिदिन सुबह समाचार-पत्र के कार्यालय में सम्पादक की अध्यक्षता में एक बैठक होती है, जिसमें समाचार सम्पादक, प्रधान उपसम्पादक एवं सहायक सम्पादक मौजूद रहते हैं। यह सम्पादकीय बैठक कहलाती है। इस बैठक में पिछले दिन के समाचार-पत्र की समीक्षा, अगले दिन के पत्र का स्वरूप तय किया जाता है। कौन समाचार किस पृष्ठ पर जायेगा, चित्र किस पृष्ठ पर प्रकाशित होगा, शीर्षक किस रूप में हो, अग्रलेख किस विषय पर लिखा जाए, सारी बातें निश्चित की जाती हैं।

सम्पादकीय लेखन—सम्पादकीय य अग्रलेख लिखना।

सम्पादकीय लेख—सम्पादकीय लेख, टिप्पणियाँ आदि लिखने वाला।

सम्पादन कला—पत्र, पुस्तकें आदि सम्पादित करने की विशेष कला।

सम्पादकीय स्तम्भ—समाचार पत्र-पत्रिका में सम्पादकीय स्तम्भ अवश्य दिया जाता है। इसके अन्तर्गत सम्पादक अपना विचार तीन-चार पैराग्राफ में प्रकट करता है। यह विचार प्रमुख समाचार, घटना तथा अवसर विशेष से सम्बन्धित होते हैं या फिर अंक की सामग्री योजना व समस्याओं से सम्बन्धित होते हैं। विशेष रूप से सम्पादक के विचारों का स्तम्भ होता है।

सम्पादन—(एडीटिंग) समाचार, लेखों का चयन करना, उन्हें क्रमबद्ध करना, संशोधन करना, व्याकरण व शैली में सुधार करना, सामग्री की काया निश्चय करना आदि कार्य को सम्पादन कहते हैं। इसी प्रकार किसी कृति को प्रकाशन योग्य बनाना, पुस्तक-पत्रिका को क्रम, पाठ लगाकर सही कर प्रकाशित करना।

सम्प्रचार—पूर्व निर्धारित उद्देश्यों को लेकर व्यक्तियों या समूहों द्वारा अभिव्यक्त किया गया विचार या कार्य है, जो दूसरे व्यक्तियों या समूह के विचारों या कार्यों को प्रभावित करने हेतु जान बूझकर किया जाता है।

सम्प्रेषण—एक स्थान या एक व्यक्ति से दूसरे स्थान या दूसरे व्यक्ति के पास समाचार, विचार, सूचना, आदि भेजना। अपनी बात को दूसरे तक पहुँचाना।

संवाद लेखन—विभिन्न स्रोतों से प्राप्त समाचारों को कांट-छांट करके उसे क्रम बद्ध रोचक ढंग से एक तथ्य के रूप में सरल-सहज, स्पष्ट भाषा शैली में समाचार लिखना ताकि पाठक समाचार पढ़ने के लिए मजबूर हो जाए।

सहाफत—अरबी भाषा में पत्रकारिता को 'सहाफत' कहते हैं।

सहाफी—अरबी भाषा में पत्रकार को 'सहाफी' कहा जाता है।

सहायक समाचार सम्पादक—वह व्यक्ति जो समाचार के कार्य में सहायता करता है।

सहायक सम्पादक—वह व्यक्ति जो नियमित रूप से प्रतिक्रियाओं और विचारों से सम्बन्धित कार्यों में सहायता करता है, सम्पादकीय लिखता है, समीक्षा प्रतिक्रिया, आलोचना आदि के सन्दर्भ में टिप्पणियाँ लिखता है।

सहायक संवाददाता—प्रमुख संवाददाता की सहायता करने वाला।

संवादिक—(न्यूज मैन) सड़क पर घूमकर समाचार-पत्र बेचने वाला, हॉकर तथा समाचार प्रेषित करने वाला पत्रकार।

साक्षात्कार—देखें 'भेंटवार्ता'।

साप्ताहिक पत्र—नियमित रूप से हर सप्ताह (सात दिन के अन्तराल में) निकलने वाला पत्र-पत्रिका।

सामयिक—समय से सम्बन्धित, वर्तमान समय का प्रसंग, समय के अनुकूल।

सामायिक वार्ता—(टोपीकल टॉक) आकाशवाणी द्वारा प्रसारित की जाने वाली घटनाओं या किसी सामयिक विषय की चर्चा, परिचर्चा आदि।

सामयिकी—वह लेख, फीचर या समाचार जो वर्तमान समय में चर्चित हो।

साहित्य सम्पादक—समाचार पत्र-पत्रिका में समाचार को छोड़कर और भी सामग्री को जगह दिया जाता है। जैसे-खेलकूद, रंगमंच, सिनेमा, टी० वी०, देश-विदेश के रोमांचक कारना में तथा साहित्यिक रचनाएं इत्यादि। साहित्य से सम्बन्धित समाचारों, गतिविधियों एवं रचनाओं की कांट-छांट, कौन-सी सामग्री

प्रकाशन योग्य है, इत्यादि कार्यों को सम्पादिक करने वाला साहित्य सम्पादक कहलाता है।

साहित्य परिशिष्ट—सामाचार-पत्र से सम्बद्ध विशेषांक या परिशिष्ट एवं रविवारीय अंक को साहित्य परिशिष्ट कहा जाता है।

सृजन—रचना शक्ति।

सृजक—रचने वाला।

सूत्र—माध्यम, जरिया, स्रोत।

सिलेण्डर—सिलेण्डर मशीनों का मुद्रणतल या फर्मा एक समतल स्थान पर सीधा बिछा रहता है। मशीन का बेलन पहले इसके ऊपर स्याही फेंकता है। उसके बाद कागज सिलेण्डर के माध्यम से घूमकर आता हुआ फर्मे का प्रभाव उठा लेता है। यह मशीन समाचार-पत्र, पत्रिकाओं, पुस्तकों एवं पोस्टरों आदि के मुद्रण में प्रयोग की जाती है।

सीढ़ीदार शीर्षक—देखे 'सोपानी शीर्षक'।

सुखियाँ—देखे 'मुक्त पंक्ति'।

सुलभ समाचार—ऐसा समाचार जिसके अन्तर्गत समाचार से सम्बन्धित अन्य सहायक समाचार विद्यमान रहते हैं। जैसे—व्याख्यात्मक सामग्री, विशेष लेख, फीचर आदि।

सूचना—समाचार, नोटिस, विज्ञप्ति, खबर, किसी सन्दर्भ में कुछ बताने के लिए कही या लिखी गई बात।

सूचना विभाग—सरकारी गतिविधियों कार्यक्रमों की जानकारी जनता तक पहुँचाने के लिए तथा जनता की माँग, प्रतिक्रियाओं को सरकार तक पहुँचाने के लिए सरकार द्वारा सूचना विभाग (इनफार्मेशन डिपार्टमेण्ट) का गठन किया गया है जिसे सूचना विभाग कहते हैं।

सूचनालय—(इनफार्मेशन ब्यूरो) सन्दर्भ सेवा, आवश्यक सेवा या ज्ञान प्रदान करने वाला कार्यालय।

सूचना अधिकारी—सरकारी या किसी संस्था का वह अधिकारी जो उसके कार्यों, प्रगति सम्बन्धी विवरण सरकार या संस्था तक पहुँचाता है।

सूचना केन्द्र—देखें 'सूचनालय'।

सूचना-पत्र—इशतकार, वह पत्र या लेख जिसमें कोई सूचना विद्यमान हो।

स्क्रिप्ट—असल दस्तावेज, मूल प्रलेख, लिपि, पाण्डुलिपि, आलेख, मुद्रित अक्षर, रेडियो वार्ता का लिखित रूप या फिल्मकथा की प्रतिलिपि इत्यादि।

स्क्रीन—हॉफटोन ब्लाक तैयार करने का माध्यम जो कागज की चिकनाई के अनुरूप होती है। एक वर्ग इंच में समाये बिन्दु की छानबीन करना।

स्टीरियों टाइप—समाचार-पत्रों में कम्पोज सामग्री को पृष्ठों के आकार में जमाया जाता है। हालांकि रोटररी मशीन में समाट आकार के पृष्ठों द्वारा छपाई नहीं होती। अतः टाइप के सपाट पृष्ठों को धातु व अर्धगोलाकार रूप में परिवर्तित किया जाता है।

स्टीरियों टाइपिंग कक्ष—जहाँ टाइप पृष्ठों की धातु प्लेटें तैयार का जाती हैं।

स्टेल न्यूज—पुराना या बासी समाचार।

स्ट्रैप लाइन—शीर्षक के ऊपर छोटे टाइप में प्रायः 16-18-20 प्वाइंट के टाइपों में बाईं तरफ या बीच में छोटी पंक्ति में मैटर कम्पोज किया जाता है, जिसके नीचे कभी-कभी रेखा खींच दी जाती है, रेखा को ही स्ट्रैप लाइन कहते हैं।

साइडबार—एक ही विषय पर मुख्य समाचार से सम्बद्ध अन्य समाचार।

स्तम्भ—पत्र-पत्रिका के पृष्ठ का खड़ा भाग या किसी विशेष विषय हेतु निर्धारित स्थान। पत्र-पत्रिका में नियमित रूप से एक ही शीर्षक से दी गई विविध सामग्री, हालांकि मुख्य शीर्षक प्रत्येक अंक में एक ही रहता है तथा इसमें दी गई सामग्री मुख्य शीर्षक से मेल खाती हुई बदलती रहती है। इस प्रकार के स्तम्भ अधिकतर निश्चित स्थान या कॉलम में देए जाते हैं।

स्तम्भ लेख—स्तम्भ लेख के अनुरूप लिखी गई सामग्री।

स्तम्भ-लेखक— पत्र-पत्रिका के लिए विशेष विषय पर लेख आदि लिखने वाला व्यक्ति।

स्थानीय समाचार—जिस नगर से समाचार पत्र प्रकाशित होता है वहाँ के समाचार को स्थानीय समाचार कहते हैं। कुछ अखबारों में स्थानीय समाचारों के लिए अलग पृष्ठ या अलग स्तम्भ होता है तथा कुछ पत्र स्थानीय समाचारों को स्थानीय संस्करण में ही देते हैं अन्य स्थानों के संस्करण में नहीं देते हैं। ये समाचार स्थानीय अभिरूचि के होते हैं।

स्पेस एजेन्सी—(अन्तरिक्ष एजेन्सी) अन्तरिक्ष केन्द्र से, अन्तरिक्ष गतिविधियों से सम्बन्धित (राकेट, गृह, उपग्रह आदि) सूचना, समाचार देने वाली अधिकृत एजेन्सी कहा जाता है।

स्मारक ग्रन्थ—(कमेमोरेशन वाल्यूम) किसी विद्वान, समाजसेवी, दार्शनिक, विचारक, नेता आदि की स्मृति को तरोताजा रखने हेतु रचित ग्रन्थ।

स्मारिका—(सोविनियर) किसी अवसर, समारोह, व्यक्ति-विशेष की स्मृति या उत्सव आदि पर प्रकाशित की जाने वाली पत्रिका जिसमें व्यक्ति या अवसर-विशेष को चिरस्मरणीय रखने के लिए सामग्री दी जाती है।

स्वतन्त्र प्रेस—इसका अर्थ हैं—अखबारों के अस्तित्व की आजादी किसी चीज को प्रकाशित करने की आजादी सरकार को बगैर दिखाए या बिना अनुमति के कोई भी लेख लिखना, टीका करने या पुस्तक आदि में उसकी चर्चा करने की आजादी किसी प्रकार की सूचना प्राप्त करने की आजादी घटनाओं को जानने और विचार प्रकट करने की स्वतन्त्रता, जिसका माध्यम समाचार-पत्र है। विद्वानों के मतानुसार—फस्वतन्त्र समाचार पत्रों के बिना स्वतन्त्र देश की कल्पना नहीं की जा सकती है।ह

हस्त-विज्ञापन—(हैन्डबिल) सरकस, नाटक, मेला, कपड़े आदि का सेल, सिनेमा, किसी सार्वजनिक मेला, सभा आदि का छोटा विज्ञापन जो पर्चों के रूप में इधर-उधर हाथों से वितरित किया जाता है।

हस्त-पुस्तिका—(मैनुअल) हाथ में आशानीपूर्वक आ जाने लायक छोटी पुस्तिका। किसी लम्बे-चौड़े विषय पर सार रूप में लिखी गई छोटी पुस्तिका।

हैंडआउट—वह रेखा जो पृष्ठ के ऊपर क्षैतिज, यह इसलिए डाली जाती है ताकि नीचे का मैटर तारीख और संख्या आदि अलग रहे।

होलड ओवर—किसी कारणवश या स्थानाभाव के कारण कम्पोज मैटर को रोकना।

हैंडआउट—समाचार-पत्र को दी गयी सूचना, प्रकाशनार्थ लिखित वक्तव्य।

हाफटोन ब्लाक—किसी चित्र या स्क्रीन की सहायता से तैयार किया गया ब्लाक।

सम्पादकीय-पृष्ठ में ही एक हस्ताक्षरित स्तम्भ होता है। इसमें सामायिक विषयों पर प्रख्यात लेखकों के लेख होते हैं। इसके अन्तर्गत लेखक अपने विचारों को आजादीपूर्वक प्रकट करता है, जो समाचार-पत्र की नीति से भिन्न भी हो सकता है। इस स्तम्भ में ऐसे लेख होते हैं जो समकालीन घटनाओं का विश्लेषण, विच्छेदन कर अपने विचार द्वारार जनमत बनाते हैं।

होलडर फार रिलीज—देखें 'इम्बार्गो'।

हाईन्यूज—विश्लेषण तथा व्याख्या रहित तथ्यात्मक समाचार।

हेडलाइन या हेडिंग—देखे 'मुख्य पंक्ति'।

हाशियांकित समाचार—बाक्स में दिए गए किसी विशेष समाचार को हाशियांकित समाचार कहते हैं।

हास्य-व्यंग्य पत्रकारिता—ऐसा लेख, चित्र, वाक्य या शब्द लिखना जिससे पाठक मुस्कुराए, उसका मनोरंजन हो, एक ही बात का दो अर्थ निकले, बात से बात उत्पन्न हो, तथा पाठक इशारों-इशारों में बात की तह तक पहुँच जाए।

हास्य-व्यंग्य लेख मुख्यतः दो तरह के होते हैं—

1. जिससे सिर्फ पाठकों का मनोरंजन होता है।
2. मनोरंजन के साथ-साथ किसी व्यक्ति, घटना, कार्य, विचार आदि पर तीखा कटाक्ष कर उसकी ओर ध्यान आकर्षित किया जाता है।

हिक्की गजट—देखें 'बंगाल गजट'।

हैगिग इंडेशन—वह हेडिंग जिसमें पहली पंक्ति कॉलम के बायीं ओर से प्रारम्भ होती है, उसके बाद दूसरी व तीसरी पंक्ति लेने में बायीं या दायीं ओर थोड़ा स्थान छोड़कर दोनों पंक्तियाँ बराबर-बराबर दी जाती हैं। इसमें शीर्षक झुलता हुआ सा लगता है।

हैण्ड आर्डर्स—(पत्रक) सूचना केन्द्रों, सरकारी कार्यालयों, जनसम्पर्क के कार्यालयों या संस्थाओं द्वारा जारी प्रेसे-नोट, प्रेस-वंटन, समाचार बुलेटिन तथा दूसरे सूचनाओं की प्रति को 'हैण्ड आर्डर्स' कहते हैं।

होर्डिंग्स—किसी वस्तु के प्रचार हेतु सड़कों, चौराहों व खम्भों पर लगे बोर्डों को होर्डिंग्स कहते हैं।

हैडलाइन कापी—समाचार-पत्र के कार्यालय में उपसम्पादक मुद्रण हेतु समाचार की हेड लाइन तैयार करके एक कापी चिन्हित कर देता है। इसे हैडलाइन कॉपी कहा जाता है।

श्रेय—प्रोग्राम का निर्माण करने में शामिल सभी लोगों के नामों की सूची।

श्रव्य—रिकार्ड और प्रसारित की गई ध्वनि का पुनरुत्पादन।

क्षेत्रांत—किसी स्थान पर निकट और दूर वस्तुओं के मध्य का स्थान या क्षेत्र।