

फोटो पत्रकारिता

(Photo Journalism)

गीता खट्टर

फोटो पत्रकारिता

फोटो पत्रकारिता (Photo Journalism)

गीता खट्टर

भाषा प्रकाशन
नई दिल्ली - 110002

© प्रकाशक

I.S.B.N. : 978-81-323-6316-3

प्रथम संस्करण : 2022

भाषा प्रकाशन

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

द्वारा वर्ल्ड टेक्नोलॉजीज नई दिल्ली के सहयोग से प्रकाशित

प्रस्तावना

शोहरत, ग्लैमर और खतरों से भरा एक फलक फोटोग्राफी है जिसकी तरफ युवा पीढ़ी बड़ी तीव्रता से बढ़ रही है। वर्तमान में मीडिया के अतिरिक्त फिल्म, विज्ञापन, फैशन, सेना, पुलिस, विज्ञान, पर्यटन आदि ऐसे क्षेत्र हैं, जहाँ फोटोग्राफी के बिना सम्बन्धित कार्य को अधूरा समझा जाता है। अतएव फोटोग्राफी के क्षेत्र में रुचि रखने वालों के लिए फोटोग्राफी का कैरियर बहुत ही संभावनाओं वाला है। जिस तरह 'पत्रकारिता' को एक चुनौतीपूर्ण कैरियर माना जाता है, उसी तरह 'फोटोग्राफी' को भी अपनी मेहनत, दृढ़ निश्चय, लगन एवं आत्मविश्वास द्वारा सफल कैरियर बनाया जा सकता है।

फोटोग्राफर अपनी सृजनशक्ति द्वारा विशेष कोण अथवा पोज के आधार पर किसी साधारण चेहरे एवं व्यक्तित्व में भी चार चाँद लगा देता है। दौलत एवं शोहरत के अतिरिक्त रोजगार की सुनिश्चितता को लेकर शिक्षित युवक-युवतियों के लिए यह आकर्षक कैरियर बनता जा रहा है। विशेषता उन लोगों के लिए यह फलक उपयुक्त है, जिनमें चीजों को उनकी सूक्ष्मता व सम्पूर्णता में देखने की आन्तरिक प्रतिभा मौजूद है।

यों तो रंगों, दृश्यों, प्रकाश, आकार-प्रकार, समय विविध से तादात्म्य स्थापित करने वाले लोग सैद्धान्तिक ज्ञान प्राप्त कर लिया जाए, तब तो सोने में सुहागा वाली बात होगी। इस कोर्स के अंतर्गत शिक्षण के दौरान उम्मीदवारों को कैमरा व फोटोग्राफी से जुड़ी विविध पहलुओं को प्रायोगिक एवं सैद्धान्तिक रूप में पढ़ाया जाता है। प्रशिक्षण के दौरान प्रशिक्षुओं का एवं जगहों पर ले जाकर फोटोग्राफी करवाई जाती है। इस दौरान जरूरी प्रकाश, छाया, रंग आदि की भी सूक्ष्म जानकारी दी जाती

है। फोटोग्राफी कला को ललित कला फोटोग्राफी और कॉमर्शियल फोटोग्राफी के तौर पर बाँटा गया है। मन्दिरों किले, मस्जिदों, इमारतों, मूर्तियों से सम्बद्ध फोटोग्राफी ललित कला से सम्बन्धित है लेकिन फैशन, विज्ञापन फिल्म कॉमर्शियल फोटोग्राफी के तहत आते हैं।

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

—लेखिका

अनुक्रम

प्रस्तावना	v
1. पत्रकारिता	1
इतिहास	7
बाल-पत्रकारिता	11
पत्रकारिता का अर्थ, परिभाषा, मूल्य एवं क्षेत्र	17
पत्रकारिता की परिभाषा	19
सक्रियता	25
भाषा पर अधिकार	27
पत्रकारिता के कार्य	28
शिक्षा	28
जनमत	30
एजेंडा निर्धारण	31
निष्पक्षता	34
स्रोत	36
पीत पत्रकारिता	38
खेल पत्रकारिता	39
बाल पत्रकारिता	41
विशेषज्ञ पत्रकारिता	43
विकास पत्रकारितो	44
टेलीविजन पत्रकारिता	45

विज्ञान पत्रकारिता	46
शैक्षिक पत्रकारिता	47
अपराध पत्रकारिता	48
2. पत्रकारिता के विविध आयाम	49
रेडियो पत्रकारिता	52
सोशल मीडिया के प्रकार	54
विज्ञापन का सबसे बड़ा माध्यम	55
प्रमुख पत्र-पत्रिकाएँ	59
स्वतंत्रता पूर्व हिंदी के प्रमुख पत्रकार	63
संपादक के नाम पत्र	67
फोटो पत्रकारिता	67
3. पत्रकारिता के क्षेत्र एवं उनकी रिपोर्टिंग	68
राजनैतिक रिपोर्टिंग	71
खेल रिपोर्टिंग	74
शिक्षा रिपोर्टिंग	76
विकास पत्रकारिता की रिपोर्टिंग	79
ग्रामीण एवं कृषि पत्रकारिता की रिपोर्टिंग	80
4. पत्रकारिता और अनुवाद	81
पत्रकारिता में अनुवाद की समस्याएँ	82
पत्रकारिता में साधारण ज्ञान, तुरंत निर्णय की समस्या	83
शीर्षक-उपशीर्षकों आदि की समस्या	85
पारिभाषिक शब्दावली की समस्या	86
निर्माण के सिद्धांत	88
अनुवाद	93
पृष्ठभूमि	95
विस्तार	97
एक अच्छा अनुवादक वह है जो-	98
आधुनिक परम्परा	99
व्याख्याएँ	101
समभाषिक अनुवाद	102
अन्यभाषिक अनुवाद	104

प्रवृत्तिमूलक अर्थ	107
अनुवाद एक सम्बन्ध का नाम है	108
संक्रियात्मक पक्ष	108
सैद्धान्तिक पक्ष	109
सामाजिक एवं व्यावहारिक महत्त्व	111
भाषाओं का तुलनात्मक व्यतिरेकी अध्ययन	112
मूलभाषा का ज्ञान	115
शिक्षा	116
समीक्षा	116
भावानुवाद	118
सारानुवाद	119
आशु अनुवाद	119
अनुवाद के सिद्धान्त	120
अनुवाद की प्रक्रिया	127
अनुवाद की इकाई	128
पाठपरक आयाम	129
सामान्य सन्दर्भ	130
नाइडा का चिन्तन	131
पुनर्गठन	135
निष्कर्ष	142
अनुवाद प्रक्रिया की प्रकृति	143
द्वन्द्वत्मकता	145
अनुवाद परिवृत्ति	147
व्याकरणिक शब्दों की परिवृत्ति	148
5. अंतरजाल	151
इंटरनेट का तकनीकी विकास	157
संक्षिप्त इतिहास (प्रमुख घटनाएँ)	158
प्रोटोकॉल	160
अभिशासन	162
पहुँच	164
मास मीडिया	166

संचार	167
जीमेल का लोगो	170
डेटा स्थानांतरण	171
उप-संस्कृतियाँ	173
विश्व के देशों में अंतरजाल	174
इस्टोनिया में इंटरनेट	175
जर्मनी में इंटरनेट	176
ब्रिटेन में इंटरनेट	177
हंगरी में इंटरनेट	177
जापान में इंटरनेट	178
6. फोटो पत्रकारिता	183
फोटो पत्रकारिता का अर्थ	184
फोटो पत्रकारिता का इतिहास	185
फोटो पत्रकारिता की आवश्यकता एवं महत्त्व	188
फोटो पत्रकार के गुण	190
फोटो पत्रकारिता के क्षेत्र व प्रकार	191
फोटो पत्रकारिता हिंदी में	192
फोटो पत्रकारिता का इतिहास	192
दि इलस्ट्रेटिड लंदन न्यूज	194
संचार क्या है?	195
महात्मा गाँधी के अनुसार	195
डॉ. हरिमोहन के अनुसार	196
समाज का दिशा-दर्शन	197
सामाजिक जागृति का परिचायक	197
फोटो पत्रकारिता का आवश्यकता एवं महत्त्व	198
फोटो पत्रकारिता के क्षेत्र व प्रकार	199
फोटो पत्रकारिता के मूल सिद्धांत	200
7. फोटो पत्रकार एवं फोटोग्राफी	225
फोटो पत्रकार	225
वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी	231
फोटोग्राफी का इतिहास	234

1

पत्रकारिता

पत्रकारिता आधुनिक सभ्यता का एक प्रमुख व्यवसाय है जिसमें समाचारों का एकत्रीकरण, लिखना, जानकारी एकत्रित करके पहुँचाना, सम्पादित करना और सम्यक प्रस्तुतीकरण आदि सम्मिलित हैं। आज के युग में पत्रकारिता के भी अनेक माध्यम हो गये हैं, जैसे-अखबार, पत्रिकायें, रेडियो, दूरदर्शन, वेब-पत्रकारिता आदि। बदलते वक्त के साथ बाजारवाद और पत्रकारिता के अंतर्संबंधों ने पत्रकारिता की विषय-वस्तु तथा प्रस्तुति शैली में व्यापक परिवर्तन किए।

पत्रकारिता शब्द अंग्रेजी के “जर्नलिज्म” (Journalism) का हिंदी रूपांतर है। शब्दार्थ की दृष्टि से “जर्नलिज्म” शब्द ‘जर्नल’ से निर्मित है और इसका आशय है ‘दैनिक’। अर्थात् जिसमें दैनिक कार्यों व सरकारी बैठकों का विवरण हो। आज जर्नल शब्द ‘मैगजीन’ का द्योतक हो चला है। यानी, दैनिक, दैनिक समाचार-पत्र या दूसरे प्रकाशन, कोई सर्वाधिक प्रकाशन जिसमें किसी विशिष्ट क्षेत्र के समाचार हो। (डॉ. हरिमोहन एवं हरिशंकर जोशी- खोजी पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन)

पत्रकारिता लोकतंत्र का अविभाज्य अंग है। प्रतिपल परिवर्तित होनेवाले जीवन और जगत का दर्शन पत्रकारिता द्वारा ही संभव है। परिस्थितियों के अध्ययन, चिंतन-मनन और आत्माभिव्यक्ति की प्रवृत्ति और दूसरों का कल्याण अर्थात् लोकमंगल की भावना ने ही पत्रकारिता को जन्म दिया। जर्नलिज्म में मोजो ना 15-20 किलो का ट्राईपॉड, कैमरा और नाही 3-जी मशीन या ओबी वैन बस एक मोबाइल और हल्का किलो भर का ट्राइपॉड जहां मन वहां ताना लाइव शुरू। एक समय था जब टीवी पत्रकारिता मतलब बड़ा तामझाम था लेकिन अब तो

एक ही शख्स मोबाइल कैमरे से शूट भी करता है रिपोर्टिंग भी और लाइव टेलीकास्ट भी वो भी मोबाइल फोन से ही। तकनीकी विकास ने टी वी पत्रकारिता का सिर्फ कायापलट नहीं किया है नाम भी बदल दिया है। इस नये युग की पत्रकारिता को अब मोजो के नाम से जाना जाता है। मोजो माने मोबाइल जर्नलिज्म। लागत भी टीवी किट के मुकाबले बेहद कम है। इसका सबसे बड़ा फायदा ब्रेकिंग न्यूज की परिस्थितियों में है। जहां पर सीधे प्रसारण के लिए कैमरे और ओबी वैन ले जाने में दिक्कत होती है वहां मोजो किट आसानी से सबसे पहली तस्वीरें दर्शकों के पास पहुंचा सकती है। 70 का दशक था जब टी वी पत्रकारिता की शुरुआत हुई। उस समय पत्रकार, कैमरामैन, साउंड रिकॉर्डर और सहायक मतलब चार लोगों की टीम हुआ करती थी। यू-मैटिक कैमरा हुआ करता था बिना रिकॉर्डर के यानी रिकॉर्डर अलग से रहता था। टेप भी बड़ा एक किताब के आकार का हुआ करता था लेकिन उसमें रिकॉर्डिंग 10 और 20 मिनट ही कर सकते थे। बाजार में तब सोनी कंपनी का बोलबाला था।

सोनी कंपनी ने ही बाद में बीटा मैक्स फॉर्मेट लाया जो उस दौर में एडवांस माना जाता था। बीटा मैक्स टेप का आकार यू मैटिक से थोड़ा छोटा था जबकि रिकॉर्डिंग के लिए ज्यादा जगह थी। ये फॉर्मेट कई वर्षों तक चला। लेकिन बीटा कैमकाॉर्डर ने आते ही बीटा मैक्स की जगह ले ली क्योंकि इसमें रिकॉर्डर कैमरे के साथ ही लगा हुआ था मतलब रिकॉर्डर अलग से पकड़ने की जरूरत नहीं थी और ऑपरेटिंग सिस्टम भी आसान था। लेकिन इससे टीम में से एक आदमी की नौकरी पर बन आयी क्योंकि अब अलग से साउंड रिकॉर्डर की जरूरत नहीं थी। तकनीक के इस युग में समय के साथ तेजी से परिवर्तन हो रहा था। जल्द ही डिजिटल कैमरा बाजार में आ गए। सोनी, पैनासोनिक और जे वी सी कंपनियों में आगे बढ़ने की होड में बहुत ही छोटे कैमरे बनने लगे मिनी डीवी के रूप में। इन छोटे कैमरों ने बाजार में हलचल मचा दी थी। आकार में छोटे, लेकिन शूटिंग समय और पिक्चर क्वालिटी में कहीं बेहतर साथ में रंगीन व्यू फाइंडर भी। 4 लोगों की टीम अब घटकर 2 की हो चुकी थी। लेकिन स्टोरी शूट कर टेप जल्द से जल्द अपने दफ्तर या फिर दिल्ली भेजना पड़ता था।

इसके लिए राइडर रखे जाते थे वो मोटरसाइकिल पर शहर में घूम-घूम कर रिपोर्टों से टेप लेते और दफ्तर लाकर देते ताकि स्टोरी एडिट हो सके। अपलिंकिंग की व्यवस्था नहीं होने की वजह से विमान से टेप दिल्ली भेजने

पड़ते थे। लेकिन साल 2000 तक इस समस्या का भी समाधान निकल गया। बड़े-बड़े छातों वाली ओ बी यानी कि ब्रॉडकास्टिंग वैन आ चुकी थी। जिसके जरिये सिर्फ शूट किया हुआ ही दफतर में या दिल्ली भेजना आसान नहीं हुआ था लाइव टेलीकॉस्ट भी सम्भव हो गया था। अभी तक दिन में तय समय पर ही दिखने वाले टी वी न्यूज अब 24 घंटा चलने लगे थे। टी वी खबरों की दुनिया में तहलका मच चुका था। दुनिया में कहीं भी कुछ हुआ तो उसकी तस्वीर तुरंत टी वी चैनलों पर देखने को मिल जाती थी। जापान में आयी सुनामी के बाद डिजिटल मीडिया में बड़ी क्रांति आई।

मैग्नेटिक प्लास्टिक टेप की बजाय टेप लेस टेक्नोलॉजी यानी चिप का उदय हुआ। कैमरा , एसेसरीज और टेप सबकुछ बदल गया। छोटे से मेमरी कार्ड में बड़ी दुनिया समाने लगी। वीडियो की क्वालिटी भी हाई डेफिनेशन में हो गई। कम आदमी और कम खर्च में अच्छा परिणाम, टीवी न्यूज के लिए वरदान साबित होने लगा था। उसके बाद आई मोबाइल और इंटरनेट क्रांति ने तो दुनिया की तस्वीर ही बदलकर रख दी। जिस मोबाइल फोन का ईजाद दूर बैठे शख्स से संपर्क यानी बात करने के लिए हुआ था। वो ऑडियो वीडियो रिकॉर्डिंग की सुविधा से लैस हो गया। पहले तस्वीर खींचने की सुविधा थी, फिर ऑडियो और वीडियो रिकॉर्डिंग भी होने लगी। इंटरनेट से वीडियो भेजना भी आसान हो गया। अब तो आलम ये है कि सोशल मीडिया पर अनेकों न्यूज वेबसाइट खुल गई हैं जिसपर मोबाइल से ही शूट किए वीडियो से खबरें बनकर अपलोड हो रही हैं। लेकिन न्यूज चैनलों में मोजो जर्नलिज्म का क्रेडिट एन डी टी वी को जाता है।

अब इसे गला काट प्रतियोगिता में सीमित साधनों के साथ टिके रहने की चुनौती कहीं या नई तकनीकी के प्रयोग का साहस जो भी हो एन डी टी वी ने मोबाइल जर्नलिज्म को स्थापित कर दिया है। हालांकि ये इतना आसान भी नहीं था। खबर सोचने से लेकर शूट करने और उसे अपलंक करने तक सारी जिम्मेदारी एक अकेले रिपोर्टर पर आ गई यानी खबरनवीस कम टेक्निकल ज्यादा। कैमरामैन की नौकरी पर बन आयी लिहाजा नाराजगी स्वाभाविक थी। फील्ड में दूसरे चैनलों के कैमरामैनो की नजर में अभी अचानक से हम दुश्मन बन गए। लेकिन एन डी टी वी अपने प्रयोग पर टिका रहा। शूट में गुणवत्ता के लिए सभी रिपोर्टरों को सैमसंग 8 प्लस के नए मोबाइल दिए गये। जो एच डी से भी सुपर क्वालिटी 4k से लैस हैं। शुरू में चैनल ने एक मोजो बुलेटिन शुरू

किया फिर धीरे-धीरे स्टुडिओ एंकरिंग से लेकर कई बुलेटिन मोजो से ही शूट होने लगे। अब तो मोबाइल से सीधा प्रसारण भी होना शुरू हो गया है। संवाददाता फील्ड से ही न सिर्फ तस्वीरें बल्कि अपनी स्टोरी एडिट कर न्यूजरूम भेज सकता है। न्यूजरूम भी अब बदल रहे हैं और अब पारंपरिक न्यूजरूम की जगह मल्टीमीडिया न्यूजरूम आ गए हैं। जापान के एक न्यूज चैनल ने तो बाकायदा इस पर एक टीवी रिपोर्ट भी बनाया है जो वायरल हुआ और लोगों ने पसंद भी किया। आज आलम ये है कि दूसरे चैनल भी अब मोजो जर्नलिज्म की तरफ बढ़ रहे हैं। बड़ी बात ये है कि शुरू में कुछ बड़े नेता, अभिनेता, अफसर और वकील मोबाइल पर शूट करते देख बिदक जाते थे लेकिन अब ऐसा नहीं है। अब तो कई नेता और अफसर अपनी बाइट यानी कि इंटरव्यू क्लिप खुद ही बनाकर टी वी पत्रकारों को भेजने लगे हैं। जिससे उनका समय और ऊर्जा दोनों की बचत हो रही है। इंटरनेट और मोबाइल ने तो दुनिया को इस कदर नजदीक ला दिया है कि दुनिया के किसी भी कोने में बैठकर हम कहीं की भी स्टोरी कर सकते हैं अन्याय और समस्याओं को उजागर कर न्याय भी दिला सकते हैं। भारत के 77 भारतीय मजदूर श्रीलंका में भुवलका स्टील में काम कर रहे थे। लेकिन प्रोडक्शन में कमी की वजह से उनका वेतन रुक गया था। हालत ये हो गई थी कि वो खाने के लिए मोहताज हो गए और भारत वापस आने के लिए टिकट के पैसे भी नहीं थे।

सोशल मीडिया के जरिये उनकी लाचारी की जानकारी मिलते ही मैंने उनसे मोबाइल से संपर्क किया और उन्हें अपना दर्द शूट कर व्हाट्सअप करने को कहा। उन्होंने वीडियो ओर बाइट बनाकर भेजा। सबकुछ जांच पड़ताल कर और कंपनी के मालिक की प्रतिक्रिया के साथ खबर बनाई। चैनल पर खबर चली और विदेश मंत्रालय ने तुरंत उसमें दखल दिया। नतीजा सभी 77 भारतीय अपने वतन वापस आने में कामयाब रहे। लेकिन इसके फायदे हैं तो नुकसान भी। आज सभी के हाथ में मोबाइल है और उसमें इंटरनेट। जिसे जो मन में आता है उसे शूट कर या कुछ भी लिखकर पोस्ट कर देता है। जनता भी खुद को पत्रकार से कम नहीं समझती। जगह-जगह सिटीजन-जर्नलिस्ट पैदा हो गए हैं। लेकिन चूंकि इन्हें पत्रकारिता की नियमावली पता नहीं होती इसलिए वो बिना सोचे समझे पोस्ट कर कभी-कभी मुसीबत भी खड़ी कर देते हैं। फिर मोबाइल जर्नलिज्म की अपनी कुछ सीमाएं भी हैं। जिन इलाकों में इंटरनेट स्पीड धीमी

है वहां से खबरें भेजने में परेशानी आ सकती है। इसके अपने नैतिक तथा कानूनी पक्ष भी हैं। खबरें करते वक्त दूसरों की निजता का सम्मान करना बेहद जरूरी है। बिना किसी को जानकारी दिए बातचीत रिकॉर्ड करना नैतिकता के दायरे में नहीं आता। इसी तरह जहां टीवी कैमरों को जाने की इजाजत नहीं है, वहां स्मार्ट फोन से शूट करना पत्रकारिता की मर्यादा से बाहर है। फिर जगह-जगह सोशल मीडिया से आए वीडियो क्लिप की पुष्टि करना भी आसान नहीं।

सी. जी. मूलर ने बिल्कुल सही कहा है कि-

सामायिक ज्ञान का व्यवसाय ही पत्रकारिता है। इसमें तथ्यों की प्राप्ति उनका मूल्यांकन एवं ठीक-ठाक प्रस्तुतीकरण होता है।

(Journalism is business of timely knowledge the business of obtaining the necessary facts, of evaluating them carefully and of presenting them fully and of acting on them wisely.)

- **डॉ. अर्जुन तिवारी के कथानानुसार**—ज्ञान और विचारों को समीक्षात्मक टिप्पणियों के साथ शब्द, ध्वनि तथा चित्रों के माध्यम से जन-जन तक पहुँचाना ही पत्रकारिता है। यह वह विधा है जिसमें सभी प्रकार के पत्रकारों के कार्यों, कर्तव्यों और लक्ष्यों का विवेचन होता है। पत्रकारिता समय के साथ समाज की दिग्दर्शिका और नियामिका है।
- **डॉ बद्दीनाथ कपूर के अनुसार**—पत्रकारिता पत्र पत्रिकाओं के लिए समाचार लेख एकत्रित तथा संपादित करने, प्रकाशन आदेश देने का कार्य है।
- **हिंदी शब्द सागर के अनुसार**— पत्रकार का काम या व्यवसाय पत्रकारिता है।
- **श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी के अनुसार**— पत्रकारिता विशिष्ट देश, काल और परिस्थिति के आधार पर तथ्यों का, परोक्ष मूल्य का संदर्भ प्रस्तुत करती है।
- **टाइम्स पत्रिका के अनुसार**— पत्रकारिता इधर-उधर उधर से एकत्रित, सूचनाओं का केंद्र, जो सही दृष्टि से संदेश भेजने का काम करता है, जिससे घटनाओं का सहीपन को देखा जाता है।
- **डॉ कृष्ण बिहारी मिश्र के अनुसार**— पत्रकारिता वह विधा है जिसमें पत्रकारों के कार्यों, कर्तव्यों, और उद्देश्यों का विवेचन किया जाता है। जो

अपने युग और अपने संबंध में लिखा जाए वह पत्रकारिता है।

- **डॉ भुवन सुराणा के अनुसार-** पत्रकारिता वह धर्म है जिसका संबंध पत्रकार के उस धर्म से है जिसमें वह तत्कालिक घटनाओं और समस्याओं का अधिक सही और निष्पक्ष विवरण पाठक के समक्ष प्रस्तुत करता है।
- **डॉ अवनीश सिंह चौहान के अनुसार-** तथ्यों, सूचनाओं एवं विचारों को समालोचनात्मक एवं निष्पक्ष विवेचन के साथ शब्द, ध्वनि, चित्र, चलचित्र, संकेतों के माध्यम से देश-दुनिया तक पहुँचाना ही पत्रकारिता है। यह एक ऐसी कला है जिससे देश, काल और स्थिति के अनुसार समाज को केंद्र में रखकर सारगर्भित एवं लोकहितकारी विवेचन प्रस्तुत किया जा सकता है।

उपरोक्त परिभाषाओं के आधार पर हम कह सकते हैं कि पत्रकारिता जनता को समसामयिक घटनाएँ वस्तुनिष्ठ तथा निष्पक्ष रूप से उपलब्ध कराने का महत्त्वपूर्ण कार्य है द्यसत्य की आधारशिला पर पत्रकारिता का कार्य आधारित होता है तथा जनकल्याण की भावना से जुड़कर पत्रकारिता सामाजिक परिवर्तन का साधन बन जाता है।

पत्रकारिता का स्वरूप और विशेषतायें

सामाजिक सरोकारों तथा सार्वजनिक हित से जुड़कर ही पत्रकारिता सार्थक बनती है। 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 पाया (स्तम्भ) भी कहा जाता है। पत्रकारिता ने लोकतंत्र में यह महत्त्वपूर्ण स्थान अपने आप नहीं हासिल किया है बल्कि सामाजिक सरोकारों के प्रति पत्रकारिता के दायित्वों के महत्त्व को देखते हुए समाज ने ही दर्जा दिया है। कोई भी लोकतंत्र तभी सशक्त है जब पत्रकारिता सामाजिक सरोकारों के प्रति अपनी सार्थक भूमिका निभाती रहे। सार्थक पत्रकारिता का उद्देश्य ही यह होना चाहिए कि वह प्रशासन और समाज के बीच एक महत्त्वपूर्ण कड़ी की भूमिका अपनाये।

पत्रकारिता के इतिहास पर नजर डालें तो स्वतंत्रता के पूर्व पत्रकारिता का मुख्य उद्देश्य स्वतंत्रता प्राप्ति का लक्ष्य था। स्वतंत्रता के लिए चले आंदोलन और

स्वाधीनता संग्राम में पत्रकारिता ने अहम और सार्थक भूमिका निभाई। उस दौर में पत्रकारिता ने पूरे देश को एकता के सूत्र में पिरोने के साथ-साथ पूरे समाज को स्वाधीनता की प्राप्ति के लक्ष्य से जोड़े रखा।

इंटरनेट और सूचना के अधिकार (आर.टी.आई.) ने आज की पत्रकारिता को बहुआयामी और अनंत बना दिया है। आज कोई भी जानकारी पलक झपकते उपलब्ध की और कराई जा सकती है। मीडिया आज काफी सशक्त, स्वतंत्र और प्रभावकारी हो गया है। पत्रकारिता की पहुँच और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का व्यापक इस्तेमाल आमतौर पर सामाजिक सरोकारों और भलाई से ही जुड़ा है, किंतु कभी-कभार इसका दुरुपयोग भी होने लगा है।

संचार क्रांति तथा सूचना के अधिकार के अलावा आर्थिक उदारीकरण ने पत्रकारिता के चेहरे को पूरी तरह बदलकर रख दिया है। विज्ञापनों से होनेवाली अथाह कमाई ने पत्रकारिता को काफी हद तक व्यावसायिक बना दिया है। मीडिया का लक्ष्य आज अधिक से अधिक कमाई का हो चला है। मीडिया के इसी व्यावसायिक दृष्टिकोण का नतीजा है कि उसका ध्यान सामाजिक सरोकारों से कहीं भटक गया है। मुद्दों पर आधारित पत्रकारिता के बजाय आज इन्फोटेमेंट ही मीडिया की सुर्खियों में रहता है।

इंटरनेट की व्यापकता और उस तक सार्वजनिक पहुँच के कारण उसका दुष्प्रयोग भी होने लगा है। इंटरनेट के उपयोगकर्ता निजी भड़ास निकालने और अतर्गत तथा आपत्तिजनक प्रलाप करने के लिए इस उपयोगी साधन का गलत इस्तेमाल करने लगे हैं। यही कारण है कि यदा-कदा मीडिया के इन बहुपयोगी साधनों पर अंकुश लगाने की बहस भी छिड़ जाती है। गनीमत है कि यह बहस सुझावों और शिकायतों तक ही सीमित रहती है। उस पर अमल की नौबत नहीं आने पाती। लोकतंत्र के हित में यही है कि जहाँ तक हो सके पत्रकारिता हो स्वतंत्र और निर्बाध रहने दिया जाए, और पत्रकारिता का अपना हित इसमें है कि वह अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का उपयोग समाज और सामाजिक सरोकारों के प्रति अपने दायित्वों के ईमानदार निर्वहन के लिए करती रहे।

इतिहास

मनुष्य स्वभाव से ही जिज्ञासु होता है। उसे वह सब जानना अच्छा लगता है जो सार्वजनिक नहीं हो अथवा जिसे छिपाने की कोशिश की जा रही हो।

मनुष्य यदि पत्रकार हो तो उसकी यही कोशिश रहती है कि वह ऐसी गूढ़ बातें या सच उजागर करे जो रहस्य की गहराइयों में कैद हो। सच की तह तक जाकर उसे सतह पर लाने या उजागर करने को ही हम अन्वेषी या खोजी पत्रकारिता कहते हैं।

खोजी पत्रकारिता एक तरह से जासूसी का ही दूसरा रूप है जिसमें जोखिम भी बहुत है। यह सामान्य पत्रकारिता से कई मायनों में अलग और अधिक श्रमसाध्य है। इसमें एक-एक तथ्य और कड़ियों को एक-दूसरे से जोड़ना होता है तब कहीं जाकर वांछित लक्ष्य की प्राप्ति होती है। कई बार तो पत्रकारों द्वारा की गई कड़ी मेहनत और खोज को बीच में ही छोड़ देना पड़ता है, क्योंकि आगे के रास्ते बंद हो चुके होते हैं। पत्रकारिता से जुड़ी पुरानी घटनाओं पर नजर दौड़ायें तो माई लाई कोड, वाटरगेट कांड, जैक एंडर्सन का पेंटागन पेपर्स जैसे अंतरराष्ट्रीय कांड तथा सीमेंट घोटाला कांड, बोफोर्स कांड, ताबूत घोटाला कांड तथा जैसे राष्ट्रीय घोटाले खोजी पत्रकारिता के चर्चित उदाहरण हैं। ये घटनायें खोजी पत्रकारिता के उस दौर की हैं जब संचार क्रांति, इंटरनेट या सूचना का अधिकार (आर.टी.आई) जैसे प्रभावशाली अस्त्र पत्रकारों के पास नहीं थे। इन प्रभावशाली हथियारों के आस्तित्व में आने के बाद तो घोटाले उजागर होने का जैसे एक दौर ही शुरू हो गया हाल के कुछ चर्चित घोटालों में 2जी स्पेक्ट्रम घोटाला, कॉमनवेलथ गेम्स घोटाला, आदर्श घोटाला, ताज कारीडोर घोटाला आदि उल्लेखनीय हैं। जाने-माने पत्रकार जुलियन असांज के 'विकीलिक्स' ने तो ऐसे-ऐसे रहस्योद्घाटन किये जिनसे कई देशों की सरकारें तक हिल गईं।

इंटरनेट और सूचना के अधिकार ने पत्रकारों और पत्रकारिता की धार को अत्यंत पैना बना दिया लेकिन इसका दूसरा पहलू यह भी है कि पत्रकारिता की आड़ में इन हथियारों का इस्तेमाल 'ब्लैकमेलिंग' जैसे गलत उद्देश्य के लिए भी होने लगा है। समय-समय पर हुये कुछ 'स्टिंग ऑपरेशन' और कई बहुचर्चित सी. डी. कांड इसके उदाहरण हैं।

स्टिंग पत्रकारिता के संदर्भ में फोटो जर्नलिज्म या फोटो पत्रकारिता से जुड़े जासूसों जिन्हें 'पापारात्सी' (Paparazzi) कहते हैं, की चर्चा भी जरूरी है। प्रिंसेस डायना की मौत के जिम्मेदार 'पैदराजा' ही थे। समाज की बेहतरी और उसकी भलाई के लिए खोजी पत्रकारिता का एक आवश्यक अंग जरूर है, लेकिन इसे भी अपनी मर्यादाओं के घेरे में रहना चाहिए। खोजी पत्रकारिता साहसिक तक तो ठीक है, लेकिन इसका दुस्साहस न तो पत्रकारिता के हित में है और न ही समाज के।

खेल पत्रकारिता

खेल केवल मनोरंजन का साधन नहीं बल्कि वह अच्छे स्वास्थ्य, शारीरिक दमखम और बौद्धिक क्षमता का भी प्रतीक है। यही कारण है कि पूरी दुनिया में अति प्राचीनकाल से खेलों का प्रचलन रहा है। मल्ल-युद्ध, तीरंदाजी, घुड़सवारी, तैराकी, गुल्ली डंडा, पोलो रस्साकशी, मलखंभ, वॉल गेम्स, जैसे आउटडोर या मैदानी खेलों के अलावा चौपड़, चौसर या शतरंज जैसे इन्डोर खेल प्राचीनकाल से ही लोकप्रिय रहे हैं। आधुनिक काल में इन पुराने खेलों के अलावा इनसे मिलते-जुलते खेलों तथा अन्य आधुनिक स्पर्धात्मक खेलों ने पूरी दुनिया में अपना वर्चस्व कायम कर रखा है। खेल आधुनिक हों या प्राचीन, खेलों में होनेवाले अद्भुत कारनामों को जगजाहिर करने तथा उसका व्यापक प्रचार-प्रसार करने में खेल पत्रकारिता का महत्त्वपूर्ण योगदान रहा है। आज पूरी दुनिया में खेल यदि लोकप्रियता के शिखर पर हैं तो उसका काफी कुछ श्रेय खेल पत्रकारिता को भी है।

आज स्थिति यह है कि समाचार पत्रों या पत्रिकाओं के अलावा किसी भी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का स्वरूप तब तक परिपूर्ण नहीं माना जाता जब तक उसमें खेलों का भरपूर कवरेज नहीं हो। खेलों के प्रति मीडिया का यह रुझान 'डिमांड' और 'सप्लाई' पर आधारित है। आज भारत ही नहीं पूरी दुनिया में आबादी का एक बड़ा हिस्सा युवा वर्ग का है जिसकी पहली पसंद विभिन्न खेल स्पर्धायें हैं, शायद यही कारण है कि पत्र-पत्रिकाओं में अगर सबसे अधिक कोई पन्ने पढ़े जाते हैं तो वह खेल से संबंधित होते हैं। प्रिंट मीडिया के अलावा टी. वी. चैनलों का भी एक बड़ा हिस्सा खेलों के प्रसारण से जुड़ा होता है। खेल चैनल तो चौबीसों घंटे कोई न कोई खेल लेकर हाजिर ही रहते हैं। लाइव कवरेज या सीधा प्रसारण की बात तो छोड़िये रिकॉर्डेड पुराने मैचों के प्रति भी दर्शकों का रुझान कहीं कम नहीं दिखाई देता। पाठकों और दर्शकों की खेलों के प्रति दीवनी का ही नतीजा है कि आज खेल की दुनिया में अकूत धन बरस रहा है। धन, जो विज्ञापन के रूप में हो चाहे पुरस्कार राशि के रूप में, न लुटानेवालों की कमी है न पानेवालों की। यह स्थिति आज की है। लेकिन एक समय ऐसा भी था जब खेलों में धनदौलत को कोई नामोनिशान नहीं था। प्राचीन ओलिम्पिक खेलों जैसी विख्यात खेल स्पर्धा में भी विजेता को जैतून की पत्तियों के मुकुट का पुरस्कार दिया जाता था लेकिन वह ताज भी अनमोल हुआ करता था।

खेलों में धन-वर्षा का प्रारंभ कार्पोरेट जगत के इसमें प्रवेश से हुआ। कार्पोरेट जगत के प्रोत्साहन से कई खेल और खिलाड़ी प्रोफेशनल होने-लगे और खेल-स्पर्धाओं से लाखों-करोड़ों कमाने लगे। आज टेनिस, फुटबॉल, बास्केटबॉल, बॉक्सिंग, स्क्वाश, गोल्फ जैसे खेलों में पैसों की बरसात हो रही है।

खेलों की लोकप्रियता और खिलाड़ियों की कमाई की बात करें तो आज क्रिकेट ने, जो दुनिया के गिने-चुने ही देशों में खेला जाता है, लोकप्रियता की नई ऊँचाइयाँ हासिल की हैं। क्रिकेट में कारपोरेट जगत के रुझान के कारण नवोदित क्रिकेटर भी अन्य खिलाड़ियों की तुलना में अच्छी खासी कमाई कर रहे हैं।

खेलों में धन की बरसात में कोई बुराई नहीं है। इससे खेलों और खिलाड़ियों के स्तर में सुधार ही होता है, लेकिन उसका बदसूरत पहलू यह भी है कि खेलों में गलाकाट स्पर्धा के कारण इसमें फिक्सिंग और डोपिंग जैसी बुराइयों का प्रचलन भी बढ़ने लगा है। फिक्सिंग और डोपिंग जैसी बुराइयाँ न खिलाड़ियों के हित में हैं और न खेलों के। खेल-पत्रकारिता की यह जिम्मेदारी है कि वह खेलों में पनप रही उन बुराइयों के विरुद्ध लगातार आवाज उठाती रहे। खेलों में खेल भावना की रक्षा हर कीमत पर होनी चाहिए। खेल पत्रकारिता से यह उम्मीद भी की जानी चाहिए कि आम लोगों से जुड़े खेलों को भी उतना ही महत्त्व और प्रोत्साहन मिले जितना अन्य लोकप्रिय खेलों को मिल रहा है।

महिला पत्रकारिता

पत्रकारिता जैसे व्यापक और विशद विषय में महिला पत्रकारिता की अवधारणा भले ही कुछ अटपटी लगती है, किंतु नारी स्वातंत्र्य और समानता के इस युग में भी आधी दुनिया से जुड़े ऐसे अनेक पहलू हैं जिनके महत्त्व को देखते हुए महिला पत्रकारिता की अलग विधा की आवश्यकता महसूस होती है।

पुरुष और नारी के भेद का सबसे बड़ा आधार तो उनकी अलग शारीरिक संरचना है। प्रकृति ने पुरुष को एक सांचे में ढाला है तो नारी को उससे अलग। एक समय था जब समाज पुरुष प्रधान हुआ था। पुरुष प्रधान समाज ने अपनी सुविधानुसार नारी को अबला बनाकर घर की चारदीवारी तक सीमित कर दिया था। विकास के निरंतर तेज गति से बदलते दौर ने महिलाओं को प्रगति का समान अवसर दिया और महिलाओं ने अपनी प्रतिभा और लगन के बलबूते पर समाज के हर क्षेत्र में अपनी आमिट छाप छोड़ने का जो सिलसिला शुरू किया वह

लगातार जारी है। आज के दौर में कोई भी ऐसा क्षेत्र नहीं जहाँ महिलाओं की सशक्त उपस्थिति नहीं महसूस की जा रही हो। वर्तमान दौर में राजनीति, प्रशासन, सेना, शिक्षण, चिकित्सा, विज्ञान, तकनीक, उद्योग, व्यापार, समाजसेवा आदि प्रमुख क्षेत्रों में महिलाओं ने अपनी प्रतिभा और क्षमता के आधार पर अपनी राह खुद बनाई है। कई क्षेत्रों में तो कड़ी स्पर्धा और कठिन चुनौती के बावजूद महिलाओं ने अपना शीर्ष मुकाम बनाया है। भारत की इंदिरा नूई, नैनालाल किद्वई, चंदा कोचर आदि महिलाओं ने सफलता के जिस शिखर को छुआ है वे सभी कड़ी स्पर्धावाले क्षेत्र माने जाते हैं।

तेजी से बदलते सामाजिक परिवेश तथा महिला पुरुष समानता के इस दौर में महिलाएँ अब घर की दहलीज लाँघकर बाहर आ चुकी हैं। प्रायः हर क्षेत्र में महिलाओं की उपस्थिति और भागीदारी नजर आती है। शिक्षा ने महिलाओं को अपने अधिकारों के प्रति जागरक बनाया है। अब महिलायें भी अपने करियर के प्रति सचेत हैं। महिला जागरण की इस नवचेतना के साथ-साथ महिलाओं के प्रति अत्याचार और अपराध के मामले भी बढ़े हैं। महिलाओं की सामाजिक सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए बहुत सारे कानून बने हैं और आवश्यकतानुसार उसमें समय-समय पर संशोधन भी किये जाते रहे हैं। महिलाओं को सामाजिक सुरक्षा दिलाने में महिला पत्रकारिता की अहम भूमिका रही है। महिला पत्रकारिता की आज अलग से जरूरत ही इसलिए है कि उसमें महिलाओं से जुड़े हर पहलू पर गौर किया जाए और महिलाओं के सर्वांगीण विकास में यह महत्वपूर्ण भूमिका निभा सके। महिला पत्रकारिता की सार्थकता महिला सशक्तिकरण के उद्देश्य से जुड़ी है।

कुछ प्रमुख महिला पत्रकार: मृणाल पांडे, विमला पाटील, बरखा दत्त, सीमा मुस्तफा, तवलीन सिंह, मीनल बहोल, सत्या शरण, दीना वकील, सुनीता ऐरन, कुमुद संघवी चावरे, स्वेता सिंह, पूर्णिमा मिश्रा, मीमांसा मल्लिक, अंजना ओम कश्यप, नेहा बाथम, मिनाक्षी कंडवाल आदि। आज भारत में पत्रकारिता के क्षेत्र में महिला पत्रकारों के आने से देश के हर लड़की को अपने जीवन में आगे बढ़ने की प्रेरणा मिल रही है।

बाल-पत्रकारिता

बाल-मन स्वभावतः जिज्ञासु और सरल होता है। जीवन की यह वह अवस्था है जिसमें बच्चा अपने माता-पिता, शिक्षक और चारों तरफ के परिवेश

से ही सीखता है। यही वह उम्र होती है जिसमें बच्चे के मस्तिष्क पर किसी भी घटना या सूचना की आमिट छाप पड़ जाती है। बच्चे के आसपास की परिवेश उसके व्यक्तित्व निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

एक समय था जब बच्चों को परीकथाओं, लोककथाओं, पौराणिक, ऐतिहासिक, धार्मिक कथाओं के माध्यम से बहलाने-फुसलाने के साथ-साथ उनका ज्ञानवर्द्धन किया जाता था। इन कथाओं का बच्चों के चारित्रिक विकास पर भी गहरा प्रभाव होता था।

आज संचार क्रांति के इस युग में बच्चों के लिए सूचनातंत्र काफी विस्तृत और अनंत हो गया है। कंप्यूटर और इंटरनेट तक उनकी पहुँच ने उनकी जिज्ञासा को असीमित बना दिया है। ऐसे में इस बात की भी आशंका और गुंजाइश बनी रहती है कि बच्चों तक वे सूचनायें भी पहुँच सकती हैं, जिससे उनके बालमन के भटकवाव या विकृति भी संभव है। ऐसी स्थिति में बाल पत्रकारिता की सार्थक सोच और दिशा बच्चों को सही दिशा की ओर अग्रसर कर सकती है। बाल पत्रकारिता की दिशा में प्रिंट और विजुअल मीडिया (दृश्य-माध्यम) के साथ-साथ इंटरनेट की भी अहम और जिम्मेदार भूमिका हो सकती है।

आर्थिक पत्रकारिता

कोई भी ऐसा व्यापारिक या आर्थिक व्यवहार जो व्यक्तियों, संस्थानों, राज्यों या देशों के बीच होता है, वह आर्थिक पत्रकारिता के सरोकारों में शामिल है।

आर्थिक पत्रकारिता आर्थिक व्यवहार या अर्थ-व्यवस्था के व्यापक गुण-दोषों की समीक्षा और विवेचना की धुरी पर केंद्रित है। जिस प्रकार पत्रकारिता का उद्देश्य किसी भी व्यवस्था के गुण-दोषों को व्यापक आधार पर प्रचारित प्रसारित करना है, उसी प्रकार आर्थिक पत्रकारिता की भूमिका तभी सार्थक है जब वह अर्थ व्यवस्था के हर पहलू पर सूक्ष्म नजर रखते हुए उसका विश्लेषण करे और समाज पर पड़ने वाले उसके प्रभावों का प्रचार-प्रसार करने में सक्षम हो। अर्थ-व्यवस्था के मामले में आर्थिक पत्रकारिता व्यवस्था और उपभोक्ता के बीच सेतु का काम करने के साथ-साथ एक सजग प्रहरी की भूमिका भी निभाती है।

आर्थिक उदारीकरण और विभिन्न देशों के आपसी व्यापारिक संबंधों ने पूरी दुनिया के आर्थिक परिदृश्य को बहुत व्यापक बना दिया है। आज किसी

भी देश की अर्थव्यवस्था बहुत कुछ अंतरराष्ट्रीय व्यापार संबंधों पर निर्भर हो गई है। दुनिया के किसी कोने में मची आर्थिक हलचल या उथल-पुथल अन्य देशों की अर्थ-व्यवस्था को प्रभावित करने लगी है। सोने और चांदी जैसी बहुमूल्य धातुओं तथा कच्चे तेल की कीमतों के उतार-चढ़ाव से आज दुनिया की कोई भी अर्थ व्यवस्था अछूती नहीं रही।

यूरो, डॉलर, पाउंड, येन जैसी मुद्रायें तथा सोना, चाँदी और कच्चा तेल आज दुनिया की प्रमुख अर्थ व्यवस्थाओं की नब्ज बन चुकी हैं। कहने का तात्पर्य यह कि आज भले ही सभी देश अपनी अर्थव्यवस्थाओं के नियामक और नियंत्रक हों किन्तु विश्व की आर्थिक हलचलों से वे अछूते नहीं हैं। हम कह सकते हैं कि आर्थिक परिदृश्य पर पूरा विश्व व्यापक तौर पर एक बाजार नजर आता है। सभी देशों की अर्थ व्यवस्थायें आज इसी वैश्विक बाजार की गतिविधियों से निर्धारित होती हैं। मजबूत अर्थव्यवस्था वाले देशों में होनेवाले महत्त्वपूर्ण आर्थिक परिवर्तनों से दुनिया के प्रमुख देश भी प्रभावित होते हैं। आर्थिक पत्रकारिता के लिए विश्व का आर्थिक परिवेश एक चुनौती हैं। आर्थिक पत्रकारिता का यह दायित्व है कि विश्व की अर्थव्यवस्था को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का विश्लेषण वह लगातार करती रहे तथा उनके गुण-दोषों के आधार पर एहतियाती उपायों की चर्चा आर्थिक पत्रकारिता का व्यापक हिस्सा बने।

आर्थिक पत्रकारिता के समक्ष एक बड़ी चुनौती करवंचना, कालाधन और जाली नोटों की समस्या है। कालाधन आज विकसित और विकासशील देशों के लिए एक बड़ी समस्या बना हुआ है। काला धन भ्रष्टाचार से उपजता है और भ्रष्टाचार को ही बढ़ाता है। भ्रष्टाचार की व्यापकता अंततः देश के विकास में बाधक बनती है। कालाधन और आर्थिक अपराधों को उजागर करने वाली खबरों के व्यापक प्रचार-प्रसार की जिम्मेदारी भी आर्थिक पत्रकारिता का हिस्सा है।

भारत जैसे कृषि प्रधान देश में हमारी अर्थ व्यवस्था काफी कुछ कृषि और कृषि उत्पादों पर निर्भर है। भारत में तेजी से विकसित हो रहे नगरों और महानगरों के बावजूद आज भी देश की लगभग 70 प्रतिशत आबादी गाँवों में ही बसती है। देश के बजट प्रावधानों का एक बड़ा हिस्सा कृषि एवं ग्रामीण विकास के मद में खर्च होता है। आर्थिक पत्रकारिता का एक महत्त्वपूर्ण आयाम कृषि एवं कृषि आधारित योजनाओं तथा ग्रामीण विकास के कार्यक्रमों का कवरेज भी है। ग्रामीण विकास के बिना देश का विकास और आर्थिक पत्रकारिता का उद्देश्य

अधूरा ही रहेगा। व्यापार के परंपरागत क्षेत्रों के अलावा रिटेल, बीमा, संचार, विज्ञान एवं तकनीक जैसे व्यापार के आधुनिक क्षेत्रों ने आर्थिक पत्रकारिता को व्यापक क्षितिज और नया आयाम दिया है। देश की अर्थव्यवस्था को सही दिशा देकर उसे सुचारु और सुदृढ़ बनाना आर्थिक पत्रकारिता के लिए चुनौती तो है ही उसकी सार्थकता भी इसी में निहित है।

प्रमुख पत्र-पत्रिकाएँ

इकॉनॉमिक टाइम्स, फाइनेंशियल एक्सप्रेस, बिजनेस स्टैंडर्ड, बिजनेस लाइन, मनी कंट्रोल, इकॉनॉमिक वेल्थ, मिंट, व्यापार आदि।

पत्रकारिता के अन्य रूप

- ग्रामीण पत्रकारिता,
- व्याख्यात्मक पत्रकारिता,
- विकास पत्रकारिता,
- संदर्भ पत्रकारिता,
- संसदीय पत्रकारिता,
- रेडियो पत्रकारिता,
- दूरदर्शन पत्रकारिता,
- फोटो पत्रकारिता,
- विधि पत्रकारिता,
- अंतरिक्ष पत्रकारिता,
- सवौदय पत्रकारिता,
- चित्रपट पत्रकारिता,
- वॉचडॉग पत्रकारिता,
- पीत पत्रकारिता,
- पेज श्री पत्रकारिता,
- एडवोकेसी पत्रकारिता,
- कृषि पत्रकारिता,

पत्रकारिता का इतिहास, प्रौद्योगिकी और व्यापार के विकास के साथ आरम्भ हुआ।

लगता है कि विश्व में पत्रकारिता का आरंभ सन 131 ईस्वी पूर्व रोम में हुआ था। उस साल पहला दैनिक समाचार-पत्र निकलने लगा। उस का नाम

था—“Acta Diurna” (दिन की घटनाएं)। वास्तव में यह पत्थर की या धातु की पट्टी होता था जिस पर समाचार अंकित होते थे। ये पट्टियां रोम के मुख्य स्थानों पर रखी जाती थीं और इन में वरिष्ठ अधिकारियों की नियुक्ति, नागरिकों की सभाओं के निर्णयों और ग्लेडिएटर्स की लड़ाइयों के परिणामों के बारे में सूचनाएं मिलती थीं।

मध्यकाल में यूरोप के व्यापारिक केंद्रों में ‘सूचना-पत्र’ निकलने लगे। उन में कारोबार, क्रय-विक्रय और मुद्रा के मूल्य में उतार-चढ़ाव के समाचार लिखे जाते थे। लेकिन ये सारे ‘सूचना-पत्र’ हाथ से ही लिखे जाते थे।

15वीं शताब्दी के मध्य में योहन गूटनबर्ग ने छापने की मशीन का आविष्कार किया। असल में उन्होंने धातु के अक्षरों का आविष्कार किया। इस के फलस्वरूप किताबों का ही नहीं, अखबारों का भी प्रकाशन संभव हो गया।

16वीं शताब्दी के अंत में, यूरोप के शहर स्ट्रस्बुर्ग में, योहन कारोलूस नाम का कारोबारी धनवान ग्राहकों के लिये सूचना-पत्र लिखवा कर प्रकाशित करता था। लेकिन हाथ से बहुत सी प्रतियों की नकल करने का काम महंगा भी था और धीमा भी। तब वह छापे की मशीन खरीद कर 1605 में समाचार-पत्र छापने लगा। समाचार-पत्र का नाम था ‘रिलेशन’। यह विश्व का प्रथम मुद्रित समाचार-पत्र माना जाता है।

भारत में पत्रकारिता का आरंभ

छापे की पहली मशीन भारत में 1674 में पहुंचायी गयी थी। मगर भारत का पहला अखबार इस के 100 साल बाद, 1776 में प्रकाशित हुआ। इस का प्रकाशक ईस्ट इंडिया कंपनी का भूतपूर्व अधिकारी विलेम बॉल्ट्स था। यह अखबार स्वभावतः अंग्रेजी भाषा में निकलता था तथा कंपनी व सरकार के समाचार फैलाता था।

सब से पहला अखबार, जिस में विचार स्वतंत्र रूप से व्यक्त किये गये, वह 1780 में जेम्स ओगस्टस हीकी का अखबार ‘बंगाल गजेट’ था। अखबार में दो पन्ने थे और इस में ईस्ट इंडिया कंपनी के वरिष्ठ अधिकारियों की व्यक्तिगत जीवन पर लेख छपते थे। जब हीकी ने अपने अखबार में गवर्नर की पत्नी का आक्षेप किया तो उसे 4 महीने के लिये जेल भेजा गया और 500 रूपये का जुर्माना लगा दिया गया। लेकिन हीकी शासकों की आलोचना करने से परहेज नहीं किया। और जब उस ने गवर्नर और सर्वोच्च न्यायाधीश की आलोचना की

तो उस पर 5000 रुपये का जुर्माना लगाया गया और एक साल के लिये जेल में डाला गया। इस तरह उस का अखबार भी बंद हो गया।

1790 के बाद भारत में अंग्रेजी भाषा की और कुछ अखबार स्थापित हुए जो अधिकतर शासन के मुखपत्र थे। पर भारत में प्रकाशित होने वाले समाचार-पत्र थोड़े-थोड़े दिनों तक ही जीवित रह सके।

1819 में भारतीय भाषा में पहला समाचार-पत्र प्रकाशित हुआ था। वह बंगाली भाषा का पत्र-‘संवाद कौमुदी’ (बुद्धि का चांद) था। उस के प्रकाशक राजा राममोहन राय थे।

1822 में गुजराती भाषा का साप्ताहिक ‘मुंबईना समाचार’ प्रकाशित होने लगा, जो दस वर्ष बाद दैनिक हो गया और गुजराती के प्रमुख दैनिक के रूप में आज तक विद्यमान है। भारतीय भाषा का यह सब से पुराना समाचार-पत्र है।

1826 में ‘उदंत मार्तंड’ नाम से हिंदी के प्रथम समाचार-पत्र का प्रकाशन प्रारंभ हुआ। यह साप्ताहिक पत्र 1827 तक चला और पैसे की कमी के कारण बंद हो गया।

1830 में राममोहन राय ने बड़ा हिंदी साप्ताहिक ‘बंगदूत’ का प्रकाशन शुरू किया। जैसे यह बहुभाषीय पत्र था, जो अंग्रेजी, बंगला, हिंदी और फारसी में निकलता था। यह कोलकाता से निकलता था जो अहिंदी क्षेत्र था। इस से पता चलता है कि राममोहन राय हिंदी को कितना महत्त्व देते थे।

1833 में भारत में 20 समाचार-पत्र थे, 1850 में 28 हो गए और 1953 में 35 हो गये। इस तरह अखबारों की संख्या तो बढ़ी, पर नाममात्र को ही बढ़ी। बहुत से पत्र जल्द ही बंद हो गये। उन की जगह नये निकले। प्रायः समाचार-पत्र कई महीनों से ले कर दो-तीन साल तक जीवित रहे।

उस समय भारतीय समाचार-पत्रों की समस्याएं समान थीं। वे नया ज्ञान अपने पाठकों को देना चाहते थे और उसके साथ समाज-सुधार की भावना भी थी। सामाजिक सुधारों को लेकर नये और पुराने विचारवालों में अंतर भी होते थे। इस के कारण नये-नये पत्र निकले। उन के सामने यह समस्या भी थी कि अपने पाठकों को किस भाषा में समाचार और विचार दें। समस्या थी-भाषा शुद्ध हो या सब के लिये सुलभ हो? 1846 में राजा शिव प्रसाद ने हिंदी पत्र ‘बनारस अखबार’ का प्रकाशन शुरू किया। राजा शिव प्रसाद शुद्ध हिंदी का प्रचार करते थे और अपने पत्र के पृष्ठों पर उन लोगों की कड़ी आलोचना की जो बोल-चाल की हिंदुस्तानी के पक्ष में थे। लेकिन उसी समय के हिंदी लखक भारतेंदु

हरिशचंद्र ने ऐसी रचनाएं रचीं जिन की भाषा समृद्ध भी थी और सरल भी। इस तरह उन्होंने आधुनिक हिंदी की नींव रखी है और हिंदी के भविष्य के बारे में हो रहे विवाद को समाप्त कर दिया। 1868 में भरतेंदु हरिशचंद्र ने साहित्यिक पत्रिका 'कविवचन सुधा' निकालना प्रारंभ किया। 1854 में हिंदी का पहला दैनिक 'समाचार सुधा वर्षण' निकला।

पत्रकारिता का अर्थ, परिभाषा, मूल्य एवं क्षेत्र

'पत्रकारिता' शब्द हमारे लिए को 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 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 आसपास 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 हैं? 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 दिखाई 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 आसपास की घटनाओं के बारे में जानना चाहते हैं। मनुष्य की सहज प्रवृत्ति है कि वह अपने आसपास 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 तत्व 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 महत्व बहुत बढ़ गया है। आज देश-दुनिया में क्या घटित हो रहा है उसकी अधिकांश जानकारियाँ हमें समाचार माध्यमों से मिलती हैं।

विभिन्न समाचार माध्यमों के जरिए दुनियाभर के समाचार हमारे घरों तक पहुंचते 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। इस पूरी प्रक्रिया को ही 'पत्रकारिता' कहते हैं।

व्यक्ति को, समाज को, देश-दुनिया को प्रभावित करनेवाली हर सूचना समाचार है। यानी 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' यानी 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 करने वाली विधा। वृहत शब्दकोश में साफ है कि पत्र का अर्थ वह कागज या साधन जिस पर को बात लिखी या छपी हो जो प्रामाणिक हो, जो किसी घटना के विषय को प्रमाणरूप पेश करता है। और पत्रकार का अर्थ उस पत्र, कागज कोई लिखने वाला, संपादन करनेवाला। और पत्रकारिता का अर्थ उसका विवेचन करनेवाली विधा।

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। यानी 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। पिछले कुछ सालों में जनसंचार के अत्याधुनिक पद्धतियों के प्रचलन दोहरा संपर्क रखा जाने लगा 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 को पेशा नहीं वरन पेशे से ऊँची को 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 कों 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 ताकवर 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 विधा 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 पत्रकारिता 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 चतुर, सुन्दर छपा 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 भाईचारा 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 पहुंचाना ही पत्रकारिता है। यह समाज का मार्गदर्शन भी करता है। इससे जुड़े कार्य का तात्त्विक विवेचन करना ही पत्रकारिता विधा 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। डा.बद्रीनाथ कपूर का कहना है कि समाचार माध्यमों के लिए किए जानेवाले कार्य समाचार संकलन, लेखन एवं संपादन, प्रकाशन कार्य ही पत्रकारिता है। डा. शंकर दयाल शर्मा मानते हैं कि यह सेवा का माध्यम है। यह एक ऐसी सेवा है जो घटनाओं का विश्लेषण करके लोकतांत्रिक परंपराओं की रक्षा करने के साथ ही शांति एवं भाईचारा 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 के 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 संस्कृति को भी प्रभावित करने में सक्षम हो। उस कला का विवेचन ही पत्रकारिता है।

पत्रकारिता के मूल्य

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 पहुंचे। पत्रकारों से अपेक्षा की जाती है कि वे पत्रकारिता की आचार संहिता का पालन करें ताकि उनके समाचारों से $\cos tg$ 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 पहुंचाने 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 महत्व 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 परे 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 कराई जा सकती है। पत्रकारिता वर्तमान समय में पहले से कई गुना सशक्त, स्वतंत्र और प्रभावकारी हो गया है। अभिव्यक्ति की आजादी और पत्रकारिता की पहुंच का उपयोग सामाजिक

सरोकारों और समाज की भला 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 होने वाली अथाह कमाई 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 पहुंच 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 को हित में यही है कि वह अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का उपयोग समाज और सामाजिक जिम्मेदारी निर्वाह के लिए ईमानदारी 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 प्रकृति एवं

प्रवृत्ति को लोगों तक पहुंचाने का माध्यम बना था। तकनीकी विकास एवं उद्योग एवं वाणिज्य के प्रसार के कारण एक दिन यह एक कमाऊ व्यवसाय में परिवर्तित हो जाएगा 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 को सोचा भी नहीं होगा।

लोकतंत्र व्यवस्था में पत्रकारिता भाव की अभिव्यक्ति के लिए आवश्यक माध्यम के रूप में स्वीकृत है। इसलिए पत्रकारिता या मीडिया को राष्ट्र का चौथा स्तंभ कहा जा रहा है। लेकिन खुली हवा के अभाव में इसका विकास भी अवरुद्ध हो सकता है।

आजादी के बाद लोकतांत्रिक राष्ट्र के रूप में भारत आगे बढ़ने के कारण समाचार पत्र-पत्रिकाओं के प्रकाशन, प्रसारण में वृद्धि हुई है। इसका सामाजिक सरोकार होने के बावजूद यह एक उद्योग के रूप में परिवर्तित हो चुकी है। पत्रकारिता ने एक विकसित पेशा के रूप में शिक्षित युवाओं को आकर्षित किया है। देश में जिन कुछ क्षेत्रों में प्रवृत्ति एवं वृत्ति यानी पेशा में मिलान एवं जुड़ाव की आवश्यकता है उनमें से पत्रकारिता अन्यतम है।

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 चूंकि 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 को डिग्री या डिप्लोमा हासिल नहीं किया है। उन्होंने प्रवृत्ति के आधार पर साधना के बल पर पत्रकारिता के क्षेत्र में शीर्ष में पहुंचे हैं। कक्षाओं में कुछ व्याख्यान सुनकर 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 अपनाने वाले 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 होता है और उसे लिखना भी पड़ता है। समाचारों के संकलन, व्याख्या और प्रस्तुतीकरण के लिए पत्रकार में गुप्तचर, मनोवैज्ञानिक 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।

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 जिंदा 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। चूँकि 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 लें। 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 होगा। ऐसी स्थिति में अनुभवी पत्रकार अपने विवेक का सहारा लेते हैं और समाचार इस रूप से पेश करते हैं कि उससे दंगाइयों 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 दिखाई देता 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 किसानों का कर्ज माफ 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 पड़ता है। 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 गई 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 संस्कृति या खेल हो या अपराध, विकास हो या घषि 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 पहुंच हर क्षेत्र में हो जाता है।

पत्रकारिता के कार्य, सिद्धांत एवं प्रकार

‘पत्रकारिता’ के मुख्य कार्य सूचना, शिक्षा, मनोरंजन, लोकतंत्र का रक्षक एवं जनमत से आशय एवं पत्रकारिता के सिद्धान्त की चर्चा की गई है। इसके साथ ही पत्रकारिता के विभिन्न प्रकार की चर्चा भी सविस्तार से की गई है।

पत्रकारिता के कार्य

प्रारंभिक अवस्था में पत्रकारिता को एक उद्योग के रूप में नहीं गिना जाता था। इसका मुख्य कार्य था नए विचार का प्रचार-प्रसार करना। तकनीकी विकास, परिवहन व्यवस्था में विकास, उद्योग एवं वाणिज्य के प्रसार के कारण आज पत्रकारिता एक उद्योग बन चुका है। इसका कार्य भी समय के अनुसार बदल गया है। आज पत्रकारिता का तीन मुख्य कार्य हो चला है। पहला, सूचना प्रदान करना, दूसरा, शिक्षा और तीसरा, मनोरंजन करना। इसके अलावा लोकतंत्र की रक्षा एवं जनमत संग्रह करना इसका मुख्य कार्य में शामिल है।

सूचना

अपने आसपास की चीजों घटनाओं और लोगों के बारे में ताजा जानकारी रखना मनुष्य का सहज स्वभाव है। उसमें जिज्ञासा का भाव बहुत प्रबल होता है। जिज्ञासा नहीं रहेगी तो समाचार की भी जरूरत नहीं रहेगी। पत्रकारिता का विकास ही इसी सहज जिज्ञासा को शांत करने के प्रयास के रूप में हुआ। यह मूल सिद्धान्त के आधार पर ही यह काम करती है। पत्रकारिता का मुख्य कार्य घटनाओं को लोगों तक पहुंचाना है। समाचार अपने समय के विचार, घटना और समस्याओं के बारे में सूचना प्रदान करता है। यानी कि समाचार के माध्यम से देश-दुनिया की समसामयिक घटनाओं समस्याओं और विचारों की सूचना लोगों तक पहुंचाया जाता है। इस सूचना का सीधे-सीधे अधिक से अधिक लोगों पर प्रभाव पड़ता है। जैसे भारत में नोटबंदी हो या किसानों का ऋण माफी या जीएसटी लागू करने का निर्णय। यह सब सूचनाएँ लोगों को प्रभावित करती है। ये सूचनाएँ हमारे दैनिक जीवन के साथ-साथ पूरे समाज को प्रभावित करती हैं। यही कारण है कि आधुनिक समाज में सूचना और संचार माध्यमों का महत्त्व बहुत बढ़ गया है। आज देश-दुनिया में जो कुछ हो रहा है, उसकी अधिकांश जानकारियाँ हमें समाचार माध्यमों से ही मिलती हैं। सच तो यह है कि हमारे प्रत्यक्ष अनुभव से बाहर की दुनिया के बारे में हमें अधिकांश जानकारियाँ समाचार माध्यमों द्वारा दिए जाने वाले समाचारों से ही मिलती हैं। तो इस तरह पत्रकारिता आज के जमाने में सूचना प्रदान करने का सबसे बड़ा माध्यम बन गया है।

शिक्षा

समाचार के माध्यम से हमें देश-दुनिया की तमाम घटनाओं विचार, समस्याओं की जानकारी मिलती है। यह समाचार हमें विभिन्न समाचार माध्यमों

के जरिए हमारे घरों में पहुंचते हैं। समाचार संगठनों में काम करनेवाले पत्रकार देश-दुनिया में घटनेवाली घटनाओं को समाचार के रूप में परिवर्तित करके हम तक पहुंचाते हैं। यह हमें विभिन्न विषय में शिक्षा प्रदान करते हैं। हमें विद्यालय से लेकर विश्वविद्यालय तक डिग्री प्राप्त करने के लिए औपचारिक पढ़ाई के लिए पुस्तक पढ़नी पड़ती है। उन पुस्तकों में इतिहास, भूगोल, विज्ञान, वाणिज्य, साहित्य, समाज, संस्कृति आदि का उल्लेख रहता है। उनमें समाज में घटित हुई घटनाओं को लेखकों द्वारा लिखी गई बातों को पढ़कर शिक्षा प्राप्त करते हैं। लेकिन संचार माध्यम चाहे वह समाचार पत्र-पत्रिकाएँ हों या रेडियो या दूरदर्शन या फिर इंटरनेट या फिर सोशल मीडिया भी लोगों को वर्तमान में घटित हो रही घटनाओं को समाचार के रूप में परिवर्तित करके पेश करते हैं। यह समाचार सम सामयिक घटनाओं विचारों की पूरी जानकारी प्रदान करती है जो अनौपचारिक रूप से व्यक्ति को, पाठक को या दर्शक को शिक्षा प्रदान करती है। जैसे कि अंतरिक्ष में भारत ने क्या उपगृह छोड़ा, भूकंप से बचाव के लिए पहले जानकारी प्राप्त करने कौन-सी नई तकनीकी बनाई गई है, स्वास्थ्य सेवा में क्या बदलाव लाया गया, राजनीति में क्या परिवर्तन हो रहा है, प्रसिद्ध साहित्यकारों ने समाज की समस्याओं पर क्या लेखनी चलाई आदि। समाचार पत्र पत्रिकाओं में प्रकाशित फीचर के जरिए कई ऐसे पहलू पर मार्गदर्शन दिया जाता है जो पाठ्यपुस्तकों जैसे औपचारिक पढ़ाई में नहीं मिल पाती है। दूसरी बात यह कि समाचार पत्र पत्रिकाओं में स्वास्थ्य, समाज, नारी, विज्ञान, ज्योतिष, वाणिज्य में नित्य हो रहे बदलाव और उसका प्रभाव पर विश्लेषण, समीक्षा आदि समाज का मार्गदर्शन करता है। विभिन्न क्षेत्र के सफल व्यक्तियों के साक्षात्कार से जहां समाज को उनका संघर्ष का पता चलता है तो उनके विचार, मूल्य के बारे में जानकारी मिलती है। इस तरह पत्रकारिता न केवल सूचना प्रदान करता है बल्कि पाठक, दर्शक को सीधे एवं अनौपचारिक रूप से शिक्षा प्रदान करने का कार्य करती है।

मनोरंजन

पत्रकारिता का आयाम बहुत ही विस्तृत हो चला है। यह केवल सूचना और शिक्षा प्रदान करने तक सीमित न रहकर लोगों का मनोरंजन करने के लिए भी सशक्त माध्यम के रूप में उभर कर सामने आया है। समाचार पत्र में जैसे कथा, कहानी, जीवनी, व्यंग्य आदि लेख प्रकाशित होते हैं। इस तरह के साहित्यिक लेखों से लोगों का मनोरंजन होता है। इसके अलावा समाज में नित्य प्रतिदिन

घटित हो रही घटनाओं पर कार्टून तथा व्यंग्य चित्र पेश किए जाते हैं। समाचार पत्र पत्रिकाओं तथा श्रव्य दृश्य माध्यमों में सिनेमा, दूरदर्शन, नाटक आदि से जुड़ी खबरें लेख प्रकाशित किये जाते हैं जो पाठकों तथा दर्शकों का पूरा मनोरंजन करते हैं। हम कहीं ट्रेन में बस में या हवाई जहाज में सफर कर रहे होते हैं तो समय काटना बड़ा कठिन होता है। इस समय पर दिल को बहलाने के लिए लोगों को अक्सर समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं को पढ़ते देखा जाता है। ऐसे वक्त में लोगों का दिल बहलाने के साथ-साथ शिक्षा एवं सूचनाएं भी प्रदान करते हैं। आज कल तो समाचार पत्र-पत्रिकाएं बच्चों को खास ध्यान में रखकर बाल पत्रिकाओं का प्रकाशन कर रहे हैं साथ ही बड़े समाचार पत्र समूह बाल मनोविज्ञान से संबंधित कथा, कहानियां सचित्र प्रकाशित कर बाल मनोरंजन कर रहे हैं। यहां तक कि टेलीविजन पर अनेक चैनल भी हैं जो केवल बाल मनोविज्ञान पर आधारित कार्यक्रम पेश करते हैं। दर्शकों, श्रोताओं, पाठकों को केवल समाचार से मन उब न जाए इसलिए मन बहलाने के लिए हर समाचार माध्यमों द्वारा समाचारों के प्रसारण के साथ ही मनोरंजन का भी यथासंभव प्रसारण एवं प्रकाशन किया जा रहा है।

लोकतंत्र का रक्षक

राजनैतिक परिदृश्य में मीडिया की भूमिका सबसे अहम है। पत्रकारिता की पहुंच का सीधा अर्थ है जनमत की पहुंच। इसलिए कहा गया है कि पत्रकारिता लोकतंत्र की सुरक्षा एवं बचाव का सबसे बड़ा माध्यम है। यह दोनों नेता एवं जनता के लिए लाभकारी है। नेता जनता तक अपनी सुविधा अनुसार पहुंच पाते हैं लेकिन खासकर के इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से नेता एक ही समय में काफी लोगों तक पहुंच पाने में सक्षम हो जाते हैं। मीडिया में पहुंच का फायदा यह होता है कि उन्हें तथ्य, विचार एवं व्यवहार में सुधारने का मौका मिलता है। रेडियो एवं टीवी के कारण अब दूरी मिट गई है। इस तरह नेता इसके माध्यम से जनता तक पहुंच जाते हैं। और मीडिया के माध्यम से उनके द्वारा किए गए कार्य का विश्लेषण कर उन्हें चेताया जाता है।

जनमत

पत्रकारिता का कार्य में सबसे प्रमुख है जनमत को आकार देना, उसको दिशा निर्देश देना और जनमत का प्रचार-प्रसार करना। पत्रकारिता का यह कार्य

लोकतंत्र को स्थापित करता है। लोकतांत्रिक शासन व्यवस्था में पत्रकारिता यानि मीडिया लोगों के मध्य जागरूकता लाने का एक सशक्त माध्यम है। और यह शासक पर सामूहिक सतर्कता बनाए रखने के लिए सबसे बड़ा अस्त्र है। और यह तभी संभव है जब बड़ी आबादी तक मीडिया की पहुंच हो।

एजेंडा निर्धारण

इन कार्यों के अलावा पत्रकारिता यानी मीडिया अब एजेंडा निर्धारण करने के कार्य में भी शामिल हो चुका है। इसका अर्थ यह है कि मीडिया ही सरकार और जनता का एजेंडा तय करता है- मीडिया में जो होगा वह मुद्दा है और जो मीडिया से नदारद है वह मुद्दा नहीं रह जाता। एजेंडा निर्धारण में मीडिया की यह भूमिका बहुत महत्वपूर्ण हो गयी है। मीडिया में कौन-सी बात उठ रही है उसे सरकार प्राथमिकता देने लगी है और उस पर त्वरित कार्रवाई कर रही है। दूसरी ओर जनता भी मीडिया के माध्यम से जो दिशा निर्देश मिलते हैं उसी हिसाब से अपना कामकाज करने लगी है। मीडिया में खबर आने के बाद सरकार एवं जनता यह तय करते हैं कि उनका अगला कदम क्या होगा। जैसे कि मीडिया में खबर आई कि आनेवाले दिनों में जीएसटी लागू हो जाएगी। व्यापारी उसी हिसाब से अपनी तैयारी शुरू कर देते हैं।

पत्रकारिता के मुख्य कार्यों पर नजर डालें तो हम यह कह सकते हैं कि समाचार के माध्यम से लोगों को घटित घटनाओं को सूचित करना है। सूचित करने की इस प्रक्रिया में लोग शिक्षित भी होते हैं दूसरे पक्ष पर अगर हम विचार को लें तो इसका संपादकीय और लेख हमें जागरूक बनाते हैं। इसके अलावा खेल, सिनेमा की खबरें और विभिन्न विषयों पर आधारित फीचर का उद्देश्य ही लोगों का मनोरंजन करना होता है राजनैतिक परिदृष्य में इसका मुख्य कार्य लोकतंत्र की सुरक्षा एवं बचाव करना है। जहां इसके माध्यम से नेता सीधे जनता तक पहुंच जाते हैं वह इसके माध्यम से उनके द्वारा किए गए कार्य का विश्लेषण कर उन्हें चेताया जाता है। लोकतंत्र में जनमत ही सर्वोपरि होती है। वर्तमान में मीडिया ही जनमत का सबसे बड़ा माध्यम बन गया है। शासक पर सामूहिक सतर्कता बनाए रखने के लिए सबसे बड़ा अस्त्र बन गया है। पत्रकारिता के कार्य में अब एक और नया कार्य जुड़ गया है वह है सत्ता एवं जनता का एजेंडा निर्धारण करना।

पत्रकारिता के सिद्धान्त

पत्रकारिता और पत्रकार एवं पत्रकारिता के मूल्य पर चर्चा करते समय हमने देखा कि अपनी पूरी स्वतंत्रता के बावजूद उस पर सामाजिक और नैतिक मूल्यों की जवाबदेही होती है। यह सामाजिक और नैतिक मूल्य की जवाबदेही उसे एक नियम कानून के दायरे में चलने को मजबूर करता है। दूसरी बात यह है कि 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।

इस दृष्टि से देखा जाए तो अन्य विषय की तरह पत्रकारिता भी कुछ सिद्धान्त पर चलती है। एक पत्रकार से यह अपेक्षा की जाती है कि वह इसका पालन करे। यह पत्रकारिता का आदर्श है। इस आदर्श को पालन कर एक पत्रकार पाठकों का विश्वास जीत सकता है। और यह विश्वसनीयता समाचार संगठन की पूंजी है। पत्रकारिता की साख बनाए रखने के लिए निम्नलिखित सिद्धान्तों का पालन करना जरूरी है—

यथार्थता

पत्रकार पर सामाजिक और नैतिक मूल्य की जवाबदेही है। यह वास्तविकता या यथार्थता की ओर इशारा करती है। एक पत्रकार संगठन को अपनी साख बनाए रखने के लिए समाज के यथार्थ को दिखाना होगा। यहां पर कल्पना की कोई जगह नहीं होती है। यह पत्रकारिता की पहली कसौटी है। समाचार समाज के किसी न किसी व्यक्ति, समूह या देश का प्रतिनिधित्व करता है। इसलिए इसका जुड़ाव सीधे समाज की सच्चाई यानी वास्तविकता से हो जाता है। यानी कि यह कह सकते हैं कि समाचार समाज का प्रतिबिंब होता है। पत्रकार हमेशा समाचार यथार्थ को पेश करने की कोशिश करता है। यह अपने आप में एक जटिल प्रक्रिया है। दरअसल मनुष्य यथार्थ की नहीं यथार्थ की छवियों की दुनिया में रहता है। किसी भी घटना के बारे में हमें जो भी जानकारीयाँ 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। दूसरे शब्दों में कहा जाए कि हम संचार माध्यमों द्वारा सृजित छवियों की दुनिया में रहते हैं।

संपूर्ण यथार्थ को प्रतिबिंबित करने के लिए सबसे बड़ी चुनौती है कि तथ्यों के चयन में संपूर्णता का ध्यान रखना होगा। समाचार लिखते समय यह ध्यान रखना होगा कि कौन-सी सूचनाएं और कौन सा तथ्य संपूर्ण घटना का प्रतिनिधित्व कर सकता है, ऐसे तथ्य एवं सूचनाओं का चयन करना होगा। जैसे कि 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, घटना के किसी एक पक्ष को अधिक उजागर कर एक अलग ही तरह की छवि का सृजन किया जा सकता है। या फिर इस घटना में आम लोगों के दुःख दर्द को उजागर कर इस तरह की हिंसा के अमानवीय और बर्बर चेहरे को भी उजागर किया जा सकता है। एक रोती विधवा, बिलखते अनाथ बच्चे या तो मात्र विधवा और अनाथ बच्चों के बारे में पेश करके यह दिखाना कि जातीय या धार्मिक हिंसा ने यह हालत की है। या फिर यह पेश किया जा सकता है कि चूंकि ये किसी खास जाति या धर्म के हैं इसलिए ये विधवा और अनाथ हैं। इस तरह समाचार को वास्तव में हकीकत के करीब रखने के लिए एक पत्रकार को प्रोफेशनल और बौद्धिक कौशल में महारथ हासिल करना जरूरी है।

वस्तुपरकता

वस्तु की अवधारणा हमें सामाजिक माहौल से मिलते हैं। बचपन से ही हम घर में, स्कूल में, सड़क पर चलते समय हर कदम, हर पल सूचनाएँ प्राप्त करते हैं और दुनिया भर के स्थानों लोगों संस्कृतियों आदि सैकड़ों विषय के बारे में अपनी एक धारणा या छवि बना लेते हैं। हमारे मस्तिष्क में अनेक मौकों पर इस तरह छवियां वास्तविक भी हो सकती है और वास्तविकता से दूर भी हो सकती हैं। वस्तुपरकता का संबंध सीधे-सीधे पत्रकार के कर्तव्य से जुड़ा है। जहां तक वस्तुपरकता की बात है पत्रकार समाचार के लिए तथ्यों का संकलन और उसे प्रस्तुत करते हुए अपने आकलन को अपनी धारणाओं या विचारों से प्रभावित नहीं हाने देना चाहिए क्योंकि वस्तुपरकता का संबंध हमारे सामाजिक-सांस्कृतिक, आर्थिक मूल्यों से कहीं अधिक है।

वैसे भी दुनिया में हर चीज को देखने का नजरिया हर व्यक्ति में अलग-अलग होता है। ऐसे में पत्रकार का कर्तव्य है कि वह समाचार को ऐसा पेश करे कि पाठक उसे समझते हुए उससे अपना लगाव महसूस करे। समाचार लेखन में लेखक को अपनी राय प्रकट करने की छूट नहीं मिल पाती है। उसे वस्तुपरक होना अनिवार्य है। लेकिन यह ध्यान रखना होता है कि वस्तुपरकता से उसकी जिम्मेदारी भी जुड़ी हुई है। पत्रकार का उत्तरदायित्व की परख तब होती है जब उसके पास कोई विस्फोटक समाचार आता है। आज के संदर्भ में दंगे को ही लें 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 होगा। ऐसी स्थिति में अनुभवी पत्रकार अपने विवेक का सहारा लेते हैं और समाचार इस रूप से पेश करते हैं कि उससे दंगाइयों को बल न मिले ऐसे समाचार के लेखन में वस्तुपरकता और भी अनिवार्य जान पड़ती है।

इसलिए कोई भी समाचार एक साथ वस्तुपरक नहीं हो सकता है। एक ही समाचार को एक पत्रकार वस्तुपरक बना सकता है तो दूसरा पूर्वाग्रह से प्रभावित होकर बना सकता है। चाहे जो भी हो एक पत्रकार को जहां तक संभव हो अपने समाचार प्रस्तुतीकरण में वस्तुपरकता को अवश्य ध्यान में रखना चाहिए। यही कारण है कि वस्तुपरकता को भी तथ्यपरकता से आंकना जरूरी है। क्योंकि वस्तुपरकता और यथार्थता के बीच काफी कुछ समानताएं भी हैं और दोनों के बीच अंतर भी है। यथार्थता का संबंध अधिकाधिक तथ्यों से है वहीं वस्तुपरकता का संबंध इस बात से है कि कोई व्यक्ति उस तथ्य को कैसे देखता है। जैसे कि किसी विषय या मुद्दे के बारे में हमारे मस्तिष्क में पहले से सृजित छवियां समाचार के मूल्यांकन की हमारी क्षमता को प्रभावित करती हैं और हम इस यथार्थ को उन छवियों के अनुरूप देखने का प्रयास करते हैं। लेकिन पत्रकार को जहां तक संभव हो अपने लेख में वस्तुपरकता का अवश्य ध्यान रखना चाहिए।

निष्पक्षता

चूंकि पत्रकारिता लोकतंत्र का चौथा स्तंभ है इसलिए राष्ट्रीय एवं सामाजिक जीवन में इसकी अहम भूमिका है। इसलिए पत्रकारिता सही और गलत, न्याय और अन्याय जैसे मसलों के बीच तटस्थ नहीं होना चाहिए बल्कि

वह निष्पक्ष होते हुए सही एवं न्याय के साथ होना चाहिए। इसलिए पत्रकारिता का प्रमुख सिद्धान्त है उसका निष्पक्ष होना। पत्रकार को उसका शतप्रतिशत पालन करना जरूरी है तभी उसके समाचार संगठन की साख बनी रहेगी। पत्रकार को समाचार लिखते समय न किसी से दोस्ती न किसी से बैर वाले सिद्धान्त को अपनाना चाहिए तभी वह समाचार के साथ न्याय कर पाएगा। और जब पत्रकारिता की आजादी की बात आती है तो इसमें न्यायसंगत होने का तत्व अधिक अहम होता है। आज मीडिया की ताकत बढ़ी है। एक ही झटके में वह किसी को सर आखों पर बिठा सकता है तो किसी को जमीन के नीचे गिरा सकता है। इसलिए किसी के बारे में समाचार लिखते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि कहीं किसी को अनजाने में ही सही उसे बिना सुनवाई के फांसी पर तो नहीं लटकवाया जा रहा है। इसलिए पत्रकार एवं पत्रकार संगठन की जिम्मेदारी है कि वह निष्पक्ष होकर हमेशा सच्चाई को सामने रखे और सही एवं न्याय का साथ दे।

संतुलन

पत्रकारिता में निष्पक्षता के साथ संतुलन की बात भी जुड़ी हुई है। जब किसी समाचार के कवरेज पर यह आरोप लगाया जाता है कि वह संतुलित नहीं है तो यहां यह बात सामने आती है कि समाचार किसी एक पक्ष की ओर झुका हुआ है। यह ऐसे समाचार में सामने आती है जब किसी घटना में अनेक पक्ष शामिल हों और उनका आपस में किसी न किसी रूप में टकराव हो ऐसी स्थिति में पत्रकार को चाहिए कि संबद्ध पक्षों की बात समाचार में अपने-अपने समाचारीय महत्त्व के अनुसार स्थान देकर समाचार को संतुलित बनाना होगा। एक और स्थिति में जब किसी पर कोई किसी तरह के आरोप लगाए गए हों या इससे मिलती-जुलती कोई स्थिति हो। उस स्थिति में निष्पक्षता और संतुलन की बात आती है। ऐसे समाचारों में हर पक्ष की बात को रखना अनिवार्य हो जाता है अन्यथा एक पक्ष के लिए चरित्र हनन का हथियार बन सकता है। तीसरी स्थिति में व्यक्तिगत किस्म के आरोपों में आरोपित व्यक्ति के पक्ष को भी स्थान मिलना चाहिए। यह स्थिति तभी संभव हो सकती है जब आरोपित व्यक्ति सार्वजनिक जीवन में है और आरोपों के पक्ष में पक्के सबूत नहीं हैं। लेकिन उस तरह के समाचार में इसकी जरूरत नहीं होती है जो घोषित अपराधी हों या गंभीर अपराध के आरोपी। संतुलन के नाम पर मीडिया इस तरह के तत्वों का मंच नहीं बन

सकता है। दूसरी बात यह कि यह सिद्धांत सार्वजनिक मसलों पर व्यक्त किए जानेवाले विचारों और दृष्टिकोणों पर लागू नहीं किया जाना चाहिए।

स्रोत

पत्रकारिता के मूल में समाचार है। समाचार में कोई सूचना या जानकारी होती है। पत्रकार उस सूचना एवं जानकारी के आधार पर समाचार तैयार करता है लेकिन किसी सूचना का प्रारंभिक स्रोत पत्रकार नहीं होता है। आमतौर पर वह किसी घटना के घटित होने के समय घटनास्थल पर उपस्थित नहीं होता है। वह घटना के घटने के बाद घटनास्थल पर पहुंचता है इसलिए यह सब कैसे हुआ यह जानने के लिए उसे दूसरे स्रोतों पर निर्भर रहना पड़ता है। उस सूचना एवं जानकारी में क्या सही है, क्या असली घटना है, कौन शामिल है उसकी पूरी जानकारी के बिना यह अधूरी एवं एक पक्ष होती है जो हमने पत्रकारिता के सिद्धांतों में यथार्थता, वस्तुपरकता, निष्पक्षता और संतुलन पर चर्चा करते हुए देखा 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 स्रोत समाचार संगठन के या पत्रकार के अपने होते हैं। स्रोतों में समाचार एजेंसियां भी आती हैं।

समाचार की साख बनाए रखने के लिए उसमें शामिल की गई सूचना या जानकारी का क्या स्रोत है उसका उल्लेख करना आवश्यक हो जाता है। खासकर ऐसे समाचार जो सामान्य के दायरे से निकलकर खास श्रेणी में आते हैं। स्रोत के बिना समाचार का महत्त्व कम हो जाता है। इसलिए समाचार में समाहित सूचनाओं का स्रोत होना आवश्यक है। हाँ, 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 जरूरत नहीं होती है।

पत्रकारिता के प्रकार

संसार में पत्रकारिता का इतिहास बहुत पुराना नहीं है लेकिन इक्कीसवीं शताब्दी में यह एक ऐसे सशक्त विषय के रूप में उभरा है जिसकी कल्पना नहीं की जा सकती है। आज इसका क्षेत्र बहुत व्यापक हो चुका है और विविधता भी लिए हुए 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 संस्कृति 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 पहुंच हर क्षेत्र में हो जाती है। इस बहु आयामी पत्रकारिता के कितने प्रकार हैं उस पर विस्तृत रूप से चर्चा की जा रही है।

खोजी पत्रकारिता

खोजी पत्रकारिता वह है जिसमें आमतौर पर सार्वजनिक महत्त्व के मामले जैसे भ्रष्टाचार, अनियमितताओं और गड़बड़ियों की गहराई से छानबीन कर सामने लाने की कोशिश की जाती है। स्टिंग ऑपरेशन खोजी पत्रकारिता का ही एक नया रूप है। खोजपरक पत्रकारिता भारत में अभी भी अपने शैशवकाल में है। इस तरह की पत्रकारिता में ऐसे तथ्य जुटाकर सामने लाए जाते हैं, जिन्हें आमतौर पर सार्वजनिक नहीं किया जाता। लेकिन एक वर्ग यह मानता है कि खोजपरक पत्रकारिता कुछ है ही नहीं क्योंकि कोई भी समाचार खोजी दृष्टि के बिना लिखा ही नहीं जा सकता है। लोकतंत्र में जब जरूरत से ज्यादा गोपनीयता बरती जाने लगे और भ्रष्टाचार चरम पर हो तो खोजी पत्रकारिता ही उसे सामने लाने का एकमात्र विकल्प होती है। खोजी पत्रकारिता से जुड़ी पुरानी घटनाओं पर नजर डालें तो माई लार्ड कांड, वाटरगेट कांड, एंडर्सन का पेंटागन पेपर्स जैसे अंतराष्ट्रीय कांड तथा सीमेंट घोटाला कांड, बोफर्स कांड, ताबूत घोटाला कांड जैसे राष्ट्रीय घोटाले खोजी पत्रकारिता के चर्चित उदाहरण हैं। संचार क्रांति, इंटरनेट या सूचना अधिकार जैसे प्रभावशाली अस्त्र अस्तित्व में आने के बाद तो घोटाले उजागर होने का जैसे दौर शुरू हो गया। इसका नतीजा है कि पिछले दिनों 2जी स्पेक्ट्रम घोटाला, कॉमनवेलथ गेम्स घोटाला, आदर्श घोटाला आदि उल्लेखनीय हैं। समाज की भलाई के लिए खोजी पत्रकारिता अवश्य एक अंग है लेकिन इसे भी अपनी मर्यादा के घेरे में रहना चाहिए।

वाचडाग पत्रकारिता

लोकतंत्र में पत्रकारिता को चौथा स्तंभ माना गया है। इस लिहाज से इसका मुख्य कार्य सरकार के कामकाज पर निगाह रखना है और कहीं भी कोई गड़बड़ी

हो तो उसका पर्दाफाश करना है। इसे परंपरागत रूप से वाचडाग पत्रकारिता कहा जा सकता है। दूसरी ओर सरकारी सूत्रों पर आधारित पत्रकारिता है। इसके तहत मीडिया केवल वही समाचार देता है जो सरकार चाहती है और अपने आलोचनापरक पक्ष का परित्याग कर देता है। इन दो बिंदुओं के बीच तालमेल के जरिए ही मीडिया और इसके तहत काम करनेवाले विभिन्न समाचार संगठनों की पत्रकारिता का निर्धारण होता है।

एडवोकेसी पत्रकारिता

एडवोकेसी यानि पैरवी करना। किसी खास मुद्दे या विचारधारा के पक्ष में जनमत बनाने के लिए लगातार अभियान चलानेवाली पत्रकारिता को एडवोकेसी पत्रकारिता कहा जाता है। मीडिया व्यवस्था का ही एक अंग है। और व्यवस्था के साथ तालमेल बिठाकर चलनेवाले मीडिया को मुख्यधारा मीडिया कहा जाता है। दूसरी ओर कुछ ऐसे वैकल्पिक सोच रखनेवाले मीडिया होते हैं जो किसी विचारधारा या किसी खास उद्देश्य की पूर्ति के लिए निकाले जाते हैं। इस तरह की पत्रकारिता को एडवोकेसी (पैरवी) पत्रकारिता कहा जाता है। जैसे राष्ट्रीय विचारधारा, धार्मिक विचारधारा से जुड़े पत्र-पत्रिकाएँ।

पीत पत्रकारिता

पाठकों को लुभाने के लिए झूठी अफवाहों, आरोपों प्रत्यारोपों प्रेम संबंधों आदि से संबंधित सनसनीखेज समाचारों से संबंधित पत्रकारिता को पीत पत्रकारिता कहा जाता है। इसमें सही समाचारों की उपेक्षा करके सनीसनी फैलानेवाले समाचार या ध्यान खींचनेवाला शीर्षकों का बहुतायत में प्रयोग किया जाता है। इसे समाचार पत्रों की बिक्री बढ़ाने, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की टीआरपी बढ़ाने का घटिया तरीका माना जाता है। इसमें किसी समाचार खासकर ऐसे सार्वजनिक क्षेत्र से जुड़े व्यक्ति द्वारा किया गया कुछ आपत्तिजनक कार्य, घोटाले आदि को बढ़ाचढ़ाकर सनसनी बनाया जाता है। इसके अलावा पत्रकार द्वारा अव्यावसायिक तरीके अपनाए जाते हैं।

पेज थ्री पत्रकारिता

पेज थ्री पत्रकारिता उसे कहते हैं जिसमें फैशन, अमीरों की पार्टियों महिलाओं और जानेमाने लोगों के निजी जीवन के बारे में बताया जाता है।

खेल पत्रकारिता

खेल से जुड़ी पत्रकारिता को खेल पत्रकारिता कहा जाता है। खेल आधुनिक हों या प्राचीन खेलों में हानेवाले अद्भुत कारनामों को जग जाहिर करने तथा उसका व्यापक प्रचार-प्रसार करने में खेल पत्रकारिता का महत्त्वपूर्ण योगदान रहा है। आज पूरी दुनिया में खेल यदि लोकप्रियता के शिखर पर हैं तो उसका काफी कुछ श्रेय खेल पत्रकारिता को भी जाता है। खेल केवल मनोरंजन का साधन ही नहीं बल्कि अच्छे स्वास्थ्य, शारीरिक दमखम और बौद्धिक क्षमता का भी प्रतीक है। यही कारण है कि पूरी दुनिया में अति प्राचीनकाल से खेलों का प्रचलन रहा है। आज आधुनिक काल में पुराने खेलों के अलावा इनसे मिलते-जुलते खेलों तथा अन्य आधुनिक स्पर्धात्मक खेलों ने पूरी दुनिया में अपना वर्चस्व कायम कर रखा है। आज स्थिति यह है कि समाचार पत्र तथा पत्रिकाओं के अलावा किसी भी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का स्वरूप भी तब तक परिपूर्ण नहीं माना जाता जब तक उसमें खेल का भरपूर कवरेज नहीं हो। दूसरी बात यह है कि आज भारत ही नहीं पूरी दुनिया में आबादी का एक बड़ा हिस्सा युवा वर्ग का है जिसकी पहली पसंद विभिन्न खेल स्पर्धाएं हैं। शायद यही कारण है कि पत्र-पत्रिकाओं में अगर सबसे अधिक कोई पन्ने पढ़े जाते हैं तो वह खेल से संबंधित होते हैं।

प्रिंट मीडिया के अलावा टीवी चैनल लों का भी एक बड़ा हिस्सा खेल प्रसारण से जुड़ा होता है। दूसरी ओर कुछ खेल चैनल हैं जो चौबीसों घंटे कोई न कोई खेल लेकर हाजिर ही रहते हैं। पाठकों और दर्शकों की खेल के प्रति दीवानगी का ही नतीजा है कि आज खेल की दुनिया में अकूत धन बरस रहा है। आज धन चाहे विज्ञापन के रूप में हो चाहे पुरस्कार राशि के रूप में न लुटानेवालों की कमी है और पानेवालों की। खेलों में धन वर्षा का प्रारंभ कर्पोरेट जगत के इसमें प्रवेश से हुआ। खेलों में धन की बरसात में कोई बुराई नहीं है लेकिन उसका बदनसूरत पहलू भी है। खेलों में गलाकाट स्पर्धा के कारण इसमें फिक्सिंग और डोपिंग जैसी बुराइयों का प्रचलन भी बढ़ने लगा है। फिक्सिंग और डोपिंग जैसी बुराइयां न खिलाड़ियों के हित में हैं और न खेलों के। खेल पत्रकारिता की यह जिम्मेदारी है कि वह खेलों में पनप रही उन बुराइयों के खिलाफ लगातार आवाज उठाती रहे। खेल पत्रकारिता से यह अपेक्षा की जाती है कि खेल में खेल भावना की रक्षा हर कीमत पर होनी चाहिए। खेल पत्रकारिता

से यह उम्मीद भी की जानी चाहिए कि आम लोगों से जुड़े खेलों को भी उतना ही महत्त्व और प्रोत्साहन मिले जितना अन्य लोकप्रिय खेलों को मिल रहा है।

महिला पत्रकारिता

महिला पुरुष समानता के इस दौर में महिलाएं अब घर की दहलीज लांघ कर बाहर आ चुकी हैं। प्रायः हर क्षेत्र में महिलाओं की उपस्थिति और भागिदारी नजर आ रही है। ऐसे में पत्रकारिता के क्षेत्र में महिलाओं की भागिदारी भी देखी जाने लगी है। दूसरी बात यह है कि शिक्षा ने महिलाओं को अपने अधिकारों के प्रति जागरूक बनाया है। अब महिलाएं भी अपने करियर के प्रति सचेत हैं। महिला जागरण के साथ-साथ महिलाओं के प्रति अत्याचार और अपराध के मामले भी बढ़े हैं। महिलाओं की सामाजिक सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए बहुत सारे कानून बने हैं। महिलाओं को सामाजिक सुरक्षा दिलाने में महिला पत्रकारिता की अहम भूमिका रही है। आज महिला पत्रकारिता की अलग से जरूरत ही इसलिए है कि उसमें महिलाओं से जुड़े हर पहलू पर गौर किया जाए और महिलाओं के सर्वांगीण विकास में यह महत्वपूर्ण भूमिका निभा सके।

वर्तमान दौर में राजनीति, प्रशासन, सेना, शिक्षण, चिकित्सा, विज्ञान, तकनीकी, उद्योग, व्यापार, समाजसेवा आदि सभी क्षेत्रों में महिलाओं ने अपनी प्रतिभा और दक्षता के बलबूते अपनी राह खुद बनाई है। कई क्षेत्रों में तो कड़ी स्पर्धा और चुनौती के बावजूद महिलाओं ने अपना शीर्ष मुकाम बनाया है। विकास के निरंतर तेज गति से बदलते दौर ने महिलाओं को प्रगति का समान अवसर प्रदान किया लेकिन पुरुषों की तुलना में अपनी प्रतिभा और लगन के बलबूते पर समाज के हर क्षेत्र में अपनी अमिट छाप छोड़ने का जो सिलसिला शुरू किया है वह लगातार जारी है। इसका उदाहरण भारत की इंदिरा नूई, नैना किदवाई, चंदा कोचर, नंदिनी भट्टाचार्य, साक्षी मलिक, पीवी सिंधु आदि के रूप में देखा जा सकता है। आज के दौर में कोई भी ऐसा क्षेत्र नहीं जहां महिलाओं की उपस्थिति महसूस नहीं की जा रही हो। ऐसे में पत्रकारिता भी कहां पीछे रहेगी। मृणाल पांडे, विमला पाटील, बरखा दत्त, सीमा मुस्तफा, तवलीन सिंह, मीनल बहोल, सत्या शरण, दीना वकील, सुनीता ऐरन, कुमुद संघवी चावरे, स्वेता सिंह, पूर्णिमा मिश्रा, मीमांसा मल्लिक, अंजना ओम कश्यप, नेहा बाथम, मीनाक्षी कंडवाल आदि महिला पत्रकारों के आने से देश के हर लड़की को अपने जीवन में आगे बढ़ने की प्रेरणा मिल रही है।

महिला पत्रकारिता की सार्थकता महिला सशक्तिकरण से जुड़ी है, क्योंकि नारी स्वातंत्र्य और समानता के इस युग में भी आधी दुनिया से जुड़े ऐसे अनेक पहलू हैं जिनके महत्त्व को देखते हुए महिला पत्रकारिता की अलग विधा की जरूरत महसूस की जा रही है।

बाल पत्रकारिता

एक समय था जब बच्चों को परीकथाओं, लोककथाओं पौराणिक, ऐतिहासिक, धार्मिक कथाओं के माध्यम से बहलाने-फुसलाने के साथ-साथ उनका ज्ञानवर्धन किया जाता था। इन कथाओं का बच्चों के चारित्रिक विकास पर भी गहरा प्रभाव होता था। लेकिन आज संचार क्रांति के इस युग में बच्चों के लिए सूचनातंत्र काफी विस्तृत और अनंत हो गया है। कंप्यूटर और इंटरनेट तक पहुंच ने उनके बाल मन स्वभाव के अनुसार जिज्ञासा को असीमित बना दिया है। ऐसे में इस बात की आशंका और गुंजाइश बनी रहती है कि बच्चों तक वे सूचनाएं भी पहुंच सकती हैं जिससे उनके बालमन के भटकाव या विरति भी संभव है। ऐसी स्थिति में बाल पत्रकारिता की सार्थक सोच बच्चों को सही दिशा की ओर अग्रसर कर सकती है। क्योंकि बाल मन स्वभावतः जिज्ञासु और सरल होता है। जीवन की यह वह अवस्था है जिसमें बच्चा अपने माता पिता, शिक्षक और चारों तरफ के परिवेश से ही सीखता है। बच्चे पर किसी भी घटना या सूचना की अमिट छाप पड़ती है। बच्चे के आसपास का परिवेश उसके व्यक्तित्व निर्माण में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाता है। ऐसे में उसे सही दिशा दिखाना का काम पत्रकारिता ही कर सकती है। इसलिए बाल पत्रकारिता की महसूस की जाती है।

आर्थिक पत्रकारिता

आर्थिक पत्रकारिता में व्यक्तियों संस्थानों राज्यों या देशों के बीच होनेवाले आर्थिक या व्यापारिक संबंध के गुण-दोषों की समीक्षा और विवेचना की जाती है। जिस प्रकार आमतौर पर पत्रकारिता का उद्देश्य किसी भी व्यवस्था के गुण-दोषों को व्यापक आधार पर प्रचारित-प्रसारित करना है ठीक उसी तरह आर्थिक पत्रकारिता अर्थ व्यवस्था के हर पहलू पर सूक्ष्म नजर रखते हुए उसका विश्लेषण कर समाज पर पड़नेवाले उसके प्रभावों का प्रचार-प्रसार करना होना चाहिए। दूसरी बात यह भी है कि आर्थिक पत्रकारिता को आर्थिक व्यवस्था और उपभेक्ता के बीच सेतू की भूमिका निभानी पड़ती है।

आर्थिक उदारीकरण और विभिन्न देशों के बीच आपसी व्यापारिक संबंधों ने पूरी दुनिया के आर्थिक परिदृश्य को बहुत ही व्यापक बना दिया है। आज किसी भी देश की अर्थ व्यवस्था बहुत कुछ अंतर्राष्ट्रीय व्यापार संबंधों पर निर्भर हो गई है। दुनिया के किसी कोने में मची आर्थिक हलचल या उथल पुथल अन्य देशों की अर्थ व्यवस्था को प्रभावित करने लगी है। सोने और चांदी जैसी बहुमूल्य धातुओं कच्चे तेल, यूरो, डॉलर, पौंड, येन जैसी मुद्राओं की कीमतों में उतार-चढ़ाव का प्रभाव पूरी दुनिया पड़ने लगी है। कहने का मतलब यह है कि हर देश अपनी अर्थ व्यवस्थाओं के स्वयं नियामक एवं नियंत्रक हों लेकिन विश्व के आर्थिक हलचलों से अछूते नहीं हैं। पूरा विश्व एक बड़ा बाजार बन गया है। इसलिए उसकी गतिविधियों से देश की अर्थ व्यवस्था निर्धारित होने लगी है। ऐसे में पत्रकारिता एक प्रमुख भूमिका निर्वाह कर रही है। उस पर एक बड़ी जिम्मेदारी है कि विश्व की अर्थ व्यवस्था को प्रभावित करनेवाले विभिन्न कारकों का निरंतर विश्लेषण करने के साथ-साथ उसके गुण-दोषों के आधार पर एहतियाती उपायों की चर्चा करे। इसमें लेकिन विश्व के आर्थिक परिवेश को जानने समझने की एक बड़ी चुनौती होती है। इसके अलावा कर चोरी, कालाधन और जाली नोट की समस्या को उजागर करना भी एक चुनौती होती है। विकसित और विकासशील देशों में कालाधन सबसे बड़ी चुनौती है। कालाधन भ्रष्टाचार से उपजता है और भ्रष्टाचार को ही बढ़ावा देता है। भ्रष्टाचार देश के विकास में बाधक बनता है। इसलिए आर्थिक पत्रकारिता की जिम्मेदारी है कि कालाधन और आर्थिक अपराधों को उजागर करनेवाली खबरों का व्यापक प्रचार-प्रसार करे। दूसरी ओर व्यापार के परंपरागत क्षेत्रों के अलावा रिटेल, बीमा, संचार, विज्ञान एवं तकनीकी व्यापार जैसे आधुनिक क्षेत्रों ने आर्थिक पत्रकारिता को नया आयाम दिया है।

ग्रामीण एवं कृषि पत्रकारिता

भारत जैसे कृषि प्रधान देश में हमारी अर्थ व्यवस्था काफी कुछ कृषि और कृषि उत्पादों पर निर्भर है। भारत में आज भी लगभग 70 प्रतिशत आबादी गांवों में बसती है। देश के बजट प्रावधानों का बड़ा हिस्सा कृषि एवं ग्रामीण विकास पर खर्च होता है। ग्रामीण विकास के बिना देश का विकास अधूरा है। ऐसे में आर्थिक पत्रकारिता की एक महत्वपूर्ण जिम्मेदारी है कि वह कृषि एवं कृषि आधारित योजनाओं तथा ग्रामीण भारत में चल रहे विकास कार्यक्रम का सटीक आकलन कर तस्वीर पेश करे।

विशेषज्ञ पत्रकारिता

पत्रकारिता केवल घटनाओं की सूचना देना नहीं है। पत्रकार से अपेक्षा की जाती है कि वह घटनाओं की तह तक जाकर उसका अर्थ स्पष्ट करे और आम पाठक को बताए कि उस समाचार का क्या महत्त्व है। इसलिए पत्रकार को भी विशेषज्ञ बनने की जरूरत पड़ती है। पत्रकारिता में विषय के आधार पर सात प्रमुख क्षेत्र हैं। इसमें संसदीय पत्रकारिता, न्यायालय पत्रकारिता, अर्थिक पत्रकारिता, खेल पत्रकारिता, विज्ञान और विकास पत्रकारिता, अपराध पत्रकारिता तथा फैशन और फिल्म पत्रकारिता शामिल हैं। इन क्षेत्रों के समाचार उन विषयों में विशेषज्ञता हासिल किए बिना देना कठिन होता है। ऐसे में इन विषयों के जानकार ही विषय की समस्या, विषय के गुण-दोष आदि पर सटीक जानकारी हासिल कर सकता है।

रेडियो पत्रकारिता

मुद्रण के आविष्कार के बाद संदशो और विचारों को शक्तिशाली और प्रभावी ढंग से अधिक से अधिक लोगों तक पहुंचना मनुष्य का लक्ष्य बन गया। इसी से रेडियो का जन्म हुआ। रेडियो के आविष्कार के जरिए आवाज एक ही समय में असंख्य लोगों तक उनके घरों को पहुंचने लगा। इस प्रकार श्रव्य माध्यम के रूप में जनसंचार को रेडियो ने नये आयाम दिए। आगे चलकर रेडियो को सिनेमा और टेलीविजन और इंटरनेट से कड़ी चुनौतियां मिलीं लेकिन रेडियो अपनी विशिष्टता के कारण आगे बढ़ता गया और आज इसका स्थान सुरक्षित है। रेडियो की विशेषता यह है कि यह सार्वजनिक भी है और व्यक्तिगत भी। रेडियो में लचीलापन है क्योंकि इसे किसी भी स्थान पर किसी भी अवस्था में सुना जा सकता है। दूसरा रेडियो समाचार और सूचना तत्परता से प्रसारित करता है। मौसम संबंधी चेतावनी और प्राकृतिक विपत्तियों के समय रेडियो का यह गुण शक्तिशाली बन पाता है। आज भारत के कोने-कोने में देश की 97 प्रतिशत जनसंख्या रेडियो सुन पा रही है। रेडियो समाचार ने जहां दिन प्रतिदिन घटित घटनाओं की तुरंत जानकारी का कार्यभार संभाल रखा है वहीं श्रोताओं के विभिन्न वर्गों के लिए विविध कार्यक्रमों की मदद से सूचना और शिक्षा दी जाती है। जैसे युवाओं, महिलाओं, बच्चों किसान, गृहिणी, विद्यार्थियों के लिए अलग-अलग समय में कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। इस तरह हर वर्ग जोड़े रखने में यह एक सशक्त माध्यम के रूप में उभरकर सामने आया है।

व्याख्यात्मक पत्रकारिता

पत्रकारिता केवल घटनाओं की सूचना देना नहीं है। पत्रकार से अपेक्षा की जाती है कि वह घटनाओं की तह तक जाकर उसका अर्थ स्पष्ट करे और आम पाठक को बताए कि उस समाचार का क्या महत्त्व है। पत्रकार इस महत्त्व को बताने के लिए विभिन्न प्रकार से उसकी व्याख्या करता है। इसके पीछे क्या कारण है। इसके पीछे कौन था और किसका हाथ है। इसका परिणाम क्या होगा। इसके प्रभाव से क्या होगा आदि की व्याख्या की जाती है। साप्ताहिक पत्रिकाओं संपादकीय लेखों में इस तरह किसी घटना की जांच पड़ताल कर व्याख्यात्मक समाचार पेश किए जाते हैं। टीवी चैनलों में तो आजकल यह ट्रेंड बन गया है कि किसी भी छोटी से छोटी घटनाओं के लिए भी विशेषज्ञ पैनल बिठाकर उसकी सकारात्मक एवं नकारात्मक व्याख्या की जाने लगी है।

विकास पत्रकारितो

लोकतंत्र का मूल उद्देश्य है लोगों के लिए शासन लोगों के द्वारा शासन। इस लोकतंत्र में तीन मुख्य स्तंभ हैं। इसमें संसदीय व्यवस्था, शासन व्यवस्था एवं कानून व्यवस्था। इन तीनों की निगरानी रखता है चौथा स्तंभ-पत्रकारिता। लोकतंत्र का मूल उद्देश्य है लोगों के लिए। शासन द्वारा लोगों का जीवन स्तर सुधारने के लिए सही ढंग से काम किया जा रहा है या नहीं इसका लेखा जोखा पेश करने की जिम्मेदारी मीडिया पर है। इसका खासकर भारत जैसे विकासशील देशों के लिए और भी अहम भूमिका है। देश में शिक्षा, स्वास्थ्य, बेरोजगारी, कृषि एवं किसान, सिंचाई, परिवहन, भुखमरी, जनसंख्या बढ़ने प्राकृतिक आपदा जैसी समस्याएं हैं। इन समस्याओं से निपटने सरकार द्वारा क्या-क्या कदम उठाए जा रहे हैं। कोई योजना बनी तो उसका फायदा लोगों तक पहुंच पा रहा या नहीं या उसे सही ढंग से लागू किया जा रहा है या नहीं उस बारे में पत्रकार विश्लेषण कर समाचार पेश करने से शासक की आखें खुल सकती हैं। कहने का तात्पर्य यह कि क्या इन सरकारी योजनाओं से देश का विकास हो रहा है या नहीं उसका आकलन करना ही विकास पत्रकारिता का कार्य है। विकास पत्रकारिता के जरिए ही इसमें यथा संभव सुधार लाने का मार्ग प्रशस्त होगा।

संसदीय पत्रकारिता

लोकतंत्र में संसदीय व्यवस्था की प्रमुख भूमिका है। संसदीय व्यवस्था के तहत संसद में जनता द्वारा चुने हुए प्रतिनिधि पहुंचते हैं। बहुमत हासिल करनेवाला

शासन करता है तो दूसरा विपक्ष में बैठता है। दोनों की अपनी-अपनी अहम भूमिका होती है। इनके द्वारा किए जा रहे कार्य पर नजर रखना पत्रकारिता की अहम जिम्मेदारी है क्योंकि लोकतंत्र में यही एक कड़ी है जो जनता एवं नेता के बीच काम करता है। जनता किसी का चुनाव इसलिए करते हैं तो वह लोगों की सुख-सुविधा तथा जीवनस्तर सुधारने में कार्य करे। लेकिन चुना हुआ प्रतिनिधि या सरकार अगर अपने मार्ग पर नहीं चलते हैं तो उसको चेताने का कार्य पत्रकारिता करती है। इनकी गतिविधि, इनके कार्य की निगरानी करने का कार्य पत्रकारिता करती है।

टेलीविजन पत्रकारिता

समाचार पत्र एवं पत्रिका के बाद श्रव्य माध्यम का विकास हुआ। और इसके बाद श्रव्य दृश्य माध्यम का विकास हुआ। दूर संचार क्रांति में सेटेलाईट, इंटरनेट के विकास के साथ ही इस माध्यम का इतनी तेजी से विकास हुआ कि आज इसके बिना चलना मुश्किल सा हो गया है। इसे मुख्यतः तीन वर्गों में रखा जा सकता है जिसमें सूचना, मनोरंजन और शिक्षा। सूचना में समाचार, सामयिक विषय और जनसंचार उद्घोषणाएं आते हैं। मनोरंजन के क्षेत्र में फिल्मों से संबंधित कार्यक्रम, नाटक, धारावाहिक, नृत्य, संगीत तथा मनोरंजन के विविध कार्यक्रम शामिल हैं। इन कार्यक्रमों का प्रमुख उद्देश्य लोगों का मनोरंजन करना है। शिक्षा क्षेत्र में टेलीविजन की महत्वपूर्ण जिम्मेदारी है। पाठ्य सामग्री पर आधारित और सामान्य ज्ञान पर आधारित दो वर्गों में शैक्षिक कार्यक्रमों को बांटा जा सकता है।

आज उपग्रह के विकास के साथ ही समाचार चैनलों के बीच गलाकाट प्रतिस्पर्धा चल पड़ी है। इसके चलते छोटी-सी छोटी घटनाओं का भी लाइव कवरेज होने लगा है।

विधि पत्रकारिता

लोकतंत्र के चार स्तंभ में विधि व्यवस्था की भूमिका महत्वपूर्ण है। नए कानून, उनके अनुपालन और उसके प्रभाव से लोगों को परिचित कराना बहुत ही जरूरी है। कानून व्यवस्था बनाए रखना, अपराधी को सजा देना से लेकर शासन व्यवस्था में अपराध रोकने, लोगों को न्याय प्रदान करना इसका मुख्य कार्य है। इसके लिए निचली अदालत से लेकर उच्च न्यायालय, सर्वोच्च न्यायालय तक व्यवस्था है। इसमें रोजाना कुछ न कुछ महत्वपूर्ण फैसले सुनाए जाते हैं। कई

बड़ी-बड़ी घटनाओं के निर्णय, उसकी सुनवाई की प्रक्रिया चलती रहती है। इस बारे में लोग जानने के इच्छुक रहते हैं, क्योंकि कुछ मुकदमे ऐसे होते हैं जिनका प्रभाव समाज, संप्रदाय, प्रदेश एवं देश पर पड़ता है। दूसरी बात यह है कि दबाव के चलते कानून व्यवस्था अपराधी को छोड़कर निर्दोष को सजा तो नहीं दे रही है इसकी निगरानी भी विधि पत्रकारिता करती है।

फोटो पत्रकारिता

फोटो पत्रकारिता ने छपाई तकनीक के विकास के साथ ही समाचार पत्रों में अहम स्थान बना लिया है। कहा जाता है कि जो बात हजार शब्दों में लिखकर नहीं की जा सकती है वह एक तस्वीर कह देती है। फोटो टिप्पणियों का असर व्यापक और सीधा होता है। दूसरी बात ऐसी घटना जिसमें सबूत की जरूरत होती है जैसे समाचारों के साथ फोटो के साथ समाचार पेशा करने से उसकी विश्वसनीयता बढ़ जाती है।

विज्ञान पत्रकारिता

इक्कीसवीं शताब्दी को विज्ञान का युग कहा गया है। वर्तमान में विज्ञान ने काफी तरक्की कर ली है। इसकी हर जगह पहुंच हो चली है। विज्ञान में हमारी जीवन शैली को बदलकर रख दिया है। वैज्ञानिकों द्वारा रोजाना नई-नई खोज की जा रही है। इसमें कुछ तो जनकल्याणकारी हैं तो कुछ विध्वंसकारी भी हैं। जैसे परमाणु की खोज से कई बदलाव ला दिया है लेकिन इसका विध्वंसकारी पक्ष भी है। इसे परमाणु बम बनाकर उपयोग करने से विध्वंस होगा। इस तरह विज्ञान पत्रकारिता दोनों पक्षों का विश्लेषण कर उसे पेश करने का कार्य करता है। जहां विज्ञान के उपयोग से कैसे जीवन शैली में सुधार आ सकता है तो उसके गलत उपयोग से संसार ध्वंस हो सकता है।

विज्ञान पत्रकारों को विस्तृत तकनीकी और कभी-कभी शब्दजाल को दिलचस्प रिपोर्ट में बदलकर समाचार पाठक दर्शक की समझ के आधार पर प्रस्तुत करना होता है। वैज्ञानिक पत्रकारों को यह निश्चय करना होगा कि किस वैज्ञानिक घटनाक्रम में विस्तृत सूचना की योग्यता है। साथ ही वैज्ञानिक समुदाय के भीतर होनवाले विवादों को बिना पक्षपात के और तथ्यों के साथ पेश करना चाहिए।

शैक्षिक पत्रकारिता

शिक्षा के बिना कुछ भी कल्पना करना संभव नहीं है। पत्रकारिता सभी नई सूचना को लोगों तक पहुंचाकर ज्ञान में वृद्धि करती है। जब से शिक्षा को औपचारिक बनाया गया है तब से पत्रकारिता का महत्त्व और बढ़ गया है। जब तक हमें नई सूचना नहीं मिलेगी हमें तब तक अज्ञानता घेर कर रखी रहेगी। उस अज्ञानता को दूर करने का सबसे बड़ा माध्यम है पत्रकारिता। चाहे वह रेडियो हो या टेलीविजन या समाचार पत्र या पत्रिकाएं सभी में नई सूचना हमें प्राप्त होती है जिससे हमें नई शिक्षा मिलती है। एक बात और कि शिक्षित व्यक्ति एक माध्यम में संतुष्ट नहीं होता है। वह अन्य माध्यम को भी देखना चाहता है। यह जिज्ञासा ही पत्रकारिता को बढ़ावा देती है तो पत्रकारिता उसकी जिज्ञासा के अनुरूप शिक्षा एवं ज्ञान प्रदान कर उसकी जिज्ञासा को शांत करने का प्रयास करती है। इसे पहुंचाना ही शैक्षिक पत्रकारिता का कार्य है।

सांस्कृतिक-साहित्यिक पत्रकारिता

मनुष्य में कला, संस्कृति एवं साहित्य की भूमिका निर्विवादित है। मनुष्य में छिपी प्रतिभा, कला चाहे वह किसी भी रूप में हो उसे देखने से मन को तृप्ति मिलती है। इसलिए मनुष्य हमेशा नई-नई कला, प्रतिभा की खोज में लगा रहता है। इस कला प्रतिभा को उजागर करने का एक सशक्त माध्यम है पत्रकारिता। कला प्रतिभाओं के बारे में जानकारी रखना, उसके बारे में लोगों को पहुंचाने का काम पत्रकारिता करता है। इस सांस्कृतिक साहित्यिक पत्रकारिता के कारण आज कई विलुप्त प्राचीन कला जैसे लोकनृत्य, लोक संगीत, स्थापत्य कला को खोज निकाला गया है और फिर से जीवित हो उठे हैं। दूसरी ओर भारत जैसे विशाल और बहु संस्कृति वाले देश में सांस्कृतिक साहित्यिक पत्रकारिता के कारण देश की एक अलग पहचान बन गई है। कुछ आंचलिक लोक नृत्य, लोक संगीत एक अंचल से निकल कर देश-दुनिया तक पहचान बना लीया है। समाचार पत्र एवं पत्रिकाएं प्रारंभ से ही नियमित रूप से सांस्कृतिक साहित्यिक कलम को जगह दी है। इसी तरह चैनलों पर भी सांस्कृतिक, साहित्यिक समाचारों का चलन बढ़ा है। एक अध्ययन के अनुसार दर्शकों के एक वर्ग ने अपराध व राजनीति के समाचार कार्यक्रमों से कहीं अधिक अपनी सांस्कृति से जुड़े समाचारों व समाचार कार्यक्रमों से जुड़ना पसंद किया है। साहित्य व

सांस्कृतिक पर उपभेक्तावादी सांस्कृतिक व बाजार का प्रहार देखकर केंद्र व प्रदेश की सरकारें बहुत बड़ा बजट इन्हें संरक्षित करने व प्रचारित प्रसारित करने में खर्च कर रही हैं। साहित्य एवं सांस्कृतिक के नाम पर चलनेवाली बड़ी-बड़ी साहित्यिक व सांस्कृतिक संस्थाओं के बीच वाद प्रतिवाद, आरोप-प्रत्यारोप और गुटबाजी ने साहित्य सांस्कृतिक में मसाला समाचारों की संभावनाओं को बहुत बढ़ाया है।

अपराध पत्रकारिता

राजनीतिक समाचार के बाद अपराध समाचार ही महत्वपूर्ण होते हैं। बहुत से पाठकों व दर्शकों को अपराध समाचार जानने की भूख होती है। इसी भूख को शांत करने के लिए ही समाचारपत्रों व चैनलों में अपराध डायरी, सनसनी, वारदात, क्राइम फाइल जैसे समाचार कार्यक्रम प्रकाशित एवं प्रसारित किए जा रहे हैं। एक अनुमान के अनुसार किसी समाचार पत्र में लगभग पैंतीस प्रतिशत समाचार अपराध से जुड़े हाते हैं। इसी से अपराध पत्रकारिता को बल मिला है। दूसरी बात यह कि अपराधिक घटनाओं का सीधा संबंध व्यक्ति, समाज, संप्रदाय, धर्म और देश से होता है। अपराधिक घटनाओं का प्रभाव व्यापक होता है। यही कारण है कि समाचार संगठन बड़े पाठक दर्शक वर्ग का ख्याल रखते हुए इस पर विशेष फोकस करते हैं।

राजनैतिक पत्रकारिता

समाचार पत्रों में सबसे अधिक पढ़े जानेवाले और चैनलों पर सर्वाधिक देखे सुने जाने वाले समाचार राजनीति से जुड़े होते हैं। राजनीति की उठा पटक, लटके-झटके, आरोप प्रत्यारोप, रोचक-रोमांचक, झूठ-सच, आना जाना आदि से जुड़े समाचार सुर्खियों में होते हैं। राजनीति से जुड़े समाचारों का पूरा का पूरा बाजार विकसित हो चुका है। राजनीतिक समाचारों के बाजार में समाचार पत्र और समाचार चैनल अपने उपभेक्ताओं को रिझाने के लिए नित नये प्रयोग करते नजर आ रहे हैं। चुनाव के मौसम में तो प्रयोगों की झड़ी लग जाती है और हर कोई एक-दूसरे को पछाड़कर आगे निकल जाने की होड़ में शामिल हो जाता है। राजनीतिक समाचारों की प्रस्तुति में पहले से अधिक बेबाकी आयी है। लोकतंत्र की दुहाई के साथ जीवन के लगभग हर क्षेत्र में राजनीति की दखल बढ़ा है और इस कारण राजनीतिक समाचारों की भी संख्या बढ़ी है। ऐसे में इन समाचारों को नजरअंदाज कर जाना संभव नहीं है। राजनीतिक समाचारों की आकर्षक प्रस्तुति लोकप्रिया हासिल करने का बहुत बड़ा साधन बन चुकी है।

2

पत्रकारिता के विविध आयाम

मुद्रण के आविष्कार के बाद संदेश और विचारों को शक्तिशाली और प्रभावी ढंग से अधिक से अधिक लोगों तक पहुंचाना मनुष्य का लक्ष्य बन गया। समाचार पत्र पढ़ते समय पाठक हर समाचार से अलग-अलग जानकारी की अपेक्षा रखता है। कुछ घटनाओं के मामले में वह उसका विवरण विस्तार से पढ़ना चाहता है तो कुछ अन्य के संदर्भ में उसकी इच्छा यह जानने की होती है कि घटना के पीछे क्या है? उसकी पृष्ठभूमि क्या है? उस घटना का उसके भविष्य पर क्या प्रभाव पड़ेगा और इससे उसका जीवन तथा समाज किस तरह प्रभावित होगा? समय, विषय और घटना के अनुसार पत्रकारिता में लेखन के तरीके बदल जाते हैं। यही बदलाव पत्रकारिता में कई नए आयाम जोड़ता है। दूसरी बात यह भी है कि स्वतंत्र भारत में इंटरनेट और सूचना के अधिकार (आर.टी.आई.) ने आज की पत्रकारिता को बहुआयामी और अनंत बना दिया है। आज कोई भी जानकारी पलक झपकते उपलब्ध कराई जा सकती है। मीडिया आज काफी सशक्त, स्वतंत्र और प्रभावकारी हो गया है। पत्रकारिता की पहुँच हर क्षेत्र में हो चुकी है। लेकिन सामाजिक सरोकार एवं भलाई के नाम पर मिली अभिव्यक्ति की आजादी का कभी-कभी दुरुपयोग होने लगा है। पत्रकारिता के नए आयाम को निम्न प्रकार से देखा जा सकता है।

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

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

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

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

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

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

आधार पर देश के अनेक समाचार चैनलों का मूल्यांकन करें तो एक-आध चैनलों को ही छोड़कर अधिकांश इन्फोटेनमेंट के चैनल बनकर रह गए हैं।

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

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

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

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

परंपरागत रूप से कुछ चन्द बड़े, जिन्हें 'राष्ट्रीय' कहा जाता था, अखबार थे। इसके बाद क्षेत्रीय प्रेस था और अंत में जिला-तहसील स्तर के छोटे समाचारपत्र थे। नई प्रौद्योगिकी आने के बाद पहले तो क्षेत्रीय अखबारों ने जिला और तहसील स्तर के प्रेस को हड़प लिया और अब 'राष्ट्रीय' प्रेस 'क्षेत्रीय' में प्रवेश कर रहा है या 'क्षेत्रीय' प्रेस राष्ट्रीय का रूप अखियायार कर रहा है। आज चंद समाचारपत्रों के अनेक संस्करण हैं और समाचारों का कवरेज अत्यधिक आत्मकेन्द्रित, स्थानीय और विखंडित हो गया है। समाचार कवरेज में विविधता का अभाव तो है, ही साथ ही समाचारों की पिटी-पिटाई अवधारणों के आधार पर लोगों की रुचियों और प्राथमिकताओं को परिभाषित करने का रुझान भी प्रबल हुआ है। लेकिन समाचार मीडिया के प्रबंधक बहुत समय तक इस तथ्य की उपेक्षा नहीं कर सकते कि साख और प्रभाव समाचार मीडिया की सबसे बड़ी ताकत होते हैं। आज समाचार मीडिया की साख में तेजी से हास हो रहा है और इसके साथ ही लोगों की सोच को प्रभावित करने की इसकी क्षमता भी कुण्ठित हो रही है। समाचारों को उनके न्यायोचित और स्वाभाविक स्थान पर बहाल कर ही साख और प्रभाव के हास की प्रक्रिया को रोका जा सकता है। इस तरह देखा जाए तो समय के साथ पत्रकारिता का विस्तार होता जा रहा है।

रेडियो पत्रकारिता

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

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

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

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया

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

भारत में आजादी के बाद साक्षरता और लोगों में क्रय शक्ति बढ़ने के साथ ही अन्य वस्तुओं की तरह मीडिया के बाजार की भी मांग बढ़ी है। नतीजा यह हुआ कि बाजार की जरूरतों को पूरा करने के लिए हर तरह के मीडिया का फैलाव हो रहा है। इसमें सरकारी टेलीविजन एवं रेडियो के अलावा निजी क्षेत्र में भी निवेश हो रहा है। इसके अलावा सेटेलाईट टेलीविजन और इंटरनेट ने दो कदम और आगे बढ़कर मीडिया को फैलाने में सहयोग किया है। समाचार पत्र में भी पूंजी निवेश के कारण इसका भी विस्तार हो रहा है। इसमें सबसे खास बात यह रही कि चाहे वह शहर हो या ग्रामीण क्षेत्र भारत में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पिछले 15-20 वर्षों में घर-घर में पहुँच गया है। शहरों और कस्बों में केबिल टीवी से सैकड़ों चैनल दिखाए जाते हैं। एक सरकारी रिपोर्ट के अनुसार भारत के कम से कम 80 प्रतिशत परिवारों के पास अपने टेलीविजन सेट हैं और मेट्रो शहरों में रहने वाले दो-तिहाई लोगों ने अपने घरों में केबिल कनेक्शन लगा रखे हैं। अब तो सेट टाप बाक्स के जरिए बिना केबिल के टीवी चल रहे हैं। इसके

साथ ही शहर से दूर-दराज के क्षेत्रों में भी लगातार डीटीएच-डायरेक्ट टु होम सर्विस का विस्तार हो रहा है। प्रारम्भ में केवल फिल्मी क्षेत्रों से जुड़े गीत, संगीत और नृत्य से जुड़ी प्रतिभाओं के प्रदर्शन का माध्यम बना एवं लंबे समय तक बना रहा, इससे ऐसा लगने लगा कि इलेक्ट्रानिक मीडिया सिर्फ फिल्मी कला क्षेत्रों से जुड़ी प्रतिभाओं के प्रदर्शन के मंच तक ही सिमटकर रह गया है, जिससे नैसर्गिक और स्वाभाविक प्रतिभा प्रदर्शन की अपेक्षा नकल को ज्यादा तवज्जो दी जाती रही है। कुछ अपवादों को छोड़ इलेक्ट्रानिक मीडिया की यह नई भूमिका अत्यन्त प्रशंसनीय और सराहनीय है, जो देश की प्रतिभाओं को प्रसिद्धि पाने और कला एवं हुनर के प्रदर्शन हेतु उचित मंच और अवसर प्रदान करने का कार्य कर रही है। इसके बावजूद यह माध्यम कभी-कभी बहुत नुकसान भी पहुंचाता है।

सोशल मीडिया

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

सोशल मीडिया के प्रकार

इस सोशल मीडिया के कई रूप हैं जिनमें कि इंटरनेट फोरम, वेबलाग, सामाजिक ब्लाग, माइक्रोब्लॉगिंग, विकीज, सोशल नेटवर्क, पाडकास्ट, फोटोग्राफ, चित्र, चलचित्र आदि सभी आते हैं। अपनी सेवाओं के अनुसार सोशल मीडिया के लिए कई संचार प्रौद्योगिकी उपलब्ध हैं। जैसे- सहयोगी परियोजना (उदाहरण के लिए, विकिपीडिया) ब्लाग और माइक्रोब्लाग (उदाहरण के लिए, ट्विटर) सोशल खबर नेटवर्किंग साइट्स (उदाहरण के लिए याहू न्यूज, गूगल न्यूज)

सामग्री समुदाय (उदाहरण के लिए, यूट्यूब और डेली मोशन) सामाजिक नेटवर्किंग साइट (उदाहरण के लिए, फेसबुक) आभासी खेल दुनिया (जैसे, वर्ल्ड ऑफ वारक्राफ्ट) आभासी सामाजिक दुनिया (जैसे सेकंड लाइफ)

दो सिविलाइजेशन में बांट रहा है सोशल मीडिया

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

विज्ञापन का सबसे बड़ा माध्यम

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

समाज पर पड़ रहा नकारात्मक प्रभाव

जहाँ इंटरनेट के सोशल मीडिया ने व्यक्तियों और समुदायों के बीच सूचना आदान-प्रदान में सहभागी बनाने का माध्यम बनकर समाज पर सकारात्मक प्रभाव डाला है वहीं दूसरी ओर इसका नकारात्मक प्रभाव भी देखने में आया है। अपनी बात बिना किसी रोक-टोक के रखने की छूट ने ये साइट्स ऑनलाइन शोषण का साधन भी बनती जा रही हैं। ऐसे कई केस दर्ज किए गए हैं जिनमें सोशल

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

वेब पत्रकारिता

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

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

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

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

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

भारत में समाचार सेवा देने के लिए गूगल न्यूज, याहू, एमएसएन, एनडीटीवी, बीबीसी हिंदी, जागरण, भड़ास फार मीडिया, ब्लाग प्रहरी, मीडिया मंच, प्रवक्ता और प्रभासाक्षी प्रमुख वेबसाइट हैं जो अपनी समाचार सेवा देते हैं।

वेब पत्रकारिता का बढ़ता विस्तार देख यह समझना सहज ही होगा कि इससे कितने लोगों को राजेगार मिल रहा है। मीडिया के विस्तार ने वेब डेवलपर्स एवं वेब पत्रकारों की मांग को बढ़ा दिया है। वेब पत्रकारिता किसी अखबार को प्रकाशित करने और किसी चैनल को प्रसारित करने से अधिक सस्ता माध्यम है। चैनल अपनी वेबसाइट बनाकर उन पर ब्रेकिंग न्यूज, स्टोरी, आर्टिकल, रिपोर्ट, वीडियो या साक्षात्कार को अपलोड और अपडेट करते रहते हैं। आज सभी प्रमुख चैनलों (आईबीएन, स्टार, आजतक आदि) और अखबारों ने अपनी वेबसाइट बनाई हुई हैं। इनके लिए पत्रकारों की नियुक्ति भी अलग से की जाती है। सूचनाओं का डाकार कही जाने वाली संवाद समितियां जैसे पीटीआई, यूएनआई, एएफपी और रायटर आदि अपने समाचार तथा अन्य सभी सेवाएं आनलाइन देती हैं।

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

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

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

विज्ञापन और पत्रकारिता

चूंकि जनसंचार माध्यम अधिक से अधिक लोगों तक पहुंचता है तो विज्ञापन का प्रयोग इन माध्यमों में प्रचार के लिए किया जाता है। वर्तमान संसार में ग्लोबल विलेज की कल्पना की जा रही है। इस गांव में रहनेवाले एक-दूसरे को अपनी वस्तुओं की जानकारी पहुंचाने के लिए विज्ञापनों की आवश्यकता होती है। इसलिए विज्ञापन की आवश्यकता पड़ रही है। दूसरी बात यह कि तकनीक एवं औद्योगिक विकास के साथ ही उत्पादन की अधिकता एवं उसकी बिक्री ने भी विज्ञापन बाजार को बढ़ा दिया है। तीसरी बात यह है कि जैसे-जैसे लोगों की आय बढ़ी है लोगों में क्रय करने की शक्ति बढ़ी है। उनकी मांगों को पूरी करने के साथ उत्पादक अपना उत्पाद के बारे में बताने के लिए इसका सहारा ले रहे हैं। उत्पादक कम खर्च पर उसके उत्पादन सामग्री की खुबी बताने

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

प्रमुख पत्र-पत्रिकाएँ

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

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

1. **दैनिक जागरण**—कानपुर से 1942 से प्रकाशित दैनिक जागरण हिंदी समाचार पत्र में वर्तमान में सर्वाधिक प्रसारित समाचार पत्रों में शुमार है। इसके 11 राज्यों में दर्जनों संस्करण हैं। इसकी प्रसार संख्या जून 2016 तक 3, 632, 383 दर्ज की गई थी।
2. **दैनिक भास्कर**—भेपाल से 1958 में आरंभ यह समाचार पत्र वर्तमान में 14 राज्यों में 62 संस्करण में प्रकाशित हो रहे हैं। हिंदी के साथ इसके

- अंग्रेजी, मराठी एवं गुजराती भाषा में भी कई संस्करण हैं। इसकी प्रसार संख्या जून 2016 तक 3, 812, 599 थी।
3. **अमर उजाला**—आगरा से 1948 से प्रारंभ अमर उजाला के वर्तमान सात राज्यों एवं एक केंद्र शासित प्रदेश में 19 संस्करण हैं। इसके जून 2016 तक प्रसार संख्या 2, 938, 173 होने का रिकार्ड किया गया है।
 4. **टाइम्स ऑफ इंडिया**—अंग्रेजी भाषा का समाचार पत्र टाइम्स ऑफ इंडिया 1838 को सबसे पहले प्रकाशित हुआ था। यह देश का चौथा सबसे अधिक प्रसारित समाचार पत्र है। इसके साथ ही यह विश्व का छठा सबसे अधिक प्रसारित दैनिक समाचार पत्र है। दिसंबर 2015 तक इसकी प्रसार संख्या 3, 057, 678 थी। भारत के अधिकांश राज्य के राजधानी में इसके संस्करण हैं।
 5. **हिंदुस्तान**—दिल्ली से 1936 से प्रकाशित हिंदुस्तान के वर्तमान 5 राज्यों में 19 संस्करण हैं। इसकी प्रसार संख्या जून 2016 तक 2, 399, 086 थी।
 6. **मलयाला मनोरमा**—मलयालम भाषा में प्रकाशित यह समाचार पत्र 1888 में कोट्टायम से प्रकाशित हुआ। यह केरल का सबसे पुराना समाचार पत्र है। यह केरल के 10 शहरों सहित बैंगलोर, मैंगलोर, चेन्नई, मुंबई, दिल्ली, दुबई एवं बहरीन से प्रकाशित है। इसकी दिसंबर 2015 तक प्रसार संख्या 2, 342, 747 थी।
 7. **ईनाडु**—तेलगू भाषा में प्रकाशित ईनाडु समाचार पत्र 1974 में प्रकाशन प्रारंभ हुआ। आंध्रप्रदेश एवं तेलंगाना इसके कई संस्करण हैं। दिसंबर 2015 तक इसकी प्रसार संख्या 1, 807, 581 थी।
 8. **राजस्थान पत्रिका**—1956 से दिल्ली में प्रारंभ राजस्थान पत्रिका वर्तमान 6 राज्यों में दर्जनों संस्करण प्रकाशित हो रहे हैं। जून 2016 तक इसकी प्रसार संख्या 1, 813, 756 थी।
 9. **दैनिक थेथी**—तमिल भाषा में प्रकाशित दैनिक थेथी ने सर्वप्रथम 1942 में प्रकाशित हुआ। वर्तमान विदेशों सहित 16 शहरों में इसके संस्करण प्रकाशित हो रहे हैं। जून 2016 तक इसकी प्रसार संख्या 1, 714, 743 थी।
 10. **मातृभूमि मलयालम**—भाषा में प्रकाशित मातृभाषा का प्रथम प्रकाशन 1923 को हुआ था। केरल के 10 शहरों सहित चेन्नई, बैंगलोर, मुंबई और नईदिल्ली से प्रकाशित हो रहे हैं। दिसंबर 2015 तक इसकी प्रसार संख्या 1, 486, 810 थी।

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

पत्रिकाओं में दस सर्वाधिक प्रसारित हिंदी पत्रिकाओं में प्रतियोगिता दर्पण, इंडिया टुडे, सरस सलील, सामान्य ज्ञान दर्पण, गृहशोभा, जागरण जोश प्लस, क्रिकेट सम्राट, डायमंड क्रिकेट टुडे, मेरी सहेली एवं सरिता शामिल हैं। अंग्रेजी के सर्वाधिक दस पत्रिकाओं में इंडिया टुडे, प्रतियोगिता दर्पण, जेनेरल नालेज टुडे, दि स्पोर्ट्स स्टार, कंफिटिशन सक्सेस रिव्यू, आउटलुक, रीडर्स डायजेस्ट, फिल्मफेयर, डायमंड क्रिकेट टुडे, फेमिना शामिल हैं। दस क्षेत्रीय पत्रिकाओं में थेथी (मलयालम), मातृभूमि आरोग्य मासिक (मलयालम), मनोरमा तोड़ीविधि (मलयालम), कुमुद (तमिल), कर्म संगठन (बंगाली), मनोरमा तोड़ीवर्थ (मलयालम), गृहलक्ष्मी (मलयालयम), मलयालम मनोरमा (मलयालयम), कुंगुमम (तमिल) एवं कर्मक्षेत्र (बंगाली) शामिल हैं।

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

हिंदी के प्रमुख पत्रकार

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

अनगिनत पत्रकार हुए हैं जिन्होंने अपनी कलम से सामाजिक सरोकारों को पूरी ईमानदारी से निभाया है। इसका सबसे बड़ा उदाहरण भारत का स्वतंत्रता आंदोलन है। स्वतंत्रता आंदोलन को धार देने में पत्रकारिता ही सबसे बड़ा अस्त्र बना था। पत्रकारिता ने अंग्रेजी सत्ता के दमन नीति, लोगों के प्रति किए जा रहे अन्याय, अत्याचार एवं कुशासन के खिलाफ निरंतर विरोध का स्वर उठाया जिसके परिणाम स्वरूप देश में एकजुटता आई। इसका नतीजा यह रहा कि पूरे देश में अंग्रेजी सत्ता के खिलाफ स्वर उठा और आखिर अंग्रेजों ने भारत को आजाद कर दिया। लोगों में स्वतंत्रता का अलख जगाने की कोशिश में न जाने कितने संपादक-सह-पत्रकार शहीद हुए हैं तो न जाने कितनों की आवाज भी दबा दी गई हो गई फिर भी पत्रकारों ने सामाजिक सरोकारों को नहीं छोड़ा। दूसरा उदाहरण था हिंदी भाषा को स्थापित करना। हिंदी भाषा साहित्य जगत में कुछ ऐसे महान साहित्यकार हुए हैं जो संपादक-पत्रकार ही थे। उनका जिक्र किए बगैर हम हिंदी भाषा के किसी भी रूप की चर्चा को आगे नहीं बढ़ा सकते हैं। उस समय हिंदी साहित्य और पत्रकारिता एवं साहित्यकार एवं पत्रकार दोनों एक-दूसरे के पर्यायवाची बने हुए थे। उन्होंने अंग्रेजी भाषा के खिलाफ आंदोलन छेड़ा था जब अंग्रेजी शासक अंग्रेजी को ही देश की भाषा बनाने चाहता था। इन लेखक-पत्रकारों ने अंग्रेजी भाषा के मुकाबले हिंदी किसी भी विधा में कमजोर नहीं है साबित करने के लिए ही पद्य एवं गद्य विधा के सभी रूपों में लेखनी चलाई है और साबित कर दिया कि हिंदी भाषा में चाहे वह कविता हो या गद्य और गद्य में चाहे वह उपन्यास हो, कहानी हो, निबंध हो, आलोचना हो, जीवनी हो या अन्य कोई विधा सभी में लिखा जा सकता है। इस तरह इन लेखक-साहित्यकार-पत्रकार-संपादकों ने साहित्यिक पत्रकार के रूप में अंग्रेजी भाषा के खिलाफ लड़ाई लड़ी। आज भारत आजाद हो चुका है लेकिन आश्चर्य की बात यह है कि हिंदी पत्रकार तथा पत्रकारिता को इस अंग्रेजी भाषा के खिलाफ आज भी लड़ाई जारी है क्योंकि आज भी हिंदी भाषा को देश में वह स्थान एवं सम्मान नहीं मिल पाया है जितना मिलना चाहिए।

आज देश आजाद हो गया लेकिन पत्रकारों की भूमिका कम नहीं हुई। अब लक्ष्य बदल गया। पहले लड़ाई अंग्रेजी सत्ता के खिलाफ थी जो अब बदलकर देश में जारी अशिक्षा, उपेक्षा, बेरोजगारी, किसान की समस्या, नारी की समस्या, स्वास्थ्य की समस्या, भोजन की समस्या के खिलाफ जंग जारी है। समाज में सबसे नीचे जीनेवाले लोगों को न्याय दिलाने तथा मूलभूत सुविधा उपलब्ध

कराना ध्येय बन गया है। दूर संचार क्रांति के बाद तो इलैक्ट्रानिक्स मीडिया और अब इंटरनेट के आविष्कार के साथ सोशल एवं वेब मीडिया ने तो इसे और धार दे दिया है। आज समय के साथ ऐसा बदलाव आया कि पत्रकारिता को समाज ने पेशा के रूप में स्वीकार कर लिया गया है। आज की स्थिति में भारत के विभिन्न भाषाओं में 70 हजार समाचार पत्रों का प्रकाशन होता है तो निश्चित रूप से लाखों पत्रकार भी होंगे आज स्थिति चाहे जो भी हो जैसा भी हो हमारे से पहले पत्रकारों ने कुछ आदर्श स्थापित किया था जो आज भी यथावत है। शायद उनके कारण ही आज पत्रकार को समाज में सम्मान की नजर से देखा जाता है। उनमें से कुछ निम्न हैं-

स्वतंत्रता पूर्व हिंदी के प्रमुख पत्रकार

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

स्वतंत्रता के बाद के पत्रकार

सच्चिदानंद हीरानंद वात्स्यायन अज्ञेय(बिजली, प्रतीक, वाक, थाट, दिनमान, नवभारत टाइम्स), अरविंद कुमार (सरिता, टाइम्स ऑफ इंडिया, माधुरी, सुचित्र), कृष्णचंद्र अग्रवाल (विश्वमित्र), बालेश्वर प्रसाद अग्रवाल (प्रवर्तक, हिंदुस्तान समाचार), डोरीलाल अग्रवाल (उजाला, अमर उजाला, दिशा भारती), राजेंद्र अवस्थी (सारिका, नंदन, कादंबिनी, साप्ताहिक हिंदुस्तान), महावीर अधिकारी (विचार साप्ताहिक, हिंदुस्तान, नवभारत टाइम्स, करंट), कमलेश्वर प्रसाद सक्सेना (कमलेश्वर) (कामरेड, सारिका, गंगा, दैनिक जागरण), कर्पूरचंद कुलिश (राष्ट्रकृद्दूत, राजस्थान पत्रिका), धर्मवीर गांधी

(हिंदुस्तान समाचार, साथी, समाचार भारती, देश-दुनिया), पूर्णचंद्र गुप्त (स्वतंत्र, दैनिक जागरण, एक्शन, कंचन प्रभा), मन्मथनाथ गुप्ता (बाल भारती, योजना, आजकल), सत्येंद्र गुप्त (आज, ज्ञान मंडल), जगदीश चतुर्वेदी (मधुकर, नवभारत टाइम्स, लोक समाचार समिति, आज), प्रेमनाथ चतुर्वेदी (विश्वमित्र, नवभारत टाइम्स), बनारसी दास चतुर्वेदी (विशाल भारत, मधुकर), युगल किशोर चतुर्वेदी (जागृति, राष्ट्रदूत, लोकशिक्षक), कप्तान दुर्गा प्रसाद चौधरी (नवज्योति), अभय छाजलानी (नई दुनिया दैनिक), अक्षय कुमार जैन (अर्जुन, वीणा, दैनिक सैनिक, नवभारत टाइम्स), आनंद जैन (विश्वमित्र, नवभारत टाइम्स), यशपाल जैन (मिलन, जीवन साहित्य, जीवन सुधा), मनोहर श्याम जोशी (आकाशवाणी, दिनमान, साप्ताहिक हिंदुस्तान), रतन लाल जोशी (भारत दूत, आवाज, नवनीत, सारिका, दैनिक हिंदुस्तान), शीला झुनझुनबाला (धर्मयुग, अंगजा, कादंबिनी, साप्ताहिक हिंदुस्तान), विश्वनारायण सिंह ठाकुर (नवभारत लोकमान्य, हिंदुस्तान समाचार, युगधर्म, यूएनआई, आलोक, नयन रश्मि), डा. रामचंद्र तिवारी (विश्वमित्र, नवभारत टाइम्स, ग्लोब एजेंसी, दैनिक जनसत्ता, भारतीय रेल पत्रिका), रामानंद जोशी (दैनिक विश्वमित्र, दैनिक हिंदुस्तान, साप्ताहिक हिंदुस्तान, कादंबिनी), कन्हैयालाल नंदन (धर्मयुग, पराग, सारिका, दिनमान), कुमार नरेंद्र (दैनिक वीर अर्जुन, प्रताप), नरेंद्र मोहन (दैनिक जागरण), नारायण दत्त (हिंदी स्क्रीन, भारती, नवनीत, पीटीआई), सतपाल पटाइत (राजहंस, ब्राह्मण सर्वस्व, गढ़देश, विकास), राहुल बारपते (इंदौर समाचार, जयभारत, प्रजा मंडल, नई दुनिया), बांके बिहारी भटनागर (माधुरी, दैनिक हिंदुस्तान), यतींद्र भटनागर (आपबीती, दैनिक विश्वमित्र, भारत वर्ष, अमर भारत, जनसत्ता, दैनिक हिंदुस्तान), जय प्रकाश भारती (दैनिक प्रभात, नवभारत टाइम्स, साप्ताहिक हिंदुस्तान, नंदन), धर्मवीर भारती (अभ्युदय, धर्मयुग), राजेंद्र माथुर (नईदुनिया, नवभारत टाइम्स), रामगोपाल माहेश्वरी (नव राजस्थान, नवभारत), सुरजन मायाराम (नवभारत, एमपी क्रानिकल, नई दुनिया, देशबंधु), द्वारिक प्रसाद मिश्र (सारथी, लोकमत, अमृत बाजार), भवानी प्रसाद मिश्र (महिलाश्रम, गांधी मार्ग), गणेश मंत्री (धर्मयुग), रघुवीर सहाय (दैनिक नवजीवन, प्रतीक, आकाशवाणी, कल्पना, जनसत्ता, अर्थात), रमेशचंद्र (जालंधर, दैनिक पंजाब केसरी), जंगबहादुर सिंह राणा (द कामरेड, द नेशन, द ट्रिब्यून,

दैनिक नवभारत, टाइम्स ऑफ इंडिया), मुकुट बिहारी वर्मा (कर्मवीर, राजस्थान केसरी, प्रणवी, माधुरी, दैनिक आज, स्वदेश, दैनिक हिंदुस्तान), लक्ष्मीशंकर व्यास (आज, विजय, माधुरी, कमला), भगवतीधर वाजपेयी (स्वदेश, दैनिक वीर अर्जुन, युगधर्म), पुरुषोत्तम विजय (अंकुश, साप्ताहिक राजस्थान, नव राजस्थान, दैनिक सैनिक, दैनिक इंदौर), डा.वेद प्रताप वैदिक (दैनिक जागरण, अग्रवाही, नई दुनिया, धर्मयुग, दिनमान, नवभारत टाइम्स, पीटीआई, भाषा), राधेश्याम शर्मा (दैनिक संचार, इंडियन एक्सप्रेस, युगधर्म, यूएनआई), भानुप्रताप शुक्ल (पांचजन्य, तरुण भारत, राष्ट्रधर्म), क्षेमचंद्र सुमन (आर्य, आर्यमित्र, मनस्वी, मिलाप, आलोचना) राजेंद्र यादव (हंस) विद्यानिवास मिश्र (नवभारत टाइम्स), मृणाल पांडे (दैनिक हिंदुस्तान)। इसके अलावा वर्तमान समय में राहुल बारपुते (नई दुनिया), कर्पूरचंद्र कुलिश (राजस्थान पत्रिका), अशोक जी (स्वतंत्र भारत), प्रभाष जोशी (जनसत्ता), राजेन्द्र अवस्थी (कादम्बिनी), अरुण पुरी (इण्डिया टुडे), जयप्रकाश भारती (नन्दन), सुरेन्द्र प्रताप सिंह (रविवार एवं नवभारत टाइम्स), उदयन शर्मा (रविवार एवं सण्डे आब्जर्वर)। इसके अलावा डा. नंदकिशोर त्रिखा, दीनानाथ मिश्रा, विष्णु खरे, महावीर अधिकारी, प्रभु चावला, राजवल्लभ ओझा, जगदीशप्रसाद चतुर्वेदी, चंदूलाल चंद्राकर, शिव सिंह सरोज, घनश्याम पंकज, राजनाथ सिंह, विश्वनाथ, बनवारी, राहुल देव, रामबहादुर राय, भानुप्रताप शुक्ल, तरुण विजय, मायाराम सुरजन, रूसी के करंजिया, नंदकिशोर नौटियाल, आलोक मित्र, अवध नारायण मुद्गल, डा. हरिकृष्ण देवसरे, गिरिजाशंकर त्रिवेदी, सूर्यकांत बाली, आलोक मेहता, रहिवंश, राजेन्द्र शर्मा, रामाश्रय उपाध्याय, अच्युतानंद मिश्र, विश्वनाथ सचदेव, गुरुदेव काश्यप, रमेश नैयर, बाबूलाल शर्मा, यशवंत व्यास, नरेन्द्र कुमार सिंह, महेश श्रीवास्तव, जगदीश उपासने, मुजप्फर हुसैन, अश्विनी कुमार, रामशरण जोशी, दिवाकर मुक्तिबोध, ललित सुरजन, मधुसूदन आनंद, मदनमोहन जोशी, बबन प्रसाद मिश्र, रामकृपाल सिंह आदि का नाम लिया जा सकता है। इसके अलावा और बहुत से पत्रकार हुए हैं जो हिंदी पत्रकारिता को इस मुकाम तक लाने में सहयोग किया।

समाचार एजेंसियाँ

समाचार एजेंसियों या संवाद समिति पत्रकारों की ऐसी समाचार संकलन संस्थान है जो अखबारों, पत्रिकाओं, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट साइटो जैसे

समाचार माध्यमों को समाचार उपलब्ध कराते हैं। आमतौर पर हर देश की अपनी एक अधिकारिक संवाद समिति होती है। समाचार एजेंसी में अनेक पत्रकार काम करते हैं जो खबरें अपने मुख्यालय को भेजते हैं जहां से उन्हें संपादित कर जारी किया जाता है। समाचार एजेंसिया सरकारी, स्वतंत्र व निजी हर तरह की होती हैं।

भारत की प्रमुख एजेंसियों में प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (पीटीआई), इंडो-एसियन न्यूज सर्विस (आईएनएस), एसियन न्यूज इंटरनेशनल (एएनआई), जीएनए न्यूज एजेंसी (जीएनए), समाचार भारती, यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (यूएनआई), हिंदुस्तान समाचार. ये एजेंसियां पहले सैटेलाइट के जरिए समाचार भेजती थीं तब टिकर प्रणाली पर काम होता था। अब कंप्यूटर ने चीजें आसान कर दी हैं और ईमेल से काम चल जाता है।

पत्रकारिता की अन्य प्रासंगिकताएँ

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

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

संपादकीय

संपादकीय पृष्ठ को समाचारपत्र का सबसे महत्त्वपूर्ण पन्ना माना जाता है। यह समाचार पत्र का प्राण होता है। संपादकीय में किसी भी समसामयिक विषय को लेकर उसका बेबाक विश्लेषण करके उसके विषय में संपादक अपनी राय व्यक्त करता है। इसे संपादकीय कहा जाता है। इसमें विषय का गंभीर विवेचन होता है। संपादकीय पृष्ठ पर अग्रलेख के अलावा लेख भी प्रकाशित होते हैं। ये

आर्थिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक या इसी तरह के किसी विषय पर कुछ विशेषज्ञ विभिन्न मुद्दों पर अपने विचार प्रस्तुत करते हैं। इन लेखों में लेखकों का व्यक्तित्व व शैली झलकती है। इस तरह के लेख व्याख्यात्मक और विश्लेषणात्मक शैली के होते हैं।

संपादक के नाम पत्र

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

फोटो पत्रकारिता

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

कार्टून कोना

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

रेखांकन और कार्टोग्राफ

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

3

पत्रकारिता के क्षेत्र एवं उनकी रिपोर्टिंग

पत्रकारिता का सबसे महत्वपूर्ण 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 समझे 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 पहुंच सकता है। ऐसा ही दूसरे क्षेत्रों में भी है। इसलिए पत्रकार जो भी क्षेत्र अपने लिए चुने उसे वहां विशेषज्ञता हासिल करने की पूरी-पूरी कोशिश करनी चाहिए। ईट

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 जानकारीयों 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 महत्वपूर्ण पृष्ठों पर भी अपराध की खबरें प्रमुखता से दिखती हैं। जिस तरह अपराध पत्रकारिता की खबरें बढ़ रही है, 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 शातिर 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 सफेदपोशों 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 मैमूनूअल 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।

इससे प्रतिद्वंद्वी अखबार की तुलना में अधिक ठोस व तथ्यात्मक रिपोर्टिंग हो सकेगी। इसके साथ ही अपराध की खबरों के लिए मुख्यतौर पर थाने के अलावा अस्पताल भी मुख्य केन्द्र होता है। अस्पताल में पुलिस केस बनने लायक आये लड़ाई-झगड़ों से लेकर एक्सीडेंट, आत्महत्या, हत्या के प्रयास जैसे मामले आते हैं।

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 निर्दोष 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 धड़ेबंदी 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 धड़ेबंदी 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 एंगल 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 बारीकी समझ रखता है तो वह कई मौकों पर पुर्वानुमान आदि भी कर सकता है। वह अपनी विप्लेशन 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 इसी लिए 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 विषेश रूप से ध्यान

रखना होता है। जब तक किसी व्यक्ति पर अभियोग सिद्ध नहीं हो जाता है, वह अपराधी नहीं हो होसकता है। इसलिए समाचार लिखते समय ध्यान रहे कि उसे अपराधी न 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 पहुंचे, 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 कार्रवाईयों 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। कानूनी 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।

महत्वपूर्ण 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 अपराधिक मामलों में न्याय जल्दी हुआ

है लेकिन यह भी ध्यान रखना चाहिए कि अयोध्या विध्वंस के मुकदमे 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 रुझान 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 हाकी, फुटबाल 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 इस लिए 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 छपी 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 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 रुचि 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? लड़कियों की रुचि किन विषयों में ज्यादा है? किस विद्यालय व कालेज का परीक्षा परिणाम कैसा रहा? इसके अलावा शिक्षा से संबंधित विशेष 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 पढ़ते 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 में रुचि दिखा रहे हैं। इसलिए समाचार पत्रों में बच्चों से संबंधित सामग्री 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 महत्व रखती है। भारत में अभी इसके और विस्तार की अत्यधिक 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 खोली 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 पहुंचने के लिए काफी मेहनत और अनुभव की आवश्यकता होती है। हालांकि 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 सड़कों 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 खबरें

बनाई जानी चाहिए। लोगों के लिए हास्पिटल, स्वास्थ्य केन्द्र, प्राथमिक स्वास्थ्य केन्द्र और विद्यालयों खुलने की जरूरत पर आधारित रपट पठनीय तो होती ही है साथ ही समाज के विकास में सहयोगी भी होती है। 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 माडल 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। इस लिए 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 पहुंचाया जा सकता है।

4

पत्रकारिता और अनुवाद

पत्रकारिता में अनुवाद की समस्या से परिचय कराने की दृष्टि से प्रस्तुत लेख 'पत्रकारिता और अनुवाद' में समाचार माध्यमों के लिए लिखे जाने वाले समाचारों के अनुवाद की समस्या की चर्चा की गई है। इसके साथ ही पत्रकारिता की भाषा के अनुवाद, शैली, शीर्षक-उपशीर्षक, मुहावरे एवं लाक्षणिक पदबंधों, पारिभाषिक शब्दावली के अनुवाद की समस्या और उसके समाधान पर विस्तार से समझा गया है। साथ ही पत्रकारिता में पारिभाषिक शब्दावली के अनुवाद की समस्या और उसके समाधान एवं पारिभाषिक शब्दावली के कुछ नमूने पर भी सविस्तार से चर्चा की गई है।

पत्रकारिता और अनुवाद का सामान्य परिचय

यों तो पत्रकार को एकाधिक भाषाओं का ज्ञान होना अपेक्षित होता है किन्तु भारत के सन्दर्भ में क्षेत्रीय भाषाओं की पत्रकारिता में अनुवाद का बहुत महत्वपूर्ण स्थान है। अतः हिंदी अथवा अन्य किसी भारतीय भाषा के समाचार पत्र की भाषा के ज्ञान के अतिरिक्त अंग्रेजी का अच्छा ज्ञान होना बहुत जरूरी है। इसका कारण है कि अभी तक भाषाई पत्र प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया(पीटीआई), यूनाईटेड न्यूज ऑफ इंडिया(यूएनआई) जैसी समाचार एजेंसियों पर निर्भर हैं। रयटूर आदि विदेशी समाचार एजेंसियों भी अंग्रेज के माध्यम से ही समाचार देती हैं। इसके अतिरिक्त भाषाई पत्रिकाओं को भी बहुत सी रचनाएँ, बहुत से लेख और फीचर अंग्रेजी में ही प्राप्त होते हैं। अतः हिंदी भाषाई पत्रकार वास्तव में एक अनुवादक के रूप में ही प्रायः कार्य करता है।

अनुवाद की यह प्रक्रिया एकतरफा नहीं है। हिंदी इलाकों की बहुत-सी ऐसी खबरें होती हैं जिनका हिंदी से अंग्रेजी में प्रतिदिन अनुवाद किया जाता है। अगर हिंदी एजेंसियां अंग्रेजी अनुवाद करती हैं तो अंग्रेजी एजेंसियां भी हिंदी इलाकों की खबरों का हिंदी से अंग्रेजी में अनुवाद करती हैं। हिंदी एजेंसियों को अनुवाद करना इसलिए मजबूरी है कि हिंदी एजेंसियों के संवाददाता गैर हिंदी इलाकों में नहीं हैं और विदेशों में भी नहीं हैं। किसी इलाके की खबरें सिर्फ इसलिए हम देने से मना नहीं कर सकते कि वहां हमारा अपना यानि हिंदी का संवाददाता नहीं है। इसलिए उन इलाकों से अंग्रेजी में आनेवाली खबरों का हिंदी में अनुवाद करना पड़ता है।

पत्रकारिता में अनुवाद की समस्याएँ

पत्रकारिता के क्षेत्र में अनुवाद की प्रत्येक समय आवश्यकता होती है। किंतु यह विडंबना ही है कि हमारे हिंदी अनुवादकों के पास अनुवाद के लिए अधिक समय नहीं होता है। उन्हें तो दी गई सामग्री का तुरंत अनुवाद और प्रकाशन करना होता है। यह भी चिंतनीय है कि यह समाचार किसी भी विषय से संबद्ध हो सकता है। यह आवश्यक नहीं कि अनुवादक को उस विषय की पूर्ण जानकारी ही हो। इसी प्रकार यह भी संभव है कि कभी-कभी कथ्य का संपूर्णतया अंतर न हो सके, क्योंकि प्रत्येक भाषा का पाठक वर्ग तथा सामाजिक, सांस्कृतिक संदर्भ अलग ही होते हैं। इस प्रकार अनुवादकों के सामने कई समस्या सफल पत्रकारिता के लिए बाधाएँ बनती हैं जिसमें प्रमुख हैं।

भाषा की समस्या

पत्रकारिता के क्षेत्र में अनुवाद करते समय सबसे पहले भाषा संरचना की समस्या देखने को मिलते हैं। भाषा के संदर्भ में दो-तीन प्रश्न हमारे सामने उठते हैं- एक पत्रकारिता की भाषा स्वरूप क्या है? क्या पत्रकारिता की भाषा स्वरूप विशिष्ट है? हाँ, अवश्य पर विज्ञान और आयुर्विज्ञान की भाषा के समान न तकनीकी है और न तो अधिक साहित्यिक ही है और न ही सामान्य बोलचाल की भाषा। इसे हम किसी सीमा तक लिखित और औपचारिक भाषा के समकक्ष तथा निश्चित प्रयोजनमूलक स्तर पर से संबद्ध भाषा मान सकते हैं। हम इसे संपादित शैली में प्रस्तुत भाषा मान सकते हैं, जहां प्रत्येक विषय सुविचरित है, प्रत्येक विषय के लिए निश्चित स्थान, स्तंभ और पृष्ठ हैं। कभी-कभी स्थिति

विशेष में पारिभाषिक शब्दों का प्रयोग करना पड़ता है। प्रायः पत्र की भाषा में लोक व्यवहार में प्रयुक्त होने वाली शब्दावाली का प्राचुर्य रहता है। पत्रकारिता की भाषा में सर्वजन सुबोधता तथा प्रयोगधर्मिता का गुण होना आवश्यक है।

प्रत्येक भाषा की निजी संरचना होती है। अनुवादक को इस ओर विशेष ध्यान देना चाहिए। उसे हिंदी की प्रकृति के अनुकूल और उपर्युक्त पत्रकारिता की भाषा की विशेषताओं को ध्यान में रखकर अनुवाद करने की चेष्टा करनी चाहिए। जिससे सहजता और स्वाभाविकता बनी रहे। हिंदी में अनुवाद करते समय अंग्रेजी वाक्य रचना का अनुसरण करने की अपेक्षा वाक्य को जटिल तथा अस्पष्ट न बनाकर, उसे दो-तीन छोटे वाक्यों में ताड़ना अच्छा रहता है। उदाहरण के लिए-

“स्वातंत्र्य-पूर्व युग में, भारतीय समाचार पत्र राजनीतिक चर्चा तक सीमित थे। उनमें से अधिकांश, उस समय देश की स्वतंत्रता के लिए जूझ रहे थे।”

उपर्युक्त उदाहरण में एक दीर्घ वाक्य को दो वाक्यों में तोड़ने से कथन में सौंदर्य और आक्रामकता का समावेश हुआ है।

मुहावरो, शैली, लाक्षणिक पदबंधों की समस्या

प्रायः अनुवादक अंग्रेजी मुहावरो, शैली, लाक्षणिक पदबंधों आदि के समानांतर हिंदी में मुहावरे आदि नहीं ढूँढते। शाब्दिक भ्रष्ट अनुवाद करने के कारण एक अस्वाभाविकता का भाव बना रहता है। उदाहरण के लिए-

Put him behind the bars-उसे जेल के सीखंचों के पीछे भेज दिया जाए।

We were stunned with astonishment- हम आश्चर्य से स्तब्ध रहे।

उपर्युक्त उदाहरणों में हिंदी की स्वाभाविक प्रवृत्ति का हनन करते हुए अंग्रेजी का शब्द-प्रति-शब्द अनुवाद प्रस्तुत किया गया है। इससे एक फालतूपन का आभास होता है।

पत्रकारिता में साधारण ज्ञान, तुरंत निर्णय की समस्या

उप संपादको आदि को रात-भर बैठकर प्राप्त होने वाले समाचारों को साथ-साथ हिंदी में अनूदित करके देना होता है। समय के एक-एक मिनट का इतना हिसाब होता है कि अंग्रेजी में प्राप्त सामग्री में कोई शब्द/अभिव्यक्त समझ न आने पर शब्दकोश/ज्ञानकोश आदि देखने या सोचने का वक्त भी प्रायः नहीं

होता। किंतु पत्रकार बहुत कुशल अनुवादक होते हैं एकदम नए शब्द का भाव समझकर ही वे काफी अच्छे हिंदी समानक दे देते हैं और वही हिंदी समानक या प्रतिशब्द जनता में, पाठकों में चल भी पड़ते हैं। लेकिन कभी-कभी पत्रकार की असावधानी या उसके अज्ञान से अनुवाद में भयंकर भूलें हो जाती है, जैसे-एक बार एक उपसंपादक ने (salt) का अनुवाद 'नमक समझौता' कर दिया जबकि वहां 'साल्ट' का अर्थ 'नमक' नहीं बल्कि Strategic Arms Limitation Treaty था। इस प्रकार के अन्य उदाहरण देखा जा सकता है-

Legend of Glory- गौरव गाथा, Limitless-lhekgghu, Lovely Baby-सलोना शिशु, जेम ज़दपहीज वर् ज़इंस- काबुल का वीर अतः पत्रकार अनुवादक को साधारण ज्ञान तथा विषय को समझने की क्षमता होना परमावश्यक है।

शब्द-प्रति-शब्द अनुवाद की समस्या

समाचार पत्रों के अनुवाद में स्वाभाविकता और बोधगम्यता होना बहुत आवश्यक है। यहां अनुवादक के तकनीकी रूप से सही होने से भी काम नहीं चलता-उसका सरल और जानदार होना भी जरूरी है। इस संदर्भ में नवभारत टाइम्स मुंबई के मुख्य संवाददाता श्रीलाल मिश्र का कहना है- प्रायः यह देखा गया है कि कुछ उप संपादक अनुवाद का ढांचा तैयार करते हैं। शब्दकोश से शब्दों का अर्थ देख लेते हैं। येन केन प्रकारेण व एक वाक्य तैयार कर देते हैं। तकनीकी दृष्टि से उनका अनुवाद प्रायः सही भी रहता है। उसे सही अनुवाद की संज्ञा दी जा सकती है, लेकिन उनमें जान नहीं रहती है। वाक्य सही भी होता है लेकिन उसका कुछ अर्थ नहीं निकलता है। हिंदी पत्रकारों द्वारा हुए निम्नलिखित गलत अनुवादों के असर का अनुमान लगातार समझा जा सकता है-

Twentieth Century Fox- बीसवीं शताब्दी की लोमड़ी एक विदेशी फिल्म कंपनी का नाम

- **Topless Dress**-शिखरहीन पोशाक (नग्न वक्ष)
- **Call Money**- मंगनी का रुपया (शीघ्रावधि राशि)
- **Informal visit**- गैर रस्मी मुलाकात (अनौपचारिक भेट)
- **Railway Gard**- रेलवे के पहरेदार
- **Flowery Language**- मुस्कुराती हुई भाषा(सजीली भाषा/औपचारिक भाषा)

यहां एक बात और उल्लेखनीय है कि जहां तक हो सके अप्रचलित शब्दों के व्यवहार से बचना चाहिए जैसे absass के लिए 'विद्रधि' के स्थान पर 'फोड़ा' ही ठीक है, appendix को 'उडुकपुछ' करने के बदल अप्रचलित शब्द लाने की अपेक्षा इन्हें हिंदी में ध्वनि अनुकूल द्वारा भी रखा जा सकता है।

शैली की समस्या

समाचार पत्रों में विषय के अनुसार समाचारों की पृथक-पृथक शैलियां होना स्वाभाविक है जैसे कि अंग्रेजी पत्रों में होता ही है। किंतु भारतीय भाषाओं के पत्रों का पाठक विषय के अनुसार भाषा की गूढ़ता को प्रायः अस्वीकार करके सरल भाषा को ही स्वीकार करता है। अतः पत्रकारों को गूढ़ -से- गूढ़ विषय के समाचार फीचर आदि भी सरलतम भाषा में अनूदित करने पड़ते हैं। यह कुछ वैसा ही हो जाता है जैसे किसी 8-10 साल के बच्चे को उसकी भाषा में न्यूक्लीयर विखंडन की पूर्ण प्रक्रिया समझाना पड़े। अतः सरल शैली की समस्या भी अनुवाद की एक प्रमुख समस्या बन जाती है।

शीर्षक-उपशीर्षकों आदि की समस्या

शीर्षकों के अनुवाद में कई तरह की बाधाएँ हैं, जैसे शीर्षक में उसके लिए पृष्ठ पर रखी गई जगह के अनुसार शब्दों की संख्या का चयन करना पड़ता है। शीर्षक का रोचक/आकर्षक होना तथा विषय की प्रतीति कराने वाला होना आवश्यक है। अतएवं शीर्षकों के मामले में शब्दानुवाद या भावानुवाद से भी काम नहीं चलता, बल्कि उनका छायानुवाद का या पुनः सृजन ही करना पड़ता है।

पत्रकारिता में पारिभाषिक शब्दावली

अपने दिन प्रतिदिन के व्यवहार में हम भाषा और उसकी शब्दावली का ही प्रयोग करते हैं। अपने सामान्य जीवन को चलाने के लिए हम जिन शब्दों का प्रयोग करते हैं उनमें प्रायः भाषा के सारे स्वर, व्यंजन तथा संज्ञा आदि शब्द आ जाते हैं। यह भाषा का सामान्य रूप है किंतु भाषा के कुछ ऐसे शब्द भी हैं जो इन सामान्य शब्दों से भिन्न होते हैं। ऐसे शब्दों को मोटे रूप से दो वर्गों में रखा जाता है- 1. पारिभाषिक 2. अर्ध पारिभाषिक। बृहत् हिंदी शब्दकोश में पारिभाषिक शब्दावली की परिभाषा इस प्रकार की गई है- जिसका प्रयोग किसी विशिष्ट अर्थ में किया जाए, जो कोई विशिष्ट अर्थ सूचित करे, उसे पारिभाषिक कहते

हैं तथा विशिष्ट अर्थ में प्रयुक्त होनेवाले शब्दों की सूची को 'पारिभाषिक शब्दावली' कहते हैं। इस तरह पारिभाषिक शब्द वह शब्द है जो किसी विशेष ज्ञान के क्षेत्र में एक निश्चित अर्थ में प्रयुक्त होता है। चूंकि हमारी पारिभाषिक शब्दावली बहुत-कुछ अंग्रेजी पर आधारित है अतः अंग्रेजी की शब्द संपदा पर कुछ विचार करना चाहिए। पिछले सौ-डेढ़ सौ वर्षों में अंग्रेजी के शब्द भंडार में लगभग 90-95 प्रतिशत अंश तकनीकी एवं वैज्ञानिक शब्दों का ही रहा है। प्रत्येक वर्ष अंग्रेजी के 10-15 हजार शब्द प्रचलन से बाहर हो जाते हैं और 20-25 हजार नए शब्द जुड़ जाते हैं। यह जोड़-घटाव भी मुख्यतः पारिभाषिक शब्दों का होता है। और इन सभी अंग्रेजी शब्दों के लिए हिंदी में सम शब्दों का निर्धारण नहीं हुआ है।

जहां तक पत्रकारिता की बात है पत्रकारिता का कार्य है इसके जरिए लोगों को समसामयिक घटना एवं विचार आदि के बारे में लोगों को सूचित करना है। इसके अलावा विभिन्न विषय पर शिक्षा देना, लोगों का मनोरंजन करना, लोकतंत्र की रक्षा करना और जनमत है। ऐसे में इन विषयों की अभिव्यक्ति के लिए पारिभाषिक शब्द बड़े ही महत्वपूर्ण होते हैं। दूसरी बात यह है कि समाचार पत्र पढ़ते समय या टेलीविजन देखते समय या रेडियो सुनते समय कोई शब्दकोश लेकर नहीं बैठता है। पाठक/दर्शक/श्रोता सुबह की चाय के साथ, सफर के दौरान या कहीं समय व्यतीत कर रहा हो देश-दुनिया की खबरों को समझना एवं जानना चाहता है। तीसरी बात यह है कि समाचार पत्र पत्रिकाओं तथा टीवी के पाठक/दर्शक बच्चे से लेकर बूढ़े तथा साक्षर से लेकर बुद्धीजीवी तक के लिए होता है। ऐसे में पाठक वर्ग को समझ में आए उस तरह की भाषा, शब्दों का उपयोग करना पड़ता है। यदि अर्थ निश्चित नहीं होगा तो उसका प्रयोक्ता उसे एक अर्थ में प्रयुक्त करेगा और श्रोता या पाठक उसे दूसरे अर्थ में लेगा।

पारिभाषिक शब्दावली की समस्या

पत्रकारिता का कार्य रोजाना देश, दुनिया में घटित घटनाओं, आंदोलन, घोटाला, आविष्कार, विभिन्न समस्या अपने कलेवर में लिए हुए रहते हैं तो यह निश्चित है कि इसमें सभी प्रकार की चीजें आ जाती हैं। इसके साथ ही कुछ ऐसे शब्द आ जाते हैं जो अपनी विशिष्टता लिए हुए रहते हैं। इसमें कोई आंचलिक शब्द हो सकता है, कोई ज्ञान विज्ञान के शब्द हो सकता है, कार्यालयीन शब्द हो सकता है, इतिहास से संबंधित हो सकता है। इन शब्दों को

पाठकों के सामने रखना पत्रकार के लिए चुनौती होती है। ऐसे शब्दों का हिंदी में अनुवाद करके रखा जाए या उसे ऐसे ही लिप्यांतरण कर दिया जाए या उसके लिए कोई नया शब्द गढ़ लिया जाए। पत्रकार को यह भी ध्यान रखना होता है कि ऐसे शब्द के मायने क्या हैं क्योंकि यह सीधे समाज के लोगों तक पहुंचता है। दूसरी बात यह होता है कि पत्रकार को समाचार लिखते समय इतना समय नहीं होता है कि वह इस बारे में शब्दकोश का सहारा ले या विभिन्न विशेषज्ञों से पूछताछ करके कोई ठोस निर्णय लिया जाए।

पारिभाषिक शब्द की विशेषताएँ-

पारिभाषिक शब्दों में निम्नलिखित विशेषताएँ अपेक्षित हैं-

- **उच्चारण-** पारिभाषिक शब्द उच्चारण की दृष्टि से सुविधाजनक होना चाहिए
- **अर्थ-** पारिभाषिक शब्द का अर्थ सुनिश्चित परिधि से युक्त तथा स्पष्ट होना चाहिए। साथ ही विज्ञान या शास्त्र विशेष में एक संकल्प अथवा वस्तु आदि के लिए एक ही पारिभाषिक शब्द होना चाहिए एवं प्रत्येक पारिभाषिक शब्द का एक ही अर्थ होना चाहिए
- **लघुता-** यथासंभव पारिभाषिक शब्दों का आकार छोटा होना चाहिए ताकि प्रयोक्ता को सुविधा रहे। शब्द व्याख्यात्मक हो इसके बजाय उसका पारदर्शी होना बेहतर है।
- **उर्वरता-** पारिभाषिक शब्द उर्वर होना चाहिए अर्थात् उसे ऐसा बनाए जा सके यथा Fertile, Fertility, Fertilizer आदि या उर्वर, उर्वरकता, उर्वरक अति उर्वर आदि।
- **रूप-** एक श्रेणी के पारिभाषिक शब्दों में रूप साम्य होना चाहिए जैसे Science, Scientific, Scientist आदि अथवा विशेषज्ञों के नाम-Scientist, Cytologist, Botanist, Cardiologist, Dramatist आदि।
- **प्रसार योग्यता-** भारत और हिंदी के संदर्भ में पारिभाषिक शब्दों में यह योग्यता भी अपेक्षित है कि वे भारत के अन्य भाषा-भाषियों में प्रसार पा सकें और उन्हें ग्राह्य हो।
- **सीमा में बंधा हुआ शब्द-** इसकी परिभाषा से ही स्पष्ट है कि ज्ञान, विज्ञान की विभिन्न शाखाओं में निश्चित अर्थों में परिभाषा की सीमा में बंधा हुआ शब्द है।

- **अर्थ संकोच-** अर्थ की दृष्टि से देखें तो प्रायः अधिकांश पारिभाषिक शब्द अर्थ संकोच से बनते हैं।
- **त्रिविधता-** प्रयोग के आधार की दृष्टि से देखें तो पारिभाषिक शब्दावली के स्वरूप में त्रिविधता पाई जाती है। अर्थात् कुछ पूर्ण पारिभाषिक, कुछ अर्ध पारिभाषिक और कुछ कभी-कभी पारिभाषिक के रूप में प्रयुक्त थे।
- **विषय विशेष की संकल्पना-** विषय की दृष्टि से पारिभाषिक शब्द विषय विशेष की संकल्पनाओं के प्रति प्रतिबद्ध होते हैं। जैसे-ऑक्सीजन, विरेचन, कार्बन आदि।
- **वर्ण संकर-** इतिहास और स्रोत की दृष्टि से पारिभाषिक शब्दावली वर्ण संकर होती है।

निर्माण के सिद्धांत

भारत में पारिभाषिक शब्दावली पर सर्वप्रथम डा. रघुवीर ने ही व्यवस्थित, पूर्ण वैज्ञानिक एवं विशद रूप से विचार एवं कार्य किया। डा. रघुवीर का कहना है कि पारिभाषिक शब्दों का नियम है कि जितने शब्द, अंग्रेजी में हो उतने ही हिंदी में भी होने चाहिए, उससे कम में काम नहीं चलेगा। इस विचार से असहमत होने की कोई गुंजाइश नहीं है। विज्ञान आदि अनेक विषयों में यूरोप, अमेरिका, चीन, जापान का अनुसरण करने की मजबूरी और पुरानी अंग्रेजी दासता के परिप्रेक्ष्य में कम से कम अंग्रेजी भाषा के प्रत्येक पारिभाषिक शब्द का समानक तो हिंदी को लाना ही पड़ेगा। यहां तक तो ठीक है किंतु इसके आगे प्रश्न उठता है कि इन शब्दों को कहां से लाया जाए और उनका स्रोत तथा स्वरूप कैसा हो? इस प्रश्न पर पिछले कई दशकों में विद्वानों का मतैक्य नहीं रहा। पारिभाषिक शब्दों के स्वरूप, स्रोत और निर्माण संबंधी विचारधाराओं में निम्नलिखित प्रमुख रही-

1. **पुनरुद्धारवादी/शुद्धतावादी विचारधारा-** कुछ विद्वान ऐसे हैं जो भारतीय भाषाओं की सारी की सारी पारिभाषिक शब्दावली संस्कृत से लेने के पक्ष में हैं। वे यथासंभव अधिक से अधिक शब्दों को प्राचीन संस्कृत वाङ्मय से लेना चाहते हैं। इस संदर्भ में डा. रघुवीर का मानना है कि जो पारदर्शिता हिंदी के शब्दों में है वह संसार की किसी और भाषा में नहीं है तथा संस्कृत में उपलब्ध 20 उपसर्गों, 500 धातुओं और 80 प्रत्ययों की सहायता से लाखों करोड़ों शब्द बनाए जा सकते हैं। उनके अनुसार भारतीय

भाषाओं का आधार भाषा संस्कृत है। यदि हम चाहते हैं कि सभी भाषाओं के पारिभाषिक शब्द एक जैसे हों तो वह संस्कृत से ही हो सकते हैं। इसके विरुद्ध यह बात सामने आ सकती है कि यह अतिवादी हैं। विदेशी या अन्य भाषा के शब्दों को आज पूर्णतया बहिष्कृत करना संभव नहीं है। कुछ शब्द तो ऐसे हैं जिनका संस्कृत या हिंदी में कुछ पर्याय नहीं है। जैसे- स्टेशन। इन विद्वानों द्वारा जो पारिभाषिक शब्दावली तैयार की गई है कठिन है। जैसे- रेल-संयान, टिकट-संयान पत्र, रिक्शा-नरयान, मिल-निर्माणी आदि। ऐसे अनुवाद हास्यास्पद हो गई है। कहीं-कहीं पर इसका जड़ अनुवाद हो गया है जैसे-पीएचडी के लिए महाविज्ञ और रीडर के लिए प्रवाचक आदि।

2. **शब्दग्रहणवादी विचारधारा**-इस सिद्धांत को अपनाने वालों को स्वीकारवादी, अंतर्राष्ट्रीयवादी या आदानवादी कहते हैं। अधिकांश अंग्रेजी परंपरा के लोग इसी पक्ष में हैं। इनका मानना है कि चूंकि अंग्रेजी और अंतर्राष्ट्रीय शब्दावली का प्रचार विश्व में सर्वाधिक है अतः उससे परिचित होने पर हमारे विज्ञान या शास्त्रवेत्ताओं को विभिन्न भाषाओं में प्रकाशित साहित्य को समझने में आसानी होगी। दूसरी बात, इसे अपनाने से नई पारिभाषिक शब्दावली बनाने और उसके मानक रूप की समस्या समाप्त हो जाती है। तीसरी बात, नए शब्द विभिन्न विज्ञानों में हमेशा आते होंगे तो फिर कब तक देशी स्रोतों को खोजते होंगे। इसके विरुद्ध यह बात कही जा सकती है कि यह शब्दावली सर्वत्र नहीं अपनाई गई है। दूसरा, अंग्रेजी के सारे पारिभाषिक शब्द हिंदी नहीं पचा पाती है। वस्तुतः कोई भी भाषा किसी दूसरी भाषा के सारे के सारे शब्द पचा नहीं सकती। तीसरा, गृहित शब्द अर्धमृत होते हैं क्योंकि उनमें जनन शक्ति या तो बहुत कम होती है, या बिल्कुल नहीं होती। इसको मानने वाले अंग्रेजी शब्दों को ज्यों का त्यों लेना चाहते हैं जैसे-एकडेमी, इंटेरिम, टैकनीक, कमेडी आदि। कुछ लोग ध्वनि व्यवस्था के अनुरूप अनुवाद करना चाहते हैं जैसे-अकादमी, अंतरिम, तकनीक, कामदी आदि।
3. **प्रयोगवादी विचारधारा**-तीसरा सिद्धांत को माननेवाले हैं प्रयोगवादी या हिन्दुस्तानी। इसका माननेवाले हिंदी-उर्दू के समन्वय तथा सरल शब्दावली के नाम पर बोलचाल के शब्दों, संस्कृत शब्दों तथा अरबी-फारसी शब्दों की खिचड़ी से ऐसे शब्द बनाए हैं जो बड़े हास्यास्पद हैं। जैसे-Recation-

पलटकारी, Emergency- अचानकी, President- राजपति, Government- शासनिया आदि। इनका प्रयोग एक तो हास्यास्पद लगे तो इसमें गंभीरता नजर नहीं आई।

4. **लोकवादी विचारधारा**-इस तरह के माननेवाले या तो जनता से शब्द ग्रहण किए हैं या जन प्रचलित शब्दों के योग से शब्द बनाने के पक्षधर हैं। जैसे Defector- nycnyw, आयाराम गयाराम, Maternity Home- जच्चा बच्चा घर, Power House- बिजली घर आदि। इस प्रकार के अनुवाद हिंदी के प्रकृति के अनुरूप तो हैं लेकिन हिंदी के लिए सभी प्रकार के पारिभाषिक शब्द नहीं जुटाए जा सकते हैं। तो इससे भी पूरी तरह काम नहीं चल सकता है।
5. **मध्यमार्गी विचारधारा**-इस सिद्धांत को अपनाने वालों को समन्वयवादी भी कहा जा सकता है। जो भी इस विषय पर गंभीरता से विचार करेगा वह इसका समर्थन करेगा। इस विचार का अनुसरण खासकर सरकारी शब्द निर्माण संस्थानों में किया गया। इसके तहत अंतर्राष्ट्रीय, अंग्रेजी, संस्कृत, प्राप्त, आधुनिक भाषाओं के प्राचीन, मध्यकालीन साहित्य, सभी आधुनिक भारतीय भाषाओं तथा बोलियों के समन्वय से नए शब्द निर्माण किया जा सकता है। इनका मानना है कि-यथा संभव अंतर्राष्ट्रीय शब्दावली को लिया जाए। जो अपने मूल रूप में चल रहे हैं उन्हें वैसा ही लें या जिसमें ध्वनि परिवर्तन की आवश्यकता है उसे बदलें दूसरा, अंग्रेजी के लंबे समय तक संपर्क में रहने के कारण हमारे काफी निकट है। जो अंग्रेजी शब्द हमारी भाषा में प्रचलित हैं उन्हें चलने दिया जाए। तीसरा, प्राचीन तथा मध्यकालीन साहित्य से भी चलने वाले तथा सभी दृष्टियों से सटीक शब्दों को लिया जा सकता है। चौथा, शब्दावली में अखिल भारतीयता का गुण लाने के लिए यह उचित होगा कि विभिन्न भारतीय भाषाओं तथा बोलियों में पाए जानेवाले उपयुक्त शब्दों को भी यथासंभव ग्रहण कर लिया जाए। पांचवां, शेष आवश्यक शब्दावली के लिए हमारे पास नए शब्द बनाते समय साधारणतः हमें इस बात का ध्यान नहीं रखना चाहिए कि शब्द की व्युत्पत्ति मूलतः क्या है, बल्कि हमें उसके वर्तमान प्रयोग और अर्थ देखना चाहिए। उस स्थिति में हमारे लिए मूल शब्दार्थ की अपेक्षा, वर्तमान शब्दार्थ ही अधिक महत्वपूर्ण होता है। भारत सरकार के वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली आयोग एवं केंद्रीय हिंदी निदेशालय ने

भी अपनी शब्दावलियों के निर्माण में उपर्युक्त विचारधारा को अपनाया है।
पारिभाषिक शब्दावली के अनुवाद में समस्या का समाधान

ऐसे में इसका कुछ समाधान के लिए भारत सरकार ने संविधान के अनुच्छेद-351 और राष्ट्रपति के 2 अप्रैल 1 960 के आदेश के अनुसार अक्टूबर 1961 में वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग की स्थापना हुई। इसे तब तक निर्मित शब्दावली के समन्वय, शब्दावली निर्माण के सिद्धान्तों के निर्धारण, वैज्ञानिक तथा तकनीकी कोशों के निर्माण और आयोग द्वारा तैयार/अनुमोदित नई शब्दावली का उपयोग करते हुए मानक वैज्ञानिक पाठ्य पुस्तकों का मौलिक लेखन और अनुवाद का काम सौंपा गया। आयोग द्वारा कुछ नियम स्वीकृत और प्रतिपादित किए गए हैं जो इस प्रकार हैं-

अंतर्राष्ट्रीय शब्दों को यथा संभव उनके प्रचलित अंग्रेजी रूपों में अपनाना चाहिए और हिंदी व अन्य भारतीय भाषाओं की प्रकृति के अनुसार ही उनका लिप्यांतरण करना चाहिए। अंतर्राष्ट्रीय शब्दावली के निम्नलिखित उदाहरण दिए जा सकते हैं-

- (क) तत्वों और यौगिकों के नाम जैसे हाइड्रोजन, नाइट्रोजन, कार्बन आदि।
- (ख) तौल और माप की इकाइयों और भौतिक परिमाण की इकाइयों जैसे- कैलोरी, ऐम्पियर आदि।
- (ग) ऐसे शब्द जो व्यक्तियों के नाम पर बनाए गए हैं जैसे-वोल्ट के नाम पर वोल्टामीटर आदि।
- (घ) वनस्पति विज्ञान, प्राणी विज्ञान, भू विज्ञान आदि की द्विपदी नामावली,
जैसे-Mangifera indica
- (ङ) स्थिरांक जैसे, द, ह आदि।
- (च) ऐसे अन्य शब्द जो आमतौर पर सारे संसार में प्रयोग हो रहा है जैसे-रेडियो, पेट्रोल, रेडार, इलेक्ट्रान, प्रोटान, न्यूट्रान आदि।

प्रतीक, रोमन लिपि में अंतर्राष्ट्रीय रूप में ही रखे जाएंगे परंतु संक्षिप्त रूप नागरी और मानक रूपों में भी लिखा जा सकता है। जैसे- सेंटीमीटर का प्रतीक cm हिंदी में भी ऐसे ही प्रयुक्त होगा परंतु इसका नागरी संक्षिप्त रूप सी.एम. हो सकता है।

ज्यामितीय आकृतियों में भारतीय लिपियों के अक्षर प्रयुक्त किए जा सकते हैं, जैसे-अ, ब, स, क, ख, ग परंतु त्रिकोणमितीय संबंधों में केवल रोमन अथवा

ग्रीक अक्षर ही प्रयुक्त करने चाहिए जैसे- साइन, कास ठ आदि।

संकल्पनाओं को व्यक्त करनेवाले शब्दों का सामान्यतः अनुवाद किया जाना चाहिए।

हिंदी पर्यायों का चुनाव करते समय सरलता, अर्थ की परिशुद्धता और सुबोधता का विशेष ध्यान रखना चाहिए। सुधार विरोधी और विशुद्धतावादी प्रवृत्तियों से बचना चाहिए।

सभी भारतीय भाषाओं के शब्दों में यथासंभव अधिकाधिक एकरूपता लाना ही इसका उद्देश्य होना चाहिए और इसके लिए ऐसे शब्द अपनाने चाहिए जो-(अ) अधिक से अधिक प्रादेशिक भाषाओं में प्रयुक्त होते हों, और (इ) संस्कृत धातुओं पर आधारित हों

ऐसे दशी शब्द जो सामान्य प्रयोग के वैज्ञानिक शब्दों के स्थान पर हमारी भाषाओं में प्रचलित हो गए हैं, जैसे telegraph, telegram के लिए तार continent के लिए महाद्वीप, atom के लिए परमाणु आदि। यह सब इसी रूप में व्यवहार किए जाने चाहिए।

अंग्रेजी, पुर्तगाली, फ्रांसीसी आदि भाषाओं के ऐसे विदेशी शब्द जो भारतीय भाषाओं में प्रचलित हो गए हैं, जैसे इंजन, मशीन, लावा, मीटर, लीटर, प्रिज्म, टार्च आदि इसी रूप में अपनाए जाने चाहिए।

- **अंतर्राष्ट्रीय शब्दों का देवनागरी लिपि में लिप्यांतरण**-इस समस्या पर विस्तार से लिखा जा रहा है।
- **लिंग**- हिंदी में अपनाए गए अंतर्राष्ट्रीय शब्दों को, अन्यथा कारण न होने पर पुलिंग रूप में ही प्रयुक्त करना चाहिए।
- **संकर शब्द**- वैज्ञानिक शब्दावली में संकर शब्द, जैसे-Ionization के लिए आयनीकरण, Voltage के लिए वोल्टता, तपदहीजंदक के लिए वलयस्टैंड, saponifier के लिए साबुनीकरण आदि के सामान्य और प्राकृतिक भाषा शास्त्रीय क्रिया के अनुसार बनाए गए हैं और ऐसे शब्द रूपों को वैज्ञानिक शब्दावली की आवश्यकताओं, यथा सुबोधता, उपयोगिता और संक्षिप्तता का ध्यान रखते हुए व्यवहार में लाना चाहिए।
- **वैज्ञानिक शब्दों में संधि और समास**- कठिन संधियों का यथासंभव कम से कम प्रयोग करना चाहिए और संयुक्त शब्दों के लिए दो शब्दों के बीच 'हाइफन' लगा देना चाहिए। इससे नई शब्द रचनाओं की सरलता और शीघ्रता से समझने में सहायता मिलेगी।

- **हलन्त-** नए अपनाए हुए शब्दों में आवश्यकतानुसार हलन्त का प्रयोग करके उन्हें सही रूप में लिखना चाहिए।
- **पंचम वर्ण का प्रयोग-** पंचम वर्ण के स्थान पर अनुस्वार का प्रयोग करना चाहिए परंतु lens, patent आदि शब्दों का लिप्यांतरण लेंस, पेटेंट या पेटेण्ट न करके लेन्स, पेटेन्ट ही करना चाहिए।

अनुवाद

किसी भाषा में कही या लिखी गयी बात का किसी दूसरी भाषा में सार्थक परिवर्तन अनुवाद (Translation) कहलाता है। अनुवाद का कार्य बहुत पुराने समय से होता आया है।

संस्कृत में 'अनुवाद' शब्द का उपयोग शिष्य द्वारा गुरु की बात के दुहराए जाने, पुनः कथन, समर्थन के लिए प्रयुक्त कथन, आवृत्ति जैसे कई संदर्भों में किया गया है। संस्कृत के 'वद्' धातु से 'अनुवाद' शब्द का निर्माण हुआ है। 'वद्' का अर्थ है बोलना। 'वद्' धातु में 'अ' प्रत्यय जोड़ देने पर भाववाचक संज्ञा में इसका परिवर्तित रूप है 'वाद' जिसका अर्थ है- 'कहने की क्रिया' या 'कही हुई बात'। 'वाद' में 'अनु' उपसर्ग जोड़कर 'अनुवाद' शब्द बना है, जिसका अर्थ है, प्राप्त कथन को पुनः कहना। इसका प्रयोग पहली बार मोनियर विलियम्स ने अँग्रेजी शब्द ट्रांसलेशन (translation) के पर्याय के रूप में किया। इसके बाद ही 'अनुवाद' शब्द का प्रयोग एक भाषा में किसी के द्वारा प्रस्तुत की गई सामग्री की दूसरी भाषा में पुनः प्रस्तुति के संदर्भ में किया गया।

वास्तव में अनुवाद भाषा के इन्द्रधनुषी रूप की पहचान का समर्थितम मार्ग है। अनुवाद की अनिवार्यता को किसी भाषा की समृद्धि का शोर मचा कर टाला नहीं जा सकता और न अनुवाद की बहुकोणीय उपयोगिता से इन्कार किया जा सकता है। TRANSLATION के पर्यायस्वरूप 'अनुवाद' शब्द का स्वीकृत अर्थ है, एक भाषा की विचार सामग्री को दूसरी भाषा में पहुँचना। अनुवाद के लिए हिंदी में 'उल्था' का प्रचलन भी है। अँग्रेजी में TRANSLATION के साथ ही TRANSCRIPTION का प्रचलन भी है, जिसे हिंदी में 'लिप्यांतरण' कहा जाता है। अनुवाद और लिप्यांतरण का अंतर इस उदाहरण से स्पष्ट है-
उसके सपने सच हुए।

HIS DREAMS BECAME TRUE - TRANSLATION
USKEY SAPNE SACH HUEY - TRANSCRIPTION

इससे स्पष्ट है कि 'अनुवाद' में हिंदी वाक्य को अँग्रेजी में प्रस्तुत किया गया है जबकि लिप्यांतरण में नागरी लिपि में लिखी गयी बात को मात्र रोमन लिपि में रख दिया गया है।

अनुवाद के लिए 'भाषांतर' और 'रूपांतर' का प्रयोग भी किया जाता रहा है। लेकिन अब इन दोनों ही शब्दों के नए अर्थ और उपयोग प्रचलित हैं। 'भाषांतर' और 'रूपांतर' का प्रयोग अँग्रेजी के INTERPRETATION शब्द के पर्याय-स्वरूप होता है, जिसका अर्थ है दो व्यक्तियों के बीच भाषिक संपर्क स्थापित करना। कन्नडभाषी व्यक्ति और असमियाभाषी व्यक्ति के बीच की भाषिक दूरी को भाषांतरण के द्वारा ही दूर किया जाता है। 'रूपांतर' शब्द इन दिनों प्रायः किसी एक विधा की रचना की अन्य विधा में प्रस्तुति के लिए प्रयुक्त है। जैसे, प्रेमचन्द के उपन्यास 'गोदान' का रूपांतरण 'होरी' नाटक के रूप में किया गया है।

किसी भाषा में अभिव्यक्त विचारों को दूसरी भाषा में यथावत् प्रस्तुत करना अनुवाद है। इस विशेष अर्थ में ही 'अनुवाद' शब्द का अभिप्राय सुनिश्चित है। जिस भाषा से अनुवाद किया जाता है, वह मूलभाषा या स्रोतभाषा है। उससे जिस नई भाषा में अनुवाद करना है, वह 'प्रस्तुत भाषा' या 'लक्ष्य भाषा' है। इस तरह, स्रोत भाषा में प्रस्तुत भाव या विचार को बिना किसी परिवर्तन के लक्ष्यभाषा में प्रस्तुत करना ही अनुवाद है।

इतिहास

अनुवाद असाधारण रूप से कठिन कार्य माना जाता है। यह एक जटिल, कृत्रिम, आवश्यकता-जनित, और एक दृष्टि से सर्जनात्मक प्रक्रिया है जिसमें असाधारण और विशिष्ट कोटि की प्रतिभा की आवश्यकता होती है। यह इसकी अपनी प्रकृति है। परन्तु माना जाता है कि मौलिक लेखन न होने के कारण अनुवाद को सम्मान का स्थान नहीं मिलता है। क्योंकि इस बात की अवगणना होती है कि अनुवाद इसीलिए कठिन है कि वह मौलिक लेखन नहीं-पहले कही गई बात को ही दुबारा कहना होता है, जिसमें अनेक नियन्त्रणों और बन्धनों का पालन करना आवश्यक हो जाता है। इस प्रकार अमौलिक होने के कारण अनुवाद का महत्त्व तो कम हो गया, परन्तु इसी कारण इसके लिए अपेक्षित नियन्त्रणों और बन्धनों को महत्त्वपूर्ण नहीं समझा गया। इस सम्बन्ध में सृजनशील लेखकों के विचारों की प्रायः चर्चा होती रही है। कुछ विचार इस प्रकार हैं—

- (क) सम्पूर्ण अनुवाद कार्य केवल एक असमाधेय समस्या का समाधान खोजने के लिए किया गया प्रयास मात्र है।
- (ख) किसी कृति का अनुवाद उसके दोषों को बढ़ा देता है और उसके गुणों को विद्रूप कर देता है। (वाल्तेयर)
- (ग) कला की एक विधा के रूप में अनुवाद कभी सफल नहीं हो सकते। (चक्रवर्ती राजगोपालाचारी)
- (घ) अनुवादक वंचक होते हैं। (एक इतालवी कहावत)

ऐसे विचारों के उद्भव के पीछे तत्कालीन परिस्थितियाँ तथा उनसे प्रेरित धारणाएँ मानी जाती हैं। पहले अनुवाद सामग्री का बहुलांश साहित्यिक रचनाएँ होती थीं, जिनका अनुवाद रचनाओं की साहित्यिक प्रकृति की सीमाओं के कारण पाठक की आशा के अनुरूप नहीं हो पाता था। साथ ही यह भी धारणा थी कि रचना की भाषा के प्रत्येक अंश का अनुवाद अपेक्षित है, जिससे मूल संवेदना का कोई अंश छूट न जाए, और क्योंकि यह सम्भव नहीं, अतः अनुवाद को प्रवंचना की कोटि में रख दिया गया था।

पृष्ठभूमि

यह स्थिति स्थूल रूप से उन्नीसवीं शताब्दी के पूर्वार्ध तक रही जिसमें अनुवाद मुख्य रूप से व्यक्तिगत रुचि से प्रेरित अधिक था, सामाजिक आवश्यकता से प्रेरित कम। इसके अतिरिक्त मौलिक लेखन की परिमाणगत प्रचुरता के कारण भी इस प्रकार की राय बनी। दूसरे विश्वयुद्ध के पश्चात् साम्राज्यवाद के खण्डित होने के फलस्वरूप अनेक छोटे-बड़े राष्ट्र स्वतन्त्र हुए तथा उनकी अस्मिता का प्रश्न महत्त्वपूर्ण हो गया। संघीय गणराज्यों के घटक भी अपनी अस्मिता के विषय में सचेत होने लगे। इस सम्पर्क-स्थापना तथा अस्मिता-विकास की स्थिति में भाषा का केन्द्रीय स्थान है, जो बहुभाषिकता की स्थिति के रूप में दिखाई पड़ता है। इसमें अनुवाद की सत्ता अवश्यम्भावी है। इसके फलस्वरूप अनुवाद प्रधान रूप से एक सामाजिक आवश्यकता बन गया है। विविध प्रकार के लेखनों के अनुवाद होने लगे। अनुवाद कार्य एक व्यवसाय हो गया। अनुवादकों को प्रशिक्षित करने के अभिकरण स्थापित हो गए, जिनमें अल्पकालीन और पूर्णसत्रीय पाठ्यक्रमों और कार्यशालाओं आदि का आयोजन किया जाने लगा। इसका यह भी परिणाम हुआ कि एक ओर तो अनुवाद के प्रति सामाजिक दृष्टिकोण बदला तथा दूसरी ओर ज्ञानात्मक दृष्टि से अनुवाद सिद्धान्त

के विकास को विशेष बल मिला तथा अनुवाद प्रशिक्षण पाठ्यक्रमों के लिए अनुवाद सिद्धान्त की आवश्यकता को स्वीकार किया गया। फलस्वरूप, अनुवाद सिद्धान्त एक अपेक्षाकृत स्वतन्त्र ज्ञानशाखा बन गया, जिसकी जानकारी अनुवादक, अनुवाद शिक्षक, और अनुवाद समीक्षक, तीनों के लिए उपादेय हुआ।

सामयिक सन्दर्भ

अनुवाद के विषय में सैद्धान्तिक चर्चा का सूत्रपात आधुनिक युग में ही हुआ, ऐसा समझना तथ्य और तर्क दोनों के ही विपरीत माना जाने लगा। अनुवाद कार्य की लम्बी परम्परा को देखते हुए यह मानना तर्कसंगत बन गया कि अनुवाद कार्य के विषय में सैद्धान्तिक चर्चा की परम्परा भी पुरानी है। ईसा पूर्व पहली शताब्दी में सिसरो के लेखन में अनुवाद चिन्तन के बीज प्राप्त होते हैं और तत्पश्चात् भी इस विषय पर विद्वान् अपने विचार प्रकट करते रहे हैं। इस चिन्तन की पृष्ठभूमि भी अवश्य रही है, यद्यपि उसे स्पष्ट रूप से पारिभाषित नहीं किया गया। यह अवश्य माना गया कि जिस प्रकार अनुवाद कार्य का संगठित रूप में होना आधुनिक युग की देन है, उसी प्रकार अनुवाद सिद्धान्त की अपेक्षाकृत सुपरिभाषित पृष्ठभूमि का विकसित होना भी आधुनिक युग की देन है।

अनुवाद सिद्धान्त के आधुनिक सन्दर्भ की मूल विशेषता है इसकी बहुपक्षीयता। यह किसी एकान्वित पृष्ठभूमि पर आधारित न होकर अनेक परन्तु परस्पर सम्बद्ध शास्त्रों की समन्वित पृष्ठभूमि पर आधारित है, जिनके प्रसंगोचित अंशों से वह पृष्ठभूमि निर्मित है। मुख्य शास्त्र हैं—पाठ संकेत विज्ञान, सम्प्रेषण सिद्धान्त, भाषा प्रयोग सिद्धान्त, और तुलनात्मक अनुप्रयुक्त भाषाविज्ञान। यह स्पष्ट करना भी उचित होगा कि एक ओर मानव अनुवाद तथा यान्त्रिक अनुवाद, तथा दूसरी ओर लिखित अनुवाद और मौखिक अनुवाद के व्यावहारिक महत्त्व के कारण इनके सैद्धान्तिक पक्ष के विषय में भी चिन्तन आरम्भ होने लगा है। तथापि मानवकृत लिखित माध्यम के अनुवाद की ही परिमाणगत तथा गुणात्मक प्रधानता मानी जाती रही है तथा इनसे सम्बन्धित सैद्धान्तिक चिन्तन के मुद्दे विशेष रूप से प्रासंगिक हैं।

यद्यपि प्राचीन भारतीय परम्परा में अनुवाद चिन्तन की परम्परा उतने व्यवस्थित तथा लेखबद्ध रूप में प्राप्त नहीं होती, जिस प्रकार पश्चिम में, तथापि अनुवाद चिन्तन के बीज अवश्य उपलब्ध हैं। तदनुसार, अनुवाद पुनरुक्ति है—एक भाषा में व्यंजित सन्देश को दूसरी भाषा में पुनः कहना। अनुवाद के प्रति यह दृष्टि

पश्चिमी परम्परा में स्वीकृत धारणा से बाह्य स्तर पर ही भिन्न प्रतीत होती है। परन्तु इस दृष्टि को अपनाने से अनुवाद सम्बन्धी अनेक सैद्धान्तिक बिन्दुओं की अधिक विशद तथा संगत व्याख्या की गई है। इसी सम्बन्ध में दूसरी दृष्टि द्वन्द्वात्मकता की है। जो आधुनिक है तथा मुख्य रूप से संरचनावाद की देन है।

अनुवाद कार्य की परम्परा को देखने से यह स्पष्ट है कि अनुवाद सिद्धान्त सम्बन्धी चिन्तन साहित्यिक कृतियों को लेकर ही अधिक हुआ है। यह स्थिति संगत भी है। विगत युग में साहित्यिक कृतियों को ही अनुवाद के लिए चुना जाता था। अब भी साहित्यिक कृतियों के ही अनुवाद अधिक परिमाण में होते हैं। तथापि, परिस्थितियों के अनुरोध से अब साहित्येतर लेखन का अनुवाद भी अधिक मात्रा में होने लगा है। विशेष बात यह है कि दोनों कोटियों के लेखनों में एक मूलभूत अन्तर है। जिसे लेखक की व्यक्तिनिष्ठता तथा निर्वैयक्तिकता की शब्दावली में अधिक स्पष्ट रीति से प्रकट कर सकते हैं। व्यक्तिनिष्ठ लेखन का, अपनी प्रकृति की विशेषता से, कुछ अपना ही सन्दर्भ है। यह कहकर हम दोनों की उभयनिष्ठ पृष्ठभूमि का निषेध नहीं कर रहे, परन्तु प्रस्तुत सन्दर्भ में हम दोनों की दूरी और आपेक्षिक स्वायत्तता को विशेष रूप से उभारना चाहते हैं। यह उचित ही है कि भाषाप्रयोग के पक्ष से निर्वैयक्तिक लेखन के अनुवाद के सैद्धान्तिक सन्दर्भ को भी विशेष रूप से उभारा जाए।

विस्तार

अनुवाद सिद्धान्त का एक विकासमान आयाम है अनुसन्धान की प्रवृत्ति। अनुवाद सिद्धान्त की बहुविद्यापरक प्रकृति के कारण विभिन्न क्षेत्रों के विशेषज्ञ-भाषाविज्ञानी, समाजशास्त्री, मनोविज्ञानी, शिक्षाविद्, नृतत्वविज्ञानी, सूचना सिद्धान्त विशेषज्ञ-परस्पर सहयोग के साथ अनुवाद के सैद्धान्तिक अंशों पर शोधकार्य में रुचि लेने लगे। अनुवाद कार्य का क्षेत्र बढ़ता गया। अलग-अलग संस्कृतियों के लोगों में सम्पर्क बढ़ा-लोग विदेशों में शिक्षा के लिए जाते, व्यापारिक-औद्योगिक संगठन विभिन्न देशों में काम करते, विभिन्न भाषा भाषी लोग सम्मेलनों में एक साथ बैठकर विमर्श करते, राष्ट्रों के मध्य राजनयिक अनुबन्ध होने लगे। इन सभी में अनुवाद की अनिवार्य रूप से आवश्यकता प्रतीत हुई और अनुवाद की विशिष्ट समस्याएँ उभरने लगी। इन समस्याओं का अध्ययन अनुवाद सम्बन्धी अनुसन्धान का उर्वर क्षेत्र बना। एक ओर भाषा और संस्कृति तथा दूसरी ओर भाषा और विचार के मध्य सम्बन्ध पर अनुवाद द्वारा प्रस्तुत साक्ष्य के आधार पर नया चिन्तन सामने आया।

मशीन अनुवाद तथा मौखिक अनुवाद के क्षेत्रों में नई-नई सम्भावनाएँ सामने आने लगीं, जिसने इन क्षेत्रों में अनुवाद अनुसन्धान को गति प्रदान की। मानव अनुवाद तथा लिखित अनुवाद के परम्परागत क्षेत्रों पर भी भाषा अध्ययन की नई दृष्टियों ने विशेषज्ञों को नूतन पद्धति से विचार करने के लिए प्रेरित किया। इन सब प्रवृत्तियों से अनुवाद सिद्धान्त को प्रतिष्ठा का पद मिलने लगा और इसे सैद्धान्तिक शोध के एक उपयुक्त क्षेत्र के रूप में स्वीकृति प्राप्त होने लगी।

अनुवाद दशा में पहला सार्थक प्रयास एच. एच. विल्सन ने 1855 में 'ग्लोरी ऑफ ज्यूडिशियल एंड रेवेन्यू टर्म्स' के द्वारा किया। सन् 1961 में राजभाषा विधायी आयोग की स्थापना हुई। इसका काम अखिल भारतीय मानक विधि शब्दावली तैयार करना था। 1970 में विधि शब्दावली का प्रकाशन हुआ। इसका परिवर्धन होता आ रहा है। इसका नवीन संस्करण 1984 में निकला। इस आयोग ने कानून संबंधी अनेक ग्रंथों का अनुवाद किया है। कई न्यायालयों में न्यायाधीश हिंदी में भी निर्णय देने लगे हैं।

अनुवादक

अनुवादक (translator) का कार्य स्रोतभाषा के पाठ को अर्थपूर्ण रूप से लक्ष्यभाषा में अनूदित करता है। अनुवाद का कार्य अन्ततोगत्वा एक ही व्यक्ति करता है। एकाकी अनुवाद में तो अनुवादक अकेला होता ही है, सहयोगात्मक अनुवाद में भी, अन्तिम भाग में, सम्पादन का काम अनुवादक को अकेले करना होता है। अतः अनुवादक के साथ अनेक दायित्व जुड़ जाते हैं और कार्य के सफल निष्पादन में उससे अनेक अपेक्षाएँ रहती हैं। भाषा ज्ञान, विषय ज्ञान, अभिव्यक्ति कौशल, व्यक्तिगत गुण आदि की दृष्टि से अनुवादक से होने वाली अपेक्षाओं पर विचार करना होता है।

एक अच्छा अनुवादक वह है जो-

स्रोत भाषा (जिससे अनुवाद करना है) के लिखित एवं वाचिक दोनों रूपों का अच्छा ज्ञाता हो।

लक्ष्य भाषा (जिसमें अनुवाद करना है) के लिखित रूप का अच्छा ज्ञाता हो, पाठ जिस विषय या टॉपिक का है, उसकी जानकारी रखता हो।

अनुवाद की परम्परा

अनुवाद की परम्परा बहुत पुरानी है। बेबल के मीनार (Tower of Babel) की कथा प्रसिद्ध ही है, जो इस तथ्य की ओर संकेत करती है कि, मानव समाज में अनेक भाषाएँ बोली जाती हैं। यह तर्कसंगत रूप से अनुमान किया जा सकता है कि पारस्परिक सम्पर्क की सामाजिक अनिवार्यता के कारण अनुवाद व्यवहार का जन्म भी बहुत पहले हो गया होगा। परन्तु जहाँ तक लिखित प्रमाणों का सम्बन्ध है,

अनुवाद परम्परा के आरम्भिक बिन्दु का प्रमाण ईसा से तीन सहस्र वर्ष पहले प्राचीन मिस्र के राज्य में, द्विभाषिक शिलालेखों के रूप में मिलता है।

तत्पश्चात् ईसा से तीन सौ वर्ष पूर्व रोमन लोगों के ग्रीक लोगों के सम्पर्क में आने पर ग्रीक से लैटिन में अनुवाद हुए।

बारहवीं शताब्दी में स्पेन में इस्लाम के साथ सम्पर्क होने पर यूरोपीय भाषाओं में अरबी से अनुवाद हुए।

बृहत् स्तर पर अनुवाद तभी होता है, जब दो भिन्न भाषाभाषी समुदायों में दीर्घकाल पर्यन्त सम्पर्क बना रहे तथा उसे सन्तुलित करने के प्रयास के अन्तर्गत अल्प विकसित संस्कृति के लोग सुविकसित संस्कृति के लोगों के साहित्य का अनुवाद कर अपने साहित्य को समृद्ध करें। ग्रीक से लैटिन में और अरबी से यूरोपीय भाषाओं में प्रचुर अनुवाद इसी प्रवृत्ति के परिणाम माने जाते हैं। अनुवाद कार्य को इतिहास की प्रवृत्तियों की दृष्टि से दो भागों में विभाजित किया जाता है—प्राचीन और आधुनिक।

प्राचीन परम्परा

प्राचीन युग में मुख्यतः तीन प्रकार की रचनाओं के अनुवाद प्राप्त होते हैं। क्योंकि इन तीन क्षेत्रों में ही प्रायः ग्रन्थों की रचना होती थी। वे क्षेत्र हैं—साहित्य, दर्शन और धर्म। साहित्यिक रचनाओं में ग्रीक के इलियड और ओडेसी, संस्कृत के रामायण और महाभारत ऐसे ग्रन्थ हैं, जिनका व्यापक स्तर अनुवाद हुआ। दार्शनिक रचनाओं में प्लेटो के संवाद, अनुवाद की दृष्टि से लोकप्रिय हुए। धार्मिक रचनाओं में बाइबिल के सबसे अधिक अनुवाद पाए जाते हैं।

आधुनिक परम्परा

आधुनिक युग में अनुवाद के माध्यम से प्राचीन युग के ये महान ग्रन्थ अब विभिन्न भाषा भाषियों को उपलब्ध होने लगे हैं। अनुवाद तकनीक की दृष्टि से

इन अनुवादों की विशेषता यह है कि, प्राचीन युग में ये अनुवाद विशेष रूप से एकपक्षीय रूप में होते थे अर्थात् जिस भाषा में अनुवाद किए जाते थे (= लक्ष्यभाषा) उनसे उनकी किसी रचना का मूल ग्रन्थ भाषा (= मूलभाषा या स्रोत भाषा) में अनुवाद नहीं होता था। इसका कारण यह कि मूल ग्रन्थों की तुलना में लक्ष्यभाषा के ग्रन्थ प्रायः उतने उत्कृष्ट नहीं होते थे, दूसरी बात यह कि मूल ग्रन्थों की भाषा के प्रति अत्यन्त आदर भावना के कारण लक्ष्य भाषा के रूप में प्रयोग में लाना सम्भवतः अनुचित समझा जाता था।

आधुनिक युग में अनुवाद का क्षेत्र विस्तृत हो गया है। उपर्युक्त तीन के अतिरिक्त विज्ञान, प्रौद्योगिकी, चिकित्साशास्त्र, प्रशासन, कूटनीति, विधि, जनसम्पर्क (समाचार पत्र इत्यादि) तथा अन्य अनेक क्षेत्रों के ग्रन्थों और रचनाओं का अनुवाद भी होने लगा है। प्राचीन युग के अनुवादों की तुलना में आधुनिक युग के अनुवाद द्विपक्षीय (बहुपक्षीय) रूप में होते हैं। आधुनिक युग में अनुवाद का आर्थिक और राजनीतिक महत्त्व भी प्रतिष्ठित हो गया है। विभिन्न राष्ट्रों के मध्य राजनीतिक, आर्थिक और सांस्कृतिक अनुबन्धों के प्रपत्र के द्विभाषिक पाठ तैयार किए जाते हैं। बहुराष्ट्रीय संस्थाओं को एक से अधिक भाषाओं का प्रयोग करना पड़ता है। संयुक्त राष्ट्र में प्रत्येक कार्य पाँच या छह भाषाओं में किया जाता है। इन सब में अनिवार्य रूप से अनुवाद की आवश्यकता होती है।

इस स्थिति का औचित्य भी है। आधुनिक युग में हुई औद्योगिक, प्रौद्योगिक, आर्थिक और राजनीतिक क्रान्ति के फलस्वरूप विश्व के राष्ट्रों में एक-दूसरे के निकट सम्पर्क की आवश्यकता की चेतना का अतीव शीघ्र विकास हुआ, उसके कारण अनुवाद को यह महत्त्व मिलना स्वाभाविक माना जाता है। यही कारण है कि यदि प्राचीन युग की प्रेरक शक्ति अनुवादक की व्यक्तिगत रुचि अधिक थी, तो आधुनिक युग में अनुवाद की सामाजिक-आर्थिक-राजनीतिक आवश्यकता एक प्रबल प्रेरक शक्ति बनकर सामने आई है। इस स्थिति के अनेक उदाहरण मिलते हैं। भाषायी अल्पसंख्यक वर्ग के लेखकों की रचनाएँ दूसरी भाषाओं में अनूदित होकर अधिक पढ़ी जाती हैं। अपेक्षाकृत छोटे तथा बहुभाषी राष्ट्रों को अपने देश के भीतर ही विभिन्न भाषाभाषी समुदायों के मध्य सम्पर्क स्थापित करने की समस्या का सामना करना पड़ता है।

सामाजिक आवश्यकता के अनुरूप अनुवाद के इस महत्त्व के कारण अनुवाद कार्य अब संगठित रूप से होता देखा जाता है। राजनीतिक-आर्थिक

कारणों से उत्पन्न आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए अनुवाद अब एक व्यवसाय बन चुका है तथा व्यक्तिगत होने के साथ-साथ उसका संगठनात्मक रूप भी प्रतिष्ठित होता दिखता है। अनुवाद कौशल को सिखाने के लिए शिक्षा संस्थाओं में प्रबन्ध किए जाते हैं तथा स्वतन्त्र रूप से भी प्रशिक्षण संस्थान काम करते हैं।

व्याख्याएँ

ज्ञातस्य कथनमनुवादः—ज्ञात का (पुनः) कथन अनुवाद है।
(जैमिनिन्यायमाला)

प्राप्तस्य पुनः कथनेऽनुवादः—पूर्वकथित का पुनः कथन अनुवाद है।
(शब्दार्थचिन्तामणिः)

आवृत्तिनुवादो वा—पुनरावर्तन ही अनुवाद है। (भर्तृहरि)

लेखक होना सरल है, किन्तु अनुवादक होना अत्यन्त कठिन है।—मामा वरेरकर
प्रत्येक कृति अनुवाद योग्य है, परन्तु प्रत्येक कृति का अच्छा अनुवाद नहीं किया जा सकता।—खुशवंत सिंह

अनुवाद, प्रकाश के आने के लिए वातायन खोल देता है, वह छिलके को छोड़ देता है जिससे हम गूदे का स्वाद ले सकें।—बाइबिल

If one denies the concept of translation, one must give up the concept of a language community--KARL VOSSLER

The peculiar (विलक्षण) genius of a language appears best in the process of translation--MARGARET MUNSTERBERG

Say what one will of the inadequacy of translation, it remains one of the most important and worthiest concerns in the totality of world affairs--J.W.V. GOETH

अनुवाद की परिभाषा

एक विशिष्ट प्रकार के भाषिक व्यापार के रूप में अनुवाद, भारतीय परम्परा की दृष्टि से, कोई नई बात नहीं। वस्तुतः 'अनुवाद' शब्द और उससे उपलक्षित भाषिक व्यापार भारतीय परम्परा में बहुत पहले से चले आए हैं। अतः 'अनुवाद' शब्द और इसके अंग्रेजी पर्याय 'ट्रांसलेशन' के व्युत्पत्तिमूलक और प्रवृत्तिमूलक अर्थों की सहायता से अनुवाद की परिभाषा और उसके स्वरूप को श्रेष्ठतर रूप से जाना जा सकता है।

व्युत्पत्तिमूलक अर्थ

‘अनुवाद’ का व्युत्पत्तिमूलक अर्थ है-पुनः कथन, एक बार कही हुई बात को दोबारा कहना। इसमें ‘अर्थ की पुनरावृत्ति होती है, शब्द (शब्द रूप) की नहीं। ‘ट्रांसलेशन’ शब्द का व्युत्पत्तिमूलक अर्थ है ‘पारवहन’ अर्थात् एक स्थान-बिन्दु से दूसरे स्थान-बिन्दु पर ले जाना। यह स्थान-बिन्दु भाषिक पाठ है। इसमें भी ले जाई जाने वाली वस्तु अर्थ होता है, शब्द नहीं। उपर्युक्त दोनों शब्दों में अन्तर व्युत्पत्तिमूलक अर्थ की दृष्टि से है, अतः सतही है। वास्तविक व्यवहार में दोनों की समानता स्पष्ट है। अर्थ की पुनरावृत्ति को ही दूसरे शब्दों में और प्रकारान्तर से, अर्थ का भाषान्तरण कहा जाता है, जिसमें कई बार मूल भाषा की रूपात्मक-गठनात्मक विशेषताएँ लक्ष्यभाषा में संक्रान्त हो जाती हैं।

वस्तुतः ‘अनुवाद’ शब्द का भारतीय परम्परा वाला अर्थ आधुनिक सन्दर्भ में भी मान्य है और इसी को केन्द्र बिन्दु बनाकर अनुवाद की प्रकृति को अंशः समझा जाता है। तदनुसार, अनुवाद कार्य के तीन सन्दर्भ हैं-समभाषिक, अन्यभाषिक और अन्तरसंकेतपरक।

समभाषिक अनुवाद

समभाषिक सन्दर्भ में अर्थ की पुनरावृत्ति एक ही भाषा की सीमा के अन्तर्गत होती है, परन्तु इसके आयाम भिन्न-भिन्न हो जाते हैं। मुख्य आयाम दो हैं -कालक्रमिक और समकालिक। कालक्रमिक आयाम पर समभाषिक अनुवाद एक ही भाषा के ऐतिहासिक विकास की दो निकटस्थ अवस्थाओं में होता है, जैसे, पुरानी हिन्दी से आधुनिक हिन्दी में अनुवाद। समकालिक आयाम पर समभाषिक अनुवाद मुख्य रूप से तीन स्तरों पर होता है-बोली, शैली और माध्यम।

बोली स्तर पर समभाषिक अनुवाद के चार उपस्तर हो सकते हैं-

- (क) एक भौगोलिक बोली से दूसरी भौगोलिक बोली में, जैसे ब्रज से अवधी में
- (ख) अमानक बोली से मानक बोली में, जैसे गंजाम ओड़िया से पुरी की ओड़िया में अथवा नागपुर मराठी से पुणे मराठी में।
- (ग) बोली रूप से भाषा रूप में, जैसे ब्रज या अवधी से हिन्दी में
- (घ) एक सामाजिक बोली से दूसरी सामाजिक बोली में, जैसे अशिक्षितों या अल्पशिक्षितों की भाषा से शिक्षितों की भाषा में या एक धर्म में दीक्षित लोगों की भाषा से अन्य धर्म में दीक्षित लोगों की भाषा में।

शैली स्तर पर समभाषिक अनुवाद को शैली-विकल्पन के रूप में भी देखा जा सकता है। इसका एक अच्छा उदाहरण है औपचारिक शैली से अनौपचारिक शैली में अनुवाद, जैसे 'धूम्रपान वर्जित है' (औपचारिक शैली) 'बीड़ी सिगरेट पीना मना है' (अनौपचारिक शैली)। इसी प्रकार 'ट्यूबीय वायु आधान में सममिति नहीं रह गई है' (तकनीकी शैली) - झ 'टायर की हवा निकल गई है' (गैरतकनीकी शैली)।

माध्यम की दृष्टि से समभाषिक अनुवाद की स्थिति वहाँ होती है जहाँ मौखिक माध्यम में प्रस्तुत सन्देश की लिखित माध्यम में या इसके विपरीत पुनरावृत्ति की जाए, जैसे, मौखिक माध्यम का एक वाक्य है—“समय की सीमा के कारण मैं अपने श्रोताओं को अधिक विस्तार से इस विषय में नहीं बता पाऊँगा।” इसी को लिखित माध्यम में इस प्रकार से कहना सम्भवतः उचित माना जाता है—“स्थान की सीमा के कारण मैं अपने पाठकों को अधिक विस्तार से इस विषय का स्पष्टीकरण नहीं कर सकूँगा।” ('समय' 'स्थान', 'श्रोता' 'पाठक', 'विषय में बता पाना' झ 'का स्पष्टीकरण कर सकना')।

समभाषिक अनुवाद के उपर्युक्त उदाहरणों से दो बातें स्पष्ट होती हैं।

(क) अर्थान्तरण या अर्थ की पुनरावृत्ति की प्रक्रिया में शब्दचयन तथा वाक्य-विन्यास दोनों प्रभावित होते हैं। माध्यम अनुवाद में स्वनप्रक्रिया की विशेषताएँ (बलाघात, अनुतान आदि) लिखित व्यवस्था की विशेषताओं (विराम-चिह्न आदि) का रूप ले लेती हैं या इसके विपरीत होता है।

(ख) बोली, शैली, और माध्यम के आयामों के मध्य कठोर विभाजन रेखा नहीं, अपितु इनमें आंशिक अतिव्याप्ति पाई जाती है, जिसकी सम्भावना भाषा प्रयोग की प्रवृत्ति में ही निहित है। जैसे, शैलीगत अनुवाद की आंशिक सत्ता माध्यम अनुवाद में दिखाई देती है, और तदनुसार 'के विषय में बता पाना' जैसा मौखिक माध्यम का, अंत एवं अनौपचारिक, चयन, लिखित माध्यम में औपचारिकता का स्पर्श लेता हुआ 'का स्पष्टीकरण कर सकना' हो जाता है। इसी प्रकार शैलीगत अनुवाद में समाजिक बोलीगत अनुवाद भी कभी-कभी समाविष्ट हो जाता है। जैसे, शिक्षितों की बोली में, औपचारिक शैली की प्रधानता की प्रवृत्ति हो सकती है और अल्पशिक्षितों या अशिक्षितों की बोली में अनौपचारिक शैली की।

समभाषिक अनुवाद की समस्याएँ न केवल रोचक हैं अपितु अन्यभाषिक अनुवाद की दृष्टि से महत्वपूर्ण भी हैं। अनुवाद को भाषाप्रयोग की एक विधा

के रूप में देखने पर समभाषिक अनुवाद का महत्त्व और भी स्पष्ट हो जाता है। इसके अतिरिक्त अन्यभाषिक अनुवाद की प्रकृति को समझने की दृष्टि से समभाषिक अनुवाद की प्रकृति को समझना न केवल सहायक है, अपितु आवश्यक भी है। ये कहा जा सकता है कि अनुवाद व्युत्पन्न भाषाप्रयोग है, जिसके दो सन्दर्भ हैं—समभाषिक और अन्यभाषिक। इस सन्दर्भ भेद से अनुवाद व्यवहार में अन्तर आ जाता है, परन्तु दोनों ही स्थितियों में अनुवाद की प्रकृति वही रहती है।

अन्यभाषिक अनुवाद

अन्यभाषिक अनुवाद दो भाषाओं के बीच में होता है। ये दो भाषाएँ ऐतिहासिकता और क्षेत्रीयता के समन्वित मानदण्ड पर स्वतन्त्र भाषाओं के रूप में पहचानी जाती हैं। ऐतिहासिक दृष्टि से एक ही धारा में आने वाली भाषाओं को सामान्यतः उस स्थिति में स्वतन्त्र भाषा के रूप में देखते हैं यदि वह कालक्रम में एक-दूसरे के निकट सन्निहित न हों, जैसे संस्कृत और हिन्दीय इन दोनों के मध्य प्राकृत भाषाएँ आ जाती हैं। इसी प्रकार क्षेत्रीयता की दृष्टि से प्रतिवेशी भाषाओं में अत्यधिक आदान-प्रदान होने पर भी उन्हें भिन्न भाषाएँ ही मानना होगा, जैसे हिन्दी और पंजाबी। अन्य भाषिक अनुवाद के सन्दर्भ में सम्बन्धित भाषाओं का स्वतन्त्र अस्तित्व महत्त्व की बात होती है। समभाषिक अनुवाद की तुलना में अन्यभाषिक अनुवाद सामाजिक और व्यावहारिक दृष्टि से अधिक महत्त्वपूर्ण है। भाषाप्रयोग की दृष्टि से अन्यभाषिक अनुवाद की समस्याओं में समभाषिक अनुवाद की समस्याओं से गुणात्मक अन्तर दिखाई पड़ता है। इस प्रकार समभाषिक अनुवाद से सम्बन्धित होते हुए भी अन्यभाषिक अनुवाद, अपेक्षाकृत स्वनिष्ठ व्यापार है।

अन्तरसंकेतभाषिक अनुवाद

अनुवाद शब्द के उपर्युक्त दोनों सन्दर्भ अपेक्षाकृत सीमित हैं। इनमें अनुवाद को भाषा-संकेतों का व्यापार माना गया है। वस्तुतः भाषा-संकेत, संकेतों की एक विशिष्ट श्रेणी है, जिनके द्वारा सम्प्रेषण कार्य सम्पन्न होता है। सम्प्रेषण के लिए विभिन्न कोटियों के संकेतों को काम में लिया जाता है। इन्हें सामान्य संकेत कहा जाता है। इस दृष्टि से भी अनुवाद शब्द की परिभाषा की जाती है। इसके अनुसार एक संकेतों द्वारा कही गई बात को दूसरी कोटि के संकेतों द्वारा पुनः कहना इस

प्रकार के अनुवाद को अन्तरसंकेतपरक अनुवाद कहा जाता है। यह सामान्य संकेत विज्ञान के अन्तर्गत है। भाषिक संकेतों को प्रवर्तन बिन्दु मानकर संकेतों को भाषिक और भाषेतर में विभक्त किया जाता है। भाषेतर में दो भाग हैं—बाह्य (बाह्य ज्ञानेन्द्रियों द्वारा ग्राह्य) और आन्तरिक (अन्तरिन्द्रिय द्वारा ग्राह्य)।

अनुवाद की दृष्टि से संकेत-परिवर्तन के व्यापार की निम्नलिखित कोटियाँ बन सकती हैं —

1. **बाह्य संकेत का बाह्य संकेत में अनुवाद**—इसके अनुसार किसी देश का मानचित्र उस देश का अनुवाद है, किसी प्राणी का चित्र उस प्राणी का अनुवाद है।
2. **बाह्य संकेत का भाषिक संकेत में अनुवाद**—इसके अनुसार किसी प्राणी के लिये किसी भाषा में प्रयुक्त कोई शब्द उस प्राणी का अनुवाद है। इस दृष्टि से वस्तुतः यहा भाषा दर्शन की समस्या है जिसकी व्याख्या अर्थ के संकेत सिद्धान्त में की गई है।
3. **आन्तरिक संकेत से आन्तरिक संकेत में अनुवाद**—इसके अनुसार किसी एक घटना को उसकी समशील संवेदना में परिवर्तित करना इस श्रेणी का अनुवाद है। स्पष्ट है कि इस स्थिति की वास्तविक सत्ता नहीं हो सकती। अतः केवल सैद्धान्तिकता की दृष्टि से ही यह कोटि निर्धारित की जाती है।
4. **आन्तरिक संकेत से भाषिक संकेत में अनुवाद**—इसके अनुसार किसी आन्तरिक संवेदना के लिए किसी शब्द का प्रयोग करना इस कोटि का अनुवाद है। इसको अधिक स्पष्टता से कहा जाता है कि, किसी भौतिक स्थिति के साथ सम्पर्क होने पर—जैसे, किसी दुर्घटना को देखकर, प्रकृति के किसी दृश्य को देखकर, किसी वस्तु को हाथ लगाकर, कुछ सूंघकर, दूसरे शब्दों में इन्द्रियार्थ सन्निकर्ष होने पर—मन में जिस संवेदना का उदय होता है वह एक प्रकार का संकेत है। उसके लिये भाषा के किसी शब्द का प्रयोग करना या भाषिक संकेत द्वारा उसकी पुनरावृत्ति करना इस कोटि का अनुवाद कहलाएगा। उदाहरण के लिए, एक विशिष्ट प्रकार की वेदना का संकेत करने के लिए हिन्दी में 'शोक' शब्द का प्रयोग किया जाता है और दूसरी के लिए 'प्रेम' का। समझा जाता है कि एक संवेदना का अनुवाद 'शोक' शब्द द्वारा किया जाता है और दूसरी का 'प्रेम' द्वारा। इस दृष्टि से यह कहा जाता है कि समस्त मौलिक अभिव्यक्ति अनुवाद है।

वक्ता या लेखक अपने संवेदना रूपी संकेतों की भाषिक संकेतों में पुनरावृत्ति कर देता है। इस दृष्टि से यह भाषा मनोविज्ञान की समस्या है, जिसकी व्याख्या उद्दीपन-अनुक्रिया सिद्धान्त में की गई है।

इस प्रकार, अनुवाद शब्द की व्यापक परिधि में तीनों सन्दर्भों के अनुवादों का स्थान है -समभाषिक अनुवाद, अन्यभाषिक अनुवाद, और अन्तरसंकेतपरक अनुवाद। तीनों का अपना-अपना सैद्धान्तिक आधार है। इन तीनों के मध्य का भेद जानना महत्वपूर्ण है। अनुवादक को यह स्थिर करना है कि इन तीनों में केन्द्रीय स्थिति किसकी है तथा शेष दो का उनके साथ कैसा सम्बन्ध है।

सैद्धान्तिक औचित्य की दृष्टि से अन्यभाषिक अनुवाद की स्थिति केन्द्रीय है। केवल 'अनुवाद' शब्द (विशेषणरहित पद) से अन्यभाषिक अनुवाद का अर्थ ग्रहण किया जाता है। इसका मूल है द्विभाषाबद्धता। अनुवादक का बोधन तथा अभिव्यक्ति दोनों स्थितियों में ही भाषा से बँधे रहते हैं और ये भाषाएँ भी भेद (काल, स्थान या प्रयोग सन्दर्भ पर आधारित भेद) की दृष्टि से नहीं, अपितु कोड की दृष्टि से भिन्न-भिन्न होती हैं, जैसे हिन्दी और अंग्रेजी, हिन्दी और सिन्धी आदि।

इस केन्द्रीय स्थिति के दो छोर हैं। प्रथम छोर पर दोनों स्थितियों में भाषाबद्धता रहती है, परन्तु भाषा वही रहती है। स्थितियों को अन्तर उसी भाषा के भेदों के अन्तर पर आधारित होता है। यह समभाषिक अनुवाद है। पारिभाषिक शब्दों के प्रयोग की स्पष्टता के लिए इसे 'अन्वयान्तर' या 'शब्दान्तरण' कहा जाता है। दूसरे छोर पर भाषेतर संकेत का भाषिक संकेत में परिवर्तन होता है। संकेत पद्धति का यह परिवर्तन भाषा प्रयोग की सामान्य स्थिति को जन्म देता है। पारिभाषिक शब्दावली में इसे 'भाषा व्यवहार' कहा जाता है। इन तीनों (समभाषिक अनुवाद, अन्यभाषिक अनुवाद, और अन्तरसंकेतपरक अनुवाद) में सम्बन्ध तथा अन्तर दोनों हैं। यह सम्बन्ध उभयनिष्ठ है।

अनुवाद (अन्यभाषिक अनुवाद) की दृष्टि से महत्वपूर्ण बात यह है कि वास्तविक अनुवाद कार्य में तथा अनूदित पाठ के मूल्यांकन में अनुवादकों को समभाषिक अनुवाद तथा अन्तरसंकेतपरक अनुवाद की संकल्पनाओं से सहायता मिलती है। यह आवश्यकता तभी मुखर रूप से सामने आती है, जब अनुवाद करते-करते अनुवादक कभी अटक जाते हैं -मूल पाठ का सम्यक् बोधन नहीं

हो पाते, लक्ष्यभाषा में शुद्ध और उपयुक्त अनुवाद का पर्याप्ततया अन्वेषण करने में कठिनाई होती है, अनुवादक को यह जाँचना होता है कि अनुवाद कितना सफल है, इत्यादि।

प्रवृत्तिमूलक अर्थ

प्रवृत्तिमूलक में (व्यवहार में) 'अनुवाद' शब्द से अन्यभाषिक अनुवाद का ही अर्थ लिया जाता है। और इसी कारण शनैः शनैः यह बात सिद्धान्त का भी अंग बन गई है कि अनुवाद दो भाषाओं के मध्य होने वाली प्रक्रिया है। इस स्थिति को स्वीकार किया जाता है। संस्कृत परम्परा का 'छाया' शब्द इसी स्थिति का संकेत करने के लिए प्रयुक्त किया जाता है।

परिभाषा के दृष्टिकोण

अनुवाद के स्वरूप को समझने के लिए अनुवाद की परिभाषा विशेष रूप से सहायक है। अनुवाद की बहुपक्षीयता को देखते हुए अनुवाद की परिभाषा विभिन्न दृष्टिकोणों से प्रस्तुत की गई है। मुख्य दृष्टिकोण तीन प्रकार के हैं—(1) अनुवाद एक प्रक्रिया है। (2) अनुवाद एक प्रक्रिया अथवा/और उसका परिणाम है। (3) अनुवाद एक सम्बन्ध का नाम है।

अनुवाद एक प्रक्रिया है

इस दृष्टिकोण के अन्तर्गत निम्नलिखित परिभाषाएँ उद्धृत की जाती हैं—

- (क) “मूलभाषा के सन्देश के सममूल्य सन्देश को लक्ष्यभाषा में प्रस्तुत करने की क्रिया को अनुवाद कहते हैं। सन्देशों की यह मूल्यसमता पहले अर्थ और फिर शैली की दृष्टि से, तथा निकटतम एवं स्वाभाविक होती है।” (नाइडा तथा टेबर)
- (ख) “अनुवाद वह प्रक्रिया है, जिसके द्वारा सार्थक अनुभव (अर्थपूर्ण सन्देश या देश का अर्थ) एक भाषा-समुदाय से दूसरे भाषा-समुदाय को सम्प्रेषित किया जाता है।” (पट्टनायक)
- (ग) “एक भाषा की पाठ्यसामग्री को दूसरी भाषा की समानार्थक पाठ्यसामग्री द्वारा प्रस्थापित करना अनुवाद कहलाता है।” (कैटफोर्ड)

(घ) “अनुवाद एक शिल्प है जिसमें एक भाषा में लिखित सन्देश के स्थान पर दूसरी भाषा के उसी सन्देश को प्रस्तुत करने का प्रयत्न किया जाता है।” (न्यूमार्क)

अनुवाद एक प्रक्रिया या उसका परिणाम है

इसके अन्तर्गत निम्न लिखित परिभाषा को उद्धृत किया जाता है –

(क) “एक भाषा या भाषाभेद से दूसरी भाषा या भाषाभेद में प्रतिपाद्य को स्थानान्तरित करने की प्रक्रिया या उसके परिणाम को अनुवाद कहते हैं।” (हार्टमन तथा स्टार्क)

अनुवाद एक सम्बन्ध का नाम है

इसके अन्तर्गत निम्नलिखित परिभाषा आती है –

(क) “अनुवाद एक सम्बन्ध है, जो दो या दो से अधिक पाठों के बीच होता है, ये पाठ समान स्थिति में समान प्रकार्य सम्पादित करते हैं (दोनों पाठों का सन्दर्भ समान होता है और उनसे व्यंजित होने वाला सन्देश भी समान होता है)।” (हैलिडे)

अनुवाद की परिभाषाओं का यह वर्गीकरण जहाँ अनुवाद की प्रकृति की बहुपक्षीयता को स्पष्ट करता है, वहाँ इससे यह संकेत भी मिलता है कि, विभिन्न उद्देश्यों के अनुसार अनुवाद की परिभाषाएँ भी भिन्न-भिन्न हो सकती हैं। इस प्रकार ये सभी परिभाषाएँ मान्य हैं। इन परिभाषाओं के आधार पर अनुवाद के दो पक्ष माने जाते हैं।

अनुवाद के पक्ष

अनुवाद के दो पक्ष हैं—पहला सक्रियात्मक पक्ष अतएवं गतिशील और दूसरा सैद्धान्तिक पक्ष अतएवं स्थितिशील।

सक्रियात्मक पक्ष

सक्रियात्मक दृष्टि से अनुवाद एक प्रक्रिया है। अनुवाद के पक्ष का सम्बन्ध अनुवाद करने के कार्य से है जिसके लिए ‘अनुवाद कार्य’ शब्द का प्रयोग करना उचित माना जाता है।

सैद्धान्तिक पक्ष

सैद्धान्तिक दृष्टि से अनुवाद एक सम्बन्ध है जो दो या दो से अधिक, परन्तु विभिन्न भाषाओं के पाठों के मध्य होता है, परन्तु वे समानार्थक होने चाहिये।

इस सम्बन्ध का उद्घाटन तुलनात्मक पद्धति के अध्ययन से किया जाता है। इन दोनों का समन्वित रूप इस धारणा में मिलता है कि अनुवाद एक निष्पत्ति है—कार्य का परिणाम अनुवाद है—जो अपने मूल पाठ से पर्यायता के सम्बन्ध से जुड़ा है। निष्पत्ति के रूप में अनुवाद को 'अनूदित पाठ' कहा जाता है। इस दृष्टि से एक मूल पाठ के अनेक अनुवाद हो सकते हैं। इस प्रकार सक्रियात्मक दृष्टि से अनुवाद को जहाँ भाषा प्रयोग की एक विधा के रूप में जाना जाता है, वहाँ सैद्धान्तिक दृष्टि से इसका सम्बन्ध भाषा पाठ तुलना तथा व्यतिरेकी विश्लेषण की तकनीकों पर आधारित भाषा सम्बन्धों के प्रश्न से (तुलनात्मक—व्यतिरेकी पाठ भाषाविज्ञान यही है) जोड़ा जाता है।

अनुवाद को अनुप्रयुक्त भाषाविज्ञान की शाखा कहा गया है। वस्तुतः, अपने इस रूप में यह अपने प्रक्रिया रूप तथा सम्बन्ध रूप परिभाषाओं की योजक कड़ी है, जिसका सक्रियात्मक आधार अनूदित पाठ है, जिसके मूल में 'अनुवाद एक निष्पत्ति है' की धारणा निहित है। इन परिभाषाओं से अनुवाद के विषय में जो अन्य जानकारी मिलती है, वें बन्दुवार निम्न प्रकार से हैं -

- (1) अनुवाद एक भाषा या भाषाभेद से दूसरी भाषा या भाषा भेद में होता है।
- (2) यह प्रक्रिया, परिवर्तन, स्थानान्तरण, प्रतिस्थापन, या पुनरावृत्ति की प्रकृति की होती है।
- (3) स्थानान्तरित होने वाली वस्तु को विभिन्न नामों से इंगित कर सकते हैं, जैसे पाठ्यसामग्री, सार्थक अनुभव, सूचना, सन्देश। ये विभिन्न नाम अनुवाद की सैद्धान्तिक पृष्ठभूमि के विभिन्न आयामों तथा अनुवाद कार्य के उद्देश्यों में अन्तर से जुड़े हैं। जैसे, भाषागत 'पाठ्यसामग्री' नाम से व्यक्त होने वाली सुनिश्चितता अनुवाद के भाषावैज्ञानिक आधार की विशेषता है, जिसका विशेष उपयोग मशीन अनुवाद में होता है। 'सूचना' और 'सार्थक अनुभव' अनुवाद के समाजभाषागत आधार का संकेत करते हैं, और 'सन्देश' से अनुवाद की पाठसंकेतपरक पृष्ठभूमि उपलक्षित होती है।

(4) उपर्युक्त की विशेषता यह होती है कि इसका दोनों भाषाओं में समान अर्थ होता है। यह अर्थ की समानता व्यापक दृष्टि से होती है और भाषिक अर्थ से लेकर सन्दर्भमूलक अर्थ तक व्याप्त रहती है।

संक्षेप में, एक भाषा के विशिष्ट भाषाभेद के विशिष्ट पाठ को दूसरी भाषा में इस प्रकार प्रस्तुत करना अनुवाद है, जिसमें वह मूल के भाषिक अर्थ, प्रयोग के वैशिष्ट्य से निष्पन्न अर्थ, प्रयुक्ति और शैली की विशेषता, विषयवस्तु, तथा सम्बद्ध सांस्कृतिक वैशिष्ट्य को यथासम्भव संरक्षित रखते हुए दूसरी भाषा के पाठक को स्वाभाविक रूप से ग्राह्य प्रतीत हो।

अनुवाद का महत्त्व

बीसवीं सदी को अनुवाद का युग कहा गया है। यद्यपि अनुवाद सबसे प्राचीन व्यवसाय या व्यवसायों में से एक कहलाता है तथापि उसके जो महत्त्व बीसवीं सदी में प्राप्त हुआ वह उससे पहले उसे नहीं मिला ऐसा माना जाता है। इसका मुख्य कारण माना गया है कि बीसवीं शताब्दी में ही भाषासम्पर्क अर्थात् भिन्न भाषाभाषी समुदायों में सम्पर्क की स्थिति प्रमुख रूप से आरम्भ हुई। इसके मूल कारण आर्थिक और राजनीतिक माने जाते हैं। फलस्वरूप, विश्व का आर्थिक-राजनीतिक मानचित्र परिवर्तित होने लगा। वर्तमान युग में अधिकतर राष्ट्रों में यदि एक भाषा प्रधान है तो एक या अधिक भाषाएँ गौण पद पर दिखाई देती हैं। दूसरे शब्दों में, एक ही राजनीतिक-प्रशासनिक इकाई की सीमा के अन्तर्गत भाषायी बहुसंख्यक भी रहते हैं और भाषायी अल्पसंख्यक भी। लोकतन्त्र में सब लोगों का प्रशासन में समान रूप से भाग लेने का अधिकार तभी सार्थक माना जाता है, जब उनके साथ उनकी भाषा के माध्यम से सम्पर्क किया जाए। इससे बहुभाषिकता की स्थिति उत्पन्न होती है और उसके संरक्षण की प्रक्रिया में अनुवाद कार्य का आश्रय लेना अनिवार्य हो जाता है। इसके अतिरिक्त अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर विभिन्न राष्ट्रों के बीच राजनीतिक, आर्थिक, वैज्ञानिक और प्रौद्योगिक, तथा साहित्यिक और सांस्कृतिक स्तर पर बढ़ते हुए आदान-प्रदान के कारण अनुवाद कार्य की अनिवार्यता और महत्ता की नई चेतना प्रबल रूप से विकसित होती हुई दिखती है। अतः अनुवाद एक व्यापक तथा बहुधा अनिवार्य और तर्कसंगत स्थिति मानी जाती है। अनुवाद के महत्त्व को दो भिन्न, परन्तु सम्बन्धित सन्दर्भों में अधिक स्पष्टता से समझाया जाता है—(क) सामाजिक एवं व्यावहारिक महत्त्व, (ख) शैक्षणिक एवं ज्ञानात्मक महत्त्व।

सामाजिक एवं व्यावहारिक महत्त्व

सामाजिक सन्दर्भ में अनुवाद व्यापार अनौपचारिक परिस्थितियों में होता है। इसका सम्बन्ध द्विभाषिकता की स्थिति से है। द्विभाषिकता का सामान्य अर्थ है एक समय में दो भाषाओं का वैकल्पिक रूप से प्रयोग। वर्तमान युग के समाज का एक बृहद् भाग ऐसा है, जो सामाजिक सन्दर्भ की अनौपचारिक स्थिति में दो भाषाओं का वैकल्पिक प्रयोग करता है। सामान्य रूप से प्रत्येक शिक्षित व्यक्ति, नगरीय परिवेश का अर्ध शिक्षित व्यक्ति, दो भिन्न भाषाभाषी राज्यों के सीमा प्रदेश में रहने वाली जनता, तथा भाषायी अल्पसंख्यक, इनमें अधिक स्पष्ट रूप से द्विभाषिकता की स्थिति देखी जाती है। यह द्विभाषिकता प्रायः आश्रित/संयुक्त द्विभाषिकता की कोटि की होती है। जिसका सामान्य लक्षण यह है कि, सब एक भाषा में (मातृभाषा में) सोचते हैं, परन्तु अन्य भाषा में अभिव्यक्त करते हैं। इस स्थिति में अनुवाद प्रक्रिया का होना अनिवार्य है। परन्तु यह प्रक्रिया अनौपचारिक रूप में ही होती है। व्यक्ति मन ही मन पहली भाषा से अन्य भाषा में अनुवाद कर अपनी बात कह देते हैं। यह माना गया है कि, अन्य भाषा परिवेश में अन्य भाषा सीखते समय अनुवाद का प्रत्यक्ष रूप से अस्तित्व रहता है। यदि स्व-भाषा के ही परिवेश में अन्य भाषा सीखी जाए तो “कोड” परिवर्तन की स्थिति आती है, जिसमें अनुवाद की स्थिति कुछ परोक्ष हो जाती है। अतः द्विभाषी रूप में सभी अनुवाद अनौपचारिक हैं। इस दृष्टि से अनुवाद एक सामाजिक भाषा व्यवहार में महत्त्वपूर्ण भूमिका में दिखता है।

शैक्षणिक एवं ज्ञानात्मक महत्त्व

शैक्षणिक एवं ज्ञानात्मक सन्दर्भ में अनुवाद व्यापार औपचारिक स्थिति में होता है। इसके दो भेद हैं—साधन रूप में अनुवाद और साध्य रूप में अनुवाद।

साधन रूप में अनुवाद

साधन रूप में अनुवाद का प्रयोग भाषा शिक्षण की एक विधि के रूप में किया जाता है। संज्ञानात्मक कौशल के रूप में अनुवाद के अभ्यास से भाषा अधिगम के दो कौशलों—बोधन और अभिव्यक्ति को पुष्ट किया जाता है। इसी प्रकार साधन रूप में अनुवाद के दो और क्षेत्र हैं—भाषाओं का तुलनात्मक व्यतिरेकी अध्ययन तथा तुलनात्मक साहित्य विवेचन।

भाषाओं का तुलनात्मक व्यतिरेकी अध्ययन

वस्तुतः भाषाओं के अध्ययन-विश्लेषण के लिए अनुवाद के द्वारा ही व्यक्ति को यह ज्ञात होता है कि, एक वाक्य में किस शब्द का क्या अर्थ है। उसके पश्चात् ही वह दोनों में समानता तथा असमानता के बिन्दु से अवगत हो पाता है। अतः व्यतिरेकी भाषा विश्लेषण को अनुवादात्मक विश्लेषण (ट्रांसलेटिव एनालिसिस) भी कहा गया है।

तुलनात्मक साहित्य विवेचन

तुलनात्मक साहित्य विवेचन में साहित्यों के तुलनात्मक अध्ययन के साधन रूप में अनुवाद के प्रयोग के द्वारा सदृश-विसदृश अंशों का अर्थबोध होता है, जिससे अंशों की तुलना की जा सके। इसके अतिरिक्त अन्य भाषा साहित्य की कृतियों के अनुवाद का अभ्यास करना अथवा/और उन्हें अनूदित रूप में पढ़ना तुलनात्मक साहित्य विवेचन में अनुवाद के योगदान का उदाहरण है।

साध्य रूप में अनुवाद

साध्य रूप में अनुवाद व्यापार अनेक क्षेत्रों में दिखाई पड़ता है। कोशकार्य भी उक्त प्रकार का अनुवाद कार्य है। समभाषिक कोश में एक ही भाषा के अन्दर अनुवाद होता है और द्विभाषी कोश में दो भाषाओं के मध्य। यह अनुवाद, पाठ की अपेक्षा भाषा के आयाम पर होता है, जिसमें भाषा विश्लेषण के दो स्तर प्रभावित होते हैं। वे दो स्तर-शब्द और शब्द शृंखला हैं।

इसी प्रकार किसी भाषा के विकास के लिए भी अनुवाद-व्यापार का आश्रय लिया जाता है। जब किसी भाषा को ऐसे व्यवहार-क्षेत्रों में काम करने का अवसर मिलता है, जिनमें पहले उसका प्रयोग नहीं होता था, तब उसे विषयवस्तु और अभिव्यक्ति पद्धति दोनों ही दृष्टियों से विकसित करने की आवश्यकता होती है। इसके लिए अन्य भाषाओं से विभिन्न प्रकार के साहित्य का उसमें अनुवाद किया जाता है। फलस्वरूप, विषयवस्तु की परिधि के विस्तार के साथ-साथ भाषा के अभिव्यक्ति-कोश का क्षेत्र भी विस्तृत होता है। अनेक नये शब्द बन जाते हैं, कई बार प्रचलित शब्दों को नया अर्थ मिल जाता है, नये सहप्रयोग विकसित होने लगते हैं, संकर-शब्दावली प्रयोग में आने लगती है, और भाषा प्रयोग के सन्दर्भ की विशेषता के कारण कुल मिलाकर भाषा का एक नवीन भेद विकसित हो जाता है। आधुनिक प्रशासनिक हिन्दी तथा पत्रकारिता

हिन्दी इसके अच्छे उदाहरण हैं। इस प्रक्रिया को भाषा नियोजन और भाषा विकास कहते हैं, जो अपने व्यापकतर सन्दर्भ में राष्ट्र के सामाजिक-आर्थिक विकास का अंग है। इस प्रकार अनुवाद के माध्यम से विकासशील भाषा में आवश्यक और महत्वपूर्ण साहित्य का प्रवेश होता है। तब कह सकते हैं कि इस रूप में अनुवाद राष्ट्रीय विकास में भी योगदान करता है।

अपने व्यापकतम रूप में अनुवाद भाषा की शक्ति में संवर्धन करता है, पाठों की व्याख्या एवं निर्वचन में सहायक है, भाषा तथा विचार के बीच सम्बन्ध को स्पष्ट करता है, ज्ञान का प्रसार करता है, संस्कृति का संवाहक है, तथा राष्ट्रों के मध्य परस्पर अवगमन और सद्भाव की वृद्धि में योगदान करता है। गेटे के शब्दों में, अनुवाद (अपनी प्रकृति से) असम्भव होते हुए भी (सामाजिक दृष्टि से) आवश्यक तथा महत्वपूर्ण है।

स्वरूप

अनुवाद के स्वरूप के दो उल्लेखनीय पक्ष हैं-समन्वय और सन्तुलन। अनुवाद सिद्धान्त का बहुविद्यापरक आयाम इसका समन्वयशील पक्ष है। तदनुसार, यद्यपि अनुवाद सिद्धान्त का मूल उद्गम है अनुप्रयुक्त तुलनात्मक पाठसंकेतविज्ञान, तथापि उसे कुछ अन्य शास्त्र भी स्पर्श करते हैं। 'तुलनात्मक' से अनुवाद का दो भाषाओं से सम्बन्धित होना स्पष्ट ही है, जिसमें भाषाओं की समानता-असमानता के प्रश्न उपस्थित होते हैं। पाठसंकेतविज्ञान के तीनों पक्ष-अर्थविचार, वाक्यविचार तथा सन्दर्भमीमांसा-अनुवाद सिद्धान्त के लिए प्रासंगिक हैं। अर्थविचार में भाषिक संकेत तथा भाषाबाह्य यथार्थ के बीच में सम्बन्ध का अध्ययन होता है। सन्दर्भमीमांसा के अन्तर्गत भाषाप्रयोग की स्थिति के सन्दर्भ के विभिन्न आयामों-वक्ता एवं श्रोता की सामाजिक पहचान, भाषाप्रयोग का उद्देश्य तथा सन्देश के प्रति वक्ता-श्रोता की अभिवृत्ति, भाषाप्रयोग की भौतिक परिस्थितियों की तथा अभिव्यक्ति, माध्यम आदि-की मीमांसा होती है। स्पष्ट है कि संकेतविज्ञान की परिधि भाषाविज्ञान की अपेक्षा व्यापकतर है तथा अनुवाद कार्य जैसे व्यापक सम्प्रेषण व्यापार के अध्ययन के उपयुक्त है।

समन्वय पक्ष

अनुवाद सिद्धान्त को स्पर्श करने वाले शास्त्रों में है सम्प्रेषण सिद्धान्त जिसकी मान्यताओं के अनुसार अनुवाद कार्य एक सम्प्रेषण व्यापार है, तथा

तदनुसार उस पर वे सभी बातें लागू होती हैं, जो सम्प्रेषण व्यापार की प्रकृति में हैं, जैसे सम्प्रेषण का शत्रुतिशत् यथातथ न होना, अपूर्णता, उद्विक्तता (व्यतिरिक्तता), आंशिक कृत्रिमता आदि। इसी से अनुवाद कार्य में शब्द-प्रति-शब्द तथा अर्थ-प्रति-अर्थ समानता के स्थान पर सन्देशस्तरीय समानता का औचित्य भी साधा जा सकता है। संक्रियात्मक दृष्टि से एक पाठ या प्रोक्ति अनुवाद कार्य का प्रवर्तन बिन्दु होता है। एक पाठ की अपनी संरचना होती है, भाषिक संसक्ति तथा सन्देशगत सुबद्धता की संकल्पनाओं द्वारा उसके सुगठित अथवा शिथिल होने की जाँच कर सकते हैं। इसके अतिरिक्त एक पाठ को भाषाप्रकाश्यों की एकीभूत समष्टि के रूप में देखते हुए, उसमें भाषा-प्रयोग शैलियों के भाषाप्रकार्यमूलक वितरण के विषय में अधिक निश्चित जानकारी प्राप्त होती है। इसी से सम्बन्धित शास्त्र है, समाजभाषाशास्त्र तथा शैलीविज्ञान, जिसमें सामाजिक बोलियों तथा प्रयुक्तियों के अध्ययन के साथ सन्दर्भानुकूल भाषाप्रयोग की शैलियों के वितरण की जानकारी अनुवाद सिद्धान्त के लिए वांछनीय है।

भाषा से सम्बन्धित होने के कारण तर्कशास्त्र तथा भाषादर्शन भी अनुवाद सिद्धान्त को पुष्ट करते हैं। तर्कशास्त्र के अनुसार अनूदित पाठ के सत्यमूल्य की परीक्षा अनुवाद की विशुद्धता को शुद्ध करने का आधार है। भाषादर्शन में होने वाले अर्थ सम्बन्धी चिन्तन से अनुवाद कार्य में अर्थ के अन्तरण या उसकी पुनरावृत्ति से सम्बन्धित समस्याओं को जानने में सहायता मिलती है। विटजेन्स्टीन की मान्यता 'भाषा में शब्द का 'प्रयोग' ही उसका अर्थ है'। अनुवाद सिद्धान्त के लिए इस कारण से विशेष प्रासंगिक है कि पाठ ही अनुवाद कार्य की इकाई है, जिसका सफल अर्थबोध अनुवाद की पहली आवश्यकता है। इस प्रकार वक्ता की विवक्षा में अर्थ का मूल खोजना, भाषिक अर्थ तथा भाषाबाह्य स्थिति (सन्दर्भ) अनुवाद सिद्धान्त के आवश्यक अंग हैं। अर्थ के अन्तरण में जहाँ उपर्युक्त मान्यताओं की एक भूमिका है, वहाँ अर्थगत द्विभाषिक समानता के निर्धारण में घटकीय विश्लेषण की पद्धति की विशेष उपयोगिता स्वीकार की गई है। यह बात विशेष रूप से ध्यान में ली जाती है कि जहाँ विविध शास्त्रों की प्रासंगिक मान्यताओं से अनुवाद सिद्धान्त का स्वरूप निर्मित है, वहाँ स्वयं अनुवाद सिद्धान्त उन शास्त्रों का एक विशिष्ट अंग है।

सन्तुलन पक्ष

अनुवाद सिद्धान्त का 'सामान्य' पक्ष भी है और विशिष्ट पक्ष भी, और यह इसका सन्तुलनशील स्वरूप है-सामान्य और विशिष्ट का सन्तुलन। अनुवाद की

परिभाषा के अनुसार कहा जाता है कि अनुवाद व्यवहारतः विशिष्ट भाषाभेद के स्तर पर तथा इसीलिए सिद्धान्ततः सामान्य भाषा के स्तर पर होता है—अंग्रेजी भाषा के एक भेद पत्रकारिता की अंग्रेजी से हिन्दी भाषा के सममूल्य भेद पत्रकारिता की हिन्दी में। तदनुसार, युगपद् रूप से अनुवाद सिद्धान्त का एक सामान्य पक्ष भी है और विशिष्ट पक्ष भी। हम जो बात सामान्य के स्तर पर कहते हैं, उसे व्यावहारिक रूप में भाषाभेद के विशिष्ट स्तर पर उदाहृत करते हैं।

क्षेत्र

‘यथासम्भव अधिकतम पाठ प्रकारों के लिए एक उपयुक्त तथा सामान्य अनुवाद प्रणाली का निर्धारण’ ये अनुवाद के क्षेत्र सम्बन्धित एक विचारणीय प्रश्न माना जाता है। प्रणाली के निर्धारण के सम्बन्ध में अनुवाद प्रक्रिया की प्रकृति, अनुवाद (वस्तुतः अनुवाद कार्य) के विभिन्न प्रकार, अनुवाद के सूत्र तथा विभिन्न कोटि के पाठों के अनुवाद के निर्देश निश्चित करने के प्रारूप का निर्धारण, आदि पर विचार करना होता है। अनुवाद का मुख्य उद्देश्य, अनुवाद की इकाई, अनुवाद का कला-कौशल-विज्ञान का स्वरूप, अनुवाद कार्य की सीमाएँ, आदि कुछ अन्य विषय हैं, जिन पर विचार अपेक्षित होता है।

मूलभाषा का ज्ञान

अनुवाद कार्य का मेरुदण्ड है मूलभाषा पाठ। इसकी संरचना, इसका प्रकार, भाषाप्रकार्य प्रारूप के अनुसार मूलपाठ का स्वरूप निर्धारण, आदि के साथ शब्दार्थ-व्यवस्था एवं व्याकरणिक संरचना के विश्लेषणात्मक बोधन के विभिन्न प्रारूप, उनकी शक्तियों और सीमाओं का आकलन, आदि के सम्बन्ध में सैद्धान्तिक चर्चा तथा इनके संक्रियात्मक ढाँचे का निर्धारण, इसके अन्तर्गत आने वाले मुख्य बिन्दु हैं। अनुवाद सिद्धान्त के ही अन्तर्गत कुछ गौण बिन्दुओं की चर्चा भी होती है—रूपक, व्यक्तिवाचक संज्ञाएँ, पारिभाषिक शब्द, आद्याक्षर (परिवर्णी) शब्द, भौगोलिक नाम, व्यापारिक नाम, व्यावसायिक प्रतिष्ठानों के नाम, सांस्कृतिक शब्द, आदि के अनुवाद के लिए कौन-सी प्रणाली अपनाई जाए, साहित्यिक रचनाओं, वैज्ञानिक और प्रौद्योगिकीय लेखन, प्रचार साहित्य आदि के लिए अनुवाद प्रणाली का रूप क्या हो, इत्यादि।

विविध शास्त्रों का ज्ञान

इसी से सम्बन्धित एक महत्त्वपूर्ण बिन्दु है, अनुवाद की विभिन्न युक्तियाँ-लिप्यन्तरण, शब्द-प्रति-शब्द अनुवाद, शब्दानुगामी अनुवाद, आगत अनुवाद, व्याख्या, विस्तरण, संक्षेपण, सांस्कृतिक पर्याय, स्वभाषीकरण आदि। अनुवाद का काम अन्ततोगत्वा एक ही व्यक्ति करता है। एकाकी अनुवाद में तो अनुवादक अकेला होता ही है, सहयोगात्मक अनुवाद में भी, अन्तिम अर्वाधि में, सम्पादन का कार्य अनुवादक को अकेले करना होता है। अतः अनुवादक के साथ अनेक दायित्व जुड़ जाते हैं और कार्य के सफल निष्पादन में उससे अनेक अपेक्षाएं रहती हैं। भाषा ज्ञान, विषय ज्ञान, अभिव्यक्ति कौशल, व्यक्तिगत गुण आदि की दृष्टि से अनुवादक से होने वाली अपेक्षाओं पर विचार करना होता है। अनुवाद शिक्षा और अनुवाद समीक्षा, दो अन्य महत्त्वपूर्ण बिन्दु हैं।

शिक्षा

अनुवाद की शिक्षा भाषा-अधिगम के, विशेष रूप से अन्य भाषा अधिगम के, साधन के रूप में दी जा सकती है (भाषाशिक्षण की द्विभाषिक पद्धति भी इसी के अन्तर्गत है)। इसमें अनुवाद शिक्षण, भाषा-शिक्षण के अधीन है तथा एक मध्यवर्ती अल्पकालिक अभ्यासक्रम में इसकी योजना की जाती है, जिसमें शिक्षण के सोपान तथा लक्ष्य बिन्दु स्पष्ट तथा निश्चित होते हैं। इसमें शिक्षार्थी का लक्ष्य भाषा सीखना है, अनुवाद करना नहीं। शिक्षा के दूसरे चरण में अनुवाद का अभ्यास, अनुवाद को एक शिल्प या कौशल के रूप में सीखने के लिए किया जाता है, जिसकी प्रगत अवस्था 'अनुवाद कला है' की शब्दावली में निर्दिष्ट की जाती है। इस स्थिति में जो भाषा (मूलभाषा या लक्ष्यभाषा) अनुवादक की अपनी नहीं, उसके अधिगम को भी आनुषंगिक रूप में पुष्ट करता जाता है। अभ्यास सामग्री के रूप में पाठ प्रकारों की विविधता तथा कठिनाई की मात्रा के अनुसार पाठों का अनुस्तरण करना होता है। यदि एक सजातीय/विजातीय, स्वदेशी या विदेशी भाषा को सीखने की योजना में उससे या उसमें अनुवाद करने की क्षमता को विकसित करना एक उद्देश्य हो तो अनुवाद-शिक्षण के दोनों सोपानों-साधनपरक तथा साध्यपरक-को अनुस्तरित रूप में देखा जा सकता है।

समीक्षा

अनुवाद समीक्षा, अनुवाद सिद्धान्त का ऐसा अंग है, जिसका शिथिल रूप में व्यवहार, अनूदित कृति का एक सामान्य पाठक भी करता है, परन्तु जिसकी

एक पर्याप्त स्पष्ट सैद्धान्तिक पृष्ठभूमि है। सिद्धान्तपुष्ट अनुवाद समीक्षा एक ज्ञानात्मक व्यापार है। इसमें एक मूलपाठ के एक या एक से अधिक अनुवादों की समीक्षा की जाती है, तथा मूल की तुलना में अनुवाद का या मूल के विभिन्न अनुवादों का पारस्परिक तुलना द्वारा मूल्यांकन किया जाता है। इसके तीन सोपान हैं—मूलभाषा पाठ तथा लक्ष्यभाषा पाठ का विश्लेषण, दोनों की तुलना (प्रत्यक्ष तथा परोक्ष समानताओं की तालिका, और अभिव्यक्ति विच्छेदों का परिचयन), और अन्त में लक्ष्यभाषागत विशुद्धता, उपयुक्तता और स्वाभाविकता की दृष्टि से अनुवाद का मूल्यांकन। मूल्यांकन के सोपान पर अनुवाद की सफलता की जाँच के लिए विभिन्न परीक्षण तकनीकों का प्रयोग किया जाता है।

प्रकार

अनुवाद को कला और विज्ञान दोनों ही रूपों में स्वीकारने की मानसिकता इसी कारण पल्लवित हुई है कि संसारभर की भाषाओं के पारस्परिक अनुवाद की कोशिश अनुवाद की अनेक शैलियों और प्रविधियों की ओर इशारा करती हैं। अनुवाद की एक भंगिमा तो यही है कि किसी रचना का साहित्यिक-विधा के आधार पर अनुवाद उपस्थित किया जाए। यदि किसी नाटक का नाटक के रूप में ही अनुवाद किया जाए तो ऐसे अनुवादों में अनुवादक की अपनी सर्जनात्मक प्रतिभा का वैशिष्ट्य भी अपेक्षित होता है। अनुवाद का एक आधार अनुवाद के गद्यात्मक अथवा पद्यात्मक होने पर भी आश्रित है। ऐसा पाया जाता है कि अधिकांशतः गद्य का अनुवाद गद्य में अथवा पद्य में ही उपस्थित हो, लेकिन कभी-कभी यह क्रम बदला हुआ नजर आता है। कई गद्य कृतियों के पद्यानुवाद मिलते हैं, तो कई काव्यकृतियों के गद्यानुवाद भी उपलब्ध हैं। अनुवादों को विषय के आधार पर भी वर्गीकृत किया जाता है और कई स्तरों पर अनुवाद की प्रकृति के अनुरूप उसे मूल-केंद्रित और मूलमुक्त दो वर्गों में भी बाँटा गया है। अनुवाद के जिन सार्थक और प्रचलित प्रभेदों का उल्लेख अनुवाद विज्ञानियों ने किया है, उनमें शब्दानुवाद, भावानुवाद, छायानुवाद, सारानुवाद, व्याख्यानानुवाद, आशुअनुवाद और रूपांतरण को सर्वाधिक स्वीकृति मिली है।

शब्दानुवाद

स्रोतभाषा के प्रत्येक शब्द का लक्ष्यभाषा के प्रत्येक शब्द में यथावत् अनुवादन को शब्दानुवाद कहते हैं। 'मक्षिका स्थाने मक्षिका' पर आधारित

शब्दानुवाद वास्तव में अनुवाद की सबसे निकृष्ट कोटि का परिचायक होता है। प्रत्येक भाषा की प्रकृति अन्य भाषा से भिन्न होती है और हर भाषा में शब्द के अनेकानेक अर्थ विद्यमान रहते हैं। इसीलिए मूल भाषा की हर शब्दाभिव्यक्ति को यथावत् लक्ष्यभाषा में नहीं अनुवादित किया जा सकता। कई बार ऐसे शब्दानुवादों के कारण बड़ी हास्यास्पद स्थिति उत्पन्न हो जाती है। संस्कृत से हिंदी में किये गये अनुवाद को कई बार प्रकृति की साम्यता के कारण सह्य होते हैं, लेकिन यूरोपीय परिवार की भाषाओं से किये गए अनुवाद में अर्थ और पदक्रम के दोष सामान्यतः नजर आते हैं। वास्तव में यदि स्रोत और लक्ष्यभाषा में अर्थ, प्रयोग, वाक्य-विन्यास और शैली की समानता हो, तभी शब्दानुवाद सही होता है, अन्यथा यंत्रवत् किये गए शब्दानुवाद अबोधगम्य, हास्यास्पद एवं कृत्रिम हो जाते हैं।

भावानुवाद

ऐसे अनुवादकों में स्रोत-भाषा के शब्द, पदक्रम और वाक्य-विन्यास पर ध्यान न देकर अनुवाद मूलभाषा की विचार-सामग्री या भावधारा पर अपने आपको केंद्रित करता है। ऐसे अनुवादों में स्रोतभाषा की भाव-सामग्री को उपस्थित करना ही अनुवादक का लक्ष्य होता है। भावानुवाद की प्रक्रिया में कभी-कभी मूल रचना जैसा मौलिक वैभव आ जाता है, लेकिन कई बार पाठकों को यह शिकायत होती है कि अनुवादक ने मूलभाषा की भावधारा को समझे बिना, लक्ष्य-भाषा की प्रकृति के अनुरूप भाव सामग्री प्रस्तुत कर दी है। जब पाठक किसी रचना को रचनाकार के अभिव्यक्ति-कौशल की दृष्टि से पढ़ना चाहता है, तो भावानुवाद उसकी लक्ष्यसिद्धि में सहायक नहीं होता।

छायानुवाद

संस्कृत नाटकों में लगातार ऐसे प्रयोग मिलते हैं कि उनकी स्त्री-पात्र तथा सेवक, दासी आदि जिस प्राकृत भाषा का प्रयोग करते हैं, उसकी संस्कृत छाया भी नाटक में विद्यमान रहती है। ऐसे ही प्रयोगों से छायानुवाद का उद्भव हुआ है। अनुवाद की प्रविधि के अंतर्गत अनुवादक न शब्दानुवाद की तरह केवल मूल शब्दों का अनुसरण करता है और न सिर्फ भावों का ही परिपालन करता है, बल्कि मूलभाषा से पूरी तरह बंधा हुआ उसकी छाया में लक्ष्यभाषा में वर्ण्य-विषय की प्रस्तुति करता है।

सारानुवाद

इस अनुवाद में मूलभाषा की सामग्री का संक्षिप्त और अतिसंक्षिप्त अनुवाद लक्ष्यभाषा में किया जाता है। लंबे भाषणों और वाद-विवादों के अनुवाद प्रस्तुत करने में यह विधि सहायक होती है।

व्याख्यानुवाद

ऐसे अनुवादों में मूलभाषा की सामग्री का लक्ष्यभाषा में व्याख्या सहित अनुवाद उपस्थित किया जाता है। इसमें अनुवादक अपने अध्ययन और दृष्टिकोण के अनुरूप मूल भाषा की सामग्री की व्याख्या अपेक्षित प्रमाणों और उदाहरणों आदि के साथ करता है। लोकमान्य तिलक ने 'गीता' का अनुवाद इस शैली में किया है। संस्कृत के बहुत सारे भाष्यकारों और हिन्दी के टीकाकारों ने व्याख्यानुवाद की शैली का ही अनुगमन किया है। स्वभावतः व्याख्यानुवाद अथवा भाष्यानुवाद मूल से बहुत बड़ा हो जाता है और कई स्तरों पर तो एकदम मौलिक बन जाता है।

आशु अनुवाद

जहाँ अनुवाद दुभाषिये की भूमिका में काम करता है, वहाँ वह केवल आशुअनुवाद कर पाता है। दो दूरस्थ देशों के भिन्न भाषा-भाषी जब आपस में बातें करते हैं, तो उनके बीच दुभाषिया संवाद का माध्यम बनता है। ऐसे अवसरों पर वे अनुवाद शब्द और भाव की सीमाओं को तोड़कर अनुवादक की सत्वर अनुवाद क्षमता पर आधारित हो जाता है। उसके पास इतना समय नहीं होता है कि शब्द के सही भाषायी पर्याय के बारे में सोचे अथवा कोशों की सहायता ले सके। कई बार ऐसे दुभाषिये के आशुअनुवाद के कारण दो देशों में तनाव की स्थिति भी बन जाती है। आशुअनुवाद ही अब भाषांतरण के रूप में चर्चित है।

रूपान्तरण

अनुवाद के इस प्रभेद में अनुवादक मूलभाषा से लक्ष्यभाषा में केवल शब्द और भाव का अनुवादन नहीं करता, अपितु अपनी प्रतिभा और सुविधा के अनुसार मूल रचना का पूरी तरह रूपांतरण कर डालता है। विलियम शेक्सपीयर के प्रसिद्ध नाटक 'मर्चेन्ट ऑफ वेनिस' का अनुवाद भारतेन्दु हरिश्चन्द्र ने 'दुर्लभ बन्धु' अर्थात् 'वंशपुर का महाजन' नाम से किया है जो रूपांतरण के अनुवाद का

अन्यतम उदाहरण है। मूल नाटक के एंटोनियो, बैसोलियो, पोर्शिया, शाइलॉक जैसे नामों को भारतेंदु ने क्रमशः अनंत, बसंत, पुरश्री, शैलाक्ष जैसे रूपांतर प्रदान किये हैं। ऐसे रूपांतरण में अनुवाद की मौलिकता सबसे अधिक उभरकर सामने आती है।

अनुवादक के इन प्रभेदों से ज्ञापित होता है कि संसार भर की भाषाओं में अनुवाद की कई शैलियाँ और प्रविधियाँ अपनाई गई हैं, लेकिन यदि अनुवादक सावधानीपूर्वक शब्द और भाव की आत्मा का स्पर्श करते हुए मूलभाषा की प्रकृति के अनुरूप लक्ष्यभाषा में अनुवाद उपस्थित करे तो यही आदर्श अनुवाद होगा। इसीलिए श्रेष्ठ अनुवादक को ऐसा कुशल चिकित्सक कहा जाता है, जो बोटल में रखी दवा को अपनी सिरिंज के द्वारा रोगी के शरीर में यथावत पहुँचा देता है।

अनुवाद के सिद्धान्त

अनुवाद सिद्धान्त कोई अपने में स्वतन्त्र, स्वनिष्ठ, सिद्धान्त नहीं है और न ही यह उस अर्थ में कोई 'विज्ञान' ही है, जिस अर्थ में गणितशास्त्र, भाषाशास्त्र, समाजशास्त्र आदि हैं। इसकी ऐसी कोई विशिष्ट अध्ययन सामग्री तथा अध्ययन प्रणाली भी नहीं, जो अन्य शास्त्रों की अध्ययन सामग्री तथा प्रणाली से इस रूप में भिन्न हो कि, इसका मूलतः स्वतन्त्र व्यक्तित्व बन सके। वस्तुतः, यह अनुवाद के विभिन्न मुद्दों से सम्बन्धित ज्ञानात्मक सूचनाओं का एक निकाय है, जिससे अनुवाद को एक प्रक्रिया (अनुवाद कार्य), एक निष्पत्ति (अनूदित पाठ), तथा एक सम्बन्ध (सममूल्यता) के रूप में समझने में सहायता मिलती है। इसके लिए सद्यः 'अनुवाद विधा (ट्रांसलेशन स्टडीज)', 'अनुवाद विज्ञान' (साइंस ऑफ ट्रांसलेशन), और 'अनुवादिकी' (ट्रांसलेटालजी) शब्द भी प्रचलित हैं।

अनुवाद, भाषाप्रयोग सम्बन्धी एक ऐसी प्रक्रिया है, जिसकी एक सुनिश्चित परिणति होती है तथा जिसके फलस्वरूप मूल एवं निष्पत्ति में 'मूल्य' की दृष्टि से समानता का सम्बन्ध स्थापित हो जाता है। इस प्रकार प्रक्रिया, निष्पत्ति, और सम्बन्ध की संघटित इकाई के रूप में अनुवाद सम्बन्धी सामान्य प्रकृति की जानकारी ही अनुवाद सिद्धान्त है, जो मूलतः एकान्वित न होते हुए भी संग्रहणीय, रोचक, ज्ञानवर्धक, तथा एक सीमा तक वास्तविक अनुवाद कार्य के लिए उपादेय है। अपने विकास की वर्तमान अवस्था में यह बहु-विद्यापरक अनुशासन बन गया है। जिसका ज्ञान प्राप्त करना स्वयमेव एक लक्ष्य है तथा जो जिज्ञासु पाठक के लिए बौद्धिक सन्तोष का स्रोत है।

अनुवाद सिद्धान्त की अनुवाद कार्य में उपयोगिता का आकलन के समय इस सामयिक तथ्य को ध्यान में रखा जाता है कि वर्तमान काल में अनुवाद एक

संगठित व्यवसाय हो गया है, जिसमें व्यक्तिगत रुचि की अपेक्षा व्यावसायिक-सामाजिक आवश्यकता से प्रेरित प्रशिक्षणार्थियों की संख्या अधिक होती है। विशेष रूप से ऐसे लोगों के लिए तथा सामान्य रूप से रुचिशील अनुवादकों के लिए अनुवाद कार्य में दक्षता विकसित करने में अनुवाद सिद्धान्त के योगदान को निरूपित किया जाता है। इस योगदान का सैद्धान्तिक औचित्य इस दृष्टि से भी है कि अनुवाद कार्य सर्जनात्मक होने के कारण ही गौण रूप से समीक्षात्मक भी होता है। इसे 'सर्जनात्मक-समीक्षात्मक' भी कहा जाता है।

सर्जनात्मकता को विशुद्ध तथा पुष्ट करने के लिए जो समीक्षात्मक स्फुरणाएँ अनुवादक में होती हैं, वे अनुवाद सिद्धान्त के ज्ञान से प्रेरित होती हैं। अनुवाद की विशुद्धता की निष्पत्ति में सिद्धान्त ज्ञान का योगदान रहता है। साथ ही, अनुवाद प्रक्रिया की जानकारी उसे पर्याय-चयन में अधिक सावधानी से काम करने में सहायता कर सकती है। इससे अधिक महत्वपूर्ण बात मानी जाती है कि वह मूर्खतापूर्ण त्रुटियाँ करने से बच सकता है। मूलपाठ का भाषिक, विषयवस्तुगत, तथा सांस्कृतिक महत्व का कोई अंश अनूदित होने से न रह जाए, इसके लिए अपेक्षित सतर्क दृष्टि को विकसित करने में भी अनुवाद सिद्धान्त का ज्ञान अनुवादक की सहायता करता है। इसी प्रश्न को दूसरे छोर से भी देखा जाता है। कहा जाता है कि जो लोग मौलिक लिख सकते हैं, वे लिखते हैं, जो लिख नहीं पाते वे अनुवाद करते हैं, और जो लोग अनुवाद नहीं कर सकते, वे अनुवाद के बारे में चर्चा किया करते हैं। वस्तुतः इन तीनों में परिपूरकता है—ये तीनों कुछ भिन्न-भिन्न हैं—तथापि यह माना जाता है कि अनुवाद विषयक चर्चा को अधिक प्रामाणिक तथा विशद बनाने में अनुवाद सिद्धान्त के विद्यार्थी को अनुवाद कार्य सम्बन्धी अनुभव सहायक होता है। यह बात कुछ ऐसी ही है कि सर्जनात्मकता से अनुभव के स्तर पर परिचित साहित्य समीक्षक अपनी समीक्षात्मक प्रतिक्रियाओं को अधिक विश्वासोत्पादक रीति से प्रस्तुत कर सकता है।

अनुवाद सिद्धान्त का विकास

अनुवाद सिद्धान्त के वर्तमान स्वरूप को देखते हुए इसके विकास को विहंग-दृश्य से दो चरणों में विभक्त करके देखा जाता है —

(1) आधुनिक भाषाविज्ञान, विशेष रूप से अनुप्रयुक्त भाषाविज्ञान, के विकास से पूर्व का युग-बीसवीं सदी पूर्वार्ध,

(2) इसके पश्चात् का युग-बीसवीं सदी उत्तरार्ध।

सामान्य रूप से कहा जाता है कि, सिद्धान्त विकास के विभिन्न युगों में और उसी विभिन्न धाराओं में विवाद का विषय यह रहा कि, अनुवाद शब्दानुगामी हो या अर्थानुगामी, यद्यपि विवाद की 'भाषा' बदलती रही। ईसापूर्व प्रथम शताब्दी में रोमन युग से आरम्भ होता है, जब होरेस तथा सिसरो ने शब्दानुगामी तथा अर्थानुगामी अनुवाद में अन्तर स्पष्ट किया तथा साहित्यिक रचनाओं के लिए अर्थानुगामी अनुवाद को प्रधानता दी। सिसरो ने अच्छे अनुवादक को व्याख्याकार तथा अलंकार प्रयोग में दक्ष बताया। रोमन युग के पश्चात्, जिसमें साहित्यिक अनुवादों की प्रधानता थी, दूसरी शक्तिशाली धारा बाइबिल अनुवाद की है। सन्त जेरोम (400 ईस्वी) ने भी बाइबिल के अनुवाद में अर्थानुगामिता को प्रधानता दी तथा अनुवाद में दैनन्दिन के व्यवहार की भाषा के प्रयोग का समर्थन किया। इसमें विचार यह था कि बाइबिल का सन्देश जनसाधारण पर्यन्त पहुँच जाए और इसके निमित्त जनसाधारण के लिए बोधगम्य भाषा का प्रयोग किया जाए, जिसमें स्वभावतः अर्थानुगामी दृष्टिकोण को प्रधानता मिली।

जान वाइक्लिफ (1330-84) तथा विलियम टिंडल (1494-1936) ने इस प्रवृत्ति का समर्थन किया। बोधगम्य तथा सुन्दर भाषा में तथा शैली एवं अर्थ के मध्य सामंजस्य की रक्षा करते हुए, बाइबिल के अनुवाद की प्रवृत्ति को प्रोत्साहन मिला, जिसमें मार्टिन लूथर (1530) का योगदान उल्लेखनीय रहा। तृतीय धारा शिक्षाक्रम में अनुवाद के योगदान से सम्बन्धित रही है। क्विटिलियन (प्रथम शताब्दी) ने अनुवाद तथा समभाषी व्याख्यात्मक शब्दान्तरण की उपयोगिता को लेखन अभ्यास तथा भाषण-दक्षता विकसित करने के सन्दर्भ में देखा। जिसका मध्यकालीन यूरोप में अधिक प्रसार हुआ। इससे स्थानीय भाषाओं का स्तर ऊपर उठा तथा उनकी अभिव्यक्ति सामर्थ्य में वृद्धि भी हुई। समृद्ध और विकसित भाषाओं से विकासशील भाषाओं में अनुवाद की प्रवृत्ति मध्यकालीन यूरोप के साहित्यिक जगत् की एक प्रमुख प्रवृत्ति है, जिसे ऊर्ध्वस्तरी आयाम की प्रवृत्ति कहा गया और इसी समय प्रचलित समान रूप से विकसित या अविकसित भाषाओं के मध्य अनुवाद की प्रवृत्ति को समस्तरी आयाम की प्रवृत्ति के रूप में देखा गया।

मध्यकालीन यूरोप के आरम्भिक सिद्धान्तकारों में फ्रेंच विद्वान ई0 दोलेत (1509-46) ने 1540 में प्रकाशित निबन्ध में अनुवाद के पाँच विधि-निषेध प्रस्तावित किए -

- (क) अनुवादक को मूल लेखक की भाषा की पूरा ज्ञान हो, परन्तु वह चाहे तो मूलभाषा की दुर्बोधता और अस्पष्टता को दूर कर सकता है,
- (ख) अनुवादक का मूलभाषा और लक्ष्यभाषा का पूर्ण ज्ञान हो,
- (ग) अनुवादक शब्द-प्रति-शब्द अनुवाद से बचे,
- (घ) अनुवादक दैनन्दिन के व्यवहार की भाषा का प्रयोग करे,
- (ङ) अनुवादक ऐसा शब्दचयन तथा शब्दविन्यास करे कि उचित प्रभाव की निष्पत्ति हो।

जार्ज चैपमन (1559-1634) ने भी इसी प्रकार 'इलियड' के सन्दर्भ में अनुवाद के तीन सूत्र प्रस्तावित किए -

- (क) शब्द-प्रति-शब्द अनुवाद से बचा जाए,
- (ख) मूल की भावना पर्यन्त पहुँचने का प्रयास किया जाए,
- (ग) अनुवाद, विद्वत्ता के स्पर्श के कारण अति शिथिल न हो।

यूरोप के पुनर्जागरण युग में अनुवाद की धारा एक गौण प्रवृत्ति रही। इस युग के अनुवादकों में अर्थ की प्रधानता के साथ पाठक के हितों की रक्षा की प्रवृत्ति दिखाई देती है। हालैण्ड (1552-1637) के अनुवाद में मूलपाठ के अर्थ में परिवर्तन-परिवर्धन द्वारा अनूदित पाठ के संस्कार की झलक दीखती है। सत्रहवीं शताब्दी में इंग्लैण्ड में सर जान डेनहम (1615-69) ने कविता के अनुवाद में शब्दानुगामी होने की प्रवृत्ति का विरोध किया और मूल पाठ के केन्द्रीय तत्त्व को ग्रहण कर लक्ष्य भाषा में उसके पुनरुसर्जन की बात कही, उसे 'अनुसर्जन' (ट्रान्सक्रिप्शन) कहा जाने लगा।

इस अविध में जान ड्राइडन (1631-1700) ने महत्त्वपूर्ण विचार प्रकट किए। उन्होंने अनुवाद कार्य की तीन कोटियाँ निर्धारित की -

- (क) शब्द-प्रति-शब्द अनुवाद (मेटाफ्रेज़),
- (ख) अर्थानुगामी अनुवाद (पैराफ्रेज़),
- (ग) अनुकरण (इमिटेशन)।

ड्राइडन के अनुसार (क) और (ख) के मध्य का मार्ग अवलम्बन योग्य है। उनके अनुसार कविता के अनुवाद में अनुवादक को दोनों भाषाओं पर अधिकार हो, उसे मूल लेखक के साहित्यिक गुणों और उसकी 'भावना' का ज्ञान हो, तथा वह अपने समय के साहित्यिक आदर्शों का पालन करे। अलेग्जेंडर पोप (1688-1744) ने भी ड्राइडन के समान ही विचार प्रकट किए।

अठारहवीं शताब्दी में अनुवाद की अतिमूलनिष्ठता तथा अतिस्वतन्त्रता के विवाद से एक सोपान आगे बढ़कर एक समस्या थी कि अपने समकालीन पाठक के प्रति अनुवादक का कर्तव्य। पाठक की ओर अत्यधिक झुकाव के कारण अनूदित पाठ का स्वरूप मूल पाठ से काफी दूर पड़ जाता था। इस पर डॉ. सैम्युएल जानसन (1709-84) ने कहा कि, अनुवाद में मूलपाठ की अपेक्षा परिवर्धन के कारण उत्पन्न परिष्कृति का स्वागत किया जा सकता है, परन्तु मूलपाठ की हानि न हो ये ध्यान देना चाहिये। उन्होंने यह भी कहा कि जिस प्रकार लेखक अपने समकालीन पाठक के लिए लिखता है, उसी प्रकार अनुवादक भी अपने समकालीन पाठक के लिए अनुवाद करता है। डॉ. जानसन की सम्मति में अनुवाद की मूलनिष्ठता तथा पाठकधर्मिता में सन्तुलन मिलता है। उन्होंने अनुवादक को ऐसा चित्रकार या अनुकर्ता कहा जो मूल के प्रति निष्ठावान होते हुए भी उद्दिष्ट दर्शक के हितों का ध्यान रखता है।

एलेग्जेंडर फ्रेजर टिटलर जिनकी पुस्तक प्रिंसिपल्स आफ ट्रांसलेशन (1791) अनुवाद सिद्धान्त पर पहली व्यवस्थित पुस्तक मानी जाती है। टिटलर ने तीन अनुवाद सूत्र प्रस्तावित किए —

- (क) अनुवाद में मूल रचना के भाव का पूरा अनुरक्षण हो,
- (ख) अनुवाद की शैली मूल के अनुरूप हो,
- (ग) अनुवाद में मूल वाली सुबोधता हो।

टिटलर ने ही यह कहा कि, अनुवाद में मूल की भावना इस प्रकार पूर्णतया संक्रान्त हो जाए कि उसे पढ़कर पाठकों को उतनी ही तीव्र अनुभूति हो, जितनी मूल के पाठकों को हुई थी, प्रभावसमता का सिद्धान्त यही है।

उन्नीसवीं शताब्दी में रोमांटिक तथा उत्तर-रोमांटिक युगों में अनुवाद चिन्तन पर तत्कालीन काव्यचिन्तन का प्रभाव दिखाई देता है। ए. डब्ल्यू 'लेगल ने सब प्रकार के मौखिक एवं लिखित भाषा व्यवहार को अनुवाद की संज्ञा दी (तुलना करें, आधुनिक चिन्तन में 'अन्तर संकेतपरक अनुवाद' से), तथा मूल के गठन को संरक्षित रखने पर बल दिया। इस युग में एक ओर तो अनुवादक को सर्जनात्मक लेखक के तुल्य समझने की प्रवृत्ति दिखाई देती है, तो दूसरी ओर अनुवाद को शब्दानुगामी बनाने पर बल देने की बात कही गई। कुछ विद्वानों ने अनुवाद की भिन्न उपभाषा होने का चर्चा की जो उपर्युक्त मान्यताओं से मेल खाती है।

विक्टोरियन धारा के अनुवादक इस बात के लिए प्रयत्नशील रहे कि देश और काल की दूरी को अनुवाद में सुरक्षित रखा जाए—विदेशी भाषाओं की प्राचीन रचनाओं के अनुवाद में विदेशीयता और प्राचीनता की हानि न हो—जिसके फलस्वरूप शब्दानुगामी अनुवाद की प्रवृत्ति को प्रोत्साहन मिला। लौंगफेलो (1807-81) इसके समर्थक थे। परन्तु उमर खैयाम की रुबाइयों के अनुवादक फिटजरल्ड (1809-63) के विचार इसके विपरीत थे। वे इस मान्यता के समर्थक थे कि, अनुवाद के पाठक को मूल भाषा पाठ के निकट लाने के स्थान पर मूलभाषा पाठ की सांस्कृतिक विशेषताओं को लक्ष्यभाषा में इस प्रकार प्रस्तुत किया जाए कि, वह लक्ष्यभाषा का अपनी सजीव सम्पत्ति प्रतीत हो, तथा इस प्रक्रिया में मूलभाषा से अनुवाद की बढ़ी हुई दूरी की उपेक्षा कर दी जाए।

बीसवीं सदी के पूर्वार्ध में दो-तीन अनुवाद चिन्तक उल्लेखनीय हैं। क्रोचे तथा वेलरी ने अनुवाद की सफलता, विशेष रूप से कविता के अनुवाद की सफलता, में सन्देह व्यक्त किये हैं। मैथ्यू आर्नल्ड ने होमर की कृतियों के अनुवाद में सरल, प्रत्यक्ष और उदात्त शैली को अपनाए पर बल दिया।

इस प्रकार आधुनिक भाषाविज्ञान के उदय से पूर्व की अवधि में अनुवाद चिन्तन प्रायः दो विरोधात्मक मान्यताओं के चारों ओर घूमता रहा। वो दो मान्यताएँ इस प्रकार हैं -

- (1) अनुवाद शब्दानुगामी हो या स्वतन्त्र हो,
- (2) अनुवाद अपनी आन्तरिक प्रकृति की दृष्टि से असम्भव है, परन्तु सामाजिक दृष्टि से नितान्त आवश्यक।

इस अवधि के अनुवाद चिन्तन में कुल मिलाकर संघटनात्मक तथा विभेदात्मक दृष्टियों का सन्तुलन देखा जाता रहा—संघटनात्मक दृष्टि से अनुवाद सिद्धान्त का ऐसा स्वरूप अभिप्रेत है जो सामान्य कोटि का हो, तथा विभेदात्मक दृष्टि में पाठों की प्रकृतिगत विभिन्नता के आधार पर अनुवाद की प्रणाली में आवश्यक परिवर्तन की चर्चा का अन्तर्भाव है। विद्वानों ने इस अवधि में अमूर्त चिन्तन तो किया परन्तु वे अनुवाद प्रणाली का सोदाहरण पल्लवन नहीं कर पाए। मूलपाठ के अन्तर्जानमूलक बोधन से वे विश्लेषणात्मक बोधन के लक्ष्य की ओर तो बढ़े परन्तु उसके पीछे सुनिश्चित सिद्धान्त की भूमिका नहीं रही। ऐसे चिन्तकों में अनुवादकों के अतिरिक्त साहित्यकार तथा साहित्य-समीक्षक ही अधिक थे, भाषाविज्ञानी नहीं। इसके अतिरिक्त वे एक-दूसरे के चिन्तन से परिचित हों, ऐसा भी प्रतीत नहीं होता था।

आधुनिक भाषाविज्ञान का उदय यद्यपि बीसवीं शताब्दी के पूर्वार्ध में हुआ, परन्तु अनुवाद सिद्धान्त की प्रासंगिकता की दृष्टि से उत्तरार्ध की अवधि का महत्त्व है। इस अवधि में भाषाविज्ञान से परिचित अनुवादकों तथा भाषाविज्ञानियों का ध्यान अनुवाद सिद्धान्त की ओर आकृष्ट हुआ। संरचनात्मक भाषाविज्ञान का विकास, अर्थविज्ञान की प्रगति, सम्प्रेषण सिद्धान्त तथा भाषाविज्ञान का समन्वय, तथा अनुप्रयुक्त भाषाविज्ञान की विभिन्न शाखाओं-समाजभाषाविज्ञान, शैलीविज्ञान, मनोभाषाविज्ञान, प्रोक्ति विश्लेषण-का विकास, तथा संकेतविज्ञान, विशेषतः पाठ संकेतविज्ञान, का उदय ऐसी घटनाएँ मानी जाती हैं, जो अनुवाद सिद्धान्त को पुष्ट तथा विकसित करने की दृष्टि से महत्त्वपूर्ण मानी जाती रहीं।

आंग्ल-अमरीकी धारा में एक विद्वान् यूजेन नाइडा भी माने जाते हैं। उन्होंने बाइबिल-अनुवाद के अनुभव के आधार पर अनुवाद सिद्धान्त और व्यवहार पर अपने विचार ग्रन्थों के रूप में प्रकट किए (1964-1969)। इनमें अनुवाद सिद्धान्त का विस्तृत, विशद तथा तर्कसंगत रूप देखने को मिलता है। नाइडा ने अनुवाद प्रक्रिया का विवरण देते हुए मूलभाषा पाठ के विश्लेषण के लिए एक सुनिश्चित भाषासिद्धान्त प्रस्तुत किया तथा लक्ष्यभाषा में संक्रान्त सन्देश के पुनर्गठन के विभिन्न आयाम निर्धारित किए। उन्होंने अनुवाद की स्थिति से सम्बद्ध दोनों भाषाओं के बीच विविधस्तरीय समायोजनों का विवरण प्रस्तुत किया।

अन्य विद्वान् कैटफोर्ड (1965) हैं, जिनके अनुवाद सिद्धान्त में संरचनात्मक भाषाविज्ञान के अनुप्रयोग का उदाहरण मिलता है। उन्होंने शुद्ध भाषावैज्ञानिक आधार पर अनुवाद के प्रारूपों का निर्धारण किया, अनुवाद-परिवृत्ति का भाषावैज्ञानिक विवरण दिया, तथा अनुवाद की सीमाओं पर विचार किया। तीसरे प्रभावशाली विद्वान् पीटर न्युमार्क (1981) हैं जिन्होंने सुगठित और घनिष्ठ शैली में अनुवाद सिद्धान्त का तर्कसंगत तथा गहन विवेचन प्रस्तुत करने का प्रयास किया। वे अपने विचारों को उपयुक्त उदाहरणों से स्पष्ट करते चलते हैं। उन्होंने नाइडा के विपरीत, पाठ प्ररूपभेद के अनुसार विशिष्ट अनुवाद प्रणाली की मान्यता प्रस्तुत की। उनका अनुवाद सिद्धान्त को योगदान है कि अनुवाद की अर्थकेन्द्रित (मूलभाषापाठ केन्द्रित) तथा सम्प्रेषण केन्द्रित (अनुवाद के पाठक पर केन्द्रित) प्रणाली की संकल्पना। उन्होंने पाठ विश्लेषण, सन्देशान्तरण तथा लक्ष्यभाषा में अभिव्यक्ति की स्थितियों में सम्बन्धित अनेक अनुवाद सूत्र प्रस्तुत किए, यह भी इनका एक उल्लेखनीय वैशिष्ट्य माना जाता है।

यूरोपीय परम्परा में जर्मन भाषा का लीपज़िग स्कूल प्रभावशाली माना जाता है। इसकी मान्यता है कि, सब प्रकार के अनुभवों का अनुवाद सम्भव है। यह स्कूल पाठ के संज्ञानात्मक (विकल्पनरहित) तथा सन्दर्भपरक (विकल्पनशील) अंगों में अन्तर मानता है तथा रूपान्तरण व्याकरण और पाठसंकेतविज्ञान का भी उपयोग करता है। इस शाला ने साहित्येतर पाठों के अनुवाद पर अधिक ध्यान केन्द्रित किया। वस्तुतः अनुवाद सिद्धान्त पर सबसे अधिक साहित्य जर्मन भाषा में मिलता है ऐसा माना जाता है। रूसी परम्परा में फेदोरोव अनुवाद सिद्धान्त को स्वतन्त्र भाषिक अनुशासन मानते हैं। कोमिसारोव ने अनुवाद सम्बन्धी समस्याओं की चर्चा निम्नलिखित शीर्षकों से की –

- (क) अनुवाद सिद्धान्त का प्रतिपाद्य, उद्देश्य तथा अनुवाद प्रणाली,
- (ख) अनुवाद का सामान्य सिद्धान्त,
- (ग) नुवादगत मूल्यसमता,
- (घ) अनुवाद प्रक्रिया,
- (ङ) अनुवादक की दृष्टि से भाषाओं का व्यतिरेकी विश्लेषण।

यान्त्रिक अनुवाद, आधुनिक युग की एक मुख्य गतिविधि है। यन्त्र की आवश्यकताओं के अनुसार भाषा के भाषावैज्ञानिक विश्लेषण के प्रारूप तैयार किए गए हैं तथा विशेषतया प्रौद्योगिकीय पाठों के अनुवाद में संगणक से सहायता ली गई है। भोलानाथ तिवारी के अनुसार द्विभाषिक शब्द-संग्रह में तो संगणक बहुत सहायक है ही, अब अनुवाद के क्षेत्र में इसकी सम्भावनाएँ निरन्तर बढ़ती जा रही हैं।

अनुवाद की प्रक्रिया

सैद्धान्तिक दृष्टि से 'अनुवाद कैसे होता है' का निर्वैयक्तिक विवरण ही अनुवाद की प्रक्रिया है। भाषा व्यवहार की एक विशिष्ट विधा के रूप में अनुवाद प्रक्रिया का स्पष्टीकरण एक ऐसी दृष्टि की अपेक्षा रखता है, जिसमें अनुवाद कार्य सम्बन्धी बहिर्लक्षी परिस्थितियों और भाषा-संरचना एवं भाषा-प्रयोग सम्बन्धी अन्तर्लक्षी स्थितियों का सन्तुलन हो। उपर्युक्त परिस्थितियों से सम्बन्धित सैद्धान्तिक प्रारूपों के सन्दर्भ में यह स्पष्टीकरण प्रस्तुत करना आधुनिक अनुवाद सिद्धान्त का वैशिष्ट्य माना जाता है। तदनुसार चिन्तन के अंग के रूप में अनुवाद की इकाई, अनुवाद का पाठक और कला, कौशल (या शिल्प) एवं विज्ञान की दृष्टि से अनुवाद के स्वरूप पर दृष्टिपात के साथ-साथ अनुवाद की प्रक्रिया का विशद विवरण किया जाता है।

अनुवाद की इकाई

सामान्यतः सन्देश का अनुवाद किया जाता है—अतः अनुवाद की इकाई भी सन्देश को माना जाता है। विभिन्न प्रकार के अनुवादों में सन्देश की अभिव्यंजक भाषिक इकाई का आकार भी भिन्न-भिन्न रहता है। यान्त्रिक अनुवाद में एक रूप या पद अनुवाद की इकाई होता है, परन्तु मानव अनुवाद में इकाई का आकार अधिक विशाल होता है। इसी प्रकार आशु मौखिक अनुवाद (अनुभाषण) में यह इकाई एक वाक्य होती है, तो लिखित अनुवाद में इकाई का आकार वाक्य से बड़ा होता है (और क्रमिक मौखिक अनुवाद की इकाई भी एक वाक्य होती है, कभी एकाधिक वाक्यों का समुच्चय भी)।

लिखित माध्यम के मानव अनुवाद में, अनुवाद की इकाई एक पाठ को माना जाता है। अनुवादक पाठ स्तर के सन्देश का अनुवाद करते हैं। पाठ के आकार की सीमा एक वाक्य से लेकर एक सम्पूर्ण पुस्तक या पुस्तकों के एक विशिष्ट समूह पर्यन्त कुछ भी हो सकती है, परन्तु एक सन्देश उसमें अपनी पूर्णता में अभिव्यक्त हो जाता हो ये आवश्यक है। उदाहरण के लिए, किसी सार्वजनिक सूचना या निर्देश का एक वाक्य ही पूर्ण सन्देश बन सकता है। जैसे 'प्रवेश वर्जित' है। दूसरी ओर 'रंगभूमि' या 'कामायनी' की पूरी पुस्तक ही पाठ स्तर की हो सकती है। भौतिक सुविधा की दृष्टि से अनुवादक पाठ को तर्कसंगत खण्डों में बाँटकर अनुवाद कार्य करते हैं, ऐसे खण्डों को अनुवादक पाठांश कह सकते हैं अथवा तात्कालिक सन्दर्भ में उन्हें ही पाठ भी कहा जाता है। इन्हें अनुवादक अनुवाद की तात्कालिक इकाई कहते हैं तथा सम्पूर्ण पाठ को अनुवाद की पूर्ण इकाई।

पाठ की संरचना

पाठ की संरचना का ज्ञान, अनुवाद प्रक्रिया को समझने में विशेष सहायक माना जाता है। पाठ संरचना के तीन आयाम माने गये हैं—पाठगत, पाठसहवर्ती तथा अन्य पाठपरक। संकेतविज्ञान की मान्यता के अनुसार तीनों का समकालिक अस्तित्व होता है तथा ये तीनों अन्योन्याश्रित होते हैं।

पाठगत आयाम

पाठगत (पाठान्तर्वर्ती) आयाम पाठ का आन्तरिक आयाम है, जिसमें उसके भाषा पक्ष का ग्रहण होता है। दोनों ही स्थितियों में सुगठनात्मकता पाठ का आन्तरिक गुण है। पाठ की पाठगत संरचना के दो पक्ष हैं -

- (1) वाक्य के अन्तर्गत आने वाली इकाइयों का अधिक्रम,
- (2) भाषा-विश्लेषण के विभिन्न स्तरों पर, अनुभव होने वाली संसक्ति।
वाक्य की इकाइयाँ, वाक्य, उपवाक्य, पदबन्ध, पद और रूप (प्रत्यय)

इस अधिक्रम में संयोजित होती हैं, परन्तु पाठ की दृष्टि से यह बात महत्वपूर्ण है कि एक से अधिक वाक्यों वाले पाठ के वाक्य अन्तरवाक्ययोजकों द्वारा इस प्रकार समन्वित होते हैं कि, पूरे पाठ में संसक्ति का गुण अनुभव होने लगता है। परन्तु संसक्ति तत्पर्यन्त सीमित नहीं। उसे हम पाठ विश्लेषण के विभिन्न स्तरों पर भी अनुभव कर सकते हैं। तदनुसार सन्दर्भगत संसक्ति, शब्दगत संसक्ति, और व्याकरणिक संसक्ति की बात की जाती है।

पाठसहवर्ती आयाम

पाठसहवर्ती आयाम में पाठ की विषयवस्तु, उसकी विशिष्ट विधा, उसका सामाजिक-सांस्कृतिक पक्ष, पाठ के समय या लेखक का अभिव्यक्तिपरक विशिष्ट आशय, उद्दिष्ट पाठक का सामाजिक व्यक्तित्व और उसकी आवश्यकता आदि का अन्तर्भाव होता है। पाठसहवर्ती आयाम के उपर्युक्त पक्ष परस्पर इस प्रकार सुबद्ध रहते हैं कि सम्पूर्ण पाठ एकान्वित इकाई के रूप में अनुभव होता है। यह स्पष्टतया माना जाता है कि पाठ में पाठगत आयाम से ही पाठसहवर्ती आयाम की अभिव्यक्ति होती है और पाठसहवर्ती आयाम से पाठगत आयाम अनुशासित होता है। इस प्रकार ये दोनों अन्योंन्याश्रित हैं। पाठभेद से सुगठनात्मकता की गहनता में भी अन्तर आ जाता है-अनुभवी पाठक अपने अभ्यासपुष्ट अन्तर्ज्ञान से ग्रहण करता है। तदनुसार, साहित्यिक रचना में सुगठनात्मकता की जो गहनता उपलब्ध होती है वह अन्तिम विवरण में अनुभूत नहीं होती।

पाठपरक आयाम

पाठ संरचना के अन्य पाठपरक आयाम में एक विशिष्ट पाठ की, उसके समान या भिन्न सन्दर्भ वाले अन्य पाठों से सम्बन्ध की चर्चा होती है। उदाहरण के लिए, एक वस्त्र के विज्ञापन की भाषा की, प्रसाधन सामग्री के विज्ञापन की भाषा से प्रयोग शैली की दृष्टि से जो समानता होगी तथा बैंकिंग सेवा के विज्ञापन से जो भिन्नता होगी वो सम्बन्ध पर चर्चा की जाती है।

विभिन्न प्रारूप

इस में अनुवाद प्रक्रिया के प्रमुख प्रारूपों की प्रक्रिया सम्बन्धी चिन्तन के विभिन्न पक्षों को जानने के लिये चर्चा होती है। प्रारूपकार प्रायः अपनी अनुवाद परिस्थितियों तथा तत्सम्बन्धी चिन्तन से प्रेरित होने के कारण प्रक्रिया के कुछ ही पक्षों पर विशेष बल दे पाते हैं। सर्वांगीणता में इस न्यूनता की पूर्ति इस रूप में हो जाती है कि विवेचित पक्ष के सम्बन्ध में पर्याप्त जानकारी मिल जाती है। इस दृष्टि से बाथगेट (1981) द्रष्टव्य है। अनुवाद प्रक्रिया के प्रारूपों की रचना के पीछे दो प्रेरक तत्त्व प्रधान रूप से माने जाते हैं—मानव अनुवादकों का प्रशिक्षण तथा यन्त्र अनुवाद का यान्त्रिक पक्ष। इन दोनों की आवश्यकताओं से प्रेरित होकर अनुवाद प्रक्रिया के सैद्धान्तिक स्पष्टीकरण प्रस्तुत किए गए। बहुधा केवल मानव अनुवादकों के प्रशिक्षण की आवश्यकता से प्रेरित अनुवाद प्रक्रिया प्रारूपों से होती है। अनुप्रयोगात्मक आयाम में इनकी उपयोगिता स्पष्ट की जाती है।

सामान्य सन्दर्भ

अनुवाद प्रक्रिया का केन्द्र बिन्दु है लक्ष्यभाषा में मूलभाषा पाठ के अनुवाद पर्याय प्रस्तुत करना। यह प्रक्रिया एकपक्षीय होती है—मूलभाषा से लक्ष्यभाषा में। परन्तु भाषाओं की यह स्थिति अन्तःपरिवर्त्य होती है—जो प्रथम बार में मूलभाषा है, वह द्वितीय बार में लक्ष्यभाषा हो सकती है। इस प्रक्रिया को सम्प्रेषण सिद्धान्त से समर्थित मानचित्र द्वारा भी समाझाया जाता है, जो निम्न प्रकार से है (न्यूमार्क 1969)—

(1) वक्ता/लेखक का विचार (2) मूलभाषा की अभिव्यक्ति रूढ़ियाँ (3) मूलभाषा पाठ (4) प्रथम श्रोता/पाठक की प्रतिक्रिया (5) अनुवादक का अर्थबोध (6) लक्ष्यभाषा की अभिव्यक्ति रूढ़ियाँ (7) लक्ष्यभाषा पाठ (8) द्वितीय श्रोता/पाठक की प्रतिक्रिया

इस प्रारूप के अनुसार अनुवाद प्रक्रिया के कुल आठ सोपान हो सकते हैं। लेखक या वक्ता के मन में उठने वाला विचार मूलभाषा की अभिव्यक्ति रूढ़ियों में बँधकर मूलभाषा के पाठ का आकार ग्रहण करता है, जिससे पहले (मूलभाषा के) श्रोता या पाठक के मन में वक्ता/लेखक के विचार के अनुरूप प्रतिक्रिया प्रकट होती है। तत्पश्चात् अनुवादक अपनी प्रतिभा, भाषाज्ञान और विषयज्ञान के अनुसार मूलभाषा के पाठ का अर्थ समझकर लक्ष्यभाषा की अभिव्यक्ति रूढ़ियों का पालन करते हुए लक्ष्यभाषा के पाठ का सर्जन करता है, जिसे दूसरा (लक्ष्यभाषा का) पाठक ग्रहण करता है। इस व्याख्या से स्पष्ट होता है कि सं.

5, अर्थात् अनुवादक का सं. 3, 4 और 1 इन तीनों से सम्बन्ध है। वह मूलभाषा के पाठ का अर्थबोध करते हुए पहले पाठक के समान आचरण करता है, और मूलभाषा का पाठ क्योंकि वक्ता/लेखक के विचार का प्रतीक होता है, अतः अनुवादक उससे भी जुड़ जाता है।

इसी प्रारूप को विद्वानों ने प्रकारान्तर से भी प्रस्तुत किया है। उदारण के लिये नाइडा, न्यूमार्क, और बाथगोट के अंशदानों की चर्चा की जाती है।

नाइडा का चिन्तन

नाइडा (1964) के अनुसार ये अनुवाद पर्याय जिस प्रक्रिया से निर्धारित होते हैं, उसके दो रूप हैं—प्रत्यक्ष और परोक्ष। इन दोनों में आधारभूत अन्तर है। प्रत्यक्ष प्रक्रिया के प्रारूप के अनुसार मूल पाठ की बाह्यतलीय संरचना के स्तर पर उपलब्ध भाषिक इकाइयों के लक्ष्यभाषा में अनुवाद पर्याय निश्चित होते हैं, और अनुवाद प्रक्रिया एक क्रमबद्ध प्रक्रिया है, जिसमें मूल पाठ के प्रत्येक अंश का अनुवाद होता है। इस प्रक्रिया में एक मध्यवर्ती स्थिति भी होती है जिसमें एक निर्विशेष और सार्वभौम भाषिक संरचना रहती है, इसका केवल सैद्धान्तिक महत्त्व है। इस प्रारूप की मान्यता के अनुसार, अनुवादक मूलभाषा पाठ के सन्देश को सीधे लक्ष्यभाषा में ले जाता है, वह इन दोनों स्थितियों में मूलभाषा पाठ और लक्ष्यभाषा पाठ की बाह्यतलीय संरचना के स्तर पर ही रहता है। अनुवाद-पर्यायों के चयन और प्रस्तुतीकरण का कार्य एक स्वचालित प्रक्रिया के समान होता है। नाइडा ने एक आरेख के द्वारा इसे स्पष्ट किया है —

क ----- (क्ष) ----- ख

इसमें 'क' मूलभाषा है, 'ख' लक्ष्यभाषा है, और '(क्ष)' वह मध्यवर्ती संरचना है, जो दोनों भाषाओं के लिए समान होती है और जो अनुवाद को सम्भव बनाती है, यहाँ दोनों भाषाएँ एक-दूसरे के साथ इस प्रकार सम्बद्ध हो जाती हैं कि उनका अपना वैशिष्ट्य कुछ समय के लिए लुप्त हो जाता है।

परोक्ष प्रक्रिया के प्रारूप में धारणा यह है कि अनुवादक पाठ की बाह्यतलीय संरचना पर्यन्त सीमित रहकर आवश्यकतानुसार, अपितु प्रायः सदा, पाठ की गहन संरचना में भी जाता है और फिर लक्ष्यभाषा में उपयुक्त अनुवाद पर्याय प्रस्तुत करता है। वस्तुतः इस प्रारूप में पूर्ववर्णित प्रत्यक्ष प्रक्रिया प्रारूप का अन्तर्भाव हो जाता है, दोनों में विरोध नहीं है। प्रत्यक्ष प्रक्रिया प्रारूप की यह नियम है कि अनुवाद कार्य बाह्यतलीय संरचना के स्तर पर ही हो जाता है,

जबकि परोक्ष प्रक्रिया के अनुसार अनुवाद कार्य प्रायः पाठ की गहन संरचना के माध्यम से होता है, यद्यपि इस बात की सदा सम्भावना रहती है कि भाषा में मूलभाषा के अनेक अनुवाद पर्याय बाह्यतलीय संरचना के स्तर पर ही मिल जाएँ। नाइडा परोक्ष प्रक्रिया प्रारूप के समर्थक हैं।

नाइडा के अनुसार अनुवाद प्रक्रिया के वास्तव में तीन सोपान होते हैं—

- (1) अनुवादक सर्वप्रथम मूलभाषा के पाठ का विश्लेषण करता है, पाठ की व्याकरणिक संरचना तथा शब्दों एवं शब्द श्रृंखलाओं का अर्थगत विश्लेषण कर वह मूलपाठ के सन्देश को ग्रहण करता है। इसके लिए वह भाषा-सिद्धान्त पर आधारित भाषा-विश्लेषण की तकनीकों का उपयुक्त रीति से अनुप्रयोग करता है। विशेषतः असामान्य रूप से जटिल तथा दीर्घ और अनेकार्थ वाक्यों और वाक्यांशों/पदबन्धों के अर्थबोधन में हो सकने वाली कठिनाइयों का हल करने में मूलपाठ का विश्लेषण सहायक रहता है।
- (2) अर्थबोध हो जाने के पश्चात् सन्देश का लक्ष्यभाषा में संक्रमण होता है। यह प्रक्रिया अनुवादक के मस्तिष्क में होती है। इसमें मूलपाठ के लक्ष्यभाषागत अनुवाद-पर्याय निर्धारित होते हैं तथा दोनों भाषाओं के मध्य विभिन्न स्तरों और श्रेणियों में सामंजस्य स्थापित होता है।
- (3) अन्त में अनुवादक मूलभाषा के सन्देश को लक्ष्य भाषा में उसकी संरचना एवं प्रयोग नियमों तथा विधागत रूढ़ियों के अनुसार इस प्रकार पुनर्गठित करता है कि वह लक्ष्यभाषा के पाठक को स्वाभाविक प्रतीत होता है या कम से कम अस्वाभाविक प्रतीत नहीं होता।

विश्लेषण

अनुवाद प्रक्रिया के स्पष्टीकरण के सन्दर्भ में नाइडा ने मूलपाठ के विश्लेषण के लिए एक सुनिश्चित भाषा सिद्धान्त तथा विश्लेषण की रूपरेखा प्रस्तुत की है। उनके अनुसार भाषा के दो पक्षों का विश्लेषण अपेक्षित है—व्याकरण तथा शब्दार्थ। नाइडा व्याकरण को केवल वाक्य अथवा निम्नतर श्रेणियों-उपवाक्य, पदबन्ध आदि-के गठनात्मक विश्लेषण पर्यन्त सीमित नहीं मानते। उनके अनुसार व्याकरणिक गठन भी एक प्रकार से अर्थवान् होता है। उदाहरण के लिए, कर्तृवाच्य संरचना और कर्मवाच्य/भाववाच्य संरचना में केवल

गठनात्मक अन्तर ही नहीं, अपितु अर्थ का अन्तर भी है। इस सम्बन्ध में उन्होंने अनेकार्थ संरचनाओं की ओर विशेष रूप से ध्यान खींचा है। उदाहरण के लिए, 'यह राम का चित्र है' इस वाक्य के निम्नलिखित तीन अर्थ हो सकते हैं –

- (1) यह चित्र राम ने बनाया है।
- (2) इस चित्र में राम अंकित है।
- (3) यह चित्र राम की सम्पत्ति है।

ये तीनों वाक्य, नाइडा के अनुसार, बीजवाक्य या उपबीजवाक्य हैं, जिनका निर्धारण अनुवर्ति रूपान्तरण की विधि से किया गया है। बाह्यस्तरीय संरचना पर इन तीनों वाक्यों का प्रत्यक्षीकरण 'यह राम का चित्र है' इस एक ही वाक्य के रूप में होता है। नाइडा ने उपर्युक्त रूपान्तरण विधि का विस्तार से वर्णन किया है। उनकी रूपान्तरण विषयक धारणा चाम्स्की के रूपान्तरण-प्रजनक व्याकरण की धारणा के समान कठोर तथा गठनबद्ध नहीं, अपितु अनुप्रयोग की प्रकृति तथा उसके उद्देश्य के अनुरूप लचीली तथा अन्तर्जानमलक है। इसी प्रकार उन्होंने शब्दार्थ की दो कोटियों-वाच्यार्थ और लक्ष्य-व्यंग्यार्थ- का वर्णनात्मक विश्लेषण किया है। यह ध्यान देने योग्य है कि, नाइडा ने विश्लेषण की उपर्युक्त प्रणाली को मूलभाषा पाठ के अर्थबोधन के साधन के रूप में प्रस्तुत किया है। उनका बल मूलपाठ के अर्थ का यथासम्भव पूर्ण और शुद्ध रीति से समझने पर रहा है। उनकी प्रणाली बाइबिल एवं उसके सदृश अन्य प्राचीन ग्रन्थों की भाषा के विश्लेषणात्मक अर्थबोधन के लिए उपयुक्त माना जाता है, यद्यपि उसका प्रयोग अन्य और आधुनिक भाषाभेदों के पाठों के अर्थबोधन के लिए भी किया जा सकता है।

संक्रमण

विश्लेषण की सहायता से हुए अर्थबोध का लक्ष्यभाषा में संक्रान्त अनुवाद-प्रक्रिया का केन्द्रस्थ सोपान है। अनुवादकार्य में अनुवादक को विश्लेषण और पुनर्गठन के दो ध्रुवों के मध्य गति करते रहना होता है, परन्तु यह गति संक्रमण मध्यवर्ती सोपान के मार्ग से होती है, जहाँ अनुवादक को (क्षण भर के लिए रुकते हुए) पुनर्गठन के सोपान के अंशों को और अधिक स्पष्टता से दर्शन होता है। संक्रमण की यह प्रक्रिया अनुवादक के मस्तिष्क में तथा अपनी प्रकृति से त्वरित तथा अन्तर्जानमूलक होती है। अनुवाद प्रक्रिया में अनुवादक के व्यक्तित्व की संगति इस सोपान पर है। विश्लेषण से प्राप्त भाषिक तथा सम्प्रेषण

सम्बन्धी तथ्यों का, उपयुक्त अनुवाद-पर्याय स्थिर करने में, अनुवादक जैसा उपयोग करता है, उसी में उसकी कुशलता निहित होती है। विश्लेषण तथा पुनर्गठन के सोपानों पर एक अनुवादक अन्य व्यक्तियों से भी कभी कुछ सहायता ले सकता है, परन्तु संक्रमण के सोपान पर वह एकाकी ही होता है। संक्रमण के सोपान पर विचारणीय बातें दो हैं—अनुवादक का अपना व्यक्तित्व तथा मूलभाषा एवं लक्ष्यभाषा के बीच संक्रमणकालीन सामंजस्य। अनुवादक के व्यक्तित्व में उसका विषयज्ञान, भाषाज्ञान, प्रतिभा तथा कल्पना इन चार की विशेष अपेक्षा होती है। तथापि प्रधानता की दृष्टि से प्रतिभा और कल्पना को विषयज्ञान तथा भाषाज्ञान से अधिक महत्त्व देना होता है, क्योंकि अनुवाद प्रधानतया एक व्यावहारिक और क्रियात्मक कार्य है। विषयज्ञान तथा भाषाज्ञान की कमी को अनुवादक दूसरों की सहायता से भी पूरा कर सकता है, परन्तु प्रतिभा और कल्पना की दृष्टि से अपने ऊपर ही निर्भर रहना होता है।

मूलभाषा एवं लक्ष्यभाषा के मध्य सामंजस्य स्थापित होना अनुवाद-प्रक्रिया की अनिवार्य एवं आन्तरिक आवश्यकता है। भाषान्तरण में सन्देश का प्रतिकूल रूप से प्रभावित होना सम्भावित रहता है। इस प्रतिकूलता के प्रभाव को यथासम्भव कम करने के लिए अर्थपक्ष और व्याकरण दोनों की दृष्टि से दोनों भाषाओं के बीच सामंजस्य की स्थिति लानी होती है। मुहावरे एवं उनका लाक्षणिक प्रयोग, अनेकार्थकता, अर्थ की सामान्यता तथा विशिष्टता, आदि अनेक ऐसे मुद्दे हैं जिनका सामंजस्य करना होता है। व्याकरण की दृष्टि से प्रोक्ति-संरचना एवं प्रकार, वाक्य-संरचना एवं प्रकार तथा पद-संरचना एवं प्रकार सम्बन्धी अनेक ऐसी बातें हैं, जिनका समायोजन अपेक्षित होता है। उदाहरण के लिए, मूलपाठ में प्रयुक्त किसी विशेष अन्तरवाक्ययोजक के लिए लक्ष्यभाषा के पाठ में किसी अन्तरवाक्ययोजक का प्रयोग अपेक्षित न होना, मूलपाठ की कर्मवाच्य संरचना के लिए लक्ष्यभाषा में कर्तृवाच्य संरचना का उपयुक्त होना व्याकरणिक समायोजन के मुद्दे हैं।

संक्रमण का सोपान अनुवाद कार्य की दृष्टि से जितना महत्त्वपूर्ण है, अनुवाद प्रक्रिया के स्पष्टीकरण में उसका अपेक्षाकृत स्वतन्त्र अस्तित्व शेष दो सोपानों की तुलना में उतना स्पष्ट नहीं। बहुधा संक्रमण तथा पुनर्गठन के सोपानों के अन्तर को प्रक्रिया के विशदीकरण में स्थापित करना कठिन हो जाता है। विश्लेषण और पुनर्गठन के सोपानों पर, अनुवादक का कर्तृत्व यदि अपेक्षाकृत स्वतन्त्र होता है, तो संक्रमण के सोपान पर वह कुछ अधीनता की स्थिति में रहता

है। अधिक मुख्य बात यह है कि, अनुवादक को उन सब मुद्दों की चेतना हो जिनका ऊपर वर्णन किया गया है। यदि अनुवाद-प्रशिक्षणार्थी के लिए ये प्रत्यक्ष रूप से उपयोगी माने जाएँ, तो अभ्यस्त अनुवादक के अनुवाद-व्यवहार के ये स्वाभाविक अंग माने जा सकते हैं।

पुनर्गठन

मूलपाठ के सन्देश का अर्थबोध, संक्रमण के सोपान में से होते हुए लक्ष्यभाषा में पुनर्गठित होकर अनुवाद (अनुदित पाठ) का रूप धारण करता है। पुनर्गठन का सोपान लक्ष्यभाषा में मूर्त अभिव्यक्ति का सोपान है। अनुवाद प्रक्रिया की जानकारी के सम्बन्ध में अनुवादकों को पुनर्गठन के सोपान पर पाठ के जिन प्रमुख आयामों की उपयुक्तता पर ध्यान देना अभीष्ट है वे हैं -

- (1) व्याकरणिक संरचना तथा प्रकार,
- (2) शब्दक्रम,
- (3) सहप्रयोग,
- (4) भाषाभेद तथा शैलीगत प्रतिमान।

लक्ष्यभाषागत उपयुक्तता तथा स्वाभाविकता ही इन सबकी आधारभूत कसौटी है। इन गुणों की निष्पत्ति के लिए कई बार दोनों भाषाओं में समानता की स्थिति सहायक होती है, कई बार असमानता की। उदाहरण के लिए, यह आवश्यक नहीं कि मूलभाषा के पदबन्ध के लिए लक्ष्यभाषा का उपयुक्त अनुवाद-पर्याय एक पदबन्ध ही होय यह संरचना एक समस्त पद भी हो सकती है, जैसे, Diploma in translation = अनुवाद डिप्लोमा। देखना यह होता है कि, लक्ष्यभाषा में सन्देश का पुनर्गठन उपर्युक्त घटकों की दृष्टि से उपयुक्तता तथा स्वाभाविकता की स्थिति की निष्पत्ति करें, वे घटक लक्ष्यभाषा की 'आत्मीयता' (जीनियस) तथा परम्परा के अनुरूप हों।

मूलभाषा में व्याकरणिक संरचना के कतिपय तथ्यों का लक्ष्यभाषा में स्वरूप बदल सकता है, यद्यपि यह सदा आवश्यक नहीं होता। उदाहरण के लिए, आंग्ल मूलपाठ की कर्मवाच्य संरचना "Steps have been taken by the Government to meet the situation" को हिन्दी में कर्मवाच्य संरचना में भी प्रस्तुत किया जा सकता है, कर्तृवाच्य संरचना में भी—“स्थिति का सामना करने के लिए सरकार द्वारा कार्यवाही की गई है” स्थिति का सामना करने के लिए सरकार ने कार्यवाही की है।” परन्तु “The meeting was chaired by X” के

लिए हिन्दी में कर्तृवाच्य संरचना “क्ष ने बैठक की अध्यक्षता की” उपयुक्त प्रतीत होता है। ऐसे निर्णय पुनर्गठन के स्तर पर किए जाते हैं। यही बात सहप्रयोग के लिए है। सहप्रयोग प्रत्येक भाषा के अपने-अपने होते हैं। अंग्रेजी में to take a step कहते हैं, तो हिन्दी में ‘कार्यवाही करना’। इस उदाहरण में to take का अनुवाद ‘उठाना’ समझना भूल मानी जाएगी—ये दोनों अपनी-अपनी भाषा में ऐसे शाब्दिक इकाइयों के रूप में प्रयुक्त होते हैं, जिन्हें खण्डित नहीं किया जा सकता।

भाषाभेद के अन्तर्गत, कालगत, स्थानगत और प्रयोजनमूलक भाषाभेदों की गणना होती है। तथापि एक सुगठित पाठ के स्तर पर ये सब शैलीभेद के रूप में देखे जाते हैं। उदाहरण के लिए, पुरानी अंग्रेजी की रचना का हिन्दी में अनुवाद करते समय, पुनर्गठन के सोपान पर अनुवादक को यह निर्णय करना होगा कि, लक्ष्यभाषा के किस भाषाभेद के शैलीगत प्रभाव मूलभाषापाठ के शैलीगत प्रभावों के समकक्ष हो सकते हैं। इस दृष्टि से पुरानी अंग्रेजी के पाठ का पुरानी हिन्दी में भी अनुवाद उपयुक्त हो सकता है, आधुनिक हिन्दी में भी। शैलीगत प्रतिमान को विहंग दृष्टि से दो रूपों में समझाया जाता है—साहित्येतर शैली और साहित्यिक शैली।

साहित्येतर शैली में औपचारिक के विरुद्ध अनौपचारिक तथा तकनीकी के विरुद्ध गैर-तकनीकी, ये दो भेद प्रमुख रूप से मिलते हैं। साहित्यिक शैली में पाठ के विधागत भेदों—गद्य और पद्य, आदि का विशेष रूप से उल्लेख किया जाता है। इस दृष्टि से औपचारिक शैली के मूलपाठ को लक्ष्यभाषा में औपचारिक शैली में ही प्रस्तुत किया जाए, या मूल गद्य रचना को लक्ष्यभाषा में गद्य के रूप में ही प्रस्तुत किया जाए, यह निर्णय लक्ष्यभाषा की परम्परा पर आधारित उपयुक्तता के अनुसार करना होता है। उदाहरण के लिए, भारतीय भाषाओं में गद्य की तुलना में पद्य की परम्परा अधिक पुष्ट है, अतः उनमें मूल गद्य पाठ का यदि पद्यात्मक भाषान्तरण हो, तो वह भी उपयुक्त प्रतीत हो सकता है। सारांश यह कि लक्ष्यभाषा में जो स्भाविक और उपयुक्त प्रतीत हो तथा जो लक्ष्यभाषा की परम्परा के अनुकूल हो—स्वाभाविकता, उपयुक्तता तथा परम्परानुवर्तिता, ये तीनों एक सीमा तक अन्योन्याश्रित हैं—उसके आधार पर लक्ष्यभाषा में सन्देश का पुनर्गठन होता है।

नाइडा की प्रणाली किस प्रकार काम करती है, उसे निम्न उदाहरणों की सहायता से भी समझाया जाता है। सार्वजनिक सूचना के सन्दर्भ से एक उदाहरण इस प्रकार है।

उक्त अनुवाद के अनुसार, 'क' मूलभाषा का पाठ है जो एक सार्वजनिक निर्देश की भाषा का उदाहरण है। यह एक अल्पांग (न्यूनीकृत) वाक्य है। इसके अर्थ को स्पष्ट करने के लिए विश्लेषण की विधि से अनुगामी रूपान्तरण द्वारा अनुवादक इसका बीजवाक्य निर्धारित करता है, यह बीजवाक्य 'य' है, इसी से 'क' व्युत्पन्न है। संक्रमण के सोपान पर 'य' समसंरचनात्मक और समानार्थक वाक्य 'र' है जो पुरोगामी रूपान्तरण द्वारा पुनर्गठन के स्तर पर 'ख' का रूप धारण कर लेता है। 'ख' के दो भेद हैं, दोनों ही शुद्ध माने जाते हैं, उनमें अन्तर शैली की दृष्टि से है। 'प्रवेश वर्जित है' में औपचारिकता है तथा वह सुशिक्षित वर्ग के उपयुक्त है, 'अन्दर आना मना है' में अनौपचारिकता है और उसे सामान्य रूप से सभी के लिए और विशेष रूप से अल्पशिक्षित वर्ग के लिए उपयुक्त माना जाता है, सूचनात्मकता तथा (निषेधात्मक) आदेशात्मकता दोनों में सुरक्षित है।

यहाँ प्रशासनिक अंग्रेजी का निम्नलिखित वाक्य है, जो मूलपाठ है और उक्त अनुवाद के अनुसार 'क' के स्तर पर है –

(2) It becomes very inconvenient to move to the section officer's table along with all the relevant papers a number of times during the day in connection with the above mentioned work.

500px

(1) one moves to the section officer's table.

(2) one moves to the section officer's table, with all the relevant papers.

(3) one moves to the section officer's table, with all the relevant papers, a number of times during the day.

(4) one moves to the section officer's table with all the relevant papers, a number of times during the day, in connection with above mentioned work.

तत्पश्चात् प्रत्यक्ष तथा परोक्ष अनुवाद प्रक्रिया प्रारूपों की तुलना की जाती है। प्रत्यक्ष प्रक्रिया प्रारूप के अनुसार उपर्युक्त वाक्य के निम्नलिखित अनुवाद किए जा सकते हैं (इन्हें 'र' स्तर पर माना जा सकता है) –

“उपर्युक्त कार्य के सम्बन्ध में सभी सम्बन्धित पत्रों को लेकर अनुभाग अधिकारी के पास दिन में अनेक बार जाना असुविधाजनक रहता है” अथवा “यह असुविधाजनक है कि उपर्युक्त कार्य के सम्बन्ध में सभी सम्बन्धित पत्रों को लेकर अनुभाग अधिकारी के पास दिन में अनेक बार जाया जाए।” ‘य’ से ‘र’ पर आना संक्रमण का सोपान है, जिस पर मूलपाठ तथा लक्ष्यभाषा पाठ के

मध्य ताल-मेल बैठाने के प्रयत्न के चिह्न भी मलते हैं। परन्तु परोक्ष प्रक्रिया प्रारूप के अनुसार अनुवादक उपर्युक्त विश्लेषण की विधि का उपयोग करते हैं, और तदनुसार प्रस्तुत वाक्य का उपयुक्त अनुवाद इस प्रकार हो सकता है – “उपर्युक्त काम के सम्बन्ध में सारे सम्बन्धित पत्रों के साथ अनुभाग अधिकारी के पास, जो दिन में कई बार जाना पड़ता है, उसमें बड़ी असुविधा होती है।” यह वाक्य ‘ख’ स्तर पर है तथा पुर्नगठन के सोपान से सम्बन्धित है। उक्त अनुवाद में क्रियाविशेषकों का संयोजन और मूलपाठ के निम्नतर वाक्य की पदबन्धात्मक संरचना—to move to the section officer's table&के स्थान पर अनुवाद में क्रियाविशेषण उपवाक्य की संरचना-‘अनुभाग अधिकारी के पास जो दिन में कई बार जाना पड़ता है’ का प्रयोग, ये दो बिन्दु ध्यान देने योग्य हैं, यह बात अनुवादक या अनुवाद प्रशिक्षणार्थी को स्पष्टता के लिये समझाई जाती है। फलस्वरूप, अनुवाद में स्पष्टता और स्वाभाविकता की निष्पत्ति की अपेक्षा होती है। साथ ही, मूलपाठ में मुख्य उपवाक्य (उच्चतर वाक्य) पर अर्थ की दृष्टि से जो बल अभीष्ट है, वह भी सुरक्षित रहता है।

इन दोनों वाक्यों का अनुवाद तथा विश्लेषण, मुख्य रूप से विश्लेषण की तकनीक तथा उसकी उपयोगिता के स्पष्टीकरण के लिए द्वारा किया गया है। इन दोनों में भाषाभेद तथा भाषा संरचना की अपनी विशेषताएँ हैं, जिन्हें अनुवाद-प्रशिक्षणार्थियों को सैद्धान्तिक तथा प्रणालीवैज्ञानिक भूमिका पर समझाया जाता है और अनुवाद प्रक्रिया तथा अनूदित पाठ की उपयुक्तता की जानकारी के प्रति उसमें आत्मविश्वास की भावना का विकास हो सकता है, जो सफल अनुवादक बनने के लिए अपेक्षित माना जाता है।

न्यूमार्क का चिन्तन

न्यूमार्क (1976) के अनुसार अनुवाद प्रक्रिया का प्रारूप निम्नलिखित आरेख के माध्यम से प्रस्तुत किया जा सकता है—

नाइडा और न्यूमार्क द्वारा प्रस्तावित प्रक्रिया का विहंगावलोकन करने से पता चला है कि दोनों की अनुवाद-प्रक्रिया सम्बन्धी धारणा में कोई मौलिक अन्तर नहीं। बाइबिल अनुवादक होने के कारण नाइडा की दृष्टि प्राचीन पाठ के अनुवाद की समस्याओं से अधिक बँधी दिखी, अतः वे विश्लेषण, संक्रमण तथा पुनर्गठन के सोपानों की कल्पना करते हैं। प्राचीन रचना होने के कारण बाइबिल की भाषा में अर्थग्रहण की समस्या भाषा की व्याकरणिक संरचना से अधिक

जुड़ी हुई है। अतः नाइडा के अनुवाद सम्बन्धी भाषा सिद्धान्त में व्याकरण को विशेष महत्त्व का स्थान प्राप्त होता है। व्याकरणिक गठन से सम्बन्धित अर्थग्रहण में 'विश्लेषण' विशेष सहायक माना जाता है, अतः नाइडा ने सोपान का नामकरण भी 'विश्लेषण' किया।

न्यूमार्क की दृष्टि आधुनिक तथा वैविध्यपूर्ण भाषाभेदों के अनुवाद कार्य की समस्याओं से अनुप्राणित मानी जाती है। अतः वे बोधन तथा अभिव्यक्ति के सोपानों की कल्पना करते हैं। परन्तु वे मूलभाषा पाठ को लक्ष्यभाषा पाठ से भी जोड़ते हैं, जिससे दोनों पाठों का अनुवाद-सम्बन्ध तुलना तथा व्यतिरेक के सन्दर्भ में स्पष्ट हो सके। न्युमार्क भी बोधन के लिए विशिष्ट भाषा सिद्धान्त प्रस्तुत करते हैं, जिसमें वे शब्दार्थविज्ञान को केन्द्रीय महत्त्व का स्थान देते हैं। अपने विभिन्न लेखों में उन्होंने (1981) अपनी सैद्धान्तिक स्थापना का विवरण प्रस्तुत किया है।

शब्द-प्रति-शब्द अनुवाद से जहाँ दोनों भाषाओं के शब्दक्रम का अन्तर स्पष्ट होता है, वहाँ शब्दार्थ स्तर पर दोनों भाषाओं का सम्बन्ध भी प्रकट हो जाता है। अनुवादकों को ज्ञात हो जाता है कि reserved के लिए हिन्दी में 'सुरक्षित' या 'आरक्षित' सही शब्द है, परन्तु Judgement या 'निर्णय' के ऐसे सहप्रयोग में, जैसा कि उपर्युक्त वाक्य में दिखाई देता है, शब्द-प्रति-शब्द अनुवाद करना उपयुक्त न होगा। इससे यह सैद्धान्तिक भी स्पष्ट हो जाता है कि, अनुवाद को दो भाषाओं के मध्य का सम्बन्ध कहने की अपेक्षा दो विशिष्ट भाषा भेदों या दो विशिष्ट पाठों के मध्य का सम्बन्ध कहना अधिक उपयुक्त है, जिसमें अनुवाद की इकाई का आकार, सम्बन्धित भाषाभेद या पाठगत सन्देश की प्रकृति से निर्धारित होता है। प्रस्तुत वाक्य में सम्पूर्ण वाक्य ही अनुवाद की इकाई है, क्योंकि इसमें शब्दों का उपयुक्त अनुवाद अन्योन्याश्रय सम्बन्ध आधारित है। अनुवादक यह भी जान जाते हैं कि, उपर्युक्त वाक्य का हिन्दी समाचार में जो 'निर्णय सुरक्षित रख लिया गया है' यह अनुवाद प्रायः दिखाई देता है वह क्यों अस्वाभाविक, अनुपयुक्त तथा असम्प्रेषणीय-वत् प्रतीत होता है। शब्दशः अनुवाद की उपर्युक्त प्रवृत्ति का प्रदर्शन करने वाले अनुवादों को 'अनुवादाभास' कहा जाता है।

वस्तुतः अनुवाद की प्रक्रिया में आवृत्ति का तत्त्व होता है, अर्थात् अनुवादक दो बार अनुवाद करते हैं। मूलपाठ के बोधन के लिए मूलभाषा में अनुवाद किया जाता है—No admission admission is not allowed, इसी प्रकार लक्ष्यभाषा

में सन्देश के पुनर्गठन या अभिव्यक्ति को लक्ष्यभाषा पाठ का आकार देते हुए हम लक्ष्यभाषा में उसका पुनः अनुवाद करते हैं, 'प्रवेश की अनुमति नहीं है' 'अन्दर आना मना है'। इस प्रकार अन्यभाषिक अनुवाद में दोनों भाषाओं के स्तर पर समभाषिक अनुवाद की स्थिति आती है। इन्हें क्रमशः बोधनात्मक अनुवाद (डिकोडिंग ट्रांसलेशन) पुनरभिव्यक्तिमूलक अनुवाद (रि-इनकोडिंग ट्रांसलेशन) कहा जाता है।

बोधनात्मक अनुवाद साधन रूप हैं-मूलपाठ के अर्थ को स्पष्ट करने के लिए किया गया है। पुनरभिव्यक्तिमूलक अनुवाद साध्य रूप है-वास्तविक अनूदित पाठ। यदि एक अभ्यस्त अनुवादक के यह अर्ध-औपचारिक या अनौपचारिक रूप में होता है, तो अनुवाद-प्रशिक्षणार्थी के लिए इसके औपचारिक प्रस्तुतीकरण की आवश्यकता और उपयोगिता होती है जिससे वह अनुवाद-प्रक्रिया को (अनुभवस्तर के साथ-साथ) ज्ञान के स्तर पर भी आत्मसात् कर सके।

बाथगेट का चिन्तन

बाथगेट (1980) अपने प्रारूप को सक्रियात्मक प्रारूप कहते हैं, जो अनुवाद कार्य की व्यावहारिक प्रकृति से विशेष मेल खाने के साथ-साथ नाइडा और न्यूमार्क के प्रारूपों से अधिक व्यापक माना जाता है।

इसमें सात सोपानों की कल्पना की गई है, जिनमें से पर्यालोचन के सोपान के अतिरिक्त शेष सर्व में अतिव्याप्ति का अवकाश माना जाता है (जो असंगत नहीं) परन्तु सैद्धान्तिक स्तर पर इनके अपेक्षाकृत स्वतन्त्र अस्तित्व को मान्यता प्रदान की गई है। मूलभाषा पाठ का मूल जानना और तदनुसार अपनी मानसिकता का मूलपाठ से तालमेल बैठाना समन्वयन है। यह सोपान मूलपाठ के सब पक्षों के धूमिल से अवबोधन पर आधारित मानसिक सज्जता का सोपान है, जो अनुवाद कार्य में प्रयुक्त होने की अभिप्रेरणा की व्याख्या करता है तथा अनुवाद की कार्यनीति के निर्धारण के लिए आवश्यक भूमिका निर्माण का स्पष्टीकरण प्रस्तुत करता है।

विश्लेषण और बोधन के सोपान (नाइडा और न्यूमार्क-वत्) पूर्ववत् हैं। पारिभाषिक अभिव्यक्तियों के अन्तर्गत बाथगेट उन अंशों को लेते हैं, जो मूलपाठ के सन्देश की निष्पत्ति में अन्य अंशों की तुलना में विशेष महत्त्व के हैं और जिनके अनुवाद पर्यायों के निर्धारण में विशेष ध्यान देने की आवश्यकता वो मानते हैं। पुनर्गठन भी पहले के ही समान है। पुनरीक्षण के अन्तर्गत अनूदित पाठ का

सम्पूर्ण अन्वेषण आता है। हस्तलेखन या टंकण की त्रुटियों को दूर करने के अतिरिक्त अभिव्यक्ति में व्याकरणनिष्ठता, परिष्करण, श्रुतिमधुरता, स्पष्टता, स्वाभाविकता, उपयुक्तता, सुरुचि, तथा आधुनिक प्रयोग रूढ़ि की दृष्टि से अनूदित पाठ का आवश्यक संशोधन पुनरीक्षण है। यह कार्य प्रायः अनुवादक से भिन्न व्यक्ति, अनुवादक से यथोचित् सहायता लेते हुए, करता है। यदि स्वयं अनुवादक को यह कार्य करना हो तो अनुवाद कार्य तथा पुनरीक्षण कार्य में समय का इतना व्यवधान अवश्य हो कि अनुवादक अनुवाद कार्य कालीन स्मृति के पाश से मुक्तप्राय होकर अनूदित पाठ के प्रति तटस्थ और आलोचनात्मक दृष्टि अपना सके तथा इस प्रकार अनुवादक से भिन्न पुनरीक्षक के दायित्व का वहन कर सके। पर्यालोचन के सोपान में विषय विशेषज्ञ और अनुवादक के मध्य संवाद के द्वारा अनूदित पाठ की प्रामाणिकता की पुष्टि का प्रावधान है। जिन पाठों की विषयवस्तु प्रामाणिकता की अपेक्षा रखती है—जैसे विधि, प्रकृतिविज्ञान, समाज विज्ञान, प्रौद्योगिकी, आदि—उनमें पर्यलोचन की उपयोगिता स्पष्ट होती है।

एक उदाहरण के द्वारा बाथगेट के प्रारूप को स्पष्ट किया जाता है। मूलभाषा पाठ है किसी ट्रक पर लिखा हुआ सूचना वाक्यांश Public Carrier. इसके अनुवाद की मानसिक सज्जता करते समय अनुवादक को यह स्पष्ट होता है कि, इस वाक्यांश का उद्देश्य जनता को ट्रक की उपलब्धता के विषय में एक विशिष्ट सूचना देना है। इस वाक्यांश के सन्देश में जहाँ प्रभावपरक या सम्बोधनात्मक (श्रोता केन्द्रित) प्रकार्य की सत्ता है, वहाँ सूचनात्मक प्रकार्य भी इस दृष्टि से उपस्थित है कि, उसका विधिक्षेत्रीय और प्रशासनिक पक्ष है—इन दोनों दृष्टियों से ऐसे ट्रक पर कुछ प्रतिबन्ध लागू होते हैं। अतः कुल मिलाकर यह वाक्यांश सम्प्रेषण केन्द्रित प्रणाली के द्वारा अनूदित होने योग्य है। विश्लेषण के सोपान पर अनुगामी रूपान्तरण के द्वारा अनुवादक इसका बोधनात्मक अनुवाद करते हुए बीजवाक्य या वाक्यांश निर्धारित करते हैं—It carries goods of the public = Carrier of public goods. बोधन के सोपान पर अनुवादक को यह स्पष्ट होता है कि, प्ज बंद इम पीतमक = “इसे भाड़े पर लिया जा सकता है।” पारिभाषिक अभिव्यक्ति के सोपान पर अनुवादक इसे विधि-प्रशासनिक अभिव्यक्ति के रूप में पहचानते हैं, जिसके सन्देश के अनुवाद को सम्प्रेषणीय बनाते हुए अनुवादक को उसकी विशुद्धता को भी यथोचित् रूप से सुरक्षित रखना है। पुनर्गठन के सोपान पर अनुवादक के सामने इस वाक्यांश के दो अनुवाद हैं—‘लोकवाहन’ (उत्तर प्रदेश में प्रचलित) और ‘भाड़े का ट्रक’ (बिहार में

प्रचलित)। पिछले सोपानों की भूमिका पर अनुवादक के सामने यह स्पष्ट हो जाता है कि-‘लोकवाहन’ में सन्देश का वैधानिक पक्ष भले सुरक्षित हो परन्तु यह सम्प्रेषण के उद्देश्य की पूर्ति नहीं कर पाता। इस अभिव्यक्ति से साधारण पढ़े-लिखे को यह तुरन्त पता नहीं चलता कि लोकवाहन का उसके लिए क्या उपयोग है। इसको सम्प्रेषणीय बनाने के लिए इसका पुनरभिव्यक्तिमूलक (समभाषिक) अनुवाद अपेक्षित है-‘भाड़े का ट्रक’-जिससे जनता को यह स्पष्ट हो जाता है कि, इस ट्रक का उसके लिए क्या उपयोग है। मूल अभिव्यक्ति इतनी छोटी तथा उसकी स्वीकृत अनुवाद ‘भाड़े का ट्रक’ इतना स्पष्ट है कि, इसके सम्बन्ध में पुनरीक्षण तथा पर्यालोचन के सोपान अपेक्षित नहीं, ऐसा कहा जाता है।

निष्कर्ष

अनुवाद प्रक्रिया के विभिन्न प्रारूपों के विवेचन से निष्कर्षस्वरूप दो बातें स्पष्टतः मानी जाती हैं। पहली, अनुवाद प्रक्रिया एक क्रमिक प्रक्रिया है, जिसमें तीन स्थितियाँ बनती हैं -

- (क) अनुवादपूर्व स्थिति-अनुवाद कार्य के सन्दर्भ को समझना। किस पाठसामग्री का, किस उद्देश्य से, किस कोटि के पाठक के लिए, किस माध्यम में, अनुवाद करना है, आदि इसके अन्तर्गत है।
- (ख) अनुवाद कार्य की स्थिति-मूलभाषा पाठ का बोधन, संक्रमण, लक्ष्य भाषा में अभिव्यक्ति।
- (ग) अनुवादोत्तर स्थिति-अनूदित पाठ का पुनरीक्षण-सम्पादन तथा इस प्रकार अन्ततः ‘सुरचित’ पाठ की निष्पत्ति।

दूसरी बात यह है कि अनुवाद, मूलपाठ के बोधन तथा लक्ष्यभाषा में अभिव्यक्ति, इन दो ध्रुवों के मध्य निरन्तर होते रहने वाली प्रक्रिया है, जो सीधी और प्रत्यक्ष न होकर घुमावदार तथा परोक्ष है। वह मध्यवर्ती स्थिति जिसके जरिए यह प्रक्रिया सम्पन्न होती है, एक वैचारिक संज्ञानात्मक संरचना है, जो मूलपाठ के बोधन (जिसके लिए आवश्यकतानुसार विश्लेषण की सहायता लेनी होती है) से निष्पन्न होती है तथा जिसमें लक्ष्यभाषागत अभिव्यक्ति के भी बीज निहित रहते हैं। यह भाषा विशेष सापेक्ष शब्दों के बन्धन से मुक्त शुद्ध अर्थमयी सत्ता है। इस मध्यवर्ती संरचना का अधिष्ठान अनुवादक का मस्तिष्क होता है।

सांस्कृतिक-संरचनात्मक दृष्टि से अपेक्षाकृत निकट भाषाओं में इस वैचारिक संरचना की सत्ता की चेतना अपेक्षाकृत स्पष्ट होती है। वैचारिक स्तर

पर स्थित होने के कारण इसकी भौतिक सत्ता नहीं होती-भाषिक अभिव्यक्ति के स्तर पर यह यथातथ रूप में एक यथार्थ का रूप ग्रहण नहीं करती, यदि अनुवादक भाषिक स्तर पर इसे अभिव्यक्त भी करते हैं, तो केवल सैद्धान्तिक आवश्यकता की दृष्टि से, जिसमें विश्लेषण के रूप में कुछ वाक्यों तथा वाक्यांशों का पुनर्लेखन अन्तर्भूत होता है। परन्तु यह भी सत्य है कि यही वह संरचना है, जो अनूदित होकर लक्ष्यभाषा पाठ में परिणत होती है। इस बात को अन्य शब्दों में भी कहा जाता है कि, अनुवादक मूलभाषापाठ की वैचारिक संरचना का अनुवाद करता है परन्तु अनुवाद की प्रक्रिया की यह आन्तरिक विशेषता है कि जो संरचना अन्ततोगत्वा लक्ष्य भाषा में अनूदित होती है, वह है मध्यवर्ती वैचारिक संरचना जो मूलपाठ की वैचारिक संरचना के अनुवादक कृत बोध से निष्पन्न है!

अनुवाद प्रक्रिया के इस निरूपण से सैद्धान्तिक स्तर पर दो बातों का स्पष्टीकरण होता है। एक, मूलभाषापाठ के अनुवादकीय बोध से निष्पन्न वैचारिक संरचना ही क्योंकि लक्ष्यभाषापाठ का रूप ग्रहण करती है, अतः अनुवादक भेद से अनुवाद भेद दिखाई पड़ता है। दूसरे, उपर्युक्त वैचारिक संरचना विशिष्ट भाषा निरपेक्ष (या उभय भाषा सापेक्ष) होती है-उसमें दोनों भाषाओं (मूल तथा लक्ष्य) के माध्यम से यथासम्भव समान तथा निकटतम रूप में अभिव्यक्त होने की संभाव्यता होती है। मूलभाषापाठ का सन्देश जो अनूदित हो जाता है उसकी यह व्याख्या है।

अनुवाद प्रक्रिया की प्रकृति

अनुवाद प्रक्रिया के उपर्युक्त विवरण के आधार पर अनुवाद प्रक्रिया की प्रकृति के परस्पर सम्बद्ध तीन मूलतत्त्व निर्धारित किए जाते हैं-सममूल्यता, द्वन्द्वत्मकता, और अनुवाद परिवृत्ति।

सममूल्यता

अनुवाद कार्य में अनुवादक मूलभाषापाठ के लक्ष्यभाषागत पर्यायों से जिस समानता की बात करता है, वह मूल्य (वैल्यू) की दृष्टि से होती है। यह मूल्य का तत्त्व भाषा के शब्दार्थ तथा व्याकरण के तथ्यों तक सीमित नहीं होता, अपितु प्रायः उनसे कुछ अधिक तथा भाषाप्रयोग के सन्दर्भ से (आन्तरिक और बाह्य दोनों) से उद्भूत होता है। वस्तुतः यह एक पाठसंकेतवैज्ञानिक संकल्पना है तथा

सन्देश स्तर की समानता से जुड़ी है। भाषा के भाषावैज्ञानिक विश्लेषण में अर्थ के स्तर पर पर्यायता या अन्ययांतर सम्बन्ध पर आधारित होते हुए भी सममूल्यता सन्देश का गुण है, जिसमें पाठ का उसकी समग्रता में ग्रहण होता है। यह अवश्य है कि सममूल्यता के निर्धारण में पाठसंकेतविज्ञान के तीन घटकों के अधिक्रम का योगदान रहता है—वाक्यस्तरीय सममूल्यता पर अर्थस्तरीय सममूल्यता को प्राधान्य मिलता है तथा अर्थस्तरीय सममूल्यता पर सन्दर्भस्तरीय सममूल्यता को मान्यता दी जाती है। दूसरे शब्दों में, यदि दोनों भाषाओं में वाक्यरचना के स्तर पर सममूल्यता स्थापित न हो तो अर्थस्तरीय सममूल्यता निर्धारित करनी होगी, और यदि अर्थस्तरीय सममूल्यता निर्धारित न हो सके, तो सन्दर्भस्तरीय सममूल्यता को मान्यता देनी होगी। उदाहरण के लिए, “The meeting was chaired by X” (कर्मवाच्य) के हिन्दी अनुवाद “क्ष ने बैठक की अध्यक्षता की” (कर्तृवाच्य) में सममूल्यता का निर्धारण वाक्य स्तर से ऊपर अर्थ स्तर पर हुआ है, क्योंकि दोनों की वाक्यरचनाओं में वाच्य की दृष्टि से असमानता है। इसी प्रकार, What time is it? के हिन्दी अनुवाद ‘कितने बजे हैं?’ (न कि समय क्या है जो हिन्दी का सहज प्रयोग न होकर अंग्रेजी का शाब्दिक अनुवाद ही अधिक प्रतीत होता है) के बीच सममूल्यता का निर्धारण अर्थस्तर से ऊपर सन्दर्भ-समय पृष्ठना, जो एक दैनिक सामाजिक व्यवहार का सन्दर्भ है—के स्तर पर हुआ है। इस प्रकार सममूल्यता की स्थिति पाठसंकेत के संघटनात्मक पक्ष में होने के साथ-साथ सम्प्रेषणात्मक पक्ष में भी होती है, जिसमें सम्प्रेषणात्मक पक्ष का स्थान संघटनात्मक पक्ष से ऊपर होता है।

सममूल्यता को पाठसंकेतवैज्ञानिक संकल्पना मानने से व्यवहार में जो छूट मिलती है, वह सम्प्रेषण की मान्यता पर आधारित अनुवाद कार्य की आवश्यकताओं को पूरा करने में समर्थ है। मूलभाषा का पाठ किस भाषाभेद (प्रयुक्ति) से सम्बन्धित है, उसका उद्दिष्ट/सम्भावित पाठक कौन है (उसका शैक्षिक-सांस्कृतिक स्तर क्या है), अनुवाद करने का उद्देश्य क्या है—इन तथ्यों के आधार पर अनुवाद सममूल्यों का निर्धारण होता है। इस प्रक्रिया में वे यदि कभी शब्दार्थगत पर्यायों तथा गठनात्मक संरचनाओं की सम्वादिता से कभी-कभी भिन्न हो सकते हैं, तो कुछ प्रसंगों में उनसे अभिन्न, अतएवं तद्रूप होने की सम्भावना को नकारा भी नहीं किया जा सकता। यह ठीक है कि भाषाएँ संरचना, शैलीय प्रतिमान आदि की दृष्टि से अंशतः असमान होती हैं और यह भी ठीक है कि वे अंशतः समान भी होती हैं, मुख्य बात यह है कि उन समान तथा असमान बिन्दुओं को पहचाना

जाए। सम्प्रेषण के सन्दर्भ में समानता एक लचीली स्थिति बन जाती है। अनुवाद में मूल्यगत समानता ही उपलब्ध करनी होती है। अनुवादगत सममूल्यता लक्ष्य भाषापाठ की दृष्टि से यथासम्भव स्वाभाविक तथा मूलभाषापाठ के यथासम्भव निकटतम होती है। इसका एक उल्लेखनीय गुण है। गत्यात्मकता, जिसका तात्पर्य यह है कि अनुवाद के पाठक की अनुवाद सममूल्यों के प्रति वही स्वीकार्यता है जो मूल के पाठकों की मूल की सम्बद्ध अभिव्यक्तियों के प्रति है। स्वीकार्यता या प्रतिक्रिया की यह समानता उभयपक्षीय होने से गतिशील है, और यही अनुवाद सममूल्यता की गत्यात्मकता है।

द्वन्द्वात्मकता

अनुवाद का सम्बन्ध दो स्थितियों के साथ है। इसे अनुवादक द्वन्द्वात्मकता कहते हैं। यह द्वन्द्वात्मकता केवल भाषा के आयाम तक सीमित नहीं, अपितु समस्त अनुवाद परिस्थिति में व्याप्त है। इसकी मूल विशेषता है सन्तुलन, सामंजस्य या समझौता। एक प्रक्रिया, सम्बन्ध, और निष्पत्ति के रूप में अनुवाद की द्वन्द्वात्मकता के विभिन्न आयामों को इस प्रकार निरूपित किया जाता है –

(क) अनुवाद का बाह्य सन्दर्भ

1. अनुवाद में, मूल लेखक तथा दूसरे पाठक (अनुवाद का पाठक) के बीच सम्पर्क स्थापित होता है। मूल लेखक और दूसरे पाठक के बीच देश या काल या दोनों की दृष्टि से दूरी या निकटता से द्वन्द्वात्मकता के स्वरूप में अन्तर आता है। स्थान की दृष्टि से मूल लेखक तथा पाठक दोनों ही विदेशी हो सकते हैं, स्वदेशी हो सकते हैं, या इनमें से एक विदेशी और एक स्वदेशी हो सकता है। काल की दृष्टि से दोनों अतीतकालीन हो सकते हैं, दोनों समकालीन हो सकते हैं, या लेखक अतीत का और पाठक समसामयिक हो सकता है। इन सब स्थितियों से अनुवाद प्रक्रिया प्रभावित होती है।
2. अनुवाद में, मूल लेखक और अनुवादक में सन्तुलन अपेक्षित होता है। अनुवादक को मूल लेखक की चिन्तन पद्धति और अभिव्यक्ति पद्धति के साथ अपनी चिन्तन पद्धति तथा अभिव्यक्ति पद्धति का सामंजस्य स्थापित करना होता है।

3. अनुवाद में, अनुवादक तथा अनुवाद के पाठक के मध्य अनुबन्ध होता है। अनुवादक का अनुवाद करने का उद्देश्य वही हो जो अनुवाद के पाठक का अनुवाद पढ़ने के सम्बन्ध में है। अनुवादक के लिए आवश्यक है कि वह अपने भाषा प्रयोग को अनुवाद के सम्भावित पाठक की बोधनक्षमता के अनुसार ढाले।
4. अनुवाद में, अनुवादक की व्यक्तिगत रुचि (अनुवाद कार्य तथा अनुवाद सामग्री दोनों की दृष्टि से) तथा उसकी व्यावसायिक आवश्यकता का समन्वय अपेक्षित है।
5. अपनी प्रकृति की दृष्टि से पूर्ण अनुवाद असम्भव है तथा अनूदित रचना मूल रचना के पूर्णतया समान नहीं हो सकती, परन्तु सामाजिक-सांस्कृतिक तथा राजनीतिक-आर्थिक दृष्टि से अनुवाद कार्य न केवल महत्वपूर्ण है अपितु आवश्यक और सुसंगत भी। एक सफल अनुवाद में उक्त दोनों स्थितियों का सन्तुलन होता है।

(ख) अनुवाद का आन्तरिक सन्दर्भ

6. अनुवाद में, दो भाषाओं के मध्य सम्बन्ध के परिप्रेक्ष्य में, एक और भाषा-संरचना (सन्दर्भरहित) तथा भाषा-प्रयोग (सन्दर्भसहित) के मध्य द्वन्द्वात्मक सम्बन्ध स्पष्ट होता है, तो दूसरी ओर भाषा-प्रयोग के सामान्य पक्ष और विशिष्ट पक्ष के मध्य सन्तुलन की स्थिति उभरकर सामने आती है।
7. अनुवाद में, दो भाषाओं की विशिष्ट प्रयुक्तियों के दो विशिष्ट पाठों के मध्य विभिन्न स्तरों और आयामों पर समायोजन अपेक्षित होता है। ये स्तर/आयाम हैं-व्याकरणिक गठन, शब्दकोश के स्तर, शब्दक्रम की व्यवस्था, सहप्रयोग, शब्दार्थ, व्यवस्था, भाषाशैली की रूढ़ियाँ, भाषा-प्रकार, पाठ प्रकार, साहित्यिक सामाजिक-सांस्कृतिक रूढ़ियाँ।
8. गुणात्मक दृष्टि से अनुवाद में विविध प्रकार के सन्तुलन दिखाई देते हैं। किसी भी पाठ का सब स्तरों/आयामों पर पूर्ण अनुवाद असम्भव है, परन्तु सब प्रकार के पाठों का अनुवाद सम्भव है। एक सफल अनुवाद में निम्नलिखित युग्मों के घटक सन्तुलन की स्थिति में दिखाई देते हैं-विशुद्धता और सम्प्रेषणीयता, रूपनिष्ठता और प्रकार्यात्मकता, शाब्दिकता

और स्वतन्त्रता, मूलनिष्ठता और सुन्दरता (रोचकता), और उद्विक्तता तथा सामासिकता। तदनुसार एक सफल अनुवाद जितना सम्भव हो, उतना विशुद्ध, रूपनिष्ठ, शाब्दिक, और मूलनिष्ठ होता है तथा जितना आवश्यक हो उतना सम्प्रेषणीय प्रकार्यात्मक, स्वतन्त्र, और सुन्दर (रोचक) होता है। इसी प्रकार एक सफल अनुवाद में उद्विक्तता (सूचना की दृष्टि से मूलपाठ की अपेक्षा लम्बा होना) की प्रवृत्ति है, परन्तु लक्ष्यभाषा प्रयोग के कौशल की दृष्टि से उसका संक्षिप्त होना वांछित होता है।

9. कार्यप्रणाली की दृष्टि से, क्षतिपूर्ति के नियम के अनुसार अनुवाद में मुख्यतया निम्नलिखित युगों के घटकों में सह-अस्तित्व दिखाई देता है—छूटना-जुड़ना (सूचना के स्तर पर) और आलंकारिकता-सुबोधता (अभिव्यक्ति के स्तर पर)। लक्ष्यभाषा में व्यक्त सन्देश के सौष्ठवपूर्ण पुनर्गठन के लिए मूल पाठ में से कुछ छूटना तथा लक्ष्यभाषा पाठ में कुछ जुड़ना अवश्यम्भावी है। यदि कुछ छूटेगा तो कुछ जुड़ेगा भी, विशेष बात यह है कि न छूटने लायक यथासम्भव छूटे नहीं तथा न जुड़ने लायक जुड़े नहीं। मूलपाठ की कुछ आलंकारिक अभिव्यक्तियाँ, जैसे रूपक, अनुवाद में जब लक्ष्यभाषा में संक्रान्त नहीं हो पातीं तो अनलंकृत अभिव्यक्तियों का प्रयोग करना होता है—अलंकार की प्रभावोत्पादकता का स्थान सामान्य कथन की सुबोधता ले लेती है। यही बात विपरीत ढंग से भी हो सकती है—मूल की सुबोध अभिव्यक्ति के लिए लक्ष्यभाषा में एक अलंकृत अभिव्यक्ति का चयन कर लिया जाता है, परन्तु वह लक्ष्यभाषा की बहुप्रचलित रूढ़ि हो जो प्रभावोत्पादक होने के साथ-साथ सुबोध भी हो ये अत्यावश्यक होता है।

द्वन्द्वात्मकता के विभिन्न आयामों के विवेचन से अनुवादसापेक्ष सम्प्रेषण की प्रकृति पर व्यापक प्रकाश पड़ता है। यह सन्तुलन जितना स्वीकार्य होता है, अनुवाद उतना ही सफल प्रतीत होता है।

अनुवाद परिवृत्ति

अनुवाद कार्य में अनुवाद परिवृत्ति एक अवश्यम्भावी तथा वांछनीय एवं स्वाभाविक स्थिति है। परिवृत्ति से अभिप्राय है दोनों भाषाओं के मध्य विभिन्न स्तरीय सम्वादिता से विचलन। विचलन की दो स्थितियाँ हो सकती हैं—अनिवार्य तथा ऐच्छिक। अनिवार्य विचलन भाषा की शब्दार्थगत एवं व्याकरणिक संरचना

का अन्तरंग है, उदाहरण के लिए मराठी नपुंसकलिंग संज्ञा हिन्दी में पुल्लिंग या स्त्रीलिंग संज्ञा के रूप में ही अनूदित होगी। कुछ इसी प्रकार की बात अंग्रेजी वाक्य I have fever के हिन्दी अनुवाद 'मुझे ज्वर है' के लिए कही जा सकती है, क्योंकि 'मैं ज्वर रखता हूँ' हिन्दी में सम्प्रेषणात्मक तथ्य के रूप में स्वीकृत नहीं। ऐच्छिक विचलन में विकल्प की व्यवस्था होती है। अंग्रेजी "The rule states that" को हिन्दी में दो रूपों में कहा जा सकता है—“इस नियम में यह व्यवस्था है कि/कहा गया है कि” या “यह नियम कहता है कि”। इन दोनों में पहला वाक्य हिन्दी में स्वाभाविक प्रतीत होता है, उतना दूसरा नहीं यद्यपि अब यह भी अधिक प्रचलित माना जाता है। एक उपयुक्त अनुवाद में पहले अनुवाद को प्राथमिकता मिलेगी। अनुवाद के सन्दर्भ में ऐच्छिक विचलन की विशेष प्रासंगिकता इस दृष्टि से है कि इससे अनुवाद को स्वाभाविक बनाने में सहायता मिलती है। अनिवार्य विचलन, तुलनात्मक-व्यतिरेकी भाषा विश्लेषण का एक सामान्य तथ्य है, जिसमें अनुवाद का प्रयोग एक उपकरण के रूप में किया जाता है।

अनुवाद-परिवृत्ति की संकल्पना

अनुवाद-परिवृत्ति की संकल्पना का सम्बन्ध प्रधान रूप से व्याकरण के साथ माना गया है। यह दो रूपों में दिखाई देता है—व्याकरणिक शब्दों की परिवृत्ति तथा व्याकरणिक कोटियों की परिवृत्ति।

व्याकरणिक शब्दों की परिवृत्ति

व्याकरणिक शब्दों की परिवृत्ति का एक उदाहरण उपर्युक्त वाक्ययुग्म में दिखाई देता है। अंग्रेजी का निर्धारक या निश्चयात्मक आर्टिकल जीम हिन्दी में (सार्वनामिक) संकेतवाचक विशेषण 'यह/इस' हो गया है, यद्यपि यह अनिवार्य विचलन के अन्तर्गत है।

व्याकरणिक कोटियों की परिवृत्ति

व्याकरणिक कोटियों की परिवृत्ति में अनुवादक दो भेदों की ओर विशेष ध्यान देते हैं—व्याकरणिक कोटियों की परिवृत्ति तथा श्रेणी-परिवृत्ति। वाक्य में व्याकरणिक कोटियों की विन्यासक्रमात्मक संरचना में परिवृत्ति का उदाहरण है अंग्रेजी के सकर्मक वाक्य में प्रकार्यात्मक कोटियों के क्रम, कर्ता + क्रिया + कर्म, का हिन्दी में बदलकर कर्ता + कर्म + क्रिया हो जाना। यह परिवृत्ति के अनिवार्य

विचलन के अन्तर्गत है, अतः व्यतिरेक है। श्रेणी परिवृत्ति का प्रसिद्ध उदाहरण है मूलभाषा के पदबन्ध का लक्ष्यभाषा में उपवाक्य हो जाना या उपवाक्य का पदबन्ध हो जाना। अंग्रेजी-हिन्दी अनुवाद में इस प्रकार की परिवृत्ति के उदाहरण प्रायः मिल जाते हैं - भारतीय रेलों में सुरक्षा सम्बन्धी निर्देशावली के अंग्रेजी पाठ का शीर्षक है-“Travel safely” (उपवाक्य) और हिन्दी पाठ का शीर्षक है-‘सुरक्षा के उपाय’ (पदबन्ध), जबकि अंग्रेजी में भी एक पदबन्ध हो सकता है-“Measures of safety.” इसी प्रकार पदस्तरीय, विशेषतः समस्त पद के स्तर की, इकाई का एक पदबन्ध के रूप में अनूदित होने के उदाहरण भी प्रायः मिल जाते हैं-अंग्रेजी “She is a good natured girl” = “वह अच्छे स्वभाव की लड़की है” (‘वह एक सुशील लड़की है’ में परिवृत्ति नहीं है)। श्रेणी परिवृत्ति के दोनों उदाहरण ऐच्छिक विचलन के अन्तर्गत हैं। अंग्रेजी से हिन्दी के अनुवाद के सन्दर्भ में, विशेषतया प्रशासनिक पाठों के अनुवाद के सन्दर्भ में, पाई जाने वाली प्रमुख अनुवाद परिवृत्तियाँ निम्नलिखित हैं -

- (1) अं. निर्जीव कर्ता युक्त सकर्मक संरचना = हि. अकर्मकीकृत संरचना-

The rule states that = इस नियम में यह व्यवस्था है कि।

- (2) अं. कर्मवाच्यध्कर्तृवाच्य = हि. कर्तृवाच्यध्कर्मवाच्य -

The meeting was chaired by X = क्ष ने बैठक की अध्यक्षता की।

I cannot drink milk now = मुझसे अब दूध नहीं पिया जाएगा।

- (3) अं. पूर्वसर्गयुक्त/वर्तमानकालिक कृदन्त पदबन्ध = हि. उपवाक्य -
(They are further requested) to issue instructions = (उनसे अनुरोध है कि) वे अनुदेश जारी करें।

- (4) अं. उपवाक्य = हि. पदबन्ध -

(This may be kept pending) till a decision is taken on the main file = मुख्य मिसिल पर निर्णय होने तक (इसे रोक रखिए)।

अनुवादक एवं इंटरप्रेटर

अनुवाद एक लिखित विधा है, जिसे करने के लिए कई साधनों की जरूरत पड़ती है। शब्दकोश, संदर्भ ग्रंथ, विषय विशेषज्ञ या मार्गदर्शक की मदद

से अनुवाद कार्य को पूरा किया जाता है। इसकी कोई समय सीमा नहीं होती। अपनी इच्छानुसार अनुवादक इसे कई बार शुद्धीकरण के बाद पूरा कर सकता है। इंटरप्रेटेशन यानी भाषांतरण एक भाषा का दूसरी भाषा में मौखिक रूपांतरण है। इसे करने वाला इंटरप्रेटर कहलाता है। इंटरप्रेटर का काम तात्कालिक है। वह किसी भाषा को सुन कर, समझ कर दूसरी भाषा में तुरंत उसका मौखिक तौर पर रूपांतरण करता है। इसे मूल भाषा के साथ मौखिक तौर पर आधा मिनट पीछे रहते हुए किया जाता है। बहुत कुछ यांत्रिक ढंग का भी होता है।

अनुवाद के प्रकार

साहित्यिक अनुवाद,
तकनीकी अनुवाद,
चिकित्सकीय अनुवाद,
अनुवाद की तकनीकें।

मशीनी अनुवाद

कम्प्यूटर और साफ्टवेयर की क्षमताओं में अत्यधिक विकास के कारण आजकल अनेक भाषाओं का दूसरी भाषाओं में मशीनी अनुवाद सम्भव हो गया है। यद्यपि इन अनुवादों की गुणवत्ता अभी भी संतोषप्रद नहीं कही जा सकती, तथापि अपने इस रूप में भी यह मशीनी अनुवाद कई अर्थों में और अनेक दृष्टियों से बहुत उपयोगी सिद्ध हो रहा है। जहाँ कोई चारा न हो, वहाँ मशीनी अनुवाद से कुछ न कुछ अर्थ तो समझ में आ ही जाता है।

मशीनी अनुवाद की दिशा में आने वाले दिनों में काफी प्रगति होने वाली है। मशीनी अनुवाद के कारण दुनिया में एक नयी क्रान्ति आयेगी।

5

अंतरजाल

इंटरनेट (अंतरजाल) (विश्व में डिवाइसों को लिंक करने के लिए इंटरनेट प्रोटोकॉल सूट (टीसीपी/आईपी) का उपयोग करने वाले इंटरकनेक्टेड कंप्यूटर नेटवर्क की वैश्विक प्रणाली है। जिसमें निजी, सार्वजनिक, शैक्षिक, व्यवसाय और वैश्विक नेटवर्क के सरकारी नेटवर्क शामिल हैं, जो कि इलेक्ट्रॉनिक, वायरलेस, और ऑप्टिकल नेटवर्किंग प्रौद्योगिकियों की व्यापक श्रेणी से जुड़ा हुआ है। इंटरनेट में सूचना संसाधनों और सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला है, जैसे इंटर लिंक किए गए हाइपरटेक्स्ट दस्तावेज और वर्ल्ड वाइड वेब (डबल्यूडबल्यूडबल्यू), इलेक्ट्रॉनिक मेल, टेलीफोनी और फाइल साझाकरण के अनुप्रयोग।

1960 के दशक में इंटरनेट नेटवर्क की उत्पत्ति संयुक्त राज्य संघीय सरकार द्वारा कंप्यूटर नेटवर्क के माध्यम से मजबूत, गलती-सहिष्णु संचार के निर्माण के लिए शुरू की गई थी। 1990 के शुरुआती दिनों में वाणिज्यिक नेटवर्क और उद्यमों को जोड़ने से आधुनिक इंटरनेट पर संक्रमण की शुरुआत हुई, और तेजी से वृद्धि के कारण संस्थागत, व्यक्तिगत और मोबाइल कंप्यूटर नेटवर्क से जुड़े थे। 2000 के दशक के अंत तक, इसकी सेवाओं और प्रौद्योगिकियों को रोजमर्रा की जिंदगी के लगभग हर पहलू में शामिल किया गया था।

टेलीफोनी, रेडियो, टेलीविजन, पेपर मेल और अखबारों सहित अधिकांश पारंपरिक संचार मीडिया, ईमेल द्वारा पुनर्निर्मित, पुनर्निर्धारित, या इंटरनेट से दूर किए जाने वाले ईमेल सेवाओं, इंटरनेट टेलीफोनी, इंटरनेट टेलीविजन, ऑनलाइन संगीत, डिजिटल समाचार पत्र, और वीडियो स्ट्रीमिंग वेबसाइटें अखबार, पुस्तक

और अन्य प्रिंट प्रकाशन वेबसाइट प्रौद्योगिकी के अनुकूल हैं, या ब्लॉगिंग, वेब फीड्स और ऑनलाइन समाचार एग्रीगेटर्स में पुनः स्थापित किए जा रहे हैं। इंटरनेट ने त्वरित मैसेजिंग, इंटरनेट फोरम और सोशल नेटवर्किंग के माध्यम से व्यक्तिगत इंटरैक्शन के नए रूपों को सक्षम और त्वरित किया है। ऑनलाइन खुदरा विक्रेताओं और छोटे व्यवसायों और उद्यमियों के लिए ऑनलाइन खरीदारी तेजी से बढ़ी है, क्योंकि यह कंपनियों को एक बड़े बाजार की सेवा या पूरी तरह से ऑनलाइन वस्तुओं और सेवाओं को बेचने के लिए अपनी “ईट और मोर्टार” उपस्थिति बढ़ाने में सक्षम बनाता है। इंटरनेट पर व्यापार से व्यापार और वित्तीय सेवाओं को पूरे उद्योगों में आपूर्ति श्रृंखला पर असर पड़ता है।

इंटरनेट का उपयोग या उपयोग के लिए तकनीकी कार्यान्वयन या नीतियों में कोई केंद्रीकृत शासन नहीं है, प्रत्येक घटक नेटवर्क अपनी नीतियाँ निर्धारित करता है। इंटरनेट, इंटरनेट प्रोटोकॉल एड्रेस (आई पी एड्रेस), स्पेस और डोमेन नेम सिस्टम (डी एन एस) में दो प्रमुख नाम रिक्त स्थान की केवल अति परिभाषा परिभाषाएँ एक रखरखाव संगठन, इंटरनेट कॉरपोरेशन फॉर असाइन्ड नाम और नंबर (आई सी ए एन एन)। मुख्य प्रोटोकॉल के तकनीकी आधारभूत और मानकीकरण, इंटरनेट इंजीनियरिंग टास्क फोर्स (आई ई टी एफ) की एक गतिविधि है, जो कि किसी भी गैर-लाभप्रद संगठन के साथ संबद्ध अंतरराष्ट्रीय सहभागी हैं, जो किसी को भी तकनीकी विशेषज्ञता में योगदान दे सकते हैं।

पॉल बैरन और डोनल्ड डेविस द्वारा पैकेट स्विचिंग में संशोधन 1960 के दशक के मध्य में शुरू हुआ, और पैकेट ने एन पी एल नेटवर्क, ए आर पी ए एन ए टी, टायनेट, मेरिट नेटवर्क, टेलनेट, और साइक्लेड्स जैसे नेटवर्क स्विच किए, 1960 के दशक और 1970 के दशक में विभिन्न प्रोटोकॉल का उपयोग करके विकसित किया गया था। ए आर पी ए एन ई टी परियोजना ने इंटरनेटवर्किंग के लिए प्रोटोकॉल के विकास के लिए नेतृत्व किया, जिससे कई अलग-अलग नेटवर्क नेटवर्क के एक नेटवर्क में शामिल हो सकें। ए आर पी एन ई टी विकास दो नेटवर्क नोडों से शुरू हुआ, जो कैलिफोर्निया विश्वविद्यालय, लॉस एंजिल्स (यू सी एल ए) हेनरी सैमुएरी स्कूल ऑफ इंजीनियरिंग और लियोनार्ड क्लेनरॉक द्वारा निर्देशित एप्लाइड साइंस और एस आर आई अंतरराष्ट्रीय (एस आर आई) में एन एल एस सिस्टम में नेटवर्क मापन केंद्र के बीच जुड़े थे। 29 अक्टूबर 1969 को मेनलो पार्क, कैलिफोर्निया में डगलस एंजेलबार्ट। तीसरी साइट यूनिवर्सिटी ऑफ कैलिफोर्निया, सांता बारबरा में कल्लेर फ्राइड

इंटरएक्टिव मैथमेटिक्स सेंटर थी, इसके बाद यूटा विश्वविद्यालय यूटा ग्राफिक्स डिपार्टमेंट के पास था। भविष्य के विकास के शुरुआती संकेत में, 1971 के अंत तक पंद्रह स्थल युवा ए आर पी ए एन ए टी से जुड़े हुए थे। ये प्रारंभिक वर्ष 1972 की फिल्म कंप्यूटर नेटवर्क—द हेरल्ड्स ऑफ रिसोर्स शेयरिंग में प्रलेखित किए गए थे।

ए आर पी ए एन ई टी पर प्रारंभिक अंतरराष्ट्रीय सहयोग दुर्लभ थे। यूरोपीय डेवलपर्स एक्स 25 नेटवर्क विकसित करने के लिए चिंतित थे। उल्लेखनीय अपवाद 1973 में नॉर्वेजियन सिज्मिक अर्रे (नोर्स) थे, इसके बाद 1973 में स्वीडन ने तनुम पृथ्वी स्टेशन से उपग्रह लिंक और ब्रिटेन में पीटर टी. क्रिस्टीन के अनुसंधान समूह के साथ, शुरु में लंदन विश्वविद्यालय, कंप्यूटर विज्ञान संस्थान और बाद में यूनिवर्सिटी कॉलेज लंदन में। दिसंबर 1974 में, विनटन सर्फ, योजोन दलाल और कार्ल सनशाइन द्वारा आर एफ सी 625 (इंटरनेट ट्रांसमिशन नियंत्रण कार्यक्रम की विशिष्टता) ने इंटरनेट को इस्तेमाल करने के लिए लघुकथा के रूप में इंटरनेट का इस्तेमाल किया और बाद में आरएफसी ने इस प्रयोग को दोहराया। 1981 में राष्ट्रीय विज्ञान फाउंडेशन (एन एस एफ) ने कम्प्यूटर साइंस नेटवर्क (सी एस एन ई टी) को वित्त पोषित करने के लिए ए आर पी ए एन ए टी तक पहुँच का विस्तार किया था। 1982 में, इंटरनेट प्रोटोकॉल सूट (टी सी पी/आई पी) को मानकीकृत किया गया था, जिससे दुनिया भर में इंटरकनेक्टेड नेटवर्क्स की अनुमति थी।

1986 में टी सी पी/आई पी नेटवर्क का विस्तार फिर से हुआ, जब राष्ट्रीय विज्ञान फाउंडेशन नेटवर्क (एन एस एफ नेट) ने शोधकर्ताओं के लिए संयुक्त राज्य अमेरिका में सुपरकंप्यूटर साइटों तक पहुंच प्रदान की, पहले 56 केबीटी/एस की रफ्तार और बाद में 1.5 एमबीटी/एस और 45 एमबीटी/एस। वाणिज्यिक इंटरनेट सेवा प्रदाता (आई एस पी) 1980 के दशक के उत्तरार्ध में और 1990 के दशक के आरंभ में उभरा। 1990 में एआरपीएनेट को निष्क्रिय कर दिया गया था। 1995 तक, संयुक्त राज्य में इंटरनेट का पूरी तरह से व्यावसायीकरण किया गया था जब एन एस एफ एन टी को डिक्मीशन किया गया था, जिससे वाणिज्यिक ट्रैफिक लेने के लिए इंटरनेट के इस्तेमाल पर अंतिम प्रतिबंध हटा दिया गया था। 1980 के दशक के उत्तरार्ध में और 1980 के दशक के उत्तरार्ध में और 1990 की शुरुआत में यूरोप में इंटरनेट का तेजी से विस्तार हुआ। दिसंबर 1998 में एन एस एफ एन ई टी और यूरोप में नेटवर्क के बीच

समर्पित ट्रांसाटलांटिक संचार की शुरुआत प्रिंसटन विश्वविद्यालय और स्टॉकहोम, स्वीडन के बीच एक कम गति वाले उपग्रह रिले के साथ की गई थी। यद्यपि अन्य नेटवर्क प्रोटोकॉल जैसे कि यू यू पी पी इस समय से पहले अच्छी तरह से वैश्विक पहुँच थे, इसने इंटरकॉन्टिनेंटल नेटवर्क के रूप में इंटरनेट की शुरुआत की।

1989 के मध्य में इंटरनेट का सार्वजनिक वाणिज्यिक उपयोग इंटरनेट के 500, 000 उपयोगकर्ताओं को एम सी आई मेल और कंपोसर्व की ईमेल क्षमताओं के साथ हुआ। बस महीने बाद 1 जनवरी 1990 को, पी एस आई नेट ने वाणिज्यिक उपयोग के लिए वैकल्पिक इंटरनेट रीढ़ की शुरुआत की, एक ऐसा नेटवर्क जो वाणिज्यिक इंटरनेट में बढ़ेगा जिसे आज हम जानते हैं मार्च 1990 में, एन एस एफ एन ई टी और यूरोप के बीच पहली उच्च गति वाली टी 1 (1.5 एमबीटी/एस) लिंक, कॉर्नेल यूनिवर्सिटी और सर्न के बीच स्थापित किया गया था, उपग्रहों में संक्षम होने की तुलना में बहुत अधिक मजबूत संचार की अनुमति थी। छः महीने बाद टिम बर्नर्स-ली, वर्डवेब, सीईआरएन प्रबंधन के दो साल के लॉबिंग के बाद पहला वेब ब्राउजर लिखना शुरू कर देंगे। 1990 के दशक तक, बर्नर्स-ली ने काम कर रहे वेब- हाइपरटेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकॉल (एचटीटीपी 0.9), हाइपरटेक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज (एच टी एम एल), पहला वेब ब्राउजर (जो कि एक एच टी एम एल एडिटर भी था, के लिए आवश्यक सभी उपकरण तैयार किए थे यूजनेट समाचारसमूहों और एफटीपी फाइलों तक पहुंच सकता है), पहले एच टी टी पी सर्वर सॉफ्टवेयर (बाद में सर्न एच टी टी पी डी के रूप में जाना जाता है), पहला वेब सर्वर, और पहला वेब पेज जो परियोजना को खुद ही वर्णित करता है 1991 में वाणिज्यिक इंटरनेट एक्सचेंज की स्थापना की गई थी, जो पी एस आई नेट को अन्य वाणिज्यिक नेटवर्क सीईआरएफनेट और अल्टरनेट के साथ संवाद करने की अनुमति दे रहा था। 1995 से इंटरनेट ने संस्कृति और वाणिज्य पर काफी प्रभाव डाला है, जिसमें ईमेल, त्वरित संदेश, टेलीफोनी (वॉयस ओवर इंटरनेट प्रोटोकॉल या वी ओ आई पी), दो-तरफा इंटरैक्टिव वीडियो कॉल, और वर्ल्ड वाइड वेब के पास त्वरित संचार की वृद्धि शामिल है इसकी चर्चा मंच, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग, और ऑनलाइन शॉपिंग साइटें डेटा की बढ़ती मात्रा 1-जी बी आई टी/s, 10-जी बी आई टी, या अधिक पर काम कर फाइबर ऑप्टिक नेटवर्क पर उच्च और उच्च गति पर प्रेषित होती है

इंटरनेट ऑनलाइन बढ़ने और ज्ञान, वाणिज्य, मनोरंजन और सोशल नेटवर्किंग से कहीं अधिक बढ़ती जा रही है। 1990 के अंत के दौरान, अनुमान लगाया गया कि सार्वजनिक इंटरनेट पर यातायात में प्रति वर्ष 100 प्रतिशत की वृद्धि हुई, जबकि इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की औसत वार्षिक वृद्धि 20% और 50% के बीच थी। यह विकास अक्सर केंद्रीय प्रशासन की कमी के कारण होता है, जो नेटवर्क के जैविक विकास की अनुमति देता है, साथ ही साथ इंटरनेट प्रोटोकॉल की गैर-स्वामित्व वाली प्रकृति, जो विक्रेता अंतर को प्रोत्साहित करती है और किसी एक कंपनी को नेटवर्क पर बहुत अधिक नियंत्रण करने से रोकती है। 31 मार्च 2011 तक, इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की अनुमानित कुल संख्या 2.095 अरब (विश्व जनसंख्या का 30.2%) थी। यह अनुमान लगाया गया है कि 1993 में इंटरनेट ने 2-रास्ता दूरसंचार के माध्यम से बहने वाली जानकारी का केवल 1% ही किया, 2000 तक यह आँकड़ा 51% हो गया, और 2007 तक इंटरनेट पर सभी दूरसंचार सूचनाओं में 97% से अधिक डेटा लिया गया।

संक्षिप्त इतिहास

1969 टिम बर्नर्स ली ने इंटरनेट बनाया था। इंटरनेट अमेरिकी रक्षा विभाग के द्वारा यू सी एल ए के तथा स्टैनफोर्ड अनुसंधान संस्थान कंप्यूटर्स का नेटवर्किंग करके इंटरनेट की संरचना की गई।

1979 ब्रिटिश डाकार पहला अंतरराष्ट्रीय कंप्यूटर नेटवर्क बना कर नये प्रौद्योगिकी का उपयोग करना आरम्भ किया।

1980 बिल गेट्स का आई बी एम के कंप्यूटर्स पर एक माइक्रोसॉफ्ट ऑपरेटिंग सिस्टम लगाने के लिए सौदा हुआ।

1984 ऐप्पल ने पहली बार फाइलों और फोल्डरों, ड्रॉप डाउन मेन्यू, माउस, ग्राफिक्स का प्रयोग आदि से युक्त “आधुनिक सफल कम्प्यूटर” लांच किया।

1989 टिम बर्नर्स ली ने इंटरनेट पर संचार को सरल बनाने के लिए ब्राउजर्स, पन्नों और लिंक का उपयोग कर के वर्ल्ड वाइड वेब बनाया।

1996 गूगल ने स्टैनफोर्ड विश्वविद्यालय में एक अनुसंधान परियोजना शुरू किया जो कि दो साल बाद औपचारिक रूप से काम करने लगा।

2009 डॉ स्टीफन वोल्फरैम ने “वोल्फरैम ऐल्फा” लाँच किया।

सर्वप्रथम 1962 में विश्वविद्यालय के जे सी आर लिक्लिडर ने अभिकलित्र जाल तैयार किया था।

वे चाहते थे कि अभिकलित्र का एक ऐसा जाल हो, जिससे आंकड़ों, क्रमादेश और सूचनायें भेजी जा सके। 1966 में डारपा (मोर्चाबंदी प्रगति अनुसंधान परियोजना अभिकरण) (मद: DARPA) ने आरपानेट के रूप में अभिकलित्र जाल बनाया। यह जाल चार स्थानों से जुड़ा था। बाद में इसमें भी कई परिवर्तन हुए और 1972 में बाँब काँहन ने अन्तर्राष्ट्रीय अभिकलित्र संचार सम्मेलन ने पहला सजीव प्रदर्शन किया। 1 जनवरी 1983 को आरपानेट (मद: ARPANET) पुनर्स्थापित हुआ TCP-IPA इसी वर्ष एकटीविटी बोर्ड (IAB) का गठन हुई। नवंबर में पहली प्रक्षेत्र नाम सेवा (DNS) पॉल मोकपेट्रीज द्वारा सुझाई गई। अंतरजाल सैनिक और असैनिक भागों में बाँटा गया। हालाँकि 1971 में संचिका अन्तरण नियमावली (FTP) विकसित हुआ, जिससे संचिका अन्तरण करना आसान हो गया। 1990 में टिम बर्नर्स ली ने विश्व व्यापी वेब (WWW) से परिचित कराया

अमरीकी सेना की सूचना और अनुसंधान संबंधी आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए 1973 में यू एस एडवांस रिसर्च प्रोजेक्ट एजेंसी ने एक कार्यक्रम की शुरुआत की। उस कार्यक्रम का उद्देश्य था कम्प्यूटरों के द्वारा विभिन्न प्रकार की तकनीकी और प्रौद्योगिकी को एक-दूसरे से जोड़ा जाए और एक नेटवर्क बनाया जाए। इसका उद्देश्य संचार संबंधी मूल बातों (कम्प्यूनिक्शन प्रोटोकॉल) को एक साथ एक ही समय में अनेक कम्प्यूटरों पर नेटवर्क के माध्यम से देखा और पढ़ा जा सके। इसे इन्टरनेटिंग प्रोजेक्ट नाम दिया गया जो आगे चलकर इंटरनेट के नाम से जाना जाने लगा। 1986 में अमरीका की नेशनल साइंस फाउंडेशन ने एनएसएफनेट का विकास किया जो आज इंटरनेट पर संचार सेवाओं की रीढ़ है। एक सैकण्ड में 45 मेगाबाइट संचार सुविधा वाली इस प्रौद्योगिकी के कारण एनएसएफनेट बारह अरब -12 बिलियन- सूचना पैकेट्स को एक महीने में अपने नेटवर्क पर आदान-प्रदान करने में सक्षम हो गया। इस प्रौद्योगिकी को और अधिक तेज गति देने के लिए नासा और ऊर्जा विभाग ने अनुसंधान किया और एनएसआईनेट और ईएसनेट जैसी सुविधाओं को इसका आधार बनाया।

इन्टरनेट हेतु क्षेत्रीय सहायता कन्सर्टियम नेटवर्कों द्वारा तथा स्थानीय सहायता अनुसंधान व शिक्षा संस्थानों द्वारा उपलब्ध कराई जाती है। अमरीका में फेडरल तथा राज्य सरकारों की इसमें अहम भूमिका है परन्तु उद्योगों का भी इसमें काफी हाथ रहा है। यूरोप व अन्य देशों में पारस्परिक अन्तर्राष्ट्रीय सहयोग व राष्ट्रीय अनुसंधान संगठन भी इस कार्य में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। 1991

के अन्त तक इन्टरनेट इस कदर विकसित हुआ कि इसमें तीन दर्जन देशों के 5 हजार नेटवर्क शामिल हो गए, जिनकी पहुंच 7 लाख कम्प्यूटरों तक हो गई। इस प्रकार 4 करोड़ उपभोक्ताओं ने इससे लाभ उठाना शुरू किया।

इन्टरनेट समुदाय को अमरीकी फेडरल सरकार की सहायता लगातार उपलब्ध होती रही क्योंकि मूल रूप से इन्टरनेट अमरीका के अनुसंधान कार्य का ही एक हिस्सा था। आज भी यह अमरीकी अनुसंधान कार्यशाला का महत्वपूर्ण अंग है किन्तु 1980 के दशक के अन्त में नेटवर्क सेवाओं व इन्टरनेट उपभोक्ताओं में अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर अभूतपूर्व वृद्धि हुई और इसका इस्तेमाल व्यापारिक गतिविधियों के लिये भी किया जाने लगा। सच तो ये है कि आज की इन्टरनेट प्रणाली का बहुत बड़ा हिस्सा शिक्षा व अनुसंधान संस्थानों एवं विश्व-स्तरीय निजी व सरकारी व्यापार संगठनों की निजी नेटवर्क सेवाओं से ही बना है।

इंटरनेट का तकनीकी विकास

पिछले 18 सालों से इंटरनेट सहकारी पक्षों के बीच सहयोगी भूमिका निभाता चला आ रहा है। इंटरनेट के संचालन में कुछ बातें बहुत जरूरी हैं। इनमें से एक है प्रणाली को संचालित करने वाले प्रोटोकॉल का निर्धारण। प्रोटोकॉल का मूल विकास डीएआरपीए अनुसंधान कार्यक्रम में किया गया किन्तु पिछले 5-6 सालों में यह कार्य विभिन्न देशों की सरकारी एजेंसियों, उद्योगों व शैक्षिक समुदाय की सहायता से विस्तृत रूप से किया जाने लगा है। इंटरनेट समुदाय के सही मार्गदर्शन और टीसीपी/आईपी के समुचित विकास के लिये 1983 में अमरीका में इंटरनेट एक्टिविटीज बोर्ड का गठन किया गया।

इंटरनेट इंजीनियरिंग टास्क फोर्स तथा इंटरनेट रिसर्च टास्क फोर्स इसके दो महत्वपूर्ण अंग हैं। इंजीनियरिंग टास्क फोर्स का काम टीसीपी/आईपी प्रोटोकॉल के विकास के साथ-साथ अन्य प्रोटोकॉल आदि का इंटरनेट में समावेश करना है। विभिन्न सरकारी एजेंसियों के सहयोग के द्वारा इंटरनेट एक्टिविटीज बोर्ड के मार्गदर्शन में नेटवर्किंग की नई उन्नतिशील परिकल्पनाओं के विकास की जिम्मेदारी रिसर्च टास्क फोर्स की है जिसमें वह लगातार प्रयत्नशील रहता है।

इस बोर्ड व टास्क फोर्स के नियमित संचालन के लिये सचिवालय का भी गठन किया गया है। इंजीनियरिंग टास्क फोर्स की मीटिंग औपचारिक रूप

से चार महीने में एक बार होती ही है। इसके 50 कार्यकारी दल समय-समय पर ई-मेल टेलीकान्फ्रेंसिंग व-ब-मीटिंगों द्वारा प्रगति की समीक्षा करते हैं। बोर्ड की मीटिंग भी तीन-तीन महीने में वीडियो कान्फ्रेंसिंग के माध्यम से और अनेकों बार टेलीफोन, ई-मेल अथवा कम्प्यूटर कान्फ्रेंसों के जरिये होती रहती है।

बोर्ड के दो और महत्त्वपूर्ण कार्य हैं-इंटरनेट संबन्धी दस्तावेजों का प्रकाशन और प्रोटोकॉल संचालन के लिये आवश्यक विभिन्न आइडेन्टिफायर्स की रिकार्डिंग। इंटरनेट के क्रमिक विकास के दौरान इसके प्रोटोकॉल व संचालन के अन्य पक्षों को पहले इंटरनेट एक्सपेरिमेंट नोट्स और बाद में रिकवेस्ट्स फॉर कमेंट्स नामक दस्तावेजों के रूप में संग्रहीत किये जाते हैं। दस्तावेज इंटरनेट विषयक सूचना के मुख्य पुरालेख बन गये हैं।

आइडेन्टिफायर्स की रिकार्डिंग इंटरनेट एसाइन्ड नम्बर्स ऑथोरिटी उपलब्ध कराती है जिसने यह जिम्मेदारी एक इंटरनेट रजिस्ट्री (आई आर) को दे रखी है। इंटरनेट रजिस्ट्री ही डोमेन नेम सिस्टम -डी एन एस- रूट डाटाबेस का केंद्रीय रखरखाव करती है जिसके द्वारा डाटा अन्य सहायक डी एन एस सर्वर्स को वितरित किया जाता है। इस प्रकार वितरित डाटाबेस का इस्तेमाल होस्ट तथा नेटवर्क नामों को उनके एटड्रेसिस से कनेक्ट करने में किया जाता है। उच्चस्तरीय टीसीपी/आईपी प्रोटोकॉल के संचालन में यह एक महत्त्वपूर्ण कड़ी है, जिसमें ई-मेल भी शामिल है। उपभोक्ताओं को दस्तावेजों, मार्गदर्शन व सलाह-सहायता उपलब्ध कराने के लिये समूचे इंटरनेट पर नेटवर्क इन्फोरमेशन सेन्टर्स (सूचना केन्द्र)- स्थित हैं। अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर जैसे-जैसे इंटरनेट का विकास हो रहा है ऐसे सूचना केन्द्रों की उच्चस्तरीय कार्यविधि की आवश्यकता भी बढ़ती जाती है।

आरम्भ में इंटरनेट उपभोगकर्ता समुदाय में जहां केवल कम्प्यूटर साइंस तथा इंजीनियरिंग श्रेणी के लोग ही हुआ करते थे, आज इसके उपभोक्ताओं में विज्ञान, कला, संस्कृति, सरकारी/गैर सरकारी प्रशासन व सैन्य-जगत के ही नहीं बल्कि कृषि एवं व्यापार जगत के लोग भी शामिल हो रहे हैं। ऐसा लगता है कि अब दुनिया के किसी भी हिस्से में रहने वाला कोई भी व्यक्ति इंटरनेट के बिना अपने अस्तित्व की कल्पना कर सके।

संक्षिप्त इतिहास (प्रमुख घटनाएँ)

वर्षघटना

- 1958 बेल पहले मॉडेम के लिए एक टेलीफोन लाइन बाइनरी डेटा संचारित
- 1961 लियोनार्ड एमआईटी के Kleinrock के लिए डेटा हस्तांतरण पैकेट स्विचन के प्रयोग पर पहला सिद्धांत
- 1962 खोज ARPA, रक्षा, विभाग की एक एजेंसी द्वारा शुरू होती है जब JCR Licklider सफलतापूर्वक कंप्यूटर के एक वैश्विक नेटवर्क पर अपने विचारों का बचाव करते हैं।
- 1964 लियोनार्ड एमआईटी के Kleinrock एक नेटवर्क करने के लिए संचार के पैकेट पर एक पुस्तक
- 1967 अरपानेट पर पहले सम्मेलन
- 1969 इंटरफेस Leonard Kleinrock का संदेश प्रोसेसर द्वारा 4 अमेरिकी विश्वविद्यालयों से पहले कंप्यूटर कनेक्ट
- 1971 साँचा: Nombre कंप्यूटर अरपानेट पर जुड़े हुए हैं
- 1972 Internetworking कार्य समूह, एक इंटरनेट के प्रबंधन के लिए जिम्मेदार संगठन का जन्म
- 1973 इंग्लैंड और नॉर्वे प्रत्येक 1 कंप्यूटर के साथ इंटरनेट में शामिल
- 1979 बनाने छमूहतवनचे अमेरिकी छात्रों द्वारा (मंचों)
- 1981 फ्रांस में डपदपजमस की शुरुआत
- 1982 स्थापना टीसीपी/आईपी और इंटरनेट शब्द
- 1983 प्रथम नाम सर्वर साइटें
- 1984 साँचा: Nombre कंप्यूटर
- 1987 साँचा: Nombre कंप्यूटर
- 1989 साँचा: Nombre कंप्यूटर
- 1990 अरपानेट के लापता
- 1991 वर्ल्ड वाइड वेब की सार्वजनिक घोषणा
- 1992 साँचा: Nombre कंप्यूटर जुड़ा
- 1993 NCSA मौजेक के रूप वेब ब्राउजर
- 1996 साँचा: Nombre कंप्यूटर
- 1999 साँचा: Nombre उपयोगकर्ताओं को दुनिया भर में
- 2000 इंटरनेट का बुलबुला धमाका

प्रोटोकॉल

जबकि इंटरनेट इंफ्रास्ट्रक्चर में हार्डवेयर घटकों का उपयोग अक्सर अन्य सॉफ्टवेयर सिस्टमों का समर्थन करने के लिए किया जा सकता है, यह सॉफ्टवेयर का मानदंड और डिजाइन है जो इंटरनेट की विशेषता देता है और इसकी स्केलेबिलिटी और सफलता के लिए नींव प्रदान करता है। इंटरनेट सॉफ्टवेयर सिस्टम के वास्तुशिल्प डिजाइन के लिए जिम्मेदारी इंटरनेट इंजीनियरिंग टास्क फोर्स (आई ई टी एफ) द्वारा धारित की गई है। आई ई टी एफ इंटरनेट वास्तुकला के विभिन्न पहलुओं के बारे में, किसी भी व्यक्ति के लिए मानक-सेटिंग वाले काम समूहों का आयोजन करता है। परिणामस्वरूप योगदान और मानक आई ई टी एफ वेब साइट पर टिप्पणियों के लिए अनुरोध (आर एफ सी) दस्तावेजों के रूप में प्रकाशित किए गए हैं। नेटवर्किंग के मुख्य तरीकों जो इंटरनेट को सक्षम करते हैं विशेष रूप से नामित आर एफ सी में निहित हैं जो कि इंटरनेट मानकों का गठन करते हैं। अन्य कम कठोर दस्तावेज केवल सूचनात्मक, प्रयोगात्मक या ऐतिहासिक हैं या इंटरनेट तकनीकों को कार्यान्वित करते समय सर्वोत्तम वर्तमान प्रथाओं (बी सी पी) को दस्तावेज देते हैं।

इंटरनेट मानक इंटरनेट प्रोटोकॉल सूट के रूप में जाना जाता है एक रूपरेखा का वर्णन करता है। यह एक मॉडल वास्तुकला है जो तरीकों को एक प्रोटोकॉल के स्तरित सिस्टम में विभाजित करता है, मूल रूप से आरएफसी 1122 और आर एफ सी 1123 में प्रलेखित किया गया है। परतें पर्यावरण या क्षेत्र के अनुरूप होती हैं जिसमें उनकी सेवाएँ संचालित होती हैं। शीर्ष पर एक आवेदन परत है, सॉफ्टवेयर अनुप्रयोगों में उपयोग किए गए एप्लिकेशन-विशिष्ट नेटवर्किंग विधियों के लिए स्थान। उदाहरण के लिए, एक वेब ब्राउजर प्रोग्राम क्लाइंट-सर्वर एप्लिकेशन मॉडल और सर्वर और क्लाइंट के बीच इंटरैक्शन के एक विशिष्ट प्रोटोकॉल का उपयोग करता है, जबकि कई फाइल साझाकरण सिस्टम एक पीयर-टू-पीयर प्रतिमान का उपयोग करता है इस शीर्ष परत के नीचे, ट्रांसपोर्ट लेयर विभिन्न होस्ट्स पर अनुप्रयोगों को उचित डेटा विनिमय पद्धतियों के साथ नेटवर्क के माध्यम से तार्किक चैनल के साथ जोड़ता है।

प्रोटोकॉल स्टैक

चूँकि उपयोगकर्ता डेटा प्रोटोकॉल स्टैक के माध्यम से संसाधित होता है, प्रत्येक अमूर्त परत भेजने वाले मेजबान पर सांकेतिकरण जानकारी जोड़ती है।

मेजबान और रूटर के बीच लिंक स्तर पर तार पर डेटा प्रेषित होता है प्राप्त होस्ट द्वारा इनकिप्सुलेशन हटा दी जाती है। प्रत्येक हॉप पर इंटरमीडिएट रिले लिंक लिंक को अपडेट करते हैं, और रूटिंग उद्देश्यों के लिए आईपी परत का निरीक्षण करते हैं।

इन परतों को समझना नेटवर्किंग प्रौद्योगिकियां हैं जो नेटवर्क को अपनी सीमाओं पर एक-दूसरे से जुड़ते हैं और उनके बीच यातायात का आदान-प्रदान करते हैं। इंटरनेट स्तर इंटरनेट प्रोटोकॉल (आई पी) पते के माध्यम से एक-दूसरे को पहचानने और खोजने के लिए कम्प्यूटरों को सक्षम बनाता है, और मध्यवर्ती (ट्रांजिट) नेटवर्क के माध्यम से अपने ट्रैफिक को रूट करता है। अंतिम, आर्किटेक्चर के निचले भाग में लिंक परत है, जो समान नेटवर्क लिंक पर मेजबानों के बीच लॉजिकल कनेक्टिविटी प्रदान करता है, जैसे स्थानीय क्षेत्र नेटवर्क (एल ए एन) या डायल-अप कनेक्शन। मॉडल, जिसे टी सी पी/आई पी के रूप में भी जाना जाता है, को शारीरिक कनेक्शन के लिए उपयोग किए जाने वाले अंतर्निहित हार्डवेयर से अलग होने के लिए डिजाइन किया गया है, जो कि मॉडल किसी भी विस्तार से संबंधित नहीं है। अन्य मॉडलों को विकसित किया गया है, जैसे कि ओ एस आई मॉडल, जो संचार के हर पहलू में व्यापक होने का प्रयास करता है। हालांकि कई समानताएँ मॉडल के बीच मौजूद हैं, वे विवरण या कार्यान्वयन के विवरण में संगत नहीं हैं। फिर भी, टीसीपी/आई पी प्रोटोकॉल आमतौर पर ओ एस आई नेटवर्किंग की चर्चा में शामिल हैं।

इंटरनेट मॉडल का सबसे प्रमुख घटक इंटरनेट प्रोटोकॉल (आई पी) है, जो नेटवर्क पर कम्प्यूटरों के लिए एड्रेसिंग सिस्टम, आई पी पते सहित, प्रदान करता है। आई पी इंटरनेटवर्किंग को सक्षम करता है और संक्षेप में, इंटरनेट खुद को स्थापित करता है। इंटरनेट प्रोटोकॉल संस्करण 4 (आई पी वी 4) इंटरनेट की पहली पीढ़ी पर प्रयुक्त प्रारंभिक संस्करण है और अभी भी प्रमुख उपयोग में है। यह 4.3 अरब (109) मेजबानों को संबोधित करने के लिए डिजाइन किया गया था हालांकि, इंटरनेट के विस्फोटक वृद्धि ने आई पी वी 4 पते के थकावट को जन्म दिया है, जिसने 2011 में अपने अंतिम चरण में प्रवेश किया था, जब वैश्विक पता आवंटन पूल समाप्त हो गया था। एक नया प्रोटोकॉल संस्करण, आई पी वी 6, 1990 के दशक के मध्य में विकसित किया गया था, जो काफी बड़े पते क्षमताओं को प्रदान करता है और इंटरनेट यातायात के अधिक कुशल मार्ग प्रदान करता है। वर्तमान में आई पी वी 6 दुनिया भर में बढ़ती तैनाती

में है, क्योंकि इंटरनेट ऐड्रेस रजिस्ट्री (आर आई आर) ने सभी संसाधन प्रबंधकों को त्वरित अपनाने और रूपांतरण की योजना बनाने के लिए आग्रह किया।

आई पी वी 7 आई पी वी 4 के साथ डिजाइन से सीधे इंटरऑपरेट नहीं है। संक्षेप में, यह इंटरनेट के एक समानांतर संस्करण को स्थापित करता है जो सीधे आई पी वी 4 सॉफ्टवेयर से सुलभ नहीं होता है। इस प्रकार, इंटरनेटवर्किंग या नोड्स के लिए अनुवाद सुविधा मौजूद होने चाहिए, दोनों नेटवर्क के लिए डुप्लिकेट नेटवर्किंग सॉफ्टवेयर होना चाहिए। मूल रूप से सभी आधुनिक कंप्यूटर ऑपरेटिंग सिस्टम इंटरनेट प्रोटोकॉल के दोनों संस्करणों का समर्थन करते हैं। हालांकि, नेटवर्क इंफ्रास्ट्रक्चर इस विकास में कम हो गया है। इसके बुनियादी ढाँचे को बनाने वाले भौतिक कनेक्शन के जटिल सरणी के अलावा, इंटरनेट को द्वि- या बहु-पार्श्व व्यावसायिक अनुबंधों द्वारा सहायता प्रदान की जाती है, उदाहरण के लिए, पीयरिंग समझौतों, और तकनीकी विनिर्देशों या प्रोटोकॉल द्वारा जो नेटवर्क पर डेटा के आदान-प्रदान का वर्णन करते हैं। दरअसल, इंटरनेट को इसके इंटरकनेक्शन और रूटिंग नीतियों द्वारा परिभाषित किया गया है।

अभिशासन

इंटरनेट एक वैश्विक नेटवर्क है जिसमें कई स्वेच्छा से जुड़े हुए स्वायत्त नेटवर्क हैं। यह केंद्रीय शासी निकाय के बिना संचालित होता है कोर प्रोटोकॉल (आईपीवी 4 और आईपीवी 6) की तकनीकी आधारभूत और मानकीकरण, इंटरनेट इंजीनियरिंग टास्क फोर्स (आईईटीएफ) की एक गतिविधि है, जो कि ढीला जुड़े अंतरराष्ट्रीय सहभागियों का एक गैर-लाभकारी संगठन है जो किसी को भी तकनीकी विशेषज्ञता का योगदान दे सकती है। इंटरऑपरेबिलिटी बनाए रखने के लिए, इंटरनेट का प्रमुख नाम रिक्त स्थान असाइन किया गया नाम और नंबर (आईसीएनएन) के लिए इंटरनेट कॉरपोरेशन द्वारा प्रशासित किया जाता है। आईसीएनएनएन एक अंतराष्ट्रीय बोर्ड ऑफ डायरेक्टर्स द्वारा संचालित है जो इंटरनेट तकनीकी, व्यापार, अकादमिक और अन्य गैर-वाणिज्यिक समुदायों से प्राप्त है। आईसीएनएन इंटरनेट प्रोटोकॉल में डोमेन नाम, इंटरनेट प्रोटोकॉल (आईपी) पते, अनुप्रयोग पोर्ट नंबरों और अन्य कई मापदंडों सहित, इंटरनेट पर उपयोग के लिए अद्वितीय पहचानकर्ता के असाइनमेंट का समन्वयन करता है। इंटरनेट की वैश्विक पहुँच को बनाए रखने के लिए विश्व स्तर पर एकीकृत नाम

रिक्त स्थान आवश्यक है। आईसीएनएन की यह भूमिका वैश्विक इंटरनेट के लिए शायद केवल एक केंद्रीय समन्वयकारी संस्था है।

प्लेया विस्टा, लॉस एंजिल्स, कैलिफोर्निया में आईसीएनएन मुख्यालय क्षेत्रीय इंटरनेट रजिस्ट्री (आरआईआर) आईपी पते—

अफ्रीका के लिए अफ्रीकी नेटवर्क सूचना केंद्र (एफ्री एनआईसी)

उत्तरी अमेरिका के लिए इंटरनेट नंबर (एआरआईएन) के लिए अमेरिकी रजिस्ट्री एशिया और प्रशांत क्षेत्र के लिए एशिया-प्रशांत नेटवर्क सूचना केंद्र

(एपीएनआईसी)

लैटिन अमेरिका और कैरेबियाई क्षेत्र के लिए लैटिन अमेरिकी और कैरेबियाई इंटरनेट पते रजिस्ट्री (एलएसीएनआईसी)

रीसेओ आईपी यूरोफेन्स-यूरोप, मध्य पूर्व और मध्य एशिया के लिए नेटवर्क कोऑर्डिनेशन सेंटर (आरआईपीई एनसीसी)

संयुक्त राज्य के वाणिज्य विभाग की एक एजेंसी, राष्ट्रीय दूरसंचार और सूचना प्रशासन को 1 अक्टूबर 2016 को आईएनएन के नेतृत्व में संक्रमण तक डीएनएस रूट जोन में परिवर्तन के लिए अंतिम स्वीकृति मिली थी। इंटरनेट सोसाइटी (आईएसओसी) की स्थापना 1992 में “पूरे विश्व के सभी लोगों के लाभ के लिए इंटरनेट के खुले विकास, विकास और उपयोग को आश्वस्त करने” के लिए किया गया था। इसके सदस्यों में व्यक्तियों (किसी में शामिल हो सकते हैं) के साथ-साथ निगमों, संगठनों, सरकारों, और विश्वविद्यालय शामिल हैं अन्य गतिविधियों में एएसओसी एक कम औपचारिक रूप से संगठित समूहों के लिए एक प्रशासनिक घर प्रदान करता है जो इंटरनेट के विकास और प्रबंधन में शामिल हैं, जिनमें शामिल हैं—इंटरनेट इंजीनियरिंग टास्क फोर्स (आईईटीएफ), इंटरनेट आर्किटेक्चर बोर्ड (आईएबी), इंटरनेट इंजीनियरिंग स्टीयरिंग ग्रुप (आईईएसजी), इंटरनेट रिसर्च टास्क फोर्स (आईआरटीएफ), और इंटरनेट रिसर्च स्टीयरिंग ग्रुप (आईआरएसजी)। 16 नवंबर 2005 को, तुनिस में संयुक्त राष्ट्र-प्रायोजित विश्व सम्मेलन ने इंटरनेट से संबंधित मुद्दों पर चर्चा करने के लिए इंटरनेट गवर्नेंस फोरम (आईजीएफ) की स्थापना की।

भूमिकारूप व्यवस्था

इंटरनेट के संचार बुनियादी ढाँचे में अपने हार्डवेयर घटकों और सॉफ्टवेयर परतों की एक प्रणाली होती है जो आर्किटेक्चर के विभिन्न पहलुओं को नियंत्रित करती है।

रूटिंग और सेवा स्तर

इंटरनेट सेवा प्रदाताओं के दायरे के विभिन्न स्तरों पर अलग-अलग नेटवर्क के बीच विश्वव्यापी कनेक्टिविटी की स्थापना अंतिम उपयोगकर्ता जो फंक्शन करने या जानकारी प्राप्त करने के लिए केवल इंटरनेट तक पहुँचते हैं, रूटिंग पदानुक्रम के निचले भाग को दर्शाते हैं। रूटिंग पदानुक्रम के शीर्ष पर स्तरीय 1 नेटवर्क हैं, बड़े दूरसंचार कंपनियाँ जो पीयरिंग समझौतों के माध्यम से सीधे एक-दूसरे के साथ यातायात का आदान-प्रदान करते हैं। टीयर 2 और निचले स्तर के नेटवर्क्स अन्य प्रदाताओं के इंटरनेट ट्रांजिट को वैश्विक इंटरनेट पर कम से कम कुछ पार्ट्स तक पहुंचाने के लिए खरीदते हैं, हालांकि वे पीयरिंग में भी व्यस्त हो सकते हैं। एक आईएसपी कनेक्टिविटी के लिए एक एकल अपस्ट्रीम प्रदाता का उपयोग कर सकता है, या अतिरिक्त और लोड संतुलन प्राप्त करने के लिए मल्टीहोमिंग को लागू कर सकता है इंटरनेट एक्सचेंज अंक भौतिक कनेक्शन के साथ कई आईएसपी के लिए प्रमुख यातायात एक्सचेंज हैं।

शैक्षणिक संस्थानों, बड़े उद्यमों और सरकारों जैसे बड़े संगठन, आईएसपी के रूप में समान कार्य कर सकते हैं, अपने आंतरिक नेटवर्क की ओर से पीयरिंग और क्रय ट्रांजिट में शामिल हो सकते हैं। अनुसंधान नेटवर्क बड़े उप-नेटवर्क जैसे कि जीईएन्ट, ग्लोरियाड, इंटरनेट 2 और यूके के राष्ट्रीय अनुसंधान और शिक्षा नेटवर्क, जेनेट के साथ आपस में जुड़े होते हैं। वर्ल्ड वाइड वेब के इंटरनेट आईपी रूटिंग संरचना और हाइपरटेक्स्ट लिंक दोनों पैमाने पर मुक्त नेटवर्क के उदाहरण हैं। कंप्यूटर और रूटर अपने ऑपरेटिंग सिस्टम में रूटिंग टेबल का उपयोग आईपी पैकेट को अगली-हॉप राउटर या गंतव्य के लिए डायल करने के लिए करते हैं। रूटिंग टेबल मैनुअल कॉन्फिगरेशन द्वारा या स्वचालित रूप से प्रोटोकॉल रूटिंग द्वारा बनाए जाते हैं। अंत-नोड्स आम तौर पर एक डिफॉल्ट मार्ग का उपयोग करते हैं जो आईएसपी की तरफ पारगमन प्रदान करता है, जबकि आईएसपी रूटर्स ने बॉर्डर गेटवे प्रोटोकॉल का उपयोग करने के लिए वैश्विक इंटरनेट के जटिल कनेक्शन भर में सबसे कुशल मार्ग स्थापित करने के लिए उपयोग किया है।

पहुँच

उपयोगकर्ताओं द्वारा इंटरनेट एक्सेस के सामान्य तरीके में टेलीफोन सर्किट, समाक्षीय केबल, फाइबर ऑप्टिक या तांबे के तार, वाई-फाई, सैटेलाइट और सेलुलर टेलिफोन टेक्नोलॉजी (3 जी, 4 जी) के माध्यम से कंप्यूटर मॉडेम के

साथ डायल-अप शामिल हैं। अक्सर पुस्तकालयों और इंटरनेट कैफे में कंप्यूटर से इंटरनेट को एक्सेस किया जा सकता है। इंटरनेट का उपयोग अंक कई सार्वजनिक स्थानों जैसे कि हवाई अड्डे के हॉल और कॉफी की दुकानों में मौजूद हैं। विभिन्न शब्दों का उपयोग किया जाता है, जैसे कि सार्वजनिक इंटरनेट कियोस्क, सार्वजनिक एक्सेस टर्मिनल, और वेबपॉफोन। कई होटल में सार्वजनिक टर्मिनल भी हैं, हालांकि ये आमतौर पर शुल्क आधारित हैं। इन टर्मिनलों को विभिन्न उपयोगों, जैसे टिकट बुकिंग, बैंक जमा, या ऑनलाइन भुगतान के लिए व्यापक रूप से उपयोग किया जाता है। वाई-फाई स्थानीय कंप्यूटर नेटवर्क के माध्यम से इंटरनेट के लिए वायरलेस एक्सेस प्रदान करता है। ऐसे पहुंच प्रदान करने वाले हॉटस्पॉट्स में वाई-फाई कैफे शामिल हैं, जहाँ उपयोगकर्ताओं को अपने वायरलेस उपकरणों जैसे लैपटॉप या पीडीए लाने की जरूरत है ये सेवाएँ सभी के लिए निःशुल्क, केवल ग्राहकों के लिए निःशुल्क या शुल्क-आधारित हो सकती हैं।

बड़े पैमाने पर प्रयासों ने वायरलेस कम्युनिटी नेटवर्क के लिए नेतृत्व किया है न्यूयॉर्क, लंदन, विएना, टोरंटो, सैन फ्रांसिस्को, फिलाडेल्फिया, शिकागो और पिट्सबर्ग में बड़े शहर क्षेत्रों को कवर करने वाले वाणिज्यिक वाई-फाई सेवाओं को जगह दी गई है। तब पार्क को पार्क बेंच के रूप में इंटरनेट से एक्सेस किया जा सकता है। वाई-फाई के अलावा, मालिकाना मोबाइल वायरलेस नेटवर्क जैसे रिकोशेट, सेलुलर फोन नेटवर्क पर विभिन्न उच्च गति वाली डेटा सेवाओं और निश्चित वायरलेस सेवाओं के साथ प्रयोग हुए हैं। उच्च अंत वाले मोबाइल फोन जैसे सामान्य रूप से स्मार्टफोन फोन नेटवर्क के माध्यम से इंटरनेट एक्सेस के साथ आते हैं। ओपेरा जैसे वेब ब्राउजर इन उन्नत हैंडसेट पर उपलब्ध हैं, जो कि कई अन्य इंटरनेट सॉफ्टवेयर चला सकते हैं। अधिक मोबाइल फोन के पास पीसी की तुलना में इंटरनेट का उपयोग होता है, हालांकि यह व्यापक रूप से प्रयोग नहीं किया जाता है। एक इंटरनेट एक्सेस प्रदाता और प्रोटोकॉल मैट्रिक्स ऑनलाइन प्राप्त करने के लिए उपयोग किए जाने वाले तरीकों को अलग करता है।

उपयोग के मुख्य क्षेत्र

ऑनलाइन व्यापार या ई-व्यवसाय एक ऐसा शब्द है जिसका उपयोग किसी भी प्रकार के व्यवसाय या व्यावसायिक लेनदेन के लिए किया जा सकता है जिसमें इंटरनेट पर सूचना साझा करना शामिल है वाणिज्य व्यवसायों, समूहों

और व्यक्तियों के बीच उत्पादों और सेवाओं के आदान-प्रदान का गठन करता है और किसी भी व्यवसाय की आवश्यक गतिविधियों में से एक के रूप में देखा जा सकता है। इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स आईसीटी के इस्तेमाल के लिए व्यक्तियों, समूहों और अन्य व्यवसायों के साथ बाहरी गतिविधियों और व्यापार के संबंधों को सक्षम करने के लिए केंद्रित करता है। इंटरनेट नेटवर्क की मदद से व्यवसाय करना। “ई-बिजनेस” शब्द को 1996 में आईबीएम के मार्केटिंग और इंटरनेट टीम ने बनाया था।

मास मीडिया

इंटरनेट प्रकाशन की शैली ऑफलाइन प्रकाशनों से अलग नहीं होती है—समाचार साइटें, साहित्यिक, गैर-कल्पना, बच्चों, महिलाओं, आदि हैं। हालांकि, अगर ऑफलाइन प्रकाशनों को समय-समय पर जारी किया जाता है (एक दिन, सप्ताह, महीने में), तो ऑनलाइन प्रकाशन अपडेट हो जाते हैं नई सामग्री के रूप में यहाँ इंटरनेट रेडियो और इंटरनेट टीवी भी है। इंटरनेट मीडिया के विकास के लिए धन्यवाद, पेपर प्रेस को पढ़ना पसंद करते लोगों की संख्या साल दर साल घट रही है। इसलिए, 2009 के सर्वेक्षणों ने दिखाया था कि 18 से 35 वर्ष के अमेरिकी निवासियों के केवल 19% पेपर प्रेस के माध्यम से देखते हैं अमेरिका में कागज समाचार पत्रों के पाठकों की औसत आयु 55 साल है। 1998 से 2009 तक अमेरिका में अखबारों का कुल परिचालन 62 लाख से घटकर 49 मिलियन प्रतियाँ हो गया है।

साहित्य, संगीत, सिनेमा

इंटरनेट के माध्यम से पहुँचने वाले इलेक्ट्रॉनिक पुस्तकालयों में बड़ी संख्या में काम करता है उसी समय, वेब पर उपलब्ध कई किताबें लंबे समय तक ग्रैबिलोग्राफिक दुर्लभता बन गई हैं, और कुछ भी प्रकाशित नहीं हुई हैं। नौसिखिए लेखकों और कवियों के रूप में, और कुछ प्रसिद्ध लेखक इंटरनेट पर अपनी रचनाएँ डालते हैं। इंटरनेट पर संगीत का प्रसार एमपी 3 प्रारूप के रूप में शुरू हुआ, फिर एमपी 4 आया। रिकॉर्डिंग की गुणवत्ता को संरक्षित करते हुए इंटरनेट पर संचरण के लिए उपयुक्त आकारों में ऑडियो फाइलों को संकृचित करना। कलाकार की नई डिस्क से अलग-अलग गाने के इंटरनेट पर दिखने पर उसे एक अच्छा विज्ञापन माना जाता है और रिकॉर्डों की बिक्री के स्तर में काफी

बढ़ती होती है। इंटरनेट पर कई फिल्मों भी पोस्ट की गई हैं, ज्यादातर अवैध रूप से व्यापक रूप से उपयोग किए जाने वाले फाइल-साझाकरण नेटवर्क तक पहुँचने के लिए (विशेष रूप से, प्रौद्योगिकी बिटटॉरेंट के उपयोग के साथ) प्रतिलिपि बनाने और इंटरनेट साहित्य, संगीत और फिल्मों पोस्ट करने में आसानी के साथ, कॉपीराइट सुरक्षा की समस्या ने विशेष प्रासंगिकता हासिल कर ली है।

लिंक

ई-मेल वर्तमान में संचार के सर्वाधिक इस्तेमाल किए जाने वाले साधनों में से एक है इसके अलावा लोकप्रिय आईपी टेलीफोनी और इस तरह स्काइप (बंद स्रोत के साथ मुक्त मालिकाना सॉफ्टवेयर के रूप में कार्यक्रमों के उपयोग, एन्क्रिप्टेड ध्वनि और वीडियो संचार कंप्यूटर (वीओआईपी) के बीच इंटरनेट पर मोबाइल और लैंडलाइन पर कॉल के लिए, भुगतान सेवाओं को उपलब्ध कराने प्रौद्योगिकी सहकर्मी का उपयोग कर, और साथ ही फोन के लिए। हाल के वर्षों में, त्वरित संदेशवाहक, इंटरनेट के जरिए संदेश प्रेषित करते हुए, लोकप्रियता हासिल हुई है, वे रोजमर्रा की जिंदगी से सेल्युलर संचार को विस्थापित करना शुरू कर देते हैं, जो उनकी तुलना में अक्सर कार्यशीलता, गति और लागत में निम्नतर है। इंटरनेट का विकास, संचार के साधन के रूप में उपयोग किया जाता है, एक दूरस्थ नौकरी के रूप में रोजगार के इस फॉर्म का एक बढ़ती प्रसार की ओर जाता है।

संचार

इंटरनेट लोगों के बड़े पैमाने पर संचार का एक तरीका है, विभिन्न हितों से एकजुट है इसके लिए, इंटरनेट फोरम, ब्लॉग और सोशल नेटवर्क का इस्तेमाल किया जाता है। सोशल नेटवर्क एक प्रकार का इंटरनेट हेवन बन गया है, जहाँ हर कोई अपने आभासी बनाने के लिए तकनीकी और सामाजिक आधार ढूँढ सकता है। इसी समय, प्रत्येक उपयोगकर्ता के पास न केवल संचार और बनाने का अवसर होता है, बल्कि एक विशेष सोशल नेटवर्क के बहुसंख्यक दर्शकों के साथ उनकी रचनात्मकता के फल भी साझा करता है।

क्राउडसोर्सिंग

इंटरनेट कई स्वयंसेवकों की शक्तियों द्वारा सामाजिक रूप से महत्वपूर्ण कार्यों को हल करने के लिए एक अच्छा उपकरण साबित हुआ, जो अपनी

गतिविधियों का समन्वय करते हैं। विकिपीडिया, स्वयंसेवक बलों द्वारा बनाई गई एक ऑनलाइन विश्वकोश, अपनी तरह की सबसे बड़ी परियोजनाओं में से एक है। तथाकथित सिविल साइंस कार्यक्रमों के उदाहरण, विश्व जल शोध दिवस, स्टारडस्ट / होम और क्लिकवर्कर्स, नासा के तत्वावधान में हैं, आकाशगंगा जू, आकाशगंगाओं के वर्गीकरण के लिए एक परियोजना। वितरित कंप्यूटिंग परियोजनाओं जैसे फोल्डिंग / होम, वर्ल्ड कम्प्युनिटी ग्रिड, आइंस्टीन / होम और अन्य लोगों को एक नागरिक विज्ञान के रूप में भी माना जा सकता है, हालांकि कंप्यूटिंग का मुख्य कार्य स्वयंसेवा कंप्यूटर्स की मदद से किया जाता है।

सेवाएँ

इंटरनेट में कई नेटवर्क सेवाएँ होती हैं, सबसे प्रमुख रूप से मोबाइल ऐप जैसे सोशल मीडिया एप्लिकेशन, वर्ल्ड वाइड वेब, इलेक्ट्रॉनिक मेल, मल्टीप्लेयर ऑनलाइन गोम्स, इंटरनेट टेलीफोनी, और फाइल साझाकरण सेवाएँ।

वर्ल्ड वाइड वेब

बहुत से लोग शब्द इंटरनेट और वर्ल्ड वाइड वेब, या सिर्फ वेब का उपयोग करते हैं, परन्तु दो शब्दों का पर्याय नहीं है। वर्ल्ड वाइड वेब प्राथमिक अनुप्रयोग प्रोग्राम है, जो अरबों लोग इंटरनेट पर उपयोग करते हैं, और यह उनके जीवन को अतीत में बदल चुका है। हालांकि, इंटरनेट कई अन्य सेवाएँ प्रदान करता है। वेब दस्तावेजों, छवियों और अन्य संसाधनों का एक वैश्विक समूह है, जो तार्किक रूप से हाइपरलिंक से जुड़े हुए हैं और वर्दी संसाधन पहचानकर्ता (यूआरआई) के साथ संदर्भित हैं। यूआरआई ने सांकेतिक रूप से सेवाएँ, सर्वर, और अन्य डेटाबेस, और दस्तावेजों और संसाधनों की पहचान की है जो वे प्रदान कर सकते हैं। हायपरटेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकॉल (एचटीटीपी) वर्ल्ड वाइड वेब का मुख्य एक्सेस प्रोटोकॉल है वेब सेवा भी सॉफ्टवेयर सिस्टम को व्यापारिक तर्क और सामाग्री साझा करने और विनिमय करने के लिए संवाद करने के लिए एचटीटीपी का उपयोग करती है।

माइक्रोसॉफ्ट के इंटरनेट एक्सप्लोरर/एज, मोजिला फायरफॉक्स, ओपेरा, ऐप्पल सफारी और गूगल क्रोम जैसे वर्ल्ड वाइड वेब ब्राउजर सॉफ्टवेयर, दस्तावेजों में एम्बेडेड हाइपरलिंक के जरिए उपयोगकर्ताओं को एक वेब पेज से दूसरे पर नेविगेट करने देता है। इन दस्तावेजों में कंप्यूटर सामाग्री का कोई भी

संयोजन हो सकता है, जिसमें ग्राफिक्स, आवाज, पाठ, वीडियो, मल्टीमीडिया और इंटरैक्टिव सामग्री शामिल होती है, जबकि उपयोगकर्ता पृष्ठ के साथ इंटरैक्ट कर रहा है। क्लाइट साइड सॉफ्टवेयर में एनिमेशन, गेम, ऑफिस एप्लिकेशन और वैज्ञानिक प्रदर्शन शामिल हो सकते हैं। खोजशब्द-संचालित इंटरनेट अनुसंधान के जरिए खोज इंजन जैसे याहू!, बिंग और गूगल के उपयोग से, दुनियाभर में उपयोगकर्ताओं को एक विशाल और विविध मात्रा में ऑनलाइन जानकारी के लिए आसान, त्वरित पहुँच है मुद्रित मीडिया, किताबें, विश्वकोश और पारंपरिक पुस्तकालयों की तुलना में, वर्ल्ड वाइड वेब ने बड़े पैमाने पर जानकारी के विकेंद्रीकरण को सक्षम किया है।

वेब ने व्यक्तियों और संगठनों को बहुत कम व्यय और समय के देरी पर संभावित बड़े दर्शकों के लिए विचारों और जानकारी को प्रकाशित करने के लिए भी सक्षम किया है। एक वेब पेज प्रकाशित करने, एक ब्लॉग, या एक वेबसाइट बनाने में थोड़ा प्रारंभिक लागत शामिल है और कई लागत-मुक्त सेवाएँ उपलब्ध हैं हालांकि, आकर्षक, विविध और अप-टू-डेट सूचनाओं के साथ बड़े, पेशेवर वेब साइट्स को प्रकाशित करना और बनाए रखना अभी भी कठिन और महंगी प्रस्ताव है। कई व्यक्तियों और कुछ कंपनियाँ और समूह वेब ब्लॉग या ब्लॉग का उपयोग करते हैं, जो कि आसानी से अपडेट करने योग्य ऑनलाइन डायरी के रूप में उपयोग किया जाता है। कुछ वाणिज्यिक, संगठन कर्मचारियों को उम्मीद करते हैं कि विशेषज्ञ ज्ञान और निःशुल्क जानकारी से प्रभावित होंगे और नतीजे के रूप में निगम को आकर्षित करेंगे।

लोकप्रिय वेब पेजों पर विज्ञापन आकर्षक हो सकता है, और ई-कॉमर्स, जो सीधे वेब के माध्यम से उत्पादों और सेवाओं की बिक्री होती है, बढ़ती रहती है। ऑनलाइन विज्ञापन विपणन और विज्ञापन का एक रूप है जो उपभोक्ताओं को प्रचार विपणन संदेश देने के लिए इंटरनेट का उपयोग करता है। इसमें ईमेल विपणन, खोज इंजन विपणन (एसईएम), सोशल मीडिया मार्केटिंग, कई प्रकार के प्रदर्शन विज्ञापन (वेब बैनर विज्ञापन सहित), और मोबाइल विज्ञापन शामिल हैं। 2011 में, संयुक्त राज्य में इंटरनेट विज्ञापन राजस्व ने केबल टीवी के उन लोगों को पीछे छोड़ दिया और लगभग सभी प्रसारण टेलीविजन से अधिक थे। 19 कई ऑनलाइन विज्ञापन प्रथा विवादास्पद हैं और नियमित रूप से कानून के अधीन हैं।

जब वेब 1990 के दशक में विकसित हुआ, तो एक विशिष्ट वेब पेज को वेब सर्वर पर पूरा फॉर्म में संग्रहित किया गया था, जो एचटीएमएल में प्रारूपित है, एक अनुरोध के जवाब में एक वेब ब्राउजर के संचरण के लिए पूरा किया गया था। समय के साथ, वेब पेज बनाने और पेश करने की प्रक्रिया गतिशील हो गई है, एक लचीली डिजाइन, लेआउट, और सामग्री बना रही है। वेबसाइटों को अक्सर सामग्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर का उपयोग करके, शुरू में, बहुत कम सामग्री के साथ बनाया जाता है। इन सिस्टमों के योगदानकर्ता, जो भुगतान किया जा सकता कर्मचारी, किसी संगठन या जनता के सदस्य, उस प्रयोजन के लिए डिजाइन किए गए संपादन पृष्ठों का उपयोग करके अंतर्निहित डाटाबेस को भरें, जबकि कैजुअल विजिटर्स एचटीएमएल प्रपत्र में इस सामग्री को देखें और पढ़ें। नये प्रविष्टि सामग्री को लेने की प्रक्रिया में निर्मित संपादकीय, अनुमोदन और सुरक्षा व्यवस्था हो सकती है या नहीं हो सकती है और इसे लक्ष्य के लिए उपलब्ध कर सकती है।

संचार

ईमेल एक महत्वपूर्ण संचार सेवा है जो इंटरनेट पर उपलब्ध है। मेलिंग पत्र या मेमो के समान एक तरह से पार्टियों के बीच इलेक्ट्रॉनिक पाठ संदेश भेजने की अवधारणा इंटरनेट के निर्माण की भविष्यवाणी करती है। चित्र, दस्तावेज, और अन्य फाइलें ईमेल संलग्नक के रूप में भेजी जाती हैं।

जीमेल का लोगो

इंटरनेट टेलीफोनी इंटरनेट के निर्माण के द्वारा एक और आम संचार सेवा संभव है। वीओआईपी वॉयस-ओवर-इंटरनेट प्रोटोकॉल का अर्थ वह प्रोटोकॉल है जो कि सभी इंटरनेट संचार के अंतर्गत आता है। यह विचार 1990 की शुरुआत में निजी कंप्यूटरों के लिए वॉकी-टॉकी जैसी आवाज अनुप्रयोगों के साथ शुरू हुआ हाल के वर्षों में कई वीओआईपी सिस्टम सामान्य टेलीफोन के रूप में उपयोग करने में आसान और सुविधाजनक हो गए हैं लाभ यह है कि, इंटरनेट आवाज यातायात के रूप में है, वीओआईपी एक पारंपरिक टेलीफोन कॉल की तुलना में बहुत कम या मुफ्त हो सकती है, खासकर लंबी दूरी पर और खासकर उन इंटरनेट कनेक्शन जैसे केबल या एडीएसएल के लिए। वीओआईपी परंपरागत टेलीफोन सेवा के लिए एक प्रतिस्पर्धी विकल्प में परिपक्व हो रहा है। विभिन्न

प्रदाताओं के बीच इंटरऑपरेबिलिटी में सुधार हुआ है और पारंपरिक टेलीफोन से कॉल करने या प्राप्त करने की क्षमता उपलब्ध है। सरल, सस्ती वीओआईपी नेटवर्क एडाप्टर उपलब्ध हैं जो एक निजी कंप्यूटर की आवश्यकता को समाप्त करते हैं।

कॉल करने के लिए वॉयस गुणवत्ता अभी भी भिन्न हो सकती है, लेकिन अक्सर पारंपरिक कॉल्स के बराबर होती है और इससे भी अधिक हो सकती है। वीओआईपी के लिए शेष समस्याओं में आपातकालीन टेलीफोन नंबर डायलिंग और विश्वसनीयता शामिल है। वर्तमान में, कुछ वीओआईपी प्रदाता एक आपातकालीन सेवा प्रदान करते हैं, लेकिन यह सार्वभौमिक रूप से उपलब्ध नहीं है। “अतिरिक्त सुविधाओं” वाले पुराने पारंपरिक फोन केवल पावर विफल होने के दौरान ही संचालित होते हैं और संचालित होते हैं, वीओआईपी फोन उपकरण और इंटरनेट एक्सेस डिवाइसेज के लिए बैकअप पावर स्रोत के बिना ऐसा कभी नहीं कर सकता है खिलाड़ियों के बीच संचार के एक रूप के रूप में, वीओआईपी गेमिंग अनुप्रयोगों के लिए तेजी से लोकप्रिय हो गया है। गेमिंग के लिए लोकप्रिय वीओआईपी ग्राहकों में वेंत्रिलो और टीमेंपीक शामिल हैं आधुनिक वीडियो गेम कंसोल भी वीओआईपी चैट सुविधाओं की पेशकश करते हैं।

डेटा स्थानांतरण

फाइल साझा करना इंटरनेट पर बड़ी मात्रा में डेटा स्थानांतरित करने का एक उदाहरण है एक कंप्यूटर फाइल ग्राहकों, सहयोगियों और मित्रों को एक अनुलग्नक के रूप में ईमेल कर सकती है। यह एक वेबसाइट या फाइल ट्रांसफर प्रोटोकॉल (एफटीपी) सर्वर पर अन्य लोगों द्वारा आसानी से डाउनलोड करने के लिए अपलोड किया जा सकता है। सहकर्मियों द्वारा तत्काल उपयोग के लिए इसे “साझा स्थान” या फाइल सर्वर पर रखा जा सकता है कई उपयोगकर्ताओं के लिए थोक डाउनलोड का लोड “मिरर” सर्वर या पीयर-टू-पीयर नेटवर्क के उपयोग से आसान हो सकता है। इनमें से किसी एक मामले में, फाइल तक पहुँच को उपयोगकर्ता प्रमाणीकरण के द्वारा नियंत्रित किया जा सकता है, इंटरनेट पर फाइल का पारगमन एन्क्रिप्शन द्वारा छिपा हुआ हो सकता है, और पैसे फाइल को एक्सेस करने के लिए हाथ बदल सकते हैं। कीमत से धन के रिमोट चार्जिंग द्वारा भुगतान किया जा सकता है, उदाहरण के लिए, एक क्रेडिट कार्ड जिसका

विवरण भी पारित किया जाता है-आमतौर पर पूरी तरह से एन्क्रिप्ट किया गया-इंटरनेट पर प्राप्त फाइल की उत्पत्ति और प्रामाणिकता डिजिटल हस्ताक्षर द्वारा या एमडी 5 या अन्य संदेश डार्जेस्ट्स द्वारा जाँच की जा सकती है। इंटरनेट की ये सरल विशेषताओं, दुनिया भर के आधार पर, संचरण के लिए कंप्यूटर फाइल में कम की जा सकने वाली किसी भी वस्तु का उत्पादन, बिक्री और वितरण बदल रहे हैं। इसमें सभी तरह के प्रिंट प्रकाशन, सॉफ्टवेयर उत्पाद, समाचार, संगीत, फिल्म, वीडियो, फोटोग्राफी, ग्राफिक्स और अन्य कला शामिल हैं। इसके बदले में उन मौजूदा उद्योगों में भूकंपीय बदलाव हुए हैं जो पहले इन उत्पादों के उत्पादन और वितरण को नियंत्रित करते थे।

स्ट्रीमिंग मीडिया अंत उपयोगकर्ताओं द्वारा तत्काल खपत या आनंद के लिए डिजिटल मीडिया का वास्तविक समय वितरण है कई रेडियो और टेलीविजन ब्रॉडकास्टर्स अपने लाइव ऑडियो और वीडियो प्रस्तुतियों के इंटरनेट फीड प्रदान करते हैं। वे टाइम-शिफ्ट देखने या सुनने जैसे कि पूर्वावलोकन, क्लासिक क्लिप्स और सुनो फिर की सुविधा भी दे सकते हैं। इन प्रदाताओं को एक शुद्ध इंटरनेट “ब्रॉडकास्टर्स” की श्रेणी में शामिल किया गया है, जिनके पास ऑन-एयर लाइसेंस नहीं था। इसका मतलब यह है कि एक इंटरनेट से जुड़े डिवाइस, जैसे कंप्यूटर या अधिक विशिष्ट, का प्रयोग उसी तरह उसी तरह से ऑन-लाइन मीडिया तक पहुँचने के लिए किया जा सकता है जितना पहले संभवतः केबल टेलीविजन या रेडियो रिसेवर के साथ था उपलब्ध प्रकार की सामग्रियों की श्रेणी, विशेष तकनीकी वेबकास्ट से मांग-लोकप्रिय मल्टीमीडिया सेवाओं के लिए बहुत व्यापक है। ब्रॉडकास्टिंग इस विषय पर एक भिन्नता है, जहाँ आम तौर पर ऑडियो-सामग्री डाउनलोड की जाती है और कंप्यूटर पर वापस खेला जाता है या स्थानांतरित करने के लिए सुने जाने वाले पोर्टेबल मीडिया प्लेयर में स्थानांतरित हो जाता है। साधारण उपकरण का इस्तेमाल करते हुए ये तकनीक दुनिया भर में ऑडियो-विजुअल सामग्री को प्रसारित करने के लिए, छोटे संसारशिप या लाइसेंस नियंत्रण के साथ किसी को भी अनुमति देती हैं।

डिजिटल मीडिया स्ट्रीमिंग नेटवर्क बैंडविड्थ की मांग को बढ़ाती है उदाहरण के लिए, मानक छवि गुणवत्ता के लिए एसडी 480 पी के लिए 1 एमबीटी/एस लिंक गति की आवश्यकता होती है, एचडी 720 पी की गुणवत्ता में 2.5 एमबीटी/एस की आवश्यकता होती है, और उच्चतम-एचडीएक्स गुणवत्ता को 1080 पी के लिए 4.5 एमबीटी/एस की आवश्यकता होती है।

वेबकैम इस घटना का एक कम लागत वाला विस्तार है। जबकि कुछ वेबकैम पूरा-फ्रेम-दर वीडियो दे सकता है, तो चित्र आमतौर पर छोटा होता है या धीरे-धीरे अपडेट होता है इंटरनेट उपयोगकर्ता एक अफ्रीकी वॉटरहो के आसपास पशुओं को देख सकते हैं, पनामा नहर में जहाजों, स्थानीय राउंडअबाउट पर ट्रैफिक या अपने स्वयं के परिसर की निगरानी, लाइव और वास्तविक समय में देख सकते हैं। वीडियो चैट रूम और वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग भी लोकप्रिय हैं, कई व्यक्तिगत वेबकैम के लिए उपयोग किए जा रहे उपयोग के साथ, बिना और बिना दो-तरफा ध्वनि यूट्यूब 15 फरवरी 2005 को स्थापित किया गया था और अब एक विशाल संख्या में उपयोगकर्ताओं के साथ मुफ्त स्ट्रीमिंग वीडियो की अग्रणी वेबसाइट है। यह एक फ्लैश आधारित वेब प्लेयर का उपयोग करता है जो वीडियो फाइलों को स्ट्रीम और दिखाती है। पंजीकृत उपयोगकर्ता असीमित मात्रा में वीडियो अपलोड कर सकते हैं और अपनी व्यक्तिगत प्रोफाइल बना सकते हैं। यूट्यूब का दावा है कि इसके उपयोगकर्ता सैकड़ों मिलियन देखते हैं, और हर दिन लाखों वीडियो अपलोड करते हैं। वर्तमान में, यूट्यूब एक एचटीएमएल 5 प्लेयर का उपयोग भी करता है।

उप-संस्कृतियाँ

आधुनिक इंटरनेट में बहुत से सामाजिक और सांस्कृतिक पहलू भी हैं। यह एक सार्वभौमिक वैश्विक सूचना पर्यावरण है।

अंतरजाल समुदाय

इंटरनेट संचार के लिए सबसे व्यापक तकनीकी अवसर प्रदान करता है। इसके अलावा, अंतरजाल पर समान रुचि तथा समान दुनिया के विचार रखने वालों को ढूंढना, या पिछले परिचितों को ढूंढना, जो जीवन परिस्थितियों के कारण पृथ्वी पर अलग-अलग जगह बिखरे हुए थे, आसान है। इसके अलावा, वेब पर संवाद शुरू करना, व्यक्तिगत बैठक में बैठकर शुरू करने से मनोवैज्ञानिक रूप से आसान है। ये कारण वेब समुदायों के निर्माण और सक्रिय विकास को निर्धारित करते हैं। अंतरजाल समुदाय उन लोगों का समुदाय है जो आम शौक को साझा करते हैं, और मुख्य रूप से अंतरजाल के माध्यम से संवाद करते हैं। ऐसे अंतरजाल समुदाय धीरे-धीरे पूरे समाज के जीवन में एक मूर्त भूमिका निभाने लगे हैं।

अंतरजाल का लत

अंतरजाल का लत अंतरजाल का उपयोग करने और नेटवर्क पर बहुत समय व्यतीत करने की एक जुनूनी इच्छा है। अंतरजाल का लत, चिकित्सा मानदंडों के अनुसार मानसिक रोग नहीं है।

विश्व के देशों में अंतरजाल

भारत में इंटरनेट

भारत में अंतरजाल 80 के दशक में आया, जब एर्नेट (शैक्षिक और अनुसंधान नेटवर्क) को सरकार, इलेक्ट्रॉनिक्स विभाग और संयुक्त राष्ट्र उन्नति कार्यक्रम (यू एन डी पी) की ओर से प्रोत्साहन मिला। सामान्य उपयोग के लिये जाल 15 अगस्त 1995 से उपलब्ध हुआ, जब भारत संचार निगम लिमिटेड (वी एस एन एल) ने गेटवे सर्विस शुरू की। भारत में इंटरनेट इस्तेमाल करने वालों की संख्या में तेजी से इजाफा हुआ है। यहाँ 1.32 बिलियन लोगों तक इंटरनेट की पहुँच हो चुकी है, जो कि कुल जनसंख्य का करीब 34.8% फीसदी है। पूरी दुनिया के सभी इंटरनेट इस्तेमाल कर्ताओं में भारत का योगदान 13.5% फीसदी है। साथ ही इंटरनेट का इस्तेमाल व्यक्तिगत जरूरतों जैसे बैंकिंग, ट्रेन इंफॉर्मेशन-रिजर्वेशन और अन्य सेवाओं के लिए भी होता है।

आज इंटरनेट की पहुँच लगभग सभी गाँव एवं कस्बों और दूर-दराज के इलाकों तक फैल चुकी है, आज लगभग सभी जगहों पर इसका उपयोग हो रहा है और वो दिन दूर नहीं जब भारत दुनिया में इंटरनेट के उपयोग के मामले में सबसे आगे हो स और 2015 से सरकार भी पूरी तरह से ऑनलाइन होने के तैयारी में लग गई है स अब भारत के करीब लोग पूरे देश से अपने पैसे को लेन-देन कर सकते हैं। और घर बैठे खरीदारी कर रहे हैं। भारत पूरी तरह से इंटरनेट से जुड़ने की तैयारी में है। 2015 से 2018 तक भारत के इंटरनेट इस्तेमाल करने वालों की करीब 10% बढ़ोत्तरी हुई है। 2016 में टेलिकॉम कंपनी जियो ने करीब 1 साल तक इन्टरनेट मुफ्त कर दिया था। जियो आने के बाद इंटरनेट को इस्तेमाल करने वालों की लगातार बढ़ोत्तरी होती जा रही है। भारत में अभी भी कई जगह मोबाइल नेटवर्क न होने के कारण लोग परेशान हैं।

इस्टोनिया में इंटरनेट

यहाँ पूरे देश में वायरलेस इंटरनेट (वाई फाई) की पहुँच है। चाहे आप हवाई अड्डा में हो या समुद्रतट या जंगल में, हर जगह इंटरनेट की पहुँच है। यहाँ पहुँच भी मुफ्त है। इस्टोनिया में 25 फीसदी वोटिंग ऑनलाइन होती है। यहाँ माता-पिता अपने बच्चों की स्कूल की दैनिक गतिविधि, परीक्षा के अंक और कक्षेतर कार्य को ऑनलाइन देख सकते हैं। यहाँ एक व्यापार ऑनलाइन सेटप तैयार करने में महज 18 मिनट का समय लगता है। इस्टोनिया में 993, 785 इंटरनेट इस्तेमाल करते हैं, जो कि इस देश की पूरी आबादी का लगभग 78 फीसदी है। यहाँ की जनसंख्या 1, 274, 709 है। इस्टोनिया में इंटरनेट पर सबसे अधिक स्वतंत्रता है।

उपयोग—अधिकतर उपयोग ई कॉमर्स और ई-सरकार सेवाओं के लिए होता है। यहाँ प्रेस और ब्लॉगर ऑनलाइन कुछ भी कहने के लिए स्वतंत्र हैं। इस्टोनिया ने अमेरिका को पीछे कर दूसरे स्थान पर छोड़ा है। यह छोटा सा देश तकनीकी तौर पर बिजली घर बन गया है। यहाँ ऑन लाइन वोटिंग, इलेक्ट्रॉनिक मेडिकल रिकॉर्ड इंटरनेट के माध्यम से दूसरों के पास पहुँचते हैं। ब्रॉडबैंड से अधिकतर सुसज्जित यह देश डिजिटल दुनिया का एक मिथक बन कर उभरा है।

संयुक्त राज्य में इंटरनेट

संयुक्त राज्य की जनसंख्या 313 मिलियन, यानी 3130 लाख हैं, जहाँ 245 मिलियन, यानी 2450 लाख लोग इंटरनेट इस्तेमाल करते हैं। यहाँ पर इंटरनेट की पहुँच 78 फीसदी है और इस देश के लोग विश्व की 11 फीसदी आबादी इंटरनेट के उपयोगकर्ता के तौर पर शामिल हैं। इस्टोनिया के बाद इंटरनेट पर सबसे अधिक स्वतंत्रता अमेरिका, जर्मन, ऑस्ट्रेलिया, हंगरी, इटली और फिलीपींस को है। यह देश-दुनिया के अन्य देशों की तुलना में इंटरनेट पर अधिक स्वतंत्रता देते हैं। यहाँ पर कॉन्ग्रेसनल बिल का विरोध हो रहा है, जिसका इरादा प्राइवैसी और नॉन अमेरिकी वेबसाइट होस्टिंग को लेकर है। आधे से अधिक अमेरिकी इंटरनेट पर टीवी देखते हैं। यहाँ पर मोबाइल पर इंटरनेट का उपयोग स्वास्थ्य, ऑन लाइन बैंकिंग, बिलों का पेमेंट और सेवाओं के लिए करते हैं।

जर्मनी में इंटरनेट

जर्मनी में इंटरनेट का उपयोग सबसे अधिक सोशल मीडिया के लिए किया जा रहा है। वहाँ अब अपनी अन्य जरूरतों, बैंकिंग, निजी कार्य आदि के लिए भी किया जा रहा है। पिछले पांच वर्षों में जर्मनी में ब्रॉडबैंड सेवाएँ काफी सस्ती उपलब्ध हो रही हैं। इसके रेट इसकी गति आदि पर निर्भर करती है। यहाँ पर इंटरनेट से टीवी और टेलीफोन सेवाएँ भी एक साथ मिलती हैं। यहाँ की 73 फीसदी आबादी के घरों तक इंटरनेट की पहुँच उपलब्ध है। जर्मनी के पाठशालाओं में छात्रों को मुफ्त में कंप्यूटर और इंटरनेट की सुविधा उपलब्ध कराई जाती है। जर्मनी में 93 फीसदी इस्तेमालकर्तों के पास डीएलएस कनेक्शन है। जर्मनी की आबादी 81 मिलियन है और 67 मिलियन इंटरनेट इस्तेमाल करते हैं। यहाँ 83 फीसदी इंटरनेट की एक्सेस है और विश्व के इंटरनेट उपयोगकर्ता की संख्या में यहाँ के लोगों की तीन फीसदी हिस्सेदारी है।

इटली में इंटरनेट

इटली में इंटरनेट तक 58.7 फीसदी लोगों की पहुँच है। यहाँ 35, 800, 000 लोग इंटरनेट इस्तेमाल करते हैं। यहाँ 78 फीसदी लोग ईमेल भेजने और पाने के लिए इंटरनेट का प्रयोग करते हैं। इसके दूसरे नंबर पर 67.7 फीसदी उपयोगकर्ता ने ज्ञान के लिए और 62 फीसदी उपयोगकर्ता ने वेस्तुओं एवं सेवाओं के लिए किया है। एक सर्वे के अनुसार 34.1 मिलियन मोबाइल उपयोगी ने इंटरनेट तक अपनी पहुँच बनाई। इटली में इंटरनेट (6 एमबीपीज, असीमित डेटा केबिल्स/एडीएसएल) 25 यूरो डॉलर में प्रतिमाह के रेट से उपलब्ध है।

फिलीपींस में इंटरनेट

फिलीपींस में 10 लोगों में से केवल तीन लोगों तक ही इंटरनेट की पहुँच है। हालांकि इस देश का दावा है कि यह सोशल मीडिया के लिए विश्व का एक बड़ा केंद्र है। फिलीपींस में उपयोगकर्ता को इंटरनेट पर सबसे अधिक स्वतंत्रता मिली हुई है। यहाँ के लोग बिना किसी बाधा के इंटरनेट का उपयोग करने के लिए स्वतंत्र हैं। फिलीपींस की कुल जनसंख्या (2011 के अनुसार) 1, 660, 992 है। इसमें में 32.4 फीसदी लोगों तक इंटरनेट की पहुँच है। फिलीपींस के इंटरनेट इस्तेमाल करने वालों की संख्या 33, 600, 000 है। यहाँ पर लोग सबसे अधिक इंटरनेट का उपयोग सोशल मीडिया के लिए करते हैं।

ब्रिटेन में इंटरनेट

ब्रिटेन की आबादी लगभग 63 मिलियन है और यहाँ पर लगभग 53 मिलियन इंटरनेट इस्तेमाल करते हैं। इंटरनेट की पहुँच 84 फीसदी लोगों तक है, जो विश्व के कुल उपयोगी की संख्या का दो फीसदी है। यहाँ पर उच्च स्तर पर इंटरनेट पर अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता मिली हुई है। लेकिन हाल के वर्षों में सोशल मीडिया ट्विटर और फेसबुक पर लगाए आंशिक प्रतिबंध ने इंटरनेट पर पूर्ण स्वतंत्रता वाले देश की श्रेणी से बाहर कर दिया है। यहाँ पर इन सोशल मीडिया के सेवाओं पर प्रतिबंध लगाया जा सकता है। यूके में 86 फीसदी इंटरनेट उपयोगकर्ता वीडियो साइट्स पर आते हैं। यहाँ 240 मियिलियन घंटे उपयोगकर्ता ऑन लाइन वीडियो सामग्री देखते हैं। गूगल के बाद यहाँ यूट्यूब और फेसबुक को सबसे ज्यादा देखा जाता है।

हंगरी में इंटरनेट

हंगरी में 59 फीसदी लोग इंटरनेट के उपयोगकर्ता हैं। पिछले 1990 से डायल अप कनेक्शनों की संख्या बढ़ी है। यहाँ वर्ष 2000 से ब्रॉडबैंड कनेक्शनों की संख्या में काफी तेजी आई। यहां 6, 516, 627 इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं। यहाँ के उपयोगकर्ता अधिकतर व्यावसायिक और विपणन मैसेज के लिए इंटरनेट का उपयोग करते हैं।

ऑस्ट्रेलिया में इंटरनेट

ऑस्ट्रेलिया की जनसंख्या—22, 015, 576 है, जिसमें से 19, 554, 832 इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं। ऑस्ट्रेलिया में इंटरनेट पर ऑनलाइन सामग्री में उपयोगकर्ता को काफी हद तक स्वतंत्रता मिली हुई है। वह सभी राजनीतिक, सामाजिक प्रवचन, मनुष्य राइट के उल्लंघन आदि की जानकारी हासिल कर लेता है। ऑस्ट्रेलिया में इंटरनेट की उपलब्धता दर 79 फीसदी है। ऑस्ट्रेलिया के लोग अपने घरों से कई काम अपने मोबाइल पर कर लेते हैं।

अर्जेंटीना में इंटरनेट

अर्जेंटीना में पहली बार 1990 में इंटरनेट का उपयोग वाणिज्यिक उपयोग के लिए शुरू किया गया था, हालांकि पहले इस पर शैक्षिक दृष्टिकोण से फोकस किया जा रहा था। दक्षिणी अमेरिका का यह अब सबसे बड़ा इंटरनेट

का उपयोग करने वाला देश है। यहाँ की अनुमानित जनसंख्या 42, 192, 492 है, जिसमें 28, 000, 000 लोग इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं। यह कुल संख्या के लगभग 66.4 फीसदी है। यहाँ 20, 048, 100 लोग फेसबुक पर हैं।

दक्षिण-अफ्रीका में इंटरनेट

दक्षिण-अफ्रीका में पहला इंटरनेट कनेक्शन 1998 में शुरू किया गया था। इसके बाद इंटरनेट का व्यावसायिक उपयोग 1993 से शुरू हुआ। अफ्रीका महाद्वीप में विकास की तुलना में दक्षिण अफ्रीका तेरहवाँ सबसे अधिक इंटरनेट की पहुँच वाला देश है। इंटरनेट के उपयोग के मामले में यह देश अफ्रीका के अन्य देशों से कहीं आगे है। एक अनुमान के अनुसार यहाँ की जनसंख्या 48, 810, 427 है, जिनमें से 8, 500, 000 इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं।

जापान में इंटरनेट

जापान में इंटरनेट का उपयोग अधिकतर ब्लॉगिंग के लिए करते हैं। जापान के संस्कृति में ब्लॉग बड़ी भूमिका अदा करते हैं। औसतन जापान का एक उपयोगी 62.6 मिनट अपने समय का उपयोग ब्लॉग पर करता है। इसके बाद दक्षिण कोरिया के उपयोगी हैं, जो 49.6 मिनट और तीसरे स्थान पर पोलैंड के उपयोगी हैं, जो 47.7 मिनट अपना वक्त ब्लॉग पर देते हैं।

ब्राजील में इंटरनेट

यहाँ 42 फीसदी लोग हर दिन सोशल मीडिया के लिए इंटरनेट का उपयोग करते हैं। 18 से 24 साल आयुवर्ग के युवा सबसे अधिक इंटरनेट का उपयोग कर रहे हैं। मैट्रोपोलिटन शहरों में इंटरनेट का उपयोग टीवी देखने के लिए बहुत अधिक हो रहा है।

तुर्कमेनिस्तान में इंटरनेट

विश्व में इंटरनेट की सेवा सबसे अधिक महंगी तुर्कमेनिस्तान में है। यहाँ असीमित इंटरनेट पहुँच के लिए डॉलर की दर से 2048 है, जो एक माह में 6, 821.01 डॉलर तक पहुँच जाती है। यहाँ सबसे सस्ती इंटरनेट सेवा 43.12 डॉलर प्रति माह में उपयोगकर्ता को 2 जीबी 64 केबीपीएस सीमित है। जबकि रूस में तेज गति असीमित इंटरनेट लगभग 20 डॉलर प्रति माह है।

सबसे तेज इंटरनेट गति दक्षिण कोरिया में

एक रिपोर्ट के मुताबिक, इंटरनेट की गति तेज होने पर एक परिवार साल भर में इंटरनेट पर होने वाले खर्च में से करीब 5 लाख रुपये बचा सकता है। इसमें सबसे ज्यादा पैसा मनोरंजन, ऑन लाइन सौदा, सौदा खोज और यात्रा में इस्तेमाल होने वाले इंटरनेट के रूप में बचा सकता है। औसत वर्ल्ड वाइड डाउनलोड स्पीड 58 किलोबाइट प्रति सेकेंड है। दक्षिण कोरिया में सबसे अधिक इंटरनेट की औसत गति सबसे तेज है। यहाँ की गति 2202 केबीपीएस है। पूर्वी यूरोपीय देश रोमानिया दूसरे स्थान पर 1909 और बुल्गारिया तीसरे स्थान पर 1611 केबीपीएस के साथ है। गति के मामले में हॉन्गकॉन्ग में इंटरनेट की औसत पीक गति 49 एमबीपीएस है। जबकि अमेरिका में 28 एमबीपीएस है। हालांकि अमेरिका विश्व का सबसे अधिक इंटरनेट से जुड़ा हुआ देश है।

अंतरजाल शब्दावली

जब इंटरनेट का उपयोग इंटरनेट पर आधारित इंटरनेट प्रोटोकॉल (आई पी) नेटवर्क की विशिष्ट वैश्विक प्रणाली को करने के लिए किया जाता है, तो शब्द एक व्यक्तिवाचक संज्ञा है जिसे प्रारंभिक कैपिटल कैरेक्टर के साथ लिखा जाना चाहिए। सामान्य उपयोग और मीडिया में, यह अक्सर गलत रूप से नहीं किया जाता है, अर्थात् इंटरनेट। कुछ मार्गदर्शिकाएं यह निर्दिष्ट करती हैं कि शब्द को जब संज्ञा के रूप में इस्तेमाल किया जाता है, लेकिन एक विशेषण के रूप में उपयोग किए जाने पर उस शब्द को पूंजीकृत नहीं किया जाना चाहिए। इंटरनेट को भी नेटवर्क के एक छोटे रूप के रूप में, नेट के रूप में भी जाना जाता है। ऐतिहासिक रूप से, 1894 के रूप में, इंटरनेट पर इस्तेमाल किए गए शब्द को एक विशेषण के रूप में बिना किसी रूप में इस्तेमाल किया गया था, जिसका अर्थ है एक-दूसरे से जुड़े या इंटरव्यू। शुरुआती कंप्यूटर नेटवर्क के डिजाइनरों ने इंटरनेट और इंटरनेटवर्किंग के लघुकथ रूप में एक संज्ञा के रूप में और एक क्रिया के रूप में इंटरनेट का उपयोग किया, जिसका मतलब है कि कंप्यूटर नेटवर्क परस्पर जुड़े हुए हैं।

इंटरनेट और वर्ल्ड वाइड वेब शब्द को अक्सर हर रोज भाषण में एक-दूसरे शब्दों में उपयोग किया जाता है, वेब पेज देखने के लिए वेब ब्राउजर का उपयोग करते समय “इंटरनेट पर जा रहे हैं” की बात करना आम बात है हालांकि, वर्ल्ड वाइड वेब या वेब केवल बड़ी संख्या में इंटरनेट सेवाओं में से

एक है वेब इंटरकनेक्टेड दस्तावेज (वेब पेज) और अन्य वेब संसाधनों का संग्रह है, जो हाइपरलिंक्स और यूआरएल द्वारा जुड़ा हुआ है। तुलना की दूसरी बात, हाइपरटेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकॉल, या एच टी टी पी, सूचना हस्तांतरण के लिए वेब पर इस्तेमाल की जाने वाली भाषा है, फिर भी यह सिर्फ कई भाषाओं या प्रोटोकॉल में से एक है, जिसका उपयोग इंटरनेट पर संचार के लिए किया जा सकता है। शब्द इंटरवेब इंटरनेट का एक पोर्टमैन है और वर्ल्ड वाइड वेब आमतौर पर एक तकनीकी रूप से असामान्य उपयोगकर्ता भड़ौआ करने के लिए व्यंग्यात्मक रूप से उपयोग किया जाता है।

- **अटैचमेन्ट या अनुलग्नक**—यह एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके द्वारा किसी भी प्रकार की फाइल मेल संदेश के साथ जोड़कर इंटरनेट के माध्यम से किसी को भी भेजी या प्राप्त की जा सकती है।
- **आस्की (ASCII)**—इसका अर्थ “अमेरिकन स्टैंडर्ड कोड फोर इंफार्मेशन इंटरचेंज” है। यह नोटपेड में सुरक्षित किए जाने वाले परीक्षा का बायडिफॉल्ट फॉर्मेट है यदि आप नोटपैड में किसी टेक्स्ट को प्राप्त कर रहे हैं तो वह फॉर्मेट। SCII है।
- **ऑटो कम्प्लीट**—यह सुविधा ब्राउजर के एंटेस बार में होती है। इसके शुरू में कुछ डेटा टाइप करते ही यूआरएल पूर्ण हो जाता है। इसके लिये जरूरी है कि वह यूआरएल पहले प्रयोग किया गया हो।
- **एंटी वाइरस प्रोग्राम**—इस प्रोग्राम में कम्प्यूटर की संगणक संचिका में छुपे हुए वाइरस को ढूँढ निकालने या सम्भव हो तो, नष्ट करने की क्षमता होती है।
- **बैंडविड्थ**—इसके द्वारा इंटरनेट की गति नापी जाती है। बैंडविड्थ जितनी अधिक होगी, इंटरनेट की गति उतनी ही ज्यादा होगी।
- **ब्राउसर**—वर्ल्ड वाइड वेब पर सूचना प्राप्त करने में मददगार सॉफ्टवेयर को ब्राउसर कहते हैं। नेटस्केप नैवीगेटर और इंटरनेट एक्सप्लोरर सर्वाधिक प्रचलित ब्राउसर हैं। यह एक ऐसा सॉफ्टवेयर होता है जो एचटीएमएल और उससे संबंधित प्रोग्राम को पढ़ सकता है।
- **बुकमार्क**—ब्राउसर में स्थित विशेष लिंक, जो किसी विशेष सेक्शन में लिंक बनाने में मदद करता है। इंटरनेट एक्सप्लोरर में यह फेवरेट कहलाता है।

- **कैसे या टेम्पेरी इंटरनेट एक्सप्लोरर**—सर्फिंग के दौरान वेब पेज और उससे संबंधित चित्र एक अस्थायी भण्डार में बदल जाते हैं। यह तब तक नहीं हटते हैं, जब तक इन्हें हटाया न जाये या ये बदला न जाए। एक ही वेबसाइट पर जाना उतना ही आसान होता है, क्योंकि सामग्री डाउनलोड की आवश्यकता नहीं होती। यदि आप अलग-अलग साइट्स पर जा रहे हों तो ये फाइल आपका गति कम कर देता है।
- **कुक्री**—यह वेब सर्वर द्वारा भेजा गया सामग्री होता है, जिसे ब्राउसर द्वारा सर्फर के कम्प्यूटर में एक संचिका में रखा जाता है।
- **डीमोड्यूलेशन**—मोडेम से प्राप्त ऐनालॉग सामग्री को डिजिटल सामग्री में बदलने की प्रक्रिया डीमोड्यूलेशन कहलाती है।
- **डाउनलोड**—किसी संचिका को वर्ल्ड वाइड वेब से कॉपी करने की प्रक्रिया डाउनलोड कहलाती है।
- **क्षेत्रीय नाम पंजीकरण**—किसी भी कम्पनी को अपनी विशिष्ट पहचान कायम रखने के लिये अपनी कम्पनी का नाम पंजीकरण करवाना होता है। यह प्रक्रिया इंटरनेट सर्विस प्रोवाइडर की देख-रेख में चलती है।
- **ई-कॉमर्स**—इंटरनेट पर व्यापारिक लेखा-जोखा रखने की प्रक्रिया और नेट पर ही खरीदने-बिक्री की प्रक्रिया ई-कॉमर्स कहलाती है।
- **होम-पेज**—वेब ब्राउसर से किसी साइट को खोलते ही जो पृष्ठ सामने खुलता है वह उसका होम पेज कहलाता है।
- **एफएक्वू (frequently asked question)**—वेबसाइट पर सबसे ज्यादा पूछे जाने वाले या बार-बार पूछे जाने वाले प्रश्न को एफएक्वू कहते हैं। वेब साइट पर एफएक्वू के माध्यम से प्रश्न भी भेजे जा सकते हैं।
- **डायल-अप कनेक्शन**—एक कम्प्यूटर से मोडेम द्वारा इंटरनेट से जुड़े किसी अन्य कम्प्यूटर से मानक फोन लाइन पर कनेक्शन को डायल अप कनेक्शन कहते हैं।
- **डायल-अप नेटवर्किंग**—किसी पर्सनल कम्प्यूटर को किसी अन्य पर्सनल कम्प्यूटर पर, लैन और इंटरनेट से जोड़ने वाले प्रोग्राम को डायल अप नेटवर्किंग कहते हैं।

- **डायरेक्ट कनेक्शन**—किसी कम्प्यूटर या लैन और इंटरनेट के बीच स्थायी सम्पर्क को डायरेक्ट कनेक्शन कहा जाता है। यदि फोन कनेक्शन कम्पनी से टेलीफोन कनेक्शन लीज पर लिया जाता है, तो उसे लीज्ड लाइन कनेक्शन कहते हैं।
- **संचिका**—एचटीएमएल (हाइपर टेक्स्ट मार्कअप लेंग्वेज) वर्ल्ड वाइड वेब पर डॉक्यूमेंट के लिये प्रयोग होने वाली मानक मार्कअप भाषा है। एचटीएमएल भाषा टैग का उपयोग करता है।
- **एचटीटीपी (हाइपर टेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकाल)**—वर्ल्ड वाइड वेब पर सर्वर से किसी उपयोगकर्ता तक दस्तावेजों को स्थानांतरण वाला कम्प्यूनिक्शन प्रोटोकाल एचटीटीपी कहलाता है।

6

फोटो पत्रकारिता

फोटोग्राफी संचार का ऐसा माध्यम है, जिसमें भाषा की आवश्यकता नहीं होती है। तस्वीरों के माध्यम से ही घटना का वर्णन हो जाता है। इसका प्रभाव भी सबसे ज्यादा होता है। यही कारण है कि कम्युनिकेशन के विभिन्न माध्यमों में विजुअल्स को सबसे प्रभावी माना जाता है। मीडिया में फोटो जर्नलिज्म की उपयोगिता दिनों-दिन बढ़ती जा रही है और आगे भी बढ़ती रहेगी। यदि किसी में कल्पनाशीलता है और घटना के महत्त्व को तुरंत समझ सकते हैं, तो उसके लिए फोटो जर्नलिज्म का कोर्स करना बेहतर हो सकता है। कार्य कोई विशेष घटना, प्राकृतिक आपदा, युद्ध, ग्लैमर न्यूज, कठिन से कठिन परिस्थितियों में घटनास्थल की पूरी कहानी अपने कैमरे में कैद कर लाखों करोड़ों लोगों तक तस्वीरों को पहुँचाना ही फोटो जर्नलिस्ट का कार्य है।

फोटो जर्नलिज्म में चित्रों के जरिए कहानी कही जाती है। इसका संदर्भ प्रिंट पत्रकारिता में स्थिर तस्वीरों से है, जबकि ब्रॉडकास्ट जर्नलिज्म में अधिकतर वीडियो फिल्म के जरिए खबर बताई जाती है। एक फोटो पत्रकार रिपोर्टर भी होता है, लेकिन उसे जल्द फैसला लेना होता है। उसे कई अड़चनों जैसे शारीरिक खतरा, मौसम और भीड़भाड़ से भी जूझना पड़ता है। कैमरा एंगल, लाइट, लेंस आदि की बेहतर जानकारी के साथ-साथ खबरों की समझ हो, तो आप कैमरे से मीडिया कैरियर की राह बना सकते हैं। विजुअल्स की दुनिया में तस्वीर के माध्यम से ही घटना का वर्णन हो जाता है और ऐसे में फोटो जर्नलिस्ट की भूमिका बड़ी महत्वपूर्ण है। यदि आप में कल्पनाशीलता है और आप घटना के महत्त्व को समझते हैं यानी खबर की गंभीरता से परिचित हैं तो फोटो जर्नलिज्म

आपके लिए बड़े काम का कैरियर है। फोटो जर्नलिस्ट विशेष कवरेज, बड़ी रैलियों, प्राकृतिक आपदा, जंग, ग्लैमर वर्ल्ड, और ऐसी ही मीनिंगफुल घटनाक्रम को पूरी कहानी समेत अपने कैमरे में कैद करता है। ऐसे कवरेज को इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में बहुत सम्मान मिलता है।

जब तक इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का युग नहीं आया था, फोटो जर्नलिस्ट एक कैमरा पर्सन की तरह काम करता था। लेकिन इलेक्ट्रॉनिक और वेब मीडिया के आने के बाद इनकी एक अलग पहचान बनी है। किसी भी खबर के लिए फोटो की भूमिका प्रिंट व इलेक्ट्रॉनिक मीडिया दोनों में है। कुशल व प्रशिक्षित फोटो जर्नलिस्ट मीडिया इंडस्ट्री में हाथों-हाथ लिए जाते हैं। अखबार और चैनलों के अलावा मैगजीनों आदि में भी फोटो जर्नलिस्ट की काफी माँग रहती है। जैसे देखा जाए तो फोटो जर्नलिस्ट बनने के लिए विजुअल्स की जानकारी के साथ-साथ घटनाक्रम की समझ और कल्पनाशीलता होनी चाहिए। आजकल फोटो जर्नलिस्ट के तौर पर पहचान बनाने के लिए जरूरी है कि व्यक्ति को पुरस्थितियों और समसामयिक घटनाक्रम की जानकारी भी हो।

फोटो पत्रकारिता का अर्थ

1. फोटो पत्रकारिता में फोटो के प्रयोग से पत्रकारिता का स्वरूप ही बदल गया है।
2. फोटो पत्रकारिता में फोटो चित्रों की भाषा है। सबसे प्रभावी चित्र वही मान जाता है, जो बिना किसी अन्य भाषा के सहारे अपनी पूरी बात स्वयं कह सके।
3. फोटो पत्रकारिता की परिभाषा

डॉ. बदीनाथ कपूर के अनुसार

1. पत्रकारिता पत्र-पत्रिकाओं के लिए समाचार लेख आदि को सम्पादित करता है।
2. लेकिन उस खबर में फोटो न लगे तो वो अधूरी सी लगती है फोटो उस घटना को और प्रभावी बना देता है।

ऑक्सफोर्ड अंग्रेजी शब्दकोश के अनुसार

फोटो पत्रकार के व्यवसाय का प्रमुख साधन है-पत्रकारिता जिसमें लेखन, खबर इकट्ठा करने के साथ-साथ खबर या घटना का फोटो भी लेना।

कॉर्ल. जी. मुलर के अनुसार

1. पत्रकारिता तत्कालिक घटनाओं के सूक्ष्म विश्लेषण पर आधारित ज्ञान का कार्य है।
2. ऐसा कार्य जिसमें आवश्यक तथ्यों को प्राप्त करके उसकी महत्ता के अनुसार ही फोटो के साथ तात्कालिक घटनाओं को बुद्धिमता से जनजीवन के सन्मुख प्रस्तुत करना पड़ता है।

फोटो पत्रकारिता का इतिहास

चित्रों के माध्यम से किसी घटना को प्रमाणित करने का इतिहास उतना ही पुराना है। जितना की आदिमानव का गुफाओं में चित्र बनाना, जिसका वह शिकार किया करते थे। गुफाओ में बने चित्र उस कल के चित्रमय समाचारों के समान है।

- फोटो पत्रकारिता के इतिहास में रेखा चित्रों का प्रचलन 1839 में हुए अविष्कार से पहले 1607 से आरम्भ हो चुका था।
- 1839 में फोटो पत्रकारिता का अविष्कार हुआ।
- जब यूरोप में लकड़ी के टप्पों पर नक्काशी करके समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में रेखाचित्र छापे जाने लगे।
- जर्मनी, आस्ट्रिया, नीदरलैंड और इटली में ऐसे समाचार पत्रों और पत्रिकाओं का प्रकाशन हुआ करता था।
- उस समय छोटी पुस्तिका और न्यूज लैटर ही प्रकाशित किये जाते थे और उन्हें दुकानों और मेलों में बेचा जाता था।
- उसमें अधिकतर उन लोगों के बारे में जानकारी मिलती थी, जिनका या तो कत्ल कर दिया गया होता था या फिर वे किसी प्राकृतिक आपदा में मर चुके होते थे।
- 18वीं शताब्दी तक ऐसी पुस्तिकाएं और न्यूज लैटर काफी लोकप्रिय रहे।
- 1632 में स्वीडिश (Swedish Intelligencer) नामक ऐसा पहला समचार पत्र प्रकाशित किया गया। जिसमें रेखाचित्र छापे गये थे।

लकड़ी के टप्पों का प्रचालन

- 19वीं शताब्दी क मध्य से समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में लकड़ी के टप्पों के प्रयोग से चित्र प्रकाशित करने की परम्परा अधिक प्रचलित हुई।

- उन दिनों लगभग 16 पन्नों की साप्ताहिक पत्रिकाएँ प्रकाशित की जाती थीं। जिनमें बहुत संख्या में रेखा चित्र छापे जाते थे।
- उस समय के फोटो पत्रकारों का मुख्य उद्देश्य कला के माध्यम से फोटो समाचार पत्रों को रोचक बनाना था।
- लेकिन चित्रों में समाचार के महत्त्व को प्राथमिकता नहीं दी जाती थी।
- लकड़ी के ठप्पों पर बड़ी बारीकी से उभरी हुई तस्वीर बनाई जाती थी।
- लकड़ी के ठप्पे बने के लिए प्रयोग की जाने वाली लकड़ी बहुत सख्त होती थी।
- उस पर चित्र उल्टे बनाये जाते थे। ताकि वे छपने के बाद सीधे नजर आये।
- लकड़ी की रूपरेखा बनाने के लिए पहले लकड़ी को छोटे छोटे हिस्सों में काट लिया जाता था।
- ताकि नक्काशी करने वाला उस रूपरेखा के अनुरूप लकड़ी के प्रत्येक ठप्पे पर अपनी दक्षता? होशियारी (Efficiency) से मीनाकारी कर सके।
- समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में ऐसे चित्र छापने से आकर्षक लगने लगे।
- समाचारों और विज्ञापनों का स्वरूप ही बदल गया और इसके पाठकों की संख्या बने लगी।
- चित्र छापने की इस जटिल प्रक्रिया को और आसान बनाने के लिए और प्रयत्न किये गये।
- उन दिनों प्रयोग किए गये लकड़ी के ठप्पों का आज भी कला की दुनिया में बहुत मूल्य गया जाता था।
- क्योंकि उन्हें कला की दुनिया का मौलिक नमूना मन जाता है।

दि पैनी मैगजीन

- 1832 में लंदन से दि पैनी मैगजीन नामक एक पत्रिका का प्रकाशन हुआ। जिसमें बहुत से रेखा चित्र छापे जाते थे।
- इसका सम्पादन चार्ल्स व्हाइट द्वारा किया जाता था और यह हर शनिवार को प्रकाशित की जाती थीं।
- इसका प्रकाशन मादुरो को ध्यान में रख कर किया जाता था क्योंकि इसका उद्देश्य समाज में सुधार लाना था।

- लेकिन पाठकों के लिए यह पत्रिका सामान्य ज्ञान की सूचना की स्रोत थी।
- इस पत्रिका में इंग्लैण्ड के प्रमुख स्थानों के बारे में जानकारी होती थीं।
- पशुओं और पक्षियों पर लेख प्रवासियों की समस्याएँ और यह तक की इसमें कविताएँ भी प्रकाशित की जाती थीं।

दि इलस्ट्रेटिड लंदन न्यूज

- 1839 में फोटोग्राफी के अविष्कार की घोषणा की गई थी। लेकिन फोटोग्राफी से सज्जा हुआ पहला पत्रिका 1842 में सप्ताहिक दि इलस्ट्रेटिड लंदन न्यूज के प्रकाशन से हुआ।
- इसका प्रकाशन आरम्भ होने के बाद आबजरवर, सन्डे टाइम्स और विकली क्रोनिकल ने धीरे-धीरे रेखाचित्रों का प्रकाशन बंद हो गये थे।
- हर्बर्ट इन्ग्राम नामक एक युवक, जो छापाई का काम भी जनता था और न्युज एजेंट भी था, 1842 में नाटिंघम से लन्दन आया।
- हर्बर्ट इन्ग्राम दि इलस्ट्रेटिड लन्दन न्यूज का पहला संस्करण 14 मई 1842 को प्रकाशित किया।

भारत में फोटो पत्रकारिता का इतिहास

1. भारत में पत्रकारिता का इतिहास गरिमापूर्ण है। जब 72 साल पहले भारत आजाद हुआ, समाचार पत्र , पत्रिकाएँ राष्ट्रीयता की भावना से ओत-प्रोत थी।
2. समाचार पत्रों और पत्रिकाओं ने न केवल स्वतंत्रता आन्दोलन को बल दिया। बल्कि समाजिक बुराइयों के हटाने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।
3. 1550 में पहली मुद्रण प्रेस पुर्गालियों ने हमारे देश में स्थापित की।
4. दूसरी अंग्रेजों ने सन् 1684 में स्थापित हुआ।
5. 1780 में James Augustus Hickey ने पहला समाचार पत्र “दि बंगाल गजट” प्रकाशित किया। 1818 में बंगाल से समाचार दर्पण नामक पहला स्थानीय भाषा का समाचार पत्र प्रकाशित किया गया।
6. 20वीं शताब्दी के आरम्भ में समाचार पत्र और पत्रिकाओं में चित्र प्रकाशित किये जाने लगे। जब 1947 में देश आजाद हुआ तो समाचार पत्रों को एक अनुकूल वातावरण मिला।

फोटो पत्रकारिता की आवश्यकता एवं महत्त्व

1. हर व्यक्ति अपनी जिज्ञासा को पूरा करना चाहता है, हर व्यक्ति की जिज्ञासा की पूर्ति पत्रकारिता करती है। जैसे-समाजशास्त्री को सामाजिक व्यवस्था के बारे में जानकारी देती है, साहित्यकारों को साहित्यिक जानकारी देती है और व्यापारियों को आर्थिक जानकारियाँ देती है।
2. जिस प्रकार किसी पौधे के जीवन के लिए पानी, खाद और वायु की आवश्यकता होती ठीक उसी प्रकार व्यक्ति और समाज के विकास के लिए पत्रकारिता की आवश्यकता है।
3. पौराणिक युग में जो स्थान और महत्त्व नारद मुनि का था, वही स्थान और महत्त्व आज के समय में पत्रकारिता का है। उस समय नारद मुनि ही खबरों को देवताओं को दिया करते थे। आज वही काम पत्रकारिता करती है।
4. पत्रकारिता एक प्रकार से सूचना देने वाला “मौसमी पक्षी” होता है। अगर एक दिन समाचार पत्र के न आने पर पूरा समाज व्याकुल हो जाता है।
5. प्रजातांत्रिक देशों में तो समाचार-पत्रों को लोकसभा का स्थाई अधिवेशन कहा गया है। यानि चौथा स्तंभ मान गया है। श्री विधालंकार ने पत्रकारिता को “5वाँ वेद” माना है। पत्रकारिता समाज का अविभाज्य अंग है।
6. पत्र-पत्रिकाओं के द्वारा ही आधुनिक समाज सामूहिक जानकारी और दृष्टिकोण का निर्माण करते हैं और अपने लिए भविष्य का मार्ग चुनते हैं।
7. पत्रकारिता ज्ञान के प्रकाशक मनोरंजन की दात्री, घटनाओं की विस्तृत विवरण करने वाली, धार्मिक, राजनितिक, सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक और साहित्यिक परिस्थितियों की व्याख्याता और व्यापक भूमिका पर प्रतिबद्ध करने वाला अनिवार्य साधन है।
8. इस प्रकार सामान्य पाठक के ज्ञानवर्द्धन, रुचि, वास्तु स्थिति के चित्रण, जनमत निर्माण में पत्रकारिता का विशेष महत्त्व है।

फोटो पत्रकारिता का स्वरूप एवं उद्देश्य

1. पत्रकारिता समाज की दर्पण होती है। इस दर्पण को और गंभीर रूप से प्रभावशाली फोटो पत्रकारिता ने बना दिया है।
2. समाज में जो घटित हुआ या जो घटित होगा उन सब का वर्णन-विवरण पत्र-पत्रिकाओं में किसी न किसी रूप में अवश्य होता है।

3. पत्रकार घटनाओं को और भी बेहतर तरीके से समझाने के लिए चित्र (फोटो) का प्रयोग करते हैं।
4. फोटो पत्रकारिता का स्वरूप एवं उद्देश्य निम्नलिखित हैं।

समाज की गतिविधियों का दर्पण

पत्रकारिता समाजिक जीवन की सत-असत, दृश्य-अदृश्य, और शुभ-अशुभ छवियों को दिखने वाला दर्पण है। समाज में फैली हुई कुरीतियों, अंधविश्वासों जैसी बुराइयों को दूर करने में लगे हुए हैं। पत्रकारिता समाज में जो कुछ भी घटित होता है। चाहे वह देश, धर्म, राजनीति, साहित्य आदि।

समाज का दिशा-दर्शन

पत्रकारिता समाज की दिशा-दर्शक और नियामक (नियम पर चलाने वाला) है। यह बुराइयों को दूर करने का प्रयास करती है और समाज को सही दिशा की ओर बने के लिए प्रेरित करती हैं। एक स्वस्थ समाज निर्माण न स्वस्थ पत्रकारिता का महत्वपूर्ण योगदान रहता है। स्वस्थ पत्रकारिता ही को सही दिशा दे सकती है।

मानवीय गुणों के विकास में सहायक

पत्रकारिता मानवीय गुणों को विकसित करती हुई उसी की सूक्ष्म दृष्टि पर पड़े हुए आवरण को चीरकर ज्ञानलोक में ले जाती है। हर मनुष्य साहसी, स्पष्टवादी होने की आकांक्षा रखता है। कहने की आवश्यकता नहीं की इन गुणों का विकास पत्रकारिता के माध्यम से सहज रूप में ही हो जाता है। क्योंकि एक पत्रकार जो कुछ भी कहता है वह निर्भीक व डंके की चोट पर कहता है। मनुष्य समाचार पत्रों अपने सहज स्वभाव को पढ़कर उत्तेजित हो उठता है। इससे मनुष्य में साहस का संचार और निर्णय लेने की क्षमता का विकास होता है।

समाजिक जागृती का परिचायक पत्रकारिता समाज का प्रतिबिम्ब हैं। वह समाज में जागृति लाने का माध्यम भी है। जैसे-समाचार-पत्रों, रेडियो, टी.वी., इंटरनेट इन सभी माध्यमों द्वारा पाठकों, श्रोताओं, दर्शकों को जागृति पैदा करती हैं।

विविधात्मक और व्यापक

पत्रकारिता का क्षेत्र ने केवल विविधात्मक नहीं बल्कि व्यापक भी है। आज पत्रकारिता के क्षेत्र में इतनी विविधता आ गयी है की उसे सीमित परिधि में नहीं रखा जा सकता है। पत्रकारिता अब सिर्फ रोचक जानकारी, राजनीती तक ही सिमित नहीं है बल्कि साहित्य, फिल्म, खेलकूद, व्यवसाय, विज्ञान, धर्म तथा अब तो ग्रामीण क्षेत्रों में भी प्रवेश चुकी है।

मनोरंजन

पत्रकारिता ज्ञान, सूचना, के साथ-साथ मनोरंजन का भी साधन है। मनोरंज मनुष्य के लिए उतना ही आवश्यक है जितना की भोजन। उदहारण- फिल्मी दुनिया के समाचार, नाटक, हलकी-फुल्की रचनाएं, मनोरंजन समाचार, चुटकुले आदि।

सम्प्रेषण का माध्यम

21वीं सदी का युग विज्ञान और प्रौद्योगिकी का युग है। विज्ञान ने पूरी दुनिया को एक ही सूत्र में बांध दिया है। विज्ञान ने रेडियो, टेलीविजन, और इंटरनेट आदि ऐसे माध्यम दिये हैं, जिससे साड़ी दुनिया के समाचार पलक झपकते ही मिल जाते हैं। समाज में घटने वाली घटनाएं चाहे वह शिक्षा के क्षेत्र में, राजनीती के क्षेत्र में, आर्थिक क्षेत्र में, या साहित्यक क्षेत्र में हो सभी के सम्प्रेषण का कार्य करती हैं।

ज्ञान-विज्ञान

पत्रकारिता ज्ञान-विज्ञान का विश्वसनीय सूचना माध्यम है। यह समाज को विज्ञान, कृषि, सिनेमा, खेलकूद, साहित्य, कला, संस्कृति, राजनीति, अपराध आदि विविध विषयों से सम्प्रेषित करती है।

फोटो पत्रकार के गुण

1. एक अच्छा फोटो पत्रकार बनने के लिए यह जरूरी है की उसमें एक संवाददाता के सभी गुण मौजूद हों और उसे अपने विषय में दक्षता हासिल हो।
2. वह हर दिन नया विषय पर काम करे व हर विषय पर तरह-तरह का काम करे।

3. विचारों की मौलिकता, नवीनता एवं प्रभावशाली फोटो पत्रकार के लिए अधिक जरूरी हैं।
4. कैमरों के सभी कल-पुर्जों के ज्ञान के साथ-साथ डार्करूम में भी काम करना जनता हो।
5. किसी भी विचार या घटना को चित्र रूप में सोचना ही अच्छे फोटो पत्रकार की पहचान है।
6. फोटो पत्रकारिता का काम अकेलेपन का होता है। उसका विश्वास पात्र सिर्फ कैमर होता है। इसलिए फोटो पत्रकार में दृढ़ निश्चय और आत्मविश्वास होना चाहिए।
7. फोटो पत्रकार निडर, धैर्यशील, जुझारू व संघर्षशील हो तभी वह दंगो, हिंसा-संघर्ष, युद्धों व प्रकृति आपदाओं को कैमरे में कैद कर सकता है।
8. फोटो पत्रकार के लिए समय बड़ा महत्वपूर्ण होता है वह समय के साथ होड़ करता है। समय उसकी प्रतिक्षा नहीं करता है। समय का पाबन्द होना मुख्य गुण है।
9. फोटो पत्रकार को सच्चाई और ईमानदारी के सिद्धान्तों का पालन करना चाहिए।
10. फोटो पत्रकार को प्रेस सम्बन्धी कानूनों का ज्ञान होना बहुत जरूरी है।

फोटो पत्रकारिता के क्षेत्र व प्रकार

फोटो पत्रकारिता के क्षेत्र व प्रकार इस प्रकार हैं –

- खोजी पत्रकारिता
- आर्थिक एवं वाणिज्य पत्रकारिता
- ग्रामीण एवं कृषि पत्रकारिता
- व्याख्यातम पत्रकारिता
- विकास पत्रकारिता
- खेल पत्रकारिता
- सन्दर्भ पत्रकारिता
- संसदीय पत्रकारिता
- फिल्म पत्रकारिता
- रेडियो पत्रकारिता

- दूरदर्शन पत्रकारिता
- विधि पत्रकारिता
- अंतरीक्ष पत्रकारिता
- पित पत्रकारिता
- सर्वोदय पत्रकारिता

फोटो पत्रकारिता हिंदी में

1. फोटो पत्रकारिता हिंदी में। आज हम जानेगे की फोटो पत्रकारिता की परिभाषा),
2. फोटो पत्रकारिता का इतिहास क्या है?
3. फोटो पत्रकारिता क्या है?
4. फोटो पत्रकारिता का अर्थ एवं परिभाषा क्या है?
5. फोटो पत्रकारिता का स्वरूप एवं उद्देश्य क्या है?

फोटो पत्रकारिता का इतिहास

1. चित्रों के माध्यम से किसी घटना को प्रमाणित करने का इतिहास उतना ही पुराना है। जितना की आदिमानव का गुफाओं में चित्र बनाना, जिसका वह शिकार किया करते थे। गुफाओं में बने चित्र उस कल के चित्रमय समाचारों के समान हैं।
2. फोटो पत्रकारिता के इतिहास में रेखा चित्रों का प्रचलन 1839 में हुए अविष्कार से पहले 1607 से आरम्भ हो चुका था।
3. 1839 में फोटो पत्रकारिता का अविष्कार हुआ।
4. जब यूरोप में लकड़ी के टप्पों पर नक्काशी करके समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में रेखाचित्र छापे जाने लगे।
5. जर्मनी, आस्ट्रिया, नीदरलैंड और इटली में ऐसे समाचार पत्रों और पत्रिकाओं का प्रकाशन हुआ करता था।
6. उस समय छोटी पुस्तिका।
7. कप्रिय रहे।
8. 1632 में स्वीडिश (Swedish Intelligencer) नामक ऐसा पहला समाचार पत्र प्रकाशित किया गया। जिसमें रेखाचित्र छापे गये थे।
9. लकड़ी के टप्पों का प्रचालन (Operation of Wood Clippers)-

10. 19वीं शताब्दी के मध्य से समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में लकड़ी के ठप्पों के प्रयोग से चित्र प्रकाशित करने की परम्परा अधिक प्रचलित हुई।
11. उन दिनों लगभग 16 पन्नों की साप्ताहिक पत्रिकाएं प्रकाशित की जाती थीं। जिनमें बहुत संख्या में रेखा चित्र छापे जाते थे।
12. उस समय के फोटो पत्रकारों का मुख्य उद्देश्य कला के माध्यम से फोटो समाचार पत्रों को रोचक बनाना था।
13. लेकिन चित्रों में समाचार के महत्त्व को प्राथमिकता नहीं दी जाती थी।
14. लकड़ी के ठप्पों पर बड़ी बारीकी से उभरी हुई तस्वीर बनाई जाती थी।
15. लकड़ी के ठप्पे बनाने के लिए प्रयोग की जाने वाली लकड़ी बहुत सख्त होती थी।
16. उस पर चित्र उल्टे बनाये जाते थे। ताकि वे छपने के बाद सीधे नजर आयें।
17. लकड़ी की रूपरेखा बनाने के लिए पहले लकड़ी को छोटे-छोटे हिस्सों में काट लिया जाता था।
18. ताकि नक्काशी करने वाला उस रूपरेखा के अनुरूप लकड़ी के प्रत्येक ठप्पे पर अपनी दक्षता? होशियारी (Efficiency) से मीनाकारी कर सके।
19. समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में ऐसे चित्र छापने से आकर्षक लगने लगे।
20. समाचारों और विज्ञापनों का स्वरूप ही बदल गया और इसके पाठकों की संख्या बढ़ने लगी।
21. चित्र छापने की इस जटिल प्रक्रिया को और आसान बनाने के लिए और प्रयत्न किये गये।
22. उन दिनों प्रयोग किए गये लकड़ी के ठप्पों का आज भी कला की दुनिया में बहुत मूल्य लग जाता था।
23. क्योंकि उन्हें कला की दुनिया का मौलिक नमूना माना जाता है।

दि पैनी मैगजीन

1. 1832 में लंदन से दि पैनी मैगजीन नामक एक पत्रिका का प्रकाशन हुआ। जिसमें बहुत से रेखा चित्र छापे जाते थे।
2. इसका सम्पादन चार्ल्स व्हाइट द्वारा किया जाता था और यह हर शनिवार को प्रकाशित की जाती थी।

3. इसका प्रकाशन मादुरो को ध्यान में रख कर किया जाता था क्योंकि इसका उद्देश्य समाज में सुधार लाना था।
4. लेकिन पाठकों के लिए यह पत्रिका सामान्य ज्ञान की सूचना की स्रोत थी।
5. इस पत्रिका में इंग्लैण्ड के प्रमुख स्थानों के बारे में जानकारी होती थी।
6. पशुओं और पक्षियों पर लेख प्रवासियों की समस्याएँ और यहीं तक कि इसमें कविताएँ भी प्रकाशित की जाती थीं।

दि इलस्ट्रेटिड लंदन न्यूज

1. 1839 में फोटोग्राफी के अविष्कार की घोषणा की गई थी। लेकिन फोटोग्राफी से सजा हुई पहली पत्रिका 1842 में सप्ताहिक दि इलस्ट्रेटिड लंदन न्यूज के प्रकाशन से हुआ।
2. इसका प्रकाशन आरम्भ होने के बाद आबजरवर, सन्डे टाइम्स और वीकली क्रोनिकल ने धीरे-धीरे रेखाचित्रों का प्रकाशन बंद दिया।
3. हर्बर्ट इन्ग्राम नामक एक युवक, जो छपाई का काम भी जानता था और न्यूज एजेंट भी था, 1842 में नाटिंगम से लन्दन आया।
4. हर्बर्ट इन्ग्राम दि इलस्ट्रेटिड लन्दन न्यूज का पहला संस्करण 14 मई 1842 को प्रकाशित किया।

भारत में फोटो पत्रकारिता का इतिहास

भारत में पत्रकारिता का इतिहास गरिमापूर्ण है। जब 72 साल पहले भारत आजाद हुआ, समाचार पत्र, पत्रिकाएँ राष्ट्रीयता की भावना से ओत-प्रोत थे।

- समाचार पत्रों और पत्रिकाओं ने न केवल स्वतंत्रता आन्दोलन को बल दिया।
- बल्कि समाजिक बुराइयों के हटाने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।
- 1550 में पहली मुद्रण प्रेस पुर्तगालियों ने हमारे देश में स्थापित की।
- दूसरी अंग्रेजों ने सन 1684 में स्थापित की।
- 1780 में श्रंउमे नहनेजने भ्पबामल ने पहला समाचार पत्र “दि बंगाल गजट” प्रकाशित किया।
- 1818 में बंगाल से समाचार दर्पण नामक पहला स्थानीय भाषा का समाचार पत्र प्रकाशित किया गया।

- 20 वीं शताब्दी के आरम्भ में समाचार पत्र और पत्रिकाओं में चित्र प्रकाशित किये जाने लगे।
- जब 1947 में देश आजाद हुआ तो समाचार पत्रों को एक अनुकूल वातावरण मिला।

संचार क्या है?

फोटो पत्रकारिता का परिभाषा

- **डॉ. बद्रीनाथ कपूर के अनुसार**—पत्रकारिता पत्र-पत्रिकाओं के लिए समाचार लेख आदि को सम्पादित करता है।
- लेकिन उस खबर में फोटो न लगे तो वो अधूरी सी लगती है फोटो उस घटना को और प्रभावी बना देता है।
- **ऑक्सफोर्ड अंग्रेजी शब्दकोश के अनुसार**—फोटो पत्रकार के व्यवसाय का प्रमुख साधन हैं—पत्रकारिता जिसमें लेखन, खबर इकट्ठा करने के साथ-साथ खबर या घटना का फोटो भी लेना।
- **कॉर्ल. जी. मुलर के अनुसार**—पत्रकारिता तात्कालिक घटनाओं का सूक्ष्म विश्लेषण पर आधारित ज्ञान का कार्य है। ऐसा कार्य जिसमें आवश्यक तथ्यों को प्राप्त करके उसकी महत्ता के अनुसार ही फोटो के साथ तात्कालिक घटनाओं को बुद्धिमता से जनजीवन के सन्मुख प्रस्तुत करना पड़ता है।
- **चैम्बर तथा न्यू वेब्सटर्ज शब्दकोश के अनुसार**—प्रकाशन, सम्पादन, लेखन एवं प्रसारण युक्त समाचार माध्यम का व्यवसाय ही पत्रकारिता है। फोटो पत्रकारिता अभिव्यक्ति की एक मनोरम कला है। इसका काम घटनाओं को बिना कोई भाषा के पाठकों के दिमाग पर छाप छोड़ना।

महात्मा गाँधी के अनुसार

- पत्रकारिता का एक उद्देश्य जनता की इच्छाओं-विचारों को समझना और उन्हें व्यक्त करना है।
- दूसरा उद्देश्य अनपढ़ लोगों तक घटना को समझाना। और वह हैं फोटो पत्रकारिता द्वारा समझाना।

महादेवी वर्मा के अनुसार

- पत्रकारिता एक रचनाशील विधा है।
- इसके बिना समाज को बदलना असम्भव है।
- पत्रकारिता को और प्रभावशाली फोटो पत्रकारिता ने बना दिया है।

डॉ. हरिमोहन के अनुसार

- पत्रकारिता शब्द का प्रयोग करते ही हमारे मानस पटल पर मुद्रित अक्षरों से भरे समाचार-पत्र आ जाते हैं।
- लेकिन पत्रकारिता को और गंभीर फोटो पत्रकारिता बना दिया है।

फोटो पत्रकारिता का स्वरूप एवं उद्देश्य

1. पत्रकारिता समाज की दर्पण होती हैं।
2. इस दर्पण को और गंभीर रूप से प्रभावशाली फोटो पत्रकारिता ने बना दिया है।
3. समाज में जो घटित हुआ या जो घटित होगा उन सब का वर्णन-विवरण पत्र-पत्रिकाओं में किसी न किसी रूप में अवश्य होता है।
4. पत्रकार घटनाओं को और भी बेहतर तरीके से समझाने के लिए चित्र (फोटो) का प्रयोग करते हैं।
5. फोटो पत्रकारिता का स्वरूप एवं उद्देश्य निम्नलिखित हैं।

समाज की गतिविधियों का दर्पण

पत्रकारिता समाजिक जीवन की सत-असत, दृश्य-अदृश्य, और शुभ-अशुभ छवियों को दिखने वाला दर्पण है। समाज में फैली हुई कुरीतियों, अंधविश्वासों जैसी बुराइयों को दूर करने में लगे हुए हैं। पत्रकारिता समाज में जो कुछ भी घटित होता है। चाहे वह देश, धर्म, राजनीति, साहित्य आदि।

किसी भी अंग का क्यों न हो, उसका विश्लेषण करती, समाज को सही-गलत का फर्क दिखाती हैं। पत्रकारिता में लिखकर लोगों तक बातें पहुंचाई जाती हैं अब आधुनिक युग में फोटो द्वारा भीना कुछ लिखे हुए लोगों के दिल और दिमाग दोनों पर कब्जा कर रहे हैं।

समाज का दिशा-दर्शन

पत्रकारिता समाज की दिशा-दर्शक और नियामक (नियम पर चलाने वाला) हैं। यह बुराइयों को दूर करने का प्रयास करती है और समाज को सही दिशा की ओर बढ़ने के लिए प्रेरित करती है। एक स्वस्थ समाज निर्माण में स्वस्थ पत्रकारिता का महत्वपूर्ण योगदान रहता है। स्वस्थ पत्रकारिता ही सही दिशा दे सकती हैं।

मानवीय गुणों के विकास में सहायक

- i. पत्रकारिता मानवीय गुणों को विकसित करती हुई उसी की सूक्ष्म दृष्टि पर पड़े हुए आवरण को चीरकर ज्ञानलोक में ले जाती है।
- ii. हर मनुष्य साहसी, स्पष्टवादी होने की आकांक्षा रखता है।
- iii. कहने की आवश्यकता नहीं की इन गुणों का विकास पत्रकारिता के माध्यम से सहज रूप में ही हो जाता है।
- iv. क्योंकि एक पत्रकार जो कुछ भी कहता है वह निर्भीक व डंके की चोट पर कहता है।
- v. मनुष्य समाचार पत्रों अपने सहज स्वभाव को पढ़कर उत्तेजित हो उठता है।
- vi. इससे मनुष्य में साहस का संचार और निर्णय लेने की क्षमता का विकास होता है।

सामाजिक जागृति का परिचायक

1. पत्रकारिता समाज का प्रतिबिम्ब है।
2. वह समाज में जागृति लाने का माध्यम भी है।
3. जैसे-समाचार-पत्रों, रेडियो, टी.वी., इंटरनेट इन सभी माध्यमों द्वारा पाठकों, श्रोताओं, दर्शकों को जागृति पैदा करती है।

विविधात्मक और व्यापक

पत्रकारिता का क्षेत्र न केवल विविधात्मक नहीं बल्कि व्यापक भी है। आज पत्रकारिता के क्षेत्र में इतनी विविधता आ गयी है कि उसे सीमित परिधि में नहीं रखा जा सकता है। पत्रकारिता अब सिर्फ रोचक जानकारी, राजनीति तक ही सीमित नहीं है बल्कि साहित्य, फिल्म, खेलकूद, व्यवसाय, विज्ञान, धर्म तथा अब तो ग्रामीण क्षेत्रों में भी प्रवेश चुकी है।

मनोरंजन

पत्रकारिता ज्ञान, सूचना, के साथ-साथ मनोरंजन का भी साधन है। मनोरंजन मनुष्य के लिए उतना ही आवश्यक है जितना कि भोजन। उदाहरण— फिल्मों दुनिया के समाचार, नाटक, हलकी फुल्की रचनाएं, मनोरंजन समाचार, चुटकुले आदि।

सम्प्रेषण का माध्यम

21वीं सदी का युग विज्ञान और प्रौद्योगिकी का युग है। विज्ञान ने पूरी दुनिया को एक ही सूत्र में बांध दिया है। विज्ञान ने रेडियो, टेलीविजन, और इंटरनेट आदि ऐसे माध्यम दिये हैं जिससे सारी दुनिया का समाचार पलक झपकते ही मिल जाते हैं। समाज में घटने वाली घटनाएं चाहे वह शिक्षा के क्षेत्र में, राजनीति के क्षेत्र में, आर्थिक क्षेत्र में, या साहित्यिक क्षेत्र में हो सभी के सम्प्रेषण का कार्य करती है।

ज्ञान-विज्ञान

पत्रकारिता ज्ञान-विज्ञान का विश्वसनीय सूचना माध्यम है। यह समाज को विज्ञान, कृषि, सिनेमा, खेलकूद, साहित्य, कला, संस्कृति, राजनीति, अपराध आदि विविध विषयों से सम्प्रेषित करती है।

फोटो पत्रकारिता का आवश्यकता एवं महत्त्व

- हर व्यक्ति अपनी जिज्ञासा को पूरा करना चाहता है। हर व्यक्ति की जिज्ञासा की पूर्ति पत्रकारिता करती है। जैसे—समाजशास्त्री को सामाजिक व्यवस्था के बारे में जानकारी देती है, साहित्यकारों को साहित्यिक जानकारी देती है और व्यापारियों को आर्थिक जानकारियाँ देती है।
- जिस प्रकार किसी पौधे के जीवन के लिए पानी, खाद और वायु की आवश्यकता होती ठीक उसी प्रकार व्यक्ति और समाज के विकास के लिए पत्रकारिता की आवश्यकता है।
- पौराणिक युग में जो स्थान और महत्त्व नारद मुनि का था, वही स्थान और महत्त्व आज के समय में पत्रकारिता का है। उस समय नारद मुनि ही खबरों को देवताओं को दिया करते थे। आज वही काम पत्रकारिता करती है।

- पत्रकारिता एक प्रकार से सूचना देने वाला “मौसमी पक्षी” होता है। अगर एक दिन समाचार पत्र के न आने पर पूरा समाज व्याकुल हो जाता है।
- प्रजातांत्रिक देशों में तो समाचार-पत्रों को लोकसभा का स्थाई अधिवेशन कहा गया है। यानि चौथा स्तंभ माना गया है। श्री विद्यालंकार ने पत्रकारिता को “5वां वेद” माना है। पत्रकारिता समाज का अविभाज्य अंग है।
- पत्र-पत्रिकाओं के द्वारा ही आधुनिक समाज सामूहिक जानकारी और दृष्टिकोण का निर्माण करते हैं और अपने लिए भविष्य का मार्ग चुनते हैं।
- पत्रकारिता ज्ञान के प्रकाशक मनोरंजन की दात्री, घटनाओं की विस्तृत विवरण करने वाली, धार्मिक, राजनितिक, सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक और साहित्यिक परिस्थितियों की व्याख्याता और व्यापक भूमिका पर प्रतिबद्ध करने वाला अनिवार्य साधन है।
- इस प्रकार सामान्य पाठक के ज्ञानवर्द्धन, रुचि, वास्तु स्थिति के चित्रण, जनमत निर्माण में पत्रकारिता का विशेष महत्त्व है।

फोटो पत्रकारिता के क्षेत्र व प्रकार

फोटो पत्रकारिता के क्षेत्र व प्रकार इस प्रकार हैं—

- खोजी पत्रकारिता (Investigative Journalism),
- आर्थिक एवं वाणिज्य पत्रकारिता (Economical and Commercial),
- ग्रामीण एवं कृषि पत्रकारिता (Rural and Agricultural Journalism),
- व्याख्यातम पत्रकारिता (Interpretative Journalism),
- विकास पत्रकारिता (Development Journalism),
- खेल पत्रकारिता (Sports Journalism),
- सन्दर्भ पत्रकारिता (Reference Journalism),
- संसदीय पत्रकारिता (Parliamentary Journalism),
- फिल्म पत्रकारिता (Film Journalism),
- रेडियो पत्रकारिता (Radio Journalism),
- दूरदर्शन पत्रकारिता (Television Journalism),
- विधि पत्रकारिता (Law Journalism),
- अंतरिक्ष पत्रकारिता (Space Journalism)

फोटो पत्रकारिता

फोटो पत्रकार के गुण

1. एक अच्छा फोटो पत्रकार बनने के लिए यह जरूरी है की उसमें एक संवाददाता के सभी गुण मौजूद हों और उसे अपने विषय में दक्षता हासिल हो।
2. वह हर दिन नया विषय पर काम करे व हर विषय पर तरह-तरह का काम करे।
3. विचारों की मौलिकता, नवीनता एवं प्रभावशाली फोटो पत्रकार के लिए अधिक जरूरी हैं।
4. कैमरों के सभी कल-पुर्जों के ज्ञान के साथ-साथ डार्करूम में भी काम करना जनता हो।
5. किसी भी विचार या घटना को चित्र रूप में सोचना ही अच्छे फोटो पत्रकार की पहचान है।
6. फोटो पत्रकारिता का काम अकेलेपन का होता है। उसका विश्वास पात्र सिर्फ कैमरा होता है। इसलिए फोटो पत्रकार में दृढ़ निश्चय और आत्मविश्वास होना चाहिए।
7. फोटो पत्रकार निडर, धैर्यशील, जुझारू व संघर्षशील हो तभी वह दंगों, हिंसा-संघर्ष, युद्धों व प्रकृति आपदाओं को कैमरे में कैद कर सकता है।
8. फोटो पत्रकार के लिए समय बड़ा महत्वपूर्ण होता है वह समय के साथ होड़ करता है। समय उसकी प्रतीक्षा नहीं करता है। समय का पाबन्द होना मुख्य गुण है।
9. फोटो पत्रकार को सचचाई और ईमानदारी के सिद्धान्तों का पालन करना चाहिए।
10. फोटो पत्रकार को प्रेस सम्बन्धी कानूनों का ज्ञान होना बहुत जरूरी है।
 - पीत पत्रकारिता (Yellow Journalism)
 - सर्वोदय पत्रकारिता (Sarvodaya Journalism)

फोटो पत्रकारिता के मूल सिद्धांत

आज फोटो पत्रकारिता का जिस हिसाब से महत्त्व बढ़ रहा है, उसका प्रमुख कारण लोगों में किसी घटना व वस्तु को प्रत्यक्ष देखने की इच्छा का होना

है। जिन स्थलों पर मनुष्य पहुँच पाने में असमर्थ रहता है, उसे वह फोटो द्वारा देखकर सन्तुष्टि प्राप्त करता है। इस प्रक्रिया में पुस्तकें, पत्र पत्रिकाएँ काफी सहायक होती हैं, परन्तु फोटो पत्रकारिता ने इसे काफी आसान बना दिया है। इसके द्वारा जहाँ एक तरफ ऐतिहासिक स्थलों व धार्मिक स्थलों के बारे में सचित्र विवरण मिल जाता है, वहीं दूसरी तरफ विभिन्न घटनाओं का भी पूर्ण बोध होता है।

फोटो पत्रकारिता की आवश्यकता इसलिए भी प्रासंगिक हो गई है, क्योंकि मानव-समाज ने फोटो का महत्व समझ लिया है। उसके सामने दृश्य को -ब-प्रतिबिंबित करने की क्षमता आ चुकी थी। मनुष्य मूल रूप से दृश्य का जानकार पहले और श्रव्य का अधिकारी बाद में बना इस भाव को यूँ भी कहा जा सकता कि सत्य एवं विश्वास को स्थापित करना पत्रकारिता के क्षेत्र में अब अनिवार्य हो गया है। आज जब देशों के बीच की दूरियाँ कम करने का अभियान चल रहा है, तब हमें यह नहीं भूलना चाहिए कि पत्रकारिता भी मनुष्य के जीवन का एक अहम हिस्सा है। दृश्य को श्रव्य की आवश्यकता तो सदैव रही है, किन्तु जब दृश्य स्वयं उपस्थित हो जाए ताकि किसी बात अथवा विषय के लिए साक्षी की आवश्यकता कम ही पड़ेगी।

फोटो की अपनी कोई अक्षरीय लिपि नहीं होती है। वह अपनी स्वयं की लिपि के अनुशासन में चली है, अतः छायाकार और उसके दर्शक को छायालिपि का ज्ञान होना चाहिए। मुख्य रूप से रंग, रेखा और आकार से समृद्ध होने वाली लिपि जब मनुष्य के अंतःकरण में बैठती है, तो स्वयं ही त्रिआयामी आभास का संचार करती है। मनुष्य का अंतःकरण ऐसा पटल है, जहाँ सारी दृश्यावली अंकित हो जाती है और मन-मस्तिष्क की ओर प्रक्षेपित होती है। शरीर के इन अव्यवों से ही प्रस्फुटन होता है। ऐसे समय में मनुष्य को चाहिए कि वह किसी दक्ष व्यक्ति के मार्गदर्शन में कार्य करे, अन्यथा वह किसी भी काले आकार को नकारात्मक भाव देने लगेगा, जबकि वह एक शांति का प्रतीक भी हो सकता है। संपूर्ण स्याह में अनंत शांति होती है, जिसे सौर्यमंडल का पर्याय मान सकते हैं। प्रकाश भले ही ओज और उत्पत्ति को प्रतिबिंबित करे, किन्तु वह व्यवधान डालने वाला कहा जा सकता है। सातों रंग जो सूर्य से चलकर पृथ्वी तक आते हैं, उनमें काला रंग होता ही नहीं है, फिर भी वे सातों रंग काले रंग की रचना कर डालते हैं, उसे अस्तित्व में ले आते हैं। छायाचित्रों की लिपि रंगों से ही

बनती है, चाहे वे श्याम-श्वेत हों या रंगीन। रंग, रेखा और आकार उसके सहयोगी हैं, जो अभिव्यक्ति के लिए सारी मशक्कत करते हैं।

इन छोटे-छोटे आकारों को समेटकर कहा जा सकता है कि छायालिपि का अन्य लिपियों से समानांतर का रिश्ता ही बन सकता है। दोनों को एक सूत्र में बाँधने का काम छायाकार और प्रशंसकों को करना है। निरंतरता देने का यह काम आवश्यक है। पत्रकारिता में भाषा का बहुत महत्त्व है, अतः छायाचित्रों के परिचय में शब्दों का उपयोग बहुत संभलकर और सटीक होना चाहिए। कभी-कभी अपने प्रशंसकों तक का अपनी बात की अभिव्यक्ति तकनीकी जानकारी के साथ भी की जा सकती है, जैसे-कुछ प्रकरणों में कहा जा सकता है कि चित्र 400 एमएम के या 24 एमएम के लेंस से खींचा गया है। कभी-कभी एक हजार की स्पीड लगाने के बाद भी चित्र हिला-सा लगता है, क्योंकि आबजेक्ट की गति बहुत अधिक थी। यदि आप अंग्रेजी के अखबार के लिए काम कर रहे हैं, तो अंग्रेजी में विवरण लिखें, मराठी के अखबार में काम कर रहे हैं तो मराठी में, अर्थात् भाषा का बंधन केवल विवरण के लिए है। कभी-कभी यह भी हो सकता है कि आप विवरण किसी भाषा में दें और विवरण किसी और भाषा में जाए, क्योंकि आपका अखबार, जिसके लिए आप काम कर रहे हैं उसे भाषा-विशेष का अखबार माना जाता है। यह सब संपादक के साथ समन्वय से ही संभव है।

फोटोग्राफी का क्षेत्र सीमित नहीं है। अंतरिक्ष तक उसकी आवश्यकता है और प्रेस फोटोग्राफी उसका एक भाग है, जो समाचारों के इर्द-गिर्द घूमता है। भारत में फोटोग्राफी एक स्टूडियो के रूप में आई। फिर उसने कला का स्थान लिया और कला-संस्थानों के माध्यम से चाहे वे नियमित कोर्स के हों या कला-संस्थाएं हों, से होती हुई पत्रकारिता के क्षेत्र में आई है। कला के माध्यम से पत्रकारिता के क्षेत्र में आने वाले छायाकार उसके व्याकरण में पूरी तरह प्रशिक्षित होते हैं। आज तक किसी भी शिक्षा-संस्थान ने छाया पत्रकारिता के प्रशिक्षण का कार्य किया हो, मेरी नजर में नहीं आया। उसे तो सिर्फ प्रशिक्षित छायाकार ही नहीं, बल्कि विषयों का जानकारी भी चाहिए। ऐसी स्थिति में फोटो पत्रकारिता में प्रवेश लेने वाले छायाकार को अपने टूल के साथ ही साथ सामान्य ज्ञान से परिपूर्ण होना चाहिए। हर पत्र के अपने आदर्श होते हैं, संपादक उन्हीं आदर्शों पर चलना चाहता है, इसलिए छायाकार का उत्तरदायित्व और भी बढ़ जाता है। फोटो पत्रकारिता के मूल सिद्धांत जानने

वाले छायाकार को ही सफलता मिलती है, अन्यथा वह मात्रा एक ग्राफिस्ट बनकर रह जाएगा। नवीनता भी फोटो पत्रकारिता के लिए अनिवार्य शर्त है। पाठक की सहज प्रवृत्ति है कि वह नए कोण से नियमित समाचार को देखना चाहता है।

पत्रकारिता के क्षेत्र में फोटोग्राफी एक ऐसी आवश्यकता बनती जा रही है, जो पाठक की मानसिकता को बदल देने में सक्षम है। दृश्य की संप्रेषणीयता को सकारात्मक और नकारात्मक पहलू में ले जाने की क्षमता पाठक के पास सरलता से पहुँच रही है। ऐसी स्थिति में छायाकार का दायित्व हो जाता है कि वह घटना और मर्म को किस प्रकार अपने इस माध्यम से व्यक्त करें। छाया कला की तरह ही अखबारों-पत्रिकाओं के लिए की गई फोटोग्राफी के सृजन में भावावेश, रोमांच, जोश, अनुराग, साहस, शक्ति, समर्पण आदि पूरी तरह से अभिव्यक्त हो जाएँ—इसी लक्ष्य के लिए काम करने को मिशन कहा जा सकता है। संसार बहुत बड़ा है और हर छायाकार हर विषय का मर्मज्ञ नहीं हो सकता, क्योंकि जीवन में उसके साथ और भी उत्तरदायित्व हैं, अतः उसे चाहिए कि वह कोई विषय चुने और उन्हें पाठक तक पहुँचाने को अपना केन्द्रीय लक्ष्य बनाएँ। आरंभिक यात्रा में कुछ कठिनाइयाँ आ सकती हैं, अतः आपके आस-पास कोई न कोई वरिष्ठ व्यक्ति आपके विषय का विशेषज्ञ हो सकता है, उससे मार्गदर्शन लिया जा सकता है। इसमें संकोच या हीन-भावना हर व्यक्ति के अपने-अपने अनुभव होते हैं। इसे ही आपस में बाँट लेने से आपके कार्य में एक संगठित अभिव्यक्ति का संचार हो जाएगा और अपने कार्य-क्षेत्र को व्यापक बनाइए। अनुसंधान को महत्त्व दें (तालाब के पानी की तरह एक जगह न ठहर जाएँ, बल्कि नदी के निर्मल जल की तरह सतत प्रवाह बनाए रखें)।

फोटो पत्रकारिता की मंजिल छायाकला के माध्यम से हमारे सामने आई है। इसमें सभी विषयों को अपने साथ ले चलने की आत्मीयता है। शब्द की संपूर्ण गरिमा भी इसके पास है, इसीलिए वह सारे विषयों पर अपना शोध प्रकट कर सकती है। ऐसा कौन-सा विषय है, जिस पर छायाकार ने अपना कार्य न किया हो।

आप चित्रण किसी भी तकनीक से करें, लेंस के बिना हम कुछ भी नहीं कर सकते, क्योंकि हमारे सामने वस्तु, मानव, भूगोल, चाहे जो हो उसे एक विशेष आकार में परिवर्तित करने के लिए लेंस एक अनिवार्य वस्तु है—इसे

स्वीकार कर लेना चाहिए। लेंस के सामने जो भी है, वह मौन स्वीकृति प्रदान करता है, उसे मौखिक स्वीकृति की आवश्यकता नहीं है। जब हम इस आदर्श चित्र के नीचे आ जाते हैं, तो हमारे सामने एक संसार रचने का लक्ष्य होता है। नया संसार रचना इतना सरल नहीं है, अन्यथा हम कलाकार कैसे कहलाते? ईश्वर-प्रदत्त शक्तियाँ हमारा मार्ग प्रशस्त करती हैं। हमारे सामने एक शून्य है और शून्य मौन होता है। इस मौन का अर्थ होता है, संपूर्ण का स्वामी होना। जब रचना-संसार के दोनों सिरे हमारे पास हों तो हम एक विशेष संज्ञा से जाने जाएंगे, तभी तो कहा जाता है कि एक चित्र हजार शब्द से भी ज्यादा कह सकता है। जब आप अपना लेंस सौर्यमंडल के किसी भी भाग के सामने रख रहे हैं, तब उस भाग से संबंधित सभी वस्तुएं उस फ्रेम में आनी चाहिए, अनावश्यक वस्तुओं को वहां से हटाना चाहिए या उन्हें उस फ्रेम के अंदर आने ही नहीं देना चाहिए। फ्रेम के अंदर आने वाले सभी अवयवों का आपस में संबंध प्रमाणित होता है, तो वह सृजन परिपूर्ण है, अन्यथा सब कुछ निरर्थक। हम इसे इस प्रकार परिभाषित कर सकते हैं कि सौर्यमंडल के सभी ग्रह-तारे एक विशेष चुंबकीय शक्ति के कारण आपस में बंधे हुए हैं। फोटो पत्रकारिता के लिए भी यह आवश्यक है कि वह चित्र में उपस्थित सभी तत्वों के आपसी संबंधों को स्थायित्व दें।

फोटो पत्रकारिता की मान्यता है कि चित्र को किसी भी प्रकार से तोड़-मरोड़कर पेश करने से चित्र की विश्वसनीयता खत्म हो जाती है। इसके साथ ही इस बात पर जोर दिया जाना चाहिए कि फोटो के कारण शब्द का महत्व कम न हो, क्योंकि पत्रकारिता में दोनों ए-दूसरे के पूरक होते हुए भी स्वतंत्र हैं—अपने व्याकरण के साथ अपनी अभिव्यक्ति के लिए। कुछ बातें किसी भी प्रसंग में रूबरू होकर ही समझाई जा सकती हैं, इसलिए पुस्तक को 'डेड टीचर' कहा जाता है। 'गुरु' शब्द इसलिए महान है कि वह वाचा से लिपि तक उपस्थित रहता है।

अपनी विधा में हमें चिंतक की भूमिका का भी निर्वाह करना होता है, आपको भी करना होगा, अन्यथा विषय की महत्ता कैसे जान पाएंगे। हम उस समाज के पक्षधर हैं, जो विश्व-कल्याण के हित में काम करता हो, इसलिए हमारा दायित्व हो जाता है कि हम उन्हीं परिवर्तनों पर ध्यान दें, जिन्हें समाज अंगीकार कर ले और यह तब ही संभव है जब जनमानस में -जानकार लोगों

में अपनी संस्कृति के संरक्षण के प्रति जागरूकता का भाव आ जाए। मौलिक चिंतन, सृजन और सामाजिक सेवा देश की पहचान होते हैं, इन्हें धरोहर के रूप में संजोना भी छायाकार का दायित्व है, अन्यथा वह संस्कृति के आवश्यक अंगों का पुनर्गठन और उसका प्रभावशाली पक्ष कैसे रच जाएगा? इसका अर्थ यह कदापि नहीं लगाना चाहिए कि हम विदेशों की भोडी नकल कर अपनी संस्कृति को अपाहिज बना दें। पाश्चात्य देशों की यह प्रवृत्ति रही है कि वे हमारे देश के हर पक्ष को कमजोर करना चाहते हैं, ताकि हम उन पर आश्रित होकर रह जाएँ और वे हमारा शोषण कर सकें। अपनी कट्टरपंथी आस्था के माध्यम से वे हमारी आस्था को खंडित करना चाहते हैं। विदेशी शासकों का आदर्श रहा है कि भारतीय समाज की निर्धनता और धर्म पर अप्रत्यक्ष रूप से चोट करो, ताकि उसका पतन हो जाए। हमारे इसी पतन और असहाय होने का लाभ वे लेना चाहते हैं ताकि वे हमारे समाज के भागीदार बन सकें। भारतीय दर्शन एक समय पूरे विश्व में सम्मान्य था, क्योंकि यह पूरी तरह मानवीय था, किन्तु भौतिक विभाजनों ने आध्यात्मिक विभाजन भी कर डाला।

फोटोग्राफी ही क्या, संपूर्ण सृजन में एक साधारण, से किन्तु आवश्यक नियम का पालन करने के निर्देश हैं कि सबसे पहले पूर्व में निर्धारित नियमों को जानो और उनके अनुसार परिवर्तन कर नए नियमों की संरचना करो। यही परिवर्तन, 'प्रयोग' कहलाता है, जो स्वीकार हो जाने पर उपयोग का रूप ले लेता है। हमारे समाज में प्राचीन धर्म को नकारने की प्रवृत्ति पनप रही है, इसे दूर करना होगा। हमारा धर्म आस्था और विश्वास का था, उसे आयातित विचारों से दूषित करने की चेष्टा की जाती है। क्या आप चाहते हैं कि जो संस्कृति युगों से समाज को चला रही थी उसे चंद सौ वर्षों के आयातित नियमों से खंडित कर दिया जाए। संभव है, उनके विचार उनके देश के लिए हितकर हों, किन्तु राम, कृष्ण, बुद्ध, गांधी के देश के लिए तो कतई नहीं। हमारी प्राचीन संस्कृति है और यदि वह जन-जन तक नहीं पहुँच पा रही है, तो बुद्धिजीवियों, पाठकों, दर्शकों आदि के माध्यम से उसे शिखर तक पहुँचाना हमारा ही तो काम है। हम यदि फोटोग्राफी के क्रमवार विकास को नहीं जान पाए तो कहा जा सकता है कि हम किसी चीज को खो देना चाहते हैं। शब्द केवल पाठक बनाते हैं, किन्तु छायाचित्र पाठक के साथ-साथ दर्शक भी बनाता है। उद्देश्य यह है कि फोटो पत्रकारिता के माध्यम से हमारा समाज आस-पास की सच्चाई को जाने। एक व्यक्ति हर जगह उपस्थित नहीं रह

सकता, अतः उसकी उत्सुकता यह होती है कि वह यह जाने कि अन्य स्थान पर उपस्थित परिवेश किस प्रकार का था। अच्छे चित्र भ्रमित नहीं करते हैं। आज का पाठक बहुत जागरुक है और विषयों के प्रति संवेदनशील भी, अतः उसकी मानवीय भावनाओं को सुदृढ़ करें। आप केवल समाचार के वाहक ही नहीं, मार्गदर्शक भी हैं। दर्शक/पाठक को उचित दिशा देने के साथ ही साथ उसका मनोरंजन भी होना चाहिए। इतना सब करने के बाद भी यदि आपका पत्र गरिमा नहीं दे पाया, आकर्षक नहीं बन पाया तो आपको पुनर्विचार करना पड़ेगा। अगले दिन ही आपके मंथन का प्रभाव परिलक्षित भी होना चाहिए—ऐसा करना ही होगा। शुभ परिवर्तन ही समाज में स्वीकार किए जाते हैं। परिवर्तन का यह अर्थ नहीं होता कि कुछ भी कर दिया जाए, परिवर्तन का अर्थ होता है—परिष्कृत करना, सार्थक करना, ग्राह्य करना।

भारत के सन् 1947 के पहले की फोटोग्राफी का प्रचलन रहा है, अतः फोटोग्राफी के बहुत से पक्षों से वह परिचित है। इस परिचय का तात्पर्य है कि तकनीकी पक्ष में हम कुछ नहीं कर सकते, वह काम तो कैमरे एवं फिल्म निर्माताओं का है, आपका काम है फोटोग्राफी के 'एंड प्रोडक्ट' अर्थात् चित्र के माध्यम से समाज में परिवर्तन लाना। आज व्यावसायीकरण इतना अधिक हो गया है कि मानव समाज थोड़े-से पैसों के लिए कपड़े उतारने को भी तत्पर रहता है। यह भी विचारणीय है कि सारी की सारी जिम्मेदारी आपकी ही है, ऐसा नहीं है, अन्य व्यक्तियों को भी इसमें भागीदार बनना चाहिए। नेताओं से अपेक्षा तो करनी ही नहीं चाहिए, अन्यथा हमारा देश विशेषकर आजादी के बाद सुधरना था लेकिन और कसैला होता गया। सबसे बड़ा नासूर हमारे लिए है देश का विभाजन, उसके बाद है, भाषावार प्रांत-रचना और आज जो है वह और भी भयावह है—जनता, जनता का धन, उसके अधिकार सभी निरस्त कर दिए जा रहे हैं, गरीब और गरीब हो रहा है और अमीर और अमीर। महँगाई बढ़ रही है। बड़ी हस्तियों के लाभ का प्रतिशत बढ़ रहा है, लेकिन देश गर्त की ओ 3 जा रहा है (फिर भी कहीं न कहीं द्रौपदी का पात्र है, हमें शांति और सुख देने के लिए। इसलिए प्रेस फोटोग्राफर का दायित्व और बढ़ जाता है कि समाज की कुरीतियों और विडंबनाओं को अपने कैमरे के माध्यम से पाठक के सामने रखे। जैसे छायाकार का काम स्वयं समाज-सुधारक के रूप में नहीं, सूचना देने के लिए होना चाहिए।

हमने अपने देश में पत्रकारिता के प्रकाशनों को मुख्य रूप से दैनिक, साप्ताहिक, मासिक और वार्षिक वर्गों में बाँट रखा है। कुछ प्रकाशक पाक्षिक, तिमाही, छमाही भी बना डालते हैं। सांध्य दैनिकों का भी प्रचलन है। कभी-कभी किसी घटना और कुछ अवसरों पर विशेष संस्करण भी निकल जाया करते हैं। प्रकाशन तिथि या अवधि का उसके कथ्य पर कोई विशेष प्रभाव नहीं होता है। छायाकार का उत्तरदायित्व हो जाता है कि वह अपने पत्र के प्रकाशन पर ध्यान दे, क्योंकि प्रक्रिया का अपना स्वयं का समय निर्धारित रहता है। कुछ क्रियाओं में निर्धारित अवधि में परिवर्तन नहीं किया जा सकता। इस शोध को हिंदी क्षेत्र के लिए चुना गया है। कुछ संदर्भों के लिए शायद अन्य भाषाओं से संपर्क करना पड़े। हिन्दी पत्रकारिता ने भी अन्य देशों एवं अन्य भाषाओं के समान अपने मापदंड बनाए हैं, जो सवतंत्र रूप से उसके हैं। मापदंड वही बना सकता है, जो स्वतंत्र होकर संगठित प्रयास करें और आने वाला समय उसे प्रगति कहे। इसमें प्रगति महानगर ही नहीं, वे ग्रामीण अंचल भी शामिल हैं, जिन्हें भारत कहा जाता है, जहां हमारी आत्माएँ सांस लेती हैं। गाँवों में यह पाया जाता है कि वहां के नागरिक समाचार-पत्र की राह देखते रहते हैं, इसलिए कुछ संस्करण इन्हीं अंचलों के लिए प्रकाशित किए जाते हैं। इन संस्करणों का वितरण भी समय-बद्ध होता है। यहीं परीक्षा होती है, हमारी टोली के छायाकारों की, क्योंकि निश्चित समय से पूर्व चित्र प्रदान करना है। इतनी सफलता के बाद भी यह कहा जा सकता है कि छायाकारों को कदम से कदम मिलाते हुए नए क्षितिज खोजते रहने हैं। ठहर जाना जीवन का काम नहीं है। इन सब विषयों के पीछे छायाकार का यह उत्तरदायित्व भी है कि वह महानगरीय संस्कृति के साथ-साथ ग्रामीण अंचलों की मानसिकता को पहचाने और तदनुसार छायाचित्रण करें, क्योंकि कहा गया है कि वही उपन्यास या कहानी सर्वव्यापी होती है, जिसमें पाठक अपना पात्र खोज ले और जीने का प्रयत्न करे। आयातित वैश्वीकरण की विकृतियों का भी अध्ययन करना होगा। ऐसे परिवेश से चित्र लाने होंगे, जो हितकारी हों।

प्रश्न है कि फोटो पत्रकारिता के कार्य, संपादन आदि को लेकर उसकी गुणवत्ता का विभाजन किस प्रकार किया जाए। तात्पर्य छाया की महत्ता को बाँटना नहीं है, उसकी उपयोगिता और उसके कार्य-क्षेत्र का विभाजन करना है। भारतीय पत्रकारिता पाश्चात्य सभ्यता से प्रभावित रही है। भारतीय समाज आस्था का समाज रहा है। उसे ईश्वर और उसके द्वारा रचित प्रकृति की आराधना करना ही

आता था। वे प्रचार-प्रसार में विश्वास नहीं करते थे। मन में मानव के हित में जो भी विचार आते थे, उन विचारों को प्रत्यक्ष उपस्थित होकर ही संप्रेषित करना अपना ध्येय माना करते थे। अधिकांश अभिव्यक्ति अपने अध्ययन और अनुभव पर आधारित रहती है, अतः चित्रकला का भाव-प्रभाव इस लेखन में मिल सकता है। कहीं-कहीं वह त्रुटि का कारण भी बन सकता है, अतः माँ सरस्वती से अपने दोषों के लिए क्षमा माँगना चाहिए।

हिन्दी पत्रकारिता जिस गति से बढ़ रही है, वह एक शुभ संकेत है और भविष्य इस प्रकार का दिखाई दे रहा है कि इसमें और प्रगति होगी। जब माँग बढ़ती है, तो उत्पादन भी बढ़ाना पड़ता है। प्रतिस्पर्द्धा का समय है, इसलिए छायाकार को भी माँग के अनुकूल उत्पादन करना होगा। अच्छे चित्रों की रचना करनी होगी। प्रश्न यह नहीं है कि आप किस कैमरे से और किस तकनीक से काम कर रहे हैं, उद्देश्य है—अच्छे और विषय की पूर्ति करने वाले छायाचित्र लाना। इस ओर भी संकेत है कि आपके पास हर विषय का विपुल संग्रह होना चाहिए। हर घटना और समय से अपने संग्रह में क्षमता बढ़ानी होगी। आपके समय में इस बात का तो सुख है कि चित्र बनाने में कम समय लगने लगा है—नई तकनीक से आप अपने प्रिंट कम समय में तैयार कर सकते हैं और निर्दिष्ट स्थान तक भेज सकते हैं, क्यों न आप इसका लाभ लें और विषय तथा संख्या की गुणवत्ता पर ध्यान दें।

फोटो पत्रकारिता में तत्कालिकता, समय, स्थान और व्यक्ति का बहुत महत्त्व है। तत्काल से यह तात्पर्य है कि छायाचित्र लेने में विलंब न करें, समय का आशय यह है कि आप रात में फोटो ले रहे हैं या दिन में। कभी-कभी समय के साथ ऋतुओं का सामंजस्य भी स्थापित करना पड़ता है। यदि आपका कवरेज किसी विशेष स्थान के समीप है या उस स्थान का आपके लिए महत्त्व है, तो आपको चाहिए कि आप उस स्थान को भी अपने चित्र में संयोजित करें। जिस व्यक्ति के लिए आप गए हैं, यदि वह व्यक्ति ही आपके चित्र में न हो तो उस चित्र का कोई महत्त्व नहीं है। ऐसे समय में आपको किसी वैकल्पिक व्यवस्था की खोज करनी होगी। मान लीजिए, आप किसी प्रदर्शनी के उद्घाटन के समय पर नहीं पहुँच सके तो आप प्रदर्शनी देखते हुए दर्शकों को चित्र में शामिल कर सकते हैं या किसी अच्छे चित्र की कॉपिंग कर अखबार को दे सकते हैं, किन्तु विवरण में सारी बातें तो लिखनी ही होंगी। ऐसे समय में अखबार के संपादक की नीति को भी ध्यान में रखना चाहिए। संपूर्ण समन्वय ही अखबार कहलाता

है। पत्रकारिता चाहे वह शब्द की हो या छाया की, दोनों शाखाओं में उसके काम में एक शब्द निहित है—‘फॉलोअप’। सभी इस शब्द को जानते हैं और पालन करते हैं कि यदि आप ने किसी विषय को छायांकित किया है और उस विषय में कुछ ऐसी बात थी कि आपका पाठक उस विषय के अगले पल की जानकारी चाहता, जैसे—किसी राजनीतिक दल के नेता ने राज्यपाल या राष्ट्रपति के समक्ष सरकार बनाने का दावा पेश किया तो उस बारे में राष्ट्रपति ने या राज्यपाल ने सारे प्रकरण का परीक्षण कर क्या निर्णय दिया। दूसरा उदाहरण है—यदि किसी व्यक्ति ने कोई अपराध किया तो क्या पुलिस उसको गिरफ्तार कर पाई? तीसरा उदाहरण है—नगर में किसी विशेष व्यक्ति के आने की खबर है, वह आया या नहीं और आया भी तो क्या कह गया? चौथा उदाहरण है—भूकंप, बाढ़ आते हैं। अचानक ही आते हैं। उनके द्वारा विनाश, जीवन की कठिनाइयाँ, राहत-कार्य, निर्माण-कार्य, नेताओं, प्रशासकों आदि का स्थान पर उपस्थित होना या वक्तव्य देना आदि एक लंबी सूची है, जो ‘फॉलोअप’ की परिधि में आती है। जो पत्र-पत्रिकाएँ ‘फॉलोअप’ का ध्यान रखती हैं—उनके साथ पाठकों की निरंतरता बनी रहती है।

फोटोग्राफी में तकलीफ का इजाफा किन-किन परिस्थितियों, मानसिकताओं और आवश्यकताओं में होता है, इस पर थोड़ा प्रकाश डाला जा सकता है। इस बात को स्वीकार करने के लिए भी तैयार रहना चाहिए कि आप ही वह अंतिम व्यक्ति नहीं हैं, जो सब जानते हैं। यह शोध-प्रबंध एक ऐसा झरना है, जिसे कल एक विशाल गंगा का रूप लेकर डेल्टा बनाना है। सागर अनंत है। कलाकार जब अपनी आयु के अंतिम पड़ाव पर आता है, तो अमूर्त की बातें अधिक करता है और उसी प्रकार संक्षेप में कहने-करने की प्रवृत्ति बना लेता है। ऐसा शायद वह चाहता नहीं है—पर यह सब जानबूझकर नहीं होता, बल्कि अनायास उसके जीवन, चिंतन और सृजन आ जाता है। जिस प्रकार एक शल्य-चिकित्सक सामान्य समय में सारी बातें विस्तार से करेगा, किन्तु ऑपरेशन टेबल पर वह सारी बातें सांकेतिक भाषा में करने लगता है। क्योंकि उसे मालूम है, सामने वाले मरीज का ऑपरेशन निर्धारित समय में ही हो जाना चाहिए, उसी प्रकार छायाकार की भी जिम्मेदारी है कि वह अल्प समय में, कम अवयवों में, अपने चित्र में सारगर्भित बातें अपने पाठक के पास पहुँचाए। उसे इस बात का भी ध्यान रखना होगा कि उसके चित्र किसी और उद्देश्य की पूर्ति के लिए भी चुने जा सकते हैं। मसलन—प्रदर्शनी, शोध, आलेख, अकादमिक उद्देश्य आदि।

इस तरह के आवश्यक, आकस्मिक, निर्धारित आदि विषय तो कुछ समय के बाद लेंस के सामने से ओझल हो जाते हैं, किन्तु इन सभी विषयों का संकलन एक इतिहास बनाता है—उन्नति और अवनति के सोपान दर्शाता है, नित नए आविष्कारों को जन्म देता है। इतना ही नहीं, आने वाले शोधकर्ताओं के लिए साधन-सामग्री जुटाने का काम करता है, अन्यथा हमें कैसे पता लगेगा कि किन-किन स्वतंत्रता सेनानियों ने अपनी भूमिका देश को स्वतंत्रता दिलाने में अदा की। हम कैसे जान पाएंगे कि एक समय कमरे के बराबर कैमरे हुआ करते थे और उनसे कई घंटों का एक्सपोजर दिया जाता था, श्वेत-श्याम फोटोग्राफी कैसे की जाती थी और आज कलर और उनके विवरण आने वाले कल के लिए यश और धन दोनों देते हैं—इन्हें संजोए रखने का दायित्व भी छायाकारों का ही नहीं, समाज के सभी सक्रिय और जागरूक विशेषज्ञों का काम है। संग्रह करना मनुष्य का मूल स्वभाव है, अतः इससे वह मुक्ति पा नहीं सकता, किन्तु प्रश्न है—किस वस्तु का संग्रह करना चाहिए और किसे फेंक देना चाहिए। हम फोटोग्राफ्स का संग्रह तो करें ही, किन्तु उनके मूल निगेटिव का विशेष ध्यान रखें। आज के डिजिटल तकनीक को भी कंप्यूटर के माध्यम से सीडी-डीवीडी आदि में स्टोर किया जा सकता है। फोटोग्राफी में इस बात का सुझाव है कि हर ऐसे चित्र को जो विशेष महत्त्व रखता हो, कुछ वर्षों बाद पुनः कॉपी करके निरंतरता दी, जाती है। यह सोच केवल किसी एक तकनीक के लिए नहीं, सभी नई-पुरानी तकनीकों पर लागू होता है।

आपके पाठक को भी इतना ज्ञान होना चाहिए कि वह श्याम-श्वेत चित्र में भी रंगों को महसूस करें, जैसे हमारे देश के तिरंगे से कौन नहीं परिचित होगा। यदि राष्ट्रध्वज का चित्र छपता है, श्याम-श्वेत में तो पाठक अपने चाक्षुष ज्ञान से सारे रंग स्वयं ही बना लेगा। महाभारत युद्ध का वर्णन जब संजय कर रहे थे, तब वे घटनाओं का वर्णन कर रहे थे, न कि रंग-संयोजन का। धृतराष्ट्र, जो जन्म से अंधे थे, युद्ध का वास्तविक दृश्य रंगों के साथ उनके पास कैसे आया? रंगों की पहचान मनुष्य का स्वाभाविक गुण है, अतः अपने अंतःकरण में वह सभी रंगों का एक फलक बना लेता है और लंबे अनुभव से उसे यथार्थ में बदल लेता है। योग-क्रिया में इसे विस्तार से समझाया गया है। बैल लाल रंग देखकर भड़क जाता है। कहा जाता है कि हम अपने सपने श्याम-श्वेत में ही देखते हैं, रंगों का अहसास कर लेते हैं। इसका दर्शनशास्त्र लंबा है। धृतराष्ट्र और संजय दोनों एक ही स्थान पर थे, दोनों युद्धस्थल से दूर थे, फिर भी दृश्य

की महत्ता दोनों के लिए समान थी। युद्ध भले ही विनाश का प्रतीक हो, किन्तु कहा तो जा सकता है कि युद्ध का वास्तविक आनंद मिला। इस आनंद को सच्चाई या यथार्थ का नाम दिया जा सकता है, अतः कहा जा सकता है कि आनंद उस यथार्थ का पर्यावाची है, जो वास्तविकता का बोध करा सके। चित्र कहीं और था, वर्णन कहीं और हो रहा था, किन्तु धृतराष्ट्र ने उनके समन्वय से संतोष पाया।

हम छायांकन के संपूर्ण परिप्रेक्ष्य का चिंतन करें, तो हमें अपने उपकरणों के चुनाव, उसकी गुणवत्ता, उसके संचालन, उसकी निर्भरता आदि पर पूर्ण रूप से अध्ययन करना चाहिए। यह शोध-प्रबंध प्रशिक्षण का हिस्सा नहीं, मार्ग-दर्शन और सुझावों पर आधारित है। उपकरण के विषय में आपको वहीं जाना होगा, जहां से आपने प्रशिक्षण प्राप्त किया है। पत्रकारिता के क्षेत्र में आने से पूर्व आपने उपकरणों की क्षमता पूर्णरूपेण परख ली होगी। फोटोग्राफी में क्रियान्वयन की दो अवधियां और क्षेत्र हैं—पहला अकादमिक, जहाँ एक निर्धारित क्षेत्र के दायरे में प्रशिक्षण होता है, और दूसरा है, सांस्कृतिक क्षेत्र। संसार में सैंकड़ों संस्थाएँ पूरी लगन के साथ सक्रिय हैं और हजारों प्रदर्शनियाँ आयोजित की जाती हैं और तरह-तरह के पुरस्कारों को बाँटा जाता है, ताकि छायाकारों के कार्यों को सामने लाया जा सकें। हम एक-दूसरे के चित्रों का आकलन और मूल्यांकन कर सकें। इस समय उपकरणों के वितरण में जापान सबसे आगे है। जापान ने जो सबसे महत्वपूर्ण काम किया है वह 'मिनिएचराइजेशन' है—अर्थात् संपूर्ण गुणवत्ता के साथ उपकरण का आकार छोटा और हल्का हो, ताकि लाने-ले जाने और उपयोग करते समय आसानी हो। इस समय फिल्म और इलेक्ट्रॉनिक इमेज पर अधिक भरोसा किया जा रहा है अतः दोनों माध्यम फोटोग्राफरों की पसंद हैं। फिल्म एक स्थायी रूप ले सकती है, किन्तु इलेक्ट्रॉनिक इमेज वाले चित्र कितने दिन रह पाएंगे, कहा नहीं जा सकता। रंगीन फिल्म को स्थायी रखना कठिन भी है, अतः उसके रंगों को श्वेत-श्याम तकनीक से रखा जा सकता है। केवल इतना करना होगा कि रंगीन इमेज को श्वेत-श्याम में परिवर्तित कर फिल्म बना ली जाए। इस प्रकार का प्रयोग हालीवुड में बहुत हुआ था। 'गॉन विद द विंड' फिल्म का लगभग तीस साल बाद नया संस्करण, पूर्व में ही किए गए, जो श्वेत-श्याम निगेटिव से बनवाकर प्रदर्शित किया गया था। कैमरों और फिल्मों के बारे में जानकारियाँ संस्थाओं—अकादमिक और सांस्कृतिक, दोनों में मिल जाया करती है।

कहना उचित होगा कि छायाकार को अपने संपादक से ज्यादा जागरूक और अध्ययनशील होना चाहिए। संपादक भले ही पूर्व में अपने काम में 'यात्री' रहा हो, किन्तु कार्यालय में उसे टेबल पर ही काम करना है। इसका अर्थ यह नहीं है कि उसका अध्ययन किसी प्रकार से कम आँका जाए। छायाकार अपने निर्धारित समय में निरंतर घूमता रहता है, इसलिए उसे ज्यादा जागरूक बनना होगा। उसे यह ज्ञात होना चाहिए कि प्रजातंत्र का अभिप्राय कदापि यह नहीं है कि अपना मत किसी भी उम्मीदवार या दल को आंख बंद कर दे दिया जाए। आज के मतदाता को भी यह अधिकार प्राप्त नहीं है तब छायाकार संविधान से अलग कैसे हो सकता है? अपना आंदोलन समाज में रहकर ही करना होगा। वह इसके लिए तैयार रहे। यह सब केवल आपके लिए नहीं कहा जा रहा है, बल्कि पूरे समाज के लिए है।

छायाकार को भी अपने अधिकार में 'निहित' शब्द का अर्थ जानना होगा। कभी-कभी आर्बिट्रि कार्यों के अतिरिक्त कुछ ऐसे छायाचित्र भी एकत्रित करने होंगे, जो जन-आंदोलन का हिस्सा बन सकें। जन-आंदोलन के पास अमरत्व है, वह कभी खत्म नहीं होगा, क्योंकि समाज में रावण, कंस हमेशा जन्म लेते रहेंगे—अलग-अलग समय पर अलग-अलग रूप धारण करके। यदि देश के छायाकार आम जनता के सामाजिक कार्यों में रुचि लेने लगे तो उनकी सक्रियता बढ़ जाएगी और संसार को यह बता सकेंगे कि किसी अन्य जगह पर क्या हो रहा है—वह चाहे सकारात्मक हो या नकारात्मक। ऐसे छायाकार का पाठक/दर्शक अपनी चेतना का भरपूर उपयोग कर पाएगा और अपने अधिकारों को जानने और सीखने से वंचित नहीं रहेगा। हमारे देश में किसी भी नेता के पीछे भागने की प्रवृत्ति घर कर गई है। ऐसी प्रवृत्ति का त्याग करना होगा। यदि कोई नेता आपको प्रिय लगता है तो आपके सामने एक बड़ी समस्या आ खड़ी होती है, अतः सबसे पहले नेता के दोनों पहलुओं का अध्ययन करें और नकारात्मक बिन्दुओं का त्याग कर सकारात्मक बिंदुओं को अपना लें, जिस प्रकार हम अपने विषयों का विश्लेषण करते हैं और सकारात्मक मान्यता वाले चित्र ही संपादक के पास ले जाते हैं।

इतनी सारी बातों पर चर्चा हो रही है, थोड़ी-सी चर्चा लेंस को लेकर कर ली जाए तो निश्चित ही उचित रहेगा। कैमरा कोई भी हो, फर्क नहीं पड़ता, किन्तु कैमरे का लेंस बहुत महत्वपूर्ण होता है। विशेषज्ञों का मानना है कि नार्मल लेंस सबसे उपयुक्त लेंस हैं, क्योंकि वह आँख की फोकस लेंस

के बहुत करीब रहता है। सामान्य आँख दृश्य का जो भाग देखती है वही नार्मल लेंस देखता है, किन्तु आज भागती जिन्दगी में ऐसी स्थिति नहीं बन पाती कि आप सामने वाला दृश्य सरलता से नार्मल लेंस से ले सकें। अतः चित्रों की गुणवत्ता से नहीं जोड़ा जाए, क्योंकि एक प्रशासनिक व्यवस्था है और दूसरी संपादकीय। जब हम संपादकीय व्यवस्था पर चर्चा करने जा रहे हैं, तो छाया पत्रकारिता के सिद्धांतों का ही पालन करें। वास्तविकता को वास्तविकता के रूप में ही पेश करना चाहिए, यह नहीं कि कंप्यूटर के फोटोशॉप जैसे सॉफ्टवेयर में जाकर चित्र को आकर्षक बनाने की धुन में सारा वास्तविक परिदृश्य ही बदल दें। चित्र की कमियों, रंग आदि को सुधारा जाए, स्वरूप को जैसा का तैसा रखा जाए, हां यदि परिशिष्ट के आलेखों में कुछ काव्यात्मक भाव हों, तो कोलाज जैसे चरित्र के विभिन्न स्वरूपों को एकत्रित किया जा सकता है। चित्र को आंशिक रूप से भी छपा जा सकता है, किन्तु समाचार के रूप में वस्तुस्थिति का ही सहारा लिया जाए। आवश्यक वस्तुएँ और अनिवार्य व्यक्तियों को ही शामिल करें।

इन सब बातों का पालन करने के लिए यह आवश्यक है कि आपके पास स्टॉक शॉट्स की कमी न हो। यह सच है कि आपको कम फोटो खींचना है, किन्तु फोटोशॉप पर काम करने वाले की सुविधा के लिए एक ही विषय पर खींचे गए चित्र विभिन्न कोणों के उपलब्ध हों। आपके मुँह से यह नहीं निकलना चाहिए कि काश, मैं इसे और प्रकार से खींचता तो अच्छा रहता। आप यदि फोटोशॉप पर काम करने वाले ऑपरेटर को ध्यान में रखकर काम करेंगे तो पत्र और आकर्षक बनेगा और कुछ न करें, आप सुझाव तो दे ही सकते हैं। आपकी भूमिका केवल फोटोग्राफर की ही नहीं, एक फोटो एडिटर की भी होनी चाहिए। इस बात को भी आप अपने विकास में शामिल कर सकते हैं कि अन्य स्रोत भी आपके लिए हितकर हो सकते हैं। यहां तकनीकी विकास पर चर्चा कम और विषय के संपादन पर ज्यादा है। सर्वविदित है कि डिजिटल कैमरे से कम प्रकाश में भी बिना किसी फ्लैश के अच्छे परिणाम पा सकते हैं और ई-मेल की सुविधा के कारण छायाकार अपने पत्र के प्रकाशन के अंतिम समय से कुछ ही समय पूर्व तक भी फोटो खींच सकते हैं, क्योंकि बिना किसी विलंब के अपने फोटो कंप्यूटर के माध्यम से सीधे पृष्ठ पर भेज सकते हैं। यह एक ड्राइ प्रोसेस है जिसे फिल्म डेवलप करने आदि का झंझट नहीं है, किन्तु पिक्सल के इनलार्जमेंट की एक सीमा है।

यहाँ फोटो की उपलब्धता पर चर्चा उचित रहेगी। इस अंश को चार भागों में बाँटना चाहिए। एक तो वह जो पूर्ण व्यावसायिक है, आप दुकान/स्टूडियो पर जाएंगे, फोटो खिंचवाएंगे, भुगतान करेंगे और फोटो लेकर वापस आ जाएंगे। इसके बाद दुकान और ग्राहक का रिश्ता खत्म और इससे अधिक व्यावसायिकता में होना भी नहीं चाहिए, अन्यथा दुकान की व्यावसायिकता पर प्रभाव पड़ेगा। व्यवसाय का दूसरा नाम है—निर्ममता। दूसरा अंश है, जो केवल प्रलेखन से जुड़ा है—यह बहुत ही व्यापक है और उसका विषय-फलक हर विषय के साथ जुड़ा है। प्रलेखन की आवश्यकता हर विषय के लिए है चाहे वह भूगोल हो, पर्यावरण हो, खनिज हो, उद्योग हो, संगीत हो, जीव-विज्ञान हो—हर विषय का समावेश इसमें कर सकते हैं। प्रलेखन के तहत यह होता है कि विषय के अनुसार कार्य की प्रगति और समय को कैद किया जाता है कि आने वाले समय में उस पर शोध किया जा सके। उदाहरणार्थ—वनस्पतिशास्त्र को लें : बीज कैसा होता है, उसे रोपा कैसे जाता है, उपकरण कौन-कौन से होते हैं, वह अंकुरित कैसे होता है, क्या स्वरूप रहता है, पत्तियाँ कैसे आती हैं, फूल कैसे आते हैं, फल कैसे आते हैं, गुण-दोष सभी छायांकित करना होता है।

तीसरा पक्ष सबसे प्रबल है—विषय तो सभी समाहित रहते हैं, किन्तु वह अपने तक सीमित नहीं रह पाते। वे अपनी बात स्वयं कहना चाहते हैं, जो बात कविता के माध्यम से साहित्य कहना चाहता है, उसी बात को छायाकला लेंस के माध्यम से कहती है। छायाकला ने अपनी अभिव्यक्ति को रचने के लिए अनेक प्रकार के उपकरण और उनमें समाहित विभिन्न चपलाताएँ तकनीकी स्तर पर तैयार की हैं। कल तक यह प्रक्रिया पूर्णतः वेट प्रोसेस में थी, किन्तु इलेक्ट्रॉनिक युग के आते ही ड्राई प्रोसेस में प्रवेश कर रही है। इस नए युग ने तत्काल को महत्त्व दिया है, किन्तु सार्थक बात यही है कि लेंस के पीछे काम कौन-सी बुद्धि वाली आँख कर रही है! पिछले दोनों बिंदुओं का इसमें समावेश तो रहता है, किन्तु आंशिक रूप से। विषय की आवश्यकता के अनुसार ही फ्रेम में वस्तुओं को एकत्रित किया जाता है। विषय से बाहर की वस्तु चित्र के लिए बाधक है। कला का अर्थ है निरंतरता और वह भी भाव-प्रधान-चित्र कुछ कहे और वह कालजयी हो जाए। छायाकला में जो चित्र जितना अधिक स्वीकृत या पुरस्कृत होता है, वह उतना ही अधिक सम्मान पाता है। कालजयी होने का एक प्रमाण यह भी है।

चौथा आज के शोध का प्रमुख पक्ष है—पत्रकारिता। इस भाग में उपरोक्त तीनों शाखाएँ अनिवार्य हैं। व्यावसायिकता का इस संदर्भ में अर्थ है कि प्रेस फोटोग्राफर जिस पत्र के लिए काम कर रहा है उसके प्रति निष्ठावान रहे, उसके आदर्श और कार्य-शैली कार्य-विभाजन पर ध्यान दे। छाया पत्रकारिता में प्रलेखन का अंश आवश्यक है। यह कहा नहीं जा सकता कि कौन-सा चित्र किस समय आवश्यकता बनकर सामने आ जाए। अतः फोटोग्राफर को चाहिए कि अपनी सभी यात्राओं में आस-पास बिखरे हुए विषयों पर भी ध्यान दें, चाहे वे मूल विषय की यात्रा में शामिल न भी हों। कला-पक्ष का आश्रय लिए बिना अच्छा चित्र नहीं बन सकता, अतः छायाकला का मार्गदर्शन किसी अच्छे कलागुरु से लें। यही नहीं समय-समय पर कलागुरु से अपने चित्रों के साथ विमर्श कर मार्गदर्शन प्राप्त करते रहें और भविष्य में यदि यह क्रम जारी रहा हो तो कल स्वयं आप एक गुरु की तरह जाने जाएंगे। यह अनिवार्य है। छायाकला का मर्म इन चंद पक्तियों में नहीं समझाया जा सकता, किन्तु कहा अवश्य जाएगा कि छायाकला का ज्ञान ही एक अच्छा प्रेस फोटोग्राफर बना सकता है।

एक ईमानदार कोशिश ही हर कवरेज के बाद नया जीवन देती है। इस नए जीवन में नए उत्साह के साथ, नई सुबह, नया काम करना है। इस नए जीवन में मृत्यु नहीं है। जीवन एकत्रित करने का नाम ही पत्रकारिता है, चाहे फोटो पत्रकारिता ही क्यों न हो। सतत जागते रहना ही इस क्षेत्र में अवदान होगा। हमें इतिहास में नाम लिखाना है, इसी उद्देश्य के साथ हम चलें तो जाएंगे कि संधान की तपस्या में वही निहित है, जो दूसरे न कर पाएँ और हम वह कर रहे हैं, जो कि समाज और कला के हित में है। त्रिकोण हमारे सामने है—शौक, पेशा और मिशन। एक समय था जब यह क्षेत्र पूरी तरह से मिशन था, बाद में शौक आया और अब यह व्यवसाय (पेशा) बन गया है। व्यवसाय जरूर बन गया है, किन्तु शौक और मिशन को इस क्षेत्र से अलग नहीं करना है। प्रतिस्पर्द्धा तो हर समय रही है, किन्तु आज कुछ ज्यादा ही है—फोटोग्राफरों की संख्या भी तो बढ़ रही है। आपको आज का अपना अखबार तो देखना ही है साथ ही दूसरे अखबार भी देखने हैं—कुछ भिन्न करना है—ले आउट की दृष्टि से भी आपके पत्र के कलाकार को, जब वह कंप्यूटर पर बैठेगा, आपके चित्र स्कैन कर स्क्रीन पर लाएगा, तो उसकी कल्पना के अनुकूल आपके चित्र होना चाहिए। वह आपसे कभी नहीं कहेगा कि कैसा चित्र चाहिए। यदि

वह ऐसा करता है, तो पूरी यूनिट से उसे संपर्क करना होगा, जो एक असंभव-सी बात होगी। मैटर और पेंटिंग उसके पास है। विषय कुछ भी हो सकता है—इंटरनेट से मिलने वाली सामग्री भी उसके पास है—ऐसे में ऐसा न हो कि आपका चित्र छपने से रह जाए।

संपादक से मिलकर आने वाले विषयों की चर्चा करते रहना चाहिए—वह टीम का मैनेजर होने के साथ ही साथ कोच भी है। उसके उपदेशों को अन्यथा न लें और सार्थक चर्चा करें। एक समय था जब जो भी चित्र आ गया, छाप दिया। गुणवत्ता पर ध्यान कम, कार्य पर अधिक दबाव था। आजादी के बाद भी कुछ अखबार अपनी ओर से कुछ भी प्रयास नहीं करते थे, केवल परजीवी थे—छायाचित्रों के मामले में। सरकारी विभाग जिन चित्रों के ब्लाक दे जाते थे वे ही छप पाते थे—या उनके चित्र छपते थे, जो अपने व्यक्तिगत कार्यक्रमों के फोटो के ब्लाक बनवाकर पहुँचा दिया करते थे। पत्र भी कहते थे—कल आकर अपना ब्लाक दे जाना। उस समय तो प्रथा यह भी थी कि दूसरे अखबार में उपयोग में लाए गए ब्लाक अपने पत्र में छाप दिया करते थे। सूचना तथा प्रकाशन विभाग में शासकीय नीति ब्लॉक भिजवाने की थी। साथ ही जो व्यक्तिगत कार्य करते थे उनके ब्लॉक भी प्रेस तक पहुँचा दिया करते थे।

यह स्थिति लगभग 70-80 के दशकों तक रही है। जैसे ही ऑफसेट का समय आया, ब्लाक की अहमियत कम हो गई। कलर ने सारा मैदान मार लिया। आपने अपने शोध में भी ध्यान दिया होगा, सोमवार को कार्यक्रम होता था और बुधवार को चित्र छपता था। श्याम-श्वेत के दिनों में डेवलपिंग आदि में समय लग जाया करता था। आज का समय छायाकारों के नियंत्रण में है, इसलिए यही कहना है कि चित्र की गुणवत्ता पर अधिक ध्यान दें। डिजिटल तकनीक ने तो बहुत-सी समस्याएँ हल कर दी हैं, अब तो लैब तक जाने की भी जरूरत नहीं है। सारे फ्रेम एक ही बार में कम्प्यूटर के स्क्रीन पर देखे जा सकते हैं और अच्छे चित्र का चयन किया जा सकता है। ऐसे कवरेज के लिए मोटर ड्राइव तकनीक काम में आती है।

आज के युग में टेलीविजन और न्यूज रील कैमरों के चित्रों—जो निरंतर बदलते रहते हैं—के मुकाबले प्रकाशित हुए चित्रों में इतनी अधिक क्षमता होती है कि पाठक उन्हें बार-बार देखना ही नहीं चाहता, बल्कि अपने प्रियजनों को दिखाने का अवसर ढूँढ़ता रहता है, जो चित्र इस प्रक्रिया से गुजरते हैं, वे पाठक

के मन-मस्तिष्क पर अमित छाप छोड़ जाते हैं। अविस्मरणीय चित्र खींचने का अवसर हर फोटो पत्रकार ही क्या, किसी भी फोटोग्राफर को आसानी से नहीं मिल पाता है, किन्तु उन्हें ऐसे फोटो खींचने की लालसा बनी रहती है। तड़प को क्रियान्वित करने का यह तरीका उचित नहीं है कि आप अपने चित्र में कुछ भी जोड़ दें—चित्र में किसी प्रकार की बाहरी वस्तु का समावेश कर चित्र में बदलाव लाना नैतिकता की सीमा से बाहर की बात है, मसलन—जो व्यक्ति उस समय वहां उपस्थित ही नहीं था, उसे चित्र में दिखा देना अनैतिक कार्य है। शाम के समय आकाश में लाल रंग का बाहुल्य होता है, वहां अच्छा-खासा नीला आकाश कहां से आ जाएगा? आज के कंप्यूटर युग में चित्र में कुछ भी संभव है, अतः बदलाव से दूर रहना चाहिए। चित्र में किसी तकनीकी गुणवत्ता की कमी आ गई हो, तो उसे सुधारा जाना मात्र मान्य किया गया है। ध्यान रहे—कैमरा झूठ नहीं बोलता।

भारतीय समाज ने इस बात की स्वीकृति दी है कि मीडिया को 'चौथा स्तंभ' कहा जाए। अन्य तीनों स्तंभ अपनी-अपनी भूमिका निभा रहे हैं और हम भी अपने दायित्व का निर्वाह कर रहे हैं, फिर चर्चा क्यों? कभी-कभी समय और स्थिति ऐसी आ जाती है कि हम आत्मप्रक्षालन करें। तकनीकी तौर पर यदि हम परिपूर्ण नहीं होंगे तो चित्र अपनी तकनीकी मर्यादा पूरी नहीं कर पाएगा—आज इसे पूरा करने के लिए ऑटोमेशन तो है, किन्तु विषय का चिंतन तो आपको ही करना है। कुछ विषयों पर चर्चा की जा सकती है। अनेक प्राकृतिक संसाधन आज विनाश के कगार पर हैं। दूषित वातावरण एवं मिट्टी के क्षरण संपूर्ण मानव के लिए खतरा बने हुए हैं। ऊर्जा दिन-प्रतिदिन महँगी होती जा रही है। पेय जल एवं भोजन—सामग्री का अभाव निरंतर बढ़ रहा है। धनी लोग एवं शक्तिशाली संगठन इसे निर्धनों की समस्या मानते हैं—दोनों समुदायों के बीच की खाई निरंतर बढ़ी जा रही है। मनुष्य ने स्वयं असंतोष और तनाव पैदा किया है। इस वीभत्स विसंगति का प्रमुख कारण है—संवादहीनता और उत्तरदायित्व से विमुख होना। चौथी दुनिया ही सामाजिक बंधन को सशक्त बनाने का एक प्रयास है, अतः प्रासंगिक है कि छायाकार भी अपनी भूमिका को पूरी तरह पहचानें और एक अच्छे समाज की रचना में पूरा योगदान दें। केवल फोटो खींचा और वह पत्र में छप गया ही पर्याप्त नहीं है—आपको अपनी भी सुरक्षा करनी है, अतः एक अच्छी 'छत' की सोचें—जब समाज ने हमें चौथा स्तंभ माना है, तो हमारी नैतिकता है

कि अन्य तीनों स्तंभों को भी शक्तिशाली बनाएँ—चार स्तंभों पर टिकी छत का सदैव भरोसा रहेगा।

वैदिक काल से चले आ रहे एक बृहद संस्कार ने सात्त्विक संस्कृति की रचना की है। इतना ही नहीं, उसने स्वयं इसका पालन ही नहीं किया, बल्कि विश्व के समस्त समुदायों को आचरण की गरिमा से अवगत कराया और स्वेच्छा से अपनाने की स्वतंत्रता दी। इस मान्यता में निहित थी मानवता, जो समाज के लिए अनिवार्य थी। यह बात अलग है कि हर युग में इस आचरण-पद्धति में आंशिक परिवर्तन भी होते रहे, क्योंकि देश, काल और परिस्थिति के कारण सारी मान्यताएं अपने-आप में स्वयं बदलाव चाहती हैं। समाज ने समय-समय पर अनेक आविष्कार किए, जिनमें फोटोग्राफी भी एक है। अठारहवीं शताब्दी से मान्यता पाने वाली इस तकनीक को भारत में महाभारत काल से मान्यता प्राप्त है! महान वैज्ञानिक रमन ने भी इस दिशा में काम किया था।

समाचार-पत्र भी एक क्रान्ति के तहत समाज में प्रवेश कर पाया है, आज फोटोग्राफी इसका अभिन्न अंग बन चुकी है, अतः स्वीकार करना होगा कि प्रेस फोटोग्राफी को भी समाचार-माध्यम के लिए बनाए गए, नियमों और संस्कार के साथ चलना होगा। साथ चलने में बाधाएँ आ सकती हैं, किन्तु रास्ता कठिन नहीं है, इसे सरल और कंटकाविहीन बनाने के लिए विश्व कटिबद्ध है और समय-समय पर नियमों की रचना करता रहा है और संशोधन भी करता रहा है।

भारतीय पत्रकार, जिनमें फोटोग्राफर भी शामिल हैं, के लिए एडिटर्स गिल्ड ऑफ इंडिया ने एक आचार-संहिता की रचना की है। 19 दिसंबर 2002 को इंडिया इंटरनेशनल सेंटर में आयोजित एक कार्यक्रम में देश के राष्ट्रपति महामहिम डॉ. ए. पी. जे. अब्दुल कलाम ने यह आचार-संहिता जारी की। इस बात का उल्लेख करना आवश्यक है कि एडिटर्स गिल्ड ऑफ इंडिया ने ब्रिटेन की सोसाइटी ऑफ एडिटर्स की संहिता के आधार पर भारतीय अनुभवों के प्रकाश में उपरोक्त आचार-संहिता की रचना की है। 22 सूत्री संहिता निम्नानुसार है:—

1. संवाददाताओं द्वारा भेजी जाने वाली रपटों के तथ्यों की जाँच हो और गलतियों को संदर्भ पुस्तकालय की मदद से सुधारा जाए। हर प्रकाशन इस

- तरह के संदर्भ पुस्तकालय की अवश्य व्यवस्था करें। अनुमानों को तथ्यों के छद्मावरण में पेश करने की अनुमति नहीं होनी चाहिए।
2. तथ्यों को प्रत्यक्ष या उपलक्षित बयानों से अलग करें और तथ्यों को उनकी निर्धारित जगह पर ही रखें। बयानों को निर्धारित स्थान पर ही रखें और अगर उन्हें तथ्यों के साथ जगह देनी है, तो यह सुनिश्चित करें कि बयान ही रहे।
 3. प्रकाशन के अधिकार को सर्वोच्चता देने से पहले इसे सार्थक 'जनहित' के साथ जाँचें।
 4. ऐसे निराधार आरोपों या वक्रोक्तियों को हटा दें, जो खबर के लिए जरूरी नहीं हैं या फिर उन्हें तभी खबर में रहने दें, जब इसके मानहानि संबंधी को पूरी तरह से जाँच लिया गया हो।
 5. पर्याप्त समय-सीमा के तहत पीड़ित पक्ष को अपना जवाब देने या खबर के खंडन का पूरा अवसर दें।
 6. जहां माफी माँगना जरूरी हो, सहर्ष स्पष्टतः और पूरी मर्यादा के साथ इसे प्रस्तुत करें।
 7. अगर मानहानि की कार्यवाही शुरू होती है, तो पूरी निष्पक्षता और कानून को पूरा सम्मान देते हुए इसकी खबर छापें।
 8. अगर आम लोगों के हितों को स्पष्टतः कोई खतरा न हो, तो किसी व्यक्ति के निजी मामलों को अनावश्यक प्रचार देने से बचें। पर, अगर ऐसा है, तो इस मामले को पूरी तन्मयता से, बिना किसी डर के अंजाम दें, किन्तु ऐसा शालीनतापूर्वक एवं अच्छे भाव से किया जाए। स्रोतों को परेशान करने या डराने-धमकाने से बचें।
 9. किसी खबर में लोगों की दिलचस्पी बढ़ाने के लिए उसमें अतिशयोक्ति से बचें। एक सीमा से आगे अतिशयोक्ति तथ्यों को विकृत कर देती है। वास्तविकता पर आधारित खबरें सनसनीखेज खबरों की तुलना में अधिक टिकाऊ होती हैं।
 10. सरकारी कर्मचारियों के खिलाफ कर्तव्यों की कोताही संबंधी आरोप लगाने से पहले इसे दोबारा जाँचना-परखना चाहिए, क्योंकि उनके सेवा-संबंधी नियम उन्हें जवाब का अधिकार नहीं देते और सिर्फ सरकारी दस्तावेज ही उनकी मदद के लिए रहता है। अगर इन खबरों के आधार

- पुख्ता हैं, तो यह निर्भीक हो न कि शेखी बघारने वाला या बचकाना।
11. दबाव में आकर तथ्यों को दबाना कर्तव्यों से चूकना है।
 12. ऐसे बयान या तथ्य जो नाम न बताए जाने की शर्त पर प्राप्त हुए हैं, उनमें नाम कतई नहीं दिया जाना चाहिए।
 13. अपने स्रोतों को कानून की अंतिम हद तक बचाने के अधिकार का प्रयोग करते हुए गुमनामी को झूठ या निंदा परोसने के लिए लबादे के रूप में प्रयोग की अनुमति न दी जाए। पत्रकारों को ऐसे स्रोतों के बारे में एक-दूसरे को सावधान करना चाहिए, जो गुमनाम रहकर भ्रम फैलाते हैं।
 14. निजी दुःख वाले दृश्यों से संबंधित खबरों का संपादन नाजुक होता है 'मानवीय हितों' के नाम पर इन्हें आँख मूंदकर नहीं परोसा जाए। मानवाधिकार भी उतने ही महत्वपूर्ण हैं और इनके साथ-साथ निजी भावनाओं की गोपनीयता का भी इनमें उतना ही महत्व है।
 15. पत्रकारों के सूचना के अधिकार का प्रयोग निजी लाभ प्राप्त करने के शक्तिशाली साधन के रूप में हो सकता है, किन्तु ऐसा कभी नहीं होना चाहिए।
 16. धार्मिक विवादों पर लिखते समय सभी संप्रदायों व समुदायों का समान रूप से किया जाना चाहिए। इस तरह के अन्य विवादों में सभी पक्षों के बारे में समान रूप से रिपोर्टिंग हो।
 17. आपराधिक मामले की रिपोर्टिंग में, विशेषकर यौन और उससे भी अधिक बच्चों से संबंधित मामलों की रिपोर्टिंग में, यह ध्यान देना जरूरी है कि रिपोर्ट अपने-आप में ही सजा न बन जाए, जो किसी जीवन को अनावश्यक ही बर्बाद कर दे। कथित अपराधी, पीड़ित और गवाहों की पहचान अवश्य ही बहुत सावधानीपूर्वक करनी चाहिए और इसमें लोगों के वर्ण या उनकी जाति पर कोई लांछन नहीं हो। जनहित के सर्वाधिक मजबूत आधार पर ही इन बातों को कमतर किया जाए।
 18. 'चेक बुक जर्नलिज्म' या पैसा देकर सूचना लेना पाप की कमाई की तरह है। ऐसा 'जनहित' में आवश्यक सूचना प्राप्त करने के लिए कोई विकल्प नहीं बचने की स्थिति में ही किया जाए। अगर ऐसा करना पड़ता है, तो भुगतान की जानकारी किसी भी स्वीकृत वैध रूप में दी जाए एवं यह भुगतान उन लोगों को कतई नहीं किया जाए, जो इससे संबंधित कानूनी

मामले से जुड़े हुए हैं। वित्तीय पत्रकारिता को बाजार के साथ खिलवाड़ से मिश्रित नहीं किया जाए।

19. चोरी-छिपे सुनकर, किसी यंत्र का सहारा लेकर, किसी के निजी टेलीफोन पर बातचीत को पकड़कर, अपनी पहचान छिपाकर या चालबाजी से सूचनाएँ नहीं प्राप्त की जाएं। सिर्फ 'जनहित' के मामले में ही, जब ऐसा करना उचित हो और जब किसी और तरीके से सूचनाएँ प्राप्त नहीं की जा सकें। ऐसा किया जाए।
20. पत्रकारों को ऐसे लोगों या संस्थानों से किसी भी तरह का लाभ अपने या अपने परिवारवालों के लिए प्राप्त नहीं करना चाहिए, जिनकी गतिविधियों के बारे में वह रपट लिख रहे हैं।
21. पत्रकारों को बारी से पहले कम कीमत पर आवास-सुविधा या भूमि या इसी तरह की सुविधाएँ प्राप्त नहीं करनी चाहिए।
22. अगर किसी पफोटो पत्रकारिताकार के पेशेगत कारणों से उसके खिलाफ उनके काम करने के स्थान से दूर कोई मामला दायर किया गया है, तो प्रबंधन को उस पत्रकार को कानूनी संरक्षण देना चाहिए, ताकि मीडिया को शक्तिशाली लोगों के घृणित कार्यों का पर्दाफाश करने से रोकने के लिए डराने-धमकाने में इसका प्रयोग न हो सके।

उपरोक्त आचार संहिता के बावजूद, तीन साल बाद 22 सितंबर 2005 को प्रधानमंत्री डा. मनमोहन सिंह ने समाचार-माध्यमों में जवाबदेही की कमी की आलोचना की थी। इस वक्तव्य को ध्यान में रखते हुए एडिटर्स गिल्ड ने वरिष्ठ पत्रकार अजीत भट्टाचार्या की अध्यक्षता में एक समिति का गठन किया था। समिति की सिफारिशें इस प्रकार हैं :-

- (क) अखबार समूह अपने संस्थान के अंतर्गत ओमबुड्समैन (लोकपाल) की नियुक्ति करें, जो संपादकीय और व्यावहारिक नियंत्रण से मुक्त हों। ये गलत रिपोर्टिंग करने या पक्षपातपूर्ण खबरें प्रकाशित करने के आरोपों की निष्पक्ष जाँच करें।
- (ख) संपादकीय विभाग अपने कर्मचारियों के लिए एक संहिता लागू करें। जरूरत पड़ने पर सूत्रों के खुलासे का प्रावधान हो।
- (ग) अगर खबरें गलत साबित हो जाएँ, तो अपनी गलती तुरंत मानें और सही तथ्य प्रमुखता से प्रकाशित करें।

(घ) वित्तीय अखबार अपनी रिपोर्टिंग और अपने विचारों को निजी हितों से दूर रखें।

प्रेस फोटोग्राफर भी उपरोक्त संहिता के आधार पर यह मानकर चलें कि नियम अच्छाई के लिए होते हैं। संचार परिवार के अतिरिक्त हमारे देश में न्यायपालिका का भी अस्तित्व है, जो भारत के संविधान की धाराओं के अनुरूप कार्य करने के लिए प्रतिबद्ध है। स्वत्वाधिकार कानून-1991 पर आधारित छायाचित्रों के स्वत्वाधिकार (Property Right) संबंधी जानकारी:

1. स्वत्वाधिकार (किसी भी रूप में प्रतिलिपि करना) छायाचित्रों में निहित है, क्योंकि यह भी एक कानून द्वारा मान्य स्वत्व है।
2. चित्र खींचने के साथ ही चित्र का स्वत्वाधिकार छायाकार का स्वयं बन जाता है, इसे किसी भी तकनीक या पद्धति से उल्लेखित करने की आवश्यकता नहीं है।
3. छायाचित्र अथवा उसके किसी भाग की किसी भी रूप में प्रस्तुति या पुनः प्रस्तुति का अधिकार ही स्वत्वाधिकार है।
4. छायाचित्र का मूल निगेटिव बनने के उपरांत कम से कम 50 साल तक छायाकार का उस पर स्वत्वाधिकार होता है।
5. किसी भी स्वत्वाधिकार-विहीन वस्तु का छायाचित्र लिया जा सकता है तथा ऐसे छायाचित्र पर नियमानुसार छायाचित्रकार या उसके नियोक्ता का स्वत्वाधिकार होता है। यह प्रावधान व्यक्तियों के चित्रों, जो उनकी अनुमति से लिए हुए हों अथवा नहीं, दृश्यों, स्वत्वाधिकार-रहित पुरानी कलाकृतियों के छायाचित्रों पर भी लागू होता है, परन्तु—

(क) आप कोई छायाचित्र किसी असामान्य स्थिति में लेते हैं तथा उस पर स्वत्वाधिकार अर्जित कर लेते हैं, किन्तु अन्य कोई छायाकार भी उसी स्थिति में वह छायाचित्र ले सकता है और उस पर स्वत्वाधिकार अर्जित कर सकता है।

(ख) किसी महान कलाकार की छायाचित्र-प्रति अपने-आप में स्वत्वाधिकार है यदि वह मौलिक है, किन्तु मूल की नकल से दूसरा छायाचित्र तैयार करना, मूल प्रति के स्वत्वाधिकार का उल्लंघन होगा, इसलिए उसमें स्वत्वाधिकार नहीं होगा?

6. वास्तु कलाकृतियों में स्वत्वाधिकार होता है, जैसे—इमारत। ऐसी इमारत का छायाचित्र लेना कानून द्वारा विशेष रूप से स्वीकृत है तथा यही बात मूर्ति-कलाकृतियों के संबंध में है, यदि वे किसी सार्वजनिक स्थान पर स्थानीय रूप से अवस्थित हैं। न केवल भिन्न शैली में नकल करना स्वत्वाधिकार के अंतर्गत आता है, बल्कि नकल का -ब- होना भी स्वत्वाधिकार का उल्लंघन है। नकल भिन्न हो तो भी यदि ऐसा लगे कि यह चित्र से ली गई है, तो वह अवैधानिक होगा। छायाचित्र के किसी एक भाग की नकल, जैसे-भीड़ में से एक चेहरा भी गैर-कानूनी है।
7. अपने खर्चे पर खींचे गये छायाचित्र पर स्वत्वाधिकार का वह व्यक्ति स्वतः स्वामी बन जाता है, यदि वे छायाचित्र किसी के आदेश से अथवा किसी नियोक्ता के अधीन रहते हुए न खींचे गए हों।
8. किन्तु यदि छायाचित्र किसी ने शुल्क देकर खिंचवाए हैं या किसी नियोक्ता के अधीन रहते हुए किसी कर्मचारी द्वारा खींचे गए हों, ऐसी स्थिति में छायाचित्रों पर स्वत्वाधिकार नियोक्ता या जिसने आदेशित किया है, उस व्यक्ति का होगा।
9. छायाचित्रों पर स्वत्व का अधिकार ग्राहक का होगा, भले ही उसके लिए भुगतान नहीं किया गया हो। इस बिना पर कि ग्राहक ने भुगतान नहीं किया, छायाकार छायाचित्र पर स्वत्वाधिकार नहीं ले सकता।
10. छायाकार द्वारा ग्राहक के आदेश के पालन में जो निगेटिव या चित्र का मूल तैयार किया जाता है, उस पर व्यापार के रीति-रिवाजों के अनुसार तथा सामान्य कानून के तहत उसकी मिल्कीयत है, जब तक कि पूर्वानुबंध द्वारा वह उन्हें ग्राहक को सौंपना स्वीकार न करे। फिर भी वह ग्राहक के आदेश या स्वीकृति के बिना किसी अन्य उद्देश्य के लिए उन छायाचित्रों का उपयोग नहीं कर सकता।
11. छायाचित्रों में स्वत्व का अधिकार पूरा अथवा टुकड़ों में बेचा जा सकता है, किन्तु ऐसा हस्तांतरण लिखित रूप में होना आवश्यक है।
12. छायाचित्रों पर स्वत्वाधिकार-स्वामी की अनुमति के बिना उस छायाचित्र की नकल, उसके स्वत्वाधिकार का उल्लंघन है।

13. बिना अनुमति के यदि किसी ने छायाचित्र का प्रकाशन कर दिया है, तो उल्लंघनकर्ता को दंड देने की सामान्य परिपाटी यह है कि उससे उचित दर की दुगनी कीमत वसूल की जाए।
 14. स्वत्वाधिकार के उल्लंघन के किसी भी अभियोग में जिम्मेदारी प्रतिवादी की है कि वह सिद्ध करे कि उसने अपराध नहीं किया है।
- अतः यही कहा जा सकता है कि सावधानी हर बला को टाल सकती है।

7

फोटो पत्रकार एवं फोटोग्राफी

फोटो पत्रकार

खोजी पत्रकारिता व पुलिस सम्बन्धी प्रकरणों में फोटो पत्रकार की भूमिका रहती है। आधुनिक पत्रकारिता के प्रसंगों में प्रमाणस्वरूप दस्तावेजों के फोटो समाचारपत्र में प्रकाशित किये जाते हैं, जिन्हें विशेष प्रकार के सप्लीमेन्ट्री लेन्सों व सूक्ष्म फोटोग्राफी की मदद से तैयार किया जाता है। खोजी पत्रकारिता व पुलिस सम्बन्धी प्रकरणों में फोटो पत्रकार की भूमिका रहती है। आधुनिक पत्रकारिता के प्रसंगों में प्रमाणस्वरूप दस्तावेजों के फोटो समाचारपत्र में प्रकाशित किये जाते हैं, जिन्हें विशेष प्रकार के सप्लीमेन्ट्री लेन्सों व सूक्ष्म फोटोग्राफी की मदद से तैयार किया जाता है।

पुलिस प्रकरणों व न्यायालय कार्यों में भी प्रेस-फोटो की बड़ी महत्ता होती है। हत्या, लूट की वारदात आदि में छायाचित्रों को एक शृंखला के रूप में खींचा जाना चाहिए, जिसमें मृतक के विविध कोणों से फोटो, रक्त के धब्बों, मृतक द्वारा संघर्ष के घातक, निशान हथियार चोट आदि के निशान, मृतक के आस-पास की स्थिति एवं बिखरे पड़े सामान, वस्तुओं को दर्शाते चित्र, जिससे घटना के सम्बन्ध में पूर्ण जानकारी प्राप्त हो सके तथा आवश्यकता पड़ने पर अदालत में इन फोटो शृंखला की सहायता से घटना की यथार्थता पर प्रकाश डालने में मिले। भ्रष्टाचार, अपराध, दंगों, लूट-पाट, कानून, चोरी एवं व्यवस्था सम्बन्धी परिस्थितियों के फोटो का पुलिस द्वारा उपयोग करने से एक फोटो पत्रकार की भूमिका बहुत ही प्रमुख हो जाती है। अपराध अनुसंधान एवं

अपराधियों की खोज में छायाचित्र काफी सहायक सीमित हो रहे हैं। अनपढ़ व्यक्ति से भी अदालत में पूछताछ करने में फोटो से आसानी रहती है। फोटोग्राफ घटनास्थल के खुद एकमात्र मौजूद आंकलन कर सकता है। वैसे भी गवाहों से सुनी-सुनाई बातों की अपेक्षा में फोटो में देखी बात अधिक विश्वसनीय लगती है।

कर्त्तव्य व उत्तरदायित्व

इस ग्रंथ के पाठक यदि फोटो पत्रकार बनना चाहते हैं या पहले से ही इस क्षेत्र में सक्रिय हों, तो उन्हें कुछ बिन्दुओं पर विचार अवश्य करना चाहिए। ऐसा भी नहीं है कि यह सभी स्थितियों में संभव है, हो भी सकता है कि आप थोड़े-से व्यक्तिगत प्रयासों से अच्छे प्रेस फोटोग्राफर बन सकते हैं, किन्तु इसे अपवाद ही माना जाएगा, अतः निम्न बिन्दुओं पर विचार अवश्य करें :-

1. सर्वप्रथम आपकी आवश्यक शिक्षा हायर सेकेंडरी परीक्षा, बी.ए., एम.ए., आदि में से कुछ तो होनी ही चाहिए। आप यदि हिंदी क्षेत्र में काम कर रहे हों, तो हिंदी, अंग्रेजी और स्थानीय बोली का ज्ञान आवश्यक है, क्योंकि ये सब पत्र फोटोग्राफी और समाज से परिचित होने के लिए साधन-स्वरूप आपका साथ देंगे।
2. किसी प्रख्यात छायाकार से संपर्क करें, जिसकी संस्था छायाकला के क्षेत्र में कार्य कर रही हो और जो विधिवत् फोटोग्राफी का प्रशिक्षण देता हो। इन संस्थाओं में छायाकला के अतिरिक्त प्रेस-फोटोग्राफी पर कार्यशालाएँ भी आयोजित की जाती हैं और इनके माध्यम से प्रतियोगिताओं में भी भाग लेने का अवसर मिलता है।
3. किसी भी मान्यता-प्राप्त शिक्षा-संस्थान में प्रवेश लें, क्योंकि इससे आपकी विधिवत् प्रशिक्षण मिलेगा और किसी विश्वविद्यालय या टेक्नीकल एजुकेशन बोर्ड से डिग्री या डिप्लोमा प्राप्त हो सकता है। साथ ही साथ किसी कला-संस्था से जुड़े रहें। किसी अखबार के लिए फ्री लांसर की तरह कार्य भी कर सकते हैं। आपके लिए यह भी लाभप्रद होगा कि आप अपनी अंतिम परीक्षा से पूर्व प्रोजेक्ट के रूप में फोटो पत्रकारिता विषय को लें।
4. ऐसे संस्थान का चयन करें, जो अपने समाचार-पत्र में पर्याप्त मात्रा में फोटो प्रकाशित करता हो। उस पत्र के संपादक से मिलें। अपने खींचे हुए

चित्र दिखाएँ और अपने ज्ञान एवं अनुभव के बारे में परिचय दें। हो सकता है, आरंभ में आपको नियुक्ति न मिले, फिर भी कुछ अवसरों पर कवरेज के लिए भेजा जा सकता है। विशाल आयोजनों में एक से अधिक छायाकारों की आवश्यकता पड़ती है। यदि आप वहां जा रहे हैं, तो उस स्थिति में आपका कर्त्तव्य हो जाता है कि आप समय की पाबंदी अर्थात् प्रॉम्प्टनेस (Promptness) पर अधिक ध्यान दें। गुणवत्ता पर ध्यान देना तो आपकी प्राथमिकता है ही।

5. इस बात को स्वीकार करना होगा कि भारत में एकमात्र विषय के रूप में प्रेस फोटोग्राफी को नहीं पढ़ाया जाता है, उसे फोटोग्राफी के अन्य विषयों के साथ ही पढ़ाया जाता है। इस विषय पर पुस्तकों का भी अभाव है। बहुत कम पुस्तकें हिंदी में उपलब्ध हैं, अतः संदर्भ के लिए फोटोग्राफी की अन्य भाषा की पुस्तकों पर निर्भर होना पड़ेगा। पत्रकारिता पढ़ाने वाले संस्थानों में एक शाखा प्रेस फोटोग्राफी की भी होती है।
6. कभी-कभी कुछ समाचार-पत्र कुछ फोटोग्राफरों को प्रशिक्षु की तरह रखते हैं। वे आर्थिक पक्ष का किस प्रकार निर्वाह करेंगे, यह दोनों पक्षों पर निर्भर करता है। ऐसे समय में, उसी पत्र में, शायद आपको किसी वरिष्ठ या अनुभवी फोटो पत्रकार का सहयोग मिल जाए। उससे आपको क्या उपलब्ध हो सकता है, यह आपके कौशल पर निर्भर करता है।
7. आप निरंतर सभी समाचार-पत्र, पत्रिकाओं और प्रदर्शनियों का अवलोकन भी करते रहें और साधियों के साथ चित्रों का विश्लेषण भी करें।
8. छायांकन का शिल्प तस्वीर में किस प्रकार काम करता है और वही चित्र सामाजिक जीवन में हास-त्रास तथा आशाओं-विडंबनाओं का आंकलन किस गहराई से और कितनी वास्तविकता लिए हुए करता है, इस पर चिंतन करना छायाकार की सृजनशीलता के क्षेत्र का विषय है। कभी-कभी मनुष्य स्वयं भी सीखता है।
9. छाया-प्रक्रिया में यह भी लक्ष्य का विषय हो सकता है कि राजनीतिक, आर्थिक, सांस्कृतिक, सामाजिक अवस्थाओं में आए तीव्र परिवर्तन के आधुनिक विकास के दबाव को छायाकार अपने-आप में किस प्रकार समायोजित या उससे मुक्त कर पाएगा। यह कठिन अवश्य है, किन्तु नामुमकिन नहीं।

10. संभव है आपको आरंभ में क्रेडिट (छायाचित्रों के नीचे आपका नाम) न मिले, चिंता न करें, कुछ समाचार-पत्रों के संपादक या प्रबंधक छायाकारों के नाम छापने से पीछे हट जाते हैं, किन्तु कुछ प्रकाशक छायाकारों का नाम देना गौरव की बात मानते हैं। छायाचित्र वितरित करने वाली एजेंसियां चित्र के साथ छायाकार का नाम अवश्य देती हैं। वे तो यह सूचना भी देती हैं कि चित्र फिल्म पर है या डिजिटल तकनीक से खींचा गया है। कभी-कभी वीडियो टेप का भी उल्लेख मिलता है।
11. न्यायपालिका द्वारा प्रतिबंधित नियमों का उल्लंघन न करें। कुछ संस्थान या स्थान भी ऐसे हो सकते हैं, जहां फोटोग्राफी करना मना हो, वहां क्लिक न करें। कभी-कभी ऐसा भी संभव है कि सामने वाला फोटो खिंचवाना नहीं चाहता है, तो व्यर्थ में झगड़ा मोल न लें। कभी मॉडल रिलीज अर्थात् व्यक्ति की अनुमति की आवश्यकता हो तो उसे ले लें।
12. छायाकार अपनी कृति और प्रयास से चमत्कृत तो करे ही, लेकिन साथ ही यह भी ध्यान रहना चाहिए कि वास्तविकता की सीमा समाज से बाहर न चली जाए।
13. पत्रकारिता के क्षेत्र में पाठक के पास इतना समय नहीं होता कि वह लंबे समय तक चित्र को निहारता रहे, अतः छायाकार का उत्तरदायित्व हो जाता है कि उसका चित्र प्रतिफल के रूप में अल्प समय में ही सारी बात कह दे, और हां! यदि पाठक अधिक समय ले रहा है, तो उसे कल्पना में चले जाने दीजिए, जिससे वह यह महसूस कर सके कि वहां उपस्थित था। इसका अर्थ यह भी नहीं है कि वह चित्र की महिमा को अपनी स्मृति-पटल से हटा दें।
14. छायांकन ऐसा माध्यम है, जो स्वयं संवाद-धर्मा है और पाठक को केवल दर्शक बने रहने नहीं देता, बल्कि उसे चिंता भी बनता है—भविष्य की कड़ियों के साथ।
15. छायाकार की नीयत और कोशिश में फर्क नहीं होना चाहिए, क्योंकि उसे इतिहास में अपना नाम लिखवाना है। इतिहास में उन्हीं का नाम लिखा जाता है, जो विशेष प्रकार का छायांकन कर जाते हैं।
16. छायांकन का एक सबसे बड़ा पक्ष हमारे सामने आया है, जो अमूर्त में ही अपने पाठक तक जाना चाहता है। विषय भले ही मूर्त हो। इस माध्यम से पाठक के मन तक जाया जा सकता है।

17. इस क्षेत्र में भीड़ शब्द बुरा नहीं माना जाता है, हर अखबार अपने स्टाफ में कई छायाकार नियुक्त करता है। किसी एक कार्यक्रम में भी अनेक छायाकार विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं से समाचार को कवर करने के लिए आते हैं। ऐसी स्थिति में भी अलगपन बनाए रखना छायाकार की विशेषता मानी जाती है।
18. शासकीय और वैश्वीकरण की आवश्यकताओं को अपना फ्रेम खुद बनाना पड़ता है। अतः उनसे बाहर जाकर ही छायांकन का श्रेष्ठ मार्ग प्रशस्त होगा।
19. मूलतः दृश्य मनुष्य का आदिम विश्व-बोध है और छायाकला उस विश्व-बोध की सार्थक आदिम अभिव्यक्ति जो निरंतर है। यह मूल तत्त्व छायाकार और पाठक के बीच का सेतु है। प्रेस फोटोग्राफर समाज का दर्पण भी है। धिनौने और अश्लील दृश्य पत्रकारिता में तो आ सकते हैं, किन्तु छायांकन में नहीं।
20. प्रेस फोटोग्राफर यह न भूलें कि प्रेस फोटोग्राफी छायाकला का एक अंग है, उसे उसके आसन पर ही समृद्ध करें। यदि वह अन्य विद्या में प्रसिद्धि पाता है तो यह उसका अपना व्यक्तित्व अवदान होगा। जैसे कई संपादक संपादन के अलावा अन्य क्षेत्र में भी काम कर रहे हैं, और विख्यात है, पहले भी रहे हैं। 1947 के पहले स्वतंत्रता आंदोलन भी संपादन का एक अनिवार्य हिस्सा रहा है।
21. पाठक जब भी दृश्य की कल्पना करता है, तो दो प्रकार से करता है—एक तो यह कि जब वह वहां उपस्थित नहीं था, ताकि उसे दृश्य के अवलोकन से छायांकित दृश्य का पूरा लाभ मिल सके। दूसरा यह है कि वह वहां उपस्थित तो था, किंतु छायाकार ने अनजान कोण से या जो पाठक द्वारा दृश्य को न देख पाने की स्थिति में रहा हो, प्रस्तुत किया है, वह कितना सार्थक और आवश्यक बनकर सामने आया है! छाया पत्रकारिता की गति एक प्रतियोगिता बन क्षितिज पर आती है और यहीं होता है आवश्यकता की जननी का अवतरण।
22. यह बात सही है कि संप्रेषण ने अपनी दिशा परिष्कृत की है, क्योंकि छायांकन गतिमान होता जा रहा है—खासकर सूचना की फोटो पत्रकारिता।
23. भय या त्रास के जो गहरे चिन्ह कभी छायांकन पर मंडराते रहे हैं, पर आज छायाकार अपने-आपको समर्थ और स्वतंत्र पा रहे हैं। 1947 तक छायांकन को मात्र प्रलेखन की तकनीक माना जाता रहा था। आज वह

पत्रकारिता के क्षेत्र में कला के मापदंडों से परिपूर्ण है और इसे स्वीकार भी किया जा चुका है। कला की परिधि में आ जाने से इस तकनीक को, इस शिल्प को, इस आवश्यकता को एक नई सशक्त वाणी मिल गई है।

24. छायाकार की अभिव्यक्ति से पाठक को आंतरिक सुख मिलना चाहिए, जो पत्र के प्रचार-प्रसार का एक बड़ा साधन बनता है।
25. छायांकन की तकनीक भले ही विदेशी हो, अभिव्यक्ति देश एवं काल एवं परिस्थिति से बाहर नहीं जानी चाहिए।
26. सामान्य छायांकन के क्षेत्र में अनेक व्यक्ति सक्रिय हैं, किन्तु पत्रकारिता के क्षेत्र में फोटोग्राफी करना अपने-आपमें जीवट का काम है।
27. यदि छायाकार की कामना यह हो कि उसका नाम फोटो पत्रकारिता में अमर हो जाए, तो उसके चित्रों में वैयक्तिकता (Individuality), अनूठापन (Exclusiveness) और नयापन (Newness) अनिवार्य रूप से होना चाहिए। साथ ही साथ तत्परता को अपनाना आवश्यक है।
28. अपने क्षेत्र के इतिहास को पढ़िए। विषय चाहे संपादन का हो या फोटो पत्रकारिता का, दोनों श्रेणियों में ज्ञानवर्द्धन ही होगा।
29. यह कहना कठिन है कि फोटोग्राफी के सरलीकरण और संप्रेषण का मानदंड समकालीन छायाकारों के लिए कितना महत्वपूर्ण है, इस विषय पर चिंतन किया जा सकता है। फिर भी दृश्य के लिए अपने-आपको समर्पित कर देना फोटोग्राफर के लिए अनिवार्य माना जा सकता है। उसकी यह निष्ठा उसकी अपनी आय का सकारात्मक प्रतिफल होगा।
30. जब भी किसी छायाकार ने विधा-विमर्श के मानदंडों को अपनी आवश्यकता में सम्मिलित किया है, उसे सफलता मिली है, क्योंकि उसने अपने संपादक और अपने कर्तव्य के प्रति न्याय किया है। संपादक का अर्थ एक आदर्श प्रतिबिंब रचने वाला होना चाहिए। जो संविधान, मानवता, न्यायपालिका आदि के प्रतिनिधि के रूप में कार्य कर रहा हो इसलिए कई प्रश्नों के उत्तर खोजने हैं, जो आज ही नहीं, भविष्य में भी खोजे जाने होंगे।
31. कुछ छायाकार आज भी छायांकन की कविता से दूर हैं, उन्हें कविता के समीप जाकर अपने दृश्य को भावना-प्रधान बनाना है, ताकि घटना-प्रधान क्लिक भी अपनी जबान बोलने लगे।

32. यदि समय का एहसास ही समकालीनता की मुख्य अंतर्वस्तु है, तो देखना होगा कि महत्त्वपूर्ण छायाकारों ने अपनी इस विधा में अपनी अभिव्यक्ति के कौन-कौन से नए आयाम उद्घाटित किए हैं।
33. जिस प्रकार डाक्टर को अपने कर्म में भावुक होने की अनुमति नहीं मिल सकती, उसी प्रकार छायाकार को भी अपने विषय के साथ, घटना के साथ, व्यक्ति के साथ, कार्यक्रम के साथ भावुक नहीं होना चाहिए। इसके विपरीत, छायाचित्र से यदि पाठक भावुक होता है तो वह छायाकार की सफलता है।
34. कुछ स्थान दुर्गम भी होते हैं, जहां जान का खतरा हो सकता है। ऐसे क्षेत्र में आवश्यक सुरक्षा के साथ जाएँ। क्षेत्र के प्रशासन से भी मदद लें। वरिष्ठ छायाकारों का कहना है—‘जीवन से बड़ा छायाचित्र नहीं होता। जीवन की रक्षा भी छायाकार की प्राथमिकता होनी चाहिए।’

वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी

फोटोग्राफी की विभिन्न विधाओं में वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी यानी ‘वन्यजीवन फोटोग्राफी’ बहुत ही चुनौतीपूर्ण और जोखिम भरी होती है। इसमें जंगल और खुली प्रकृति में रहने वाले जीव-जंतुओं के जीवन के विविध पहलुओं को फोटोग्राफ के माध्यम से दर्शाया जाता है। वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी एक उम्दा शौक होने के साथ-साथ पेशेवर स्तर पर फोटोग्राफी से धन और नाम कमाने का एक प्रतिष्ठित जरिया भी है।

वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी (वन्यजीवन फोटोग्राफी) में सबसे जरूरी चीज है फोटोग्राफर का वन्यप्रेमी होना, यानी उसे जंगल और प्रकृति से गहरा लगाव होना चाहिए। जंगल के अंदर वन्य जीवों की अपनी एक दुनिया होती है। उस दुनिया की समझ रखने वाला और उससे प्यार करने वाला व्यक्ति ही एक बढ़िया वाइल्डलाइफ फोटोग्राफ हो सकता है। उसमें जीव-जंतुओं के व्यवहार को समझने की हुनर होनी चाहिए।

वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी के लिए खास प्रकार के उपकरणों की जरूरत पड़ती है। फास्ट शूटिंग स्पीड और बेहतररीन ऑटोफोकस वाले कैमरे तथा लंबे फोकल लेंथ वाले टेलीफोटो लेंस वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी के लिए बेहद जरूरी हैं। कीटों और नन्हें जीवों के लिए माइक्रोलेंस जरूरी होते हैं। ये उपकरण कीमती होते हैं, इसलिए वाइल्ड लाइफ फोटोग्राफी एक महँगा शौक है।

वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी में जंगलों में विचरना होता है, खुली प्रकृति के बीच तमाम किस्म के जोखिमों और मुश्किल वेदर कंडीशन के बीच रहकर काम करना पड़ता है। इसलिए वाइल्डलाइफ फोटोग्राफर को इन कठिनाइयों से जूझने के लिए शारीरिक और मानसिक रूप से मजबूत और सहनशील होना चाहिए।

वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी का इतिहास

फोटोग्राफी के इतिहास में 'वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी' नामक पन्ना ऐसा भी नहीं है कि बहुत बाद में आकर जुड़ा हो। जॉर्ज ईस्टमैन ने 1888 ई. में पहला फिल्म कैमरा 'ज़वका' अमेरिका के बाजार में उतारा था और इसके 18 साल बाद ही 1906 में पहली बार ने कैमरे का उपयोग अमेरिका के मिशिगन झील के आस-पास के जंगल के हिरणों की फोटोग्राफी के लिए किया गया।

वाइल्ड लाइफ फोटोग्राफी में अर्निंग के स्कोप

ऐसा नहीं है कि वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी केवल शौकिया किया जाए। पत्र-पत्रिकाओं में वन्यजीवन से जुड़े फोटोग्राफ्स और लेखों की माँग रहती है। पर्यावरण संरक्षण और वाइल्डलाइफ पर दुनिया भर में अनेक मैगजीन निकलते हैं। इनके लिए फोटोग्राफी करके और फोटो-स्टोरी तैयार कर फोटोग्राफी के इस फील्ड से पैसे भी कमाए जा सकते हैं। शिक्षा, प्रकाशन, कोर्स की किताबों, पर्यावरण संरक्षण पर काम करने वाली संस्थाओं में जानवरों, चिड़ियों, तितलियों, कीटों, सांप, समुद्री जीवों आदि की हाई-क्वालिटी तस्वीरों की माँग रहती है। इनके लिए फोटोग्राफी कर पैसे कमाए जा सकते हैं। वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी के पेशेवर फील्ड में प्रायः प्रीलांसर फोटोग्राफर्स होते हैं।

वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी के विभिन्न फील्ड्स

प्रोफेशनल लेवल पर वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी के भी अलग-अलग क्षेत्र हो जाते हैं। फोटोग्राफर्स को अपने विशिष्ट क्षेत्र में महारत हासिल करनी पड़ती है। एनिमल फोटोग्राफी, बर्ड फोटोग्राफी, माइक्रो फोटोग्राफी, रेप्टाइल्स फोटोग्राफी, बटरफ्लाई फोटोग्राफी, मरीन फोटोग्राफी, अंडरवाटर फोटोग्राफी आदि में से आप अपनी रुचि और पसंद के अनुसार किसी भी एक या अनेक फील्ड्स में काम कर सकते हैं। प्रायः बर्ड फोटोग्राफी और बटरफ्लाई फोटोग्राफी जैसे फील्ड आसान और सुलभ होने की वजह से अधिक लोगों को लुभाते हैं। जबकि शेर,

बाघ, स्नो लेपर्ड, सांप आदि की फोटोग्राफी के लिए अधिक हिम्मत, धैर्य और सूझ-बूझ चाहिए होती है। इनकी फोटोग्राफी तुलनात्मक रूप से अधिक खर्चीली भी होती है, क्योंकि इन संरक्षित प्राणियों के लिए आपको अभयारण्य, नेशनल पार्क, टाइगर रिजर्व आदि में ऊंची फीस देकर सफारी की सुविधा लेनी पड़ती है और महँगे रिजॉर्ट में रुकना पड़ता है।

मरीन फोटोग्राफी और अंडरवाटर फोटोग्राफी इन सबमें सबसे कठिन और दुर्लभ है। इनके लिए पानी के अंदर काम करने वाले गियर चाहिए होते हैं। फोटोग्राफर्स को एक बढ़िया गोताखोर भी होना पड़ता है। भारत में धृतिमान मुखर्जी अंडरवाटर फोटोग्राफी करने वाले संभवतः एकमात्र भारतीय फोटोग्राफर हैं। उन्होंने हिमालय के स्नो-लेपर्ड पर भी दुर्लभ काम किए हैं।

वाइल्डलाइफ एथिक्स

बीते कुछ दशक में कैमरे और लेंस की तकनीक में क्रांतिकारी बदलाव हुए हैं और पहले की तुलना में उनकी कीमत भी कम हुई है। कुछ इस कारण से और कुछ जागरूकता बढ़ने से, आज वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी में शौकिया लोगों की भरमार है। दूसरों से बेहतर फोटो लेने की होड़ अकसर वन्य जीवों पर भारी पड़ती है। उनके (पर्यावास) में मनुष्य के दखल से उनके सहज जीवन पर असर पड़ता है।

इसलिए प्रकृति में आजाद विचरणे वाले प्राणियों की फोटो लेने के अपने कुछ नैतिक नियम होते हैं। ये नियम वाइल्डलाइफ एथिक्स कहलाते हैं। इनका पालन करना हर वाइल्डलाइफ फोटोग्राफर के लिए अनिवार्य होता है। वन्य प्राणियों की फोटोग्राफी इस तरह करनी चाहिए कि उनके स्वच्छंद विचरण में, उनके लाइफ एक्टिविटीज में किसी प्रकार की कोई बाधा न पड़े। चिड़ियों के घोंसलों के पास जाना, सफारी के दौरान वन्य प्राणियों के रास्ते में रुकावट बनाना, फोटो लेने के लिए किसी प्राणी को भगाना, उन्हें घेरनाय उनके ऊपर फ्लैश चमकाना, रिकॉर्डेड आवाज से उन्हें लुभाना, भोजन सामग्री डालकर उन्हें पास बुलाना आदि वाइल्डलाइफ एथिक्स का उल्लंघन है। ऐसे काम कभी नहीं करने चाहिए। फोटोग्राफी की विभिन्न विधाओं में वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी यानी 'वन्यजीवन फोटोग्राफी' बहुत ही चुनौतीपूर्ण और जोखिम भरी होती है। इसमें जंगल और खुली प्रकृति में रहने वाले जीव-जंतुओं के जीवन के विविध पहलुओं को फोटोग्राफ के माध्यम से दर्शाया जाता है। वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी एक उम्दा

शौक होने के साथ-साथ पेशेवर स्तर पर फोटोग्राफी से धन और नाम कमाने का एक प्रतिष्ठित जरिया भी है। वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी (वन्यजीवन फोटोग्राफी) और उससे जुड़े कुछ महत्वपूर्ण तथ्य

- 1 वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी यानी वन्यजीवन फोटोग्राफी
- 2 के लिए क्या जरूरी होता है?
- 3 वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी का इतिहास
- 4 वाइल्ड लाइफ फोटोग्राफी में अर्निंग के स्कोप
- 5 वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी के विभिन्न फील्ड्स
- 6 वाइल्डलाइफ एथिक्स
- 7 भारत और दुनिया के कुछ चुनिंदा वाइल्डलाइफ फोटोग्राफर्स
- 8 हेल्प शेंयर प्लीज!
- 9 स्पाम जीपे:

वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी (वन्यजीवन फोटोग्राफी) में सबसे जरूरी चीज है फोटोग्राफर का वन्यप्रेमी होना, यानी उसे जंगल और प्रकृति से गहरा लगाव होना चाहिए। जंगल के अंदर वन्य जीवों की अपनी एक दुनिया होती है। उस दुनिया की समझ रखने वाला और उससे प्यार करने वाला व्यक्ति ही एक बढ़िया वाइल्डलाइफ फोटोग्राफ हो सकता है। उसमें जीव-जंतुओं के व्यवहार को समझने की हुनर होनी चाहिए। वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी के लिए खास प्रकार के उपकरणों की जरूरत पड़ती है। फास्ट शूटिंग स्पीड और बेहतरीन ऑटोफोकस वाले कैमरे तथा लंबे फोकल लेंथ वाले टेलीफोटो लेंस वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी के लिए बेहद जरूरी हैं। कीटों और नन्हें जीवों के लिए माइक्रोलेंस जरूरी होते हैं। ये उपकरण कीमती होते हैं इसलिए वाइल्ड लाइफ फोटोग्राफी एक महंगा शौक है। वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी में जंगलों में विचरना होता है, खुली प्रकृति के बीच तमाम किस्म के जोखिमों और मुश्किल वेदर कंडीशन के बीच रहकर काम करना पड़ता है। इसलिए वाइल्डलाइफ फोटोग्राफर को इन कठिनाइयों से जूझने के लिए शारीरिक और मानसिक रूप से मजबूत और सहनशील होना चाहिए।

फोटोग्राफी का इतिहास

फोटोग्राफी के इतिहास में 'वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी' नामक पन्ना ऐसा भी नहीं है कि बहुत बाद में आकर जुड़ा हो। जॉर्ज ईस्टमैन ने 1888 ई. में पहला

फिल्म कैमरा 'ज़वकां' अमेरिका के बाजार में उतारा था और इसके 18 साल बाद ही 1906 में पहली बार ने कैमरे का उपयोग अमेरिका के मिशिगन झील के आस-पास के जंगल के हिरणों की फोटोग्राफी के लिए किया गया।

वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी का जनक कहा जाता है। पेशे से वकील थे और अमेरिकी संसद में पेंसिल्वेनिया के सांसद भी रहे। उन्होंने उस जमाने में, जबकि फोटोग्राफी की दुनिया में कैमरा और लेंस तकनीक अपने पैरों पर ठीक से खड़ी भी नहीं हुई थी, वायर के जरिए कैमरा ट्रैप और फ्लैश की मदद से रात के अंधेरे में वन्य जीवों की तस्वीरें लीं। उनकी ये तस्वीरें दुनिया की पहली वाइल्डलाइफ तस्वीरें हैं।

वाइल्ड लाइफ फोटोग्राफी में अर्निंग के स्कोप

ऐसा नहीं है कि वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी केवल शौकिया किया जाए। पत्र-पत्रिकाओं में वन्यजीवन से जुड़े फोटोग्राफ्स और लेखों की माँग रहती है। पर्यावरण संरक्षण और वाइल्डलाइफ पर दुनिया भर में अनेक मैगजीन निकलते हैं। इनके लिए फोटोग्राफी करके और फोटो-स्टोरी तैयार कर फोटोग्राफी के इस फील्ड से पैसे भी कमाए जा सकते हैं। शिक्षा, प्रकाशन, कोर्स की किताबों, पर्यावरण संरक्षण पर काम करने वाली संस्थाओं में जानवरों, चिड़ियों, तितलियों, कीटों, सांप, समुद्री जीवों आदि की हाई-क्वालिटी तस्वीरों की माँग रहती है। इनके लिए फोटोग्राफी कर पैसे कमाए जा सकते हैं। वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी के पेशेवर फील्ड में प्रायः फ्रीलांसर फोटोग्राफर्स होते हैं।

वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी

प्रोफेशनल लेवल पर वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी के भी अलग-अलग क्षेत्र हो जाते हैं। फोटोग्राफर्स को अपने विशिष्ट क्षेत्र में महारत हासिल करनी पड़ती है। एनिमल फोटोग्राफी, बर्ड फोटोग्राफी, माइक्रो फोटोग्राफी, रेप्टाइल्स फोटोग्राफी, बटरफ्लाई फोटोग्राफी, मरीन फोटोग्राफी, अंडरवाटर फोटोग्राफी आदि में से आप अपनी रुचि और पसंद के अनुसार किसी भी एक या अनेक फील्ड्स में काम कर सकते हैं। प्रायः बर्ड फोटोग्राफी और बटरफ्लाई फोटोग्राफी जैसे फील्ड आसान और सुलभ होने की वजह से अधिक लोगों को लुभाते हैं। जबकि शेर, बाघ, स्नो लेपर्ड, सांप आदि की फोटोग्राफी के लिए अधिक हिम्मत, धैर्य और सूझ-बूझ चाहिए होती है। इनकी फोटोग्राफी तुलनात्मक रूप से अधिक खर्चीली भी होती है, क्योंकि इन संरक्षित प्राणियों के लिए आपको अभयारण्य, नेशनल

पार्क, टाइगर रिजर्व आदि में ऊंची फीस देकर सफारी की सुविधा लेनी पड़ती है और महँगे रिजॉर्ट में रुकना पड़ता है। मरीन फोटोग्राफी और अंडरवाटर फोटोग्राफी इन सबमें सबसे कठिन और दुर्लभ है। इनके लिए पानी के अंदर काम करने वाले गियर चाहिए होते हैं। फोटोग्राफर्स को एक बढ़िया गोताखोर भी होना पड़ता है। भारत में धृतिमान मुखर्जी अंडरवाटर फोटोग्राफी करने वाले संभवतः एकमात्र भारतीय फोटोग्राफर हैं। उन्होंने हिमालय के स्नो-लेपर्ड पर भी दुर्लभ काम किए हैं।

वाइल्डलाइफ एथिक्स

बीते कुछ दशक में कैमरे और लेंस की तकनीक में क्रांतिकारी बदलाव हुए हैं और पहले की तुलना में उनकी कीमत भी कम हुई है। कुछ इस कारण से और कुछ जागरूकता बढ़ने से, आज वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी में शौकिया लोगों की भरमार है। दूरसों से बेहतर फोटो लेने की होड़ अकसर वन्य जीवों पर भारी पड़ती है। उनके पर्यावास में मनुष्य के दखल से उनके सहज जीवन पर असर पड़ता है। इसलिए प्रकृति में आजाद विचरणे वाले प्राणियों की फोटो लेने के अपने कुछ नैतिक नियम होते हैं। ये नियम वाइल्डलाइफ एथिक्स कहलाते हैं। इनका पालन करना हर वाइल्डलाइफ फोटोग्राफर के लिए अनिवार्य होता है। वन्य प्राणियों की फोटोग्राफी इस तरह करनी चाहिए कि उनके स्वच्छंद विचरण में, उनके लाइफ एक्टिविटीज में किसी प्रकार की कोई बाधा न पड़े। चिड़ियों के घोंसलों के पास जाना, सफारी के दौरान वन्य प्राणियों के रास्ते में रुकावट बनना, फोटो लेने के लिए किसी प्राणी को भगाना, उन्हें घेरना, उनके ऊपर फ्लैश चमकाना, रिकॉर्डेड आवाज से उन्हें लुभाना, भोजन सामग्री डालकर उन्हें पास बुलाना आदि वाइल्डलाइफ एथिक्स का उल्लंघन है। ऐसे काम कभी नहीं करने चाहिए। भारत और दुनिया के कुछ चुनिंदा वाइल्डलाइफ फोटोग्राफर्स का नाम लिए बिना यह लेख अधूरा होगा। कल्याण वर्मा, रथिका रमास्वामी, धृतिमान मुखर्जी, शिवांग मेहता, संदेश कडूर इंडियन वाइल्डलाइफ फोटोग्राफी के कुछ बड़े नाम हैं।