



## उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय

### मानविकी विद्याशाखा

हिन्दी पत्रकारिता : इतिहास एवं सिद्धांत (भाग दो )  
चतुर्थ सेमेस्टर 612



विशेषज्ञ समिति

प्रो. एच.पी. शुक्ला  
निदेशक, मानविकी विद्याशाखा,  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय,  
हल्द्वानी, नैनीताल

प्रो. सत्यकाम  
हिन्दी विभाग  
इग्नू, नई दिल्ली

प्रो.आर.सी.शर्मा  
हिन्दी विभाग  
अलीगढ़ विश्वविद्यालय, अलीगढ़

डा. राजेन्द्र कैड़ा  
असिस्टेंट प्रोफेसर, हिन्दी विभाग  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय,  
हल्द्वानी, नैनीताल

डा. शशांक शुक्ला  
असिस्टेंट प्रोफेसर, हिन्दी विभाग,  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय,  
हल्द्वानी, नैनीताल

पाठ्यक्रम समन्वयक, संयोजन एवं संपादन

डा. राजेन्द्र कैड़ा  
असिस्टेंट प्रोफेसर, हिन्दी विभाग,  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय,  
हल्द्वानी, नैनीताल

डा. शशांक शुक्ला  
असिस्टेंट प्रोफेसर, हिन्दी विभाग,  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय,  
हल्द्वानी, नैनीताल

इकाई लेखक

इकाई संख्या

डा. चन्द्र प्रकाश मिश्रा

9,10,11,12,13,14

उपाचार्य, मोतीलाल नेहरू कॉलेज

दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली

डा.सुबोध कुमार

15,16,17,18

अध्यक्ष,पत्रकारिता विभाग

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय

कापीराइट@उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय

संस्करण: 2022

सीमित वितरण हेतु पूर्व प्रकाशन प्रति

प्रकाशक: उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी, नैनीताल -263139

मुद्रक : प्रीमियर प्रिंटिंग प्रेस, जयपुर

उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी, नैनीताल -263139

ISBN - 978-93-84632-76-2

चतुर्थ सेमेस्टर - 612

खण्ड 3 मीडिया लेखन	पृष्ठ संख्या
इकाई 9 समाचार लेखन	127-149
इकाई 10 समाचारों का वर्गीकरण	150-166
इकाई 11 समाचार पत्र लेखन: स्वरूप एवं प्रक्रिया	167-188
इकाई 12 रेडियो लेखन के सिद्धान्त	189-201
इकाई 13 टेलीविजन लेखन के सिद्धान्त	202-213
इकाई 14 साइबर मीडिया के लिए लेखन	214-220
खण्ड 4 मीडिया विमर्श	पृष्ठ संख्या
इकाई 15 विज्ञान एवं पर्यावरण पत्रकारिता	221-241
इकाई 16 धार्मिक पत्रकारिता	242-252
इकाई 17 स्वास्थ्य पत्रकारिता	253-266
इकाई 18 ग्रामीण पत्रकारिता	267-276

---

## इकाई 9 समाचार लेखन

---

### इकाई की संरचना

- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 उद्देश्य
- 1.3 समाचार की अवधारणा
- 1.4 समाचार के तत्त्व
  - 1.4.1 जनरुचि
  - 1.4.2 सात सकारों का पालन
  - 1.4.3 नवीनता
  - 1.4.4 विलक्षणता
  - 1.4.5 परिवर्तनशीलता
  - 1.4.6 मानवीय भावोद्रेक
  - 1.4.7 संघर्ष, साहस
- 1.5 समाचार लेखन क्या है
- 1.6 समाचार लेखन के प्रकार
  - 1.6.1 विलोमस्तूपी समाचार लेखन
  - 1.6.2 स्तूपी समाचार लेखन
  - 1.6.3 बहुआयामी समाचार लेखन
- 1.7 समाचार लेखन के चरण
  - 1.7.1 तथ्यों का संकलन
  - 1.7.2 कथा की काया की योजना बनाना और लिखना
  - 1.7.3 समाचार का शीर्षक
  - 1.7.4 सूत्रोल्लेख
  - 1.7.5 आमुख और आमुख के प्रकार
  - 1.7.6 समाचार की शेष रचना
  - 1.7.7 समाचार का संक्षेपण
  - 1.7.8 समापन और निष्कर्ष
  - 1.7.9 समाचार की भाषा
- 1.8 दृश्य-श्रव्य माध्यमों में समाचार लेखन

- 1.9 सारांश
- 1.10 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 1.11 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 1.12 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

---

## 9.1 प्रस्तावना

यह नौवीं इकाई है। इसमें आप 'समाचार लेखन' के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे। इस इकाई में आप समाचार की अवधारणा, उसके तत्व और समाचार लेखन की उपयोगिता से परिचित होंगे। विभिन्न माध्यमों के समाचार लेखन के अंतर से भी आप अवगत होंगे। समाचार लेखन के विभिन्न चरणों, प्रकारों आदि की जानकारी भी इस इकाई में है। आशा है कि इसे पढ़ने के बाद आप समाचार लेखन को भली भांति समझ सकेंगे।

---

## 9.2 उद्देश्य

समाचार की इच्छा मानव की सहज भूख है। उसके बिना मनुष्य को अपने जीवन में अभाव लगता है। इसीलिए समाचारपत्र, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट आदि माध्यम समाचारों की प्रस्तुति कर मनुष्य को संतुष्टि प्रदान करते हैं। प्रत्येक व्यक्ति अपनी-अपनी क्षमता और योग्यता के दायरे में रहकर इन माध्यमों का उपयोग समाचार पाने हेतु करता है। लेकिन समाचार लेखन कैसे होता है, इससे उसका कोई वास्ता नहीं होता। यहां इस इकाई में समाचार लेखन की चर्चा की जा रही है। इस इकाई को पढ़ने के बाद आप यह जान पाएंगे कि-

1. समाचार क्या है?
2. समाचार के तत्व क्या हैं?
3. समाचार लेखन क्या है और उसके कौन-कौन से प्रकार हैं ?
4. समाचार लेखन के कौन-कौन से चरण हैं ?
5. विभिन्न माध्यमों के समाचार लेखन में क्या अंतर है ?

---

## 9.3 समाचार की अवधारणा

आइए समाचार लेखन से पहले यह जाने कि समाचार क्या है? समाचार की परिभाषा को लेकर मत-वैभिन्न्य है। समाचार की अनेक परिभाषाएं दी गईं लेकिन कोई भी परिभाषा अपने आप में संपूर्ण नहीं है। इसीलिए आज भी समाचार को परिभाषित करने का प्रयास किया जाता है।

समाचार शब्द की उत्पत्ति सम्\$आ\$चर\$धञ् धातु के योग से हुई है। इसका अर्थ है सम्यक् आचरण करना या व्यवहार बताना। अंग्रेजी में इसका अनुवादित रूप है -'न्यूज'। यह लैटिन के 'नोवा' और संस्कृत के 'नव' से बना है जिसका अर्थ है नया, नवीन। यहां विभिन्न परिभाषाओं के फेर में न पड़कर सार रूप में कहा जा सकता है कि समाचार वह है जिसमें किसी महत्त्वपूर्ण विचार या सत्य घटना का जल्दी-से-जल्दी विभिन्न माध्यमों (समाचारपत्र, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट आदि) द्वारा सटीक प्रस्तुतीकरण किया गया हो और जिसे पढ़कर, सुनकर या देखकर पाठक या श्रोता या दर्शक तृप्ति या संतुष्टि का अनुभव करे। समाचार ऐसा हो जो जनरुचि पर आधारित हो और प्रासंगिक, परिवर्तन-सूचक, विलक्षण, तटस्थ और नैतिक नियमों में बंधा हो। यहां नैतिक नियमों से आशय समाचार लेखन की आचार-संहिता के पालन से है।

## 9.4 समाचार के तत्त्व

आपको सूचित किया जा चुका है कि समाचार की परिभाषाओं में से कोई भी परिभाषा अपने आप में संपूर्ण नहीं है उसी प्रकार समाचार के तत्त्वों को लेकर अनेक प्रकार की मत-भिन्नता है। सभी ने अपने-अपने ढंग से समाचार के तत्त्वों को प्रतिपादित करने का प्रयास किया है। यहां इस मत-भिन्नता में न जाकर कुछ सर्वमान्य तत्त्वों पर विचार करना ठीक रहेगा। ये तत्त्व इस प्रकार हैं-

### 9.4.1 जनरुचि

समाचार का पहला प्रमुख तत्त्व है जनरुचि। वे समाचार प्रस्तुत किए जाते हैं जिसमें जनता की रुचि हो और जनता उन्हें पढ़ना पसंद करे। लेकिन इसका तात्पर्य यह नहीं है कि समाचारों में अश्लीलता, हिंसा, कामुकता आदि का प्रस्तुतीकरण हो बल्कि वहां तो नैतिकता और सामाजिकता केंद्र में रहती है। उसका उद्देश्य सूचना, शिक्षण और मनोरंजन करना है लेकिन असत्य और अधूरी सूचना नहीं, छिछला मनोरंजन नहीं। जनता की बुनियादी आवश्यकता का संस्पर्श समाचार में होना चाहिए क्योंकि जनता को लाभ और तृप्ति इन्हीं समाचारों को पढ़कर होती है।

### 9.4.2 सात सकारों का पालन

समाचारों में सात सकारों - सत्यता, स्पष्टता, समीपता, सुरुचि, संक्षिप्तता, संतुलन और समसामयिकता का पालन होना चाहिए। यहां सत्यता से आशय है कि समाचार में सच्चाई हो, पाठक को पढ़ने में लगे कि जो कुछ उसमें प्रस्तुत किया गया है वह पूरी तरह सही और तथ्यात्मक है। उसमें किसी भी प्रकार का पक्षपात या पूर्वग्रह न दिखाई दे। यह निष्पक्ष लगे और वास्तविक लगे। उसमें सनसनी फैलाने का उद्देश्य निहित न हो। असत्य समाचार प्रकाशित होने

पर भूल सुधार करके और पाठक से खेद प्रकट करके समाचारपत्र के अगले अंक में समाचार को ठीक किया जा सकता है। यहां स्पष्टता से आशय यह है कि समाचार का समझने में आसानी हो, पाठक को शब्दकोश न तो देखना पड़े और न किसी से समाचार का अर्थ या भाव पूछना पड़े। पाठक की रुचि अपने निकट के स्थान के समाचारों को पढ़ने में अधिक होती है और दूर के समाचारों को पढ़ने में कम। अतः समाचारों में समीपता का गुण भी होना चाहिए। श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी का कथन है कि 'घटना का पाठक के हित-अहित से संबंध जितना दूर होता जाएगा, उतनी ही वह उसके लिए कम रुचिकर होती जाएगी।' (समाचार संपादन, पृ. 29) कभी-कभी समाचार समान हित और समान रुचि के कारण देशकालातीत हो सकता है। जैसे, आर्थिक मंदी से जुड़े समाचार या शेयर बाजार के गिरने से जुड़े समाचार आदि। समाचार को इस प्रकार लिखा जाए कि वह आकर्षक लगे और उसमें सामासिकता भी हो तभी समाचार में संक्षिप्तता का गुण आ पाएगा। संतुलन से आशय है कि सांप्रदायिक, धार्मिक, नीतिगत, सामाजिक आदि मुद्दों पर लिखते समय समाचार में संतुलित दृष्टि अपनानी चाहिए अन्यथा व्यर्थ विवाद और दंगा हो सकता है। समाचार समसामयिक भी होना चाहिए। उसमें समकालीन घटना का उल्लेख करना आवश्यक है।

#### 9.4.3 नवीनता

यह समाचार का एक विशिष्ट गुण है। घटना की नवीनता व्यक्ति की जिज्ञासा को शांत करती है क्योंकि उसकी रुचि बासी समाचार पढ़ने में नहीं होती। इंटरनेट और टेलीविजन के दौर में समाचारपत्रों के समाचार प्रकाशन में नवीनता का महत्त्व और अधिक बढ़ गया है क्योंकि चारों ओर से सूचनाओं की बरसात हो रही है। इसलिए आज समाचारपत्रों के लिए समाचार लेखन एक चुनौतीपूर्ण कार्य बन गया है।

#### 9.4.4 विलक्षणता

यहां विलक्षणता से आशय है कि सामान्य से परे कुछ अलग घटित होना, कुछ विशिष्ट घटित होना। इससे समाचार में रोचकता का समावेश होता है। उदाहरण के लिए सांप के काटने से यदि आदमी मर जाए तो यह समाचार तो होगा लेकिन उसमें कोई विलक्षणता नहीं होगी लेकिन यदि आदमी के काटने से सांप मर जाए तो यह समाचार विलक्षण हो जाएगा और ऐसा दुर्लभ ही होता है। ट्रेन का देर से आना तो समाचार बनता ही है लेकिन यदि ट्रेन जल्दी आकर चली जाए और यात्री रह जाएं तो समाचार में विलक्षणता आ जाएगी।

### 9.4.5 परिवर्तनशीलता

समाचार में परिवर्तनशीलता को एक विशेष गुण स्वीकार किया गया है। एम० चेलापति राव के शब्दों में 'समाचार की नवीनता इसी में है कि वह परिवर्तनशीलता की जानकारी दे। यह परिवर्तन चाहे राजनीतिक, सामाजिक अथवा आर्थिक हो।।।।।परिवर्तन की जानकारी देने वाले समाचार ही महत्त्वपूर्ण है। परिवर्तन में भी उत्तेजना है।' (प्रेमनाथ चतुर्वेदी, समाचार संपादन, पृ० 31) वास्तव में परिवर्तन की जानकारी व्यक्ति चाहता है जो उसके प्रत्येक क्रियाकलाप में सहायक हो सकती है और उसे यह जानकारी समाचारों से ही प्राप्त होती है।

### 9.4.6 मानवीय भावोद्रेक

समाचार में मानव के हृदय पर प्रभाव डालने की क्षमता होनी चाहिए। उसके अंदर व्याप्त प्रेम, घृणा, त्याग, सहानुभूति, दया, स्वार्थ आदि भावों को भी समाचारों को पुष्ट करना चाहिए। व्यक्ति इन भावों की संतुष्टि के लिए भी समाचार पढ़ता है। अपने आसपास घटित घटना के संबंध में जानकारी लेना उसकी सुरक्षा की भावना से जुड़ा होता है। आतंक की घटनाओं के समाचार उसके भय और चिंता को सामने रखते हैं।

### 9.4.7 संघर्ष, साहस

संघर्ष, द्रंद्र या टकराहट व्यक्ति को सदैव आकर्षित करते हैं। यदि समाचार में किसी टकराहट या विरोध की जानकारी हो या किसी के अद्भुत साहस या कारनामे की, तो व्यक्ति तुरंत उस समाचार का पढ़ता है। जैसे लोकपाल बिल पर विभिन्न दलों के नेताओं की टकराहट से जनता ने आनंद भी लिया और यह भी जान लिया कि कौन किस-किस दृष्टिकोण और राजनीतिक स्वार्थ के चलते इसे लटकाना चाहता है? किसने एवरेस्ट पर विजय प्राप्त की या अपहरणकर्ताओं से किसी ने अपनी जान कैसे बचाई, ऐसे समाचार भी आकर्षण का केंद्र बनते हैं? इसीलिए संघर्ष और साहस को समाचारों का एक प्रमुख तत्त्व माना गया है।

### अभ्यास प्रश्न

1. समाचार की परिभाषा देते हुए उसके तत्त्वों पर प्रकाश डालिए।

अब तक आप समाचार की परिभाषा और उसके तत्त्वों को जान चुके हैं अब समाचार लेखन को आपके सामने समझाया जा रहा है।

## 9.5 समाचार लेखन क्या है?

संसार में ऐसा कोई मनुष्य नहीं है जो समाचार का आकांक्षी न हो। समाचारों को पाने के लिए मनुष्य समाचारपत्र, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट की ओर उन्मुख होता है ताकि उसकी सूचनाओं को पाने की ललक पूरी हो सके और उसे समाचार मिल सके। इसीलिए समाचारपत्रों में समाचार लेखन एक विशेष महत्त्व रखता है। डॉ. संजीव भानावत के अनुसार 'समाचार लेखन एक विशिष्ट कला है। इस समाचार लेखन को संवाददाता अपनी विशेष पत्रकारीय तकनीक का प्रयोग कर अधिक रोचक तथा प्रभावी बना देता है। अतः समाचार लिखने के लिए संवेदनशीलता, कल्पनाशीलता, भावप्रवणता, रचनात्मकता तथा अच्छी रुचियों और वाग्वैदग्ध्य या प्रत्युत्पन्नमति जैसे गुणों का होना आवश्यक है।' (डॉ. संजीव भानावत, समाचार लेखन के सिद्धांत और तकनीक, पृ०-30)

प्रायः विभिन्न आलोचकों ने समाचार लेखन के तीन ही भाग माने हैं - आमुख, समाचार की शेष रचना और शीर्षक। समाचार लेखन की यह प्रकृति माध्यमों के आधार पर भी परिवर्तित होती हैं। यही नहीं एक ही माध्यम के विभिन्न प्रकार के समाचारों के लेखन में शीर्षक, आमुख, आकार और भाषा संबंधी परिवर्तन दिखाई देता है। इसे आप समाचारपत्र के विभिन्न पृष्ठों पर देख भी सकते हैं। यहां उल्लेखनीय है कि ये परिवर्तन इतने क्षीण होते हैं कि आज भी समाचार लेखन के सिद्धांत विचारणीय हैं। श्री राजेंद्र समाचार लेखन में सत्यता, स्पष्टता, संक्षिप्तता और सुरुचि पर विशेष बल देते हैं। (संवाद और संवाददाता, पृ० 22-23) नंदकिशोर त्रिखा का अभिमत है कि 'समाचार लेखन न तो निबंध लेखन है, न पुस्तक लेखन की कला के समान है और न ही सामान्य डाक-पत्रों की तरह। इसकी अपनी कला है।' उन्होंने समाचार लेखन के आवश्यक तत्त्वों में 'सरलता, सुस्पष्टता, तारतम्य, क्या, कहाँ, कब, कैसे, क्यों और कौन के उत्तर तथा आवश्यक पृष्ठभूमि' को शामिल किया है। (समाचार संकलन और लेखन, पृ० 65-74)

डॉ० अर्जुन तिवारी समाचार लेखन के लिए निम्नलिखित प्रक्रियाओं को महत्त्व देते हैं -

- i. समग्र तथ्यों को संकलित करना
- ii. कथा की काया की योजना बनाना एवं लिखना
- iii. आमुख लिखना
- iv. परिच्छेदों का निर्धारण करना
- v. वक्ता के 'कथन' को अविकल रूप में प्रस्तुत करना
- vi. सूत्रों के संकेत को उद्धृत करना (आधुनिक पत्रकारिता, पृ० 48)

यहाँ उल्लेखनीय है कि समाचार का संक्षेपण, समाचार की शीर्ष-पंक्ति और समाचार की भाषा, भी इस प्रक्रिया के अभिन्न अंग ठहरते हैं। इन्हें सम्मिलित कर समाचार लेखन को संपूर्णता प्रदान

की जा सकती है। एक नए व्यक्ति को समाचार लेखन के दौरान इन पर भी ध्यान देना चाहिए क्योंकि निरंतर समाचार लिखने वालों को इसका अभ्यास हो जाता है जो कि एक नए व्यक्ति या पत्रकार को नहीं होता। अतः इन मतों के आलोक में समाचार लेखन के निम्नलिखित बिंदु द्रष्टव्य हैं-

1. तथ्यों का संकलन
2. कथा की काया की योजना बनाना एवं लिखना
3. समाचार का शीर्षक
4. सूत्रोल्लेख
5. आमुख लिखना
6. समाचार की शेष रचना या व्याख्या
7. समाचार का संक्षेपण
8. समापन या निष्कर्ष
9. समाचार की भाषा

समाचार लेखन के इन बिंदुओं पर आगे विचार किया जाएगा। यहाँ समाचार लेखन के प्रकारों का उल्लेख अपेक्षित है।

## 9.6 समाचार लेखन के प्रकार

समाचार लेखन के निम्नलिखित प्रकार हैं-

### 9.6.1 विलोमस्तूपी समाचार लेखन

समाचार प्रायः विलोमस्तूपी आधार पर लिखा जाता है। समाचार लेखन के इस प्रकार को उर्दू-फारसी में 'गाब-दुम' और संस्कृत में 'गो-पुच्छवत' के नाम से जाना जाता है। इस पद्धति में सबसे पहले महत्त्वपूर्ण तथ्य लिखा जाता है और फिर अन्य तथ्यों के घटते महत्त्व के आधार पर उन्हें समाचार में लिखा जाता है। इसमें पहले ही परिणाम या रहस्य प्रस्तुत कर दिया जाता है और उसके बाद समाचार की शेष-रचना की जाती है। एक-एक ककार की प्रस्तुति की जाती है। इस प्रकार के समाचार लेखन का पहला लाभ यह है कि पाठक समाचार के शुरुआती अंशों को पढ़कर ही समाचार से परिचित हो जाता है। इसका दूसरा लाभ यह है कि उपसंपादक को शीर्षक लगाने में आसानी होती है। इसका तीसरा लाभ यह है कि यदि समाचार अधिक बड़ा है और समाचारपत्र में स्थान कम है तो उसका संपादन किया जा सकता है, उसे काटा जा सकता है या उसके अंतिम अनुच्छेदों या पंक्तियों या अंश को हटाया जा सकता है। इससे पाठक समाचार से भली-भांति अवगत भी हो सकता है और समाचार का मूल तत्त्व भी प्रभावित नहीं होता।

विलोमस्तूपी समाचार लेखन के लिए संवाददाता को घटना पर विशेष ध्यान रखना चाहिए ताकि वह घटना और विचार के मध्य भली प्रकार संबंध स्थापन कर सके।

विलोमस्तूपी समाचार लेखन में अनेक लाभ होते हुए भी कुछ कमियां हैं। पहला यह कि इसमें पुनरावृत्ति पाई जाती है। दूसरे इसमें कलात्मकता भी नष्ट होती है क्योंकि इस पद्धति में पाठक समाचार को शीर्षक में भी पढ़ता है, आमुख में भी और समाचार की शेष रचना के दौरान भी पढ़ता है। समाचार का चरमोत्कर्ष भी पहले ही आ जाता है। इसीलिए प्रसिद्ध पत्रकार रंगास्वामी पार्थसारथी का मत है कि इस पद्धति के बारे में यह भ्रान्त धारणा है कि इसमें तथ्यों को घटती महत्ता के आधार पर प्रस्तुत किया जाता है। वास्तव में घटनाचक्र इस प्रकार अनुस्यूत रहता है कि उसे स्पष्ट करने के लिए हमें संपूर्ण घटना का विस्तृत अवलोकन करना पड़ता है। साथ ही सस्पेंस की अनुभूति समाप्त हो जाती है। (आर० पार्थसारथी, बेसिक जर्नलिज्म, पृ० 112-113) उपर्युक्त गुण-दोषों के होने के बावजूद समाचारपत्रों में समाचार-लेखन के लिए विलोमस्तूपी प्रकार ही अधिक प्रचलित है और प्रयोग किया जाता है। यहां यह उल्लेखनीय है कि व्याख्यात्मक समाचारों और फीचर के बढ़ते प्रचलन के कारण विलोमस्तूपी समाचार-लेखन में कमी आई है। रेडियो, टेलीविजन और निजी चैनलों के समाचार-प्रसारणों की निरंतरता और कलात्मकता ने भी विलोमस्तूपी समाचारों को प्रभावित किया है।

इसे आरेख द्वारा इस प्रकार समझा जा सकता है-

क्या हुआ

कहाँ हुआ

कब हुआ

कैसे हुआ

क्यों हुआ

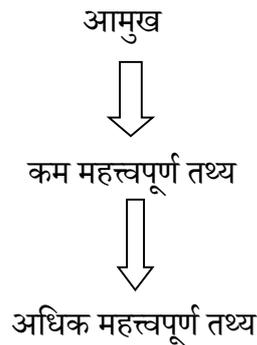
कौन से

तत्त्व या कारक थे

### 9.6.2 स्तूपी समाचार लेखन

समाचार लेखन का यह प्रकार कुछ विशेष समाचारों तक ही सीमित रह गया है। भाषण, खेलकूद, शोभायात्राओं, प्रदर्शनों, समारोहों आदि की चर्चा में अथवा अपराध तथा किसी जाँच या घटना की सरकारी रिपोर्ट के समाचारों में प्रायः स्तूपी समाचार लेखन का प्रयोग होता है। इस

प्रकार के समाचार लेखन में सबसे पहले कम महत्वपूर्ण तथ्यों को रखा जाता है और उसके बाद अन्य तथ्यों को उनके महत्व के आधार पर क्रमशः स्थान दिया जाता है। इसीलिए इसमें चरमोत्कर्ष सबसे अंत में दिया जाता है। इस प्रकार के समाचार लेखन की सबसे बड़ी कमी यह है कि यदि समाचार बड़ा हो और समाचारपत्र में स्थान कम हो तो समाचार के अधूरे रहने की संभावना अधिक रहती है। ऐसा प्रायः समाचारपत्रों में देखने में भी आता है। समाचार-लेखन के इस प्रकार को निम्न आरेख से समझा जा सकता है।



### 9.6.2 बहुआयामी (डायमंडकार) समाचार लेखन

यह समाचार लेखन का वह प्रकार है जिसका प्रयोग रेडियो और टेलीविजन के समाचार लेखन और प्रस्तुति में किया जाता है। इसका प्रयोग समाचारपत्रों में नहीं होता क्योंकि उनके लिए लेखन का यह प्रकार उपयुक्त नहीं माना जाता। रेडियो और टेलीविजन का प्रसारण समयबद्ध होता है क्योंकि इन दोनों माध्यमों में समाचार को अत्यधिक विस्तार नहीं दिया जा सकता। वहां छोटे या गौण समाचारों का महत्व नहीं है बल्कि विशिष्ट समाचारों का महत्व है। यह बात और है कि एक समाचार को कई बार सुनाया या दिखाया जा सकता है और ऐसा होता भी है विशेषकर टेलीविजन में। इस प्रकार के समाचार लेखन में सबसे पहले प्रारंभ की घोषणा होती है, फिर समाचार के शीर्षक या सुर्खियां या मुख्य समाचार प्रस्तुत किए जाते हैं तत्पश्चात समाचारों का विवरण विस्तार से दिया जाता है। समाचार लेखन के अंतिम चरण में समाचार-शीर्षक या सुर्खियां या मुख्य समाचार की पुनरावृत्ति होती है। इसके बाद समापन आता है। समाचार-लेखन के इस प्रकार को निम्न आरेख से समझा जा सकता है-

प्रारंभ

मुख्य सुर्खियाँ

---

समाचारों का विस्तार से विवरण

मुख्य सुर्खियाँ एक बार फिर

समापन

---

### अभ्यास प्रश्न

---

#### 1. समाचार लेखन के विभिन्न प्रकारों को सोदाहरण समझाइए।

अब तक आप समाचार लेखन के विभिन्न प्रकारों से भली-भांति अवगत हो गए होंगे। यहां समाचार लेखन के विभिन्न चरणों को समझाया जा रहा है ताकि समाचार लेखन में नए व्यक्ति को सुविधा हो।

---

## 9.7 समाचार लेखन के चरण

---

### 9.7.1 तथ्यों का संकलन

समाचार लेखन का प्रथम चरण है तथ्यों का संकलन। तथ्य संकलन में संवाददाता को नूतनता, विलक्षणता, लोकरुचि, सत्यता और संतुलन, परिवर्तनशीलता, रहस्यपूर्णता, सुरुचिपूर्णता, मानवीय भावोद्रेक आदि का सदैव ध्यान रखना चाहिए। इस संबंध में विभिन्न लेखकों ने अनेक प्रकार के स्रोतों का उल्लेख किया है। प्रवीण दीक्षित ने अपनी पुस्तक 'जनमाध्यम और पत्रकारिता' में 82 स्रोतों की चर्चा की है। डॉ. नंदकिशोर त्रिखा ने इन्हें तीन वर्गों - प्रत्याशित, अप्रत्याशित और पूर्वानुमानित में बांटा है। डॉ. अर्जुन तिवारी ने क्रमशः प्रत्याशित, अप्रत्याशित, पूर्वानुमानित, समाचार समितियों, प्रेस रिलीज, साक्षात्कार, पत्रकार सम्मेलन, अनुवर्तन नामक स्रोतों का उल्लेख किया है। लेकिन इन सभी स्रोतों का नियामक या सूत्रधार संवाददाता है जो लगातार समाचारों की टोह में, उनकी तलाश में रहता है। श्री राजेंद्र के शब्दों में 'इनका (स्रोतों) का सम्यक् और सफल दोहन वही संवाददाता कर सकता है जो मानव-स्वभाव को समझने में सक्षम हो और दूसरों के प्रति व्यवहारकुशलता का परिचय दे सके। समाचारों के स्रोतों का पूरा-पूरा लाभ उठाना अपने में ही एक संपूर्ण कला है और प्रेस रिपोर्टिंग का उतना ही महत्त्वपूर्ण पहलू है जितना कि समाचार लेखन या प्रेषण।' (संवाद और संवाददाता, पृ. 33)

यहां विस्तारपूर्वक स्रोतों पर चर्चा अपेक्षित है-

- क. **प्रत्याशित स्रोत:** ये वे स्रोत होते हैं जहां से समाचार मिलना अनिवार्य है। इनमें पुलिस स्टेशन, अस्पताल, नगरपालिका, शमशान, संसद, विधानसभा, विविध समितियों की बैठकें आदि को लिया जा सकता है।

- ख. **पूर्वानुमानित स्रोत:** ये वे स्रोत होते हैं जिन पर दृष्टि रखने से समाचार मिलने की संभावना होती है। अधिकतर ये स्रोत पूर्व प्रकाशित समाचार के संदर्भ में प्राप्त नवीन जानकारी अर्थात् फॉलोअप के रूप में होते हैं। रेलवे स्टेशन, रैली, प्रदर्शन, गंदी बस्तियाँ आदि भी पूर्वानुमानित स्रोत में आते हैं।
- ग. **अप्रत्याशित स्रोत:** ये वे स्रोत हैं जिनका न तो संवाददाता को प्रत्याशा होती है और न अनुमान। जैसे दुर्घटना या अकस्मात् किसी घटना का घट जाना। ऐसे स्रोत के संबंध में संवाददाता को सदा सतर्क और दूरदृष्टि से युक्त रहना चाहिए।
- घ. **समाचार समितियाँ:** इन्हें आढ़तियों के रूप में जाना जाता है। इन समितियों से भी तथ्यों की जानकारी मिल सकती है। ये तथ्य संकलन, प्रेषण और वितरण का काम करती हैं। इनमें भाषा, वार्ता, रायटर आदि को लिया जा सकता है।
- ङ. **प्रेस विज्ञप्तियाँ:** यह सरल और स्पष्ट लिखित सूचना होती है जिसे सरकारी, गैर सरकारी कार्यालय, संस्थान अपनी उपलब्धियों, निर्णयों, नीतियों आदि की सूचना देने हेतु जनमाध्यमों को प्रेषित करते हैं जो समाचार का स्रोत बनती हैं।

इनके अतिरिक्त साक्षात्कार, पत्रकार सम्मेलन, जनसामान्य तथा अन्य जनमाध्यम (रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट आदि) भी तथ्यों के स्रोत हो सकते हैं। अतः संवाददाता को इन पर अपनी पैनी दृष्टि रखनी चाहिए ताकि समाचार लेखन नित नवीन और पूर्ण बन सके।

### 9.7.2. कथा की काया की योजना बनाना एवं लिखना

एल० के० डिकर ने सूचना, उद्देश्य, प्रक्रिया, (विधि) घटना की पृष्ठभूमि एवं प्रबंध और पारस्परिक संचार समाचार की पूर्णता के लिए आवश्यक माने हैं। इस दृष्टि से समाचार को सुबोध और सुग्राह्य बनाने के लिए कथा-काया की प्रस्तुति में यह कोशिश की जाती है कि प्रथम अनुच्छेद में घटना की जानकारी हो जाए और उसके बाद घटना के उद्देश्य, उसकी प्रक्रिया, पृष्ठभूमि, प्रतिक्रिया तथा समाचार का पारस्परिक संबंध स्पष्ट किया जाए। (उद्धृत, डॉ० अर्जुन तिवारी, आधुनिक पत्रकारिता, पृ०-49)

### 9.7.3. समाचार का शीर्षक

यह प्रत्येक रचना में होता है और प्रत्येक समाचार, संपादकीय, फीचर आदि में भी। किसी भी समाचार, संपादकीय, फीचर आदि को पढ़ने से पहले पाठक शीर्षक ही पढ़ता है और उससे रूबरू होता है। अतः शीर्षक की उपयोगिता से इनकार नहीं किया जा सकता। यह एक प्रकार से समाचार का झरोखा या प्रवेश द्वार है। इसके महत्त्व पर प्रकाश डालते हुए डॉ० अर्जुन तिवारी

लिखते हैं कि 'समाचार के शीर्षक बड़े मुखर होते हैं। वे पाठक को पुकारते हैं। बार-बार यहीं दोहराते हैं - मैं महत्त्वपूर्ण हूँ, मैं आकर्षक हूँ। ये आंखों को विश्राम देते हैं, ये पत्र के विज्ञापन जैसे होते हैं जो पाठक को पत्र खरीदने हेतु प्रेरित करते हैं।' (आधुनिक पत्रकारिता, पृ० 51) डॉ० हरिमोहन के शब्दों में 'समाचार का शीर्षक समाचार का प्राण होता है। इसमें समाचार-सार, घटना-परिणाम तथा स्थिति का संकेत निहित होता है। इसलिए समाचार का शीर्षक लिखना एक बुद्धिसम्मत और अभ्यासजन्य कला है। यह शाब्दिक पुकार है जो पाठक को अपनी ओर खींचती है। इसका उद्देश्य ही होता है - पाठक को तुरंत आर्कषित करना, शीघ्रता से संक्षेप में समाचार के मूल भाव को बताना, रुचि के अनुसार समाचार ढूँढ़ने में पाठक की सहायता करना, उसे लोकप्रिय बनाना, उसकी विश्वसनीयता बढ़ाना, पृष्ठ-सज्जा को आकर्षक बनाना आदि।' (डॉ० हरिमोहन, समाचार, फीचर-लेखन एवं संपादन कला, पृ०-81-82)

शीर्षक संक्षिप्त, सार्थक, रोचक, आकर्षक, सरल, संप्रेषणीय तथा स्पष्ट हो। उसमें 'विशेषण' या 'अभिमत' नहीं होना चाहिए और न ही शीर्षक की रचना भूतकाल में की जाए। उसके दोहरे अर्थ न निकलते हों। शीर्षक में अकर्मक क्रिया का यथासंभव कम प्रयोग होना चाहिए और सुविख्यात व्यक्ति के 'नाम' या 'उपनाम' का प्रयोग किया जाना चाहिए। शीर्षक और आमुख में संबंध होना चाहिए। प्रायः पहले पृष्ठ पर पूरा समाचार देना संभव नहीं होता, ऐसी स्थिति में समाचार अन्य पृष्ठों पर ले जाया जाता है। अतः समाचार के शेषांश का शीर्षक इस प्रकार से बनाया जाए कि पाठक उसे सरलता से पहचान सके। इस दृष्टि से मूल शीर्षक के किसी शब्द विशेष को शेषांश के शीर्षक में देना उचित रहता है। यहां इस संबंध में एक उदाहरण प्रस्तुत है - 'बजट सत्र में अहम विधेयकों पर बनी रहेगी रार'। यह शीर्षक पहले पृष्ठ पर दिया गया है और इसका शेषांश शीर्षक पृष्ठ चार पर इस प्रकार दिया गया है- 'बजट सत्र।।'। स्पष्ट है कि यहां पाठक को समाचार ढूँढ़ने और पढ़ने में आसानी रहेगी।

#### 9.7.4 सूत्रोल्लेख

शीर्षक के उपरान्त समाचार के स्रोत का उल्लेख भी करना चाहिए। यह स्रोत समाचार समिति या न्यूज ब्यूरो हो सकता है। विशेष प्रतिनिधि अथवा व्यक्तिगत संवाददाता आदि के रूप में हो सकता है। जैसे -

बजट सत्र में अहम विधेयकों पर बनी रहेगी रार

नेशनल ब्यूरो, नई दिल्ली

जेटली की जासूसी में दो गिरफ्तार

एजेंसी, नई दिल्ली

□गरीबों के निवाले से अमीरों की बनेगी शराब

भास्कर न्यूज़। रांची

□सरकार जेपीसी पर तैयार

पंकज कुमार पांडेया नई दिल्ली

□पीड़ित परिवार को दिया तीन लाख का चैक

गाजियाबाद। कार्यालय संवाददाता

(सभी उदाहरण 'दैनिक भास्कर' तथा 'हिंदुस्तान' 20 फरवरी 2013 व 13 जनवरी 2013 से साभार उद्धृत)

□मंत्रालय के एक अधिकारी ने अपना नाम गुप्त रखने की शर्त पर बताया कि-

रेडियो और टेलीविजन में समय-सीमा का बंधन होता है इसलिए इन माध्यमों में सूत्रोल्लेख आवश्यक नहीं है। इनमें संवाददाता से सीधा विवरण प्रस्तुत करवाया जाता है जो अधिक विश्वसनीय होता है। टेलीविजन में जीवंत प्रसारण सहायक होता है। कभी-कभी आवश्यकता पड़ने पर कैप्सन के रूप में समाचार के साथ चलने वाली लिखित पट्टी में इसका उल्लेख होता है।

### 9.7.5 आमुख और आमुख के प्रकार

समाचार का प्रथम अनुच्छेद 'आमुख' कहलाता है। उर्दू में इसे 'मुखड़ा' कहा जाता है और अंग्रेजी में इसे इंट्रो या लीड की संज्ञा दी गई है। इसे समाचार की भूमिका और आत्मा भी माना जा सकता है। यह 'समाचार का प्राण अथवा अंतिम निष्कर्ष का प्रकाश है।' (श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी, समाचार संपादन, पृ. 54) डॉ. अर्जुन तिवारी इसे 'समाचार-दुर्ग का प्रवेश द्वार' मानते हैं। (आधुनिक पत्रकारिता, पृ. 49) नंदकिशोर त्रिखा के अनुसार 'समाचार में प्रस्तुत माल का परिचय यदि प्रदर्शन कक्ष (शो विंडो) की तरह पहले पैरा में करा दिया जाए और वह पाठक को अच्छा लगे तो यह माल निश्चय ही बिककर रहेगा। इस परिचय को ही अंग्रेजी में संक्षेप में 'इंट्रो' (इंट्रोडक्शन) कहते हैं।' (समाचार संकलन और लेखन, पृ. 48) समाचार के तीन पक्षों - शीर्षक, आमुख और शेष भाग में आमुख का विशिष्ट महत्त्व है। सबसे पहले एडविन एल. शूमैन ने आमुख द्वारा समाचार को आकर्षक बनाने की ओर ध्यान दिया। (आधुनिक पत्रकारिता, पृ. 49)

एक अच्छे आमुख में निम्नलिखित विशेषताएं होनी चाहिए-

क. आमुख में समाचार के छह ककारों का परिचय होना चाहिए लेकिन यह आवश्यक नियम नहीं है। मूलतः किसी समाचार के तीन प्रश्नों - 'क्या, कहाँ, कब' का उत्तर अवश्य

आमुख में होना चाहिए। अन्य प्रश्नों - कौन, क्यों तथा कैसे का उत्तर आवश्यकतानुसार अन्य अनुच्छेदों में दिया जा सकता है।

- ख. आमुख सरल, सारपूर्ण, संक्षिप्त, व्यवस्थित, प्रभावी, आकर्षक, रोचक यथार्थपरक, समाचार का पूर्वाभास देने वाला, समाचार की मूल चेतना को व्यक्त करने वाला और समाचार के अनुरूप होना चाहिए तभी वह पाठक समाचार पढ़ने हेतु उत्सुक होगा। कमजोर आमुख एक अच्छे समाचार को पाठक की दृष्टि से दूर ले जाता है। हैरल्ड इवेन्स के अनुसार यदि 'इंट्रो' को समझने के लिए उसे (समाचार) पढ़ने की ज़रूरत पड़े तो उसे असफल 'इंट्रो' कहा जाना चाहिए। (उद्धृत, नंदकिशोर त्रिखा, समाचार संकलन और लेखन, पृ०-48)
- ग. एक अच्छा आमुख प्रायः तीस शब्दों से अधिक का नहीं होना चाहिए। इस संबंध में नंदकिशोर त्रिखा लिखते हैं कि 'इसकी लंबाई पैंतीस शब्दों में हो तो सर्वोत्तम, लेकिन पैंतालीस शब्दों से अधिक कदापि नहीं होनी चाहिए।' (समाचार संकलन और लेखन, पृ० 50-51)
- घ. आमुख में अनावश्यक संदर्भों व सूत्रों को नहीं शामिल करना चाहिए बल्कि मुख्य तथ्य के आधार पर सीधे कथन से इसे प्रभावी ढंग से लिखना ठीक रहता है। घटना को उसके आरंभ से बताने का प्रयास भी नहीं होना चाहिए और न किंतु, परंतु, लेकिन आदि शब्दों से आमुख शुरू करना चाहिए। अनावश्यक संदर्भों और सूत्रों का उल्लेख आमुख को अनाकर्षक बना देता है। अतः यदि 'समाचार ठोस हो तो 'इंट्रो' में सूत्र नहीं समाचार दिया जाना चाहिए किंतु समाचार में केवल मत या संभावना प्रकट की गई हो तो सूत्रों से ही समाचार आरंभ करना चाहिए। (व्यापार, खेल तथा व्यावसायिक क्षेत्रों के समाचारों में भी उनके सूत्रों का महत्त्व होता है।' (समाचार संकलन और लेखन, पृ० 51)
- ङ. आमुख में यह प्रयास रहना चाहिए कि एक ही विचार, पहलू या घटना उसमें रहे। यही नहीं उसमें व्यक्तियों को केंद्र में रखना चाहिए न कि अमूर्त अवधारणाओं और वस्तुओं को। आमुख में सबसे महत्त्वपूर्ण होता है कि 'उसमें क्या कहा गया' है या 'क्या घटित हुआ' है।
- च. आमुख लेखन के लिए समाचार को इंगित करने वाले संकेत शब्द को ढूंढना चाहिए क्योंकि हैरल्ड इवेन्स का मानना है कि 'यह संकेत शब्द आपके 'इंट्रो' की आत्मा है। इसी को 'इंट्रो' का आधार बनाया जाना चाहिए।' (समाचार संकलन और लेखन, पृ० 53)
- छ. जब कभी भी प्रस्तावों और वक्तव्यों का आमुख लिखना हो तो उसमें यह देखना उचित होगा कि कौन सी बात उसमें स्पष्ट और ठोसपूर्ण ढंग से कही गई है या किस पहलू पर अधिक बल दिया गया है उसका ही आमुख बनाया जाएगा।

ज. प्रसिद्ध पत्रकार रंगास्वामी पार्थसारथी ने एक अच्छे आमुख में इन चार विशेषताओं का होना आवश्यक माना है - (1) वह पाठक को तुरंत पकड़े, (2) वह कुछ न कुछ अवश्य कहे, (3) यह कार्य वह तुरंत करे और (4) यह कार्य ईमानदारी से करे। (बेसिक जर्नलिज्म, पृ. 110)

### आमुख' के प्रकार

'आमुख' के भेदों पर अनेक लेखकों ने विचार किया है। विभिन्न पत्रकारों और आलोचकों (प्रवीण दीक्षित, श्री एम. वी. कामथ, डॉ. अर्जुन तिवारी आदि) ने 'आमुख' के निम्नलिखित भेद स्वीकार किए हैं - (1) सारांश आमुख, (2) विस्तृत आमुख, (3) दुर्घटना आमुख, (4) धर्मयुद्ध आमुख, (5) आश्चर्यकारक आमुख, (6) कारतूस आमुख, (7) 'आप' और 'मैं' आमुख (8) निलंबित अभिरुचि आमुख, (9) व्याख्यात्मक आमुख, (10) सामान्य रूप आमुख, (11) प्रश्न आमुख, (12) उद्धरण आमुख, (13) आश्रित वाक्यांश आमुख, (14) संज्ञा वाक्यांश आमुख, (15) तब और अब आमुख, (16) अत्र-तत्र आमुख, (17) आलंकारिक या रंगीन आमुख, (18) उपाख्यान आमुख, (19) सूक्ति आमुख, (20) आज आमुख, (21) विचित्र आमुख, (22) संवादीय आमुख (23) विवरणात्मक आमुख, (24) असंबद्ध आमुख (25) पंच आमुख (द्रष्टव्य, एम. वी. कामथ, प्रोफेशनल जर्नलिज्म, पृ. 99-103, प्रवीण दीक्षित, जनमाध्यम और पत्रकारिता, भाग-2, पृ. 171-179)

श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने आमुख के दो प्रमुख भेद किए हैं -

- i. भावनात्मक आमुख
- ii. तथ्यात्मक आमुख

उनके अनुसार भावनात्मक आमुख में पाठक की संवेदनाओं को स्पर्श किया जाता है। इसमें घटनाचक्र और विचारप्रधान समाचारों का दोहन कर निष्कर्ष निकालने अथवा उसके लिए प्रेरणा देने की चेष्टा की जाती है। इसके विपरीत तथ्यात्मक आमुख में घटनाचक्र को बिना लाग-लपेट के महत्त्व दिया जाता है। इसमें घटना का यथातथ्य विवरण होता है। किसी-किसी तथ्यात्मक आमुख को भी भावना का पुट देकर अधिक रोचक और प्रभावशाली बनाया जा सकता है। (प्रेमनाथ चतुर्वेदी, समाचार-संपादन, पृ. 55)

यथा-

### भावनात्मक आमुख

नई दिल्ली, 3 नवंबर। मर्माहित देश ने भरे हुए दिल और छलकती आँखों से अपनी प्रिय नेता को अलविदा कहा। करोड़ों लोगों की लाइली श्रीमती गाँधी के पार्थिव शरीर को जब राजीव जी ने अग्नि को समर्पित किया तो एक क्षण को जैसे सब कुछ थम गया और चारों ओर स्तब्धता छा

गई0लेकिन अगले ही क्षण लाखों आँखें छलक उठीं और जब तक सूरज चाँद रहेगा, इन्दिरा तेरा नाम रहेगा - जैसे नारों से आकाश गूँज उठा। इन छलकती आँखों में मासूम आँखें भी थीं तो जवान आँखें भी थीं और लगभग पूरी शताब्दी का उतार-चढ़ाव देख चुकी वृद्ध आँखें भी ।।।।

नवभारत टाइम्स, नई दिल्ली, 4 नवंबर, 84

तथ्यात्मक आमुख

नई दिल्ली, 31 अक्टूबर। प्रधानमंत्री श्रीमती इन्दिरा गाँधी की आज सुबह 9:40 पर उनके निवास स्थान पर ही गोलियाँ मारकर हत्या कर दी गई उन पर गोलियाँ उनकी रक्षा के लिये तैनात सुरक्षा गार्डों ने ही चलाई0अखिल भारतीय आयुर्विज्ञान संस्थान में उनके 16 गोलियों से छलनी शरीर ने प्राण त्याग दिए।

हिन्दुस्तान, नई दिल्ली, 1 नवंबर 1984

(सभी उदाहरण संजीव भानावत, समाचार लेखन के सिद्धांत और तकनीक, पृ० 36-38 से साभार उद्धृत)

यहां आमुख के कुछ प्रकारों का विवेचन प्रस्तुत हैं -

1. संक्षिप्त आमुख: इस प्रकार के आमुख में समाचार का संक्षिप्त रूप, कम-से-कम शब्दों में एक-दो वाक्यों में प्रस्तुत किया जाता है। उदाहरणार्थ -  
'गोवा में अब शराब और तंबाकू उत्पादन की कोई यूनिट नहीं लग सकेगी। राज्य सरकार ने इस तरह के निर्देश जारी किए हैं।'
2. विस्तृत आमुख: इस प्रकार के आमुख में किसी घटना से संबंधित सभी प्रमुख तथ्यों को शामिल किया जाता है। यह जरूरी नहीं है कि एक ही अनुच्छेद में सभी तथ्यों को शामिल किया जाए। जैसे-  
प्रधानमंत्री मनमोहन सिंह ने अगस्तावेस्टलैंड हेलिकॉप्टर सौदे के दौरान कथित दलाली और रिश्वत का मसला ब्रिटेन के प्रधानमंत्री डेविड कैमरन के सामने उठाया। उन्होंने यह पता लगाने के लिए ब्रिटेन से सहयोग करने को कहा कि क्या इसमें वाकई कहीं कोई गड़बड़ हुई है। ब्रिटेन के प्रधानमंत्री ने जांच में भारत को पूरा सहयोग देने का भरोसा दिया।'  
(सभी उदाहरण 'दैनिक भास्कर', 20 फरवरी 2013 से साभार उद्धृत)
3. आलंकारिक आमुख: इस प्रकार के आमुख में काव्यमय आलंकारिक शैली का प्रयोग होता है।
4. सूक्ति आमुख: इस प्रकार के आमुख में 'सार्वभौम सत्य' की प्रस्तुति की जाती है।
5. पंच आमुख: इसमें रिपोर्ट को क्रमवत् प्रस्तुत किया जाता है। यथा-

‘ब्लेड रनर’ के नाम से मशहूर विकलांग धावक ऑस्कर पिस्टोरियस ने अपनी नकली टांगें फिट की और अपने बैडरूम से निकलते हुए बाथरूम तक पहुंचे, जहां उन्होंने छिपने का प्रयास कर रही अपनी प्रेमिका पर गन से चार गोलियां दाग दीं। इस प्रकार उन्होंने प्रेमिका रीवा स्टीनकैप की निर्ममतापूर्वक हत्या कर दी। अभियोजन पक्ष के वकील गैरी नेल ने इस मामले की सुनवाई के दौरान अदालत को बताया कि पिस्टोरियस ने अपनी प्रेमिका रीवा स्टीनकैप को गोली मारी। स्टीनकैप को तीन राउंड गोलियां लगने से मौत हो गई। वे लॉ ग्रेजुएट और मॉडल थीं। नेल जब अदालत को इस मामले की जानकारी दे रहे थे, तो अदालत में मौजूद पिस्टोरियस लगातार सुबकते रहे। (‘दैनिक भास्कर’, 20 फरवरी 2013 से साभार उद्धृत)

6. आश्चर्यजनक आमुख: इसमें आश्चर्यजनक तथ्यों को विस्मयादिबोधक चिह्नों का प्रयोग कर प्रस्तुत किया जाता है।
7. दुर्घटना आमुख: इस प्रकार के आमुख में विवरण दिया जाता है और प्रभावित व्यक्तियों का नामोल्लेख होता है। यथा-  
नई दिल्ली (व० सं०)। आनंद पर्वत इलाके में डीटीसी की एसी लो-फ्लोर बस की चपेट में आने से एक महिला की मौत हो गई, जबकि उसका बेटा मामूली रूप से घायल हो गया। महिला की पहचान 40 वर्षीय लवली के रूप में हुई है। पुलिस ने बस को जब्त कर लिया है। आरोपी चालक को हिरासत में लेकर उससे पूछताछ की जा रही है। (हिंदुस्तान, 13 जनवरी, 2013 से साभार उद्धृत)
8. कारतूस आमुख: यह अत्यंत छोटा वाक्य होता है और समाचार को सरलता से सीधे व्यक्त कर देता है। यह आमुख अपने-आप में समाचार को स्पष्ट अभिव्यक्त कर देता है। उदाहरणार्थ-  
नई दिल्ली, 31 अक्तूबर। प्रधानमंत्री श्रीमती इन्दिरा गाँधी नहीं रही।
9. उद्धरण आमुख: मंत्रियों के भाषण, साक्षात्कार आदि में व्यक्त विचारों के समाचारों में इस प्रकार के आमुख बनाए जाते हैं। उदाहरणार्थ-  
नई दिल्ली, 20 अक्टूबर। पत्रकारिता और लोकतंत्र का चोली-दामन का साथ है। किसी भी देश की स्वाधीनता व स्वावलंबन की भावना का विकास करना, उनकी रक्षा करना स्वाधीनचेता पत्रकार का दायित्व है। प्रसिद्ध पत्रकार श्री अक्षयकुमार जैन ने आज यह सलाह राजस्थान विश्वविद्यालय के पत्रकारिता के छात्रों को दी।  
(दैनिक हिन्दुस्तान, 21 अक्टूबर, 83)
10. प्रश्न आमुख: इस प्रकार आमुख में कोई प्रश्न उठाकर उसका उत्तर दिया जाता है जिससे समाचार रुचिकर और कौतूहलहलवर्धक बन जाता है। यथा-  
नई दिल्ली, 9 मार्च (भाषा)। क्या दूरदर्शन केवल दून स्कूल और सेंट स्टीफेंस स्कूल की तहजीब दिखाने का ही माध्यम रह गया है? लोकसभा में आज कांग्रेस के आरिफ मुहम्मद खान ने टी.वी. सीरियल ‘सुबह’ के संदर्भ में यह सवाल पूछकर सरकार को

आड़े हाथों लिया। पक्ष-विपक्ष के अनेक सदस्यों ने भी उनका साथ दिया।

नवभारत टाइम्स, जयपुर, 10 मार्च, 87

(सभी उदाहरण डॉ. संजीव भानावत, समाचार लेखन के सिद्धांत और तकनीक, पृ. 36-38 से साभार उद्धृत)

### 9.7.6 समाचार की शेष रचना

‘आमुख’ की रचना करने के बाद समाचार के शेष भाग को लिखा जाता है। इसे प्रायः समाचार-कथा का शरीर कहा जाता है। इसमें क्रमबद्ध रूप से घटना-तथ्यों का समायोजन होता है। इसकी रचना ‘आमुख’ के विस्तार के रूप में इस ढंग से की जानी चाहिए कि क्रमशः उतार-चढ़ाव के साथ और नए तथ्य उसमें संजोए गए हों, शेष समाचार तत्त्वों को खोला गया हो ताकि पाठक उसे आद्योपांत पढ़े और पढ़कर उसे संतोष मिले। (डॉ. हरिमोहन, समाचार, फीचर लेखन और संपादन कला, पृ. 69) ऐसा नहीं लगना चाहिए कि समाचार में आमुख की पुनरावृत्ति हो रही है।

यहां यह भी स्मरण रखना चाहिए कि यह विस्तार समय और स्थान दोनों पर आधारित होता है। अतः जैसा विषय हो और जैसी आवश्यकता हो, वैसा ही समाचार-विस्तार देना चाहिए। समाचार की शेष रचना एक या एकाधिक अनुच्छेदों में की जा सकती है लेकिन विविधता और प्रभावोत्पादकता की दृष्टि से अनुच्छेदों का आकार यथासंभव छोटा होना चाहिए। इसका लाभ यह है कि इससे एक तो समाचार की पठनीयता और सोद्देश्यता बढ़ती है, उसकी रोचकता, और तारतम्यता में वृद्धि होती है वहीं दूसरी ओर आसानी से काट-छांट की जा सकती है और अशुद्धियाँ होने पर पुनः ‘कम्पोज’ किया जा सकता है। यह प्रयास करना चाहिए कि प्रायः एक अनुच्छेद में एक ही विचार या दृष्टिकोण की प्रस्तुति हो। यदि एक विचार को किसी एक अनुच्छेद में प्रस्तुत करना संभव न हो, तो उसे दो अनुच्छेदों में प्रस्तुत करना चाहिए लेकिन जहाँ तक हो सके एकाधिक विचारों को एक ही अनुच्छेद में न रखें।

### 9.7.7 समाचार का संक्षेपण

समाचार लेखन के उपरान्त समाचार का संक्षेपण भी अनिवार्य प्रक्रिया है हालांकि यह निपुण और अनुभवी संवाददाता के लिए अनिवार्य नहीं है। यह मूलतः समाचार-लेखन करने वाले नए संवाददाता को लाभप्रद हो सकती है। एक प्रकार से यह समाचार का संपादन है। समाचारपत्र में स्थानाभाव की स्थिति में यह संक्षेपण बड़ा उपयोगी रहता है। इस दृष्टि से निम्न बातों को ध्यान में रखना अपेक्षित है -

1. मूल विषयवस्तु को बार-बार पढ़कर इसकी मुख्य बातों या तथ्यों को संग्रहीत किया जाए।
2. अनावश्यक शब्द हटा दिए जाएँ और विशेषणों का अत्यल्प प्रयोग हो।

3. भाषणों या वक्तव्यों के संक्षेपण में पुनरुक्ति पर विशेष ध्यान दिया जाए।
4. कर्मवाच्य और नकारात्मक वाक्यों का प्रयोग न हो और न ही विचारों की क्रमबद्धता भंग हो।
5. संवाददाता का अभिमत हटा दिया जाए और संक्षेपण का अभिलेख यथासंभव अन्य पुरुष में ही तैयार किया जाए। (डॉ० अर्जुन तिवारी, पृ० 51)

### 9.7.8 समापन या निष्कर्ष

इसमें समाचार लेखक/संपादक पूर्ण घटनाचक्र के संबंध में आवश्यकतानुसार अपनी टिप्पणी अथवा राय प्रस्तुत कर सकता है जो आगामी प्रभावों अथवा संभावनाओं को दर्शाती हुई हो। इतना अवश्य ध्यान रखना चाहिए कि यह राय पूर्वग्रह से ग्रस्त न हो। यह टिप्पणी प्रत्येक प्रकार के समाचारों में देना आवश्यक नहीं है।

### 9.7.9 समाचार की भाषा

समाचार लेखन में समाचार की भाषा का भी महत्त्व है। अतः समाचार की भाषा को सरल, सुबोध, सामासिक और संप्रेषणीय होना चाहिए। समाचार लेखन में प्रायः लघु वाक्यों तथा प्रचलित शब्द-समूहों का ही प्रयोग करना उचित रहता है। इसमें लंबे-लंबे मिश्रित वाक्यों, पांडित्य-प्रदर्शन की प्रवृत्ति और निरर्थक शब्द प्रयोग से बचना चाहिए। समाचार का अनुवाद भी इस प्रकार का हो जिससे वह दुरूह प्रतीत न हो। एक अच्छे संवाददाता को शब्द-पारखी और शब्द-शिल्पी होना चाहिए।

‘क्रिश्चियन साइंस मोनिटर’ ने समाचारपत्रों के लिए समाचार प्रकाशन के 25 मार्गदर्शक मार्गों का उल्लेख किया है। समाचार की भाषा के संबंध में भी ये मार्ग विचारणीय हैं। इसके अनुसार समाचार लेखन में सामान्य, प्रचलित, एकाक्षर, मूर्त और पुरुषवाचक शब्दों का प्रयोग करना चाहिए। तकनीकी शब्दों, चालू मुहावरों के प्रयोग से बचना चाहिए। प्रत्येक शब्द को क्रियात्मक बनाना चाहिए। (एम० वी० कामथ, प्रोफेशनल जर्नलिज्म, पृ० 109)

समाचार में वाक्य-संरचना सरल, संक्षिप्त, क्रियाशील और तारतम्यपूर्ण होनी चाहिए। सुपरिचित वाक्यांशों का प्रयोग करना चाहिए। समाचार में यथासंभव पुनरुक्ति, विशेषणों के प्रयोग, निष्प्रयोजन विभक्तियों से बचना चाहिए। संख्याओं को भी शब्दों में लिखना चाहिए न कि अंकों में, यह बात और है कि यह सर्वमान्य नहीं है।

नंदकिशोर त्रिखा के शब्दों में ‘एक ही प्रकार के शब्दों या वाक्य-खंडों का बार-बार इस्तेमाल नहीं किया जाना चाहिए। कई बार देखा गया है कि संवाददाता ‘कहा’ या ‘बताया’ शब्द का लगातार प्रयोग करते हैं। इस प्रकार का प्रयोग पढ़ने में भी भद्दा लगता है और भाव-संचार की दृष्टि से भी अवांछनीय है। इसलिए ‘कहा’, ‘बताया’, ‘मत व्यक्त किया’, ‘उनका विचार था’,

‘वे महसूस करते थे’ आदि शब्दों और वाक्य-खंडों का भाव के अनुरूप बदल-बदलकर प्रयोग किया जाना चाहिए।’ (समाचार-संकलन और लेखन, पृ० 73)

उपर्युक्त तथ्यों के विवेचन से इतना स्पष्ट है कि ‘समाचारों की भाषा एकदम सपाट नहीं होती बल्कि उसमें एक लय, एक संगीत, एक संगति विद्यमान रहती है।’ (डॉ० हरिमोहन, समाचार फीचर लेखन एवं संपादन कला, पृ०-72) यही नहीं समाचार-लेखक को भाषा के व्याकरण, वाक्य-संरचना, विराम चिह्नों तथा ज्ञान-विज्ञान के क्षेत्रों की शब्दावली इत्यादि का भी यथोचित ज्ञान होना चाहिए।

### अभ्यास प्रश्न

2. समाचार लेखन के विभिन्न चरणों का विवेचित कीजिए।
3. आमुख क्या है? उसकी विशेषताओं पर प्रकाश डालिए।
4. आमुख के विभिन्न प्रकारों को सोदाहरण विवेचित कीजिए।
5. समाचार की भाषा पर एक विस्तृत टिप्पणी लिखिए।

## 9.8 दृश्य-श्रव्य माध्यमों में समाचार लेखन

इन माध्यमों के लिए समाचार लेखन बहुआयामी प्रकार में किया जाता है। इनमें पहले समाचार शीर्षक या सुर्खियां दी जाती हैं जिन्हें सुनकर समाचारपत्र के शीर्षक और आमुख का अनुभव होता है। समाचार के सभी सकारों और ककारों का प्रयोग भी यहां वांछनीय है।

चूंकि ये माध्यम समयबद्ध प्रसारण करते हैं। इसलिए इनमें समय का विशिष्ट महत्त्व है। एक-एक सेकेण्ड की उपयोगिता है। अतः समाचार लेखन भी समाचार बुलेटिन की अवधि का ध्यान में रखकर किया जाता है। टेलीविजन में समाचार लेखन करने वाले को कैप्शन, विज्ञापन, संवाददाता से बातचीत आदि के लिए भी समय निर्धारण करना पड़ता है।

रेडियो और टेलीविजन के समाचार लेखन में भाषा की बोधगम्यता, स्पष्टता और सरलता पर विशेष बल रहता है। यथासंभव तृतीय पुरुष की शैली में समाचार लिखे जाएं जैसे, विभिन्न सूत्रों के अनुसार, उन्होंने कहा था आदि। अप्रचलित, क्लिष्ट, संयुक्ताक्षरों और द्वयर्थक शब्दों से समाचारों में बचना चाहिए और सरल और क्रियात्मक शब्दों का चयन करना चाहिए। जैसे पेयजल के लिए ‘पीने के पानी’ का प्रयोग करना अधिक श्रेयस्कर है। तकनीकी शब्दों को इस प्रकार प्रयोग किया जाए कि उनका अर्थ समझ में आ सके। छोटे-छोटे और सारगर्भित वाक्यों का प्रयोग करना चाहिए और अनुच्छेद भी छोटे-छोटे होने चाहिए। धिसे-पिटे वाक्यों और जटिल और लंबे अवतरणों से बचना चाहिए। एक वाक्य में एक ही सूचना हो और वाक्य औचित्यपूर्ण

हों। प्रायः प्रश्नवाचक वाक्य से समाचार नहीं लिखा जाना चाहिए। इसी प्रकार जिन समाचारों का अनुवाद किया गया है उनकी भाषा सरल होनी चाहिए।

संख्याओं को शब्दों में लिखना चाहिए। जैसे 8977 को लिखना है तो उसे आठ हजार नौ सौ सत्तर लिखना ठीक होता है। लगभग, करीब आदि शब्दों का प्रयोग भी किया जा सकता है। प्रायः उन्हीं संकेताक्षरों का प्रयोग किया जाना चाहिए जो रूढ़ और प्रचलित हों। जैसे समाजवादी पार्टी के लिए सपा, भारतीय जनता पार्टी के लिए भाजपा, बहुजन समाज पार्टी के लिए बसपा आदि। व्यक्ति के पूर्ण या मुख्य नाम की पुनरावृत्ति भी नहीं होनी चाहिए। एक बार नाम देने के बाद उपनाम दिया जा सकता है। समाचारों में नवीनता बनाए रखने के लिए आज, आज सुबह, आज दोपहर, आज शाम जैसे शब्दों का प्रयोग करना उचित रहता है। धर्म, जाति, वर्ग, संप्रदाय आदि के विरुद्ध अपशब्दों की रचना भी नहीं की जानी चाहिए। सीरिज में कोमा लगाया जाए, जैसे कलम, रेडियो और घड़ियां। प्रश्नवाचक चिह्न और अवतरण चिह्नों का कम-से-कम प्रयोग करना चाहिए। यथास्थान विराम चिह्नों को प्रयोग भी करना चाहिए। शब्दों का प्रयोग करें न कि चिह्नों का। रेडियो के संबन्ध में यह जरूरी है हालांकि टेलीविजन पर इन्हें दिखाया जा सकता है। आंकड़ों और संख्याओं को आवश्यकतानुसार और कम-से-कम प्रयोग करना चाहिए। 1/2, 3/4 आदि को आधा, पौना लिखें। प्रत्येक समाचार को अलग-अलग पृष्ठों पर देना चाहिए। यदि समाचार एक ही विषय से जुड़े हों तो उन्हें एक ही पृष्ठ पर दिया जा सकता है। यह प्रयास रहना चाहिए कि समाचार दूसरे पृष्ठ पर न जाएं। यदि ऐसा करना संभव न हो तो पृष्ठ के नीचे तीर का निशान लगाना चाहिए और समाचार लंबा हो तो अंतिम वाक्य को पृष्ठ पर अधूरा नहीं छोड़ना चाहिए। उच्चारण के समय बल देने वाले और कठिन शब्दों के नीचे लाइन खींच देनी चाहिए ताकि सुगमता रहे। मृत्यु के समाचारों में सूचना के साथ आयु का संकेत अवश्य करें। टेलीफोन, मोबाइल आदि के नंबरों में योगसूचक चिह्न (हाइफन) का प्रयोग करना चाहिए, जैसे 9-9-0-0-0-1-1-1-0-0 हाल में ही घटी किसी घटना की सूचना या समाचार देना हो तो उसके बारे में रेडियो पर कहा जा सकता है कि 'अभी-अभी समाचार मिला है, कुछ ही देर पहले' आदि। टेलीविजन पर इसे 'ब्रेकिंग न्यूज' के रूप में दिया जाता है। यह भी प्रयास रहना चाहिए कि समाचारों में कोई प्रचारात्मक तत्त्व न जा पाए।

### अभ्यास प्रश्न

6. दृश्य-श्रव्य माध्यमों के समाचार लेखन की विशेषताओं पर प्रकाश डालिए। यह समाचार पत्र के समाचार लेखन से किस प्रकार भिन्न है?

### 9.9 सारांश

समाचार किसी महत्वपूर्ण विचार या सत्य घटना का जल्दी-से-जल्दी विभिन्न माध्यमों (समाचारपत्र, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट आदि) द्वारा सटीक प्रस्तुतीकरण है जिसे पढ़कर,

सुनकर या देखकर पाठक या श्रोता या दर्शक तृप्ति या संतुष्टि का अनुभव करता है। इसीलिए समाचार को जनरुचि पर आधारित, प्रासंगिक, परिवर्तन-सूचक, विलक्षण, तटस्थ और नैतिक नियमों में बंधा होना चाहिए। उसमें सात सकारों - सत्यता, स्पष्टता, समीपता, सुरुचि, संक्षिप्तता, संतुलन और समसामयिकता का पालन किया जाना चाहिए। समाचार को लिखने के तीन प्रकार हैं विलोमस्तूपी, स्तूपी और बहुआयामी। पहले दो का प्रयोग समाचारपत्र में किया जाता है और तीसरे का प्रयोग रेडियो और टेलीविजन में। विलोमस्तूपी में मुख्य सूचना पहले दी जाती है और अन्य सूचनाएं उनके घटते महत्त्व के आधार पर रखी जाती हैं। स्तूपी समाचार लेखन में सारा विवरण क्रमवत होता है जैसे घटना घटित होती है। बहुआयामी में पहले मुख्य समाचार, तदुपरांत विवरण और अंत में मुख्य समाचार दिए जाते हैं। समाचारों के लेखन में सबसे पहले तथ्य संकलन किए जाते हैं, फिर समाचार कथा का निर्णय किया जाता है। तथ्य संकलन के अनेक स्रोत हैं जैसे प्रत्याशित, अप्रत्याशित, पूर्वानुमानित, समाचार समितियां, साक्षात्कार, पत्रकार-सम्मेलन, विभिन्न जनमाध्यम, जनसामान्य आदि। समाचार के मुख्य पक्ष आमुख, समाचार का शेष अंग, शीर्षक हैं। आमुख में सूत्रोल्लेख भी दिया जाता है। यह समाचार का प्रवेश द्वार है। यह ठोस, सरल, सारपूर्ण, संक्षिप्त, व्यवस्थित, प्रभावी, आकर्षक, रोचक, यथार्थपरक, समाचार का पूर्वाभास देने वाला, समाचार की मूल चेतना को व्यक्त करने वाला और समाचार के अनुरूप होना चाहिए। समाचार का शीर्षक संक्षिप्त, सार्थक, रोचक, आकर्षक, सरल, संप्रेषणीय तथा स्पष्ट होना चाहिए। समाचार के शेष भाग में क्रमबद्ध रूप से घटना-तथ्यों का समायोजन होता है। समाचार के संक्षेपण, समाचार की भाषा और समापन भी इस प्रक्रिया के अंग हैं। संक्षेपण करना नए पत्रकार के लिए लाभप्रद रहता है। समापन में संभावनाओं की ओर संकेत होना चाहिए और भाषा में सरलता और बोधगम्यता तो हो ही, अनुच्छेद भी छोटे-छोटे होने चाहिए। रेडियो और टेलीविजन के समाचार लेखन में समयबद्धता और तात्कालिकता का महत्त्व होता है। टेलीविजन में समाचार लेखन करने वाले को कैप्शन, विज्ञापन, संवाददाता से बातचीत आदि के लिए भी समय निर्धारण करना पड़ता है। इन माध्यमों में भाषा की सरलता, स्पष्टता, बोधगम्यता पर बल रहता है और वाक्य विन्यास भी लघु होना चाहिए। संकेताक्षरों, संख्याओं का कम प्रयोग किया जाना चाहिए, संख्याओं को शब्दों में लिखना चाहिए और यथास्थान विराम-चिह्नों का प्रयोग करना चाहिए। प्रचारात्मक तत्त्वों से सभी समाचारों में बचना चाहिए।

### 9.10 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर

1. समाचार को परिभाषित करते हुए उसके तत्त्वों पर प्रकाश डालिए देखिए, मुख्य शीर्षक 9.3 और 9.4
2. समाचार लेखन के विभिन्न प्रकारों को सोदाहरण समझाइए। देखिए मुख्य शीर्षक 9.6
3. समाचार लेखन के विभिन्न चरणों का विवेचित कीजिए। देखिए मुख्य शीर्षक 9.7
4. आमुख क्या है? उसकी विशेषताओं पर प्रकाश डालिए। देखिए मुख्य शीर्षक 9.7 का उपभाग 9.7.5

5. आमुख के विभिन्न प्रकारों को सोदाहरण विवेचित कीजिए। देखिए मुख्य शीर्षक 9.7 का उपभाग 9.7.5
6. समाचार की भाषा पर एक विस्तृत टिप्पणी लिखिए। देखिए मुख्य शीर्षक 9.7 का उपभाग 9.7.9
7. दृश्य-श्रव्य माध्यमों के समाचार लेखन की विशेषताओं पर प्रकाश डालिए। यह समाचार पत्र के समाचार लेखन से किस प्रकार भिन्न है? देखिए मुख्य शीर्षक 9.8

### 9.11 संदर्भ ग्रंथ

1. डॉ० अर्जुन तिवारी, आधुनिक पत्रकारिता, (1994), विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी
2. श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी, समाचार संपादन, (1969) एकेडमी पब्लिशर्स, नई दिल्ली
3. श्री नंदकिशोर त्रिखा, समाचार संकलन और लेखन, (1997) उत्तरप्रदेश हिंदी संस्थान, लखनऊ
4. श्री राजेंद्र, संवाद और संवाददाता, (1983) हरियाणा साहित्य अकादमी, चंडीगढ़
5. डॉ० संजीव भानावत, समाचार लेखन के सिद्धांत और तकनीक, (1988) यूनिवर्सिटी पब्लिकेशन्स, जयपुर
6. डॉ. हरिमोहन, समाचार, फीचर लेखन एवं संपादन कला (1999), तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
7. डॉ. हरिमोहन, रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता (1997), तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
8. जेम्स एस. मूर्ति, दृश्य-श्रव्य संप्रेषण और पत्रकारिता, (1990) भारतीय ज्ञानपीठ, नई दिल्ली
9. प्रवीण दीक्षित, जनमाध्यम और पत्रकारिता, सहयोगी साहित्य संस्थान, कानपुर
10. प्रो. विजय कुलश्रेष्ठ, समाचारपत्र माध्यम: स्वरूप एवं संरचना (2011), नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर
11. डॉ० चन्द्रप्रकाश मिश्र, मीडिया लेखन: सिद्धांत और व्यवहार, (2013), संजय प्रकाशन, दिल्ली
12. एम. वी. कामथ, प्रोफेशनल जर्नलिज्म, (1980) विकास पब्लिशिंग, नई दिल्ली
13. आर. पार्थसारथी, बेसिक जर्नलिज्म, मैकमिलन

### 9.12 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

1. प्रो. रमेश जैन, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन
2. संपा. प्रो. रमेश जैन, (2007), जनसंचार विश्वकोश
3. डॉ. स्मिता मिश्र, अमरनाथ अमर, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया: बदलते आयाम
4. संपा० डॉ. वेदप्रताप वैदिक, हिंदी पत्रकारिता: विविध आयाम

5. डॉ. हरीश अरोड़ा, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन
6. काशीनाथ गोविंद जोगलेकर, समाचार और संवाददाता, (1997) विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी

## इकाई 10 समाचारों का वर्गीकरण

### इकाई की संरचना

- 10.1 प्रस्तावना
- 10.2 उद्देश्य
- 10.3 समाचारों का वर्गीकरण
  - 10.3.1 स्वरूप पर आधारित समाचार
  - 10.3.2 घटना के महत्त्व पर आधारित समाचार
  - 10.3.3 स्थल पर आधारित समाचार
  - 10.3.4 माध्यम पर आधारित समाचार
  - 10.3.5 काल पर आधारित समाचार
  - 10.3.6 विषय पर आधारित समाचार
- 10.4 सारांश
- 10.5 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 10.6 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 10.7 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

### 10.1 प्रस्तावना

यह दसवीं इकाई है। पिछली इकाई में आप समाचार की परिभाषा, तत्त्व और लेखन से परिचित हुए। अब इस इकाई में आप समाचारों के वर्गीकरण से परिचित होंगे। समाचारों के वर्गीकरण के आधारों की प्रस्तुति इस इकाई में की गई है। आशा है कि इसे पढ़ने के बाद आप समाचारों के वर्गीकरण को भली-भांति समझ सकेंगे।

### 10.2 उद्देश्य

समाचारों के अनेक प्रकार हैं लेकिन उनको लेकर एकमत नहीं है। सभी विद्वानों ने अपने-अपने ढंग से समाचारों को वर्गीकृत-विभाजित किया है। फिर भी कुछ बिंदु हैं जिनके आधार पर समाचारों को सामान्यतः वर्गीकृत किया जा सकता है। यहां समाचारों के इसी वर्गीकरण को प्रस्तुत किया जा रहा है। इस इकाई को पढ़ने के बाद आप यह जान पाएंगे कि-

1. समाचारों के वर्गीकरण के क्या-क्या आधार हैं ?
2. समाचार-वर्गीकरण के विभिन्न आधारों पर समाचारों के कौन-कौन से भेद हैं ?
3. आप विषय पर आधारित समाचारों को भी विस्तार से जान पाएंगे।

### 10.3 समाचारों का वर्गीकरण

समाचारों का वर्गीकरण एक अत्यंत ही कठिन कार्य है क्योंकि न तो समाचारों का क्षेत्र सुनिश्चित है और न ही उनकी प्रकृति। ये दोनों ही वैविध्यपरक हैं। फिर सुविधा के लिए समाचारों का निम्नलिखित वर्गीकरण किया जाता है-

- i. स्वरूप पर आधारित समाचार
- ii. आकार पर आधारित समाचार
- iii. स्थल पर आधारित समाचार
- iv. माध्यम पर आधारित समाचार
- v. काल पर आधारित समाचार
- vi. विषय पर आधारित समाचार

#### 1. स्वरूप पर आधारित समाचार

स्वरूप पर आधारित समाचार को दो भागों में विभक्त किया गया है-

- i. सीधा समाचार और
- ii. व्याख्यात्मक समाचार

सीधा समाचार उसे कहा जाता है जिसमें घटनाओं का तथ्यात्मक विवरण सरल और स्पष्ट ढंग से किया गया हो। इस प्रकार के समाचार में तथ्यों को न तोड़ा-मरोड़ा जाता है और न ही आरोप लगाने, सम्मति देने और निष्कर्ष निकालने का प्रयत्न होता है। बुलेटिन और फिलर को सीधे समाचार के उदाहरण में रखा जा सकता है।

व्याख्यात्मक समाचार उसे कहा जाता है जिसमें घटना का विवरण पूरी छानबीन करके दिया जाता है। इसमें पूर्वापर संबंध, परिवेश और परिणाम को लिखा जाता है ताकि पाठक को समाचार समझने में कठिनाई न हो। व्याख्यात्मक समाचारों में लेख, फीचर, विश्लेषण या साक्षात्कार आधारित समाचारों को लिया जा सकता है।

#### 2. घटना के महत्त्व पर आधारित समाचार

इस आधार पर समाचारों को विशिष्ट ओर व्यापी दो रूपों में बांटा गया है -

- i. विशिष्ट समाचार और
- ii. व्यापी समाचार

विशिष्ट समाचार वह है जिसमें किसी घटना के अचानक घटित हो जाने का उल्लेख होता है। इसे और स्पष्ट करते हुए श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी लिखते हैं कि 'विशिष्ट समाचार वे हैं जिनके बारे में पहले से कुछ मालूम नहीं होता। पर वे समाचार जब घटित हो जाते हैं तो उनका विशेष महत्व और प्रभाव होता है वे समाचार गरमा-गरम और अद्यतन होते हैं। विशिष्ट समाचार अपने गुणों के कारण पृष्ठ पर मुख्य स्थान ग्रहण करते हैं। कभी-कभी तो वे इतने महत्त्व के होते हैं कि कम महत्त्व के समाचारों को बचाकर पृष्ठ का स्वरूप ही बदल देना पड़ता है। पूर्व-निर्धारित अति महत्त्व के समाचार गौण रूप ले लेते हैं।' (समाचार-संपादन, पृ. 23) किसी नेता का निधन, किसी जहाज का दुर्घटनाग्रस्त हो जाना, किसी राज्यपाल या जिलाधिकारी का परिवर्तन आदि से जुड़े समाचार इस कोटि में आते हैं।

व्यापी समाचार का क्षेत्र और दायरा बड़ा होता है और व्यापक जनसमुदाय इससे प्रभावित होता है। यह समाचार अपने महत्त्व और प्रभाव के कारण पृष्ठ पर आच्छादित प्रतीत होता है। श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी लिखते हैं कि 'यह भी संभव है कि व्यापी समाचार के खंडन-मंडन के लिए अन्य समाचार भी उसके अनुगामी का स्थान ग्रहण करते हों। व्यापी समाचार को स्थान भी विशेष मिलता है और उसका शीर्षक भी अधिक आकर्षक होता है। इस प्रकार के समाचार अपने में पूर्ण होते हैं।' (वही, पृ. 23) देशव्यापी हड़तालों की सूचना, राष्ट्र पर आक्रमण हो जाना या किसी बड़े नेता का निधन हो जाना व्यापी समाचारों के उदाहरणस्वरूप लिए जा सकते हैं।

### 3. स्थल पर आधारित समाचार

स्थल के आधार पर समाचार के ये प्रकार माने गए हैं (1) स्थानीय समाचार, (2) प्रांतीय समाचार, (3) राष्ट्रीय समाचार और (4) अंतर्राष्ट्रीय समाचार। उदाहरण के लिए यदि दिल्ली के एक इलाके मधु विहार की खबर स्थानीय समाचार होगी। उत्तराखंड के संबंध में समाचार प्रांतीय समाचार होगा। देश की राजनीति से संबंधित समाचार राष्ट्रीय समाचार होगा और चीन में आई बाढ़ से संबंधित समाचार अंतर्राष्ट्रीय समाचार होगा।

### 4. माध्यम पर आधारित समाचार

विभिन्न जनमाध्यम समाचारों का प्रकाशन-प्रसारण करते हैं। इस भूमिका का निर्वाह परंपरागत जनमाध्यम भी करते हैं और आधुनिक माध्यम भी। इसीलिए इन समाचारों के प्रस्तुतीकरण में अंतर मिलता है क्योंकि प्रत्येक माध्यम की अपनी-अपनी विशेषताएं होती हैं जो उन्हें अन्य माध्यम से पृथक करती हैं। इन्हें निम्नलिखित वर्गों में बांटा जा सकता है-

(क) समाचारपत्र के लिए समाचार, (ख) रेडियो समाचार,

(ग) टेलीविजन समाचार, (घ) इंटरनेट समाचार।

वास्तव में माध्यम आधारित समाचार का विभाजन प्रस्तुति पर टिका है। इसीलिए एक में लिखित शब्द की सत्ता है तो रेडियो समाचार में लिखे हुए शब्द के उच्चरित रूप की। टेलीविजन समाचार में दृश्य और शब्द दोनों के समायोजन के साथ-साथ वाचन की महत्ता है और इंटरनेट समाचार में सामासिकता और तात्कालिकता की। ये गुण रेडियो और टेलीविजन समाचारों में भी पाए जाते हैं। यहां इन माध्यमों के समाचारों के उदाहरणों का एक-एक अंश द्रष्टव्य है-

### समाचारपत्र के लिए समाचार

आस्ट्रेलिया ने तीसरी बार विश्व कप जीता फाइनल में भारत को 125 रन से हराया

जोहांसबर्ग, 23 मार्च (एजेंसियां)। भारत ने टूर्नामेंट में शुरुआती सदमों से उबर कर बेहतरीन वापसी करते हुए 20 साल बाद क्रिकेट विश्व कप वापस पाने का जो सपना देखा था वह आज यहाँ फाइनल मैच में आस्ट्रेलिया के पराक्रम के सामने दम तोड़ गया। मैच की शुरुआत से अंत तक आस्ट्रेलिया का संकल्प और पराक्रम देखने लायक था। उन्होंने बल्लेबाजी, गेंदबाजी और क्षेत्ररक्षण तीनों में ही भारत को ध्वस्त करते हुए 125 रनों से जीत दर्ज कर तीन विश्व कप जीतने का रिकार्ड बना लिया। (साभार, राष्ट्रीय सहारा, 24 मार्च, 2003)

रेडियो समाचार (25 मार्च, 2003)

प्रारंभ आकाशवाणी से प्रस्तुत है समाचार प्रभाग(संगीत)

समाचार वाचिका का स्वर

मुख्य समाचार या समाचार शीर्षक चौबीस कश्मीरी पंडितों की हत्या के बाद स्थिति की समीक्षा के लिए उपप्रधानमंत्री आज जम्मू-कश्मीर जा रहे हैं।

इराक में अमरीकी नेतृत्व में गठबंधन सेना ने फिर से बगदाद पर हवाई हमले किए हैं। उसे नजफ, नसीरिया, उम्म कस्त्र और बसरा में इराकी सेना से कड़ा संघर्ष करना पड़ रहा है।

अमरीका ने रूस पर इराक को सैनिक उपकरण बेचने का आरोप लगाया लेकिन रूस ने इनकार किया।

अरब देशों ने इराक के बारे में चर्चा के लिए सुरक्षा-परिषद की आपात् बैठक बुलाने की मांग की है और युद्ध जल्दी खत्म होने के आसार कम होने के साथ ही दुनियाभर के शेयर बाजार गिरे हैं।

### टेलीविजन समाचार

रात में राष्ट्रीय नेटवर्क के लिए प्रसारित हुआ समाचार बुलेटिन संपादक - भूपेन्द्र केंथौला, वाचक-राहुल देव

## हेडलाइंस

सुप्रीम कोर्ट ने अयोध्या में यथास्थिति बनाए रखने के आदेश दिए। गैर विवादित स्थल पर सांकेतिक पूजा की अनुमति नहीं।

तेलुगुदेशम और तृणमूल कांग्रेस ने सांकेतिक पूजा के मसले पर एटार्नी जनरल के रवैये का विरोध किया।

सोली सोराबजी ने कहा, गैर विवादित भूमि पर सांकेतिक पूजा की इजाजत देने संबंधी दलील उनकी निजी व्याख्या थी। -और-

अदालत के फैसले को लागू करने के सरकार के फैसले को एनडीए ने सही ठहराया।

## टेलीविज़न समाचार

नमस्कार। अब समाचार विस्तार से - सुप्रीम कोर्ट ने विश्व हिंदू परिषद को अयोध्या में 15 मार्च को सांकेतिक पूजा की अनुमति नहीं दी है। आज अयोध्या मामले पर याचिकाओं की सुनवाई करते हुए तीन जजों की खंडपीठ ने करीब डेढ़ घंटे की बहस के बाद यह भी आदेश दिया कि अयोध्या में यथास्थिति बनाए रखी जाएगी और कहा कि अधिग्रहित भूमि पर वास्तविक या सांकेतिक पूजा नहीं होनी चाहिए। उच्चतम न्यायालय के फैसले का और ब्यौरा दे रहे हैं हमारे संवाददाता शैलेश रंजन-होल्ड-

(साभार उद्धृत, ओमकार चौधरी, टेलीविज़न पत्रकारिता, पृ०-46)

## इंटरनेट समाचार

जोधपुर। काले हिरण के शिकार के मामले में जोधपुर की अदालत में सलमान खान को छोड़कर बाकी चारों आरोपियों के खिलाफ आरोप तय हो गए हैं। इन लोगों पर शिकार करने और शिकार के लिए उकसाने के आरोप तय किए गए हैं। सितारों ने अदालत में आरोप को नकारा है। अब इस मामले में अगली सुनवाई 27 अप्रैल को होगी। सलमान खान कोर्ट में पेश नहीं हुए, इसलिए उनके खिलाफ आरोप तय नहीं हुआ। (साभार, नवभारत टाइम्स डॉट इंडिया टाइम्स डॉट कॉम, 23 मार्च 2013)

## अभ्यास प्रश्न

1. समाचारों के वर्गीकरण के आधारों की चर्चा करते हुए माध्यम पर आधारित समाचारों को सोदाहरण समझाइए।

### 5. काल पर आधारित समाचार

समाचारों का यह निर्धारण इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों को ध्यान में रखकर किया गया है। समाचारपत्र में कॉलम व स्थान पर समाचार आधारित होते हैं। रेडियो और टेलीविजन में समय की अवधि प्रमुख होती है। रेडियो में यह अवधि 5 मिनट भी हो सकती है और 15 मिनट भी। टेलीविजन तथा चैनलों पर समाचार की अवधि 5 मिनट से लेकर 1 घंटा तक हो सकती है। डी. डी. न्यूज पर हिंदी समाचार रात्रि 8 से 9 और अंग्रेजी समाचार रात्रि 9 से 10 बजे तक आते हैं।

### 6. विषय पर आधारित समाचार

अब तक आप काल, माध्यम, स्थल, घटना और स्वरूप आधारित समाचारों से परिचित हो चुके हैं। आइए अब आपको विषय पर आधारित समाचारों के बारे में विस्तार से समझाते हैं। समाचारों का यह वर्गीकरण विशेष महत्त्व रखता है क्योंकि जनसामान्य की रुचि विभिन्न विषयक समाचारों में रहती है। ये समाचार राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक, रक्षा संबंधी आदि किसी भी प्रकार के हो सकते हैं। इनका विवेचन इस प्रकार है-

#### i. राजनीतिक समाचार

राजनीति भारतीय जीवन का अहम अंग हो गई है और जनता ऐसे समाचारों में रुचि लेने लगी है। इन समाचारों में भारतीय लोकतंत्र के विभिन्न अंगों कार्यपालिका, न्यायपालिका और विधायिका का उल्लेख होता है। राष्ट्रपति के निर्णय, उनका कार्यकलाप, उनका अभिभाषण राजनीतिक समाचारों का बिंदु बनता है। चाहे अपराधियों को फाँसी की सजा से छूट देने का मामला हो या इन मसलों पर यथास्थिति बनाए रखने का मामला हो। लोगों की रुचि इन निर्णयों में रहती है। राष्ट्रपति और प्रधानमंत्री के मतभेद, प्रधानमंत्री और विभिन्न मंत्रियों के मतभेद ऐसे समाचारों का आधार बनते हैं।

संसद या विधानसभा (राज्य के संबंध में) की कार्यवाही जनता का आकर्षण का केंद्र बनती है। विभिन्न नेताओं का व्यवहार, भाषण शैली, विचार-दृष्टि, बहस, विरोध व समर्थन आदि इन समाचारों को विशिष्ट बना देते हैं। अन्ना हजारे आंदोलन के दौरान नेताओं की भाषणबाजी और चालबाजियों को समाचारपत्रों ने अपना केंद्र बनाया था।

प्रधानमंत्री और मंत्रिपरिषद की जनविरोधी नीतियां और उपलब्धियां भी समाचारों के रूप में प्रकाशित-प्रसारित होती हैं जो सरकार के निर्णयों और लोकप्रियता को सामने लाते हैं। भारतीय लोकतंत्र के अभिन्न अंग न्यायपालिका की सूचनाएं भी महत्त्व रखती हैं। ऐसी सूचनाओं में न्यायाधीशों की विलंब से नियुक्ति, न्यायाधीशों के रिक्त पद न भरा जाना, नेताओं को शीघ्र जमानत मिल जाना, राजनीतिक मामलों में लिप्त नेताओं के संबंध में देरी से निर्णय करना, जिनके पीछे किसी-किसी रूप में राजनीतिक स्वार्थ छिपा रहता है, इन समाचारों का आधार बन

जाते हैं। स्पैक्ट्रम घोटाले, कॉमनवेल्थ घोटाले में लिप्त नेताओं पर न्यायपालिका के निर्णय इस संबंध में देखे जा सकते हैं।

विभिन्न राजनीतिक दलों का गठजोड़, विभिन्न राजनीतिक दलों का गठबंधन टूटना, उनकी आपसी खींचतान, आरोप-प्रत्यारोप और इनके बावजूद एक बने रहने की मजबूरी, राजनीतिक अपराधीकरण इन समाचारों में दिखाई देता है। प्रायः राजनीतिक दलों का लक्ष्य सत्तारूढ़ दल का विरोध करना रहता है, भले ही सरकार की नीति जनहित में हो, उनके नजरिए को भी ऐसे समाचार सामने लाते हैं। कभी-कभी छुटभैये नेता भी इन समाचारों में अपना स्थान बना लेते हैं। ऐसा वे अपने स्तर पर पत्रकार सम्मेलन बुलाकर करते हैं। विभिन्न दलों और नेताओं की आपसी अतःकलह भी इन समाचारों में जान डाल देती है। कई बार केंद्र सरकार और राज्य सरकारों चुनावों को सामने रखकर विभिन्न संशोधन करते हैं और छूट देते हैं ताकि जनता के वोटों को कैश किया जा सके। केंद्र सरकार संविधान में संशोधन करती है और अध्यादेश जारी करती है ताकि जनसामान्य पर प्रभाव पड़ सके और उन्हें लगे कि सरकार उनके लिए कुछ कर रही है। इन्हें इन समाचारों में उभारा जाता है।

## ii. संसदीय समाचार-

संसद देश की सबसे बड़ी सत्ता है जहां देशभर से चुने हुए जनप्रतिनिधि बैठते हैं और देश के बारे में अनेक निर्णय लेते हैं, नीतियां बनाते हैं, संविधान में संशोधन करते हैं। इसकी प्रत्येक गतिविधि समाचारों का आधार बनती है चाहे वह कोई मुद्दा हो, बहस हो, शेरों-शायरी हो, एक-दूसरे पर ली गई चुटकियां हों, आक्षेप हो और आक्षेप के बाद क्षमा-याचना हो, पूरक प्रश्न हों या तारांकित/अतारांकित प्रश्न हों या शून्यकाल हो, बजट हो, विभिन्न प्रकार की रिपोर्ट हों। इन समाचारों की प्रकृति औपचारिकता से पूर्ण होती है और इन्हें अत्यंत गंभीरता के साथ लिखा और प्रकाशित किया जाता है। प्रायः वरिष्ठ संवाददाता को ऐसे समाचारों के संकलन और लेखन का कार्य दिया जाता है। इसीलिए इन समाचारों में नेताओं के उन्हीं शब्दों और वाक्यों को रखा जाता है जो वे सदन में बोलते हैं।

ऐसे समाचारों में पत्रकारों की विभिन्न सांसदों और मंत्रियों से की गई बातचीत भी रोचकता पैदा करती है। इन समाचारों का लेखन करने वाले संवाददाताओं को पहले ही दिन विशेष की कार्यसूची, तारांकित/अतारांकित प्रश्नों की सूचियां आदि उपलब्ध कराई जाती है ताकि संवाददाता को समाचार लेखन में कोई दिक्कत न आए।

संसदीय समाचारों के प्रकाशन/प्रसारण में विशेष सावधानी भी आवश्यक है ताकि संसदीय विशेषाधिकार और अवमानना संबंधी कार्यवाही का सामना न करना पड़े। इन समाचारों में गलत रिपोर्ट देना, गोपनीय सूचना को संकलित या प्रकाशित करना संवाददाता के लिए ठीक नहीं रहता। उसे संसदीय प्रक्रियाओं, परंपराओं और सिद्धांतों से अवगत होना चाहिए।

### iii. रक्षा समाचार

ये समाचार राष्ट्रीय सुरक्षा से जुड़े होते हैं। इन समाचारों का उद्देश्य देश की सुरक्षा, युद्ध आदि के बारे में संतुलित प्रस्तुति करना होता है। सैनिकों को दी जाने वाली सुविधाएं, बजट में उन्हें दी जा रही छूट, सेना के शस्त्र संबंधी उत्पादन और नवीन आविष्कारों से जुड़े बिंदु इन समाचारों में उभारे जाते हैं।

इन समाचारों के संबंध में संवाददाता को रक्षा क्षेत्र से जुड़े कर्मचारियों के पद, सैन्य टुकड़ी व उसके पास उपलब्ध सैन्य संसाधन, सैनिकों की दैनिक दिनचर्या और क्रियाकलाप आदि को ध्यान में रखना चाहिए। उसके पास तुलनात्मक दृष्टि भी हो जो दो देशों की सैन्य-संसाधन व सैन्य उपकरणों की तुलना कर सके, जैसे अक्सर भारत, पाकिस्तान और चीन की सैन्य-क्षमता की तुलना संबंधी समाचार पत्रों में प्रकाशित होते हैं और लोगों को पता चलता है कि रक्षा संबंधी मामले में भिन्न-भिन्न देशों की क्या तैयारियां हैं? अभी हाल ही में अनेक समाचारपत्रों ने उत्तर कोरिया और दक्षिण कोरिया की सैन्य क्षमता के बारे में तुलनात्मक अध्ययन से परिपूर्ण समाचारों को प्रस्तुत किया है।

इन समाचारों का उद्देश्य देश में भय का वातावरण बनाना नहीं होना चाहिए बल्कि वास्तविक स्थिति का निरूपण होना चाहिए। एक पत्रकार को सीमा-क्षेत्र पर भी जाना पड़ सकता है और वहां की स्थितियों से दो-चार होना पड़ सकता है, उन सबका विवरण ऐसे समाचारों के केंद्र में रहता है।

### iv. अपराध समाचार

अपराध समाचार एक बहुत बड़े पाठकवर्ग को लुभाते हैं चाहे वे समाचारपत्र में प्रकाशित हों या रेडियो और टेलीविजन पर प्रसारित हों। तुलसीदास ने लिखा है कि 'गुण दोषमय सब संसार' अर्थात् संसार में अच्छे लोग भी हैं और बुरे लोग भी। इसलिए अपराध भी होते हैं। क्रिचफील्ड ने कहा है कि 'अपराध समाचारों का संकलन और लेखन संवाददाता को अपनी प्रतिभा चमकाने का अवसर देता है' (उद्धृत, प्रो० विजय कुलश्रेष्ठ, समाचारपत्र माध्यम: स्वरूप एवं संरचना, पृ० 52) पूरे विश्व में अपराध रोकने के लिए कानून हैं लेकिन फिर भी अपराध होते हैं। इन अपराधों की सूचना देना ही अपराध समाचार के मूल में निहित है। दिल्ली में हुए गैंगरेप का समाचार अपराध समाचार ही है जिसने भारत ही नहीं बल्कि पूरे विश्व में हलचल मचा दी।

अपराध समाचार को प्रकाशित करने और लेखन करने में अत्यंत सतर्कता और अनुभव की आवश्यकता रहती है क्योंकि सही और गलत का निर्णय करने की क्षमता की आवश्यकता पत्रकार/संवाददाता का पड़ती है। कई बार अपराध समाचार देने के साथ-साथ संवाददाता ट्रायल

भी करने लगता है जो कि गलत है क्योंकि यह तो अदालत का काम है। अपराध समाचार का लेखन तब तक नहीं किया जाना चाहिए जब तक किसी अपराध के बारे में ठोस जानकारी नहीं मिल जाए। सार्वजनिक प्रमाणों से पुष्टि अवश्य होनी चाहिए।

एक अच्छे संवाददाता को इन समाचारों के लेखन से पूर्व दीवानी और फौजदारी कानूनों का भली-भांति ज्ञान भी रखना चाहिए। अपराध समाचार लेखन करने वाले संवाददाता को अपराधों के प्रकार भी पता होने चाहिए। जैसे, हत्या (चाहे वह जानबूझकर की गई हो या भावनावश होकर की गई हो), आत्महत्या, अपहरण, किसी को गंभीर रूप से घायल करना, चोरी करना, डाका डालना, गबन करना, धोखाधड़ी करना, माल हड़पना, झूठी गवाही देना, आपराधिक षड्यंत्र करना, आग लगाना, न्यायिक-प्रक्रिया में बाधा पहुंचाना, शांति भंग करना, जुआ, सार्वजनिक रूप से मद्यपान करना, यौन अपराध, नरबलि, दहेज मांगना, बाल-विवाह, प्रेम-विवाह, वेश्यावृत्ति, दंगा-झगड़ा, लूटपाट आदि।

इन समाचारों में पक्षपात नहीं दिखना चाहिए। उसमें पीड़ित के प्रति संवेदना तो हो लेकिन आरोपी के प्रति दुराग्रह भी न हो बल्कि दोनों पक्षों का विवेचन संतुलित हो। कभी-कभी समाचार दे दिया जाता है लेकिन बाद में कहानी कुछ और निकलती है। इससे संवाददाता और समाचारपत्र दोनों की प्रतिष्ठा प्रभावित होती है। निजी रंजिश के उद्देश्य से भी समाचार नहीं बनाया जाना चाहिए। इन समाचारों में मीडिया-स्वायत्तता के नाम पर किसी व्यक्ति के निजी जीवन में झांकने और हस्तक्षेप करने की कोशिश नहीं होनी चाहिए। आपराधियों को महिमामंडित या हीरो सिद्ध करने की कोशिश भी नहीं होनी चाहिए। ऐसे समाचारों से उत्तेजना फैलती है और व्यवस्था में सुधार की बजाय अनेक लोग प्रेरणा लेकर अपराध करने लगते हैं और उसे सही मानने लगते हैं।

इन समाचारों में गलत जानकारी देने से किसी की भी मानहानि हो सकती है जो बाद में पत्र और पत्रकार दोनों के लिए खतरे का संकेत है। किसी मामले में पहले व्यक्ति आरोपी होता है, अपराधी नहीं, अपराधी तो आरोपी को अदालत तय करती है। आरोपी यदि प्रसिद्ध व्यक्ति है तब तो अत्यंत सावधानी की आवश्यकता है क्योंकि यह प्रतिष्ठा से जुड़ा प्रश्न है। अपराध समाचारों के लिए सामग्री प्रायः पुलिस से मिलती है जो पूरी तरह प्रामाणिक हो, जरूरी नहीं है, अतः उस जानकारी की गहरी छानबीन की अपेक्षा रहती है।

---

## अभ्यास प्रश्न

---

2. अपराध समाचार क्या है? उन पर एक टिप्पणी लिखिए।

### v. खेल समाचार

अत्यंत प्राचीन काल से लोगों की खेलों में रुचि रही है और आज भी यह स्थिति विद्यमान है। हाकी, क्रिकेट, फुटबाल, टेनिस, बैडमिंटन आदि विभिन्न खेलों में लोगों की दिलचस्पी देखते ही

बनती है। कई खेलों की खबरें तो लोग जूनून की तरह पढ़ते हैं और देखते हैं। अतः इस क्षेत्र-विशेष में समाचार लेखन किया जाता है।

खेल समाचारों के संबंध में यह आवश्यक है कि संवाददाता को विभिन्न खेलों, उनके नियमों, खिलाड़ियों, उनके नामों, कोचों, खेल संस्थाओं के बारे में व्यवस्थित जानकारी हो। कौन से खेल राष्ट्रीय स्तर के हैं और कौन से खेल अंतर्राष्ट्रीय स्तर के हैं, इसकी जानकारी भी होनी चाहिए। भारतीय, एशियन, ओलंपिक प्रतियोगिताओं से भी उसे परिचित होना चाहिए। तभी खेल समाचार लेखन सफल हो पाएगा और संवाददाता की पहचान बन पाएगी।

खेल समाचार में रोमांच का महत्वपूर्ण स्थान होता है लेकिन इसका यह अर्थ नहीं है कि तथ्यों को भुला ही दिया जाए या उनसे छेड़छाड़ की जाए। पाठक तथ्यों के साथ-साथ रोमांच की अनुभूति चाहता है इसीलिए खेल समाचार का प्रस्तुतीकरण दृश्य-रूपात्मक होना चाहिए। उसमें संवाददाता की कुशलता और सटीक शब्द-चयन की क्षमता दिखाई देनी चाहिए। पाठक की रुचि इस बात में होती है कि किस खिलाड़ी ने मैदान में कब क्या किया? वह 'एक्शन' के बारे में जानने को उत्सुक होता है। अतः खेल समाचार में उसे ही प्रस्तुत करना चाहिए। साथ में रिकार्ड संबंधी जानकारी देने से भी पाठक का आकर्षण समाचारपत्र की ओर होता है और वह समाचार पढ़ने को लालायित होता है।

खेल समाचारों में आंकड़े भी देने चाहिए और दृष्टि भी तुलनात्मक होनी चाहिए। दोनों टीमों के खेल और दो या अनेक खिलाड़ियों के खेल की सटीक तुलना की जानी चाहिए। खेल के चरम बिंदु का उल्लेख समाचार को रोचक बना देता है। समाचार में संवाददाता की निरीक्षण शक्ति की झलक दिखाई देनी चाहिए। छोटी से छोटी जानकारी उसके लिए महत्व की हो सकती है। इसका उसे ध्यान रखना चाहिए। खेल समाचारों में तालिका का उल्लेख अवश्य करना चाहिए। इस पर दृष्टि डालते ही पाठक खेल का परिणाम समझ लेता है। यह क्रिकेट मैचों के लिए सर्वाधिक उपयोगी है। खेल समाचार का उदाहरण 'माध्यम पर आधारित समाचार' में देखा जा सकता है।

#### vi. साहित्यिक-सांस्कृतिक समाचार

साहित्यिक-सांस्कृतिक समाचार भी समाचारपत्रों का अंग बनते हैं। कभी-कभी किसी विशेष संवाददाता को इन समाचारों को तैयार करने का काम दिया जाता है। ऐसे समाचार समाज की साहित्यिक-सांस्कृतिक रुचि का परिचय देते हैं। इन समाचारों से यह ज्ञात होता है कि साहित्य की विभिन्न विधाओं - उपन्यास, कहानी, नाटक, निबंध, संस्मरण, रेखाचित्र, जीवनी, आत्मकथा, आलोचना आदि के क्षेत्र में क्या नया लेखन हो रहा है? विभिन्न समुदायों की सांस्कृतिक गतिविधियों, रीति-रिवाजों, आचार-विचारों से भी जनसामान्य अवगत होता है और नई-नई जानकारियों से अपने आपको लाभान्वित करता है। नृत्य, संगीत, कवि-सम्मेलन, मुशायरा, रंगकर्म और रंगोत्सव की जानकारी इन समाचारों में रहती है। 'भारत रंग महोत्सव' के

संबंध में अक्सर समाचार प्रकाशित होते हैं। पुस्तक मेले की व्यापक सूचना इन समाचारों से ही मुखरित होती है, पुस्तकों के विमोचन आदि को ये समाचार अपना विषय बनाते हैं।

विभिन्न साहित्यिक चर्चाएं, विवाद और बहसों इन समाचारों को रोचकता और नवीनता प्रदान करती हैं और पाठकों को इनमें रस मिलता है। भिन्न-भिन्न पत्रिकाओं के नए अंकों की सूचना भी प्रदान की जाती है। वस्तुतः ये समाचार किसी समाज की साहित्य और संस्कृति के प्रति रुचि और रुझान को सामने लाते हैं।

### vii. खोजी समाचार

खोजी समाचार में गलत कार्यों का भंडाफोड़ किया जाता है। यह व्यक्तिगत स्तर पर भी होता है और सार्वजनिक स्तर पर भी। ऐसे समाचारों में जनहित सर्वोपरि होता है। समाज को एक स्वस्थ दिशा और दृष्टि देना इन समाचारों का उद्देश्य होता है। इन समाचारों को पत्रकारिता की भाषा में 'स्कूप समाचार' या 'एक्सक्लूसिव' के नाम से जाना जाता है। भागलपुर गंगाजल कांड, ए० आर० अंतुले का सीमेंट कांड आदि खोजी समाचार के उत्तम उदाहरण हैं।

खोजी समाचार के लिए एक पत्रकार में ज्ञान, योग्यता और अनुभव तीनों का समावेश होना चाहिए। उसे धैर्यवान, जिज्ञासु, शक्की और एकाग्रचित होना चाहिए। वह विशिष्ट की खोज करे लेकिन सामान्य व्यक्ति बनकर, तभी वह अपनी पहचान छिपा पाएगा और अपने लक्ष्य में सफल हो पाएगा।

खोजी समाचारों में विश्वसनीयता, स्पष्टता और शुद्धता एक महत्वपूर्ण बिंदु है। इसीलिए इन समाचारों में इन्हें बनाए रखने के लिए अनेक प्रकार से तथ्यों की पुष्टि करना आवश्यक है। समाचार अर्धसत्यों तथा झूठ पर टिका नहीं होना चाहिए। ऐसी स्थिति में समाचार गलत हो सकता है और समाचार गलत जाने पर जान का जोखिम भी रहता है। किसी को ब्लैकमेल करने या बदनाम करने के उद्देश्य से ये समाचार प्रकाशित नहीं किए जाने चाहिए। ये समाचार अभिलेखों, दस्तावेजों और साक्ष्यों की पूरी जांच-पड़ताल के बाद विश्लेषण करते हुए लिखे जाने चाहिए। इन समाचारों में तथ्यों को छिपाने का प्रयास नहीं होना चाहिए और विषय ऐसा हो जो यह साबित करे कि उसे जानना लोगों के लिए आवश्यक था।

खोजी समाचारों की प्रक्रिया के तीन चरण होते हैं - (1) गड़बड़ी का स्थान निर्धारण, (2) अन्वेषण और (3) संबंधित व्यक्तियों से संपर्क-स्थापना। इन सभी प्रक्रियाओं में आने वाली रुकावटों को दूर करने की क्षमता भी पत्रकार में होनी चाहिए।

### viii. सामाजिक समाचार

सामाजिक समाचारों में सामाजिक समस्याओं और विसंगतियों को उभारा जाता है। इन समाचारों में पारिवारिक कलह, दांपत्य जीवन का बिखराव, जातीय द्वेष, सामाजिक उत्पीड़न

संबंधी समाचारों को लिया जा सकता है। विभिन्न समाजों की गतिविधियां भी इनमें शामिल की जा सकती हैं। उनका नया दृष्टिकोण, नई पहल पर समाचार बन सकते हैं।

### ix. अदालती समाचार

न्यायालय भारतीय लोकतंत्र का तीसरा महत्वपूर्ण स्तंभ है। उसके निर्णय, उसकी कार्यप्रणाली, जजों का आचरण आदि सभी में लोगों को रुचि होती है और इसी को ध्यान में रखते हुए समाचारपत्रों में अदालती समाचारों को प्रकाशन होता है।

ये समाचार पर्याप्त सावधानी, निष्पक्षता और संतुलन की अपेक्षा करते हैं। इन समाचारों का लेखन करने वाले संवाददाता को कानूनी पहलुओं की जानकारी होना आवश्यक है। उसे अदालती भाषा और तकनीकी शब्दों की जानकारी भी होनी चाहिए। विभिन्न अदालतों का अधिकार-क्षेत्र सीमित होता है, इसका भी पता रहना चाहिए। इन समाचारों में न तो अदालत के कामकाज पर, उसके निर्णयों पर और न ही जजों पर कोई टिप्पणी की जा सकती है अन्यथा मानहानि या अदालत की अवमानना का आरोप भुगतना पड़ सकता है। बेसिर-पैर के आरोपों से पत्रकारों को इन समाचारों के लेखन में बचना चाहिए क्योंकि बाद में उन्हें इन आरोपों को सिद्ध करने में कठिनाई आ सकती है।

ये समाचार निचली अदालतों से भी संबद्ध होते हैं और उच्च और सर्वोच्च न्यायालय से भी जुड़े होते हैं। सत्र न्यायालय, सीबीआई न्यायालय से भी समाचार जुड़े होते हैं। इन समाचारों में न्यायालय के निर्णयों का तर्कपूर्ण विश्लेषण हो सकता है लेकिन ऐसा नहीं होना चाहिए कि उस विश्लेषण से न्यायिक प्रक्रिया में बाधा आने लगे।

अदालती समाचारों में निम्नलिखित बिंदुओं को उजागर किया जा सकता है-

- i. पुलिस का रवैया और गवाहों की स्थिति। इसमें सरकारी गवाह की स्थिति और प्रकृति भी ली जा सकती है।
- ii. गवाहों को मिलने वाली धमकियां।
- iii. मुकद्दमा लड़ने वालों की परेशानियों और शोषण का जिक्र करना।
- iv. अदालत का विभिन्न मामलों में रुखा।
- v. अदालती मामलों का देरी से होने वाला फैसला।
- vi. मुकद्दमा चलने का समय और निपटने की स्थिति।
- vii. जजों के रिक्त पद और अदालत पर पड़ने वाले बोझ का स्वरूप आदि।

यहां यह उल्लेखनीय है कि लोगों की रुचि सिविल अदालतों के मामलों में नहीं रहती क्योंकि इन अदालतों में मामलों की भरमार होती है और ये मामले वर्षों विचाराधीन रहते हैं। उनकी रुचि उच्च या उच्चतम न्यायालय के मामलों में अधिक होती है। समाचारों को रोचक बनाने के लिए वकीलों से संपर्क भी किया जा सकता है ताकि किसी निर्णय की सही व्याख्या समझ में आ सके। बेहतर यही रहता है कि समाचार बनाने से पूर्ण निर्णय को सही प्रकार से देखा जाए, समझा

जाए और पूरा पढ़ा जाए। एक-एक शब्द और पंक्ति का महत्त्व होता है, इस बात का सदैव ध्यान रखा जाना चाहिए।

#### x. विज्ञान समाचार

वैज्ञानिक शोधों से संबंधित समाचारों का जीवन में विशिष्ट महत्त्व रहता है। विज्ञान पत्रकारिता एक पूरी शाखा है। ये समाचार विभिन्न वैज्ञानिक परिवर्तनों, विकास, अनुसंधान, सरकारी नीतियों और बेरुखी को सामने रखते हैं। इन समाचारों की भाषा में तकनीकी पक्ष प्रबल होता है अतः उनका प्रस्तुतीकरण ऐसा होना चाहिए कि पाठक तक मंतव्य संप्रेषित हो जाए। इन समाचारों को पठनीय बनाने के लिए सामान्य पाठकों की भाषा अपनाई जानी चाहिए। तथ्य हों लेकिन बोझिलता न हो। इन समाचारों के आधार विज्ञान-संस्थाओं द्वारा प्रकाशित वार्षिक रिपोर्ट्स, सम्मेलनों में प्रस्तुत शोध-पत्र, सरकारी व अन्य विज्ञप्तियां, किसी वैज्ञानिक की स्वतंत्र रूप से की गई खोज आदि हो सकते हैं।

यहां यह उल्लेखनीय है कि ये समाचार सोद्देश्य होते हैं न कि घटना-प्रधान। इनका उद्देश्य मनोरंजन नहीं है। इन समाचारों में प्रायः अनुवाद की भाषा भी देखने को मिलती है।

#### xi. आर्थिक और वाणिज्य समाचार

इन समाचारों में सरकार की आर्थिक नीतियों, आर्थिक गतिविधियों और देश की जनता पर पड़ने वाले प्रभावों की प्रस्तुति की जाती है। दैनिक समाचारपत्रों में पूरा एक पृष्ठ इस प्रकार के (आर्थिक-वाणिज्यिक) समाचारों के लिए सुरक्षित रहता है। विभिन्न आयोगों की रिपोर्ट, विभिन्न मंत्रालयों की मांगें, विश्व बैंक, अंतरराष्ट्रीय मुद्रा कोष, फिक्की, निजी संगठनों आदि से संबंधित सूचनाएं आर्थिक समाचार बन सकती हैं। वाणिज्य समाचारों के केंद्र में दैनंदिन बाजार भाव, आयात-निर्यात, उत्पादन, मुद्रा-विनिमय, मंडी-समीक्षा, शेयर बाजार आदि रहते हैं। कंपनियों के संबंध में समाचार भी इसी वर्ग के तहत रखे जाते हैं।

इन समाचारों को प्रस्तुत करने वाले संवाददाता को आर्थिक मामलों की अच्छी समझ होनी चाहिए। उसके पास तार्किक क्षमता और व्यावहारिक ज्ञान होना चाहिए। बजट की विशेषताओं को समझाने की कोशिश भी इन समाचारों में रहती है। लोगों को शेयर बाजार व मंडी में विभिन्न धातुओं, अनाजों की उठापटक की जानकारी इन समाचारों से मिलती है।

#### xii. पर्यावरण समाचार

इन समाचारों का उद्देश्य लोगों में पर्यावरण के प्रति जागरूकता का प्रचार-प्रसार करना होता है। वर्तमान समय में पर्यावरण के महत्त्व को देखते हुए समाचारपत्रों में ऐसे समाचारों को विशेष स्थान दिया जाता है। इन समाचारों के माध्यम से लोगों को जल-संरक्षण, वायु-प्रदूषण, ध्वनि-प्रदूषण, जल की कमी, वन-कटाव, अत्यधिक खनन, जल-प्रदूषण आदि के प्रति चेताया जाता है।

ताकि लोग अपने आप को नियंत्रित करें और पर्यावरण की रक्षा और विकास पर ध्यान दें। विभिन्न सरकारी और गैर सरकारी संस्थाओं द्वारा किए गए कामों को भी इनमें सामने रखा जाता है। नर्मदा बांध परियोजना, गंगा की स्वच्छता से जुड़े अभियान से संबंधित समाचार यहां उल्लेखनीय हैं।

### xiii. चुनाव समाचार

भारतीय लोकतंत्र में चुनाव एक उत्सव के समान है। उससे संबंधित समाचार भी समाचारपत्रों में प्रकाशित होते हैं। इन समाचारों में विभिन्न दलों की चुनावी रणनीतियों, नेताओं के भाषणों, उनकी अपीलों, किसी प्रत्याशी की मृत्यु, चुनाव निरस्त हो जाना या अयोग्य घोषित होना आदि उल्लिखित होते हैं। मतदाता सूचियों में होने वाली गड़बड़ियों पर भी समाचार प्रस्तुत किए जाते हैं। अनेक समाचारों में चुनाव कार्यालय का दृश्य का उल्लेख रहता है तो अनेक समाचारों में जातीय, वर्गीय और धार्मिक समीकरणों की चर्चा होती है। विभिन्न दलों के चुनावी गठजोड़ का समाचार भी लोगों को आकर्षित करता है। प्रत्याशियों की संख्या, उनकी चुनाव संबंधी तैयारियों, मतगणना और चुनाव परिणामों, चुनाव-क्षेत्र में जनता में प्रत्याशी की इमेज आदि के समाचार रोचकता पैदा करते हैं। इन समाचारों में प्रायः संवाददाताओं का प्रत्याशियों और दलों का प्रवक्ता बन जाने का खतरा रहता है, इससे मुक्त रहना संवाददाताओं के लिए आवश्यक है। चुनाव परिणाम से संबंधित समाचार पूरी छानबीन के बाद देना उचित रहता है।

### xiv. विकास समाचार

विकास समाचारों का उद्देश्य सरकार के द्वारा किए गए देश के विकास को सामने लाना है। इन समाचारों में संवाददाता विभिन्न सरकारी विभागों की ओर से विकास हेतु अपनाई जा रही योजनाओं और कार्यक्रमों की सूचनाएं देता है। इन समाचारों से जनता के मन में सरकारी योजनाओं के प्रति जागरूकता और विश्वास पैदा कराया जाता है। नई सड़कों का विकास, रेल का विकास, स्वच्छ पानी की व्यवस्था, दूरसंचार व्यवस्था, स्वास्थ्य योजनाएं आदि विकास समाचारों के केंद्र में होती हैं। हिंदुस्तान, दैनिक भास्कर आदि समाचारपत्र इन समाचारों को प्रकाशित करते हैं।

इन प्रकारों के अतिरिक्त कृषि समाचार, रोजगार समाचार, फिल्मी समाचार आदि भी समाचारपत्रों में प्रकाशित होते हैं जो उन लोगों हेतु सूचना की पूर्ति करते हैं जो इस प्रकार के समाचारों के इच्छुक रहते हैं।

## अभ्यास प्रश्न

3. विषय पर आधारित समाचारों का उल्लेख करते हुए अदालती समाचारों और खोजी समाचारों के स्वरूप पर प्रकाश डालिए।

4. समाचारों के निम्नलिखित प्रकारों पर संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए-

- i. राजनीतिक समाचार
- ii. खेल समाचार
- iii. साहित्यिक-सांस्कृतिक समाचार
- iv. रक्षा समाचार

#### 10.4 सारांश

समाचारों का स्वरूप, आकार, काल, स्थल, माध्यम और विषय के आधार पर वर्गीकरण किया गया है। स्वरूप के आधार पर समाचारों को सीधा और व्याख्यात्मक समाचारों में बांटा गया है। घटना के महत्त्व के आधार पर इन्हें विशिष्ट और व्यापी में बांटा गया है। स्थल के आधार पर स्थानीय, प्रांतीय, राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय में इनका विभाजन किया गया है। माध्यम के आधार पर इनके रूप हैं समाचारपत्र के लिए समाचार, रेडियो समाचार, टेलीविजन समाचार और इंटरनेट समाचार। काल के आधार पर इन्हें समय-सीमा के तहत रखा गया है और विषय के आधार पर इनके अनेक प्रकार हैं, जैसे राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक आदि।

राजनीतिक समाचारों में राजनैतिक गतिविधियों को सामने रखा जाता है तो विकास समाचारों में राष्ट्र के विकास से जुड़ी हुई योजनाओं की सूचना और प्रगति को सूचित किया जाता है। सामाजिक-साहित्यिक समाचारों में साहित्य और संस्कृति के विभिन्न पक्षों पर जानकारी होती है और खेल समाचारों का उद्देश्य खेल प्रेमियों को संतुष्ट करना होता है। वैज्ञानिकों और शोधकर्ताओं के लिए विज्ञान समाचार, कृषकों के लिए कृषि समाचार, पेज श्री की इच्छा रखने वालों के लिए अपराध समाचार प्रस्तुत किए जाते हैं। इसी प्रकार चुनाव समाचारों में चुनाव संबंधी, आर्थिक और वाणिज्य समाचारों में अर्थ और बाजार संबंधी, पर्यावरण समाचारों में पर्यावरण संबंधी, अदालती समाचारों में अदालत संबंधी, रक्षा समाचार में देश की सुरक्षा से संबंधित, संसदीय समाचारों में संसद की कार्यप्रणाली संबंधी और खोजी समाचारों में भ्रष्टाचार संबंधी जानकारियां रहती हैं।

### 10.5 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर

1. समाचारों के वर्गीकरण के आधारों की चर्चा करते हुए माध्यम पर आधारित समाचारों को सोदाहरण समझाइए। देखिए मुख्य शीर्षक 113 और उपशीर्षक 11314
  2. अपराध समाचार क्या है? उन पर एक टिप्पणी लिखिए। देखिए मुख्य शीर्षक 11316 का उपभाग 1131614
  3. विषय पर आधारित समाचारों का उल्लेख करते हुए अदालती समाचारों और खोजी समाचारों के स्वरूप पर प्रकाश डालिए। देखिए मुख्य शीर्षक 11316 का उपभाग 1131617 और उपभाग 1131619
  4. समाचारों के निम्नलिखित प्रकारों पर संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए-
    - i. राजनीतिक समाचार
    - ii. खेल समाचार
    - iii. साहित्यिक-सांस्कृतिक समाचार
    - iv. रक्षा समाचार
- देखिए मुख्य शीर्षक 11316 का उपभाग 1131611, 1131615, 1131616 और 1131613,

### 10.6 संदर्भ ग्रंथ सूची

1. डॉ० अर्जुन तिवारी, आधुनिक पत्रकारिता, (1994), विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी
2. श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी, समाचार संपादन, (1969) एकेडमी पब्लिशर्स, नई दिल्ली
3. श्री नंदकिशोर त्रिखा, समाचार संकलन और लेखन, (1997) उत्तरप्रदेश हिंदी संस्थान, लखनऊ
4. श्री राजेंद्र, संवाद और संवाददाता, (1983) हरियाणा साहित्य अकादमी, चंडीगढ़
5. काशीनाथ गोविंद जोगलेकर, समाचार और संवाददाता, (1997) विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी
6. डॉ० संजीव भानावत, समाचार लेखन के सिद्धांत और तकनीक, (1988) यूनिवर्सिटी पब्लिकेशन्स, जयपुर
7. डॉ० हरिमोहन, समाचार, फीचर लेखन एवं संपादन कला (1999), तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
8. प्रो० विजय कुलश्रेष्ठ, समाचारपत्र माध्यम: स्वरूप एवं संरचना (2011), नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर
9. ओमकार चौधरी, टेलीविजन पत्रकारिता, हरियाणा साहित्य अकादमी, चंडीगढ़

- 
10. डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र, मीडिया लेखन: सिद्धांत और व्यवहार, तृतीय संस्करण, (2013), संजय प्रकाशन, दिल्ली

---

### 10.7 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

1. संपा. प्रो. रमेश जैन, जनसंचार विश्वकोश, (2007), नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर
2. संपा. डॉ. वेदप्रताप वैदिक, हिंदी पत्रकारिता: विविध आयाम, हिंदी बुक सेंटर, दिल्ली
3. प्रो. विजय कुलश्रेष्ठ, हिंदी पत्रकारिता और सर्जनात्मक लेखन, (2007), राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर
4. डॉ. यासीन दलाल, डॉ. रमेश कुमार जैन, संवाददाता और समाचार लेखन, (1991), राजस्थान प्रकाशन, जयपुर

---

**इकाई 11 समाचारपत्र लेखन: स्वरूप और प्रक्रिया**


---

इकाई की संरचना

- 11.1 प्रस्तावना
- 11.2 उद्देश्य
- 11.3 समाचारपत्र की अवधारणा
- 11.4 समाचारपत्र का स्वरूप
- 11.5 समाचारपत्र लेखन
  - 11.5.1 संपादकीय लेखन
  - 11.5.2 फीचर लेखन
  - 11.5.3 अग्रलेख
  - 11.5.4 सामयिक और विशिष्ट लेख
  - 11.5.5 अध्यात्मपरक लेख
  - 11.5.6 संपादक के नाम पत्र
  - 11.5.7 साक्षात्कार लेखन
  - 11.5.8 स्तंभ लेखन
- 11.6 सारांश
- 11.7 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 11.8 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 11.9 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

---

**11.1 प्रस्तावना**


---

यह ग्यारहवीं इकाई है। पिछली इकाइयों में आप समाचार, समाचार लेखन, समाचारों के वर्गीकरण के आधार और भेद से परिचित हो चुके हैं। अब इस इकाई में आप 'समाचारपत्र लेखन: स्वरूप और प्रक्रिया' के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे।

इस इकाई में आप समाचारपत्र की अवधारणा, समाचारपत्र के स्वरूप और समाचारपत्र लेखन से परिचित होंगे। आशा है कि इस इकाई को पढ़ने के बाद आप 'समाचारपत्र लेखन: स्वरूप और प्रक्रिया' को भली-भांति समझ सकेंगे।

## 11.2 उद्देश्य

भारत देश के अधिकांश लोग समाचारपत्र पढ़ते हैं। उसमें प्रकाशित विविध सामग्री पर दृष्टिपात करते हैं लेकिन समाचारपत्र लेखन कैसे होता है, इसे जानने की उन्हें कोई इच्छा नहीं होती। यहां इस इकाई में समाचारपत्र लेखन की प्रस्तुति की जा रही है। इस इकाई को पढ़ने के बाद आप यह जान पाएंगे कि-

1. समाचारपत्र का स्वरूप कैसा होता है ?
2. समाचारपत्र की परिभाषा क्या है और समाचारपत्र लेखन क्या है ?
3. संपादकीय और संपादकीय लेखन क्या है ?
4. फीचर और फीचर लेखन क्या है ?
5. विभिन्न प्रकार के लेखों का लेखन कैसे किया जाता है ?
6. संपादक के नाम पत्र क्या होता है ?
7. साक्षात्कार लेखन कैसे होता है ?

## 11.3 समाचारपत्र की अवधारणा

आइए यह जानें कि समाचारपत्र किसे कहते हैं? समाचारपत्र को भी समाचार की तरह अनेक विचारकों, पत्रकारों आदि ने परिभाषित करने का प्रयास किया लेकिन इसकी परिभाषा पर भी सभी एकमत नहीं हो सके। फिर भी कुछ परिभाषाएं यहां प्रस्तुत हैं -

ब्रिटानिका शब्दकोश के अनुसार 'समाचारपत्र एक बिना जिल्दवाला धारवाही प्रकाशन है, जो नियत समय के अंतराल से प्रकाशित होता है और जिसमें समाचारों को प्रमुखता दी जाती है।'

ब्रिटेन के न्यूज पेपर लाइवल रजिस्ट्रेशन एक्ट में कहा गया है कि 'कोई भी पर्चा समाचारपत्र कहा जाएगा, जिसमें सार्वजनिक समाचार, सूचनाएं प्रकाशित हों अथवा उन समाचारों पर टिप्पणी हो और वह एक निश्चित अवधि के बाद प्रकाशित होता है।'

इसी से मिलती-जुलती परिभाषा अंबिकाप्रसाद वाजपेयी और डॉ. विजय कुलश्रेष्ठ ने दी है। अंबिकाप्रसाद वाजपेयी का कथन है कि 'जिस कागज में सब लोगों के समाचार, जानकारियां, घटनाएं हों और जो बिक्री के लिए नियत स्थान पर छापा जाता हो, वह समाचारपत्र कहलाता है।'

डॉ. विजय कुलश्रेष्ठ के शब्दों में 'समसामयिक सूचनाओं के साथ आवश्यक टिप्पणियों एवं विवरणों के साथ निर्धारित कालक्रम में प्रकाशित होने वाले नियतकालिक को समाचारपत्र कहा जाता है।'

मेनफेड बर्थेल और जगदीश प्रसाद चतुर्वेदी ने समाचारपत्र के गुणों पर प्रकाश डाला है। बर्थेल के अनुसार 'समाचारपत्र निर्दोष के समान श्वेत, पाप समान काला, प्रेमिका के मिलन के समान

क्षणभंगुर, समाचार प्रेषक की भांति समयनिष्ठ और सच्चरित्र पत्नी की भांति सद्व्यवहारी होता है। वहीं जगदीश प्रसाद चतुर्वेदी का कथन है कि 'समाचारपत्र देश की सभ्यता, संस्कृति और शक्ति के प्रतीक होते हैं। इनके द्वारा किसी भी देश और समाज की स्थिति-परिस्थिति का अनुमान लगाया जा सकता है।'

उपर्युक्त परिभाषाओं के आधार पर कहा जा सकता है कि समाचारपत्र समसामयिक समाचार, सूचनाओं, टिप्पणियों आदि से पूर्ण नियत समय के अंतराल से प्रकाशित होने वाला अजिल्द धारावाही प्रकाशन है जिसका उद्देश्य देश-विदेश की सभ्यता-संस्कृति, स्थिति-परिस्थिति आदि का बोध कराना है, जिसमें शुभ-अशुभ दोनों प्रकार की सूचनाओं का सन्निवेश होता है और जो एक दिन के बाद पुराना हो जाता है अर्थात् उसका महत्त्व कम हो जाता है।

#### 11.4 समाचारपत्र का स्वरूप

समाचारपत्र की अवधारणा के बाद यह जानें कि इसका स्वरूप क्या है? समाचारपत्र एक लोकप्रिय जनमाध्यम है। समाचारपत्र दैनिक भी प्रकाशित होते हैं, साप्ताहिक भी प्रकाशित होते हैं और पाक्षिक भी। जैसे 'दैनिक भास्कर', 'हिंदुस्तान', 'नवभारत टाइम्स' आदि दैनिक समाचारपत्र हैं और 'संडे मेल' को साप्ताहिक समाचारपत्र के उदाहरणस्वरूप लिया जा सकता है। यह साप्ताहिक समाचारपत्र अब प्रकाशित नहीं होता। इसके अलावा समाचारपत्र के अन्य भेद माने गए हैं लघु, मध्यम और बड़ा। लघु समाचारपत्र में आठ पृष्ठ होते हैं जिसमें पहला पृष्ठ मुखपृष्ठ होता है। इसमें समाचारपत्र का नाम, कार्टून व समाचार निहित रहते हैं। दूसरे पृष्ठ पर विज्ञापन रहते हैं। ये विज्ञापन वर्गीकृत विज्ञापन होते हैं। तीसरे पृष्ठ पर स्थानीय और संस्थागत समाचार प्रकाशित किए जाते हैं। चौथे पृष्ठ पर संपादकीय, अग्रलेख तथा संपादक के नाम पत्र आदि का प्रकाशन होता है। पाँचवें पृष्ठ पर राशिफल, शेषांश और प्रादेशिक समाचार आदि का प्रस्तुतीकरण होता है। छठा पृष्ठ सांस्कृतिक गतिविधियों, खेल-खिलाड़ी, अंतर्राष्ट्रीय समाचारों से युक्त होता है। सातवें पृष्ठ पर आर्थिक और वाणिज्यिक सूचनाएं रहती हैं और अंतिम पृष्ठ पर कुछ महत्त्वपूर्ण डेडलाइन समाचार, विज्ञापन व प्रेस लाइन आदि मिलती है।

मध्यम श्रेणी के समाचारपत्र में बारह पृष्ठ होते हैं। इस श्रेणी के समाचारपत्र के पहले पृष्ठ पर नाम पत्रिका, प्रमुख समाचार, अन्य समाचार, कार्टून, समाचार संबंधी चित्र आदि का प्रकाशन होता है। दूसरे पृष्ठ पर स्थानीय समाचार रहते हैं और तीसरा पृष्ठ क्षेत्रीय समाचारों से परिपूर्ण रहता है। चौथे पृष्ठ पर वर्गीकृत विज्ञापन मिलते हैं और पांचवें पृष्ठ पर स्थानीय समाचारों का उल्लेख होता है। छठे पृष्ठ पर संपादकीय, अग्रलेख, सामयिक लेख आदि का प्रकाशन होता है और सातवें पृष्ठ पर शेषांश, अंतर्राष्ट्रीय समाचार, विज्ञापन होता है। आठवें पृष्ठ पर विज्ञापन, ग्रामीण समाचार व खेल संबंधी समाचार होते हैं। नवें पृष्ठ पर फीचर, राशिफल, रेडियो और टेलीविजन/चैनलों के कार्यक्रमों की विज्ञप्ति, पाठक-प्रतिक्रिया दी जाती है। दसवें पृष्ठ पर आर्थिक और वाणिज्यिक

समाचार और विज्ञापन दिए जाते हैं। ग्यारहवां पृष्ठ शेयर बाजार और विज्ञापन आदि का प्रस्तुतीकरण होता है। बारहवें पृष्ठ पर डेडलाइन प्राप्त समाचार, चित्र, प्रेस लाइन विज्ञापन आदि निहित रहते हैं।

बड़ा समाचारपत्र प्रायः महानगरों और राज्यों की राजधानियों से प्रकाशित होता है। ऐसे समाचारपत्र में कभी-कभी सोलह पृष्ठ से लेकर चौबीस पृष्ठ तक होते हैं। अंतिम चार या आठ पृष्ठ रंगीन होते हैं और उनका संख्या क्रम 'सत्रह' से न होकर 'एक' से होता है। अंग्रेजी अखबारों में अधिक पृष्ठ प्रकाशित होते हैं। यहां उदाहरणस्वरूप 'दैनिक भास्कर' के दिल्ली संस्करण को लिया जा रहा है। सोलह पृष्ठ के समाचारपत्र का स्वरूप इस प्रकार होता है-

पहला पृष्ठ - नाम पट्टिका, समाचार, समाचारों से संबद्ध चित्र, विज्ञापन।

दूसरा पृष्ठ - दिल्ली के समाचार और उनसे संबद्ध चित्र।

तीसरा पृष्ठ - राजनीतिक समाचार, विज्ञापन (इस पृष्ठ को 'जंतर मंतर' नाम दिया गया है)

चौथा पृष्ठ - शेषांश, तारे सितारे (राशिफल) आश्चर्यजनक और विशेष समाचार आदि। इसे 'भास्कर विशेष' नाम दिया गया है।

पाँचवां पृष्ठ - प्रांतीय समाचार और विज्ञापन। (हरियाणा, पंजाब)

छठा पृष्ठ - विविध और वर्गीकृत विज्ञापन।

सातवां पृष्ठ - प्रांतीय समाचार और विज्ञापन। (मध्यप्रदेश, छत्तीसगढ़)

आठवां पृष्ठ - प्रांतीय समाचार और विज्ञापन। (गुजरात, महाराष्ट्र, हिमाचल)

नवां पृष्ठ - प्रांतीय समाचार (राजस्थान)

दसवां पृष्ठ - प्रांतीय समाचार (उत्तरप्रदेश, बिहार, झारखंड)

ग्यारहवां पृष्ठ - कैरियर मंत्र (सोमवार को प्रकाशित)

बारहवां पृष्ठ - संपादकीय, अग्रलेख, इंटरनेट पर अपलोड की गई सामग्री का प्रकाशन, जीवन-दर्शन आदि।

तेरहवां पृष्ठ - सामयिक लेख, परदे के पीछे।

चौदहवां पृष्ठ - स्पोर्ट्स।

पंद्रहवां पृष्ठ - देश-विदेश, विज्ञापन।

सोलहवां पृष्ठ - सारा जहां, समाचार, विज्ञापन।

इसी प्रकार की संरचना अन्य समाचारपत्रों की भी है। बस थोड़ा-बहुत प्रस्तुति को लेकर और शीर्षकों को लेकर भिन्नता है।

---

### अभ्यास प्रश्न

---

1. समाचारपत्र की परिभाषा देते हुए उसके स्वरूप पर प्रकाश डालिए।

---

## 11.5 समाचारपत्र लेखन

---

अब तक आप समाचारपत्र की परिभाषा और उसके स्वरूप से परिचित हो चुके होंगे। आइए अब आपको यह बताया जाए कि समाचारपत्र लेखन क्या है? समाचारपत्र लेखन से तात्पर्य है समाचारपत्र के लिए किया जाने वाला लेखन या समाचारपत्र में किया गया लेखन। समाचारपत्र लेखन एक विशिष्ट कार्य है और इसके लिए एक विशेष प्रशिक्षण, तकनीक और अभ्यास की आवश्यकता है तभी कोई व्यक्ति समाचारपत्र लेखन में सफल हो सकता है। समाचारपत्र में समाचार भी लिखे जाते हैं, संपादकीय भी लिखे जाते हैं, फीचर भी लिखे जाते हैं, साथ ही अन्य उपयोगी सामग्री का भी लेखन किया जाता है। उन सभी का विवेचन इस इकाई में आपको समझाया जा रहा है कि उनका स्वरूप क्या है और उनका लेखन किस प्रकार किया जा सकता है। यहाँ यह उल्लेखनीय है इस सामग्री में समाचार का अंश अवश्य रहता है। सूचना इसके मूल में रहती है। चूँक समाचारों पर पहली दो इकाइयों में विस्तार से चर्चा की जा चुकी है अतः यहाँ समाचार से इतर सामग्री लेखन पर विचार अपेक्षित है-

### 11.5.1 संपादकीय लेखन

प्रायः प्रत्येक समाचारपत्र में संपादकीय प्रकाशित होते हैं। इनकी संख्या एक या एकाधिक हो सकती है। जैसे 'दैनिक भास्कर' में एक संपादकीय प्रकाशित होता है और 'जनसत्ता' में दो संपादकीय प्रकाशित होते हैं। पहले तीन संपादकीय समाचारपत्रों में आते थे अब इनकी संख्या कम और स्वरूप छोटा होता जा रहा है। संपादकीय संपादक द्वारा लिखा गया लेख है। यह समाचार का सार तत्त्व, संपादक का नितांत अपना निजी दृष्टिकोण, पत्र की रीति-नीति का स्वच्छ दर्पण, समाचारपत्रों का स्थायी सम्मानवाहक, संजीवन तत्त्व, धड़कन, रीढ़ और आत्मा होता है और समाचारपत्र को चिरस्मरणीय बनाता है। इसके अभाव में समाचारपत्र वैसा ही है जैसाकि 'शीतलता के बिना जल, दाहकता के बिना अग्नि, शील के बिना सौंदर्य, विनय रहित



संपादकीय लेखन के लिए प्रतिदिन संपादक द्वारा संपादकीय विभाग के सदस्यों के साथ बैठक कर संपादकीय का विषय और लेखक तय किया जाता है। इसी बिंदु पर समाचारपत्र द्वारा अपनाई जाने वाली दिशा का निर्धारण किया जाता है। प्रायः संपादकीय के लिए महत्त्वपूर्ण और रुचिकर विषय का चयन किया जाता है। ये विषय राष्ट्रीय भी हो सकते हैं और अंतर्राष्ट्रीय भी, जैसे मुंबई पर आतंकवादी हमला या अमेरिका के राष्ट्रपति का चुनाव। एक अच्छे विषय का चयन समाचारपत्र की लोकप्रियता को बढ़ा सकता है और गलत चयन लोकप्रियता कम कर देता है।

विषय-निर्धारण के बाद सामग्री का संकलन किया जाता है। इसके लिए संपादकीय लेखक को पुस्तकालय में रखे संदर्भ ग्रंथों, समाचारपत्रों की विषयवार संचित कतरनों और इंटरनेट से मदद मिलती है। इसके साथ ही वह अन्य माध्यमों पर प्रसारित-प्रकाशित हो रही सूचनाओं और ताजा समाचारों पर भी अपनी पैनी दृष्टि रखता है। फिर जो लिखना है उसकी रूपरेखा मस्तिष्क में बनाकर वह लिखना शुरू करता है।

सबसे पहले समस्या-कथन या विषय-प्रवेश किया जाता है। यह संपादकीय के प्रथम अनुच्छेद में होता है। इसमें किसी केंद्रीभूत विचार पर अपना ध्यान केंद्रित कर संपादकीय लेखक उसे पाठक के मन में उतारने का प्रयास करता है। पाठक के मन में प्रतिक्रिया पैदा करना उसका लक्ष्य होता है। दूसरे अनुच्छेद में विषय का क्रमिक विस्तार विचार के संबंध में वक्तव्य, मत, युक्तियाँ, तर्क और कथन प्रस्तुत करके संतुलित रूप में किया जाता है। इसीलिए यह अनुच्छेद पहले अनुच्छेद की अपेक्षा बड़ा होता है। विषय-प्रतिपादन में पूर्वग्रह, पक्षपात और कट्टरता आदि से बचना चाहिए। साथ ही विचारों की पुनरावृत्ति या अनावश्यक शब्द-विस्तार न हो, इसका भी ध्यान रखना चाहिए। तीसरे अनुच्छेद में निष्कर्ष प्रस्तुत किया जाता है। संपादकीय के इस भाग में किसी महत्त्वपूर्ण विचार, उत्प्रेरणा, परामर्श या आदेश देने का प्रयास किया जाता है। संपादकीय के शीर्षक और पहले वाक्य का भी बहुत महत्त्व होता है। शीर्षक 'शो विंडो' के समान है जो दूर से ही ग्राहक को आर्किर्षित कर अपने पास बुलाता है। डॉ. सारस्वत मोहन मनीषी के शब्दों में 'शीर्षक चलते हुए कदम को ठिठकाता है। शीर्षक भोजन से उठनेवाली ऐसी सोंधी सुगंध है जिससे जठराग्नि इतनी प्रदीप्त हो उठती है कि बिना भूख के भी सब कुछ चट कर जाने को मन मचल उठता है। संपादकीय का शीर्षक दो दर्पणों के बीच रखे हुए दीपक की तरह होना चाहिए। उचित शीर्षक के अभाव में पूरा संपादकीय ऐसा लगता है जैसा सौंदर्य विभूषित सुपुष्ट देहयष्टि पर खल्लाट सिर अथवा पीतदंतयुक्त बीमार मुस्कान।' (संपा. डॉ. सुरेश गौतम, डॉ. वीणा गौतम, हिंदी पत्रकारिता: कल आज और कल, पृ. 111) संपादकीय का प्रथम वाक्य ऐसा हो कि पाठक सहज भाव से रुचिपूर्वक सारा संपादकीय पढ़ लेने को तत्पर हो जाए, उसकी उत्सुकता बढ़ जाए। अधिकांश पाठकों द्वारा पढ़े जाने में ही संपादकीय की सफलता है।

संपादकीय लेखन के समय उसकी भाषा पर भी ध्यान देना चाहिए। संपादकीय की भाषा जीवंत, स्पष्ट, सशक्त, संयत, संतुलित, सरल-सुबोध और प्रभावशाली होनी चाहिए तथा वाक्य परस्पर संबद्ध होने चाहिए। भाषागत तथा विचारगत एकरूपता का निर्वाह होना आवश्यक है। यहां न तो अनावश्यक अलंकरण होना चाहिए और न वाग्जाल बल्कि तर्कपूर्ण ढंग से सटीक शब्द-प्रयोग द्वारा विषय-प्रस्तुति होनी चाहिए। कठिन शब्दों के प्रयोग से बचना चाहिए। बीच-बीच में काव्य पंक्तियों, दोहों, शेरों आदि का प्रयोग किया जा सकता है जैसे कि 'पंजाब केसरी' समाचारपत्र के संपादकीयों में मिलता है। इनके प्रयोग से संपादकीय रुचिकर, जीवंत और कलात्मक बनता है। कुछ खास ढंग के वाक्यों का प्रयोग भी किया जा सकता है जैसे 'जरूरी प्रतीत होता है', 'यह देखना शेष है', 'सही दिशा में कदम है', 'हम कहने का साहस करते हैं' आदि। लेकिन इस प्रकार के वाक्यों का प्रयोग लगातार नहीं होना चाहिए।

### संपादकीय लेखों के प्रकार

संपादकीय लेख के मूलतः दो प्रकार हैं – 1. सूचनात्मक और 2. विवादास्पद। सूचनात्मक संपादकीय में प्रायः समस्या का वर्णन, विश्लेषण अधिक और टिप्पणी कम होती है। विवादास्पद संपादकीय में वर्णन के साथ उसके किसी एक पहलू का समर्थन या विरोध किया जाता है। कुछ संपादकीय कर्तव्यबोधक होते हैं, जैसे बाढ़, अकाल या भूकंप के समय जनता को प्रेरित करने के लिए लिखे जाने वाले संपादकीय। कुछ उत्साहवर्धक संपादकीय होते हैं, जैसे भारत-पाक संघर्ष के समय जनता का मनोबल ऊंचा रखने के लिए संपादकीय लिखना। कुछ संपादकीय पक्ष समर्थक होते हैं, जैसे - 'सामना' पत्र के संपादकीय। कुछ संपादकीय जिहादी होते हैं, जैसे हिंदी के समर्थक पत्र हिंदी के बारे में और अंग्रेज़ी के समर्थक पत्र अंग्रेज़ी के विषय में प्रायः लिखते हैं। कुछ संपादकीय त्यौहारों, मौसम आदि पर आधारित होते हैं। कुछ संपादकीय उद्भरणप्रधान होते हैं। संपादकीय का वर्गीकरण विषय के आधार पर भी किया जा सकता है। (संपा० वेदप्रताप वैदिक, हिंदी पत्रकारिता: विविध आयाम, पृ० 59)

यहाँ संपादकीय का एक उदाहरण प्रस्तुत है -

### ठेके पर सरस्वती

अनिश्चित भविष्य निश्चय ही अभिशाप होता है। अचरज नहीं कि निजीकरण के उतावले दौर में अब कॉलेजों और विश्वविद्यालयों में पढ़ाने वाले शिक्षकों को भी ठेके पर लाने का प्रयत्न किया जा रहा है। विश्वविद्यालय अनुदान आयोग (यू०जी०सी०) के इस आशय के सुझाव को शिक्षकों द्वारा उनको अनिश्चितता के गर्त में धकेलने की साजिश के तौर पर देखा जा रहा है। फिलहाल उच्च शिक्षा में 'उच्च गुणवत्ता' बनाए रखने की दृष्टि से विश्वविद्यालय अनुदान आयोग ने तीन से पाँच वर्ष के कार्यकाल के लिए अध्यापकों को ठेके पर नियुक्त करने का सुझाव बहस और विचार के लिए रखा है। आयोग के अनुसार राष्ट्रीय शैक्षिक योजना संस्थान (नीपा) इस सुझाव पर व्यापक विचार-विमर्श के बाद बताएगी कि किस प्रकार इसे लागू किया जाए? एक पूर्व

प्रोफेसर और वर्तमान मानव संसाधन मंत्री मुरली मनोहर जोशी के मानव संसाधन मंत्रालय की शिक्षा के क्षेत्र पर कुछ ज्यादा निगरानी रहती है। एन. सी. ई. आर. टी. के पाठ्यक्रम-परिवर्तन का विवाद अभी थमा नहीं था कि प्रोफेसर, रीडर और लेक्चरर ठेके पर नियुक्त करने का प्रस्ताव रख दिया गया। यू.जी.सी. और शिक्षक समुदाय पढ़ाई के घंटों को लेकर अभी हाल में लंबे समय तक टकराव की मुद्रा में रहे। पढ़ाने के समय में डेढ़ घंटे की बढ़ोत्तरी पर किसी तरह समझौता हुआ था किंतु ठेके पर अध्यापकों की नियुक्ति से फिर टंटा खड़ा हो गया है। इस मुद्दे पर सत्तारूढ़ भारतीय जनता पार्टी समर्थक शिक्षक संगठन और वामपंथी शिक्षक संघ, सभी शिक्षकों पर ठेकेदारी की प्रथा लादने के विरुद्ध कमर कसे हैं।

यू.जी.सी. का तर्क है कि स्थायी नियुक्ति के कारण उच्च शिक्षा का स्तर गिरता जा रहा है। पक्की नौकरी पाए शिक्षक अपने पेशे के प्रति गंभीर नहीं हैं। न तो वे पढ़ाने में पर्याप्त रुचि लेते हैं और न ही शोध का कार्य मन लगाकर करते हैं। दुनिया में उच्च शिक्षा के क्षेत्र में निरंतर नए शोध और खोजें हो रही हैं जबकि साठ वर्ष तक नौकरी की गारंटी पाए हमारे शिक्षकों के रवैए के कारण भारत उच्च शिक्षा के क्षेत्र में निरंतर पिछड़ता जा रहा है। यू.जी.सी. के इस तर्क में आंशिक सच्चाई तो हो सकती है किंतु पूरे शिक्षक समुदाय की ईमानदारी पर यून प्रश्नचिह्न लगाना भी उचित नहीं है। पश्चिमी देशों की नकल पर भारत में शिक्षक ठेके पर रखने की वकालत करने वाले विश्वविद्यालय अनुदान आयोग को भली-भांति पता है कि वहाँ और यहाँ की परिस्थितियों में जमीन-आसमान का अंतर है। वहाँ के विश्वविद्यालयों और उच्च अनुसंधान संस्थानों में जो सुविधा तथा संसाधन उपलब्ध हैं उनका शतांश भी हमारे यहाँ नहीं है। जब सुविधाएँ समान नहीं तो समान परिणामों की अपेक्षा कैसे की जा सकती है? पश्चिम में नियुक्ति और तरक्की के मामलों में काफी निष्पक्षता और पारदर्शिता बरती जाती है। हमारे देश की भाँति वहाँ भाई-भतीजावाद का खुला नाच नहीं होता। वहाँ शिक्षक और वैज्ञानिक कुंठाग्रस्त हो आत्महत्या पर भी मजबूर नहीं होते।

निजीकरण की राह पर चल रही राष्ट्रीय जनतांत्रिक गठबंधन की सरकार उच्च शिक्षा को निजी क्षेत्र में लाना चाहती है। शिक्षकों की सावधि ठेके पर नियुक्ति करना इसी कड़ी का हिस्सा है। बड़ी संख्या में विदेशी संस्थान शिक्षा के क्षेत्र में प्रवेश को आतुर बताए जा रहे हैं। उनसे होड़ के नाम पर यू.जी.सी. को लगता है कि निजी संस्थान से तभी टक्कर ली जा सकती है जब उसके शिक्षक चुस्त हों किंतु उसका तर्क बेदम है। ऐसा हो गया तो प्रतिभाशाली छात्र ठेके का प्राध्यापक बनने के बजाए किसी बेहतर स्थायी नौकरी का विकल्प चुनना पसंद करेंगे। ऐसे में शिक्षा के क्षेत्र में प्रतिभाओं के पलायन का खतरा और भी बढ़ेगा। अनेक पश्चिमी देश इस समस्या के चलते ठेका प्रथा में संशोधन को मजबूर हो चुके हैं। वे अब तीन साल के बजाए आठ-दस वर्ष के लिए शिक्षकों को नियुक्त करने लगे हैं। जिस व्यवस्था को पश्चिमी देश खारिज कर चुके हैं या कर रहे हैं, उसे अपनाने से हमारे यहाँ शिक्षा का स्तर ऊपर उठेगा, यह मान बैठना एक भूल होगी।

(साभार, हिन्दुस्तान, 9 नवंबर, 2002)

## अभ्यास प्रश्न

2. संपादकीय क्या है? उसकी लेखन-प्रक्रिया को सोदाहरण समझाइए।

## 11.5.2 फीचर लेखन

संपादकीय के बारे में विस्तार से जानने के बाद अब आपको फीचर लेखन की प्रक्रिया से अवगत कराया जा रहा है। सबसे पहले यह जानना आवश्यक है कि फीचर क्या है?

फीचर भी एक महत्वपूर्ण स्तंभ है। इसका लेखन भी समाचारपत्रों के लिए किया जाता है। यह शब्द लैटिन के 'फैक्ट्रा' से बना है जिसका अर्थ है व्यक्ति या वस्तु का स्वरूप, आकृति, विशिष्ट रचना आदि। अनेक विद्वानों ने इसे परिभाषित करने का प्रयास किया है लेकिन जितनी भी परिभाषाएँ दी गई हैं वे फीचर की किसी-न-किसी एक विशेषता पर बल देती हैं। इस संदर्भ में डॉ॰ संजीव भानावत का कथन द्रष्टव्य है 'फीचर वस्तुतः भावनाओं का सरस, मधुर और अनुभूतिपूर्ण

वर्णन है। फीचर लेखक गौण है, वह एक माध्यम है जो फीचर द्वारा पाठकों की जिज्ञासा, उत्सुकता और उत्कंठा को शांत करता हुआ समाज की विभिन्न प्रवृत्तियों का आकलन करता है। इस प्रकार

फीचर में सामयिक तथ्यों का यथेष्ट समावेश तो होता ही है, साथ ही अतीत की घटनाओं तथा भविष्य की संभावनाओं से भी वह जुड़ा रहता है। समय की धड़कनें इसमें गूँजती हैं।' (डॉ॰ संजीव भानावत, समाचार लेखन के सिद्धांत और तकनीक, पृ॰ 87) वास्तव में यह किसी घटना, व्यक्ति, वस्तु या स्थान के बारे में लिखित विशिष्ट आलेख की प्रस्तुति है जिसमें कल्पनाशीलता, सृजनात्मकता के साथ मनोरंजक और आकर्षक शैली देखी जा सकती है। यह समाचारमूलक भी हो

सकता है लेकिन यह समाचार का विस्तृत रूप नहीं है, उससे भिन्न है। इसके विषय की कोई सीमा नहीं है। कोई भी विषय हो सकता है बस वह जिज्ञासावर्धक, परितृप्तिकारक और विचारोत्तेजक हो।

## फीचर के तत्त्व

1. फीचर पाठक को आकर्षित करने में समर्थ और पाठक की जिज्ञासा को निरंतर बढ़ाने वाला होना चाहिए तभी रोचकता बनी रहेगी। सूचना, शिक्षण और मनोरंजन तीनों का समन्वय फीचर में होना चाहिए।

2. फीचर सत्य पर आधारित और मौलिक होना चाहिए। यह तथ्यात्मक रूप से सटीक होना चाहिए। इसमें मौलिकता फीचर-लेखक द्वारा किए गए गहन तथ्यान्वेषण से आती है।
3. फीचर समसामयिक होना चाहिए, सामाजिक जीवन के निकट होना चाहिए तभी यह उपयोगी और प्रभावकारी होगा। उसका आकार संक्षिप्त होना चाहिए लेकिन अपने आप में पूर्ण होना चाहिए। वह गागर में सागर प्रतीत हो।
4. चित्रात्मकता फीचर का आवश्यक गुण है। यह चित्रात्मकता फीचर-लेखक की शैली से आती है। अतः फीचर लेखक की शैली सीधी-सपाट न होकर चित्रात्मक होनी चाहिए। कथात्मक अनुभूति की प्रतीति भी फीचर में होनी चाहिए।
5. भाषा भी सहज, सरल, विषयानुरूप, भावानुरूप और लालित्यपूर्ण होनी चाहिए। उसका प्रवाह छोटी नदी के समान होना चाहिए। वाक्यों में तारतम्य हो और वाक्य गठन में अनेकरूपता हो। शब्दों, वाक्यों और विचारों में पुनरावृत्ति नहीं होनी चाहिए और कुछ भी अनावश्यक नहीं होना चाहिए।

### फीचर लेखक के गुण

एक फीचर लेखक में निम्नलिखित गुण होने चाहिए-

1. उसमें निरीक्षण शक्ति होनी चाहिए ताकि वह वस्तु को देखकर उसे आत्मसात कर सके। इसके माध्यम से फीचर लेखक उन तथ्यों तक पहुंच सकता है जिन तक सामान्य पाठक नहीं पहुंच पाता है।
2. फीचर-लेखक को बहुज्ञ, अध्ययनशील और कलम का धनी होना चाहिए। उसका भाषा पर पूरा अधिकार होना चाहिए। उसकी भाषा विषय और विचार के अनुकूल कलात्मक और उद्देश्यपूर्ण होनी चाहिए। धर्म, दर्शन, संस्कृति, समाज, साहित्य, इतिहास आदि की समझ न केवल उसके बहुआयामी व्यक्तित्व को सामने लाती है बल्कि फीचर को आकर्षक, तथ्यपूर्ण और प्रभावपूर्ण भी बनाती है।
3. फीचर-लेखक को आत्मविश्वास से परिपूर्ण होना चाहिए। उसका ज्ञान और अनुभव उसके फीचर में झलकना चाहिए। उसे अपनी आंखों और कानों पर विश्वास होना चाहिए और उसी आधार पर फीचर-लेखन करना चाहिए।
4. फीचर लेखक को निष्पक्ष और अपने परिवेश के प्रति सदैव जागरूक रहना चाहिए। उसका विषय प्रतिपादन, विश्लेषण और प्रस्तुति प्रामाणिक हो, न कि आरोपित और



3. **प्रस्तावना या भूमिका** - इन दो चरणों को पूरा करने के बाद फीचर की प्रस्तावना या भूमिका की रचना की जाती है। इसे फीचर का आमुख, परिचय-पत्र या इंट्रो भी माना गया है। यह फीचर का प्राण है। इस एक अनुच्छेद में संबंधित विषय की संक्षिप्त जानकारी कम-से-कम वाक्यों में, आकर्षक और रोचक ढंग से संतुलित रूप में प्रस्तुत की जाती है। मूलतः यह प्रस्तुति विषय और फीचर लेखक की लेखन-शैली पर टिकी होती है। डॉ॰ संजीव भानावत के अनुसार 'अच्छा 'इंट्रो' ही पाठक को पूरा फीचर पढ़ने के लिए मजबूर करेगा। घटिया या साधारण स्तर का 'इंट्रो' अच्छे-से-अच्छे फीचर का 'काल' बन जाता है। 'इंट्रो' की नाटकीयता, मनोरंजकता, भावात्मकता अथवा आलंकारिकता अनायास ही फीचर की निर्जीवता में सजीवता का संचार कर देती है। पाठक की जिज्ञासा-वृत्ति को जागृत करने वाले, प्रथम पंक्ति में ही पाठकों को आकृष्ट करने वाले 'इंट्रो' श्रेष्ठ तथा स्तरीय माने जा सकते हैं।' (डॉ॰ संजीव भानावत, समाचार लेखन के सिद्धांत और तकनीक, पृ॰ 91) आमुख सारयुक्त, विशिष्ट घटनात्मक, प्रश्नात्मक, विरोधात्मक, सादृश्यमूलक, चित्रात्मक, नाटकीय आदि किसी भी प्रकार का हो सकता है। (डॉ॰ ब्रजभूषण सिंह 'आदर्श', रूपक लेखन, पृ॰ 14-15)
4. **विवेचन-विश्लेषण** - इस बिंदु के अंतर्गत फीचर की मूल संवेदना की व्याख्या विभिन्न अनुच्छेदों में लययुक्त क्रमबद्धता, मार्मिकता, कलात्मकता, विश्वसनीयता, जिज्ञासा, उत्तेजना आदि के साथ की जाती है। इस भाग को प्रभावशाली बनाने के लिए लेखक इसमें विषय को पुष्ट एवं प्रामाणिक बनाने वाले तथ्यों एवं विचारों का विवेचन-विश्लेषण करता है और फीचर पर अपनी पकड़ बनाए रखता है। घटनाओं, स्थितियों, क्रियाओं-प्रतिक्रियाओं का परस्पर संबंध और निर्वैयक्तिकता विवेचन-विश्लेषण में विशेष रूप से ध्यातव्य है। इस संदर्भ में डी॰ एस॰ मेहता का कथन भी द्रष्टव्य है - 'फीचर में उस तथ्य को उभारा जाता है जो महत्त्व का होते हुए भी स्पष्ट नहीं होता और उसका प्रस्तुतीकरण ही फीचर के व्यक्तित्व, उसकी शक्ति और उसके औचित्य को बाँध देता है। अध्ययन, अनुसंधान और साक्षात्कारों के बल पर फीचर में तथ्यों का विस्तार किया जाता है।' (मास कम्यूनिकेशन एंड जर्नलिज्म इन इंडिया, पृ॰ 80) फीचर पाठकों को मानसिक तृप्ति और आनंद तो देता ही है, उसे संघर्ष हेतु सन्नद्ध भी करता है। इस दृष्टि से यह पक्ष पर्याप्त संतुलित और तार्किक होना चाहिए। मूल संवेदना की व्याख्या-विश्लेषण में फीचर लेखक साहित्य की विभिन्न विधाओं - संस्मरण, डायरी, रिपोर्टाज, फैंटेसी, साक्षात्कार, व्यंग्य, रेखाचित्र, लघुकथा, पत्र आदि का सहयोग ले सकता है लेकिन उसे उपदेश देने और शुष्क वर्णन से बचना चाहिए।
5. **उपसंहार या निष्कर्ष** - यह फीचर का समीक्षात्मक अंश होता है। इसमें फीचर लेखक निष्कर्ष नहीं गिनाता बल्कि अपनी बात संक्षिप्त में प्रस्तुत कर पाठक की समस्त जिज्ञासाओं का समाधान करने का प्रयास करता है। यहाँ उल्लेखनीय है कि उसका

निष्कर्ष समसामयिक और प्रभावी हो। डॉ. हरिमोहन के अनुसार 'निष्कर्ष के अंतर्गत वह नए विचार-सूत्र दे सकता है। सुझाव दे सकता है, कोई प्रश्न छोड़ सकता है जो पाठकों को सोचने को बाध्य करे। कुछ ऐसे प्रश्न छोड़ देना जिनके उत्तर पाठक तलाशें।' (समाचार, फीचर लेखन और संपादन कला, पृ. 117) प्रस्तुति का ढंग और वाक्य-विन्यास की कसावट यहाँ विशेष महत्त्व रखती है।

6. **शीर्षक** - शीर्षक फीचर का प्राण है। शीर्षक फीचर के सौंदर्य को ही नहीं बढ़ाता बल्कि उसके प्रभाव को भी द्विगुणित कर देता है। इसलिए फीचर के शीर्षक के चयन में विशेष सतर्कता अपेक्षित है। फीचर का शीर्षक अनुप्रासी, प्रश्नसूचक, नाटकीय, गत्यात्मक,, आश्चर्यबोधक, सनसनीखेज, काव्यात्मक, तुलनात्मक उक्तिप्रधान किसी भी प्रकार का हो सकता है लेकिन वह फीचर का मूल कथ्य प्रस्तुत करने वाला, आकर्षक, नवीन, अपने-आप में पूर्ण और कौतूहलवर्धक होना चाहिए। उपशीर्षकों के प्रयोग से भी फीचर की विषयवस्तु को सरल और प्रभावपूर्ण बनाया जा सकता है। सामान्य और निष्प्राण शीर्षक पाठक को फीचर से दूर कर सकता है जो किसी भी स्थिति में उचित नहीं होगा।

फीचर में छायांकन का विशिष्ट महत्त्व है। हालांकि इसका संबंध लेखन से नहीं है लेकिन फीचर को प्रभावशाली बनाने के लिए विषयानुरूप सुंदर और मनोहारी छायाचित्रों का चयन किया जाता है। डॉ. हरिमोहन के शब्दों में 'दृश्यमूलक प्रवृत्ति होने से फीचर की आत्मा छायाचित्रों में विशेष रूप से मुखर होती है।' (समाचार, फीचर लेखन और संपादन कला, पृ. 118) इस दृष्टि से छायाचित्र विषयानुरूप, सुंदर, स्पष्ट, जीवंत, परिपूर्ण, आकर्षक और सुमुद्रित होने चाहिए।

यहाँ फीचर का एक उदाहरण प्रस्तुत हैं जिनके अध्ययन से फीचर लेखन का व्यावहारिक ज्ञान प्राप्त करने में सहायता मिल सकती है-

मीठा दर्द मर्द का शीर्षक

मर्द को कभी दर्द नहीं होता। कहने को तो यह डायलॉग करीब डेढ़ दशक पहले आई फिल्म मर्द का है। परंतु आज भी इसे सुनकर पुरुषों का सीना गर्व से चौड़ा हुए बिना नहीं रहता। अंग्रेजी में कहा जाता है 'बॉयज डॉट क्राई' रोती तो लड़कियाँ हैं! लेकिन दोनों ही बातें उतनी सच नहीं हैं, जितनी दिखाई पड़ती हैं। समय बदल चुका है। इसके साथ भारतीय समाज में भी बदले हुए पुरुषों की 'नस्ल' दिखाई देने लगी है। नई नस्ल के ये पुरुष नौकरी के साथ घर की साफ-सफाई करते हैं, खाना बनाते हैं, बच्चों को नहलाते और तैयार करते हैं! इस पुरुष को मीडिया में कभी जगह मिलती है तो परंपरावादी पुरुष आश्चर्य से उसे देखते हैं। उस पर कभी हंसते हैं और कभी उनके मन में डर पैदा होता है कि क्या कभी हमारे दरवाजे पर भी यह बदलाव दस्तक देगा!!

## प्रस्तावना

निश्चित ही हमारे समय के भारतीय पुरुष के मस्तिष्क में बड़ी उथल-पुथल मची है। न वह अपने पारंपरिक हठी, अक्खड़, स्वार्थी, रौबदार और अहंकारी व्यक्तित्व को संभाले रख पा रहा है और न ही नई उदार, सहिष्णु, प्रेममय, जिम्मेदार और संवेदनशील छवि को पूरी तरह आत्मसात कर पा रहा है। यद्यपि इस उलझन की अंतिम परिणति अक्सर महिलाओं के विरुद्ध उसके किए अपराधों में झलकती है परंतु यह उसके अनेक चेहरों में से सिर्फ एक चेहरा है। अपने बाकी चेहरों में पुरुष हैरान, परेशान, कुंठित और लाचार है। बदले समय के साथ न बदल पाने के अपने दर्द से निजात पाने का सही रास्ता उसे नहीं दिख रहा। वह मीठे दर्द की तरह अपनी उलझनों की तकलीफ सह रहा है। सटीक प्रतिक्रिया कर पाने की स्थिति में नहीं है।

पूर्व और पश्चिम की सभ्यताओं के संधिकाल में, हमारा सामाजिक पुरुष नहीं समझ पा रहा है कि वह किसे अपनाए और किसे छोड़े। उसकी जैविक जरूरतें और आदतें, तमाम नारीवादी आंदोलनों और स्त्री विमर्श के दौर में किसी 'अपराध' से कम नहीं मालूम पड़ती। उसके सामने एकाएक परिस्थितियाँ और चीजें बदलने लगी हैं। टीवी सीरियल और विज्ञापन उसे अपने से तेज, स्मार्ट और बुद्धिमान महिलाओं के आगे भोंदू और उसका मजाक उड़ाते दिखाते हैं। इससे भी बड़ी मुश्किल पुरुष के सामने यह आती है कि महिलाओं के पास कम-से-कम अपनी बेहतरी/समानता/स्वतंत्रता के लक्ष्य तो हैं, परंतु पुरुष के पास ऐसा कोई लक्ष्य नहीं है। पुरुष को समझ नहीं पड़ता कि आखिर यह सब हो क्या रहा है?

ऐलन और बारबरा प्रेस की पुस्तक 'वाई मेन लाई ऐंड वुमन क्राई' में एक रोचक तथ्य है। 1960 के दशक से, जबकि दुनिया भर में नारीवादी आंदोलन ज्यादा मुखर हुए और उन्हें सफलता भी मिली, महिलाओं की आत्महत्या की दर में 34 फीसदी तक गिरावट आई। लेकिन पुरुषों की आत्महत्या दर 16 फीसदी तक बढ़ गई!! वास्तव में हमारे समय में पुरुष होना तमाम जटिलताओं के बीच जीना है। यद्यपि यह पश्चिमी दुनिया का तथ्य है परंतु ऐसा नहीं कि हमारा समाज पश्चिमी हवाओं से बेअसर रहा। पुरानी पीढ़ियों में परिवार के सदस्यों की भूमिकाएँ स्पष्ट थीं। पुरुष घर का मुखिया था। वह कमाकर लाता था। संरक्षक था। स्त्री पत्नी, माँ, बहन की भूमिका में सबको साथ लेकर चलने और दुलारने वाली थी। पुरुष को अपनी जिम्मेदारियाँ पता थीं, स्त्री को अपनी। जीवन सरल था। परंतु आज एकाएक सामाजिक परिदृश्य बदल चुका है। यही पुरुष की मानसिक उलझनों को बढ़ाने वाला है।

नई पीढ़ी के किशोर और युवा भी, पश्चिमी प्रभावों और हमारी परंपरा के द्वंद्व में उलझे हैं। उन्हें अच्छा लगता है कि स्कूल और कॉलेज में उनकी गर्लफ्रेंड हो। परंतु वे समझ नहीं पाते कि इस दोस्ती को क्या अंजाम दें? दिल्ली में छात्रों को सलाह देने वाली संस्था आस्था के अनुसार लड़के अक्सर यह जानना चाहते हैं कि उनके संबंधों की सीमा क्या होनी चाहिए?

भारतीय और पश्चिमी जीवनशैली के द्वंद्व में ंफंसे आशीष नंदन (बदला हुआ नाम) को अपनी अपनी पत्नी से हाथ धोना पड़ा। आशीष की पत्नी तलाक लेकर अब उनके पक्के दोस्त से कोर्ट मैरिज कर चुकी है। आशीष बताते हैं 'मैंने कभी अपनी पत्नी को पैरों की जूती नहीं समझा। मैंने अपनी पत्नी का एक मनुष्य की तरह सम्मान किया और समझा कि एक सामान्य व्यक्ति की तरह उसे भी स्पेस की जरूरत होगी परंतु उसने मुझ पर अपनी उपेक्षा करने का आरोप लगाया।' विवेचन-

### विश्लेषण

यूनिवर्सिटी ऑफ डेनवर के फैमिली थेरेपिस्ट एंड साइकोलॉजिस्ट हॉवर्ड मार्कमेन का विश्वास है कि खेल के मैदान, युद्ध या व्यवसाय में पुरुष हमेशा सधा हुआ प्रदर्शन करते हैं क्योंकि वहाँ चीजें निश्चित नियमों और दायरों में बंधी रहती हैं परंतु यहाँ स्त्री-पुरुष संबंधों के निर्वाह में कोई स्पष्ट नियम लागू नहीं होता और पुरुष गच्चा खा जाते हैं।

विज्ञान के अध्ययनों में कहा गया है कि विवाहित पुरुष अविवाहित पुरुषों की अपेक्षा ज्यादा जीते हैं परंतु विवाहित पुरुषों का कहना है कि ऐसा सिर्फ आभास होता है, असल में ऐसा होता नहीं!!

### निष्कर्ष

एक नजर इधर भी

□-अध्ययन बताते हैं कि पुरुषों में महिलाओं की तुलना में तीन प्रतिशत 'जनरल इंटेलिजेंस' कम होता है।

□-पुरुष मुख्य रूप से ऐसे ग्रीटिंग कार्ड चुनते हैं जिनमें खूब बड़ा संदेश लिखा होता है।

□-पुरुषों से बात करने का नियम नंबर एक: एक बार में उनसे एक ही विषय पर बात करें। वह भी सीधे और सरल शब्दों में।

□-नियम नंबर दो: वह आपकी बात सुने, इसलिए उसे एडवांस नोटिस दें और बताएँ कि विषय क्या होगा?

□-यदि कोई पुरुष अपनी नौकरी से नाखुश है तो वह अपने संबंधों पर ध्यान नहीं दे पाता।

□-पुरुष जब मुश्किल में होता है तो वह अकेले रहना चाहता है। उसे तब स्त्री का साथ पसंद नहीं होता।

-शताब्दियों से पुरुष जैसा था वैसा ही है। आज भी 99 फीसदी पुरुष यह मानते हैं कि यौन-जीवन शानदार होना चाहिए।

## 4 बातें

- □जब दो दिन की छुट्टियाँ बिताने हिल स्टेशन पर जाना है तो महिलाओं को सूटकेस भर कर कपड़े क्यों लगते हैं!
  - □महिलाएँ ऐसी पुस्तकें पढ़ना क्यों पसंद करती हैं जिन्हें पढ़ कर रोना आता है!
  - पास ही जनरल स्टोर तक जाना हो तो बाल संवारने की क्या जरूरत?
  - □तीन हजार रुपये की साड़ी खरीदते हुए तो महिलाओं को खुशी होती है परंतु इतने का डीवीडी खरीदते हुए उनके चेहरे पर खुशी नहीं दिखती!
- रवि बुले साभार, अमर उजाला, 23 मार्च, 2003

## अभ्यास प्रश्न

फीचर क्या है? उसकी लेखन-प्रक्रिया को सोदाहरण समझाइए।

अब यहां आपको समाचारपत्र में प्रकाशित होने वाली अन्य सामग्री से परिचित कराना भी आवश्यक है। इस सामग्री को निम्न प्रकार से देखा जा सकता है-

## 11.5.3 अग्रलेख

अग्रलेख संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित होता है लेकिन इसका लेखन संपादकीय विभाग द्वारा नहीं किया जाता। इसे वे लोग लिखते हैं जो विभिन्न विषयों के विशेषज्ञ होते हैं। इन लोगों का एक पैनल संपादकीय विभाग द्वारा बना लिया जाता है। ये लोग राजनीति, धार्मिक, आर्थिक, विज्ञान, रक्षा, अंतरराष्ट्रीय मामलों आदि से संबद्ध होते हैं। इनमें वे लोग भी शामिल किए जाते हैं जो या तो स्वतंत्र पत्रकार होते हैं या समाचारपत्र के सेवामुक्त पूर्व सहयोगी भी हो सकते हैं। ये लोग निश्चित अंतराल पर लिखित सामग्री समाचारपत्र कार्यालय को भेजते हैं और उसके बदले इन विशेषज्ञों को मानदेय दिया जाता है।

इन लेखों का मूल उद्देश्य विविध प्रकार के प्रश्नों, समस्याओं आदि को पाठकों के सामने उठाना है ताकि उनमें जागृति का संचार हो सके। इसीलिए इनके लेखन के लिए लेखकीय कौशल के साथ-साथ अध्ययनशीलता, बहुज्ञता और चिंतनशीलता अपेक्षित है।

एक अच्छा अग्रलेख वही है जिसमें किसी समसामयिक विषय या पक्ष को जनरुचि के अनुकूल समझकर लिया जाए। यद्यपि अग्रलेख में प्रस्तुत विचार, चिंतन, अनुभव, अध्ययन आदि लेखक का अपना होता है तथापि उसमें जनसामान्य के साथ जुड़ने की क्षमता होनी चाहिए। अग्रलेख में

न तो विषय को विवादग्रस्त बनाया जाए और न ही किसी तथ्य के प्रति पूर्वग्रह दिखाया जाए। उसमें समस्या प्रस्तुतीकरण के साथ-साथ समाधान या निवारण की ओर संकेत हो और उदाहरणों से उसे समझाया जाए। अग्रलेख आकर्षक, तर्कसंगत, प्रभावकारी और निष्कर्ष से युक्त हो और उसकी भाषा भी स्पष्ट, सरल और प्रभावी हो।

पहले समाचारपत्रों में कई अग्रलेख आते थे लेकिन अब उनकी संख्या एक तक ही सीमित होकर रह गई है। 20 फरवरी, 2013 को 'दैनिक भास्कर' में प्रकाशित केविन रैफर्टी का लेख 'अगले पोप पर टिकी चर्च की उम्मीदें' अग्रलेख ही है। कई समाचारपत्रों में अग्रलेख विस्तृत होता है जैसाकि 'दैनिक भास्कर' के 20 फरवरी, 2013 के अंक में है और कई समाचारपत्रों में ये छोटे होते हैं लेकिन संपादकीय से बड़े होते हैं।

#### 11.5.4 सामयिक और विशिष्ट लेख

सामयिक और विशिष्ट लेख लिखने वाले अग्रलेख लेखकों से अलग होते हैं और इन लेखों में समसामयिक विभिन्न समस्याओं को उठाकर उनका प्रतिपादन किया जाता है। इसके विषयों की कोई सीमा नहीं है। विषय कुछ भी हो सकता है। डॉ. विजय कुलश्रेष्ठ के अनुसार 'सामयिक लेख में विषय-वस्तु का प्रतिपादन सीमित आकार के सुसंगठित विचारों के प्रस्तुतीकरण में निहित होता है। इस प्रकार के सामयिक लेख संपादकीय मत का प्रतिपादन नहीं करते हैं और न संपादक इस प्रकार के मत प्रतिपादन के लिए उत्तरदायी होता है।' (हिंदी पत्रकारिता और सर्जनात्मक लेखन, पृ. 96)

इसमें किसी एक विषय का चयन किया जाता है और उसमें क्रमवत् विचार प्रस्तुतीकरण होता है। लेखक की बहुज्ञता और अध्यवसाय भी उसमें झलकना चाहिए। विचार तारतम्यपूर्ण और संतुलित हों और भाषा भी संयत, सरल, सामासिक और संप्रेषणीय होनी चाहिए। क्लिष्टता और पांडित्य से बचना चाहिए। उसका निष्कर्ष प्रभावी होना चाहिए।

#### 11.5.5 अध्यात्मपरक लेख

ऐसे लेख समाचारपत्रों में पहले विस्तार से प्रकाशित होते थे, अब इनका स्थान भी सीमित हो गया है। 'दैनिक जागरण', 'पंजाब केसरी' इस प्रकार के बड़े लेख प्रकाशित करते हैं। 'दैनिक भास्कर' में यह काफी छोटे होते हैं। इनमें अध्यात्म और जीवन-दर्शन की प्रस्तुति होती है। प्रायः किसी धर्म, संप्रदाय, पंथ की गतिविधियों को बढ़ावा देने की बजाय मानवीय भावों - दया, करुणा, परोपकार, भक्ति, श्रद्धा आदि को सहज-सरल और आत्मीय रूप में प्रस्तुत किया जाता है। इनमें आत्मा, ईश्वर आदि की चर्चा भी की जाती है। इसीलिए ये ऐसे लोगों से लिखवाए जाते हैं जो धर्म और अध्यात्म से जुड़े होते हैं। इनमें उदाहरण, कथा-तत्त्व और संबोधन मिलता है और भाषा भी जनरुचि के अनुरूप अत्यंत सरल और प्रभावकारी होती है। इनमें व्याख्यात्मक शैली अपनाई जाती है और संदेश इनमें अवश्य निहित रहता है।

### 11.5.6 संपादक के नाम पत्र

यह समाचारपत्र का एक महत्वपूर्ण स्तंभ होता है जिसे काफी कम पाठक पढ़ते हैं। जनसत्ता में यह 'चौपाल' के नाम से प्रकाशित होता है। नवभारत टाइम्स में इसका नाम है 'रीडर्स मेल' और नेशनल दुनिया में यह 'आपके पत्र' नाम से प्रकाशित होता है। ये पत्र पाठकों द्वारा लिखे जाते हैं लेकिन इनका कभी-कभी पुनर्लेखन, संशोधन आदि भी करना पड़ता है। इनके चयन में पठनीयता, समसामयिकता और प्रासंगिकता को ध्यान में रखा जाता है और उसके बाद समाचारपत्र में छापा जाता है। इन पत्रों में आलोचना और प्रशंसा दोनों स्वर होते हैं जिनसे एक ओर तो पाठकों को अभिव्यक्ति हेतु मंच मिलता है तो वहीं दूसरी ओर नीति-निर्धारण में इनका महत्व होता है। इन पत्रों की भाषा और विचार सरल और संयमित होते हैं।

### 11.5.7 साक्षात्कार लेखन

समाचारपत्रों में साक्षात्कार भी लोगों को आकर्षित करते हैं। इसका उद्देश्य अपने प्रश्नों के माध्यम से किसी व्यक्ति के विचारों अथवा व्यक्तित्व को पाठकों के सामने लाना होता है। यह अंग्रेजी शब्द 'इंटरव्यू' का हिंदी रूपांतर है। साक्षात्कार को कभी समाचारपत्र के संवाददाता, संपादक लेते हैं और कभी स्वतंत्र पत्रकार। लेकिन समाचारपत्र के लिए इनका लेखन किया जाता है और यह लेखन प्रायः दो प्रकार से किया जाता है-

- i. फीचर के रूप में और
- ii. प्रश्नात्मक शैली में।

फीचर के रूप में साक्षात्कार के लिए कोई निश्चित शैली नहीं होती। इसका प्रारंभ वार्तालाप, वर्णन, कार्य आदि किसी से किया जा सकता है। बस इतना ध्यान रखना चाहिए कि अधिक महत्व की बात शुरू में आए और कम महत्व की बात बाद में। उसका आमुख अपने-आप में सशक्त और संगठित हो। यानी जिस व्यक्ति से साक्षात्कार लिया गया है उसका परिचय, उसके द्वारा व्यक्त विचारों का संकेत प्रारंभ में आ जाना चाहिए। दूसरे अनुच्छेद में साक्षात्कार के उद्देश्य को स्पष्ट करना चाहिए और बाद के अनुच्छेदों में प्रस्तुत-अप्रस्तुत शैली का प्रयोग करते हुए उसे पूर्णता प्रदान करनी चाहिए ताकि पाठक साक्षात्कार को पूरा पढ़कर छोड़े। प्रस्तुत-अप्रस्तुत शैली का अर्थ है साक्षात्कार-लेखन में साक्षात्कारदाता के वास्तविक शब्दों को बताना।

प्रश्नात्मक शैली में साक्षात्कार हेतु जिस क्रम से प्रश्न किए जाते हैं उसी क्रम में ठीक ढंग से उत्तर को तैयार कर लिया जाता है। इसका लेखन वार्तालाप शैली में होगा। एक प्रश्न फिर एक उत्तर, इस प्रकार सारा साक्षात्कार-लेखन किया जाएगा। इस प्रकार के साक्षात्कार के प्रारंभ में साक्षात्कार का उद्देश्य, व्यक्ति का परिचय, पृष्ठभूमि आदि को स्पष्ट कर देना चाहिए। इसका प्रारंभ भी जिज्ञासावर्धक और आकर्षक होना चाहिए।

### 11.5.8 स्तंभ लेखन

स्तंभ लेखन विचारपरक लेखन का ही एक रूप है। स्तंभ लेखन लेखक विशेष का लेखन होता है। लेखक विशेष की लोकप्रियता को देखते हुए पत्र-पत्रिकाएं ऐसे लेखकों से स्तंभ लेखन कराती हैं। विष्णु नागर, खुशवंत सिंह, एम0 जे0 अकबर, आलोक मेहता आदि अच्छे स्तंभ लेखकों में माने जाते हैं। स्तंभ लेखन में लेखक को विषय को चुनने, अपने विचार को अपने ढंग से प्रस्तुत करने की आजादी होती है। ये लेखक पहले से स्थापित होते हैं, नए लेखकों को स्तंभ लेखन के अवसर कम ही मिलते हैं।

इनके अतिरिक्त समाचारपत्रों में कहानी, कविता, उपन्यास के अंश, फिल्म समीक्षा, पुस्तक समीक्षा, कला-समीक्षा आदि भी प्रकाशित होते हैं। इनमें कहानी, कविता, उपन्यास के अंश आदि की रचना रचनाकारों द्वारा की जाती है और इसमें संपादकीय विभाग को विशेष श्रम नहीं करना पड़ता। समीक्षाएं भी प्रायः विद्वान लोगों और आलोचकों द्वारा लिखवाई जाती हैं और इनका उद्देश्य साहित्यिक-सांस्कृतिक गतिविधियों से लोगों को परिचित कराना होता है।

### अभ्यास प्रश्न

(घ) निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए-

- i. अंग्रेलख
- ii. साक्षात्कार लेखन
- iii. संपादक के नाम पत्र

## 11.6 सारांश

समाचारपत्र एक लोकप्रिय जनमाध्यम है। यह समसामयिक समाचार, सूचनाओं, टिप्पणियों आदि से पूर्ण नियत समय के अंतराल से प्रकाशित होने वाला अजिल्द धारावाही प्रकाशन है जिसका उद्देश्य देश-विदेश की सभ्यता-संस्कृति, स्थिति-परिस्थिति आदि का बोध कराना है और समाचारपत्र लेखन से तात्पर्य है समाचार के साथ-साथ अन्य प्रकाशन सामग्री - संपादकीय, फीचर, सामयिक और विशिष्ट लेख, साक्षात्कार लेखन आदि। संपादकीय समाचारपत्र का आत्मा और विशिष्ट अंग हैं और फीचर समाचारपत्र को अन्य समाचारपत्रों से अलग कर विशिष्टता की रचना करता है। संपादकीय और फीचर लेखन के लिए विषय-चयन, सामग्री का संकलन करना पड़ता है। उसके बाद उनका लेखन प्रस्तावना, विवेचन-विश्लेषण और

उपसंहार या निष्कर्ष के रूप में किया जाता है। संपादकीय छोटा होता है और फीचर संपादकीय की अपेक्षा बड़ा होता है। सामयिक लेखों आदि में बहुज्ञता, अध्ययनशीलता और लेखकीय कौशल की अपेक्षा रहती है। उनकी लेखन प्रक्रिया भी प्रारंभ, मध्य और अंत में विभक्त होती

है। भाषा भी संयत, संतुलित और सरल होनी चाहिए। साक्षात्कार का लेखन भी फीचर रूप में और प्रश्नोत्तर रूप में किया जाता है। इनके अतिरिक्त समाचारपत्रों में कहानी, कविता, उपन्यास के अंश, फिल्म समीक्षा, पुस्तक समीक्षा, कला-समीक्षा आदि भी प्रकाशित होते हैं। इनमें कहानी, कविता, उपन्यास के अंश आदि की रचना रचनाकारों द्वारा की जाती है और इसमें संपादकीय विभाग को विशेष श्रम नहीं करना पड़ता। समीक्षाएं भी प्रायः विद्वान लोगों और आलोचकों द्वारा लिखवाई जाती हैं और इनका उद्देश्य साहित्यिक-सांस्कृतिक गतिविधियों से लोगों को परिचित कराना होता है।

### 11.7 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर

1. समाचारपत्र की परिभाषा देते हुए उसके स्वरूप पर प्रकाश डालिए। देखिए मुख्य शीर्षक 11.3 और 11.4
2. संपादकीय क्या है? उसकी लेखन-प्रक्रिया को सोदाहरण समझाइए। देखिए मुख्य शीर्षक का उपभाग 11.5.1
3. फीचर क्या है? उसकी लेखन-प्रक्रिया को सोदाहरण समझाइए। देखिए, मुख्य शीर्षक का उपभाग 11.5.2
4. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए-
  - i. अग्रेलख
  - ii. साक्षात्कार लेखन
  - iii. संपादक के नाम पत्र

देखिए मुख्य शीर्षक का उपभाग 11.5.3, 11.5.6 और 11.5.7

### 11.8 संदर्भ ग्रंथ सूची

1. डॉ० अर्जुन तिवारी, आधुनिक पत्रकारिता, (1994), विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी
2. डॉ० संजीव भानावत, समाचार लेखन के सिद्धांत और तकनीक, (1988), यूनिवर्सिटी पब्लिकेशन्स, जयपुर

3. डॉ. हरिमोहन, समाचार, फीचर लेखन एवं संपादन कला (1999), तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
4. प्रो. विजय कुलश्रेष्ठ, समाचारपत्र माध्यम: स्वरूप एवं संरचना (2011), नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर
5. संपा. डॉ. वेदप्रताप वैदिक, हिंदी पत्रकारिता: विविध आयाम, हिंदी बुक सेंटर, दिल्ली
6. प्रो. विजय कुलश्रेष्ठ, हिंदी पत्रकारिता और सर्जनात्मक लेखन, (2011), नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर
7. डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र, मीडिया लेखन: सिद्धांत और व्यवहार, तृतीय संस्करण, (2013), संजय प्रकाशन, दिल्ली

---

### 11.9 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

---

1. संपा. प्रो. रमेश जैन, जनसंचार विश्वकोश, (2007), नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर
2. प्रो. रमेश जैन, संपादन, पृष्ठ सज्जा और मुद्रण, जयपुर
3. संपा. प्रो. संजीव भानावत, समाचार और फीचर लेखन, राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर
4. डॉ. हरीश अरोड़ा, प्रिंट मीडिया लेखन, दिल्ली

---

## इकाई 12 रेडियो लेखन के सिद्धांत

---

### इकाई की संरचना

- 12.1 प्रस्तावना
- 12.2 उद्देश्य
- 12.3 रेडियो की अवधारणा
- 12.4 रेडियो लेखन के सिद्धांत
  - 12.4.1 आलेख की अनिवार्यता
  - 12.4.2 शब्द
  - 12.4.3 ध्वनि-प्रभाव
  - 12.4.4 संगीत
  - 12.4.5 भाषा
  - 12.4.6 रोचकता
  - 12.4.7 संक्षिप्तता
  - 12.4.8 नवीनता
  - 12.4.9 श्रोता समुदाय की जानकारी
  - 12.4.10 विविध विधाओं की जानकारी
  - 12.4.11 मौन या निःशब्दता
- 12.5 रेडियो लेखन के लिए आचार-संहिता
- 12.6 सारांश
- 12.7 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 12.8 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 12.9 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

### 12.1 प्रस्तावना

यह बारहवीं इकाई है। इसमें आप 'रेडियो लेखन के सिद्धांत' के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे। इस इकाई में आप रेडियो लेखन के विभिन्न सिद्धांतों से परिचित होंगे। रेडियो की अवधारणा पर भी विचार इस इकाई में किया गया है। आशा है कि इसे पढ़ने के बाद आप रेडियो की विशेषताओं और रेडियो लेखन के सिद्धांतों को भली-भांति समझ सकेंगे।

### 12.2 उद्देश्य

समाचारपत्र, टेलीविजन, इंटरनेट की तरह रेडियो भी एक लोकप्रिय जनमाध्यम है। संचार के अन्य माध्यमों की तरह सूचना, शिक्षा और मनोरंजन इसका मूल ध्येय हैं। यह सर्वाधिक सुलभ और सस्ता माध्यम है और मोबाइल के बढ़ते चलन ने इसकी लोकप्रियता में अपार वृद्धि की है। रेडियो सभी सुनते हैं लेकिन उसके लेखन की पद्धति से वे रूबरू नहीं होते। यहां इस इकाई में इन्हीं सिद्धांतों की चर्चा की जा रही है। इस इकाई का पढ़ने के बाद आप यह जान पाएंगे कि-

1. रेडियो क्या है और उसकी कौन-कौन सी विशेषताएं हैं ?
2. रेडियो लेखन के सिद्धांत कौन-कौन से हैं ?

### 12.3 रेडियो की अवधारणा

आइए यह जाने कि रेडियो क्या है? रेडियो एक दृश्यहीन माध्यम है। वह केवल श्रव्य है यानि अंधों की दुनिया है लेकिन सर्वाधिक सुलभ साधन है। संचार के जितने भी इलेक्ट्रॉनिक संचार-माध्यम हैं, उनमें रेडियो का प्रभाव विशिष्ट महत्त्व रखता है। इसमें अदृश्य विद्युत चुंबकीय तरंगों द्वारा एक स्थान से दूसरे स्थान पर संदेश भेजा जाता है। इसीलिए इसमें ध्वनियों का महत्त्व है जो श्रोता को ध्वनियों के सहारे ही पूरे दृश्य को साकार कर देती हैं। इसलिए आवश्यक है कि ये ध्वनियां आकर्षक हों हालांकि ध्वनि की क्षणभंगुरता इसकी एक सीमा भी है। जिस आवाज को हम सुनते हैं वह थोड़ी ही देर में कानों में गूंजकर गायब हो जाती है। संचार के अन्य माध्यमों की तरह सूचना, शिक्षा और मनोरंजन इसके प्रमुख उद्देश्य हैं। वर्तमान में मोबाइल में रेडियो का प्रवेश हो चुका है और अब जनसाधारण तक और दूरदराज के प्रदेशों तक उसका प्रवेश सहज और सुगम हो गया है। जवरीमल्ल पारख के अनुसार 'रेडियो निरक्षरों के लिए भी एक वरदान है जिसके द्वारा वे सुनकर सिर्फ सुनकर अधिक-से-अधिक सूचना, ज्ञान और मनोरंजन हासिल कर लेते हैं। रेडियो और ट्रांजिस्टर की कीमत भी बहुत अधिक नहीं होती। इस कारण वह सामान्य

जनता के लिए भी कमोबेश सुलभ है। यही कारण है कि टी.वी. के व्यापक प्रसार के बावजूद तीसरी दुनिया के देशों में रेडियो का अपना महत्त्व आज भी कायम है। (जवरीमल्ल पारख, जनसंचार माध्यमों का सामाजिक चरित्र, पृ०-29) लेकिन इसका यह अर्थ नहीं है कि केवल निरक्षर ही रेडियो सुनते हैं, साक्षर भी रेडियो का लाभ लेते हैं। यह बात और है कि नेत्रहीनों के लिए यह एक वरदान से कम नहीं है।

रेडियो का प्रसारण नियमितता लिए होता है। उसकी निश्चित समय पर घोषणा की जाती है ताकि श्रोता उसे समय पर सुन सके और लाभ ले सके। उस पर लगातार ध्वनि (आवाज) के माध्यम से कार्यक्रम प्रसारित होते रहते हैं और यही निरंतरता उसे वर्तमान और समसामयिकता के निकट ले आती है। श्रोता को यह प्रतीत होता है कि वह जो सुन रहा है, वह सीधा प्रसारण है। यह बात और है कि अधिकांश कार्यक्रम रिकार्डिड होते हैं। रेडियो में श्रोता अपनी कल्पना शक्ति पर आधृत रहता है और उसके बल पर ही उद्घोषकों को पहचानता है और उसका उनसे आत्मीय संबंध बनता है। इसी के बल पर वह दृश्य, व्यक्ति, उसकी रूपाकृति, वेशभूषा आदि का अनुमान लगाता है। इसे कभी भी, कहीं भी और किसी भी अवस्था में सुना जा सकता है। यह लचीलापन उसे अन्य संचार-माध्यमों से विशिष्ट बनाता है। इसका मूल कारण यह है कि इसमें देखने की बजाय सुनना पड़ता है और श्रोता पूरी तरह उस आवाज के प्रति एकाग्र हो सकता है।

रेडियो की एक अन्य खूबी है उसकी तात्कालिकता। इसके कारणसमाचार और सूचनाओं का कम-से-कम समय में तत्काल प्रसारणसंभव हो पाता है। कभी-कभी कार्यक्रम रोककर विशिष्ट सूचना प्रदान की जाती है।

### 12.3 रेडियो लेखन के सिद्धांत

अब तक आप रेडियो के बारे में जान चुके होंगे। जैसा कि पहले स्पष्ट किया जा चुका है कि रेडियो में ध्वनियाँ ही श्रोता तक संदेश पहुँचाती हैं। अतः रेडियो द्वारा निर्मित ध्वनि-संसार को तैयार करने के लिए विशेष कौशल अपेक्षित होता है। मधुकर गंगाधर के शब्दों में 'रेडियो के लिए लिखना मात्र व्याकरण-नियंत्रित वाक्यों की रचना नहीं है। उसका अपना व्यक्तित्व होता है।' (रेडियो लेखन, पृ० 63) इस दृष्टि से रेडियो लेखन के मूलभूत सिद्धांत निम्नलिखित हैं -

#### 12.4.1 आलेख की अनिवार्यता

रेडियो के अधिकांश प्रसारणों के लिए आलेख की अनिवार्यता रहती है। मूलतः रेडियो के संपूर्णप्रसारणको तीन खंडों में बाँटा जा सकता है - (क) वार्ता, (ख) नाटक, रूपक आदि और (ग) संगीत, संगीत रूपक आदि।

रेडियो में नाटक, रूपक, संगीत-रूपक आदि को प्रसारित करने के लिए आलेख की आवश्यकता पड़ती है। नाटकीय पद्धति के प्रयोग के कारण आलेख-निर्माण होता है तभी विषय और प्रसंग की प्रस्तुति संभव हो पाती है और तभी संवाद संभव हो पाते हैं। आलेख की आवश्यकता संगीत में भी पड़ती है क्योंकि वहां शब्द आधार है, शब्द के बिना स्वर और साज का कोई महत्त्व नहीं होता। वार्ता में आलेख की अनिवार्यता को लेकर दो विचार केंद्र में है। एक यह कि वार्ता में आलेख होना चाहिए और दूसरा यह कि आलेख का होना आवश्यक नहीं है लेकिन एक अच्छी और सफल वार्ता के लिए आलेख की उपयोगिता को नकारा नहीं जा सकता। परिचर्चा में आलेख के स्थान पर नोट्स का प्रयोग किया जाता है जो मार्गदर्शक का कार्य करता है। यही नहीं, रेडियो पर उद्घोषणाएँ तक लिखित रहती हैं। इससे प्रसारणश्रेष्ठ और त्रुटिहीन बनता है लेकिन यहाँ इस बात का भी स्मरण रखना होगा कि आलेख रेडियो प्रसारण हेतु आधार मात्र है, सब कुछ नहीं है।

### आलेख की विशेषताएं

रेडियो के लिए आलेख तैयार करते समय निम्नलिखित विशेषताओं का समावेश करना उचित रहता है।

आलेख में विषय को भली-भाँति समझने के बाद योजनाबद्ध रूप से बातों को लिखा जाए। उसमें तथ्यों की प्रस्तुति उनके महत्त्व के आधार पर हो। तथ्यों की प्रस्तुति में तारतम्य भी बनाए रखना चाहिए तभी श्रोता विषय के साथ अपना जुड़ाव अनुभव करता है। 'तारतम्य हटने से श्रोता स्वप्नभंग की स्थिति में आ जाता है और वह श्रवण-विमुख हो जाता है।' (मधुकर गंगाधर, रेडियो लेखन, पृ० 65)

आलेख-लेखन के दौरान समय का ध्यान रखना भी आवश्यक है। मधुकर गंगाधर के शब्दों में 'कोई भी आलेख एक खास समय के लिए ही तैयार किया जाता है, इसलिए निर्धारित समय के भीतर हम अपनी बातों को पूर्णता के साथ तथा कारगर ढंग से कह सकें, यह आवश्यक है और आलेख की आवश्यकता है।' (रेडियो लेखन, पृ० 64) इस समयबद्धता से संक्षिप्तता आती है जिसकी चर्चा आगे की गई है। आलेख की प्रस्तुति एकरूप न हो बल्कि उसमें उतार-चढ़ाव और चरमसीमा की स्थिति भी हो। ऐसी स्थिति श्रोता को एक मानसिक यात्रा का आनंद देती है। यथावसर हास्य-व्यंग्य, प्रत्युत्पन्नमतित्व को पुट और बिंबधर्मिता आलेख को आकर्षक बना देती है।

कभी-कभी आलेख में शब्दों की पुनरावृत्तियां सार्थक लगती है लेकिन इससे प्रसारण अनाकर्षक होने का भय रहता है। इसी प्रकार निरर्थक शब्द आलेख के लिए उपयोगी नहीं होते। ध्वनि-साम्य शब्दों के प्रयोग से भी दूर रहना श्रेयस्कर है। मधुकर गंगाधर के शब्दों में 'अगर हम निरर्थक शब्दों का मोह करते हैं तो अपने आलेख की जिंदगी के साथ खिलवाड़ करते हैं।...श्रेष्ठ आलेख काफी मंजा हुआ हो। यह वस्तुतः शब्द-महल है जिसमें खिड़की-दरवाजे तो जरूर हों, जिससे

घुटन नहीं हो और छत एवं दीवार का परदा जरूरी है जिससे मौसम की मार से बचा जा सके।' (रेडियो लेखन, पृ. 65, 66)

### 12.4.2 शब्द

रेडियो आलेख के लिए जिन शब्दों का चयन किया जाए वे ऐसे प्रतीत हों मानो उन्हें बोला जा रहा है। किसी से बात की जा रही है। रेडियो की बोलचाल की भाषा में उपर्युक्त, उक्त, निम्नलिखित, निम्नांकित, अर्थात् जैसे लिखित शब्द व्यर्थ सिद्ध होते हैं। वास्तव में 'रेडियो प्रसारणशब्दों का भागता हुआ तूफान है जो एक ही दिशा में जाता है और निरंतर जाता है। इसके पाँव उल्टे नहीं चलते और न रूकते ही हैं। इसलिए भागते हुए शब्दों से जितना कुछ आप श्रोताओं को कह सकें, वही आपकी उपलब्धि है और आदर्श रूप में हम चाहते हैं कि हमारा एक भी शब्द, एक भी भाव निरर्थक नहीं जाए।' (मधुकर गंगाधर, रेडियो लेखन, पृ. 76) वक्ता को उतार-चढ़ाव या सुर, ताल, स्वर में विविधता भी लानी चाहिए।

### 12.4.3 ध्वनि-प्रभाव

रेडियो ध्वनियों का संसार है। इसीलिए यह रेडियो में विशिष्ट महत्त्व रखता है। इन्हीं ध्वनियों के माध्यम से श्रोता के मानस पर दृश्य-निर्माण होता है। उदाहरणके लिए घोड़ों की टापों की ध्वनियों युद्ध-क्षेत्र का चित्र श्रोता के सामने लाता है तो पक्षियों की चहक उगती भोर का दृश्य मानस-पटल पर साकार करती है। उल्लू की चीखों, उसकी आवाजों से भयानक अंधेरी रातों का दृश्य अनुभूत हो सकता है और बारिश की बूंदों की ध्वनि यह बताती है कि मौसम खुशनुमा है। वास्तव में मुद्रित माध्यम में जिन दृश्यों को प्रस्तुत करने में अनेक वाक्यों और शब्दों का प्रयोग करना पड़ता है उन्हें रेडियो पर कुछ ध्वनियों के रिकार्डों की सहायता से बड़ी आसानी से प्रस्तुत किया जा सकता है और वह भी प्रभावी रूप में। श्रोता के मानस पर ध्वनियों के द्वारा चित्र-निर्माण करने के लिए फेड-आउट (तेज से धीरे-धीरे मद्धिम ध्वनि) तथा फेड-इन (मद्धिम ध्वनि से धीरे-धीरे तेज ध्वनि) का प्रयोग रेडियो में किया जाता है। वास्तव में ये 'उपकरा' समय की कमी अथवा दृश्य-परिवर्तन को सूचित करने में भी उपयोगी होते हैं।

इन ध्वनि-प्रभावों को निम्नवत देखा जा सकता है-

- क. **क्रिया ध्वनियाँ** - इन ध्वनियों से किसी क्रिया का आभास होता है। इस प्रकार की ध्वनियों में दरवाजे की दस्तकें, जोर से चीजें पटकने, लाठी की ठक-ठक आदि को लिया जा सकता है। इन ध्वनियों से क्रिया के साथ-साथ पात्रगत मनोभाव भी श्रोता के सामने आता है। जैसे चीजों को जोर से पटकना यह दृश्य उभारता है कि व्यक्ति क्रोध में है। बर्तन पटकने की आवाजों का होना बताता है कि वातावरण में तनाव है। घर में कलह का माहौल है।

ख. **स्थल ध्वनियाँ** - ये वे ध्वनियाँ होती हैं जो या तो किसी स्थल का बोध कराती हैं या किसी विशेष वातावरणकी अनुभूति कराती हैं। उदाहरणार्थ, चाय गरम-चाय गरम की आवाजें, कुली-कुली की पुकारें, गाड़ियों के आने की उद्घोषणाएँ आदि ध्वनियों से किसी भी रेलवे प्लेटफार्म की गहमा-गहमी का दृश्य श्रोता के सामने उभरकर आ जाता है। इस प्रकार की ध्वनियों का प्रयोग बैकग्राउंड सैटिंग की भाँति होता है।

ग. **प्रतीक ध्वनियाँ** - इस प्रकार की ध्वनियों का प्रयोग नाटकीय स्थितियों के सृजन के लिए किया जाता है। उदाहरणार्थ हास्य नाटिकाओं के बीच ठहाकों, युद्ध-स्थल पर विस्फोटात्मक ध्वनियों तथा रोमांटिक दृश्यों में झरनों की ध्वनियों और पक्षियों की चहचहाहटों का प्रयोग न केवल रेडियो आलेख को प्रभावशाली, सशक्त और संप्रेषणीय बनाता है बल्कि श्रोता के अनुभूत संसार को विस्तार भी देता है।

ध्वनि-प्रभावों का प्रयोग रेडियो में दृश्य की वास्तविकता अथवा प्रामाणिकता को बढ़ाने, वातावरणको उभारने और दृश्यगत स्थिति को स्पष्ट करने के लिए होता है लेकिन यहां यह भी ध्यान रखना श्रेयस्कर होगा कि ध्वनि-प्रभावों का प्रयोग न तो अनावश्यक हो और न ही अस्पष्ट। आलेख में यह स्पष्ट होना चाहिए कि यह 'टेलीफोन की घंटी की आवाज' है या 'मोबाइल की कॉल की आवाज'। ध्वनि-प्रभाव संवाद के सहवर्ती होना चाहिए तभी ध्वनि-प्रभावों की उपयोगिता और सार्थकता सिद्ध होगी। संवाद में यह स्पष्ट उल्लेख हो कि ध्वनि-प्रभाव झरने के पानी को इंगित करता है या किसी पाइप से तेज धार से निकलने वाले पानी को इंगित करता है।

#### 12.4.4 संगीत

रेडियो के कार्यक्रमों में ध्वनि के साथ-साथ संगीत का भी योगदान रहता है। रेडियो आलेखों में संगीत का संयोग नाटकीयता को उभारता है, वातावरणकी प्रस्तुति करता है, पात्रों की मनःस्थिति को उनके भावों को उजागर करता है और आलेख को गतिशील बनाने में सहायक सिद्ध होता है। इस प्रकार रेडियो कार्यक्रमों में संगीत विविध भूमिका निभाता है। संगीत के कारणही किसी कार्यक्रम की अन्य कार्यक्रम से भिन्नता स्थापित हो पाती है और श्रोता कार्यक्रम को पहचान पाता है। रेडियो आलेखकार के लिए अनेक प्रकार का संगीत उपलब्ध होता है। यह संगीत मंद भी हो सकता है और तीव्र भी, हर्ष की सूचना देने वाला भी हो सकता है और विषाद की सृष्टि करने वाला भी, दृश्य के परिवर्तन की सूचना देने वाला भी हो सकता है और आरंभ व समापन को द्योतित करने वाला भी। इसलिए आलेखकार को यथावश्यक और यथावसर अपनी पटकथा की रचना करते समय संगीत के उपयोग संबंधी निर्देशों को देना उचित रहता है।

#### 12.4.5 भाषा

रेडियो के आलेख की भाषा का संबंध किताबी भाषा से कम होता है। रेडियो पर ऐसी भाषा का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए जिनके शब्दों का अर्थ समझने में उसे कठिनाई हो या उसे

शब्दकोश देखने को विवश होना पड़े। ऐसी भाषा का प्रयोग श्रोता को उलझन में डाल देता है। इसीलिए रेडियो आलेख में ऐसी भाषा का प्रयोग किया जाता है जो न केवल रोचक हो बल्कि सहज बोलचाल की भाषा हो।

रेडियो में भाषा का काम चित्र निर्मित करना होता है। उस भाषा में दृश्य उत्पन्न करने और श्रोता की कल्पना-शक्ति को जाग्रत करने की क्षमता होनी चाहिए। किताबी भाषा में आंकड़ों का महत्त्व होता है लेकिन ये आंकड़े रेडियो की भाषा में दिए जाने पर श्रोता को अरुचिकर लगते हैं और उसके लिए उलझन पैदा करते हैं। अतः रेडियो की भाषा में आंकड़ों को इस प्रकार दिया जाना चाहिए जैसे-

‘सन् 1990 में सोने का भाव 3200 रुपए प्रति 10 ग्राम था जो 2012 में बढ़कर 32000 प्रति 10 ग्राम हो गया।’

रेडियो की भाषा में इसे इस प्रकार प्रस्तुत करना उचित होगा कि ‘1990 में सोना 3200 रुपए प्रति दस ग्राम था। वहीं लगभग अगले बीस वर्षों में इसका दाम दस गुना बढ़ गया।’

रेडियो की भाषा में उदाहरणार्थ, उक्त, क्रमशः, निम्नलिखित, निम्नांकित, अर्थात् जैसे शब्दों की कोई उपयोगिता नहीं है। ऐसे शब्दों का प्रयोग मुद्रित माध्यम में उपयोगी सिद्ध होता है। साथ ही यह भी ध्यान रखना चाहिए कि ऐसे शब्दों का प्रयोग किया जाए जो प्रचलित हो, सामान्य जीवन में

व्यवहार में लाए जाते हों। इसीलिए रेडियो में अन्योन्याश्रित, अंततोगत्वा, द्रष्टव्य आदि शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाता।

चूंकि रेडियो एक ध्वनि माध्यम है। इसलिए ध्वनियां श्रोता को बहुत देर तक अपनी ओर आकर्षित नहीं कर सकतीं। इस दृष्टि से यह आवश्यक है कि ऐसे वाक्यों का प्रयोग किया जाए जो न केवल छोटे-छोटे हों, बल्कि सरल और सारगर्भित भी हों। यहां एक ही बात को पुनः दोहराना संभव नहीं है। ऐसी स्थिति में लंबे वाक्य रेडियो की भाषा में उचित नहीं लगते। प्रत्येक वाक्य में एक ही विचार या संदेश हो तो श्रोता के लिए संदेश ग्रहणकरना आसान होता है। वास्तव में ‘भारी-भरकम शब्दावली, व्यर्थ का आडंबर और उलझे हुए वाक्य रेडियो लेखन के लिए शत्रु हैं।’ (डॉ० हरिमोहन, रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता, पृ०-83)

किसी साहित्यिक कृति पर आधारित कार्यक्रम की भाषा तदनुरूप होती है। यह सामान्य श्रोता के लिए थोड़ी कठिन हो सकती है लेकिन रचना के साथ न्याय करने के लिए साहित्यिक-काव्यमय शब्दों का प्रयोग आवश्यक है। यहां उदाहरणार्थ डॉ० रवि शर्मा ‘मधुप’ द्वारा रामधारी सिंह ‘दिनकर’ की रचना ‘उर्वशी’ के लिए गए रेडियो नाट्य रूपांतर का एक अंश प्रस्तुत है-

(गंधमादन पर्वत पर पुरुरवा और उर्वशी)

पुरूरवा: उर्वशी, यह गंधमादन पर्वत कितना सुरम्य है? जब से हम-तुम मिले हैं, न जाने कितनी बार रात्रि शृंगार कर आकाश में घूम चुकी है?

उर्वशी: हां मेरे पुरू! जब से हम-तुम मिले हैं, समय को जैसे पंख लग गए हैं। एक वह समय था, जब मैं तुम्हें देखने के बाद वापिस देवलोक लौटी थी, तो न सूरज डूबने का नाम लेता था और न काल-रात्रि बीतती थी। मैं तड़पती रही, मगर तुम कभी मेरी सुधि लेने नहीं आए और महलों के सुख भोगते रहे। मिले भी तब, जब मैं अपनी मर्यादा छोड़कर स्वर्ग से स्वयं ही भूमि पर चली आई।

पुरूरवा: इस कृपा के लिए तो मैं सदा तुम्हारा कृतज्ञ हूँ। किंतु मिलन का इसके अतिरिक्त दूसरा उपाय ही क्या था? कई बार इच्छा हुई कि देवराज इंद्र से जाकर कहूँ कि अब उर्वशी के बिना जीवन भार हो रहा है, आप उसे कृपया धरती पर जाने दें। लेकिन मन ने रोका 'क्षत्रिय भी भला कभी भीख मांगते हैं?' और प्रेम क्या भीख मांगने से मिलता है?' इसीलिए मैं महल में भी असहाय तड़पता रहा। विश्वास था तो इतना, कि एक-न-एक दिन मेरी वियोगाग्नि देवलोक में पहुँचकर, तुम्हारे मन को दग्ध कर देगी और तुम स्वयं ही भूतल पर चली आओगी।

उपर्युक्त उद्धरणमें पर्वत, सुरम्य, शृंगार, कृतज्ञ, वियोगाग्नि, दग्ध, भूतल जैसे शब्द द्रष्टव्य हैं जो रेडियो के अन्य कार्यक्रमों के लिए उपयुक्त नहीं माने जा सकते लेकिन रचना के साथ न्याय करने की दृष्टि से इनकी उपयोगिता को नकारा नहीं जा सकता।

#### 12.4.6 रोचकता

रेडियो आलेख आकर्षक और रोचकता को उत्पन्न करने वाला होना चाहिए। ऐसा इसलिए भी आवश्यक है क्योंकि रेडियो का श्रोता न तो किसी बात को दूसरी बार पूछ सकता है और न ही दूसरी बार सुन सकता है। अतः उसका आरंभ पूरी तरह जिज्ञासा बढ़ाने वाला होना चाहिए जिससे श्रोता सुनते ही कार्यक्रम की ओर खिंचा चला आए और पूरा सुनकर छोड़े। प्रायः रेडियो कार्यक्रमों का प्रारंभ संगीत, ध्वनि-प्रभाव आदि से होता है, वर्णान या नैरेशन से प्रारंभ करने से वह आकर्षण नहीं रहता जो होना चाहिए। हालांकि वार्ता में वर्णान होता है लेकिन श्रोताओं से संवाद करता हुआ।

प्रारंभ को आकर्षक बनाने के लिए बिना किसी भूमिका के एकाएक बीच से बात शुरू की जानी चाहिए और जहां भूमिका आवश्यक हो वहां पर भी उसे प्रभावशाली ध्वनि-प्रभावों की पृष्ठभूमि पर प्रस्तुत किया जाना चाहिए।

यहां वार्ता के प्रारंभ का एक उदाहरण द्रष्टव्य है-

‘मनुष्य ने चिकित्सा विज्ञान के क्षेत्र में जो प्रगति की है उसके परिणामस्वरूप दुनिया से अनेक बीमारियों का सफाया हो चुका है। चेचक और प्लेग जैसी महामारियों का प्रकोप अब दिखाई नहीं देता। कई अन्य बीमारियों के रोकथाम में भी अच्छी मदद मिली है लेकिन इसके साथ ही

कई ऐसी बीमारियाँ सामने आई हैं जो और भी खतरनाक तरीके से सर उठाने लगी हैं। इन बीमारियों में टी. बी. या क्षयरोग प्रमुख है। एक जमाने में क्षयरोग को सबसे लाइलाज बीमारियों में गिना जाता था। आज यह लाइलाज तो नहीं है लेकिन यह मौत का बहुत बड़ा कारण है।

इस उदाहरण के प्रारंभिक वाक्यों से ही श्रोता खिंचने लगता है कि कौन-सी नई बीमारियाँ हैं जो खतरनाक है और फिर पूरी वार्ता सुनने को तत्पर हो जाता है।

#### 12.4.7 संक्षिप्तता

रेडियो में समय-सीमा का विशेष महत्त्व है। रेडियो प्रसारणसमयबद्ध प्रसारण है। यह एक निश्चित समय के भीतर संपन्न किया जाता है। इसलिए सामासिकता रेडियो आलेखकार की विशेषता होती है और होनी भी चाहिए। उसे चाहिए कि वह कार्यक्रम के आलेख को इस प्रकार संतुलित और प्रभावपूर्ण बनाए कि श्रोता थोड़े समय में ही सब कुछ जान ले क्योंकि लंबे समय तक श्रोता द्वारा एक ही कार्यक्रम सुनना मुमकिन नहीं है और वह बैड बदलकर अन्य कार्यक्रम सुनने का इच्छुक भी हो सकता है। रेडियो के लिए आलेख बनाते समय यह ध्यान में रखना होगा कि पाँच मिनट की वार्ता में सारी जानकारी को विस्तारपूर्वक नहीं दिया जा सकता। इसलिए यहां पटकथाकार की कुशलता इस बात में होगी कि वह अतिरोचक मुद्दों का चयन करे और उन्हें निश्चित समय की सीमा में प्रस्तुत कर दे। इसी प्रकार रेडियो नाटकों में भी न तो अनावश्यक पात्र लिए जा सकते हैं और न फालतू लच्छेदार संवादों की योजना की जा सकती है। रेडियो आलेख को पुनरावृत्तियाँ कमजोर बनाती हैं। इससे आलेखकार को बचना चाहिए।

#### 12.4.8 नवीनता

नवीनता मनुष्य को अच्छी लगती है। चाहे कोई नवीन सूचना या कोई नवीन विषय। यही नवीनता बनाए रखना रेडियो पटकथा के लिए आवश्यक है। जब रेडियो पर विषय-विविधता और रोचकता लिए हुए नवीनतम जानकारी प्रस्तुत की जाती है तो श्रोता मंत्रमुग्ध हो जाता है और उसकी रुचि कार्यक्रम में होने लगती है। पुराने विषय या घिसी-पिटी बासी चीजें श्रोताओं को प्रायः आकर्षित नहीं करती और न ही वे इसे रोचक पाते हैं। चाहे कोई भी कार्यक्रम (नाटक, फीचर, गीत आदि) हो, नवीनता का समावेश उसमें अवश्य रहना चाहिए।

#### 12.4.9 श्रोता समुदाय की जानकारी

कोई भी लेखन हो या प्रसारण, वह श्रोता वर्ग को ध्यान में रखकर किया जाता है। यह तथ्य मुद्रित माध्यम पर भी लागू होती है और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम पर भी। समाचारपत्रों में भी पाठकवर्ग की रुचि को केंद्र में रखा जाता है और सामग्री प्रकाशित की जाती है। उसी प्रकार रेडियो के लिए

लेखन करते समय और उसका प्रसारणकरते समय श्रोता-समुदाय का ज्ञान आलेखकार और रेडियो केंद्र को होना चाहिए। आलेखकार को यह भली-भांति पता होना चाहिए कि वह किस श्रोता वर्ग के लिए लेखन कर रहा है या किस श्रोता वर्ग को वह अपना संदेश प्रेषित करना चाहता है? वह श्रोता वर्ग बाल है, प्रौढ़ों का समूह है, महिलाएं हैं या वृद्ध जन आदि हैं। उसे यह भली-भांति पता होना चाहिए कि बच्चों के लिए लिखा जाने वाले आलेख का स्वरूप अलग होगा, किशोरों के लिए लिखा जाने वाला आलेख का स्वरूप अलग। इसी प्रकार महिलाओं हेतु प्रस्तुत सामग्री भिन्न प्रकार से लिखी जाएगी और कृषि और ग्रामीणकार्यक्रम हेतु सामग्री का लेखन भिन्न प्रकार से होगा। कृषिप्रधान कार्यक्रमों में वैज्ञानिक जानकारी के गंभीर होने के बावजूद उसे सरल, सहज बोलचाल की भाषा में प्रस्तुत करना चाहिए अन्यथा वह श्रोताओं के लिए व्यर्थ ही सिद्ध होगी। साहित्यिक कार्यक्रमों के आलेख का स्वरूप बिल्कुल भिन्न होगा। वहां गंभीर और थोड़े कठिन शब्दों का प्रयोग किया जा सकता है।

यह ठीक है कि रेडियो कार्यक्रम का आलेख तैयार करते समय केंद्र में श्रोता रहना चाहिए। यह श्रोता वह भी हो सकता है जिसके लिए आप लिख रहे हैं और वह भी हो सकता है जो अन्य कार्यक्रमों को सुनता हो। आलेखकार का यह उद्देश्य होना चाहिए कि वह इस श्रोता को खींचे, उसे आकर्षित करे। इस दृष्टि से विषय को रोचक और चुंबकीय ढंग से सामने रखा जाए ताकि किसी भी वर्ग का श्रोता आलेखकार के साथ हो जाए।

#### 12.4.10 विविध विधाओं की जानकारी

रेडियो लेखन करने वाले व्यक्ति के लिए यह आवश्यक है कि उसे रेडियो की विभिन्न विधाओं - रेडियो नाटक, रेडियो फीचर, रेडियो वार्ता आदि की जानकारी हो। रेडियो पर प्रस्तुत होने वाले विविध कार्यक्रमों साक्षात्कार, आलेख-रूपक आदि के कुछ ढंग होते हैं, कुछ अपेक्षाएं होती हैं जिनका ध्यान रेडियो लेखक को रखना उचित रहता है। उसे अपना आलेख विधागत विशेषताओं को ध्यान में रखकर निर्मित करना पड़ता है।

#### 12.4.11 मौन या निःशब्दता

मौन या निःशब्दता की भी रेडियो के प्रसारणमें उल्लेखनीय भूमिका है। हालांकि रेडियो में लगातार प्रसारणहोता है और उसमें थोड़ा-सा मौन भी घातक हो सकता है लेकिन नाटक आदि में पात्र मनोभाव और वातावरण आदि को प्रभावशाली बनाने के लिए लेखन के दौरान क्षणिक मौन का भी संकेत करना पड़ता है जैसे संगीत, ध्वनि-प्रभाव आदि का किया जाता है। डॉ. हरिमोहन के शब्दों में 'मौन शब्दों पर ज़ोर दे सकता है और श्रोता को इतना समय दे सकता है कि वह उन्हें ध्यान से सुनकर समझ सके और अपनी कल्पना शक्ति से उन्हें आत्मसात कर सके। लगातार एक ही तरह की ध्वनियों का प्रवाह नीरसता की सृष्टि करता है। मौन लय पैदा करने और समग्र ध्वनि-संरचना को संतुलित करने में सहायक होता है।' (डॉ. हरिमोहन, रेडियो और

दूरदर्शन पत्रकारिता, पृ० 82-83) डॉ० पुष्पा बंसल के अनुसार 'दो संवादों के मध्य आया हुआ मौन भी वास्तव में एक संवाद की झंकार तथा दूसरे संवाद की प्रसव-अवधि होता है। मौन अपने-आप में एक प्रकार की भाषा ही होती है जिसे दर्शक न सुनता हुआ भी सुनता है और ग्रहणकरता है।' (डॉ० पुष्पा बंसल, हिंदी गद्य का विधा-वैविध्य, पृ०-91)

## 12.4 रेडियो लेखन के लिए आचार-संहिता

रेडियो लेखन के लिए एक आचार-संहिता भी बनाई गई है जिसका पालन हर आलेखकार को अवश्य करना चाहिए। यह इस प्रकार है-

1. किसी भी मित्र देश की आलोचना न की जाए।
2. किसी धर्म व संप्रदाय पर आक्षेप न किया जाए।
3. कोई अश्लील व मानहानि योग्य तथ्य न सुनाया जाए।
4. हिंसा को प्रोत्साहित करने वाले या कानून और व्यवस्था के विरुद्ध तथ्यों की प्रस्तुति न की जाए।
5. न्यायालय की अवमानना करने वाले तथ्यों की प्रस्तुति न की जाए।
6. राष्ट्रपति, सरकार या न्यायालय की मर्यादा के प्रतिकूल कोई भी तथ्य, शब्द या वाक्य न हो।
7. किसी राज्य, राजनैतिक दल अथवा केंद्र की आलोचना नहीं होनी चाहिए।
8. संविधान के विरुद्ध कुछ भी न कहा जाए।

### अभ्यास प्रश्न

1. रेडियो क्या है? इस पर प्रकाश डालते हुए रेडियो में भाषा और ध्वनि-प्रभावों के महत्त्व पर टिप्पणी लिखिए।
2. रेडियो लेखन के सिद्धांतों को विवेचित कीजिए।

## 12.6 सारांश

रेडियो एक लोकप्रिय और दृश्यहीन माध्यम है और ध्वनियों का संसार है। यहां सब कुछ ध्वनियों पर ही टिका है। मोबाइल के बढ़ते चलन ने इसे और अधिक लोकप्रिय बना दिया है। आज यह अधिकांश लोगों के मन में स्थान बना चुका है। यह जितना साक्षर लोगों के लिए उपयोगी है उतना ही निरक्षर लोगों के लिए भी उपयोगी है और नेत्रहीनों के लिए तो सर्वाधिक

उपयोगी है। नियमित प्रसारण, तात्कालिकता, लचीलापन रेडियो की प्रमुख विशेषताएं हैं। ध्वनियों के माध्यम से अपनी कल्पना को विकसित कर श्रोता दृश्य का भावन करता है और आनंद लेता है।

रेडियो लेखन के लिए सबसे पहली शर्त है आलेख की अनिवार्यता। कॉमेंट्री और परिचर्चा को छोड़कर प्रायः रेडियो की प्रत्येक विधा में आलेख की आवश्यकता होती है। परिचर्चा और कॉमेंट्री में केवल नोट्स से काम चल जाता है। आलेख योजनाबद्ध, तारतम्यपूर्ण और बिंबधर्मिता से पूर्ण होना चाहिए। रेडियो लेखन में शब्द 'बोले' हुए प्रतीत हो क्योंकि एक बार प्रस्तुति होने के बाद पुनः दोहराया नहीं जा सकता। विभिन्न ध्वनि-प्रभाव (क्रिया ध्वनि, स्थल ध्वनि और प्रतीक ध्वनि) भी आलेख को सशक्त बनाता है। विविध प्रकार का संगीत भी रेडियो में प्रभाव की सृष्टि करता है। विषय और जानकारी भी नवीन होनी चाहिए। विषय और आरंभ रोचक और जिज्ञासावर्धक होना चाहिए। भाषा भी सरल और बोलचाल की होनी चाहिए। वाक्य भी छोटे-छोटे और सारगर्भित होने चाहिए। चूंकि रेडियो एक समयबद्ध प्रसारण है इसलिए उसमें संक्षिप्तता का ध्यान भी रखा जाना चाहिए। रेडियो लेखन किस श्रोता वर्ग के लिए किया जा रहा है, कौन-सा श्रोता वर्ग केंद्र में है, इससे भी लेखक का परिचित होना आवश्यक है। लेखन के दौरान ऐसा किया जाना चाहिए कि जो श्रोता नहीं है वह भी कार्यक्रम सुनने के लिए तत्पर हो जाए और आनंद की अनुभूति करने लगे। रेडियो लेखन में मौन भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है विशेषकर नाटकों में लेकिन इसकी अवधि लंबी नहीं होनी चाहिए। रेडियो लेखन में किसी धर्म, जाति, संप्रदाय, सम्मानित पद आदि की आलोचना, आक्षेप आदि भी नहीं किया जाना चाहिए। उसकी आचार-संहिता का सही ढंग से पालन करना चाहिए।

## 12.7 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर

1. रेडियो क्या है? उसकी विशेषताएं बताते हुए रेडियो में भाषा और ध्वनि-प्रभावों के महत्त्व पर टिप्पणी लिखिए। देखिए, मुख्य शीर्षक 12.3 और शीर्षक 12.4 का उपभाग 12.4.3 और 12.4.5
2. रेडियो लेखन के सिद्धांतों को विवेचित कीजिए। देखिए, मुख्य शीर्षक 12.4

## 12.8 संदर्भ ग्रंथ सूची

1. मधुकर गंगाधर, रेडियो लेखन, बिहार हिंदी ग्रंथ अकादमी
2. डॉ. हरिमोहन, रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता, (1997), तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
3. डॉ. पुष्पा बंसल, हिंदी गद्य का विधा-वैविध्य, दिल्ली

---

## 12.9 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

---

1. बृजमोहन गुप्त, जनसंचार विविध आयाम, राधाकृष्णप्रकाशन, दिल्ली
2. राजेंद्र मिश्र, रेडियो लेखन, तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
3. संपा0 प्रो0 रमेश जैन, जनसंचार विश्वकोश, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर
4. प्रो0 रमेश जैन, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन, जयपुर
5. संपा0 डॉ0 रमेशचंद्र त्रिपाठी, डॉ0 पवन अग्रवाल, मीडिया लेखन, लखनऊ
6. केंद्र डॉ0 संजीव भानावत, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, जयपुर
7. डॉ0 चन्द्रप्रकाश मिश्र, मीडिया लेखन: सिद्धांत और व्यवहार, तृतीय संस्करण, (2013), संजय प्रकाशन, दिल्ली
8. डॉ0 हरीश अरोड़ा, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन, दिल्ली

---

## इकाई 13 टेलीविजन लेखन के सिद्धांत

---

### इकाई की संरचना

- 13.1 प्रस्तावना
- 13.2 उद्देश्य
- 13.3 टेलीविजन की अवधारणा
- 13.4 टेलीविजन लेखन के सिद्धांत
  - 13.4.1 चित्रात्मकता
  - 13.4.2 संभाषणशीलता
  - 13.4.3 टेलीविजन की तकनीक का ज्ञान
  - 13.4.4 एस 3 का प्रयोग
  - 13.4.5 दर्शक वर्ग की जानकारी
  - 13.4.6 भाषा
  - 13.4.7 विविध विधाओं की जानकारी
  - 13.4.8 नवीनता
- 13.5 टेलीविजन लेखन के प्रकार
  - 13.5.1 मल्टी-कैमरा छायांकन के लिए पटकथा
  - 13.5.2 सिंगल-कैमरा छायांकन के लिए पटकथा
  - 13.5.3 दृश्य-श्रव्य पटकथा स्वरूप
- 13.6 टेलीविजन लेखन के लिए आचार-संहिता
- 13.7 सारांश
- 13.8 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 13.9 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 13.10 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

### 13.1 प्रस्तावना

यह तेरहवीं इकाई है। इसमें आप 'टेलीविजन लेखन के सिद्धांत' के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे। इस इकाई में आप टेलीविजन लेखन के विभिन्न सिद्धांतों से परिचित होंगे। टेलीविजन की अवधारणापर भी विचार इस इकाई में किया गया है। आशा है कि इसे पढ़ने के बाद आप टेलीविजन की विशेषताओं और टेलीविजन लेखन के सिद्धांतों को भली-भांति समझ सकेंगे।

### 13.2 उद्देश्य

समाचारपत्र, रेडियो, इंटरनेट की तरह टेलीविजन भी एक लोकप्रिय जनमाध्यम है। इसका मूल ध्येय भी संचार के अन्य माध्यमों की तरह सूचना, शिक्षा और मनोरंजन हैं। टेलीविजन सभी देखते-सुनते हैं लेकिन उसके लेखन की पद्धति से वे रूबरू नहीं होते। यहां इस इकाई में इन्हीं सिद्धांतों की चर्चा की जा रही है। इस इकाई को पढ़ने के बाद आप यह जान पाएंगे कि-

1. टेलीविजन क्या है और इसकी कौन-कौन सी विशेषताएं हैं ?
2. टेलीविजन लेखन के सिद्धांत कौन-कौन से हैं ?

### 13.3 टेलीविजन की अवधारणा

आइए यह जानें कि टेलीविजन क्या है ? इस दृष्टि से कहा जा सकता है कि वर्तमान समय में टेलीविजन एक सर्वाधिक लोकप्रिय और सशक्त माध्यम है। इंटरनेट के बढ़ते चलन के बावजूद भी टेलीविजन की लोकप्रियता में कोई कमी नहीं आई है। यह ग्रीक शब्द 'टेली' और लैटिन शब्द 'विजन' से मिलकर बना है। 'टेली' का शाब्दिक अर्थ है दूरी पर और 'विजन' का अर्थ है देखना। इसका तात्पर्य हुआ कि जो दूर की चीजों का दर्शन कराए, उसे आपके सामने साक्षात् कर दे, वह 'दूरदर्शन' है। इसमें दर्शक दूरवर्ती स्थानों पर घटनेवाली घटनाओं को घर बैठकर देखते हैं। इसका अंग्रेजी रूप है 'टेलीविजन'। चूंकि यह शब्द अत्यधिक प्रचलित है। इसी कारण आज सर्वमान्य हो गया है और अधिकांश जनमानस इसी शब्द का व्यवहार करते हैं।

संचार के अन्य माध्यमों समाचारपत्र, रेडियो और इंटरनेट की तरह सूचना, शिक्षण और मनोरंजन इसके प्रमुख उद्देश्य हैं। इसमें दृश्य ही सब कुछ है। दृश्य, ध्वनि और पाठ्य तीनों का समवेत प्रभाव इस माध्यम में उपलब्ध होता है। टेलीविजन में श्वेत पट्टी पर समाचारों का लिखित रूप देखा जा सकता है। यह बात और है कि दर्शक देखता और सुनता अधिक है और पढ़ता नहीं है या कम पढ़ता है। प्रकाश, रंग और ध्वनि का प्रयोग होने के कारण यह दर्शक को अधिक प्रिय और रुचिकर प्रतीत होता है।

रेडियो अंधों की दुनिया है लेकिन टेलीविजन के साथ ऐसा नहीं है। यह देखने वालों का साधन है और इसका कोई लाभ नेत्रहीनों को नहीं है। वे केवल सुन सकते हैं, दृश्य को अनुभूत कर सकते हैं लेकिन देखने का आनंद नहीं उठा सकते। उनके लिए टेलीविजन भी रेडियो की तरह है केवल एक ध्वनि-माध्यम। रेडियो के समान यह सुगम और सहज नहीं है। यह बात और है कि रेडियो के समान इसका प्रवेश भी मोबाइल में हो गया है। टेलीविजन का प्रसारणनियमितता लिए होता है। हर कार्यक्रम, समाचार या धारावाहिक आदि का समय सुनिश्चित है ताकि दर्शक उसे समय पर देख-सुन सके और लाभ ले सके। टेलीविजन पर प्रसारित गतिशील दृश्यों की निरंतरता उसे वर्तमान और समसामयिकता के निकट ला देती है। दर्शक अपने आप को मंत्रमुग्ध-सा और जीवंत अनुभूत करता है। रेडियो में श्रोता अपनी कल्पना शक्ति पर आधृत रहता है और उसके बल पर ही उद्घोषकों को पहचानता है और उसका उनसे आत्मीय संबंध बनता है। इसी के बल पर वह दृश्य, व्यक्ति, उसकी रूपाकृति, वेशभूषा आदि का अनुमान लगाता है। इसके विपरीत टेलीविजन दर्शक को कल्पनाशीलता का कोई अवकाश नहीं देता क्योंकि वहां सब कुछ घटित दिखाई देता है और उसका बिंब देर तक बना रहता है। यहां आप उद्घोषक, कार्यक्रम प्रस्तोता को देख भी सकते हैं, उसकी रूपाकृति, वेशभूषा आदि का अनुमान लगाने की आपको कोई आवश्यकता नहीं है।

रेडियो के समान तात्कालिकता भी टेलीविजन में उपलब्ध होती है। इसके कारणसमाचार और सूचनाओं का कम-से-कम समय में तत्काल प्रसारणसंभव हो पाता है। कभी-कभी कार्यक्रम रोककर विशिष्ट सूचना प्रदान की जाती है। 'ब्रेकिंग न्यूज' की अवधारणाइसी प्रकार की है। रेडियो के समान आप टेलीविजन लेटकर या बैठकर देख सकते हैं लेकिन काम करते समय टेलीविजन का वह आनंद आप नहीं ले सकते जैसा रेडियो सुनने के दौरान लेते हैं और न ही आप पूरी तरह एकाग्र हो सकते हैं। टेलीविजन देखने के लिए आपको अपने नेत्रों को दृश्य पर एकाग्र करना पड़ेगा। इसीलिए टेलीविजन में वह लचीलापन नहीं देखने को मिलता है जो कि रेडियो में मिलता है।

यह रेडियो की अपेक्षा अधिक महंगा है और उसकी स्क्रीन भी छोटी होती है। हालांकि आजकल बड़ी स्क्रीन वाले टेलीविजन सेट भी आ रहे हैं लेकिन वे सभी के पहुंच में नहीं हैं। इसकी उपकरणसामग्री भी महंगी है और बिना बिजली के प्रयोग के इसे देख पाना संभव नहीं है। टेलीविजन की कार्यप्रणाली में वीडियो कैमरा और ट्रांसमीटर की प्रमुख भूमिका होती है। इसमें वीडियो कैमरा दृश्य विशेष को इलेक्ट्रॉनिक प्रतिबिंबों में परिवर्तित करता है और फिर ट्रांसमीटर, उपग्रह आदि के सहयोग से इसका संप्रेषणहोता है। एंटीना इन प्रतिबिंबों को पकड़ता है। फिर पिकचरटयूब की सहायता से प्रतिबिंबों के मूल दृश्यों की टेलीविजन के पर्दे पर प्रस्तुति होती है। इस प्रकार टेलीविजन के प्रसारणमें प्रकाशीय अभिरचना वैद्युत आवेगों में और वैद्युत आवेगों को पुनः प्रकाशीय अभिरचना में परिवर्तित किया जाता है। इसमें ध्वनियों और ध्वनियों का एक

साथ निरंतर प्रेषण होता है जो इसमें दृश्य को फिल्म की भांति गतिशीलता देता है जिससे दर्शक के मानस-पटल पर संश्लिष्ट प्रभाव पड़ता है।

### अभ्यास प्रश्न

1. टेलीविजन क्या है? उसकी विशेषताओं को बताइए।

## 13.4 टेलीविजन लेखन के सिद्धांत

टेलीविजन लेखन एक चुनौतीपूर्ण कार्य है। अतः उसके लेखन में निम्नलिखित बिंदुओं का ध्यान रखना आवश्यक है-

### 13.4.1. चित्रात्मकता

टेलीविजन में दृश्य की सत्ता है। एक दृश्यात्मक माध्यम होने के कारण उसमें चित्र या दृश्य का सर्वाधिक महत्त्व है। चाहे वह चित्र या दृश्य स्थिर हो या गतिशील। इसीलिए इसके लेखन के दौरान यह अपेक्षा की जाती है कि उसमें चित्रों अथवा दृश्यों को अधिक-से-अधिक बोलने का अवसर दिया जाए और शब्दों का प्रयोग कम हो। कहा भी गया है कि एक चित्र अनेक शब्दों द्वारा किए गए विवरणको साकार कर देता है। यहां शब्दों को भी दृश्यों का सहवर्ती होकर आना चाहिए। उनका परस्पर संयोजन होना चाहिए। इससे न केवल टेलीविजन के प्रभाव में वृद्धि होती है बल्कि आकर्षण भी होता है। इसके लिए लेखक को लेखन से पूर्व अध्ययन, शोध और तत्परक विश्लेषण पर ध्यान देना उचित रहता है।

### 13.4.2. संभाषणशीलता

चूँकि टेलीविजन दृश्य-श्रव्य माध्यम है। इसलिए इसके लेखन में चित्र के साथ-साथ ध्वनि के कलात्मक उपयोग पर भी ध्यान देना होता है। वार्तालाप शैली कार्यक्रम को विश्वसनीय ही नहीं बनाती बल्कि रोचक और आकर्षक भी बनाती है। संभाषणशीलता दर्शक के हृदय पर गहराई से असर डालती है, उसकी स्मृति में भी बनी रहती है और इच्छित संप्रेषण भी हो जाता है।

### 13.4.3. टेलीविजन की तकनीक का ज्ञान

श्री विनोद तिवारी लिखते हैं कि 'तकनीक उस मेकअप के समान है जो कहानी के सौंदर्य को द्विगुणित करके पेश करती है।' (विनोद तिवारी, टेलीविजन पटकथा लेखन, पृ0-19) इस दृष्टि से टेलीविजन लेखक के लिए वीडियो तकनीक, साउंड तकनीक, फिल्म तकनीक, रिकार्डों का उपयोग, इलेक्ट्रिकल ट्रांसकिप्सन, स्टिल फोटोग्राफी का उपयोग जानना भी आवश्यक है। नक्शे,

चार्टों, डायग्रामों का उपयोग पटकथा को जानदार बना सकता है। उसे कैमरा-प्रयोग की विधियों से भी अवगत होना चाहिए ताकि वह पटकथा लेखन करते समय शॉट्स के निर्देश दे सके। फोटोग्राफी की तकनीक, उसके महीन-से-महीन पहलुओं की जानकारी, डिजाल्व, फेड इन-फेड आउट, सुपर इंपोजीशन, वाइप जैसी फोटो पत्रकारिता और फिल्म तकनीक की शब्दावली के गहरे ज्ञान से टेलीविजन लेखन प्रभावी, सशक्त और प्राणवान बन जाता है। टेलीविजन लेखक को ज्ञात होना चाहिए कि टेलीविजन के लिए चित्र कहाँ से प्राप्त होते हैं? टेलीविजन के लिए चित्र प्राप्ति के स्रोत हैं - वीडियो कैमरा, वीडियो टेपरिकार्डिंग, फिल्म, स्टिल फोटोग्राफ और ग्राफिक्स। इसी प्रकार ध्वनि के निम्नलिखित स्रोत हैं - माइक्रोफोन, वीडियो टेपरिकार्डिंग, ऑडियो टेपरिकार्डिंग, फिल्म और फोटोग्राफ रिकार्ड।

#### 13.4.4. एस3 का प्रयोग

टेलीविजन लेखन में प्रोडक्शन के सभी पहलुओं की जानकारी के साथ-साथ हर शॉट, उपयुक्त ध्वनि-प्रभावों, संगीत-प्रभावों, कैमरा मूवमेंट और कैमरा को का उल्लेख होना आवश्यक है। शूटिंग के दौरान शूटिंग सीक्वेंस का क्रम निर्धारित होना चाहिए। वास्तव में टेलीविजन और फिल्म लेखन में शॉट, सीन और सीक्वेंस अर्थात् 'एस'3 की भूमिका और उसके महत्त्व को कम करके नहीं आंका जा सकता। इसे अनुवादित रूप में प्रतिबिंब, दृश्य और अनुक्रम कहा गया है। इन सभी की महत्ता तभी है जब ये तीनों समन्वित रूप से उभर कर आएँ, अलग-अलग स्वतंत्र इकाइयाँ अनुभूत न हों। तभी ये एक दूसरे के पूरक सिद्ध हो पाएँगे और निरंतरता बनी रहेगी। टेलीविजन लेखक को दृश्यों के अनुक्रम का ज्ञान होना चाहिए। उसे यह भी पता होना चाहिए कि दृश्यों के साथ किन-किन संवादों का संबंध होगा या कौन-कौन से संवाद दृश्यों के साथ आएँगे? यह बात ठीक है कि टेलीविजन लेखक का अभिनय, गायन, फिल्मांकन और संपादन आदि से कोई सीधा संबंध नहीं होता लेकिन इतना स्पष्ट है कि लेखक ही सबसे पहले सारी प्रस्तुति को अपने मानस-पटल पर काल्पनिक रूप से अनुभूत करता है। इसीलिए उसे इन तकनीकों का जानकार होना चाहिए। टेलीविजन लेखक को किसी कार्यक्रम या धारावाहिक के विभिन्न सहयोगियों (निर्देशक, कैमरामैन, व्यवस्थापक आदि) से विचार-विमर्श कर प्रस्तुतीकरणको सहज बनाने का प्रयास करना चाहिए और उन कठिनाइयों को दूर करना चाहिए जो प्रस्तुतीकरणको असहज बनाती हैं। चूंकि लेखक को विषय की पूरी जानकारी होती है अतः जब आवश्यकता पड़ती है तब लेखक पटकथा में यथासंभव परिवर्तन करता है। इन्हीं सभी बातों को ध्यान में रखने के कारण टेलीविजन लेखक को टेलीविजन की संपूर्णकार्यप्रणाली से अवगत होना आवश्यक हो जाता है।

#### 13.4.5 दर्शक वर्ग की जानकारी

टेलीविजन लेखक को दर्शक वर्ग की जानकारी होना आवश्यक है। उसे पता होना चाहिए कि वह किस दर्शक वर्ग के लिए लिख रहा है? वह दर्शक वर्ग अविवाहित है, विवाहित है, युवा है, विद्यार्थी है या कामकाजी महिलाएं हैं। उसे अपने दर्शक की मानसिकता, व्यवहार, आयु, स्तर,

आदतों, पसंद-नापसंद आदि सभी का ज्ञान होना चाहिए। कई बार ऐसा होता है कि लेखन कई वर्गों की संवेदनाओं को छूता है जिसके परिणामस्वरूप दर्शक वर्ग का विस्तार हो जाता है। एक अच्छे टेलीविजन लेखक के लिए यह लाभदायक तो है ही, साथ ही उसकी लोकप्रियता भी बढ़ाता है। दर्शक वर्ग भले ही परिष्कृत हो या सामान्य, दोनों को ध्यान में रखकर लेखन करना उचित है। अतः लेखक की पसंद और विषय शालीन, स्तरीय और सुनिश्चित होना चाहिए। श्री विनोद तिवारी के अनुसार 'लेखक के तौर पर आप 'रिजिड' अर्थात् कठोर रुख अपनाकर नहीं चल सकते। जनसामान्य की रुचि को ध्यान में रखना होगा। आपकी सफलता इसी में होगी कि आप इस तरह का रास्ता अपनाएं जिसमें दोनों बातें हों, जो सस्तेपन से दूर रहते हुए भी इतना भारी न हो कि दर्शक की समझ के स्तर के ऊपर से ही निकल जाए।' (विनोद तिवारी, टेलीविजन पटकथा लेखन, पृ0-90-91) टेलीविजन लेखक के लेखन में संतुलन रहना चाहिए।

#### 13.4.6. भाषा

टेलीविजन लेखक को भाषा का ध्यान भी लेखन के स्तर पर करना पड़ता है। उसकी भाषा का निर्धारण दर्शक वर्ग के अनुसार होगा। दर्शक वर्ग की प्रकृति और परिस्थिति के अनुसार ही भाषा-विन्यास लेखन को न केवल प्रभावशाली बना देता है बल्कि उसकी पटकथा उत्कृष्ट हो जाती है और एक बहुत बड़े दर्शक-वर्ग का वह प्रिय हो जाता है। उदाहरणस्वरूप 'बालिका वधू', 'उतरन', 'न आना इस देश लाडो' और 'प्रतिज्ञा' जैसे धरावाहिकों की भाषा को इस संबंध में देखा जा सकता है। सामान्यतः टेलीविजन की भाषा आम बोलचाल की भाषा होती है लेकिन क्षेत्रीय और आंचलिक शब्द भी आज लेखन में प्रयोग किए जा रहे हैं और दर्शकों को भी ग्राह्य हैं। साहित्यिक कार्यक्रम या किसी विशिष्ट कार्यक्रम की भाषा उस कार्यक्रम के अनुसार होगी न कि आम बोलचाल की भाषा के करीबा हां, इतना अवश्य है कि उस भाषा का स्वरूप ऐसा हो कि दर्शक सामंजस्य बिठा सके।

#### 13.4.7 विविध विधाओं की जानकारी

टेलीविजन के लिए लेखन करने वाले व्यक्ति के लिए यह आवश्यक है कि उसे टेलीविजन की विभिन्न विधाओं - टेलीविजन नाटक, टेलीविजन फीचर, धारावाहिक, वृत्तचित्र आदि की जानकारी हो। इन सभी कार्यक्रमों के लेखन और प्रस्तुतीकरण आदि का विशिष्ट ढंग होता है, विशिष्ट अपेक्षाएं होती हैं जिनका ध्यान टेलीविजन लेखक को रखना उचित रहता है। उसे अपना आलेख विधागत विशेषताओं को ध्यान में रखकर निर्मित करना पड़ता है। उसे कार्यक्रम की प्रकृति का ज्ञान होना चाहिए क्योंकि प्रत्येक कार्यक्रम के अनुसार पटकथा में अंतर आएगा।

#### 13.4.8 नवीनता

नवीनता मनुष्य को अच्छी लगती है। चाहे कोई नवीन सूचना या कोई नवीन विषय। यही नवीनता को बनाए रखना टेलीविजन पटकथा के लिए आवश्यक है। जब टेलीविजन पर विषय-

विविधता और रोचकता लिए हुए नवीनतम जानकारी प्रस्तुत की जाती है तो दर्शक मंत्रमुग्ध हो जाता है और उसकी रुचि कार्यक्रम में होने लगती है। पुराने विषय या घिसी-पिटी बासी चीजें दर्शकों को तभी आकर्षित करती है जब वे उसे रुचिकर पाते हैं। अक्सर फिल्मी कार्यक्रम दर्शक अनेक बार देखते हैं लेकिन ऐसा हर कार्यक्रम के संबंध में सही नहीं है। वास्तव में चाहे कोई भी कार्यक्रम (नाटक, फीचर, धारावाहिक आदि) हो नवीनता का समावेश उसे प्रभावी बना देता है और रुचिकर भी।

---

### अभ्यास प्रश्न

---

2. टेलीविजन लेखन के बिंदुओं को विवेचित कीजिए।

---

## 13.5 टेलीविजन लेखन के प्रकार

---

टेलीविजन में लेखन के लिए निम्नलिखित तरीकों को अपनाया जाता है। ये इस प्रकार हैं-

### 13.5.1 मल्टी-कैमरा छायांकन के लिए पटकथा

इसमें पटकथा लेखक अपने आलेख को दो भागों में बांट देता है। एक तरफ के भाग में वह आलेख प्रस्तुत करता है और दूसरी तरफ का भाग खाली छोड़ देता है। इस खाली भाग में निर्देशक अपनी सुविधानुसार निर्देशन, तकनीक आदि से संबंधित टिप्पणियों का अंकन करता है।

मल्टी कैमरा पटकथा का स्वरूप

फेड इन

(कमरे का दृश्य। कमरे में रमेश इधर-उधर

टहल रहा है। बार-बार अपनी कलाई पर बंधी

घड़ी की ओर फिर दरवाजे की ओर देखता है।

तभी दरवाजे की बैल बजती है। रमेश जाकर

दरवाजा खोलता है।)

रमेश

अरे मुकेश, तुम आ गए।

(रुककर) राजेश कहाँ है?

मुकेश

वो नहीं आया। घर पर नहीं था।

फोन भी बंद है।

रमेश

(कंधे उचकाते हुए) कोई बात नहीं। हम ही चलते हैं।

(दोनों चले जाते हैं। दरवाजा बंद होता है।)

फेड आउट

### 13.5.2 सिंगल-कैमरा छायांकन के लिए पटकथा

इसमें पटकथा लेखक पूरे पृष्ठ पर ही अपना आलेख प्रस्तुत करता है और बीच-बीच में वह दृश्यों के परिवर्तन, फेड इन, फेड आउट आदि की सूचना देता रहता है। इसमें निर्देशन हेतु दिए जाने वाले संकेत बड़े आकार में होते हैं जिससे निर्देशक को समझने में सुविधा रहती है।

सिंगल कैमरा पटकथा का स्वरूप

(अनुसंधान केन्द्र के बाहर डॉ. धवन तथा राहुल साथ-साथ चलते हुए)

राहुल: अगले अभियान में किसे भेज रहे हैं, सर?

डॉ. धवन: अभी यह तय नहीं किया....लेकिन यह तय है कि तुम नहीं जा रहे।

राहुल : क्यों सर?

डॉ. धवन: तुम्हारी यहाँ धरती पर अधिक जरूरत है।

फेड आउट

## 13.5.3 दृश्य-श्रव्य पटकथा स्वरूप

इसमें पटकथा को दो भागों में बांट दिया जाता है। एक भाग दृश्य होता है और दूसरा भाग श्रव्य। दृश्य भाग बाईं तरफ होता है जिसमें दृश्य, शॉट आदि निर्देशों का अंकन होता है और दाहिनी तरफ संवाद, संगीत तथा अन्य ध्वनियों का उल्लेख किया जाता है। यह पूरा लेखन सामान्यतः दोहरे अंतराल में होता है। यह विधि आसान होने के कारण टेलीविजन के अधिकांश कार्यक्रमों में प्रयोग की जाती है।

## दृश्य श्रव्य पटकथा का स्वरूप

दृश्य	स्वर
सूर्यास्त....रात.....लालटेन	मनुष्य स्वभाव से ही कुदरत के
जलाता एक व्यक्ति, बत्ती का	खिलाफ रहा है, कभी विवशतावश
स्विच दबाकर रोशनी करता	तो कभी शौक के लिए.....
एक व्यक्ति,	
बरसात का दृश्य, छतरी-ओढ़े	प्रकृति का दिया सब-कुछ सहज
चलता आदमी, ठंड, बर्फ	भाव से....आँख मूँदकर, केवल
गिरने का दृश्य	आदमी ही स्वीकार नहीं करता है
अलाव, जलाता आदमी,	
ओवर-कोट ओढ़े आदमी	
गर्मी और सूखे का दृश्य,	
एयर-कंडीशनर, पंखा इत्यादि।	
फेड आउट)	(संगीत)
आंधी-पानी में छतरी खोलकर	आदमी न केवल इसे अस्वीकार करता
हवा-पानी से बचता आदमी	है, बल्कि इसके विरुद्ध संघर्ष भी
तेज हवा में दिए की लौ को	करता है.... शक्ति-भर जूझता है ...
सुरक्षित करता एक हाथ	प्रकृति और मनुष्य के बीच यह कशमकश जारी है।

(फेड आउट)

आँधी-तूफान, भूचाल,	पर्यावरण-संतुलन के लिए
महामारी, अखबारों की	कुदरत अपने कानून चलाती है तो
कतरनों का कोलाज,	सुविधा, विकास और विजय के
जनहानि के समाचार।	नाम पर मनुष्य अपने नियम लागू करता है...और
जीवनभर यह सिलसिला चलता रहता है।	

(फेड आउट)

सभी उदाहरण डॉ० हरीश अरोड़ा, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन, पृ० 98-99 से साभार उद्धृत)

इनके अतिरिक्त एक टेलीविजन लेखक को विभिन्न कार्यक्रमों के प्रसारणके लिए पटकथा लेखन में अनेक तथ्यों को ध्यान में रखना चाहिए जैसे-

- i. एक दृश्य में अधिक पात्रों को नहीं रखना चाहिए क्योंकि टेलीविजन का पर्दा एक छोटा पर्दा है। इससे न तो दृश्य में पात्रों के साथ न्याय हो पाएगा और दर्शकों को भी पात्रों की पहचान को ध्यान में रखना कठिन होगा।
- ii. पटकथा में तकनीकी निर्देशों का, वेशभूषा, मुद्राओं, पात्रों के संवाद वाचन, दृश्य व संवाद आदि के संबंध में यथोचित संकेतों का यथास्थान उल्लेख किया जाना चाहिए।
- iii. दृश्यों का लेखन क्रमानुसार हो। लेखन दृश्यानुरूप हो तथा कम-से-कम शब्दों में आवश्यक बातों का उल्लेख किया जाए। पटकथा लेखन की विभिन्न विधियों में से कार्यक्रम के अनुरूप विधि को आधार बनाकर लेखक लेखन कर सकता है और चाहे तो निर्देशक की इच्छित विधि को जानकर लेखन कर सकता है।

---

### अभ्यास प्रश्न

---

3. टेलीविजन लेखन के विभिन्न प्रकारों का उल्लेख कीजिए।
- 

## 13.6 टेलीविजन लेखन के लिए आचार संहिता

---

रेडियो के समान टेलीविजन लेखन के संबंध में निम्नलिखित बिंदुओं का पालन हर आलेखकार को अवश्य करना चाहिए। यह इस प्रकार है-

- i. किसी भी मित्र देश की आलोचना न की जाए।
- ii. किसी धर्म व संप्रदाय पर आक्षेप न किया जाए।
- iii. कोई अश्लील व मानहानि योग्य तथ्य न सुनाया जाए।
- iv. हिंसा को प्रोत्साहित करने वाले या कानून और व्यवस्था के विरुद्ध तथ्यों की प्रस्तुति न की जाए।
- v. न्यायालय की अवमानना करने वाले तथ्यों की प्रस्तुति न की जाए।
- vi. राष्ट्रपति, सरकार या न्यायालय की मर्यादा के प्रतिकूल कोई भी तथ्य, शब्द या वाक्य न हो।
- vii. किसी राज्य, राजनैतिक दल अथवा केंद्र की आलोचना नहीं होनी चाहिए।
- viii. संविधान के विरुद्ध कुछ भी न कहा जाए।

हालाँकि इन सभी बिंदुओं का पूरी तरह पालन नहीं होता। केवल दूरदर्शन इनके संबंध में सचेत और सतर्क रहता है लेकिन निजी चैनलों की प्रस्तुति इन संदर्भों में पूरी तरह खरी नहीं उतरती। वहां अश्लीलता आदि की प्रस्तुति अक्सर देखी जाती है।

### 13.7 सारांश

टेलीविजन एक ऐसा माध्यम है जो दूर स्थान पर घटित होने वाली घटनाओं को दर्शकों को उपलब्ध कराता है और वह भी दृश्य रूप में। इसलिए इसमें शब्द की सत्ता का उतना महत्त्व नहीं है जितना दृश्य का। शब्द रेडियो में प्रमुख है और टेलीविजन में गौण। दोनों के परस्पर समन्वय में ही टेलीविजन की सार्थकता और सफलता है। रेडियो के समान टेलीविजन में भी लचीलापन, तात्कालिकता और प्रभावान्विति होती है। इसमें दर्शक की कल्पना के लिए अवकाश नहीं है क्योंकि सब कुछ सामने दिखाया जाता है। इसलिए टेलीविजन में एकाग्रता की अधिक आवश्यकता होती है।

टेलीविजन लेखन में चित्रात्मकता सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण बिंदु है। उसमें संभाषणशीलता पर विशेष ध्यान दिया जाता है क्योंकि इससे आकर्षण पैदा होता है और रोचकता आती है, इच्छित संप्रेषण भी हो जाता है। टेलीविजन लेखन करने वाले को दर्शक वर्ग की जानकारी भी होनी चाहिए कि वह किस दर्शक वर्ग के लिए लिख रहा है और क्या संप्रेषित करना चाहता है। इसके लिए टेलीविजन की तकनीक (फेड इन, डिजाल्व, फेड आउट, सुपर इंपोजिशन आदि) का ज्ञान लेखक को होना चाहिए और भाषा भी सरल और दर्शक वर्ग की प्रकृति और कार्यक्रम के अनुरूप होनी चाहिए। विषय नवीनता लिए हुए हो और टेलीविजन की विभिन्न विधाओं की जानकारी भी लेखक को होनी चाहिए।

टेलीविजन लेखन के लिए पटकथा लेखन के तीन प्रकार प्रचलित हैं। ये हैं मल्टी कैमरा पटकथा, सिंगल कैमरा छायांकन और दृश्य-श्रव्य पटकथा स्वरूप। लेखक इनमें से किसी एक का चुनाव अपनी प्रस्तुति के लिए कर सकता है। साथ ही टेलीविजन लेखन की आचार-संहिता का पालन करना भी उचित रहता है ताकि कोई विवाद खड़ा न हो।

### 13.8 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर

1. टेलीविजन क्या है? उसकी विशेषताओं को बताइए। देखिए मुख्य शीर्षक 13.3
2. टेलीविजन लेखन के बिंदुओं को विवेचित कीजिए। देखिए मुख्य शीर्षक 13.4
3. टेलीविजन लेखन के विभिन्न प्रकारों का उल्लेख कीजिए। देखिए मुख्य शीर्षक 13.5

### 13.9 संदर्भ ग्रंथ सूची

1. श्री विनोद तिवारी, टेलीविजन पटकथा लेखन, मुंबई
2. डॉ० संजीव भानावत, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, जयपुर
3. डॉ० रमेश जैन, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन, जयपुर
4. डॉ० हरीश अरोड़ा, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन, दिल्ली
5. संपा० डॉ० रमेशचंद्र त्रिपाठी, डॉ० पवन अग्रवाल, मीडिया लेखन, लखनऊ
6. डॉ० चन्द्रप्रकाश मिश्र, मीडिया लेखन: सिद्धांत और व्यवहार, तृतीय संस्करण, (2013), संजय प्रकाशन, दिल्ली

### 13.10 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

1. डॉ० हरिमोहन, रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता, (1997), तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
2. बृजमोहन गुप्त, जनसंचार विविध आयाम, राधाकृष्णप्रकाशन, दिल्ली
3. राजेंद्र मिश्र, टेलीविजन लेखन, तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
4. संपा० प्रो० रमेश जैन, जनसंचार विश्वकोश, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर
5. जेम्स एस० मूर्ति, दृश्य-श्रव्य संप्रेषण और पत्रकारिता, (1990) भारतीय ज्ञानपीठ, नई दिल्ली
6. डॉ० स्मिता मिश्र, अमरनाथ अमर, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया: बदलते आयाम

## इकाई 14 साइबर मीडिया के लिए लेखन

### इकाई की संरचना

- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 उद्देश्य
- 1.3 साइबर मीडिया की अवधारणा
- 1.4 साइबर मीडिया लेखन के उद्देश्य
- 1.5 साइबर मीडिया लेखन के लाभ और हानियां
- 1.6 साइबर मीडिया लेखन के प्रमुख बिंदु
- 1.7 सारांश
- 1.8 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 1.9 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 1.10 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

### 14.1 प्रस्तावना

यह चौदहवीं इकाई है। इसमें आप 'साइबर मीडिया के लिए लेखन' के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे। इस इकाई में आप साइबर मीडिया की अवधारणासे परिचित होंगे। साइबर मीडिया और अन्य मीडिया के अंतर से भी आपको परिचित कराया जाएगा। आशा है कि इसे पढ़ने के बाद आप साइबर मीडिया के लिए लेखन को भली-भांति समझ सकेंगे।

### 14.2 उद्देश्य

समाचारपत्र, रेडियो, टेलीविजन की तरह साइबर मीडिया भी एक लोकप्रिय जनमाध्यम है। इसका मूल ध्येय भी संचार के अन्य माध्यमों की तरह सूचना, शिक्षण और मनोरंजन हैं। साइबर मीडिया का उपयोग प्रायः लोग करते हैं लेकिन उसके लेखन की पद्धति से वे अवगत नहीं होते। यहां इस इकाई में इन्हीं बिंदुओं की चर्चा की जा रही है। इस इकाई का पढ़ने के बाद आप यह जान पाएंगे कि-

1. साइबर मीडिया क्या है और उसकी कौन-कौन सी विशेषताएं व उद्देश्य हैं ?
2. साइबर मीडिया लेखन के कौन-कौन से लाभ और हानियां हैं ?

---

 3. साइबर मीडिया और अन्य मीडिया में क्या अंतर है?
 

---



---

**14.3 साइबर मीडिया की अवधारणा**


---

आइए यहां इस बात पर विचार करें कि साइबर मीडिया क्या है? उससे क्या तात्पर्य है? इस संबंध में यह कहा जा सकता है कि यह इंटरनेट मीडिया है। इसे वेब मीडिया अथवा ऑनलाइन मीडिया भी कहा जाता है। यह माना जाता है कि यह इक्कीसवीं सदी का मीडिया है। इसमें वे सभी वेबसाइट्स शामिल हैं जिनसे संचार होता है और सूचनाएं मिलती हैं। इसमें संचार का आदान-प्रदान का माध्यम है इंटरनेट। साइबर मीडिया में एक वेब पेज के साथ अनेक पेज जुड़े होते हैं जिनसे तथ्यों की पुष्टि की जा सकती है। आप मूल सामग्री भी प्राप्त कर सकते हैं और प्रासंगिक सामग्री भी प्राप्त कर सकते हैं। इसमें पाठक को अनेक हाइपरलिंक्स से गुजरना पड़ता है।

यह मीडिया आंतरक्रियात्मक है। इसमें चर्चा, विचार-विमर्श आदि के लिए अवकाश है। इसमें संचार दुतरफा होता है। इसकी एक महत्वपूर्ण खूबी है त्वरा और तात्कालिकता। यह खूबी रेडियो और टेलीविजन में भी होती है। तीनों की तकनीक का आश्रय लेते हैं लेकिन अपने पाठकों के साथ परस्पर संबंध का लाभ केवल साइबर मीडिया में ही मिलता है।

साइबर मीडिया मल्टी मीडिया युक्त होता है। इसमें ग्राफिक्स, चित्र, आडियो-वीडियो का प्रयोग होता है। यह रोचकता बढ़ाता है और दर्शक/पाठक को दूर नहीं जाने देता।

**14.3.1 साइबर मीडिया और अन्य मीडिया में अंतर**

आइए अब यह जाने कि साइबर मीडिया और अन्य मीडिया में क्या अंतर है? साइबर मीडिया और प्रिंट मीडिया में निम्नलिखित अंतर है-

1. साइबर मीडिया में स्थान और समय दोनों की कोई बाध्यता नहीं है जबकि दृश्य-श्रव्य माध्यम समय के बंधन से बंधा है और मुद्रित माध्यम स्थान की उपलब्धता से।
2. साइबर मीडिया में प्रतिपुष्टि (फीडबैक) शीघ्र मिल जाता है जब अन्य माध्यमों में देर लगती है।
3. मुद्रित माध्यम में सामग्री को प्रस्तुत करने या उसे दुरुस्त (अपडेट) करने का एक समय सुनिश्चित है और उस समय-सीमा का पालन मुद्रित माध्यम को करना पड़ता है। साइबर मीडिया में सामग्री निरंतर दुरुस्त की जा सकती है।

4. साइबर मीडिया का लाभ दूरस्थ स्थानों पर भी भली प्रकार लिया जा सकता है। बस बिजली की सुविधा और नेट की निरंतरता होनी चाहिए। अन्य माध्यम का विस्तार तो अधिक क्षेत्रों में है लेकिन उनकी पहुंच सीमित है।
5. मुद्रित और दृश्य-श्रव्य माध्यम का पाठकवर्ग निर्धारित होता है। इसका लाभ यह होता है कि लक्षित जनसमूह के अनुरूप शब्द-चयन करना सरल होता है। इसके विपरीत साइबर मीडिया का पाठकवर्ग असीमित होता है। यही कारण है कि इसमें ऐसे शब्दों का प्रयोग किया जाता है जिनकी जानकारी सभी पाठकों को हो।
6. साइबर मीडिया पर प्रस्तुत सामग्री पूर्णतः उपयोगकर्ता की आवश्यकता पर आधारित होती है। यहां उस प्रकार गेटकीपर नहीं हैं जैसे अन्य माध्यमों में मिलते हैं। अन्य माध्यमों में सामग्री उपयोगकर्ता को स्वीकार करनी पड़ती है जबकि इसमें उपयोगकर्ता सामग्री को स्वीकार भी कर सकता है और अस्वीकार भी कर सकता है।

---

### अभ्यास प्रश्न

---

1. साइबर मीडिया क्या है? साइबर मीडिया और अन्य मीडिया में अंतर बतलाइए।
- 

### 14.4 साइबर मीडिया लेखन के उद्देश्य

---

साइबर मीडिया के लिए लेखन का उद्देश्य है अपने उपयोगकर्ताओं को ठीक और पूरी-पूरी सूचनाएं उपलब्ध करवाना। इस दृष्टि से इस प्रकार के लेखन में यह प्रयास होता है कि मुख्य शीर्षक के साथ-साथ उपशीर्षकों और उपशीर्षकों का हाइपरलिंक भी दिया जाए। इनके तहत सारी महत्वपूर्ण सामग्री संक्षिप्त रूप में पाठकों/दर्शकों के लिए उपलब्ध करा दी जाए। इस सामग्री में यह भी ध्यान रखा जाए कि जो सामग्री प्रस्तुत की जा रही है उसमें ऐसे तथ्यों को प्रस्तुत किया जाए जो उद्देश्यपूर्ण हों और महत्वपूर्ण भी हों। ये तथ्य और सामग्री न केवल विश्वसनीय हो, बल्कि सही और नवीन भी हो तथा एक अनुच्छेद में एक तथ्य का प्रयोग किया जाए तो ठीक रहता है। प्रस्तुत सामग्री का शीर्षक भी प्रभावशाली और आकर्षक होना चाहिए।

---

### 14.5 साइबर मीडिया लेखन के लाभ और हानियां

---

अब आपको साइबर मीडिया लेखन के लाभ और हानियों से परिचित कराना भी आवश्यक है। साइबर मीडिया लेखन के निम्नलिखित लाभ हैं-

- i. साइबर मीडिया में लेखन के लिए स्थान की कोई कमी नहीं है। यहां स्थान सीमातीत है, हर दृष्टि से पर्याप्त है।

- ii. सबसे बड़ा लाभ यह है कि आप जो कुछ भी सामग्री लिखते हैं, प्रस्तुत करते हैं। उसका लाभ तत्काल उसका प्रयोगकर्ता ले सकता है और उसकी प्रतिपुष्टि भी शीघ्र मिल सकती है। इसका कारण साइबर मीडिया का तीव्र संचार-संवाहक होना है।
- iii. साइबर मीडिया का प्रवेश संसार के प्रत्येक भाग में है और इसका लाभ यह है कि साइबर मीडिया में जो भी सामग्री लिखी जाती है या अपलोड की जाती है वह तत्काल कोई भी कहीं भी देख सकता है, पढ़ सकता है। इसका एक कारण इस माध्यम का सर्वाधिक तीव्र होना भी है।
- iv. इसमें लिखी गई सामग्री भले ही कितनी पुरानी हो जाए, उसे आप कभी भी देख-पढ़ सकते हैं। यह पुरानी होने पर भी सुरक्षित रहती है।

साइबर मीडिया लेखन की हानियां निम्नलिखित हैं-

- i. संसार के सभी लोगों और सभी क्षेत्रों में कंप्यूटर उपलब्ध नहीं हैं।
- ii. कंप्यूटर का संचालन ठीक से न कर पाना भी इसमें रुकावट बनता है।
- iii. भाषा ज्ञान की भी दिक्कत है। हालांकि आज इसका काफी समाधान हो चुका है। हिंदी में यूनिकोड ने इस समस्या को काफी सुधार दिया है।
- iv. कभी-कभी वेबसाइट्स हैक हो जाती है जिससे संचार रूक जाता है और संदेश या समाचार या सूचना पाठक तक नहीं पहुंच पाती।

---

### अभ्यास प्रश्न

---

2. साइबर मीडिया लेखन के लाभ और हानियों पर प्रकाश डालिए।
- 

## 14.6 साइबर मीडिया लेखन के प्रमुख बिंदु

---

साइबर मीडिया के लिए लेखन के संबंध में यह बात ध्यान रखने की है कि ये मुद्रित माध्यम, रेडियो और टेलीविजन के लिए किए जाने वाले लेखन से पूर्णतः अलग प्रकार का होता है। यहां इस संबंध में निम्नलिखित बिंदुओं को देखा जा सकता है-

### 14.6.1 विषय-सामग्री और लक्षित वर्ग

साइबर मीडिया पर जो सामग्री प्रस्तुत की जा रही है वह रोचक होनी चाहिए, उबाऊ नहीं। साइबर मीडिया के लिए लेखन करने वाले को यह पता होना चाहिए कि उसका लक्षित वर्ग कौन सा है? उसे विद्यार्थी, महिलाएं, पुरुषों आदि किसके लिए लिखना है? इसका उसे पूरी तरह ध्यान रखना चाहिए और तदनु रूप अपना आलेख तैयार करना चाहिए। लेखन के दौरान कोई

विषयवस्तु ऐसी न हो जो पाठकों को आरोपित लगे। उसे लगे कि सब कुछ सहज स्वाभाविक है और ग्रहण करने योग्य है। साइबर मीडिया में लेख भी लिखे जाते हैं और समाचार भी लेकिन इसके समाचार लेखन में आमुख का प्रयोग नहीं होता है। चूंकि यह मस्तिष्क और आंखों को अधिक प्रभावित करता है और इस पर पढ़ने की दर अन्य माध्यमों की अपेक्षा धीमी होती है। अतः इसमें शब्द-सीमा का विशेष ध्यान रखा जाता है। किसी भी प्रकार की सामग्री का प्रकाशन किया जाए लेकिन इस बात का ध्यान रखा जाए कि सबसे महत्वपूर्ण सामग्री सबसे पहले आए और अन्य सामग्री उसके बाद। अनुपयोगी सामग्री के लेखन और प्रस्तुति से दूर रहना चाहिए।

#### 14.6.2 भाषा-शैली

इसमें भाषा पर विशेष ध्यान दिया जाता है। इसमें बोलचाल की भाषा का प्रयोग किया जाता है जो सामान्य पाठक भी समझ सके। प्रायः प्रचलित शब्दों का अधिक व्यवहार किया जाता है और किया जाना चाहिए। एक जैसे समानार्थी शब्दों का प्रयोग किया जाना चाहिए लेकिन एक ही शब्द का बार-बार प्रयोग ठीक नहीं है। कहने का तात्पर्य है कि भाषा सरल रखी जाए। लेखन के दौरान इस बात को स्मरण रखना अपेक्षित है कि प्रत्येक शब्द की सत्ता है और उसका महत्व समझकर शब्द का प्रयोग करना श्रेयस्कर है। लेखन तृतीय पुरुष की शैली में करना चाहिए और विश्वसनीयता और प्रामाणिकता की रक्षा के लिए अतिशयोक्ति से बचना ठीक रहता है।

इसमें छोटे-छोटे वाक्य उचित रहते हैं। ऐसे वाक्यों के प्रयोग से सामग्री को समझने में आसानी रहती है। प्रारंभिक वाक्यों में ही विचार समझ में आ जाए, ऐसा लेखन होना चाहिए। उपशीर्षकों के प्रयोग से विषय को प्रभावी और रोचक बनाया जाता है। एक अनुच्छेद में एक ही विचार का प्रतिपादन ठीक है और वाक्यों का परस्पर जुड़ा होना भी अपेक्षित है। यह प्रयास रहना चाहिए कि कोई भी अनुच्छेद 50-70 शब्दों में सिमट जाए। अनुच्छेदों में पर्याप्त अंतराल रखने से पठनीयता में वृद्धि होती है और लेखन भी आकर्षक बनता है। इनवरटिड कॉमा का प्रयोग भी सामग्री में करना चाहिए और शैली विवरणात्मक होना उचित रहता है। साइबर मीडिया के लिए किए जाने वाले लेखन में उद्धरणों का प्रयोग किया जा सकता है और किया भी जाता है। अपने लेखन में किसी न किसी संकेत शब्द को रखे जिससे पाठक को ढूंढने में आसानी हो। लेखन में पुनरावृत्ति न हो और यदि आवश्यक हो तो पुष्टि हेतु इसकी पुनरावृत्ति की जा सकती है। प्रतीकों, रूपकों, आंकड़ों के प्रयोग से बचना चाहिए। इस प्रकार के प्रयोग पाठकों को सहज नहीं प्रतीत होते। तकनीकी शब्दों का प्रयोग उसकी व्याख्या करते हुए किया जाना चाहिए।

#### 14.6.3 तथ्य और वर्तनी की जांच

सामग्री लेखन के बाद उसको सही प्रकार से जांच लेना चाहिए ताकि उसमें कोई कमी न हो। न तो विषयवस्तु से संबंधित और न वर्तनी से संबंधित। वार्तालाप की शैली में किया गया लेखन

प्रभावी रहता है बल्कि पाठकों को अपनी ओर खींचता भी है। अनौपचारिकता को पाठक अपने अनुकूल पाता है।

---

### अभ्यास प्रश्न

---

3. साइबर मीडिया लेखन के प्रमुख बिंदुओं पर प्रकाश डालिए।

---

## 14.7 सारांश

साइबर मीडिया इक्कीसवीं सदी का मीडिया है। इसे इंटरनेट मीडिया, वेब मीडिया या ऑनलाइन मीडिया भी कहा गया है। इसमें संचार का आदान-प्रदान का माध्यम है इंटरनेट। साइबर मीडिया में एक वेब पेज के साथ अनेक पेज जुड़े होते हैं जिनसे तथ्यों की पुष्टि की जा सकती है। इसमें पाठक को अनेक हाइपरलिंक्स से गुजरना पड़ता है। वह मूल और प्रासंगिक दोनों प्रकार की सामग्री प्राप्त कर सकता है। यह मीडिया आंतरक्रियात्मक है। इसमें चर्चा, विचार-विमर्श आदि के लिए अवकाश है। इसमें संचार दुतरफा होता है। इसकी एक महत्वपूर्ण खूबी है त्वरा और तात्कालिकता। यह खूबी रेडियो और टेलीविजन में भी होती है। तीनों की तकनीक का आश्रय लेते हैं लेकिन अपने पाठकों के साथ परस्पर संबंध का लाभ केवल साइबर मीडिया में ही मिलता है। साइबर मीडिया मल्टी मीडिया युक्त होता है। इसमें ग्राफिक्स, चित्र, आडियो-वीडियो का प्रयोग होता है। यह रोचकता बढ़ाता है और दर्शक/पाठक को दूर नहीं जाने देता।

इसमें स्थान की और काल की कोई बाध्यता नहीं है और प्रकाशित सामग्री भले ही वह नवीन हो या पुरानी, कभी भी उसे पढ़ा या देखा जा सकता है और सुरक्षित रखा जा सकता है। यह गेटकीपरों से भी मुक्त है और इसका पाठकवर्ग असीमित है। यह अवश्य ध्यान रखना पड़ता है कि प्रस्तुत किए गए तथ्य उद्देश्यपूर्ण, महत्वपूर्ण, नवीन और विश्वसनीय हो और शीर्षक भी रोचक और आकर्षक हों। लेकिन सभी लोगों और क्षेत्रों तक कंप्यूटर का न होना, बिजली और नेट की निरंतरता का अभाव, वेबसाइट्स का हैक हो जाना इस संचार में बाधा पैदा करता है। इस प्रकार के लेखन के लिए विषय और लक्षित वर्ग पर अपेक्षित ध्यान देना चाहिए और भाषा भी तदनुरूप सरल और संप्रेषणीय होनी चाहिए। वर्तनी और भाषा की त्रुटियों पर विशेष ध्यान देना चाहिए। पुनरावृत्ति और क्लिष्टता से बचना चाहिए।

---

## 14.8 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर

1. साइबर मीडिया क्या है? साइबर मीडिया और अन्य मीडिया में अंतर बतलाइए। देखिए मुख्य शीर्षक 14.3 और 14.3.1

- 
2. साइबर मीडिया लेखन के लाभ और हानियों पर प्रकाश डालिए। देखिए मुख्य शीर्षक 14.5
  3. साइबर मीडिया लेखन के प्रमुख बिंदुओं पर प्रकाश डालिए। देखिए मुख्य शीर्षक 14.6
- 

### 14.9 संदर्भ ग्रंथ सूची

---

1. डॉ० सुस्मिता बाला, समकालीन संचार सिद्धांत, (2007), डी०पी०एस० पब्लिशिंग हाउस, दिल्ली
  2. डॉ० सुरेश कुमार, इंटरनेट पत्रकारिता, (2004) तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
  3. श्याम माथुर, वेब पत्रकारिता, (2010) राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर
- 

### 14.10 सहायक उपयोगी पाठ्य सामग्री

---

1. डॉ० रमेश जैन, जनसंचार विश्वकोश, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, दिल्ली

## ईकाई 15 विज्ञान एवं पर्यावरण पत्रकारिता

ईकाई की रूपरेखा

- 15.1 प्रस्तावना
- 15.2 उद्देश्य
- 15.3 विज्ञान पत्रकारिता: अर्थ, उद्देश्य, महत्व
- 15.4 हिन्दी विज्ञान पत्रकारिता का उद्भव-विकास
- 15.5 विज्ञान रिपोर्टिंग व विज्ञान लेखन
- 15.6 विज्ञान पत्रकारिता: विभिन्न विधाएं
- 15.7 पर्यावरण से जुड़े मसले और मीडिया
- 15.8 पर्यावरण पत्रकारिता की चुनौतियां
- 15.9 अभ्यास प्रश्न
- 15.10 सारांश
- 15.11 शब्दावली
- 15.12 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 15.13 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री
- 15.14 निबंधात्मक प्रश्न

### 15.1 प्रस्तावना

विज्ञान पत्रकारिता से जुड़ी इस ईकाई में इसके विविध पहलुओं को रेखांकित किया गया है। इसमें एक ओर विज्ञान पत्रकारिता के अर्थ, महत्व और उद्देश्य को रेखांकित किया गया है वहीं दूसरी ओर हिन्दी विज्ञान पत्रकारिता के पक्ष को भी उभारा गया है। प्रस्तुत ईकाई में यह भी बताया गया है कि विज्ञान के विषयों की रिपोर्टिंग किस प्रकार करनी चाहिए और विज्ञान लेखन के लिए कौन-कौन सी बातें ध्यान रखने योग्य हैं। इसके अलावा विज्ञान पत्रकारिता के लिए विभिन्न विधाओं में लेखन किस प्रकार किया जाता है, उसके बारे में भी विस्तार से प्रकाश डाला गया है।

### 15.2 उद्देश्य

प्रस्तुत ईकाई के अध्ययन के बाद आप-

1. बता सकेंगे कि विज्ञान पत्रकारिता का विकास कैसे हुआ और अब तक कितने सोपान तय किए।
2. समझा सकेंगे कि विभिन्न विधाओं में विज्ञान का लेखन किस तरह किया जाए जिससे लोगों तक जानकारी आसानी से पहुंच सके।
3. बता सकेंगे कि पर्यावरण से जुड़े मसले कौन-कौन से हैं और उन्हें मीडिया द्वारा कैसे उठाया जा सकता है।
4. जानेंगे कि पर्यावरण पत्रकारिता की चुनौतियां क्या हैं और उनसे कैसे निपटेंगे।

### 15.3 विज्ञान पत्रकारिता : अर्थ, उद्देश्य, महत्व

अर्थ: पत्रकारिता एक ऐसी विधा है जिसमें पत्रकारों के कार्यों और उद्देश्यों का विवेचन किया जाता है। इस बारे में वरिष्ठ पत्रकार जीएफ मोट ने कहा है कि पत्रकारिता विश्व की पांचवीं बड़ी शक्ति है। पत्रकारिता केवल व्यवसाय ही नहीं है, पत्रकारिता कला भी है, वृत्ति भी है और लोकसेवा का साधन भी है।

दूसरी ओर विज्ञान पत्रकारिता का अर्थ काफी व्यापक है। डॉ० ए जान नाइट के अनुसार-

“समाचार पत्र पत्रिकाओं, आकाशवाणी, दूरदर्शन तथा अन्य प्रचार साधनों के लिए वैज्ञानिक समाचारों, विचारों एवं सूचनाओं की रिपोर्टिंग, लेखन, संपादन और प्रस्तुतीकरण से संबद्ध कार्य करना, विज्ञान पत्रकारिता है। देखा जाए तो विज्ञान के क्षेत्र से जुड़ी जानकारी को प्राप्त करना, संशोधित करना और लोगों के लिए प्रस्तुत करना ही विज्ञान पत्रकारिता है।”

इसके अलावा वैज्ञानिक अनुसंधान और खोजों और आविष्कारों की सूचनाएं लोगों तक पहुंचाना ही विज्ञान पत्रकारिता नहीं है बल्कि विज्ञान के क्षेत्र में व्याप्त गड़बड़ियों और अनियमितताओं को भी सामने लाना विज्ञान पत्रकारिता का मूल कर्तव्य है। इसके अलावा लोगों को वैज्ञानिक ढंग से सलाह देना और उनका मार्गदर्शन करना भी विज्ञान पत्रकारिता का अहम कार्य है।

उद्देश्य: विज्ञान पत्रकारिता का उद्देश्य मात्र विज्ञान की सूचनाएं देना ही नहीं रहा बल्कि सत्य का संधान कर उसे उद्घाटित करना भी रहा है। मुख्य रूप से विज्ञान पत्रकारिता के चार उद्देश्य उभरकर सामने आए हैं-

1. वैज्ञानिकों और खोजकर्ताओं को मौलिक गहन अनुसंधानों की जानकारी उपलब्ध कराना जिससे नए उपयोगी अनुसंधानों और खोज के कामों में मदद मिल सके।

2. छात्र-छात्राओं के अलावा पढ़े-लिखे किसानों, कारीगरों तथा सामान्य शिक्षा प्राप्त जागरूक पाठकों को लोकप्रिय सरल भाषा में व्यवहारोपयोगी सूचनाएं उपलब्ध कराना, जिससे लोगों में विज्ञान के प्रति अभिरूचि पैदा हो सके और उनके जीवन स्तर में बदलाव हो सके।
3. सामान्य पत्रकारिता के अलावा विज्ञान पत्रकारिता का भी अहम उद्देश्य है कि विज्ञान के क्षेत्र में घटित होने अनियमित घटनाओं की जानकारी प्रकाश में लाना, ताकि उसके स्तर में अपेक्षित सुधार किया जा सके।
4. विज्ञान से संबंधित विभिन्न कार्यों, अनुसंधानों, परियोजनाओं आदि पर निष्पक्ष विचार प्रकट करें। यानी क्या होना चाहिए और क्या नहीं होना चाहिए, इसे लेकर एक सशक्त सलाहकार की भूमिका निभाई जाए। आम छात्रों और कारीगरों तथा विज्ञान के जानकारों को यह पता होना चाहिए कि वैज्ञानिकता का उपयोग कैसे किया जाए जिससे उन्हें लाभ मिल सकता हो।

महत्व: विज्ञान पत्रकारिता का महत्व अत्यंत व्यापक है और इसकी क्षमताएं अनंत है। कभी-कभी पत्रकारों द्वारा लिखी और कही गई बातों के आधार पर बड़े-बड़े निष्कर्ष निकल आते हैं। कुछ उदाहरण देखें-

- i. 1931 में दो युवा वैज्ञानिकों ने एपी के विज्ञान पत्रकार हावर्ड ब्लेकस्ली, न्यूयार्क टाइम्स के विज्ञान लेखक विलियम लारेंस और विज्ञान पत्रकार गोविंद बिहारी लाल को अपनी बात कहने के लिए आमंत्रित किया। ये वैज्ञानिक थे डॉ अर्नेस्ट ओ लारेंस और राबर्ट ओपेनहाइमर। दोनों ने बताया कि उन्हें विद्युत आवेशित कणों को तीव्रतर गति से उर्जा देने के लिए एक मशीन की जरूरत है, लेकिन उनके पास धन और उपकरण नहीं है। बाद में अखबारों में जब यह समाचार प्रकाशित हुआ तो वह मशीन दोनों शोध विज्ञानियों को मुफ्त में मिल गई। यह केवल रिपोर्टिंग के जरिए ही संभव हो सका।
- ii. इसी तरह मेनिनजाइटिस से पीड़ित एक बच्चे के इलाज के लिए अखबार में छपी खबर का संज्ञान लेकर पीड़ितजन संपादक के पास पहुंचे। संपादक ने उन्हें रिपोर्टर से मिलवाया तथा बाद में पीड़ितजनों ने डाक्टर से भेंटकर औषधि की जानकारी ली। इससे बच्चे को बचाया जा सका। इस प्रकार विज्ञान पत्रकारिता लोगों की भलाई के लिए जहां काम कर सकती है वहीं लोगों के जीवन में सकारात्मक दृष्टिकोण भी पैदा करती है। ऐसे में विज्ञान पत्रकारिता स्वस्थ, विकासशील, संतुलित और सुव्यवधित समाज के निर्माण में असली भूमिका अदा कर सकती है।

## 15.4 हिन्दी विज्ञान पत्रकारिता का उद्भव-विकास

पत्रकारिता के इतिहास पर नजर डालते हैं तो ईसा के पांच शताब्दी पूर्व रोम में संवाद लेखक कार्य करते थे। ईसा पूर्व 60 में जूलियस सीजर ने 'एक्टा डार्ना' नामक अखबार निकाला। 1476 ई0 में इंग्लैंड में छापाखाना का निर्माण हुआ। 1561 में छपे अखबार 'न्यूजआउट ऑफ केंट' का प्रमाण सामने आया। नियमित रूप से 1620 में एम्सटर्डम से पहला समाचार पत्र प्रकाशित हुआ।

भारत में पत्रकारिता की लहर 1557 में पहुंची, जब गोवा में छापा खाना लगाया गया। इसके बाद 1780 में जेम्स आगस्टस हिककी ने 'कलकत्ता जनरल एडवर्टाइजर' नामक पत्र का प्रकाशन शुरू किया। 1816 में गंगाधर भट्टाचार्य ने 'बंगाल गजट' का अंग्रेजी में प्रकाशन शुरू किया। 1818 में भारतीय भाषाओं में 'दिग्दर्शन' मासिक पत्र का सूत्रपात हुआ। 1821 में भारतीय पत्रकारिता के जनक राजा राममोहन राय ने 'संवाद कौमुदी' नामक साप्ताहिक पत्र का प्रकाशन किया। इसके बाद कानपुर निवासी पं युगल किशोर शुक्ल ने 30 मई 1826 को कोलकाता से ही हिन्दी साप्ताहिक पत्र 'उदंत मार्तंड' का प्रकाशन शुरू किया।

विश्व में विज्ञान पत्रकारिता: ईसा पूर्व 4000 की सुमेरी सभ्यता की चित्रलिपि में अंकगणित का समावेश किया गया है। ईसा पूर्व 1700 की मिट्टी पर गणितीय सारणियां हैं। ईसा पूर्व 500-600 के यूनानी अभिलेखों में वैज्ञानिक उपलब्धियों के प्रमाण हैं। ईसा पूर्व पांचवीं सदी में फारस के शाही हकीम डेमोसीडस ने यूनानी भाषा में औषधि विज्ञान की पहली पुस्तक लिखी। सिकंदर की मौत के बाद सिकंदरिया एकेडमी के गणितज्ञ यूक्लिड (ईसा पूर्व 320-260) ने एलीमेंट्री ऑफ ज्यामेट्री पर 13 भागों में पुस्तक लिखी। आर्कमिडीज ने ईसा पूर्व 287-212 में ग्रीक भाषा में गोला और रंभ तथा वैज्ञानिक अनुसंधान की पद्धति आदि कृतियां लिखीं। ईसा पूर्व 50 में हीरो ने 'न्यूमेटिका' में पुस्तक लिखी, इसमें भाप-चलित उपकरण का वर्णन किया गया था। ईसा पूर्व 400 में बेरो ने ऑन फॉर्मिंग नामक कृषि पुस्तक तथा प्लीनी ने नेचुरल हिस्ट्री पर किताब लिखी। यूनान के बाद अरब में तेजी से विज्ञान साहित्य का विकास हुआ। लैटिन और संस्कृत ग्रंथों के अनुवाद किए गए। सरगियस ने पदार्थ विज्ञान की यूनानी पुस्तक का अरबी अनुवाद किया। 776 ई0में जाबिर ने अनेक रसायन ग्रंथ लिखे। नवीं सदी में अलकिंडी ने विश्वकोष बनाया। अरस्तू के बाद अलफराबी ने विज्ञान के मूल सिद्धांत लिखा। अलमसूरी ने अरबी में 'द बुक ऑफ इंडीकेशन एंड रिवीजन' में पेड़-पौधों, खनिजों और प्राणियों के बारे में विस्तार से लिखा गया। फारस के वैज्ञानिक अलबरूनी (973-1048 ई) ने भारतीय ज्ञान-विज्ञान पर कई किताबें लिखीं। इब्नेशिना ने दस लाख शब्दों का विश्वकोष कानून बनाया। चीन में ईसा पूर्व 'मोचिंग' ग्रंथ का पता चला जिसमें कैमरे का उल्लेख मिला। यूनान का विज्ञान अनूदित होकर अरब पहुंचा, जहां आधुनिक विज्ञान पनपा। स्पेन के चिकित्सक आबू मखा हवन जहर ने चिकित्साशास्त्र पर कई पुस्तकें लिखीं।

12वीं शताब्दी में सिसली के सम्राट फ्रेड्रिक द्वितीय ने अरस्तू और इबनरशीर का साहित्य अनूदित करके पेरिस विवि को भेंट किया। उसने स्वयं पक्षीशास्त्र पर ग्रंथ लिखा। भारतीय शून्य अरब से अनूदित होकर यूरोप पहुंचा। 1316 में ज्योति विज्ञान पर इंग्लैंड के जॉन होलीवुड ने किताब लिखी। कार्डीनल निकोलस (1401-1464) ने भार व समय मापन के लिए तुला और जलघड़ी पर ग्रंथ लिखा। 14वीं शताब्दी में ग्रीक के वैज्ञानिक ग्रंथों का सीधे लैटिन में अनुवाद करने का बड़ा आंदोलन चला। 1476 में छापाखाना आने के बाद 15वीं शताब्दी में पश्चिमी जगत आधुनिक विज्ञान और साहित्य का केन्द्र बन गया। 1540 में वानाशियो और विरन-गुशियो ने धातु शोधन पर ग्रंथ लिखा। 1546 में जॉर्ज अगरीकोला ने खनिज विज्ञान पर कई ग्रंथ लिखे। 1543 में बेसेलियस ने 'ऑन दि फैब्रिक ऑफ ह्यूमन बॉडी' नामक ग्रंथ लिखा। 1600 में रानी एलिजाबेथ के निजी चिकित्सक विलियम गिल्बर्ट ने चुंबकीय सिद्धांत पर लैटिन में पुस्तक लिखी जो इंग्लैंड की पहली विज्ञान पुस्तक बनी। 1632 में गैलीलियो ने 'जगत की दो पद्धतियों का संवाद' नामक पुस्तक तैयार की। गैलीलियो ने 1610 में दूरबीक्षण पर 24 पृष्ठों की किताब लिखी जो विज्ञान साहित्य की सबसे छोटी पुस्तक है। आधुनिक वैज्ञानिक दृष्टिकोण विकसित काने का श्रेय इंग्लैंड के फ्रांसिस बेकन (1561-1626) को जाता है, जिन्होंने रॉयल सोसायटी की स्थापना की और कई किताबें भी लिखीं। 1665 में दुनिया की पहली विज्ञान पत्रिका 'जर्नल दैस स्कैवान' मासिक को फ्रेंच एकेडमी ऑफ साइंसेज के द्वारा निकाला गया। इसी समय इंग्लैंड की रायल सोसायटी ने भी फिलॉसफिकल ट्रांजेक्शन नामक विज्ञान पत्रिका आरंभ की और तभी से पूरी दुनिया में विज्ञान की पत्रिकाएं निकल रही हैं।

भारतीय विज्ञान पत्रकारिता: डॉ। ओमप्रकाश शर्मा के अनुसार चरक द्वारा रचित चरक संहिता को ही भारत का प्रथम शुद्ध वैज्ञानिक ग्रंथ कह सकते हैं। वाराहमिहिर ने 500 ई0 में वृहत्संहिता लिखा। नागार्जुन रचित 'रस रत्नाकर' 7-8वीं शताब्दी में लिखा गया है। इसमें रासायनिक विधियों का वर्णन मिलता है। अग्नि पुराण ज्ञानकोश का एक वृहत् ग्रंथ है। आचार्य प्रफुल्लचन्द्र राय के अनुसार 'रसार्णव' 12वीं शताब्दी में लिखा गया। हमारे वैदिक और पौराणिक ग्रंथों में अनेक वैज्ञानिक प्रकरण समाहित हैं। 13वीं सदी में यशोधर ने 'रसप्रकाश सुधाकर' लिखा। 14वीं सदी में 'रसरत्नसमुच्चय' वाग्भट्ट ने लिखा। ये दोनों ग्रंथ आचार्य प्रफुल्लचंद्र राय ने बंगाल की एशियाटिक सोसायटी से छपाए। रसायन शास्त्र में इस अवधि में अनेक ग्रंथ लिखे गए इनमें 'रस कौमुदी' और 'रस प्रदीप' शामिल हैं। उत्तर प्रदेश के भावमिश्र ने 'भाव प्रकाश' में विस्तृत सूचनाएं दीं। 16वीं सदी में धातु क्रिया लिखा गया। इसी वक्त विस्फोटकों पर आकाश भैरवकल्प लिखी गई।

इसके बाद 1800 ई0 में बंगाल में श्रीरामपुर प्रेस मिशन ने अंग्रेजी, बंगला और हिन्दी में विज्ञान की पुस्तकों की छपाई आरंभ की। 1817 में बंगाल में स्कूल बुक सोसायटी बनी जिसमें विज्ञान की पुस्तकें तैयार की गईं। 1819 में फेनलिक्स ने बंगला में शरीर क्रिया विज्ञान पर पुस्तकें लिखीं। 1823 में राजा राममोहन राय ने गवर्नर रग्महर्स्ट को यूरोपीय विज्ञान भारतीयों को उपलब्ध कराने

को कहा। बंगाल में वैज्ञानिक साहित्य के विकास में राजशेखर बोस का अप्रतिम योगदान रहा है। मराठी में पहली विज्ञान पुस्तक औषधि कल्पना अनुवाद कर 1815 में लिखी गई। 1834 में कलकत्ता की एशियाटिक सोसायटी ने सर्वप्रथम वैज्ञानिक पत्रिका “एशियाटिक सोसायटी जर्नल” अंग्रेजी त्रैमासिक का प्रकाशन किया।

हिन्दी विज्ञान पत्रकारिता: वैसे तो हिन्दी विज्ञान लेखन की शुरुआत उन पुराग्रंथों से मानी जा सकती है, जिनमें चिकित्सा, रसायन, खगोल और गणितीय प्रकरणों का समावेश है। लेकिन आधुनिक हिन्दी विज्ञान पत्रकारिता की शुरुआत 19वीं शताब्दी से ही मानी जाती है। हिन्दी पत्रकारिता पर पुस्तकों का प्रकाशन तो काफी बाद में हुआ, लेकिन पत्र-पत्रिकाओं में विज्ञान के लेख आलेख और समाचार पहले से ही प्रकाशित होने लगे। वैसे यूँ कहा जाए कि जैसे-जैसे हिन्दी पत्रकारिता परवान चढ़ी वैसे-वैसे हिन्दी विज्ञान पत्रकारिता की शुरुआत हुई।

अप्रैल 1818 में श्रीरामपुर जिला हुगली से बंगाल के बैपटिस्ट मिशनरियों ने बंगला और अंग्रेजी में मासिक दिग्दर्शन शुरू किया। इसके संपादक क्लार्क मार्शमैन थे, बाद में इसका हिन्दी रूपांतर भी प्रकाशित किया जाने लगा। इसके पहले अंक में दो विज्ञानपरक लेख छपे। पहला, अमेरिका की खोज और दूसरा, बैलून द्वारा आकाश यात्रा। दूसरे अंक में दो और लेख छपे जिसमें भारत में उगने वाले तथा इंग्लैंड में न उगने वाले वृक्ष और दूसरा भाप की शक्ति से चलने वाली नाव (स्टीमबोट) के बारे में। उन दिनों किताबों की कमी होने के कारण कलकत्ता स्कूल बुक सोसायटी ने दिग्दर्शन के बहुत से अंक खरीदकर स्कूलों में बंटवाए। क्योंकि इनमें विज्ञान से जुड़ी जानकारियाँ थीं। इस प्रकार दिग्दर्शन ही हिन्दी और बंगला में ऐसा अखबार था जिसमें सबसे पहले हिन्दी विज्ञान पत्रकारिता का प्रादुर्भाव हुआ। कुछ लोग उदंत मार्तंड को हिन्दी पत्रकारिता का पहला अखबार मानते हैं, लेकिन उसमें विज्ञान प्रकरणों के उल्लेख नहीं मिलते।

उन्नीसवीं शताब्दी: आगरा की स्कूल बुक सोसायटी ने 1847 में ‘रसायन प्रकाश’ प्रश्नोत्तर नामक पुस्तक का प्रकाशन किया। 1860 में ‘सरल विज्ञान विटप’ पुस्तक प्रकाशित हुई। 1875 में प्रयाग से कुंज बिहारी लाल की ‘सुलभ बीजगणित’ प्रकाशित हुई। बनारस के पं लक्ष्मीशंकर मिश्र ने 1885 में ‘गति विज्ञान’ पर पुस्तक लिखी। 1883 में मुंशी नवल किशोर ने एक लेख रसायन पर अपने प्रेस से छपवाया। 1896 में विशंभरनाथ शर्मा ने ‘रसायन संग्रह’ नामक पुस्तक कलकत्ता से प्रकाशित की। 1862 में अलीगढ़ में साइंटिफिक सोसायटी नामक संस्था बनी जिसका कार्य यूरोपीय विज्ञान साहित्य को यूरोपीय से हिन्दी, उर्दू और फारसी में अनुवाद करना था। 1898 में काशी की नागरी प्रचारिणी सभा ने विज्ञान के विविध विषयों पर वैज्ञानिक शब्द निर्माण के लिए एक समिति बनाई। इससे विज्ञान साहित्य के सृजन में काफी मदद मिली। 1852 में आगरा से ‘बुद्धिप्रकाश’ नामक पत्र शुरू हुआ जिसमें अन्य विषयों के अलावा विज्ञान पर भी काफी रोचक सामग्री प्रकाशित होती थी। भारतेन्दु हरिश्चंद्र ने 1873 में ‘हरिश्चंद्र मैगजीन’ शुरू की जिसका नाम बाद में ‘हरिश्चंद्र चंद्रिका’ हो गया था। इसमें भी तमाम वैज्ञानिक जानकारियाँ

मिलती थीं। 1877 में प्रयाग से 'हिन्दी प्रदीप' निकाला गया, जिसमें भी विज्ञान से जुड़े समाचार छपते थे। 1854 में कलकत्ता से प्रकाशित 'समाचार सुधावर्षण' को हिन्दी का प्रथम दैनिक पत्र होने का गौरव है। लेकिन 1885 में कालाकांकर, प्रतापगढ़ यूपी के राजा रामपाल सिंह ने हिन्दी दैनिक 'हिन्दोस्तान' को प्रकाशित किया था। इसका संपादन मालवीय जी ने किया था। इसमें विशुद्ध विज्ञान तो नहीं छपता था, लेकिन ग्रामीण, शारीरिक उन्नति और शैक्षिक विषयों का समावेश था। 1879 में मेवाड़ से प्रकाशित 'सज्जनकीर्ति सुधाकर' में पुरातत्व विषयों पर लेख छपते थे। 1871 में 'अल्मोड़ा अखबार' निकाला गया जिसमें वन प्रबंध, बाल शिक्षा और मद्य निषेध पर खबरें छपा करती थीं। अलीगढ़ से 1877 में बाबू तोताराम ने साप्ताहिक 'भारत बंधु' नामक पत्र का प्रकाश आरंभ किया, जिसमें विज्ञान की भरपूर जानकारियां छपती थीं। इसके मास्टहेड में लिखा रहता था-ए वीकली जर्नल ऑफ लिटरेचर, साइंस न्यूज एंड पॉलिटिक्स। 1900 में सरस्वती पत्रिका के प्रकाशन में बाबू श्यामसुन्दर दास फोटोग्राफी पर एक लेख लिखा। इसी अंक में कई एक विज्ञान के लेख प्रकाशित हुए। 1866 में अलीगढ़ से 'अलीगढ़ इंस्टीट्यूट गजट' नामक साप्ताहिक पत्र शुरू किया गया, जिसमें कृषि विज्ञान पर काफी सामग्री छपती थी। 1882 में पं लक्ष्मीशंकर मिश्र ने 'काशी पत्रिका' का प्रकाशन शुरू किया। इसमें भी हिन्दी विज्ञान के क्षेत्र काफी कार्य हुआ। लेकिन सही मायनों में संपूर्ण हिन्दी विज्ञान पत्रिका का स्वप्न बीसवीं सदी के आरंभ में 1915 में विज्ञान परिषद प्रयाग से शुरू की गई पत्रिका 'विज्ञान' के प्रकाशन से पूरा हो सका।

स्वतंत्रता पूर्व बीसवीं शताब्दी: सबसे पहले 1900 में गुरुकुल कांगड़ी ने हिन्दी में विज्ञान लेखन को अपनाया। इसमें गणित, रसायन, भौतिकी और चिकित्सा आदि विधाओं पर लेखनी चलाई गई। वहीं काशी की नागरी प्रचारिणी सभा द्वारा विज्ञान की कई पुस्तकें लिखी गईं। इसमें महेश शरण द्वारा लिखी रसायन शास्त्र (1909), विद्युत शास्त्र (1912), गुणात्मक विश्लेषण (1919) और गोवर्धन द्वारा भौतिकी (1910) लिखी गईं। 1910 में हिन्दी साहित्य सम्मेलन ने हिन्दी विज्ञान साहित्य में खासा काम किया। 1913 में प्रयाग में विज्ञान परिषद की स्थापना हुई। 1916-1932 में नगेन्द्र नाथ बसु ने हिन्दी विश्वकोश प्रकाशित किया। 1925 में बनारस हिन्दू विवि ने वैज्ञानिक शब्दकोश प्रकाशित किया। 1930-31 में प्रयाग की विज्ञान परिषद ने 4821 शब्दों का विज्ञान कोश बनाया। 1939 में कृष्णबल्लभ द्विवेदी के संचालन में ज्ञान-विज्ञान को हिन्दी विश्व भारती नामक विश्वकोश बनाया गया। हिन्दी का यह पहला संदर्भ ग्रंथ है। हिन्दी वैज्ञानिक एवं तकनीकी प्रकाशन निर्देशिका 1966 के अनुसार स्वतंत्रता पूर्व बीसवीं शताब्दी में अनेक विज्ञान की पुस्तकें लिखी गईं। 1901 में हेमचन्द्र मिश्र की कृषि दर्शन कलकत्ता से छपी। 1921 में हिन्दी साहित्य सभा राजपूताना ने व्यावहारिक विज्ञान प्रकाशित की। विज्ञान की विचित्र कहानी 1941 में कलकत्ता से छपी। 1925 में सृष्टि जीव विज्ञान, श्री सत्यपाल द्वारा लिखी गई। वैसे राहुल सांकृत्यान द्वारा लिखी गई पुस्तक विश्व विज्ञान, हिन्दी में लोक विज्ञान की आरंभिक पुस्तक मानी जाती है।

1928 में इंडियन प्रेस इलाहाबाद से प्राकृतिक विज्ञान छपी। 1942 में महाजनी गणित कलकत्ता से छपी। रवीन्द्र नाथ ठाकुर की पुस्तक 'विश्व परिचय' का हिन्दी अनुवाद डॉ। हजारी प्रसाद द्विवेदी ने किया, जो 1947 में इंडियन प्रेस इलाहाबाद से प्रकाशित किया गया। इसके अलावा इंडियन प्रेस इलाहाबाद ने कई विज्ञान की पुस्तकें प्रकाशित कीं। इनमें 1934 में होम्योपैथिक की मैटेरिया मेडिका, 1944 में श्रीनाथ सिंह द्वारा लिखित आविष्कारों की कथा छपी। 1919 में हरिद्वार से गुणात्मक विश्लेषण का प्रकाशन किया गया। 1940 में कृष्णकांत गुप्ता की जीव की कहानी वैज्ञानिक साहित्य मंदिर इलाहाबाद ने प्रकाशित की। एलोपैथिक सार संग्रह झांसी से प्रकाशित हुई। परमाणु बम 1947 में वाराणसी से छपा गया। हिन्दी साहित्य सम्मेलन, नागरी प्रचारिणी सभा, हिन्दुस्तान एकेडमी और विज्ञान परिषद प्रयाग, इन चार संस्थाओं की आरंभिक विज्ञान साहित्य के निर्माण में उल्लेखनीय भूमिका रही।

1913 में अखिल भारतीय आयुर्वेद महासम्मेलन ने दिल्ली से मासिक आयुर्वेद महासम्मेलन पत्रिका आरंभ की। इसे हिन्दी की प्रथम विज्ञान पत्रिका माना जाता है। पर पहली विज्ञान पत्रिका होने का श्रेय 'विज्ञान' को जाता है जो विज्ञान परिषद प्रयाग से 1915 में आरंभ की गई। इसके बाद 1924 में धन्वंतरि अलीगढ़ से, 1946 में भोपाल से कृषि जगत, 1947 में इंडियन मिनरल्स प्रकाशित हुईं। 1942 में झांसी से प्रकाशित दैनिक जागरण में भी विज्ञान लेख छपते थे। 1947 में कानपुर से पूर्णचंद्र गुप्त ने दैनिक जागरण का प्रकाशन किया, जिसमें विज्ञान लेखों का समायोजन किया जाता था। 1934 में बड़ौदा व इंदौर से प्रकाशित हिन्दी शिक्षण पत्रिका में विज्ञान लेख छपते थे। 1919 में नागपुर से उद्यम मासिक पत्रिका निकाली गई। जिसमें प्रचुर विज्ञान सामग्री छपती थी। 1914 में विद्यार्थी पत्रिका में विज्ञान लेखों का समायोजन किया जाता था। स्वतंत्रता पूर्व लगभग 250 हिन्दी विज्ञान की पुस्तकें प्रकाशित की गईं। इससे पूरे देश में हिन्दी विज्ञान लेखन में एक नया वातावरण तैयार हो सका।

स्वतंत्रता के बाद विज्ञान लेखन: स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद बिहार राष्ट्रभाषा परिषद, राजकमल प्रकाशन, राजपाल एंड संस, आत्माराम एंड संस, तक्षशिला प्रकाशन, हिन्दी प्रचारक पुस्तकालय, हिन्दी समिति उप्र, देहाती पुस्तक भंडार, किताब महल, सस्ता साहित्य मंडल, सर्वोदय प्रकाशन, ग्रामोदय प्रकाशन आदि ने इस दिशा में उल्लेखनीय पहल की है। 1948 में इलाहाबाद से साइंस की कहानी और प्रारंभिक आकलन, आकाश से झांकी: लेखक देवनाथ उपाध्याय तथा 1949 में इलाहाबाद से ही गृह नक्षत्र, इसी वर्ष लखनऊ से प्रायोगिक रसायन तथा 1959 में नई दिल्ली से आविष्कार कथा प्रकाशित की है। 1948 में देहाती पुस्तक भंडार ने लोकोपयोगी विज्ञान और तकनीकी पर पुस्तकें शुरू कीं और रेडियो सर्विसिंग पुस्तक भी छपी। सीएसआईआर की हिन्दी वैज्ञानिक प्रकाशन निदेशिका के अनुसार - वर्ष 1966 तक विविध विज्ञान विषयों पर 2,256 पुस्तकें छप चुकी थीं। इसके अलावा प्रांतीय स्तरों पर ग्रंथ अकादमियों ने काफी विज्ञान साहित्य रचा। 1960 में वैज्ञानिक और तकनीकी शब्दावली आयोग की स्थापना की गई, जिसने कई प्रामाणिक शब्दावलियां प्रकाशित कीं। 1966 से 1980

के बीच विभिन्न वैज्ञानिक विषयों पर 2,870 किताबें लिखी गईं, तथा 474 किताबों का अनुवाद कराया गया। ऐसे में कुल 3,344 पुस्तकों का प्रकाशन किया गया। 1966 से पहले प्रकाशित किताबों को जोड़कर कुल 5,600 किताबों को छापा गया।

पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन: आजादी के बाद देश में कई एक हिन्दी पत्रिकाओं का प्रकाशन किया गया। 1934 में प्रो फूलदेव सहाय वर्मा ने 'गंगा' नामक पत्रिका में विज्ञान का पूरा अंक निकाला। 1948 में लखनऊ से प्राकृतिक जीवन पत्रिका निकली तो इसी साल पटना से 'आयुर्वेद' पत्रिका भी सामने आई। होमियोपैथिक संदेश 1948 में दिल्ली से छपी। 1948 में आईसीएआर ने खेती पत्रिका आरंभ की। मध्यप्रदेश में कृषि विभाग ने 1948 में किसानी समाचार, 1950 में लखनऊ से कृषि और पशुपालन, 1952 में विस्तार निदेशालय दिल्ली से उन्नत कृषि, फार्म सूचना एकक से गोसंवर्द्धन आदि पत्रिकाएं निकलीं।

1952 में वैज्ञानिक एवं औद्योगिक अनुसंधान परिषद ने विज्ञान प्रगति का ऐतिहासिक प्रकाशन शुरू किया। 1964 में इसका कायाकल्प करके इसे लोक विज्ञान पत्रिका बना दिया गया। 1960 में विज्ञान समिति उदयपुर ने डॉ। केएल कोठारी के संपादकत्व में 'लोक विज्ञान' मासिक पत्रिका निकाली। इसके बाद 1961 में दो विज्ञान पत्रिकाएं निकाली गईं जिसमें 'विज्ञान लोक' के संपादक शंकर मेहरा (आगरा) बने और विज्ञान जगत जिसके संपादक आरडी विद्यार्थी (इलाहाबाद) रहे। दोनों में खूब सारी विज्ञान सामग्री छपती थी। 'विज्ञान लोक' का प्रकाशन 15 साल तक चला। वर्ष 1964 में सूरज कुमार पापा के संपादन में जयपुर से 'वैज्ञानिक बालक' पत्रिका निकाली। 1969 में भाभा परमाणु अनुसंधान केन्द्र के वैज्ञानिकों ने विज्ञान साहित्य परिषद का गठन किया और 'वैज्ञानिक' नामक पत्रिका निकाली। 1971 में राष्ट्रीय अनुसंधान विकास निगम ने नई दिल्ली से 'आविष्कार' पत्रिका निकाली जिसके संपादक बदीउद्दीन खां थे। 1975 में नैनीताल से 'विज्ञान डाइजेस्ट' का मासिक प्रकाशन आरंभ किया। 1979 में यूपी के महोबा से विज्ञान परिषद द्वारा 'ज्ञान-विज्ञान' मासिक पत्रिका का प्रकाशन मनोज कुमार पटैरिया के संपादकत्व में आरंभ हो सका। 1978 में इलाहाबाद से शुकदेव प्रसाद ने विज्ञान भारती त्रैमासिक पत्रिका का प्रकाशन शुरू किया। 1979 में भारतीय विज्ञान संस्थान ने 'विज्ञान परिचय' नामक त्रैमासिकी आरंभ की। 1981 में विज्ञानपुरी त्रैमासिक, ग्रामशिल्प त्रैमासिक और जूनियर साइंस डाइजेस्ट मासिक पत्रिका निकाली गईं। विज्ञानपुरी के संपादक मनोज पटैरिया बने और इस पत्रिका ने विज्ञान के क्षेत्र में फैली गड़बड़ियों पर भी कलम चलाई। कई विधाओं में विज्ञान सामग्री यह पत्रिका परोसती थी। ग्राम शिल्प के संपादक देवेन्द्रनाथ भटनागर बने। इसे राष्ट्रीय अनुसंधान विकास निगम द्वारा निकाला गया। 1982 में बैरकपुर पं बंगाल से 'विज्ञानदूत' पत्रिका शुरू की गई। इस मासिक पत्रिका के संपादक डॉ गोविंद प्रसाद यादव थे।

1983 में डॉ ओमप्रकाश शर्मा ने 'विज्ञान प्रवाह' नामक मासिक पत्रिका आरंभ की, इसके संपादक लीलाधर काला थे। 1985 में यह पत्रिका बंद भी हो गई। 1985 में डीएसटी के सहयोग

से भोपाल की संस्था एकलव्य ने 'चक्रमक' नामक पत्रिका निकाली। इसमें बच्चों के लिए काफी सामग्री छापी गई। 1986 में प्रेमचंद्र श्रीवास्तव के संपादकत्व में 'विज्ञान वीथिका' द्वैमासिक पत्रिका इलाहाबाद से निकाली गई। 1986 में मुंबई से ही बाल विज्ञान पत्रिका 'साइफन' निकाली गई। 1985 में ब्रिटिश दूतावास के सहयोग से 'ब्रिटिश वैज्ञानिक एवं आर्थिक समीक्षा' पत्रिका निकाली गई। आईआईटी दिल्ली ने 1987 में अर्द्धवार्षिक पत्रिका 'जिज्ञासा' आरंभ की। इसके संपादक प्रो वंश बहादुर त्रिपाठी हैं। बंगलौर से 'स्पेस इंडिया' का प्रकाशन भी इसी साल शुरू किया गया। 1988 में 'विज्ञान गंगा' का प्रकाशन भगवान दास पटैरिया के सौजन्य से हुआ। इसे केन्द्रीय सचिवालय हिन्दी परिषद ने निकाला। 1988 में ही वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग ने 'विज्ञान गरिमा सिंधु' का प्रकाशन किया। इसके संपादक प्रेमानंद चंदोला हैं। इस तरह समय-समय पर हिन्दी में विज्ञान पत्रिकाएं प्रकाशित होती रहीं और अब भी निकल रही हैं जिससे लोगों को विज्ञान की सूचनाएं और जानकारियां बराबर मिल रही हैं।

### 15.5 विज्ञान रिपोर्टिंग व विज्ञान लेखन

भारत में विज्ञान समाचारों की रिपोर्टिंग की विधिवत् शुरुआत वर्ष 1940 में शुरू हुई। दिनोंदिन विज्ञान का विस्तार जीवन विज्ञान, चिकित्सा विज्ञान, संचार, इलेक्ट्रॉनिकी, अंतरिक्ष, परमाणु ऊर्जा आदि क्षेत्रों के माध्यम से हो रहा है। इसकी जानकारी आम आदमी को मीडिया के माध्यम से होती है। मसलन पत्रकार इन क्षेत्रों की खबरों, समाचारों और जानकारियों को आलेखबद्ध करके उसे या तो अखबार/मैगजीन में प्रकाशित करता है, या फिर उसे टीवी/रेडियो चैनल से प्रसारित कर आम जनमानस तक पहुंचाता है। दरअसल, विकास के परिप्रेक्ष्य में देश की जनता यह जानना चाहती है कि आखिर हमारे द्वारा टैक्स के रूप में दिए गए पैसे का प्रयोग देश की सरकार किस प्रकार कर रही है और हमारे वैज्ञानिक विकास में उसका कितना योगदान हो रहा है।

विज्ञान रिपोर्टिंग: विज्ञान के क्षेत्र में प्रत्येक गतिविधि की जानकारी एकत्र कर उस पर रिपोर्ट तैयार करना या रिपोर्ट पर आधारित समाचार कथा तैयार करना विज्ञान रिपोर्टिंग के अंतर्गत आता है। हां एक खास बात और कि विज्ञान रिपोर्टिंग में उन पांच ककारों (क्या, कहां, कौन, कब, कैसे) की आवश्यकता नहीं होती है जिनकी सामान्य रिपोर्टिंग में मदद ली जाती है।

किसी भी तरह की पत्रकारिता के लिए स्रोतों की जरूरत होती है। विज्ञान रिपोर्टिंग के लिए प्रारंभिक सूचना का स्रोत पत्र-पत्रिकाएं ही होती हैं। अंतरराष्ट्रीय विज्ञान पत्रिकाएं साइंटिफिक अमेरिकन, साइंस, नेचर, वर्ल्ड साइंटिस्ट, लैसेंट, न्यूसाइंटिस्ट, डिस्कवर आदि अनेक विज्ञान पत्रिकाएं काफी उपयोगी हैं। साइंटिफिक अमेरिकन का भारत संस्करण भी 'विज्ञान' के नाम से निकलने लगा।

वैज्ञानिक सूचनाओं का दूसरा स्रोत संगोष्ठी, व्याख्यान या पत्रकार सम्मेलन हो सकता है। इसमें विज्ञान से जुड़ी सूचनाओं की जानकारी के अलावा अन्य जरूरी सूचनाएं भी मुहैया कराई जाती हैं। इसके अलावा सेमिनार किट या सेमिनार बैग में संगोष्ठी से जुड़ी सारी सामग्री मौजूद रहती है जिसके आधार पर रिपोर्ट तैयार करने में मदद मिलती है। प्रेस वार्ता में भी विशेषज्ञों से प्रश्न पूछकर उस पर रिपोर्ट बनाई जा सकती है। इसके अलावा वैज्ञानिकों से बातचीत पर आधारित समाचार भी बनेंगे।

विज्ञान सूचनाओं का तीसरा और महत्वपूर्ण साधन है वैज्ञानिक संस्थानों का भ्रमण करना। यहां पर शोधकर्ता अपना शोध कार्य कर रहे होते हैं। विज्ञान पत्रकार का दायित्व है कि वह इन लोगों से बातचीत कर खबर बना सकता है। कभी-कभी गोपनीयता की वजह से पत्रकारों को कोई भी जानकारी नहीं मिल पाती, लेकिन सरलता और सहजता से वैज्ञानिक सारी जानकारियां पत्रकार से शेयर कर लेता है। इसके अलावा विज्ञान पत्रकार को वैज्ञानिक क्षेत्र से निकलने वाली नियमित निविदाएं, सूचनाएं, प्रेस विज्ञप्तियों और क्रय आदेशों तथा विज्ञापन आदि की जानकारी लेते रहना चाहिए। इससे भी कई खबरें निकलकर सामने आ सकती हैं। इसके अलावा वैज्ञानिक संस्थानों ओर सरकारी विज्ञान विषयक विभागों की वार्षिक रिपोर्ट, प्रचार सामग्री, पोस्टर, फोल्डर, चार्ट, पुस्तिका, विवरणिका के अलावा रेडियो और दूरदर्शन के विज्ञान कार्यक्रमों से भी महत्वपूर्ण सूत्र हाथ लग सकते हैं, जिससे आगे चलकर काफी प्रभावी विज्ञान रिपोर्टिंग तैयार हो सकती है।

उदाहरण: अमेरिका में एक विज्ञान पत्रकार ने सेना द्वारा जारी की गई दो निविदाएं पढ़ीं। उसने कुछ दिन बाद एक और निविदा पढ़ी जो पहली दोनों निविदाओं से संपर्क खाती थी। पहली दो निविदाएं दो ऐसी गैसों के लिए थीं जिनके मिलने पर विस्फोट हो सकता था। और तीसरी निविदा ऐसे आवरण की थी जो विस्फोट को रोकने में सहायक थी। पत्रकार ने तीनों निविदाओं को मिलाकर एक जोरदार रिपोर्ट तैयार की जिसने पूरे विश्व समुदाय को चकित कर दिया। इसी प्रकार पाकिस्तान के परमाणु कार्यक्रम की जानकारी उसके द्वारा खरीद किए जाने वाले आर्डर से पता चली। दरअसल पाक सरकार ने एक मिश्रधातु और एक फ्रीक्वेंसी कन्वर्टर की खरीद के लिए आर्डर दिया था। इसी से उसकी मंशा लीक हो गई।

लखनऊ में आईटीआरसी (औद्योगिक विषय विज्ञान अनुसंधान केन्द्र) में एक कार्यक्रम के दौरान कुछ वैज्ञानिकों ने एक दूसरे से पूछा कि क्या वे कुंभ में जाना चाहते हैं। विज्ञान पत्रकार का माथा ठनका कि वे कुंभ में इलाहाबाद क्यों जाना चाहते हैं। बाद में पता चला कि आईटीआरसी के वैज्ञानिकों का दल कुंभ में हवा और पानी में गंदगी की जांच कर रहा है। साथ ही खाद्य पदार्थों में प्रदूषण की जांच के लिए वैज्ञानिक अपनी परीक्षण किट सहित मेला स्थल पर मौजूद हैं। हिन्दुस्तान के विज्ञान पत्रकार सुबोध कुमार ने यह खबर निकाली जो स्कूप साबित हुई।

विज्ञान रिपोर्टिंग की कठिनाइयां और समाधान- विज्ञान की रिपोर्टिंग में कई प्रकार की दिक्कतें सामने आ सकती हैं, लेकिन विज्ञान पत्रकार को रिपोर्टिंग के वक्त धैर्य रखना होगा और निम्न बिंदुओं पर ध्यान देना होगा-

- i. विज्ञान पत्रकार किसी भी रिपोर्ट को भ्रामक तथ्यों के आधार पर न प्रकाशित करे। वर्ना उसे आगे रिपोर्टिंग में अपना सूत्र खो देना पड़ेगा और उसकी विश्वसनीयता पर प्रश्नचिह्न लग जाएगा।
- ii. विज्ञान पत्रकार की गलती से वैज्ञानिक के कामकाज पर असर पड़ेगा और वह अपना कार्य उन्मुक्त ढंग से नहीं कर पाएगा।
- iii. जल्दबाजी के चक्कर में अधकचरी विज्ञान रिपोर्ट को प्रकाशित करना, लोगों को बेवकूफ बनाने जैसा होगा और ऐसे अपराध की सजा बहुत कड़ी होती है।
- iv. वैज्ञानिकों के दावों के प्रति विज्ञान पत्रकार को सचेत रहना होगा और जब तक वह उन्हें पुख्ता न कर ले तब तक अपनी रिपोर्ट में न छापे।
- v. देश के प्रमुख वैज्ञानिक संस्थानों से प्राप्त रिपोर्ट को बिना किसी अनुमति के प्रकाशित कर देना पत्रकार को सेंसरशिप के दायरे में खड़ा कर सकता है। ऐसे में बिना नीतिगत पॉलिसी का अवलोकन किए खबर छापने से बचना होगा।
- vi. विज्ञान पत्रकारों को जागरूक होकर वैज्ञानिक संस्थानों के प्रमुखों से वार्ता कर खबर पर पकड़ बनानी चाहिए। कभी-कभी उन्हें अपेक्षित सूचना नहीं मिल पाती लिहाजा संस्थानों के सूचना एवं जनसंपर्क विभाग से समन्वय करना अपेक्षित होगा।
- vii. अंग्रेजी में जो वैज्ञानिक सूचनाएं दी जाती हैं उनके अनुवाद में दिक्कतें आती हैं, लिहाजा लोगों तक समय से सूचना नहीं पहुंच पाती है। ऐसे में जब तक विज्ञान का साहित्य भरपूर मात्रा में हिन्दी में नहीं उपलब्ध होगा तब तक दिक्कतें होना स्वाभाविक है।

### हिन्दी में विज्ञान लेखन:

इसके लिए चार प्रमुख तत्वों पर ध्यान देना होगा-हिन्दी भाषा का ज्ञान, लेखन क्षमता और वैज्ञानिक जानकारी तथा हिन्दी में विज्ञान का प्रचार-प्रसार की तीव्र अभिलाषा। अच्छे लेखन के लिए कुछ प्रमुख सूत्र बताए गए हैं-

पहला, पाठक को केन्द्र में रखकर लेखन कार्य किया जाए। दूसरा, एक बात एक ही बार लिखी जाए, यानी रिपीटीशन न किया जाए। तीसरा, लिखने के बाद उसे पढ़ा जाए और गलतियां सुधार दी जाएं। कुछ अन्य बिंदु भी महत्वपूर्ण हैं।

- i. विज्ञान लेखन किसके लिए किया जाना है और किस विधा के माध्यम से यह लोगों तक सहजता से पहुंच सकता है।

- ii. लिखित विज्ञान सामग्री को परोसने का एक कच्चा खाका बनाना पड़ सकता है, जिससे शीर्षक और उपशीर्षक स्पष्ट हो सकें और लोगों के समझ में जानकारीयां आ सकें।
- iii. विज्ञान की सामग्री को पढ़ना, देखना और समझना तथा उसे सुव्यवस्थित ढंग से प्रस्तुत करने से ही लेखन प्रभावकारी हो सकेगा।
- iv. विज्ञान सामग्री को बोझिल और नीरस न बनाएं बल्कि उसकी जानकारीयों को रुचिकर तथा आसान ढंग से परोसा जाए जिससे लोगों को भार न लगे। भाषा की जटिलता से बचें तथा आंकड़ेबाजी के फेर में न पड़ें। अर्थपूर्ण आंकड़ों पर जोर रहना चाहिए मसलन दुर्घटना या बाढ़ से मरने वालों की संख्या लोग जानना चाहते हैं ऐसे में उचित संख्या पर ज्यादा जोर होना चाहिए।
- v. विज्ञान लेखन में प्रामाणिकता पर ज्यादा जोर होना चाहिए। अप्रामाणिक और अपुष्ट लेखन में लोगों को भ्रम तो होगा ही लेखक की गरिमा पर भी चोट लगेगी। सुनी-सुनाई बातों को नजरअंदाज करें।
- vi. नवांकुर या नए लेखक विज्ञान लेखन करते समय कुछ बातों का ध्यान रखें जैसे- संक्षेप में लिखें, लेखक का औचित्य स्पष्ट हो, लेखक की योग्यता उपयुक्त हो। रचना की संक्षिप्त रूपरेखा स्पष्ट करें। इसके लिए सामग्री और स्रोत कैसे जुटाएंगे, वह भी बताएं तथा रचना कार्य में कितना समय लगेगा, इसे भी लिखें।

## 15.6 विज्ञान पत्रकारिता : विभिन्न विधाएं

विज्ञान पत्रकारिता के अंतर्गत विभिन्न विधाओं के तहत कार्य किया जा सकता है। इसमें विज्ञान समाचारों के अलावा रिपोर्टाज और लेख, विज्ञान कथाएं, उपन्यास और कविताएं शामिल हैं। विज्ञान नाटक और रूपक, विज्ञान चित्र कथाएं, व्यंग्य चित्र और हास्य व्यंग्य के अलावा हिन्दी में वैज्ञानिक समीक्षाएं शामिल हैं। वैज्ञानिक साक्षात्कार, भेंटवार्ता के अलावा परिचर्चाएं भी इसके तहत कवर की जाती हैं।

समाचार और विज्ञान: समाचार शीघ्रता से लिखा जाने वाला इतिहास है। जेजे सिंडलर के अनुसार पर्याप्त संख्या में मनुष्य जिसे जानना चाहे वह समाचार है। पर शर्त यह है कि वह सुरुचि तथा प्रतिष्ठा के नियमों का उल्लंघन न करे। वहीं विज्ञान समाचार वह वैज्ञानिक जानकारी है जिसके बारे में पाठक उसके पहले न जानते हों, विज्ञान संवाददाता को हमेशा यह ध्यान रखना चाहिए कि विज्ञान समाचार, विज्ञान व प्रौद्योगिकी की जानकारी देता है न कि वैज्ञानिक की। वैज्ञानिकों के भाषणों, वक्तव्यों व अन्य कार्यक्रमों पर बहुत से रिपोर्टाज विज्ञान के नाम पर छपते रहते हैं वे वास्तव में विज्ञान समाचार नहीं कहे जा सकते हैं। नार्थ, ईस्ट, वेस्ट व साउथ यानी चारों दिशाओं से कहीं भी विज्ञान के किसी क्षेत्र में जो घटना या दुर्घटना होती है, वह विज्ञान समाचार है। विज्ञान के क्षेत्र में कोई भी खोज, अनुसंधान या आविष्कार विज्ञान समाचार है।

अनुसंधान की शुरुआत, प्रगति और उसके परिणाम भी विज्ञान समाचार हैं। अंतरिक्ष के लिए तैयार किए जाने वाले उपग्रह भी विज्ञान समाचार हैं।

कई सामान्य समाचारों में भी वैज्ञानिकता का पुट देकर उन्हें भी विज्ञान समाचार बनाया जा सकता है। जैसे पुल का निर्माण और उससे जुड़ी विशेष स्थितियां। विज्ञान समाचार प्रायः संक्षिप्त और गठे होने चाहिए। ये किसी महत्वपूर्ण वैज्ञानिक घटना से आरंभ होते हैं और बाद में घटना का संक्षिप्त वर्णन भी दिया जाता है। अगर पहले से कोई संगत जानकारी मौजूद है तो उसे भी दिया जाता है। विज्ञान समाचारों में उपयुक्त शीर्षक भी दिया जाता है। बड़े समाचार में तो उपशीर्षक भी दिया जाता है। वेस्टली ने शीर्षक की चार खूबियां भी बताई हैं-शीर्षक एकदम स्पष्ट व अर्थपूर्ण हो। उपयुक्त और जानदार सरल शब्दों में लिखा जाए, समाचार के प्रमुख तथ्यों पर आधारित हो और समाचार का अच्छे से अच्छा संक्षिप्त सारांश दे। विज्ञान समाचारों को भी सुर्खियों में स्थान मिलना चाहिए, क्योंकि राजनीतिक और अपराध समाचारों के बीच में विज्ञान समाचार दब जाते हैं।

वैज्ञानिक रिपोर्टाज: वैज्ञानिक समाचार रूपक और रिपोर्टाज में कोई विशेष अंतर नहीं जान पड़ता। रूपक में विषय के विभिन्न पक्षों का विस्तृत विश्लेषण किया जाता है जो कि रिपोर्टाज में संभव नहीं है। रिपोर्टाज पूर्णरूप से समाचार प्रधान होता है और समाचार उद्गम के इर्द-गिर्द घूमता रहता है। इस तरह से समाचारों का विस्तृत प्रस्तुतिकरण ही रिपोर्टाज कहलाता है। वैज्ञानिक रिपोर्टाज प्रायः विज्ञान संगोष्ठी, पुरस्कार, उद्घाटन, विमोचन समारोह या किसी वैज्ञानिक घटना पर तैयार किए जा सकते हैं। रिपोर्टाज के लिए कोई निर्धारित फार्मूला नहीं है, लेकिन लेखक को इसके सभी पहलुओं पर नजर रखनी होगी। रिपोर्टाज के लिए उपयुक्त विषय पर विशेषज्ञों से वार्तालाप कर जानकारी दी जाती है। व्यवस्थागत समालोचना भी रिपोर्टाज में की जाती है। कार्यक्रम के दौरान घटित झलकियां भी रिपोर्टाज में कवर की जाती हैं, जिससे उसमें रोचकता बढ़ जाती है। समाचार और रिपोर्टाज में गहराई से देखने पर ही अंतर पता चलता है कि रिपोर्टाज समाचार के अलावा भी बहुत कुछ है जबकि समाचार केवल समाचार होता है। सरस विज्ञान पत्रकारिता के लिए रिपोर्टाज एक स्वस्थ परंपरा है और पाठक इसे काफी पसंद करेंगे।

वैज्ञानिक लेख: विज्ञान के किसी पहलू पर गहराई से जानकारी देने वाले गद्य लेख को विज्ञान लेख की परंपरा में शामिल कर सकते हैं। मोटे तौर पर इन्हें दो श्रेणियों में बांटा जा सकता है-शोध लेख व समीक्षा लेख और लोकप्रिय लेख। वैज्ञानिकों द्वारा किए गए अनुसंधान कार्य का ब्योरा देने वाला लेख शोध लेख या शोध पत्र कहलाता है। इसे तकनीकी पत्र भी कहा जाता है। इसके लेखक वे व्यक्ति होते हैं जो अनुसंधान कार्य में सहभागी होते हैं। इसके अलावा समीक्षा लेख (रिव्यू आर्टिकल) किसी अनुसंधान कार्य की वैज्ञानिक समीक्षा होती है और उस पर अन्य कार्यो की ओर भी संकेत होते हैं। ये लेख प्रायः विशेषज्ञों द्वारा लिखे जाते हैं। शोध लेख सीधे और सपाट लिखे जाते हैं। इनमें नाटकीयता भरे शीर्षक नहीं लिखे जाते हैं।

शोध पत्र की शुरुआत में ही सारांश दिया जाता है। इसके अलावा इसमें प्रस्तावना, प्रयोग की प्रकृति, सामग्री और सिद्धांत, प्राप्त परिणाम, विवेचना, उपसंहार, कृतज्ञता ज्ञापन, संदर्भ सूत्र, उदाहरण, फुटनोट, सारणी, रेखाचित्र और फोटोग्राफ आदि शामिल किए जाते हैं। लोकप्रिय विज्ञान लेख जो साधारण पढ़े-लिखे पाठकों, विद्यार्थियों, कारीगरों तथा आम जनता के लिए लिखे जाते हैं, जबकि शोध लेख या समीक्षा लेख वैज्ञानिकों या अनुसंधानकर्ताओं के प्रयोग के लिए होते हैं और इसीलिए वे गूढ़ वैज्ञानिक भाषा में लिखे होते हैं। जबकि लोकप्रिय लेख, सरल और आम बोलचाल की भाषा में होते हैं। इनका उद्देश्य विज्ञान की जटिलताओं को सरल बनाकर जनसामान्य के लिए रोचक तरीके से पेश करना है। विषयपरक लेख: ऐसे लेख जो किसी व्यावहारोपयोगी वैज्ञानिक अनुसंधान या आविष्कार के वर्णन के रूप में लिखे जाते हैं। इनका विषय विज्ञान ओर प्रौद्योगिकी की किसी भी शाखा के तकनीकी पक्ष से संबंधित हो सकता है। इनका विषय जनरूचि का कोई पुराना या नया विषय हो सकता है। जैसे- बायोटेक्नोलॉजी, उपग्रह, परिवहन, कार्बन, प्रशीतन, परिवहन तंत्र आदि। ऐसे लेखों में पाठकों को किसी नए विज्ञान समाचार से अवगत कराना है, ताकि पाठक उसके बारे में और अधिक जानना चाहें। यह भी बताना जरूरी है कि लेख में वर्णित विज्ञान लोगों को किस तरह से प्रभावित करेगा। उसके सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव क्या होंगे, इसकी भी चर्चा आगे की जाती है। विशेष जानकारी वाले लेखों को बाक्स में देते हैं और उनमें ग्राफ तथा चित्रों का प्रयोग भी किया जाता है। वैज्ञानिक उपकरणों, विधियों, कार्यों आदि पर लिखे जाने वाले लेख भी इसी श्रेणी में आते हैं। विज्ञान लेखन की इस सशक्त विधा का प्रयोग आज काफी हो रहा है।

विचारपूर्ण लेख: ऐसे लेख विज्ञान के तकनीकी पक्ष पर कम उसके सहयोगी पक्ष पर ज्यादा आधारित होते हैं। इनमें वैज्ञानिक व्याख्यानों, वक्तव्यों, टिप्पणियों का समावेश होता है। जैसे-वन संरक्षण की जरूरत, विज्ञान शिक्षा की दिशा, प्रतिभा पलायन, विज्ञान का प्रभाव, वैज्ञानिक अभिरूचि आदि। इनमें योजनाओं का ब्योरा होता है जबकि विज्ञान गौण होता है।

खोजपूर्ण लेख - खोजी विज्ञान पत्रकार का कार्य है कि वह विज्ञान के उन क्षेत्रों में हाथ डाले जहां ढेरों गड़बड़ियां हैं जैसे-वैज्ञानिकों की आत्महत्या, प्रतिभा दमन, प्रतिभा पलायन, उपकरणों का पैसा न मिलना, अनुसंधान परियोजना का लंबा खिंचना, नियुक्तियों और पदोन्नतियों में धांधली, वैज्ञानिकों को प्रताड़ना, अरुचिकर कार्य सौंपना, विदेश यात्राओं और पुरस्कारों में गड़बड़ी, बेदम अनुसंधान परियोजनाएं आदि। विज्ञान के क्षेत्र में भला-बुरा जो भी हो रहा है, उसे केवल विज्ञान पत्रकार ही खोजकर सामने ला सकता है।

जीवनी- किसी वैज्ञानिक की जीवनी में केवल उसके जन्म, मरण, शिक्षा, परिवार या व्यवसाय का विवरण देना ही काफी नहीं बल्कि उसके उन पहलुओं पर खास कर फोकस किया जाना चाहिए जिन्हेंक पढ़कर पाठक आत्मनसात कर सके। विज्ञान के क्षेत्र में वह वैज्ञानिक कैसे आगे आया और किस तरीके से आगे बढ़ा इसका वर्णन जरूरी है।

संपादकीय, अग्रलेख व टिप्पणियां- कुछ लोग अग्रलेख को पत्र-पत्रिका का प्रथम लेख मानते हैं तो कुछ प्रमुख लेख को ही अग्रलेख कहते हैं। कुछ लोग पाठकों का नियमित दिशा निर्देशन करने वाले लेख को ही अग्रलेख कहते हैं। अग्रलेख संपादक या संपादकीय कर्मियों द्वारा लिखा जाता है। लगभग सभी समाचार पत्र किसी घटना विशेष पर संपादकीय लिखते हैं। संपादकीय टिप्पणी पत्र-पत्रिका की नीति-रीति स्पष्ट करती है। इसमें भ्रम पैदा करने वाली बातें न लिखी जाएं। बहुत महत्वपूर्ण और लोकहित का विषय ही संपादकीय में उठाना चाहिए। टिप्पणियों को संक्षिप्त लिखा जाए और उनका निरर्थक विस्तार न किया जाए।

विशेष लेख-इसे आवरण लेख भी कहा जाता है। इसमें किसी वैज्ञानिक विषय या घटना को लेकर उसके विविध पहलुओं का विश्लेषण किया जाता है। ये लेख तीन से दस पृष्ठों के होते हैं। इनके विषय विस्तार या विशेषता के कारण इसे फीचर लेख भी कहा जाता है। पूरे लेख में कई तरह के लघु लेख समाहित किए जाते हैं। लेख की प्रकृति बहुआयामी होती है।

स्तंभ-पाठकों की रुचियां भिन्न होती हैं, जिसके चलते वे अपनी रुचि की सामग्री को अखबार या पत्रिका में एक निर्धारित स्थाहन पर पढ़ना चाहते हैं। कुछ पत्र-पत्रिकाएं एक निश्चित शीर्षक के साथ नियमित स्तंभों का प्रकाशन करती हैं। इनमें काफी रोचक सामग्री होती है। हिन्दी अखबारों में विज्ञान, कृषि और स्वास्थ्यविषयों पर अनेक स्तंभ प्रकाशित किए जाते हैं। स्तंभों में प्रकाशित होने वाली सामग्री ज्यादातर बाहर के लेखकों द्वारा प्राप्त होती है। अगर बाहर से सामग्री नहीं मिली तो उसे संपादकीय विभाग खुद तैयार करेगा। क्योंकि नियमित स्तंभ न छपने से पाठकों को बेचैनी हो जाती है। इससे अखबार या पत्र-पत्रिका की साख भी खतरे में पड़ जाती है। ऐसे में पत्र-पत्रिका के कर्ताधर्ताओं को सोच समझकर ही कदम उठाने चाहिए।

विज्ञान कथा, उपन्यास और कविताएं- विज्ञान कथाएं समाज में न केवल विज्ञान के प्रचार-प्रसार के लिए बल्कि सामाजिक परिवर्तनों और भविष्य की तस्वीर उतारने में भी उपयोगी हैं। केवल विज्ञान जानने वाले ही इन कथाओं की ओर आकर्षित नहीं हो रहे हैं, विज्ञान न जानने वाले भी इसका मजा ले रहे हैं। विज्ञान कथाओं का सामाजिक उद्देश्य व्यापक एवं उत्तरदायित्वपूर्ण है, क्योंकि इनमें भविष्य का दर्शन किया जा सकता है। विज्ञान कथा लेखन में पृष्ठभूमि और पात्रों के चारित्रिक विकास को लेकर दिक्कतें बनीं रहती हैं।

हिन्दी वैज्ञानिक उपन्यासों की शुरुआत वर्ष 1888 से मानी जाती है, जब देवकी नंदन खत्री ने “चंद्रकांता” लिखा। आधुनिक विज्ञान उपन्यास की शुरुआत वर्ष 1935 से हुई जब डॉ० संपूर्णानंद ने “पृथ्वी से सप्तरर्षि मंडल” नामक लघु उपन्यास लिखा। 1956 में विज्ञान पत्रकार डॉ० ओम प्रकाश शर्मा ने मंगल यात्रा नामक उपन्यास लिखा। निस्संदेह यह हिन्दी का पहला वैज्ञानिक उपन्यास है।

काफी समय पहले मौसम के पूर्वानुमान को लेकर कवि भड्डरी ने कई कविताएं लिखीं। इन्हें हिन्दी में वैज्ञानिक कविता की शुरुआत करने वाला मान सकते हैं। बाद में 1966 में वैज्ञानिक एवं औद्योगिक अनुसंधान परिषद ने बच्चों के लिए विज्ञान विनोद पुस्तक माला का प्रकाशन किया। इसमें कई विषयों की कुल 13 पुस्तकों का प्रकाशन किया गया। इनमें जल का चमत्कार, वायुयान की कथा, टीवी की कथा आदि शामिल हैं। कविता के माध्यम से बच्चों और नवसाक्षरों में विज्ञान का प्रचार-प्रसार आसानी से किया जाता है। अनेक पत्र-पत्रिकाएं जैसे विज्ञान प्रगति, चकमक, पराग, विज्ञानपुरी में काफी विज्ञान कविताएं छपती रहती हैं। विज्ञान कविताओं के रचनाकारों में अखिलेश कुमार सिंह, रमेश दत्तन शर्मा, निशीत अग्निहोत्री व नरविजय सिंह प्रमुख हैं। लखनऊ निवासी रसायन शास्त्र में पीजी कर चुके निशीत ने वर्ष 2005 में “विज्ञान चालीसा” लिखी जो विज्ञान प्रगति में प्रकाशित हुई। इसके बाद वर्ष 2007 में उन्होंने “विज्ञान शिक्षारंजन” नामक कविता संकलन लिखा, जिसमें हाईस्कूल स्तर के भौतिक विज्ञान के पाठ शामिल हैं जैसे-कार्य, बल, उर्जा, सामर्थ्य, त्वरण, उल्लालिख वन बल आदि। डॉ सुबोध कुमार के संपादन में छपी इस किताब का पेटेंट भी हो चुका है। विज्ञान नाटक और रूपक-विज्ञान नाटक दरअसल विज्ञान कथा का ही बदला रूप है। विज्ञान कथा में जहां पात्र, घटनाक्रम और देशकाल कथा की निरंतर भाषा का हिस्सा होते हैं वहीं नाटक में देशकाल, घटनाक्रम और अन्य परिस्थितियों का वर्णन कोष्ठ के अंदर करके बातचीत सीधे कथोपकथन द्वारा दर्शाई जाती है। जबकि रूपक दोनों ही प्रकार के हो सकते हैं, निरंतर भाषाई तथा नाटकीय कथोपकथन। वैसे नाटक या कथा जहां कल्पना आधारित होते हैं वहीं रूपक किसी भी वास्तविक सच के रोचक उद्घाटन के लिए होता है।

विज्ञान चित्र कथाएं, व्यंग चित्र और हास्य व्यंग – विज्ञान चित्र कथा अंग्रेजी के कॉमिक शब्द का हिन्दी रूपान्तर है। इसका उद्देश्य लोगों को विशेषकर बच्चों को मनोरंजक ढंग से विज्ञान की जानकारी देना तथा उनमें वैज्ञानिक अभिरुचि विकसित करना। वर्तमान में ये चित्रकथाएं काफी लोकप्रिय हैं। हंसाने और कटाक्ष करने वाले रेखाचित्र कार्टून कहलाते हैं। एक व्यंग चित्र हजारों शब्दों के बराबर होता है। कार्टून में विज्ञान नामक व्यंग चित्र विज्ञान प्रगति में 1977 में छापे गए थे। हालांकि यह विधा विज्ञान में अभी तक पूरी तरह विकसित नहीं हो पाई है।

हास्य व्यंग का विज्ञान पत्रकारिता में खास महत्व है। हालांकि इसका प्रचार-प्रसार कम होने से शायद विज्ञान लेखन आज भी उबाउ और नीरस बना हुआ है। वैज्ञानिक पुस्तक समीक्षा से भी पाठकों को अमुक किताब के बारे में काफी कुछ रोचक जानकारियां मिल जाती हैं। इसके अलावा आकाशवाणी से भी विज्ञान की कृति की समीक्षा समय-समय पर प्रसारित होती रहती है।

वैज्ञानिक साक्षात्कार या भेंटवार्ता और परिचर्चा-समाज के लिए हुई बड़ी खोज या किसी आपदा- दुर्घटना के वक्त वैज्ञानिक विषयों पर विशेष टिप्पणी या नई जानकारियों की जरूरत

होती है। यह कार्य विज्ञान पत्रकार द्वारा किया जाता है। भाषा की बड़ी भूमिका अहम होती है और विज्ञान पत्रकार वैज्ञानिक से अंग्रेजी में बात करके सभी जरूरी सूचनाएं इकट्ठा करके उन्हें बाद में हिन्दी में लिखकर पाठकों तक पहुंचाता है। पत्रकार को साक्षात्कार के लिए पूरी तैयारी करके जाना चाहिए, जिससे कोई बिंदु छूट न जाए। परिचर्चा में किसी विषय विशेष पर कई विशेषज्ञों द्वारा चर्चा की जाती है। इस विधा में ज्वलंत विषय पर ही विशेषज्ञों के विचार सुनने को मिलते हैं। वैसे विशेषज्ञों के आपस में विचार भिन्न हो सकते हैं।

## 15.7 पर्यावरण से जुड़े मसले और मीडिया

मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है। पृथ्वी पर जीवों और वनस्पतियों के बीच में हमेशा से ही एक सामंजस्य बना रहा है। अगर कभी हमारे चारों ओर के वातावरण में मौजूद प्राकृतिक चीजों में असंतुलन पैदा हो जाए तो मनुष्य का दायित्व है कि वह उन्हें दूर करने का प्रयास करे। पृथ्वी पर जब हम संपूर्ण पर्यावरण की बात करते हैं तो इसमें जल, जंगल, पहाड़, नदियां, मैदान, जीव, पशु-पक्षी, हवा ही नहीं शामिल होते हैं बल्कि देश से जुड़े सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक सरोकारों को भी समाहित किया जाता है। वास्तव में पर्यावरण में शामिल किसी भी घटक का अपने अनुपात से बढ़ जाना ही प्रदूषण को जन्म देता है। आजकल वायु प्रदूषण, जल प्रदूषण, मृदा प्रदूषण, ध्वनि प्रदूषण, रेडियोधर्मी प्रदूषण की चिंता सता रही है।

आग लगने से, मोटर-कारों के धुएं से या वातावरण में कार्बन डाइ आक्साइड बढ़ने से वायु प्रदूषण होता है। जल में घरों की गंदगी, मल-मूत्र, रासायनिक खादें आदि पड़ने से प्रदूषण हो जाता है। 80 डेसीबल से ज्यादा तीव्रता होने पर ध्वनि प्रदूषण के दायरे में आ जाएंगे। रासायनिक उर्वरकों और कीटनाशकों के चलते मृदा प्रदूषण लगाता बढ़ता ही जा रहा है। परमाणु कार्यक्रमों के दौरान रेडियोधर्मी पदार्थ वायुमंडल में हवा के संपर्क में आ जाते हैं। इससे पानी में भी खतरे पैदा हो जाते हैं तथा भूमि में भी प्रदूषण अपनी जगह बना लेता है।

पर्यावरण प्रदूषण के कुछ अहम बिंदु हैं-

- गंगा और यमुना समेत देश की कई नदियों में कल-कारखानों और शहरों का गंदा पानी तथा अपशिष्ट पदार्थ लगातार बह रहा है, जिससे जीवनदायिनी नदियों का जीवन भी खतरे में हो गया है।
- नदियों की कटान से जमीन को नुकसान भी होता है और ऐसे अनेक स्थान हैं जहां ऐसा हो रहा है। ब्रह्मपुत्र नदी इसका जीता-जागता प्रमाण है।
- सड़कों पर दौड़ रहे वाहनों से पर्यावरण को नुकसान पहुंच रहा है, क्योंकि धुएं से प्लौटिनम के कण सभी जगह पहुंच रहे हैं।

- iv. रेडियोधर्मी क्रिया-कलापों से वातावरण का तापमान भी बढ़ रहा है जिससे ग्लेशियर भी पिघल रहे हैं और पर्यावरण में एक प्रकार का असंतुलन पनप रहा है।
- v. समुद्री तटों पर मौजूद वनों का तापमान भी बढ़ता जा रहा है और इससे काफी दिक्कतें आने वाले समय में पैदा होने वाली हैं।

### 15.8 पर्यावरण पत्रकारिता की चुनौतियां

पर्यावरण संरक्षण की दिशा में पत्रकारिता के लिए लगातार चुनौतियां बढ़ती जा रही हैं। लगभग हर खतरे को लेकर आगाह करने की जरूरत है। चाहे पहाड़ हो या नदी नाले सभी जगह प्रदूषण बढ़ता ही जा रहा है। नदियों के किनारों पर बसे शहरों के हालात भी बिगड़ रहे हैं, ऐसे में पत्रकारिता ही ऐसा माध्यम है जो लोगों को जागरूक और सचेत बना सकती है। अखबार से लेकर टीवी चैनलों और पत्र-पत्रिकाओं ने पर्यावरण को लेकर काफी लंबी मुहिम चलाई है। हालांकि कई स्तरों पर पत्रकारिता के लिए चुनौतियां भी खड़ी होती हैं। एक नजर डालते हैं-

- i. स्थानीयता पर ध्यान जरूरी-गैर सरकारी संगठनों की भी मदद से स्थानीय स्तर के छोटे मसलों को निस्तारित करने में मदद मिलेगी। पत्रकारिता में स्थानीयता को ध्यान में रखते हुए पत्रकार को कार्य करना चाहिए।
- ii. विश्वसनीयता न खोएं- भ्रामक खबरों से पत्रकार को बचना होगा। पत्रकारों को मनोरंजक या सनसनी पैदा करने वाली पत्रकारिता से बचना होगा।
- iii. पर्यावरण से जुड़े हर पहलू की समीक्षा जरूरी-लोगों को भागीदार बनाने के लिए प्रेरित करना जरूरी होता है, ऐसे में उनकी सक्रियता को उभारना प्रमुख होगा। जानकारी देकर जनता को शिक्षित करना भी सकारात्मक पत्रकारिता माना जाएगा।
- iv. पत्रकार गहराई में जाकर रिपोर्टिंग करें-उथले ज्ञान पर आधारित खबरें लिखने से जो बात पाठकों या दर्शकों तक पहुंचनी चाहिए वह नहीं पहुंच पाती।
- v. पाठकों की इच्छा सर्वोपरि- पत्रकारों को पाठकों की रुचि के हिसाब से कार्य करना होगा। उन्हें इसके लिए जागरूक करना होगा जिससे कि पर्यावरण के मसलों पर ढंग से कार्य हो सके।
- vi. चटपटा न बनाएं-पर्यावरण के समाचारों में बहुत चटपटा मसाला न लगाकर उनके मूल स्वरूप में ही परोसा जाए। पर्यावरण के मामलों पर लिखने वाले पत्रकारों की खासा कमी है, क्योंकि इसमें कैरियर की अनिश्चितता है।
- vii. प्रशिक्षण अनिवार्य हो- पर्यावरण की विशेषज्ञता हासिल करने के लिए सामान्य पत्रकारों को ट्रेनिंग की सुविधा दी जाए। पर्यावरण विषय को सामान्य पत्रकारिता की

श्रेणी में ही रखा जाना चाहिए। बहुत विशेषीकृत बनाने के फेर में इसकी रिपोर्ट केवल कुछ खास पाठक वर्ग तक ही सीमित रह जाती है। इससे बचना होगा।

### 15.9 अभ्यास प्रश्न

1. विज्ञान पत्रकारिता क्या है, समझाइए ?
2. विज्ञान पत्रकारिता के महत्व को स्पष्ट करें?
3. आजादी के बाद हिन्दी विज्ञान पत्रकारिता पर लेख लिखें?
4. हिन्दी विज्ञान पत्रकारिता की वर्तमान स्थिति पर विचार करें?
5. अपने शहर की विज्ञान पत्रकारिता पर एक टिप्पणी लिखें?
6. अपने शहर के पर्यावरण की दशा पर ज्वणलंत कमेंट करें।
7. विश्व में पहली विज्ञान पत्रिका प्रकाशित हुई।  
अ-फ्रांस      ब-जर्मनी      स-रूस      द-इंग्लैंड
8. छापाखाना इंग्लैंड में कब आया।  
अ-1476      ब-1488      स-1495      द-1456
9. भारत में पहला छापाखाना कब लगाया गया।  
अ-1557      ब-1560      स-1565      द-1570
10. देश का पहला समाचार पत्र प्रकाशित हुआ।  
अ-1782      ब-1780      स-1785      द-1798
11. भोपाल में गैस दुर्घटना किस वर्ष हुई थी।  
अ-1982      ब-1984      स-1985      द-1986

### 15.10 सारांश

विज्ञान के क्षेत्र में नित नवीन अनुसंधान हो रहे हैं। आम जन जीवन में विज्ञान का इतना हस्तक्षेप हो गया है कि उसके बिना जीवन की कल्पना भी मुश्किल है। आम लोगों तक वैज्ञानिक खोजों और जानकारियों को पहुंचाने के उद्देश्य से विज्ञान पत्रकार पर बहुत बड़ी जिम्मेदारी होती है। इसी के उद्देश्य से हर भारतीय भाषा में वैज्ञानिक जानकारियों के प्रचार प्रसार की शुरुआत की गई। विज्ञान के क्षेत्र में जानकारियों का अपार भंडार है और उसे लोगों तक सरल भाषा में पहुंचाने का कार्य विज्ञान पत्रकारों द्वारा किया जा रहा है। हर भारतीय भाषा में अखबारों और पत्र-पत्रिकाओं ने विज्ञान संबंधी खबरों को प्राथमिकता से छापना शुरू किया है।

शुरुआती दौर में यह कार्य बहुत कम पत्र पत्रिकाओं द्वारा किया जाता था, लेकिन आज के दौर में इस क्षेत्र में काफी क्रांति आ चुकी है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अलावा प्रिंट मीडिया भी दिनोंदिन विज्ञान और तकनीक से जुड़ी चीजें लोगों तक पहुंचा रहा है, चाहे वह चिकित्सा

अनुसंधान का क्षेत्र हो या फिर कंप्यूटर या तकनीकी से जुड़ा मामला हो। मनुष्य की जीवन शैली भी पूरी तरह से वैज्ञानिक खोजों और अनुसंधानों के सहारे चल रही है। निश्चित ही विज्ञान पत्रकारिता दिनोंदिन नए कीर्तिमान और प्रतिमान स्थापित कर रही है। नए विज्ञान लेखक भी इस दिशा में अच्छा कार्य कर रहे हैं। जरूरत है कि विज्ञान लेखन को और बढ़ावा दिया जाए।

### 15.11 शब्दावली

1. **विज्ञान पत्रकारिता:** वैज्ञानिक विषयों पर क्रमबद्ध, सुव्यवस्थित ढंग से जानकारीयां पत्र-पत्रिकाओं के माध्यम से लोगों तक पहुंचाना।
2. **विज्ञान प्रौद्योगिकी:** तकनीकी ज्ञान द्वारा लोगों को जानकारीयां देना।

### 15.12 संदर्भ ग्रंथ सूची

1. पटैरिया, डॉ मनोज कुमार, (2000), हिन्दी विज्ञान पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन, अंसारी रोड, दरियागंज, नई दिल्ली
2. पाण्डेय, डॉ। पृथ्वीनाथ, (2004), पत्रकारिता: परिवेश एवं प्रवृत्तियां, लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद

### 15.13 सहायक उपयोगी सामग्री

1. यूपीआरटीओयू (2010), विशेषीकृत रिपोर्टिंग, द्वितीय खंड, इलाहाबाद
2. समाचार पत्रों में प्रकाशित लेखों के संकलन के आधार पर इनपुट

### 15.14 निबंधात्मक प्रश्न

1. विश्व विज्ञान पत्रकारिता पर एक निबंध लिखिए!
2. भारत में हिन्दी पत्रकारिता की बयार कब पहुंची, उदाहरणों का उल्लेख करें !
3. हिन्दी विज्ञान पत्रकारिता पर प्रकाश डालें!
4. स्वतंत्रता के बाद लोकप्रिय विज्ञान लेखन से जुड़ी पत्र-पत्रिकाओं की स्थिति स्पष्ट करें!
5. पर्यावरण पत्रकारिता के लिए कौन-कौन सी चुनौतियां सामने आती हैं। समझाकर लिखें।

## इकाई 16 धार्मिक पत्रकारिता

इकाई की रूपरेखा

- 16.1 प्रस्तावना
- 16.2 उद्देश्य
- 16.3 धार्मिक मामले : कवरेज की जरूरत
- 16.4 कैसी-कैसी कवरेज
  - 16.4.1 रिपोर्टिंग
  - 16.4.2 लेख
  - 16.4.3 फीचर
- 16.5 कैसे करें कवरेज
  - 16.5.1 विविधता का खयाल
  - 16.5.2 सर्वधर्म समभाव
  - 16.5.3 विशेषज्ञ की जरूरत
  - 16.5.4 भावनाओं का खयाल
- 16.6 क्या धार्मिक होना जरूरी है
- 16.7 सारांश
- 16.8 शब्दावली
- 16.9 अभ्यास प्रश्न
- 16.10 संदर्भ ग्रंथ

### 16.1 प्रस्तावना

एक दौर में मैं खेल पर लिखता था। खेल पर पढ़ने वाले सचमुच बहुत ज्यादा हैं। अक्सर लोग कहते थे कि खेल से ज्यादा कुछ भी नहीं पढ़ा जाता। सुनने को मिलता था कि भई हम तो सबसे पहले खेल का पन्ना पलटकर देखते हैं। तब लोग कहते थे कि वे पीछे से अखबार पढ़ना शुरू करते हैं। एक वक्त खेल का पन्ना अखबार का आखिरी पन्ना होता था। मैं भी उन्हीं लोगों में से था जो मानते हैं कि खेल का पन्ना ही सबसे ज्यादा पढ़ा जाता है।

मैंने जब खेल की जगह अध्यात्म पर लिखना शुरू किया, तो उसकी प्रतिक्रिया से मैं चौंक गया था। मैंने पाया कि खेल को तो शायद लोग पढ़ते ही हैं। लेकिन धर्म अध्यात्म पर ज्यादा

प्रतिक्रिया देते हैं। कुछ वक्त के बाद तो महसूस हुआ कि लोग उसका कुछ ज्यादा ही नोटिस ले रहे हैं। कभी-कभी मजाक में कहा करता था कि खेल पढ़ने वालों से कम नहीं हैं लीला पढ़ने वाले। पढ़ने वाले कम भी हों तो प्रतिक्रिया ज्यादा करते हैं।

## 16.2 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के बाद

1. बता सकेंगे कि धार्मिक मामलों में कैसी कवरेज मीडिया में हो रही है।
2. समझा सकेंगे कि धार्मिक मामलों की रिपोर्टिंग करने में किन-किन खास बिंदुओं का ख्याल रखें।

## 16.3 धार्मिक मामले : कवरेज की जरूरत

अपना देश स्वभाव से ही धार्मिक है। यहां का आम जन धर्म में गहरी आस्था रखता है। दुनिया के तकरीबन हर प्रमुख धर्म को मानने वाले लोग यहां हैं। मीडिया तो आमजन के लिए ही होता है। उसे जन जन की भावनाओं की कद्र करनी होती है। अगर हम आम आदमी की फिक्र करेंगे, तो धर्म से जुड़ी गतिविधियों को दरकिनार नहीं कर सकते। हो सकता है कि कुछ लोग अपने को धार्मिक कहलाने में हिचकें। वे धर्म को संगठन या संस्थान के तौर पर पसंद न करते हों। या परहेज करते हों। लेकिन वे भी नास्तिक हों। यह जरूरी नहीं है। ये लोग परंपरागत अर्थ में धार्मिक भले ही न हों, लेकिन आध्यात्मिक तो हैं ही। सो, धर्म अध्यात्म को अगर साथ मिला कर चलें तो इस देश की 95 फीसदी जनता आस्तिक है। यही वजह क्या काफी नहीं है कि धर्म अध्यात्म से जुड़ी गतिविधियों को अखबार में जगह दी जाए।

## 16.4 कैसी-कैसी कवरेज

आमतौर पर धर्म-अध्यात्म पर सामग्री विशेष फीचर पेज पर जाती है। यहां पर ज्यादातर फीचर ही होते हैं। शहर से जुड़े पन्नों पर रिपोर्ट होती हैं। संपादकीय पन्ने पर भी कुछ न कुछ जाता ही है। लेकिन वहां वह लेख की शकल में होता है। यानी लेख, फीचर और रिपोर्टिंग इन तीनों में धर्म अध्यात्म को जगह मिल जाती है।

### 16.4.1 रिपोर्टिंग

- खोजी-कोई मंदिर मिल गया। कोई मसजिद मिल गई। किसी सभ्यता के मिल जाने पर उसमें धर्म की जगह को ढूंढने पर काम हो सकता है। पूजा स्थल कैसे थे? वे किस देवता

की पूजा करते थे? किस तरह करते थे? वगैरह-वगैरहा कुछ ढूंढने की कोशिश ही तो रिपोर्ट करती है।

- सम्मेलन- मान लो हमें किसी विश्व धार्मिक सम्मेलन की रिपोर्टिंग करनी है। जाहिर है उसमें तमाम धर्मों के गुरु आएं। इस तरह की रिपोर्टिंग बहुत ध्यान से करनी चाहिए। एक-एक वक्ता को कायदे से सुनना चाहिए। अगर हो सके तो अपने साथ टेपरिकॉर्डर रखें। उसे पूरे ध्यान से सुन कर अपनी रिपोर्ट तैयार करें। इस तरह की रिपोर्टिंग में कोशिश करनी चाहिए कि आपके अपने विचार हावी न हों। वहां जो भी कहा जा रहा है या वहां जो भी हो रहा है। उसी को सीधा-सीधा रिपोर्ट करने की कोशिश होनी चाहिए। कभी-कभी आपके अपने विचार से चीजें बिगड़ सकती हैं। इस तरह की रिपोर्टिंग पूरी तरह तटस्थता की मांग करती है। अगर पांच लोगों ने अपनी बात कही है, तो हमें उनकी बात उद्धरण देते हुए उठानी चाहिए। हां, जो सबसे अहम बात हो उससे रिपोर्ट की शुरुआत होनी चाहिए। और यह जानने की कोशिश करनी चाहिए कि आखिर मुद्दा क्या था? क्या सहमति के बिंदु थे? असहमति के स्वर क्या थे? हां, अपने को किसी भी तरह हावी नहीं करना चाहिए।
- प्रवचन- हम किसी भी शहर में रहते हों, वहां पर धर्मगुरुओं के प्रवचन होते ही हैं। उन्हें सुनने के लिए भारी भीड़ भी होती है। अगले दिन लोग उसकी रिपोर्टिंग भी पढ़ना चाहते हैं। यह रिपोर्टिंग कभी-कभी खासा टेढ़ी हो जाती है। खासतौर पर जब प्रवचन देर रात तक चलता हो। अखबार तो एक सीमा तक ही रुक सकता है। अगर ज्यादा देर होती है, तो उसकी रिपोर्ट करना नामुमकिन हो जाता है। देर रात में तो बड़ी खबरों के लिए ही जगह निकल पाती है। अंगरेजी के मशहूर अखबार चेन्नई के 'द हिंदू' में प्रवचन की रिपोर्टिंग का कॉलम अरसे से चल रहा है। उसे एक खास अंदाज देने वाले एम। सी। संपत ने हाल ही में पत्रकारिता से संन्यास लिया है। 1964 में उन्हें प्रवचनों की रिपोर्टिंग का काम दिया गया। उनके ही शब्दों में 'ज्यादातर रामायण और महाभारत के लेक्चर देर शाम में शुरू होते थे। खत्म होते-होते काफी रात हो जाती थी। उनके खत्म होने के बाद मैं ट्रेन पकड़ कर घर पहुंचता था। तब आधी रात हो जाती थी। ऐसे में वह रिपोर्ट एक दिन बाद ही अखबार में आती थी।' बाद में यही तरीका अपनाया जाने लगा।
- एक बार हमारे मुख्य नगर संवाददाता के पास एक शख्स आया। वह अपने गुरुजी के प्रवचन की खबर अगले दिन छपवाना चाहता था। मुझे याद है हमारे साथी ने उन्हें सलाह दी कि भाई प्रवचन को आठ-साढ़े आठ तक खत्म कर दो, तो उसकी रिपोर्ट हो सकती है। वैसे भी उसके बाद शहर की बड़ी खबरों के लिए ही जगह बचती है। हालांकि अब लैपटॉप वगैरह आने के बाद रिपोर्टिंग आसान हो गई है। किसी भी वक्त कहीं से भी रिपोर्ट भेजी जा सकती है। अब उसके लिए संपत साहब की तरह ऑफिस

पहुंच कर लिखना जरूरी नहीं है। लेकिन आज भी उस तरह की खबरें अगले दिन ही लगती हैं। उन्हें 'सॉफ्ट रिपोर्टिंग' जो माना जाता है। कभी-कभी यही समय उस रिपोर्टिंग के लिए दिक्कत पैदा करता है।

अखबार के लिए यह बहुत मुश्किल होता है कि अपने किसी रिपोर्टर को पूरी शाम के लिए एक प्रवचन के लिए खुला छोड़ दे। अक्सर उस चक्कर में पूरी रिपोर्टिंग ही रह जाती है। लेकिन समझदार लोग मीडिया के समय के साथ अपनी लय ताल बिठा ही लेते हैं। और उनकी रिपोर्ट कभी गायब नहीं होतीं।

जयंती, जुलूस या यात्रा

अपने यहां दिवसों की अलग ही महिमा है। अपने भगवान या महात्माओं से जुड़े इन दिवसों से लोग जुड़ना चाहते हैं। ये दिवस ही समाज के उत्सवों का कारण हैं। अपना समाज उत्सवधर्मी है। सो, उन्हें जम कर मनाता है। जाहिर है इन खास दिवसों पर सबका खास ध्यान रहता है। अच्छे-खासे लोग इनमें हिस्सेदारी करते हैं। अगले दिन उनसे जुड़ी खबरों को वे अखबार में देखना चाहते हैं। हर धर्म संप्रदाय में खास दिवसों की अहमियत है। दरअसल, धर्म बिना इन दिवसों के चल ही नहीं सकता। दीवाली, होली, रामनवमी, कृष्ण जन्माष्टमी, वाल्मीकि जयंती, बुद्ध पूर्णिमा, महावीर जयंती, गुरुनानक जयंती, रैदास जयंती वगैरह- वगैरह।

ये दिवसीय उत्सव कई तरह से मनाए जाते हैं। उनमें प्रार्थना सभाएं हो सकती हैं। कीर्तन हो सकता है। जुलूस निकाले जा सकते हैं। एक रिपोर्टर के तौर पर किसी भी तरह की रिपोर्टिंग करनी पड़ सकती है। किसी भी किस्म की रिपोर्ट की तरह एक बुनियादी बात ध्यान में रखनी चाहिए कि वह खुले दिमाग से हो। और अपने विचार उस पर हावी न हों। हम जो देखें उसे लिखें। उसे अपने विचार के लिहाज से तोड़ें-मोड़ें नहीं। यह जेहन में रहना चाहिए कि हमें प्रयोग करने की तो छूट है, लेकिन वैचारिक मतभेदों की नहीं। आखिर किस तरह के प्रयोग हो सकते हैं, उसका एक उदाहरण देना चाहूंगा। हिंदुस्तान अखबार ने एक प्रयोग कांवड़ियों के समय में किया। उसमें एक रिपोर्टर और फोटोग्राफर को कांवड़ियों का जामा पहना कर हरिद्वार से दिल्ली तक की यात्रा कराई गई। रिपोर्टर बिना किसी को बताए सब देखता था। और धीरे से शाम को रिपोर्ट भेज देता था। कांवड़ियों के इतने आयाम उससे समझ में आए, जो हम आमतौर पर देख समझ ही नहीं पाते। इसी कांवड़ यात्रा पर कोई रिपोर्टर अपनी पहचान बता कर भी अपना काम कर सकता है। तब शायद हम वह 'इनसाइट' नहीं दे पाएंगे। हम यह कतई नहीं बता पाएंगे कि कांवड़िए खुल कर क्या सोच रहे हैं? उनके बीच का अनुभव ही उस रिपोर्ट को एक्सक्लूसिव बनाएगा।

#### 16. 4.2 लेख

संपादकीय पन्ने पर लिखे जाने वाले और लेखों की तरह यह भी हो सकते हैं। यानी विचार और विश्लेषण से भरपूर। लेकिन इस तरह के लेख वहां भी बहुत कम ही छपते हैं। आमतौर पर प्रवचन

छाप देने की परिपाटी चल निकली है। हर रोज किसी धर्मगुरु का प्रवचन ही अखबार देना चाहते हैं। इसके अलावा उस पर लिखने वाले छोटे लेखों को प्रमुखता दी जाती है। एक अध्यात्मिक विचार पर छोटा सा लेख हर अखबार छापना चाहता है। कुछ लोग तो दंत कथाओं से ही काम चला लेते हैं। लेकिन धीरे-धीरे एक अध्यात्मिक कोना अखबारों में बनता चला जा रहा है। 'द टाइम्स ऑफ इंडिया' का 'स्पीकिंग ट्री' फिलहाल सबसे ज्यादा लोकप्रिय है। उस कॉलम की लोकप्रियता से प्रेरित होकर रविवार के दिन उन्होंने आठ पन्ने का स्पीकिंग ट्री निकालना शुरू कर दिया है। उसमें लेख, फीचर और प्रवचनों पर जोर होता है। उसका भी अच्छा-खासा बाजार हो गया है।

### 16.4.3 फीचर

आमतौर पर अखबार धर्म अध्यात्म पर फीचर छापते रहते हैं। हर त्योहार पर कुछ न कुछ सामग्री का आयोजन हो जाता है। दीवाली, होली, ईद, क्रिसमस, गुरु नानक जयंती वगैरह-वगैरहा समय-समय पर उसमें लेख छपते रहते हैं। सप्ताह में एक पन्ना तो धर्म के लिए निकाल ही लिया जाता है। यह पन्ना धर्म पर फीचर के लिए ही होता है। इसमें अक्सर रिपोर्टिंग नहीं होती। कुल मिलाकर यह पन्ना आने वाले सप्ताह के तीज-त्योहारों पर टिका होता है। उस सप्ताह में पड़ने वाले खास त्योहार पर उसका जोर होता है।

मान लीजिए ईद आ रही है। तब उस पन्ने की लीड ईद पर होगी। वहां किसीका लेख भी हो सकता है। या फिर उस पर कोई फीचर भी लिखा जा सकता है। फीचर करने वाला ईद पर कुछ खास लोगों के और कुछ आम लोगों के विचारों को पिरो सकता है। ईद से जुड़ी यादों पर कुछ हो सकता है। तब और अब की ईद पर भी लिखा जा सकता है। यों चंद लोगों से बात करने पर एक बेहतरीन फीचर लिखा जा सकता है।

एक बार किसी अखबार में हमने ईद पर कुछ अलग करने का विचार किया। ईद के बाजार पर हमने खासा जोर दिया। खान-पान पर तो लिखा ही गया। ईद से एक दिन पहले पूरी रात चलने वाले बाजार का भी जायजा लिया गया। हमारे रिपोर्टर ने जब उस पर फीचर लिखा तो उसकी खूब चर्चा हुई। सीधे जुड़ कर फीचर करने की बात ही कुछ और है। पाठक ऐसे फीचर से सीधा जुड़ जाता है। तीर्थ यात्रा पर फीचर भी काफी पढ़े जाते हैं। दुनियाभर में तीर्थ यात्रा को अलग तरह से देखा जाता है। उसे आम पर्यटन से अलग माना जाता है। तीर्थों से जुड़े फीचर अगर अनुभव से जुड़े होते हैं, तो ज्यादा पसंद किए जाते हैं। इतिहास और पुराण का मिश्रण होता है तीर्थों की यात्रा। इतिहास से भी ज्यादा हम पुराण पर निर्भर करते हैं। इतिहास तो यहीं तक कि फलाना मंदिर उस वक्त बना। या बना होगा। हालांकि यह भी जान लेना आसान नहीं होता। दिल्ली में एक भैरव मंदिर है। अब उसे पांडव कालीन कहा जाता है। लेकिन दिक्कत यह है कि पांडवों का काल कैसे निर्धारित किया जाए? उस हाल में हम दंत कथाओं का सहारा लेंगे। अपने पाठक को बताएंगे कि पुराण क्या कहते हैं?

हमारे सभी मंदिर प्राचीन कालीन होते हैं। हों या न हों लेकिन उनकी मंशा तो यही रहती है। प्राचीन कालीन होते ही उस मंदिर सब कुछ बदल जाता है। दंत कथाओं की बात कहने के अलावा हमें यह भी जानने की कोशिश करनी चाहिए कि आखिर यह मंदिर बना कब था? इतिहास का कुछ तो पता चल ही जाता है। यही पता चले कि मंदिर तो पुराना था लेकिन उसका पुनरुद्धार सत्रहवीं सदी में फलाने राजा ने किया। तो इतिहास पुराण जो भी मिल सके उसमें अपना अनुभव जोड़ कर तीर्थों पर फीचर हो सकता है। उस धार्मिक स्थल की मान्यता के भी मायने होते हैं। उसके बारे में भी लोग जानना चाहते हैं।

फीचर में हम धर्मगुरुओं की बातचीत भी छाप सकते हैं। अलग-अलग विषयों पर अलग-अलग समय पर उनसे बातचीत हो सकती है। बातचीत करने के लिए थोड़ी तैयारी जरूरी है। हम जिससे भी बात करने जा रहे हैं, उसके बारे में कुछ जानना ही चाहिए। फिर जिस पर बात करनी है, उसकी भी थोड़ी सी जानकारी अच्छी रहती है। ऐसा नहीं होना चाहिए कि हम शुरू करें कि आप अपने बारे में जरा बताइए? कभी-कभी कुछ खास शख्स इसी बात पर बात करने से मना कर देते हैं। उनका भी कहना सही है कि आप कुछ जानते ही नहीं तो आपसे क्या बात की जाए?

खास पन्ना

आमतौर पर अखबारों में साप्ताहिक पन्ना तय रहता है। श्रद्धा, आस्था, धर्मक्षेत्रे, अनंत जैसे उनके नाम होते हैं। किसी आनेवाले त्योहार या जयंती पर लेख या फीचर। प्रवचन, दंत कथा, धर्मग्रंथ से, व्रत, त्योहार या किसी पूजा स्थल, आश्रम, संप्रदाय पर फीचर।

एक बानगी कुछ अखबारों के खास पन्ने

अमर उजाला का 9 जुलाई 2002 का श्रद्धा का पन्ना।

-जगन्नाथ रथ यात्रा पर फीचर, जगन्नाथ से जुड़ी दंत कथा, आचार्य वल्लभ के आखिरी दिन पर लेख, प्रार्थना समाज पर फीचर, अप्पर के दो पद, सप्ताह के व्रत त्योहार

हिंदुस्तान का 30 जुलाई 2007 में अनंत का पन्ना

-सावन पर फीचर, कांवड़ पर फीचर, इंद्र पर लेख

हिंदुस्तान का 26 नवंबर 2007 में अनंत का पन्ना

-ईद पर लेख, ग्रेट मदर बेंडिस पर लेख, तरलोचन दर्शनदास का प्रवचन, ध्यान की विधि

-बोध कथा, -विवेक चूडामणि से अंश, व्रत त्योहार

स्पीकिंग ट्री का 29 जनवरी 2012 का अंक

अतिथि संपादक-दीपक चोपड़ा, ईश्वर क्या भ्रम है-फीचर, संक्षिप्त खबरें, बदलाव पर दीपक चोपड़ा का लेख, अमर वाणी, गुस्से और भावनाओं पर लेख, बेन आंकरी से बातचीत, मुल्ला नसीरुद्दीन के किस्से, ब्रह्मांड के रहस्यों पर लेख, ओशो प्रवचन, बोध कथाएं, विज्ञान और आत्मा पर लेख, दादा वासवानी और जया राव का प्रवचन, तीर्थ यात्रा पर आलेख, देवदत्त पटनायक का विश्वास पर लेख, किताब की समीक्षा, योग

नवभारत टाइम्स 16 मार्च 2012 में धर्म-अध्यात्म

भगवान महावीर जयंती समारोह पर एक कॉलम की खबर, धर्म कर्म में तीन प्रवचनों पर रिपोर्ट, धार्मिक गतिविधियों में उस दिन के कार्यक्रम

## 16.5 कैसे करें कवरेज

धार्मिक मामलों की कवरेज में निम्नों बातों का ख्याल रखें

### 16.5.1 विविधता का खयाल करें

हम देश के तौर पर सेकुलर हैं। यह देश तो विविधता की मिसाल है। यानी इस देश की प्रकृति ही विविध है। उस प्रकृति का हमें हर हाल में खयाल रखना है। यहां कोई एक धर्म तो है नहीं। अलग-अलग धर्मों को कैसे हम जगह दें इसका खास खयाल तो रखना ही होगा। फिर किसी धर्म के लिए हमारे खास आग्रह न हों यह भी देखना होगा। कुल मिलाकर हमें पाठकों के लिहाज से सोचना पड़ेगा। अपनी रुचियों या सोच के हिसाब से नहीं।

### 16.5.2 सर्वधर्म समभाव

हमारा देश दुनियाभर के धर्मों की झलक देता है। यह कहना तो शायद ठीक नहीं होगा कि यहां पर हर किस्म के धर्म को देखा जा सकता है। लेकिन दुनिया के जितने धर्मों को यहां जगह मिली है, उतनी शायद ही किसी देश में हो। हर बड़े धर्म को मानने वाले तो यहां हैं ही। हमारा देश अपनी प्रकृति से ही सेकुलर है। अपने देसी शब्दों में तो यहां पर सर्वधर्म समभाव रहा है। हर धर्म को हमें इज्जत देनी है। किसी को आहत नहीं करना है। कोई जिस तरह के धर्म को चाहता है या जिसको तरजीह देता है। उसके विश्वास पर हमें सवाल नहीं खड़े करने हैं। हमें उसके विश्वास का सम्मान करना है। मेरा मानना है कि अगर किसी संप्रदाय के चंद लोग हैं तब भी हमें उनका खयाल रखना है। हम कुछ भी दें लेकिन वह किसीके खिलाफ नहीं होना चाहिए।

हर अखबार या पत्रिका को अपने पाठकों का खयाल रखना होता है। पाठकों के लिहाज से ही धर्म-अध्यात्म की कवरेज तय होती है। उनकी चाहत का खयाल तो रखना ही पड़ेगा। अब वे जिस तरह के प्रवचन चाहते हैं उन्हें देने चाहिए। वे जिस तरह की रिपोर्टिंग चाहते हैं, वह करनी

चाहिए। उन्हें जिस तरह के लेख पसंद हैं, वह देने की कोशिश करनी चाहिए। लेकिन यह खयाल रखना बेहद जरूरी है कि अलग-अलग धर्मों को जगह मिले। हम किसी एक को बेवजह तरजीह न दें। अगर तरजीह जरूरी भी हो, तो आहत वाली बात को जरूर ध्यान में रखें।

### 16.5.3 विशेषज्ञ की जरूरत

अखबार में काम करने वाले शख्स के लिए हर विषय का जानकार होना नामुमकिन होता है। हां, एक बुनियादी जानकारी जरूरी होती है। और फिर जहां भी कोई उलझन होती है। उसके लिए विशेषज्ञ होते हैं। रिपोर्टर या फीचर लेखक को हर क्षेत्र के विशेषज्ञों से बात करने की कोशिश करनी चाहिए। जहां भी शंका हो उनसे बात की और ठीक कर लिया। अगर हमारे पास विशेषज्ञों का पूरा अनौपचारिक पैनल है, तो उससे हमें बहुत मदद मिलती है। तेजी से रिपोर्ट लिखते हुए भी खट से बात हो सकती है। लेकिन यह संपर्कों पर निर्भर है। जिस रिपोर्टर के संपर्क जितने बेहतर होते हैं, उतना ही उसके लिए रिपोर्ट लेना आसान होता है। यह तो रिपोर्टिंग के हर मसले पर लागू होता है।

कुछ सालों पहले की बात है। एक अमेरिकी विद्वान ने सूरदास पर कुछ काम किया। उन पर फीचर करने की बात हुई। धार्मिक बीट पर नया-नया काम करने वाले शख्स ने उनसे मिल कर एक फीचर तैयार किया। वह जब उनसे मिल कर आया तो बहुत खुश था। उसे लगा कि कोई बड़ी खबर हो जाएगी। उन अमेरिकी विद्वान का मानना था कि सूरदास के ज्यादातर पद प्रक्षिप्त हैं। उसने रिपोर्ट अपने वरिष्ठ साथी को दिखाई। दोनों को ही धर्म या साहित्य की कम ही जानकारी थी। लिखने वाले ने शीर्षक दिया 'सूरदास के ज्यादातर पद प्रक्षिप्त हैं।' अब इस शीर्षक में तो मजा ही नहीं आ रहा था। तब उन वरिष्ठ ने शीर्षक लगाया, 'सूरदास के तमाम पद फर्जी हैं।' अगले दिन यह छप भी गया। उसी दिन अखबार की कॉपी को लिए हुए अमेरिकी शख्स ऑफिस चले आए। वह हत्थे से उखड़े हुए थे। उनका कहना था कि यह तो उन्होंने कहा ही नहीं। ऐसा वह कैसे कह सकते हैं? वह तो ज्यादातर पदों के प्रक्षिप्त होने की बात कह रहे थे। और यहां तो तमाम पद फर्जी हो गए। यानी सूरदास का लिखा हुआ कुछ भी ठीक नहीं है। उनका लिखा हुआ मूल वहां है ही नहीं। खैर, किसी तरह उन्हें समझा कर विदा किया गया। बाद में सफाई छापनी पड़ी।

दरअसल, इस मामले में दो शब्दों की वजह से बवाल हुआ। एक तो इधर हम ज्यादातर की जगह 'तमाम' का इस्तेमाल बेवजह करने लगे हैं। ज्यादातर में कुछ फिर भी बच जाता है। यानी कुछ पद जरूर मौलिक हैं। ज्यादातर भले ही न हों। असली चूक तो प्रक्षिप्त में हुई। प्रक्षिप्त का मतलब होता है पीछे से जोड़ा हुआ या मिलाया हुआ। यानी बाद के दौर में उनमें कुछ-कुछ जोड़ दिया गया। असल में पूरा का पूरा पद गड़बड़ नहीं होता। एक दो शब्द या लाइन इधर-उधर जरूर हो जाती हैं। अगर उस रिपोर्टर ने किसी से प्रक्षिप्त का मतलब जान लिया होता, तो इतनी बड़ी गड़बड़ नहीं होती।

यों साहित्य समझने वाले इसे जानते हैं। सदियों से चली आ रही रचनाओं में कुछ न कुछ जुड़ ही जाता है। जैसे भी बहुत सारी चीजें वाचिक परंपरा से ही यहां तक पहुंच पाई हैं। वाचिक परंपरा में ऐसा होना अनहोनी नहीं है। लेकिन इसके लिए विषय की कुछ समझ तो चाहिए ही।

#### 16.5.4 भावनाओं का खयाल

एक बार ब्रह्मर्षि नारद पर लेख लिखा। उसमें मैंने उस कथा का जिक्र किया जिसमें नारद ने वाल्मीकि को डाकू से संत बनने का रास्ता दिखाया था। कथा यह है- एक बार नारदजी घूमते हुए डाकू रत्नाकर के इलाके में पहुंचे। रत्नाकर ने उन्हें लूटने के लिए रोका। नारदजी बोले, 'भैया मेरे पास तो यह वीणा है, इसे ही रख लो। लेकिन एक बात तो बतलाओ, तुम यह पाप क्यों कर रहे हो?' रत्नाकर ने कहा, 'अपने परिवार के लिए।' तब नारदजी बोले, 'अच्छा, लेकिन लूटने से पहले एक सवाल जरा अपने परिवार वालों से पूछ आओ। यह कि क्या वे भी तुम्हारे पापों में हिस्सेदार हैं।' रत्नाकर दौड़े-दौड़े घर पहुंचे। जवाब मिला, 'हमारी देखभाल तो आपका कर्तव्य है। लेकिन हम आपके पापों में भागीदार नहीं हैं।' लुटे पिटे रत्नाकर लौट कर नारदजी के पास आए और डाकू रत्नाकर से वाल्मीकि हो गए। वह संत बन गए। बाद में महान रामायण की रचना की। नारद यही सीख देना चाहते थे। मेरा लेख हिंदुस्तान में छपा था। कुछ दिन के बाद एक सज्जन मेरे पास आए। वह वाल्मीकि समाज से थे। खासा उखड़े हुए थे। उन्होंने मुझसे कहा कि आपने वाल्मीकि को डाकू क्यों लिख दिया? वह तो डाकू नहीं थे। मेरा जवाब था कि भई मैंने तो दंत कथा लिखी है। बचपन से यही सुनता आया हूँ। लेकिन वह मानने को तैयार ही नहीं थे। उनकी और उनके समाज की भावनाएं आहत हो गई थीं। उस लेख का आशय भी कोई वाल्मीकि को नीचा दिखाना नहीं था। उसमें तो वाल्मीकि को महान ही कहा गया था। लेकिन फिर भी कोई आहत हो गया।

सो, धार्मिक लेख हो या रिपोर्टिंग उसे लिखते हुए हमें भावनाओं का खयाल रखना चाहिए। हमें कोशिश करनी चाहिए कि किसी भी वर्ग या समाज की भावनाएं आहत न हों। धर्म के पन्ने को देखते हुए हमें कई ऐसे लेख वापस करने पड़े जो अच्छे तो थे। तार्किक भी थे। लेकिन उससे किसी न किसी की भावना आहत हो रही थी। हमें लेख और रिपोर्टिंग में इसका खयाल करना बेहद जरूरी है। दरअसल, किसीभी गुरु या संप्रदाय को अपनी बात कहने का अधिकार तो है। लेकिन किसी को नीचा दिखाने का अधिकार नहीं है। अखबार या पत्रिका में काम करते हुए हम चाह कर किसीकी भावनाएं आहत करने की सोच नहीं सकते। हम किसीकी बात से सहमत हों तब भी हमें उस आहत के पहलू को ध्यान में रखना ही होगा।

#### 16.6 क्या धार्मिक होना जरूरी है

किसी भी धार्मिक घटना की रिपोर्टिंग करने के लिए हमारा धार्मिक होना जरूरी नहीं है। हम उसी विश्वास या मत को मानने वाले हों यह तो कतई जरूरी नहीं है। यों भी किसी अखबार पत्रिका या

चौनल में धार्मिक आयोजन को कवर करने के लिए एक-दो लोग ही होते हैं। आमतौर पर तो सिर्फ धर्म कवर करने के लिए एक रिपोर्टर आमतौर पर नहीं होता।

हालांकि साल भर कुछ न कुछ धार्मिक गतिविधियां चलती रहती हैं। लेकिन कोई एक खास रिपोर्टर का एक बड़े अखबार में भी होना आसान नहीं है। अक्सर किसी एक रिपोर्टर को यह धर्म का मामला भी थमा दिया जाता है। उसे धर्म के अलावा और भी किस्म की रिपोर्टिंग करनी होती है। अगर हम यह कोशिश करें कि हर धर्म संप्रदाय के लिए अलग-अलग रिपोर्टर हों तो यह लगभग नामुमकिन है। हालांकि यह विचार बुरा नहीं है। लेकिन इतने रिपोर्टर लेकर कहां से आएंगे? इसीलिए एक रिपोर्टर भी तय हो जाए तो बड़ी बात है। हां, इतना ध्यान जरूर रखा जा सकता है कि उसकी ट्रेनिंग कायदे से कराई जाए। ताकि वह धर्म संबंधी संवेदनाओं को समझ सके। यह रिपोर्टिंग बेहद नाजुक काम है। जरा सी गड़बड़ी से किसी भी किस्म का हंगामा हो सकता है।

रिपोर्टर लगातार धर्म पर पढ़े। कोशिश हो कि कुछ बड़े धर्मों की बुनियादी जानकारी उसे हो। अगर वह हर धर्म के बारे में थोड़ा सा पढ़ ले, तो उसे रिपोर्ट करना बहुत आसान हो जाएगा। रिपोर्ट करते हुए वह उस धर्म के विशेषज्ञों से लगातार संपर्क में रहे। बेहतर होता है कि कोई रिपोर्ट करने से पहले उसकी बुनियादी जानकारी हासिल कर ली जाए। मसलन, हमें अगर गुरु नानक जयंती कवर करनी है। तब हमें गुरु नानक के बारे में कुछ जानकारी तो होनी ही चाहिए। उसे कवर करने से पहले हम पहले सिख गुरु के बारे में जान लें तो बेहतर होगा। यह जानना भी जरूरी होता है कि आखिर गुरु का यह आयोजन किस दिवस से जुड़ा हुआ है। या मान लीजिए हम सद्गुरु का कोई प्रवचन कवर करने जा रहे हैं, तो हमें उनके बारे में जानकारी होगी तो सचमुच हमें लिखने में आसानी होगी। हमारी रिपोर्ट भी बेहतर होगी। कोई शंका हो तो किसी से सलाह-मशविरा करने में कोई परेशानी नहीं होनी चाहिए।

एक अलग तरह की रिपोर्टिंग रमजान के दिनों में होती है। उन दिनों इफ्तार पार्टी का जोर रहता है। दिल्ली में तो राजनीतिक इफ्तार पार्टियों का बोलबाला होता है। कुछ अखबार तो उसे खासा कवरेज देते हैं। हालांकि यह कवरेज ईद और रमजान से जुड़ी होती है। लेकिन कुल मिलाकर यह राजनीतिक कवरेज ही है। दरअसल, इफ्तार की अलग राजनीति है। उसमें धर्म दूढ़ना आसान काम नहीं है। वहां तो राजनीतिक समीकरण ही हावी होते हैं। यानी किसी नेता के यहां कौन पहुंचा? कौन नहीं पहुंचा? किसी को बुलावा गया? किसको नहीं बुलाया गया? इन सब पहलुओं को ध्यान में रखकर रिपोर्ट तैयार की जा सकती है।

## 16.7 सारांश

एक बात जरूर कहना चाहूंगा कि धर्म-अध्यात्म की रिपोर्टिंग अभी एक बंधे-बंधाए ढर्रे पर हो रही है। उसे तोड़ना भी आने वाली पीढ़ी का काम है। उन्हें अपने देश की प्रकृति को समझते हुए धर्म-अध्यात्म की रिपोर्टिंग को अहमियत देनी होगी। उसके लिए बेहतरीन रिपोर्टर तैयार करने होंगे। इस तरह रुझान रखने वाले रिपोर्टर को ढूँढ़-ढूँढ़ कर उनसे अलग तरह की रिपोर्टिंग की मांग करनी होगी। अभी जो हाल हैं उसमें हम सोच भी नहीं सकते कि कोई संपादक, धर्म-अध्यात्म भी हो सकता है। आज तो धर्म-अध्यात्म के विशेष संवाददाता की बात भी नहीं सोची जा रही है। आज नहीं कल हालात बदलेंगे। तमाम संभावनाएं हमारा इंतजार कर रही हैं।

## 16.8 शब्दावली

1. **प्रवचन** – धर्मगुरुओं और संत महात्माहओं द्वारा जनता के बीच नीति वचनों का प्रचार प्रसार भाषण या वक्तव्य देकर किया जाता है।
2. **सम्मेलन**- जब किसी विषय पर कई धर्मों के गुरुओं को व्याख्याचन देने के लिए आमंत्रित किया जाता है तो ऐसा आयोजन एक सम्मेलन का रूप ले लेता है।

## 16.10 संदर्भ ग्रंथ

1. पाण्डेय, डॉ० पृथ्वीनाथ, (2004), पत्रकारिता: परिवेश एवं प्रवृत्तियां, लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद
2. विभिन्न समाचार पत्रों की कतरनें।

## 16.9 निबंधात्मक प्रश्न

1. धार्मिक मामलों की कवरेज क्यों जरूरी है। स्पष्ट करें।
2. सम्मेलन की कवरेज में क्या बातें अहम होती हैं, लिखें।
3. धार्मिक विषयों पर लेख लिखना कितना अहम है, स्पष्ट करें।
4. जुलूस और धार्मिक यात्राओं की रिपोर्टिंग में क्या सावधानियां बरती जाएं, लिखें।
5. अखबारों में धर्म-अध्यात्म पर विशेष पेज देने की परंपरा पर प्रकाश डालिए।
6. अपने शहर के किसी नामी संत-महात्मा का साक्षात्कार करें।

## इकाई 17 स्वास्थ्य पत्रकारिता

इकाई की रूपरेखा

- 17.1 प्रस्तावना
- 17.2 उद्देश्य
- 17.3 स्वास्थ्य पत्रकारिता के उद्देश्य
- 17.4 भारत में स्वास्थ्य पत्रकारिता
- 17.5 डेस्क की भूमिका
- 17.6 संवाददाता का काम
- 17.7 विशेष स्वास्थ्य परिशिष्ट
- 17.8 ऑनलाइन संसाधन
- 17.9 स्वास्थ्य पर केंद्रित पत्र-पत्रिकाएं
- 17.10 सारांश
- 17.11 शब्दावली
- 17.12 संदर्भ ग्रंथ/पुस्तकें
- 17.13 लघु उत्तरीय प्रश्न
- 17.14 निबंधात्मक प्रश्न

### 17.1 प्रस्तावना

जिस तरह से किसी भी देश में लोकतंत्र के स्वस्थ रहने और सरकार और प्रशासन के सुचारू रूप से काम करने के लिए स्वतंत्र और निष्पक्ष राजनीतिक और सामाजिक पत्रकारिता की आवश्यकता होती है, उसी तरह से किसी भी देश और पूरी दुनिया में सेहत से संबंधित मसलों को सरकारों, नीति-निर्माताओं के सामने प्रस्तुत करने और जनता को इनके बारे में जागरूक करने में स्वास्थ्य पत्रकारिता की बड़ी भूमिका होती है।

एक अच्छा स्वास्थ्य पत्रकार स्वास्थ्य और चिकित्सा क्षेत्र में व्याप्त गड़बड़ियों को उजागर कर सकता है, जनता को जागरूक बना सकता है जिससे कि लोग खुद को रोगों से बचाने के लिए चौकस रहें और तरह-तरह के ख़ाद्य पदार्थ बनाने वाली कंपनियों और दवा कंपनियों के भ्रामक दावों पर विश्वास न करें। एक अच्छे स्वास्थ्य पत्रकार का यह भी दायित्व है कि वह स्वास्थ्य और चिकित्सा संबंधी नीतियों का सही विश्लेषण कर उनकी खामियों का लेखाजोखा प्रस्तुत

करे जिससे कि नागरिक समाज नीति निर्माताओं पर दबाव बनाकर सही स्वास्थ्य और चिकित्सा नीतियां बनाने के लिए अपनी ओर से पहले कर सके।

स्वास्थ्य पत्रकारिता का क्षेत्र इतना व्यापक है कि यदि स्वास्थ्य पत्रकार अपने कार्य को अच्छी तरह से अंजाम दें तो वे किसी भी क्षेत्र, देश और दुनिया के स्वास्थ्य परिदृश्य पर अहम प्रभाव डाल सकते हैं। स्वास्थ्य पत्रकारिता का दायरा सिर्फ अस्पतालों, डॉक्टरों और दवा कंपनियों तक ही सीमित नहीं है। खानपान की शैली, गुणवत्ता और हमारे स्वास्थ्य पर उनके प्रभाव, खानपान के क्षेत्र में सक्रिय कारोबारियों के गलत दावों की पोल खोलने, स्वच्छ जल की उपलब्धता न होने के कारण महामारियों के फैलने की आशंका से लेकर मच्छरों की रोकथाम के जरिये डेंगू और मलेरिया जैसी बीमारियों से बचाव भी इसके दायरे में आते हैं। चूंकि हर व्यक्ति चाहे वह गरीब हो या अमीर, अच्छी सेहत चाहता है, इसलिए सेहत का कारोबार भी उतना ही बड़ा है और इसमें हजारों कारोबारी लगे हैं जिनका सालाना कारोबार हजारों अरबों रूपये का है। स्वास्थ्य पत्रकार के लिए जहां एक तरफ ज़रूरत इस बात की होती है कि वह डॉक्टरों, दवा उद्योग और चिकित्सा परीक्षण उद्योग और चिकित्सा नियमन अधिकारियों की अपने-अपने लाभ के लिए साठगांठ को रोकने के लिए पाठकों के सामने तथ्य प्रस्तुत करे, वहीं उसकी यह भी जिम्मेदारी हो जाती है कि वह हजारों अरबों के खानपान और जीवनशैली कारोबार में लागों के सेहत से जुड़े मुद्दों को समय-समय पर उजागर करे। अपनी भूमिका का निर्वाह करते वक्त एक स्वास्थ्य पत्रकार को किसी खास अस्पताल, डॉक्टर, दवा, खाद्य पदार्थ आदि की सिफारिश करने से बचना चाहिए और उसे ज़्यादा से ज़्यादा वस्तुनिष्ठ भूमिका अदा करते हुए लोगों के सामने संपूर्ण तथ्य और विभिन्न विशेषज्ञों की राय प्रस्तुत करनी चाहिए। राय के लिए विशेषज्ञों का चुनाव करते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि वे विभिन्न धाराओं का प्रतिनिधित्व करते हों लेकिन उनमें से कुछ ज़रूर ऐसे हों जो किसी भी तरह के कारोबारी हित के बजाय सीधे जनता के हितों की परवाह करते हों। ऐसे लोग किसी गैरसरकारी संगठन के हो सकते हैं या फिर प्रोफेशनल स्तर पर सक्रिय लोग। एक अच्छे स्वास्थ्य पत्रकार को स्वास्थ्य क्षेत्र में कार्यरत विभिन्न लोगों से नियमित तौर पर संपर्क में रहना चाहिए। इनमें स्वास्थ्य और चिकित्सा क्षेत्र में नीति निर्धारित करने वाले अधिकारी, एलोपैथिक, आयुर्वेदिक और होमयोपैथिक डॉक्टर, अस्पतालों के संचालनकर्ता, सामुदायिक लीडर और क्षेत्र के नागरिक संगठनों के प्रमुख शामिल हैं।

## 17.2 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के पश्चात आप –

1. स्वास्थ्य पत्रकारिता के उद्देश्य को जान सकेंगे।
2. भारत में स्वास्थ्य पत्रकारिता की स्थिति को समझ सकेंगे।

3. स्वास्थ्य के बारे में जागरूक हो सकेंगे।
4. प्रमुख स्वास्थ्य पत्रिकाओं के बारे में जान सकेंगे।

### 17.3 स्वास्थ्य पत्रकारिता के उद्देश्य

स्वास्थ्य पत्रकारिता से जुड़े किसी भी पत्रकार के लिए ज़रूरी है कि वह स्पष्ट रूप से जाने कि वह जो कुछ लिख रहा है उसका क्या प्रयोजन है। स्वास्थ्य पत्रकारिता मूलतः इन लक्ष्यों को सामने रखकर की जाती है:

- **जनता को स्वास्थ्य संबंधी मसलों के बारे में जागरूक बनाना:**

इसमें वे तमाम बातें शामिल हैं जिन्हें मीडिया प्रचारित-प्रसारित कर लोगों तक स्वास्थ्य शिक्षा पहुंचा सकता है और उन्हें विभिन्न रोगों से बचने और उनके प्रभावी इलाज के लिए बरते जाने वाली सावधानियों के बारे में जानकारी प्रदान कर सकता है। लेकिन किसी भी पत्रकार के लिए यहां सबसे बड़ी ध्यान रखने की बात यह है कि जनता तक स्वास्थ्य संबंधी सूचना पहुंचाई जाए वह प्रामाणिक स्रोतों से हो। झोलाछाप डॉक्टरों, तथाकथित अधकचरे स्वास्थ्य विशेषज्ञों, धार्मिक बाबाओं आदि के द्वारा दी जाने वाली सलाहों को प्रचार देने से उन्हें बचना चाहिए। स्वास्थ्य संबंधी मसलों पर कलम चलाने वाले पत्रकार को इस बात का अहसास होना चाहिए कि वह जो कुछ भी लिखेगा उससे लाखों लोगों की सेहत प्रभावित हो सकती है, इसलिए किसी भी तरह के अंधविश्वास को बढ़ावा न दिया जाए। स्वास्थ्य संबंधी सूचनाओं और प्रतिक्रियाओं के लिए प्रामाणिक स्रोतों का इस्तेमाल किया जाना चाहिए जिनमें स्वास्थ्य एवं चिकित्सा से जुड़े वरिष्ठ सरकारी अधिकारी, विभिन्न विधाओं के अनुभवी प्रशिक्षित डॉक्टर, आहार विशेषज्ञ, औषध निर्माता कंपनियों के वरिष्ठ अधिकारी, सामुदायिक स्वास्थ्य के लिए काम करने वाले गैरसरकारी संगठनों के प्रतिनिधि, चिकित्सा शोध संस्थानों के शोधकर्मी आदि शामिल हैं।

- **स्वास्थ्य एवं चिकित्सा से जुड़े ढांचे में खामियों को उजागर करना:**

स्वास्थ्य पत्रकारों के लिए ज़रूरी है कि वे अपने कार्यक्षेत्र के अनुरूप अपने क्षेत्र या पूरे देश में स्वास्थ्य और चिकित्सा संबंधी ढांचे पर पैनी निगाह रखें। इस बात पर गौर करें कि क्या यह ढांचा वहां के नागरिकों की चिकित्सा संबंधी आवश्यकताओं की पूर्ति करने में सक्षम है। ऐसा आकलन करते समय भविष्य की ज़रूरतों पर भी गौर करना चाहिए कि क्या चिकित्सा सुविधा विस्तार योजनाएं भविष्य में आने वाली चुनौतियों से निपट पाएंगीं। इसके मद्देनज़र इलाके में मौजूद प्राथमिक स्वास्थ्य केंद्रों, अस्पतालों और विशेष चिकित्सा संस्थानों द्वारा प्रदान की जा रही सुविधाओं का आकलन करते हुए खामियों को उजागर करना चाहिए। कुछ इस तरह के सवाल पत्रकार के मन में उठने चाहिए: क्या इलाके में रोगियों की संख्या के मद्देनज़र यह

व्यवस्था पर्याप्त है? क्या मौजूदा सुविधाओं का सही तरीके से लाभ मिल रहा है? क्या गुणवत्ता का ध्यान रखा जा रहा है? कहीं ऐसा तो नहीं कि लापरवाही के चलते चिकित्सा संस्थान ही लोगों की सेहत से खिलवाड़ कर रहे हों? इनमें संक्रमण के मसले से लेकर सही औषधि और मरीजों की सही तरीके से देखभाल का मसला शामिल है। क्या अस्पताल में गंभीर मरीजों की जान बचाने के लिए ज़रूरी इंतजाम हैं? और क्या मरीजों के इलाज के लिए पर्याप्त डॉक्टर और कर्मचारी हैं? इन मसलों पर गौर कर और खामियों को सार्वजनिक करने से एक दबाव बनता है और खामियों को दूर करने में मदद मिलती है।

- स्वास्थ्य पत्रकार अपने कार्यक्षेत्र के अंतर्गत आने वाली चिकित्सा सुविधाओं और वहां स्वास्थ्य और चिकित्सा के मद में हो रहे खर्च के बारे में सूचना के अधिकार के तहत भी जानकारी मांग सकता है या फिर इलाके में अन्य लोगों द्वारा इस प्रकार हासिल की गई अहम जानकारियों को पाठकों के सामने प्रस्तुत कर सकता है। इस तरह की जानकारी से कई बार महत्वपूर्ण तथ्य सामने आ सकते हैं।
- स्वास्थ्य पत्रकार के लिए आवश्यक है कि वह चिकित्सा से जुड़े हर पहलू से खुद को रूबरू करे और चिकित्सा संस्थानों में अपने संपर्क बनाए जिससे कि उसे तुरंत ही किसी भी तरह के घटनाक्रम की जानकारी मिल सके। क्षेत्र में किसी बीमारी के अचानक दस्तक देने या फिर अस्पताल में किसी संक्रमण के चलते अचानक मरीजों की संख्या में भी वृद्धि के मामलों में इस तरह के संपर्क ही सबसे पहले जानकारी मुहैया कराते हैं।

#### 17.4 भारत में स्वास्थ्य पत्रकारिता

भारत में स्वास्थ्य पत्रकारिता आजादी से पहले और आजादी के बाद भी लंबे समय तक उपेक्षित रही और अखबारों में राजनीतिक मसले ही छाए रहे। इसी के चलते स्वास्थ्य पत्रकारिता एक खास विधा के रूप में उभरने के बजाय हाशिए पर ही रही। अखबारों में शुरुआत हुई स्वास्थ्य संबंधी गोष्ठियों और कार्यशालाओं की रिपोर्टिंग के साथ। प्रारंभ में इनकी खबरें सिर्फ ये बताती थीं कि स्वास्थ्य या चिकित्सा के किसी पहलू पर गोष्ठी हुई है लेकिन उसमें किस तरह की क्या चर्चा हुई, इसे खबर में शामिल नहीं किया जाता था। गोष्ठी के विषय को दुरूह मानते हुए उसे अखबारी चर्चा से दूर रखा जाता था।

बाद में अखबारों में, खासकर अंग्रेजी के अखबारों में विज्ञान पत्रकारिता और उसी के साथ स्वास्थ्य पत्रकारिता ने भी अपनी जगह बनानी शुरू की। विज्ञान और चिकित्सा में दिलचस्पी रखने वाले पत्रकार इन विषयों पर खबरें और लेख लिखने लगे। संपादक भी इन विषयों में विशेषज्ञता का प्रयास करने वालों को प्रोत्साहित करने लगे। पहले अंग्रेजी अखबारों और बाद में

हिंदी अखबारों में स्वास्थ्य संबंधी खबरें लगातार आने लगीं और समय-समय पर स्वास्थ्य संबंधी लेख भी प्रकाशित होने लगे। स्वास्थ्य और चिकित्सा विशेषज्ञों के इंटरव्यू प्रकाशित करने की परंपरा ने इस धारा को और मजबूत किया और पाठकों को प्रामाणिक स्वास्थ्य संबंधी जानकारी प्रदान करने की सकारात्मक पहल हुई। कई अखबारों और पत्रिकाओं ने स्वास्थ्य संबंधी कॉलम शुरू किए जिनकी बेहद लोकप्रियता ने इस बात को स्थापित किया कि पाठकों में सेहत संबंधी सामग्री की भारी मांग है।

लेकिन इस मांग को पूरी करने के क्रम में कुछ अखबारों और पत्रिकाओं ने अधिकचरे विशेषज्ञों के लेखों को प्रकाशित करना शुरू किया जो अनुचित था। देसी नुस्खों के नाम पर कुछ भी प्रकाशित करने की इस परंपरा ने वही काम किया जो अंधविश्वास बढ़ाने वाले तथाकथित बाबाओं के नुस्खे करते हैं। लेकिन समय के साथ ही संपादकों ने स्वास्थ्य पत्रकारिता को गुणवत्तापूर्ण बनाने की पहल की और हिंदी के अखबारों और पत्रिकाओं ने भी सेहत से जुड़े मसलों पर अच्छी सामग्री देना शुरू की। हिंदी के अखबारों की खासियत यह भी रही कि उनमें दूरदराज की आम जनता से जुड़े सेहत संबंधी मसले भी शामिल किए जो अंग्रेजी के अखबारों और पत्रिकाओं से नदारद थे। नब्बे दशक के बाद स्वास्थ्य पत्रकारिता ने हिंदी क्षेत्र में गति पकड़ी है। मीडिया में यह राय बनी है कि राजनीतिक लेखों के बजाय पाठक की दिलचस्पी अपने से सीधे जुड़े मसलों में बढ़ रही है। इनमें सेहत और शिक्षा संबंधी मसले प्रमुख हैं। हिंदी पत्रिकाएं अब अपने हर अंक में अमूमन किसी न किसी स्वास्थ्य संबंधी मसले पर सामग्री प्रस्तुत करती हैं और विशेषज्ञों के इंटरव्यू इन लेखों का अहम हिस्सा होते हैं।

इंटरनेट ने भी स्वास्थ्य पत्रकारिता को नया आयाम देना शुरू किया है। अब लोग ब्लॉग के जरिये अपनी बात कह रहे हैं, कई स्वतंत्र चिकित्सा विशेषज्ञ सेहत से जुड़े मसलों को इंटरनेट के जरिये सार्वजनिक कर रहे हैं।

### 17.5 डेस्क की भूमिका

स्वास्थ्य पत्रकारिता में अखबारों के अंदर डेस्क की भूमिका बेहद महत्वपूर्ण है। डेस्क पर कार्यरत जो भी पत्रकार स्वास्थ्य संबंधी खबरों का संपादन करे, उसे स्वास्थ्य से जुड़ी मूल बातों की जानकारी होनी चाहिए। डेस्ककर्मी खबर में दिए गए तथ्यों पर नज़र दौड़ाकर इस बात की पुष्टि कर सकता है कि कोई गलत जानकारी तो नहीं जा रही है। वह खबर के कुछ महत्वपूर्ण बिंदुओं को सरल भाषा में समझाकर खबर को और मूल्यवान बना सकता है या फिर खबर को उसकी पृष्ठाभूमि से संबद्ध कर उसे नया आयाम प्रदान कर सकता है। एक अच्छा डेस्ककर्मी खबर की खामी को दूर कर सकता है और यदि उसे लगे कि खबर में कोई अहम चीज़ छूट गई है तो वह संवाददाता से मिलकर उसमें सुधार कर सकता है। एक अच्छे अखबार में एक या दो

डेस्ककर्मियों को स्वास्थ्य संबंधी खबरों के क्षेत्र में विशेषज्ञता हासिल करने के लिए प्रोत्साहित किया जाना चाहिए। इससे स्वास्थ्य और चिकित्सा संबंधी खबरों की गुणवत्ता बेहतर बनती है।

डेस्ककर्मियों में इस बात की क्षमता होनी चाहिए कि वह यह पहचान कर सके कि स्वास्थ्य से जुड़े मसलों पर एजेंसी से आने वाली खबरों में कौनसी खबरें ज्यादा महत्वपूर्ण हैं और उन्हें उसी क्रम में महत्व देते हुए संपादित करवाना चाहिए। यदि कोई खबर इतने ज्यादा महत्व की है कि उसे पहले पन्ने पर स्थान दिया जाना चाहिए या फिर उसे पूर्ण पैकेज के साथ पृष्ठभूमि से संबंधित सामग्री देते हुए उससे जुड़ी सहायक खबरों के बॉक्स के साथ प्रभावशाली तरीके से प्रस्तुत करना चाहिए। उस खबर के बारे में संपादक और समाचार संपादक को अलर्ट कर देना चाहिए जिससे कि खबर को अच्छी तरह से डिस्प्ले किया जा सके और उससे संबंधित फोटोग्राफ तलाश किए जा सकें और लाइब्रेरी से या इंटरनेट सर्च के जरिये उस खबर में दिए गए पहलुओं से संबंधित आंकड़े तलाश कर ग्राफिक बनवाया जा सके। खबर की पहचान कर उसके तुरंत बाद सक्रिय होने से ही इस तरह की प्लानिंग संभव है। संपादकीय स्तर पर इस बारे में कोई फैसला लेने के तुरंत बाद इस मसले पर लेआउट आर्टिस्ट को भी विशेष लेआउट तैयार करने के लिए कहा जा सकता है।

अखबार में अक्सर ही स्पेस की कमी होती है और कई बार स्वास्थ्य संबंधी खबरों के लिए उतनी जगह नहीं मिल पाती जितना कि हम चाहें। ऐसे में खबरों का कुशल संपादन बहुत ही आवश्यक हो जाता है। खबरों को इस तरह से संक्षिप्त और संपादित किया जाना चाहिए कि उनमें मूल और महत्वपूर्ण बातें बनी रहें। एक अच्छे डेस्ककर्मियों में इस बात की भी योग्यता होनी चाहिए कि वह किसी विषय पर विभिन्न स्थानों से आने वाली खबरों को एकसाथ मिलाकर उसे राष्ट्रीय स्तर की संपूर्ण खबर का स्वरूप दे सके। उदाहरण के लिए यदि नकली दवाइयों के बारे में देश के विभिन्न केंद्रों से रिपोर्ट मंगाई गई हैं तो उन्हें एक साथ क्लब कर राष्ट्रीय स्तर की खबर बनानी चाहिए जिससे कि विभिन्न केंद्रों से प्राप्त जानकारियों को एक ही खबर में प्रस्तुत किया जा सके।

एक अच्छे डेस्ककर्मियों का यह दायित्व है कि वह स्वास्थ्य से संबंधित किसी खबर में भ्रामक तथ्य न जाने दें। उसमें दिए गए तथ्यों और आंकड़ों की भलीभांति पड़ताल करे जिससे कि पाठक तक किसी भी तरीके से भ्रामक जानकारी न पहुंचे। किसी भी खबर की तरह स्वास्थ्य संबंधी खबरों की प्रामाणिकता की मूल जिम्मेदारी संवाददाताओं की होती है लेकिन यह डेस्क पर कार्यरत कॉपी संपादकों की भी जिम्मेदारी है कि वे जल्दबाजी में लिखे गए गलत तथ्यों को सुधारें। एक कॉपी संपादक यह कहकर अपनी जिम्मेदारी से नहीं बच सकता कि संवाददाता ने गलत तथ्य लिखा था, इसलिए वह कुछ नहीं कर सकता।

### 17.6 संवाददाता का काम

स्वास्थ्य संबंधी खबरें देने वाले संवाददाता की भूमिका बड़ी ही महत्वपूर्ण होती है। किसी भी अखबार या पत्रिका में उसी की कार्यशैली तय करती है कि वह अखबार स्वास्थ्य पत्रकारिता के लिहाज से किस गुणवत्ता का है।

एक अच्छे स्वास्थ्य संवाददाता को चाहिए कि वह सबसे पहले अपनी बीट यानी कार्यक्षेत्र से से संबंधित सरकारी विभागों, गैरसरकारी संगठनों, शोध संस्थानों, विभिन्न अस्पतालों और विशेषज्ञों और चिकित्सा और स्वास्थ्य से जुड़े विभिन्न लोगों के बारे में जाने और इनमें से बहुत से लोगों के साथ अपना संपर्क बनाए। यही जानकारी संवाददाता को अपना काम भलीभांति अंजाम देने में मदद करती है और वह बड़ी तेजी के साथ किसी भी खबर की तह तक पहुंच सकता है। संवाददाता के लिए ज़रूरी है कि वह जाने कि स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय किस तरह से काम करता है। स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय के चारों विभाग अपने-अपने सचिवों के तहत किस तरह से काम करते हैं और उनकी जिम्मेदारियां क्या हैं। संवाददाता को स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण विभाग, आयुष विभाग, स्वास्थ्य शोध विभाग और एड्स नियंत्रण विभाग के कामकाज की जानकारी लेने के साथ ही और उनमें कार्यरत अधिकारियों से संपर्क भी साधना चाहिए जिससे कि इन विभागों के फैसले और उनमें चल रही गतिविधियों की उन्हें समय रहते ही जानकारी मिल सके। संवाददाता को स्वास्थ्य सेवाओं के महानिदेशक कार्यालय से भी संपर्क रखना चाहिए क्योंकि उसके दफ्तर पूरे देश में हैं और वह ही चिकित्सा और जन स्वास्थ्य के मसलों पर तकनीकी परामर्श देता है और विभिन्न सरकारी स्वास्थ्य सेवाओं पर अमल में उसकी भूमिका होती है।

संवाददाता को यह भी याद रखना चाहिए कि भारत में स्वास्थ्य का मसला राज्यों के अधीन है हालांकि मुख्य नीति, ढांचा और सहयोग केंद्र द्वारा प्रदान किया जाता है। हर राज्य अपने क्षेत्र में लोगों के स्वास्थ्य की देखभाल और विभिन्न स्वास्थ्य योजनाओं पर अमल के लिए उत्तरदायी होता है। केंद्र द्वारा तय स्वास्थ्य लक्ष्यों को हासिल करने के क्रम में राज्य अपने खुद का मॉडल तैयार करते हैं। संवाददाताओं को अपने इलाके के कुछ प्रमुख अस्पतालों के संचालकों और वहां के विशेषज्ञ डॉक्टरों से भी संपर्क में रहना चाहिए जिससे कि किसी भी नई गतिविधि की जानकारी मिलने के साथ ही संवाददाता किसी भी मसले पर उनकी राय को तुरंत जान सके।

चिकित्सा परामर्श से जुड़े किसी भी मसले पर सामग्री देते वक्त संवाददाताओं को चाहिए कि वे तथ्यों की अच्छी तरह से पड़ताल कर लें। यदि किसी जानकारी को लेकर भ्रम है तो उस बारे में विशेषज्ञ से ज़रूर संपर्क करना चाहिए क्योंकि गलत जानकारी के चलते लाखों पाठकों तक भ्रामक जानकारी पहुंच सकती है। गोष्ठी और कार्यशालाओं की रिपोर्टिंग करते वक्त संवाददाता को ध्यान में रखना चाहिए कि वह गोष्ठी में उद्घाटन भाषण को अपनी रिपोर्ट का विषय बनाने के साथ ही उस विषय को भी प्रमुखता के साथ उठाए जिस पर गोष्ठी की जा रही है। ऐसे विषयों में

गोष्ठी में शामिल विशेषज्ञों बातचीत के आधार पर गोष्ठी के महत्वपूर्ण पहलुओं और उनका आम पाठकों के लिए क्या महत्व है, इस पर चर्चा की जा सकती है।

किसी भी क्षेत्र में लगातार आने वाली तब्दीलियां खबर बनती हैं। संवाददाता को चिकित्सा और स्वास्थ्य के क्षेत्र में आ रहे निरंतर परिवर्तनों पर अपनी नज़र रखनी चाहिए। इस क्षेत्र में बाज़ार में आने वाली नई दवाएं और उनके परीक्षण, प्रतिकूल परीक्षणों के चलते प्रतिबंधित की जाने वाली दवाओं के विवरण, विभिन्न दवाओं के बारे में विश्व के अन्य देशों की दवा नियमन एजेंसियों का रूख और भारत में मौजूदा स्थिति की जानकारी रखनी चाहिए और पाठकों को इन दवाओं से जुड़े लाभ और खतरों से सावधान करने में सक्रियता दिखानी चाहिए।

लीक से हटकर सोचें: एक अमेरिकी अखबार ने शहर में तेज़ी से बन रहे बहुत से अस्पतालों पर एक नए नज़रिये से खबर प्रकाशित की। जहां दूसरे अखबार इस कदम की यह कहकर प्रशंसा कर रहे थे कि इससे मरीजों को उनके घर के पास ही ज़्यादा चिकित्सा सुविधाएं हासिल होंगीं, वहीं इस अखबार ने पूरे मसले का विश्लेषण इस नज़रिये से किया कि क्या उस इलाके को इतने अस्पतालों की और उनमें उपलब्ध कराए जा रहे बेड की ज़रूरत है। इस अखबार के अनुसार इलाके को शुरुआती चिकित्सा सुविधाओं की ज़्यादा आवश्यकता थी न कि इन अस्पतालों द्वारा उपलब्ध कराई जा रहे विशेषज्ञ सेवाओं की। अखबार ने अपने विश्लेषण में साबित किया कि ये अस्पताल इलाके में उसी हालत में लाभ में चल सकते हैं जब ये अपने बेड को खाली न रखने के लिए गैर ज़रूरी ऑपरेशन करें और मरीजों को ज़रूरत न होते हुए भी भर्ती करें। इस तरह के चिकित्सा साधन बढ़ने से इलाके के आम लोगों को फायदा होने के बजाय नुकसान ही होने की आशंका ज़्यादा है। अखबार के विश्लेषण का लाभ हुआ कि अस्पतालों के अंधाधुंध विस्तार कार्यक्रमों पर अंकुश लगा और इस बात पर भी चर्चा की शुरुआत हुई कि कॉरपोरेट अस्पतालों को किस तरह से गैर ज़रूरी ऑपरेशन करने से रोका जाए और इसके लिए किस तरह की आचार संहिता तैयार की जाए।

## 17.7 विशेष स्वास्थ्य परिशिष्ट

पिछले एक दशक में अखबारों में स्वास्थ्य से जुड़े मसलों पर अलग से स्वास्थ्य परिशिष्ट देने की भी शुरुआत हुई है। अंग्रेजी अखबारों में चूंकि पृष्ठ ज़्यादा होते हैं, इसलिए वे इस मामले में हिंदी और अन्य भाषाओं के अखबारों से आगे हैं लेकिन हिंदी अखबार भी स्वास्थ्य से जुड़े मसलों पर खास पृष्ठ पर विशेष सामग्री प्रकाशित करते हैं।

जाहिर है कि विशेष रूप से प्रकाशित किए जाने वाले स्वास्थ्य पृष्ठों की सामग्री आम खबरों से हटकर होती है। हर परिशिष्ट चाहे वह दो या चार पृष्ठ का हो या फिर मात्र एक पृष्ठ का, उसमें एक मुख्य फीचर होता है जिसमें चिकित्सा, स्वास्थ्य, फिटनेस आदि से संबंधित किसी मसले को

संपूर्ण रूप में उठाया जाता है। उदाहरण के तौर पर समुदाय में लड़कियों द्वारा दुबली-पतली बने रहने के लिए खानपान पर नियंत्रण करने, इसके लिए दवाएं खाने आदि के बढ़ते ट्रेंड पर फीचर जो इस बात की पड़ताल करे कि यह ट्रेंड कितना उचित है और कितना अनुचित। कौन से कारण हैं जिनके चलते यह जोर पकड़ रहा है और कहीं ऐसा तो नहीं कि कुछ खास कंपनियां अपने पैकेज बेचने या अपनी दवाओं की बिक्री बढ़ाने के लिए गलत तरीकों से इस प्रवृत्ति को बढ़ावा दे रही हैं। स्वास्थ्य विशेषज्ञों, मनोवैज्ञानिकों, स्वयं लड़कियों, उनके माता-पिताओं, छरहरी काया के दावा करने वाले लोगों आदि से बातचीत कर और संपूर्ण प्रक्रिया की जानकारी लेकर इस ट्रेंड में छिपे खतरों को उजागर करना और किस तरीके से यह स्वास्थ्य के लिए हितकर नहीं हैं, उन पहलुओं को उजागर करना एक अच्छा स्वास्थ्य फीचर तैयार करेगा जो लोगों की आंखें खोलने का काम करेगा। इस तरह के फीचर के साथ उन लोगों के अनुभव भी साथ में देने चाहिए जो खुद इस तरह के प्रचार का शिकार होकर अपना स्वास्थ्य और धन चौपट कर चुके हों। लेकिन इस तरह के फीचर करते वक्त लेखक या रिपोर्टर को ध्यान रखना चाहिए कि वह खुद किसी पूर्वाग्रह से ग्रसित होकर अपना लेखन न करें। उसका लेख ज्यादा से ज्यादा लोगों से बातचीत और इंटरव्यू के आधार पर लिखा जाना चाहिए और फिर उन्हें सही स्वरूप में पाठकों के समक्ष रखा जाना चाहिए।

स्वास्थ्य पत्रकारिता चूंकि सनसनीखेज पत्रकारिता से हटकर है, इसलिए जरूरी है कि पत्रकार इस तरह के लेख लिखते वक्त उसे रोचक अंदाज में प्रस्तुत करे लेकिन इस क्रम में तथ्यों से छेड़छाड़ नहीं होनी चाहिए। इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि स्वास्थ्य पत्रकारिता करते वक्त अपनी बात को मनोरंजन पत्रकारिता की तरह मिर्च-मसाला लगाकर पेश न किया जाए।

परिशिष्ट की योजना बनाते समय उसमें मुख्य लेख का साथ देने वाले अन्य छोटे लेख, फोटो, ग्राफिक्स आदि का भी समावेश करना चाहिए। उदाहरण के तौर पर यदि भारत में हृदय रोगों की ताजा स्थिति पर मुख्य लेख है तो साथ में छोटे लेखों के रूप में उन लोगों के अनुभव हो सकते हैं जिन्होंने हृदय रोग होने के बावजूद अपनी जीवनशैली के बूते उसमें सुधार किया। उन लोगों के अनुभव भी हो सकते हैं जिन्होंने लापरवाही बरती और उन्हें इसका खामियाजा रोग के और बढ़ने से चुकाना पड़ा। किसी हृदय रोग विशेष का इंटरव्यू साथ में हो सकता है, जिसमें कई तरह के परामर्श दिए जा सकते हैं और पाठकों की भ्रांतियों का समाधान किया जा सकता है।

किसी एक स्तंभ के तहत विशेषज्ञ ऐसे सवालियों के जवाब दे सकते हैं जो पाठकों से उस विषय के तहत पहले से ही आमंत्रित कर लिए गए हों। कुछ ऐसे ग्राफिक्स दिए जा सकते हैं जो बताए कि स्थिति कैसे बिगड़ रही है या बेहतर हो रही है। या फिर किस तरह से कौन-सा खानपान रोगों को बढ़ा रहा है या किस तरह के खानपान से हृदय रोग पर अंकुश पाया जा सकता है। दिल का दौरा पड़ने पर तुरंत क्या करना चाहिए और क्या नहीं करना चाहिए इस तरह की सामग्री विशेषज्ञ से बातचीत के आधार पर दी जा सकती है। यहां हृदय रोग का उदाहरण दिया गया है लेकिन किसी

भी मसले पर योजना बनाते समय इस तरह के छोटे लेखों के बारे में प्लानिंग की जा सकती है। तभी लोगों को कारगर जानकारियां दी जा सकती हैं।

## 17.8 ऑनलाइन संसाधन

स्वास्थ्य पत्रकारिता के लिहाज से मौजूदा दौर में एक और बड़ा खजाना है ऑनलाइन संसाधन का। याद रहे कि इस संसाधन का इस्तेमाल नकल करने के बजाय आइडिया विकसित करने, तथ्यों की पुष्टि करने, विभिन्न तरह के आंकड़े हासिल करने, चिकित्सा सुविधाओं का तुलनात्मक अध्ययन करने, विकसित देशों की श्रेष्ठ परिपाटियों को भारत में भी प्रचारित करने के प्रयास और विभिन्न स्वास्थ्य मसलों पर लोगों की राय जानने के लिए किया जा सकता है।

इंटरनेट पर बिखरे चिकित्सा और स्वास्थ्य संबंधी ज्ञान को बिना पुष्टि किए कभी भी प्रकाशित नहीं किया जाना चाहिए। यह जरूरी है कि आप तथ्यों की जानकारी किसी आधिकारिक वेबसाइट से ही लें। किसी भी तरह का संशय होने पर उस संगठन से ई-मेल, फोन आदि के जरिये इसकी पुष्टि करें।

स्वास्थ्य पत्रकारिता में संलग्न पत्रकारों, डेस्क और संवाददाताओं, दोनों को ही अपने देश, राज्य और इलाके में सक्रिय चिकित्सा और सेहत से जुड़े संगठनों की वेबसाइट के बारे में जानकारी होनी चाहिए। इससे उन्हें इन संगठनों से जुड़े किसी भी तथ्य की पुष्टि करने में मदद मिलती है। हालांकि नवीनतम तथ्यों के लिए संगठन से सीधे संपर्क हमेशा बेहतर रहता है क्योंकि कई बार वेबसाइट पर जानकारी पुरानी होने का अंदेशा रहता है। लेकिन इन वेबसाइटों पर इन संगठनों द्वारा पूर्व में किए गए कार्य, योजनाओं का लेखाजोखा, विभिन्न चिकित्सा सुविधाओं और बीमारियों से संबंधित आंकड़े दिए होते हैं जो किसी भी स्वास्थ्य पत्रकार के लिए मददगार हैं।

कुछ प्रमुख वेबसाइटें

<http://mohfw/niclin/>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Healthcare\\_in\\_India](http://en.wikipedia.org/wiki/Healthcare_in_India)

<http://india.gov.in/citizen/health/health.php>

<http://www.vhail.org/>

<http://www.lphf.org/>

<http://www.lunicef.org/india/health.html>

<http://www.who.int/countries/ind/en/>

<http://www.mrcindia.org/>

<http://www.laiims.edu/>

<http://www.licmr/niclin/>

<http://www/cdriindialorg/homelasp>  
<http://www/nacoonlineorg/NACO>  
<http://www/idma-assnorg/>  
<http://www/lindiaoppilcom/>  
<http://www/tbalertindialorg/>  
<http://www/lunaidslorg/en/>  
<http://www/lnpspindialorg/>  
<http://www/lebaillorg/html/indexlhtm>  
<http://www/sankaranethralayalorg/>  
<http://whoindialorg/en/indexlhtm>, <http://nleplniclin/>  
<http://www/lhhs.gov/>  
<http://www/lcdc.gov/>  
<http://www/lhrs.gov/indexlhtml>

### 17.9 स्वास्थ्य पर केंद्रित पत्र-पत्रिकाएं

दुनियाभर में स्वास्थ्य और चिकित्सा के मसलों को लेकर बहुत सी पत्रिकाएं प्रकाशित की जा रही हैं। मेन्स हेल्थ और वीमेन्स हेल्थ पत्रिकाएं लोकप्रिय स्वास्थ्य पत्रिकाओं में हैं।

मेन्स हेल्थ पत्रिका अमेरिका और भारत समेत दो दर्जन से ज्यादा देशों से प्रकाशित हो रही हैं। इसमें पुरुषों के जीवन और स्वास्थ्य से जुड़े मसलों के साथ ही फिटनेस, पोषाहार, सेक्सुएलिटी और जीवनशैली के पहलुओं की भी पड़ताल की जाती है। इन्हें पेन्सिलवैनिया, अमेरिका से रोडेल कंपनी प्रकाशित करती है। इसकी शुरुआत मार्क बिकलिन ने 1987 में की थी। कंपनी की नीति है कि पत्रिका में न तो तंबाकू के विज्ञापन दिए जाएं और न ही शराब के। भारत में इसका संस्करण इंडिया टुडे ग्रुप प्रकाशित कर रहा है। इस पत्रिका के इंटरनेट संस्करण के तीन करोड़ 80 लाख पृष्ठ हर माह देखे जाते हैं जो इस बात का सबूत है कि पत्रिका प्रिंट संस्करण ही नहीं, ऑनलाइन संस्करण भी बेहद लोकप्रिय है। यह पत्रिका दो दर्जन से ज्यादा देशों में प्रकाशित की जा रही है जो इसकी बढ़ती लोकप्रियता का सबूत है।

इसी तरह रोडेल कंपनी द्वारा ही वीमेन्स हेल्थ पत्रिका की शुरुआत 2005 में की गई। पुरुषों की स्वास्थ्य पत्रिका की तरह यह भी बेहद लोकप्रिय है। इसी की लोकप्रियता को भारत में भी आगे बढ़ाने के लिए इंडिया टुडे ग्रुप ने हाल ही में इसके भारतीय संस्करण का प्रकाशन शुरू किया है।

अमेरिका से ही एक और लोकप्रिय स्वास्थ्य पत्रिका हेल्थ का प्रकाशन होता है। यह पत्रिका जीवन को सेहतमंद रखने के बारे में बहुत सी अहम जानकारियां प्रदान करती है। अमेरिका से ही

प्रकाशित होने वाली एक और पत्रिका है प्रवेशना। इस पत्रिका में स्वस्थ जीवनशैली के अलावा भावनात्मक स्वास्थ्य, प्राकृतिक उपचार, आपसी संबंधों के तानेबाने, पोषक आहार, फिटनेस आदि सभी विषयों पर सामग्री दी जाती है। कनाडा से स्वास्थ्य के मोर्चे पर अलाइव नामक पत्रिका का प्रकाशन किया जाता है। हर माह प्रकाशित होने वाली इस पत्रिका में स्वस्थ जीवन शैली से संबंधित सभी तरह की सामग्री प्रदान की जाती है। कुछ पत्रिकाएं किसी खास रोग के विभिन्न पहलुओं पर विस्तार से जानकारी प्रदान करती हैं। इनमें डायबिटिक पत्रिका उन रोगियों के लिए लाभकारी सामग्री देती है जो डायबिटीज के शिकार हैं। ऐसे रोगियों को इस बीमारी के बारे में होने वाले नए शोध, सावधानियों आदि के बारे में तुरंत ही जानकारी मिल जाती है। आर्थिराइटिस नामक पत्रिका गठिया रोग से जुड़े विभिन्न पहलुओं को लोगों के सामने प्रस्तुत करती है। इसी तरह से वेत नामक पत्रिका में मोटापे के शिकार लोगों के लिए वजन कम करने के तरीके सुझाए गए होते हैं। क्योर नामक पत्रिका कैंसर रोगियों को अहम जानकारी प्रदान करती है।

ज्यादातर लोकप्रिय पत्रिकाओं की अपनी वेबसाइट भी है जिससे इंटरनेट के जरिये भी लोग इन पत्रिकाओं के सदस्य बन सकते हैं। हेल्थ डॉट कॉम सरल भाषा में लोगों को सेहत से जुड़ी बारिकियों के बारे में बताती है। हर मसल पर यह चिकित्सकीय जानकारी के साथ-साथ विशेषज्ञों के नजरिये, मरीजों के अनुभव, ताजा खबरें, कोई भी रोग कैसे और क्यों होता है, इसका अर्थ क्या है और इससे कैसे बचा जा सकता है, आदि जानकारियां देती है। इसमें प्रामाणिक सामग्री देने के लिए संपादक और संवाददाता प्रयासरत रहते हैं जिससे कि बीमारी के संकटपूर्ण और मुश्किल समय के दौरान मरीज और उसके परिवार के लोग सही फैसले ले पाएं। भारत में भी इंटरनेट पर स्वास्थ्य और चिकित्सा के पहलुओं पर सामग्री देने की परंपरा प्रारंभ हो चुकी है। तमाम अखबार और पत्रिकाएं अपनी सामग्री इंटरनेट पर डाल रहे हैं।

## 17.10 सारांश

स्वास्थ्य पत्रकारिता करने वाले पत्रकार को स्थानीय स्तर पर तो पूर्णतः सक्रिय रहना ही होता है, उसे राष्ट्रीय स्तर और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर स्वास्थ्य और चिकित्सा के क्षेत्र में घट रहे घटनाक्रम पर भी नज़र रखनी होती है। इस काम के लिए पत्रकारों को नए मीडिया का इस्तेमाल करने से नहीं चूकना चाहिए। बहुत बार सोशल मीडिया और ई-मेल संपर्क भी पत्रकार को बड़ी खबर की सूचना देने और उसे विकसित करने में सहायक साबित हो सकते हैं।

एक अच्छी हेल्थ रिपोर्ट तैयार करने के लिए किसी भी पत्रकार को पहले स्वास्थ्य से जुड़े उस मसले की मूल बातों को समझना चाहिए जिससे कि वह विशेषज्ञों, सरकारी अधिकारियों, मरीजों से इंटरव्यू करते वक्त सही सवाल पूछ सके। अक्सर एक बढ़िया और कामचलाऊ रिपोर्ट

में यही अंतर होता है कि संवाददाता ने रिपोर्ट के लिए जाने से पहले अपना होमवर्क किया या नहीं। होमवर्क न करने की स्थिति में अक्सर पत्रकार वे सवाल नहीं पूछ पाते जो पूछे जाने चाहिए और रिपोर्ट में गहराई नहीं आ पाती। पत्रकारों को इसके लिए व्यातपक रूप से तैयारी करनी चाहिए और पहले से पूरी तैयारी करनी चाहिए।

### 17.11 शब्दावली

स्वास्थ्य पत्रकारिता: इसका दायरा सिर्फ अस्पतालों, डॉक्टरों और दवा कंपनियों तक ही सीमित नहीं है। खानपान की शैली, गुणवत्ता और हमारे स्वास्थ्य पर उनके प्रभाव, खानपान के क्षेत्र में सक्रिय कारोबारियों के गलत दावों की पोल खोलने, स्वच्छ जल की उपलब्धता न होने के कारण महामारियों के फैलने की आशंका से लेकर मच्छरों की रोकथाम के जरिये डेंगू और मलेरिया जैसी बीमारियों से बचाव भी इसके दायरे में आते हैं।

स्वास्थ्य परिशिष्ट : विभिन्नक रोगों और बीमारियों की रोकथाम के लिए अखबारों में अलग से कुछ पृष्ठों में जानकारीयां दी जाती हैं।

### 17.12 संदर्भ ग्रंथ/पुस्तकें

1. पाण्डेय, डॉ। पृथ्वीनाथ, (2004), पत्रकारिता: परिवेश एवं प्रवृत्तियां, लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद
2. विभिन्न समाचार पत्रों की कतरनों।
3. [www.youthjournalism.org/](http://www.youthjournalism.org/)
4. [www.rakshakfoundation.org/](http://www.rakshakfoundation.org/)

### 17.13 लघु उत्तरीय प्रश्न

1. स्वास्थ्य पत्रकारिता के प्रमुख उद्देश्यों को रेखांकित करें।
2. भारत में स्वास्थ्य पत्रकारिता को लेकर टिप्पणी करें।
3. अखबार में स्वास्थ्य की खबरों को लेकर डेस्क कर्मी को क्या सावधानियां बरतनी चाहिए।
4. स्वास्थ्य प्रधान खबरों को लेकर संवाददाता को कितना सतर्क रहना चाहिए। स्पष्ट करें।
5. अखबारों के स्वास्थ्य परिशिष्ट को लेकर कौन-कौन से बिंदुओं का ध्यान रखना चाहिए।
6. अपने पड़ोस में स्थिति किसी डॉक्टर का साक्षात्कार करें।

---

### 17.14 निबंधात्मक प्रश्न

---

1. स्वास्थ्य पत्रकारिता के लिए वेबसाइटें एक मुफीद हथियार हैं। टिप्पणी करें और उदाहरण दें।
2. किसी एक स्वास्थ्य पत्रिका में छपने वाली स्वीस्यू ट सामग्री का विश्लेषण करें।
3. क्या स्वास्थ्य पत्रकारिता को सनसनीखेज बनाना उचित रहेगा। उदाहरण देकर स्पष्ट करें।
4. अपने आसपास फैलने वाली किसी एक संक्रामक बीमारी को दूर करने के लिए एक लेख में आलोचनात्मक टिप्पणी कीजिए।
5. स्वास्थ्य संबंधी एक टीवी विज्ञापन की लाभ-हानि को लेकर कमेंट करें।

## इकाई 18 ग्रामीण पत्रकारिता

इकाई की रूपरेखा

- 18.1 प्रस्तावना
- 18.2 उद्देश्य
- 18.3 ग्रामीण पत्रकारिता : एक परिचय
- 18.4 ग्रामीण पत्रकारिता का संक्षिप्त इतिहास
- 18.5 ग्रामीण विकास और पत्रकारिता
- 18.6 ग्रामीण पत्रकारिता का वर्तमान स्वरूप
- 18.7 सारांश
- 18.8 शब्दावली
- 18.9 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 18.10 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री
- 18.11 निबन्धात्मक प्रश्न

### 18. 1 प्रस्तावना

वर्तमान युग पत्रकारिता का युग है। यह विकास का एक महत्वपूर्ण हथियार है, जिसके माध्यम से हम विकास के सभी पहलुओं को छूने की कोशिश कर सकते हैं। हम यह जानते हैं कि भारत का अधिकतर हिस्सा ग्रामीण है, इसलिए देश की विकास नीतियों पर इसका प्रभाव अधिक है। यदि भारत के ग्रामीण क्षेत्र विकसित होंगे तो देश स्वतः ही विकास की राह में आगे बढ़ेगा।

ग्रामीण पत्रकारिता के माध्यम से हम ग्रामीण क्षेत्रों को आज की वैश्विक दुनिया से जोड़ सकते हैं। विश्व की आधुनिक विकास दौड़ में शामिल होने के लिए मीडिया की भूमिका महत्वपूर्ण हो सकती है। और यदि यह भूमिका ग्रामीण स्तर पर हो तो इसका प्रभाव कई गुना बढ़ जाता है। इस इकाई में ग्रामीण पत्रकारिता का संक्षिप्त इतिहास, परिचय एवं वर्तमान स्वरूप के बारे में शिक्षार्थियों को समझाने की कोशिश की जायेगी।

## 18. 2 उद्देश्य

ग्रामीण पत्रकारिता, पत्रकारिता की एक महत्वपूर्ण विधा है, जिसका प्रभाव ग्रामीण क्षेत्रों के विकास से सीधे रूप से जुड़ा है। इसलिए इस विधा की जानकारी पत्रकारिता के शिक्षार्थियों को देनी आवश्यक है। इकाई से आप –

1. ग्रामीण पत्रकारिता के स्वरूप के बारे में जान सकेंगे।
2. ग्रामीण पत्रकारिता का इतिहास क्या रहा है?
3. इस विधा का उद्देश्य क्या है?
4. ग्रामीण पत्रकार बनने के लिए आप क्या कर सकते हैं?

## 18. 3 ग्रामीण पत्रकारिता : एक परिचय

ग्रामीण-पत्रकारिता एक ऐसा विषय है, जिसकी परिभाषा अभी तक स्पष्ट नहीं हो पायी है। गांव से निकलने वाले पत्रों को ग्रामीण-पत्रकारिता के अंतर्गत रखा जाय या गांवों में पढ़े जाने वाले पत्रों को या फिर गांवों के बारे में छापे जाने वाले पत्रों को? हो सकता है कि गांव से निकलने वाले पत्र गांव के समाचार न छापकर अपराध व राजनीति की ही चर्चा करते हों या शहर से प्रकाशित होने वाले कुछ पत्र ऐसे हों कि जिनकी पाठक-संख्या गांवों में ही हो। तीसरी श्रेणी में वे पत्र आते हैं जो खेती, किसान, पशुपालन, पंचायती राज, सहकारिता आदि के बारे में लेख व समाचार प्रकाशित करते हैं, चाहे वे कहीं भी पढ़े जाते हों। पिछले कुछ दशकों में कुछ प्रमुख कृषि पत्रकारों ने इस परिभाषा को स्पष्ट किया था। पत्रकारिता के जानकारों का मानना है कि जिन समाचार-पत्रों में 40 प्रतिशत से अधिक सामग्री, गांवों के बारे में प्रकाशित हो, उसे ग्रामीण पत्रकारिता कहेंगे। ये समाचार कृषि, पशुपालन, बीज, खाद, कीटनाशक, पंचायती राज, सहकारिता और ग्राम्य जीवन आदि विषयों पर हों या गांव की अन्यक मूलभूत समस्याओं पर।

यह जरूर है कि कृषि पत्रकारिता का स्व रूप ग्रामीण पत्रकारिता से अलग है लेकिन यह भी सत्य है कि ग्रामीण पत्रकारिता का उद्भव कृषि पत्रकारिता से ही हुआ है। इसका कारण यही है कि पहले ग्रामीण परिवेश पूर्णतः कृषि पर ही आधारित होता था। ग्रामीण विकास कृषि पर निर्भर करता था और गांव के जीवन को आवाज देना ही ग्रामीण पत्रकारिता का उद्देश्य रहा है, इसलिए कृषि से सम्बन्धित समाचारों/सूचनाओं व जानकारियों को पत्रों के माध्यम से किसानों तक पहुंचाया जाना भी अब ग्रामीण पत्रकारिता के अंतर्गत आता है।

## 18. 4 ग्रामीण पत्रकारिता का संक्षिप्त इतिहास

ग्रामीण पत्रकारिता की शुरुआत कृषि विकास को लेकर हुई है, इसलिए ग्रामीण पत्रकारिता का इतिहास भी कृषि पत्रकारिता से जुड़ा है। विश्व में सर्वप्रथम वर्ष 1743 में फ्रांस ने 'पेरिस

किसानी गजट' नाम से फ्रांसीसी भाषा में ग्रामीण पत्र प्रकाशित किया। इसी प्रकार भारत में पहला कृषि पत्र 'कृषि सुधार' वर्ष 1914 में और 'कृषि' वर्ष 1918 में पहली बार आगरा से प्रकाशित हुये। पहले पत्र के संपादक बंशीधर तिवारी थे। वर्ष 1918 के बाद वर्ष 1934-35 में बंगाल में कृषि संबंधी पत्र-पत्रिकाएं बंगला भाषा में छपी और अंग्रेजी में वर्ष 1940 में 'फार्मर' तथा 'एग्रीकल्चरर गजट' नामक पत्र निकले। इसके बाद तो कृषि-शोध और वैज्ञानिक तथ्यों, किसान संबंधी कानूनों, पंचायती राज, सहकारिता आदि विषयों के प्रचार-प्रसार के लिए विभिन्न भाषाओं में और हिंदी में भी कृषि-पत्रों का प्रकाशन आरंभ हो गया। इनमें सरकारी और गैर-सरकारी दोनों ही प्रकार के पत्र थे। सरकारी पत्रों में 1946 में 'खेती' और 1950 में 'कुरुक्षेत्र' पत्रों का प्रकाशन हुआ।

उधर, गैर सरकारी क्षेत्र में 1946 में नागपुर से 'कृषक जगत' और 1948 में बंगाल में 'फार्म जर्नल' का कलकत्ता से प्रकाशन प्रारम्भ हुआ। नई दिल्ली से प्रकाशित 'आज की खेती', विस्तार निदेशालय, कृषि मंत्रालय, नई दिल्ली से प्रकाशित 'गोसंवर्द्धन' मासिक पत्रिका, बिहार राज्यन सहकारी संघ पटना द्वारा प्रकाशित 'गांव', इलाहाबाद से प्रकाशित मासिक 'ग्राम भूमि', जयपुर से प्रकाशित 'कृषि विकास', उत्तर प्रदेश सहकारी संघ द्वारा लखनऊ से प्रकाशित 'किसानोत्थांन' मासिक, भारतीय कृषि अनुसंधान परिषद नई दिल्ली से प्रकाशित 'खेती', कानपुर से प्रकाशित पाक्षिक 'कृषि प्रगति', दिल्ली से प्रकाशित 'प्रौढ़ शिक्षा', 'सेवाग्राम' आदि पत्रों ने ग्रामीणों के लिए उपयोगी सामग्री प्रदान की है।

1970 से दैनिक पत्रों में भी 'कृषि स्तेम्भा' चलाने की होड़-सी लग गयी। राज्यों में प्रकाशित होने वाले लगभग सभी बड़े दैनिकों ने कृषि पृष्ठ7 और 'स्तंगभ छापने शुरू कर दिये। 'आज', 'अमर उजाला', 'नवभारत', 'नई दुनिया', 'देशबंधु', 'नवज्योति', 'राजस्थान पत्रिका' और 'दैनिक आर्यावर्त' आदि पत्रों ने खेती के स्तंदभ साप्ताहिक रूप से छापे तो देश के शीर्ष दैनिक 'नवभारत टाइम्स,' और 'हिंदुस्तान' ने भी ग्राम जगत, कृषि-चर्चा और कृषि-उद्योग स्तंभों को चलाकर इस परंपरा को जीवित रखा। इनके प्रकाशन का उद्देश्यन किसानों को उचित सूचनाएं देना और ग्राम जीवन को उभारना है। मगर इनसे गांवों तक कृषि तकनीक का प्रचार भी निरंतर हुआ।

1973 में 'ग्रामीण समाचार पत्र संघ' की स्थापना हुई इसके सदस्य। केवल ग्रामीण समाचार पत्र के प्रकाशक ही बन सकते हैं। इसका उद्देश्य ग्रामीण पत्रों के स्तपर को ऊंचा करना, विज्ञापन के लिए सामूहिक प्रयत्नग करना तथा सभी कठिनाइयों पर एक साथ बैठकर विचार करना है। उक्त राखण्डी में यदि देखा जाय तो यहां भी 'उत्तराखण्ड ग्रामीण पत्रकार संघ' है जो पहाड़ी व ग्रामीण क्षेत्र से प्रकाशित पत्र/पत्रिकाओं से जुड़े पत्रकारों का संगठन है। आज तो अधिकतर पत्र/पत्रिकाएं ग्रामीण क्षेत्रों से प्रकाशित हो रही हैं। इसके साथ ही सभी समाचार पत्रों में स्था नीयकरण की जो परम्प रा चली है उसने ग्रामीण क्षेत्र की सभी पहलुओं को छूने की कोशिश की है। पत्रों के स्थासनीयकरण से आज ग्रामीण क्षेत्र की सभी समस्याएं इनमें प्रकाशित होती रहती

हैं जिससे सरकार और जनता के बीच एक संवाद बना रहता है, जिसके चलते इन समस्याओं का निराकरण भी होता रहता है।

## 18. 5 ग्रामीण विकास और पत्रकारिता

ग्रामीण विकास का प्रश्न हमारे देश के लिए अत्यन्त महत्वपूर्ण है। अभी भी तीन चैथाई के लगभग भारत को ग्रामीण भारत के रूप में निरूपित किया जाता है। ग्रामीण समाजिक-आर्थिक परिस्थितियां राष्ट्रीय सूचकांकों को भी प्रभावित करती हैं। कृषि की विकास दर और उत्पादकता से देश की जीडीपी प्रभावित होती है। ग्रामीण आबादी की गतिशीलता से शहरी भारत की जनसंख्या संरचना निर्धारित की जाती है। ग्रामीण विकास किसी भी सरकारी बजट या पंचवर्षीय योजना की सर्वोच्च प्राथमिकता के रूप में निरूपित किया जाता है।

ग्रामीण विकास का प्रश्न स्वतन्त्रता के पश्चात से ही हमारे नीति नियन्त्राओं के लिए महत्वपूर्ण रहा है। स्वतंत्रता से पूर्व महात्मा गांधी ने स्वराज्य की परिकल्पना को ग्राम स्वराज से जोड़कर देखा था। ग्रामीण स्वावलम्बन को देश के विकास के मूलमंत्र के रूप में देखा जाता है। ग्रामीण विकास के लक्ष्यों को हासिल करने में जनसहभागिता और जन जागरूकता की महत्वपूर्ण भूमिका है। इसमें जनमाध्यमों की भूमिका अत्यन्त उपयोगी है। ग्रामीण विकास तथा रूपान्तरण में जनमाध्यमों ने अपनी प्रभावी भूमिका सिद्ध की है। साइट का अनुभव, खेड़ा डेवलपमेन्ट प्रोग्राम, झाबुआ बस्तर प्रोजेक्टर सामुदायिक टीवी तथा रेडियो का विकास तथा जनसूचना में महत्वपूर्ण योगदान रहा है।

अभी भी हम ग्रामीण विकास के लक्ष्यों से दूर हैं। तमाम प्रयत्नों के बावजूद बहुत से गाँव बुनियादी सुविधाओं- सड़क परिवहन, स्वास्थ्य एवं चिकित्सा, कुटीर उद्योग व विपणन सुविधाएं बैंकिंग सेवा शिक्षा बिजली एवं परिष्कृत ऊर्जा, स्वच्छ पेयजल से वंचित हैं। ग्रामीण क्षेत्रों में रोजगार की सम्भावनाएं भी असंगठित तथा प्रारम्भिक अवस्था में हैं।

### 1. ग्रामीण विकास का अर्थ-

ग्रामीण विकास में ग्रामीण जनसंख्या एवं ग्रामीण क्षेत्र, कृषिक्षेत्र तथा कृषि आधारित उद्योग धंधों का विकास समाहित है। ग्रामीण विकास के विविध पक्षों को हम निम्न रूप से स्पष्ट कर सकते हैं।

- क. **सांस्कृतिक विकास:** इसमें साक्षरता में वृद्धि, जातीय व क्षेत्रीय मानसिकता का निर्मूलन, रूढ़ियों से मुक्ति, जनमाध्यमों का प्रचार-प्रसार, वैज्ञानिक चेतना का विकास, स्त्री व बाल विकास, महिला शिक्षा आदि समाहित किये जाते हैं।
- ख. **आर्थिक विकास:** ग्रामीण आर्थिक विकास में कृषि को ज्यादा लाभदायक बनाना, उर्वरता प्रबंधन, ग्रामीण उद्योग धंधों का विकास, ग्रामीण रोजगार सृजन आर्थिक

स्वावलम्बन, कृषि आधारित उद्यमों व व्यवसायों का विकास आदि शामिल किये जाते हैं।

- ग. **राजनीतिक विकास:** इसमें मुख्यरूप से पंचायतीराज व्यवस्था का सशक्तीकरण तथा उसमें सभी वर्गों की भागीदारी समाहित की जाती है।
- घ. **बुनियादी सुविधाओं का विकास:** इसके अंतर्गत सड़क, ग्रामीण परिवहन व्यवस्था का विकास पेयजल उपलब्धता, स्वास्थ्य सुविधाओं की उपलब्धता, बिजली की उपलब्धता, संचार साधनों की उपलब्धता आदि को शामिल किया जाता है।
- ङ. **कृषि का विकास:** इसमें कृषि को व्यापारिक स्वरूप प्रदान करना, सिंचाई, सुविधाओं का विस्तार, नवाचारों का प्रसरण, उन्नत खाद व बीज का प्रयोग, कृषि का यंत्रीकरण, कृषि विपणन एवं बैंकिंग को बढ़ावा देना, ट्रक फार्मिंग को बढ़ाना, बागवानी, कृषि, कृषि अनुसंधान व उसका क्रियान्वयन आदि समाहित किये जाते हैं।
- च. **मानव संसाधन विकास:** कृषि क्षेत्र में अकुशल श्रम को कुशल श्रम में बदलना पारम्परिक देशों को आधुनिक तकनीकी कौशल से सुसज्जित करना, कौशल उच्चिकरण, प्रशिक्षण आदि इसमें सम्मिलित किये जाते हैं। इनके अतिरिक्त भारत में ग्रामीण क्षेत्र अभी भी तुलनात्मक रूप से पिछड़ा हुआ है। विकास योजनाओं की शुरुआत से ही ग्रामीण क्षेत्रों के विकास पर विशेष ध्यान दिया जाता है जिससे वहां रहने वालों की सामाजिक आर्थिक स्थिति सुधारी जा सके।

## 2. ग्रामीण विकास में संचार का उपयोग

ग्रामीण विकास एवं रूपान्तरण की प्रक्रिया में संचार की उपयोगिता अत्यन्त महत्वपूर्ण है। लोगों को शिक्षित करने, चर्चा के उचित बिन्दुओं से परिचित कराने, विकास कार्यक्रमों से जोड़ने के लिए संचार नियोजित व्यवस्था एक अनिवार्य आवश्यकता है। ग्रामीण क्षेत्रों में विकास के लिए जरूरी जनमत निर्मित करने तथा वैज्ञानिक चेतना के विकास में भी संचार की महत्वपूर्ण भूमिका है।

ग्रामीण क्षेत्र और ग्रामीण जनता परम्परागत समाज का प्रतिनिधित्व करते हैं। समाज के नये मूल्यों को स्वीकार करने का कार्य धीरे-धीरे होता है। ऐसे समाज रूढ़ियाँ तो नितान्त असभ्य तथा मानवाधिकारों की विरोधी होती हैं। रूढ़िवादी समाज अपनी पहले की स्थिति में परिवर्तन के प्रयासों को सहज रूप में स्वीकार नहीं करता। ऐसे में यह आवश्यक होता है कि उनके विचार में परिवर्तन लाया जाये।

वैचारिक परिवर्तन का यह कार्य संचार की प्रभावी रणनीति बनाकर और उसे सफलतापूर्वक क्रियान्वित कर के किया जा सकता है। बेहतर संचार नियोजन से ग्रामीण समाज अपनी बंद खिड़कियां खोलता है। दुनिया में हो रही तरक्की तथा बदलावों को

स्वीकार कर स्वयं भी बदलाव की ओर उन्मुख होता है। संचार के बदलाव ने ग्रामीण विकास तथा रूपान्तरण में सदैव अग्रिम भूमिका निभाई है। नवाचारों के प्रसरण में भी संचार की प्रभावी भूमिका रही है। संचार रिक्तता तथा वर्तमान समय में डिजिटल डिवाइड पिछड़ेपन के पर्याय माने जाते हैं। इसलिए विकास कार्यक्रमों का एक प्रमुख लक्ष्य यह भी है कि वह ग्रामीण क्षेत्रों में संचार रिक्तता की स्थिरता की स्थिति को समाप्त करें। सूचना को अब ग्रामीण विकास के लिए भी आवश्यक माना जाने लगा है तथा यह प्रयास किया जा रहा है कि सूचना तथा संचार की प्रभावी व्यवस्था ग्रामीण इलाकों में भी प्रभावी हो।

### 3. ग्रामीण विकास में संदेश निर्माण

ग्रामीण जनता में जागरूकता लाने तथा उन्हें विकास की जानकारी देने, विकास के लिए प्रेरित करने तथा विकास के लिए जरूरी जनमत तैयार करने की दृष्टि से ग्रामीण संदेशों का अहम स्थान है। सरकार ने हमेशा से ही विविध लोक लुभावन संदेशों के माध्यम से ग्रामीण विकास के विविध कार्यक्रमों के प्रचार प्रसार का संयोजन किया है। कुछ संदेश तो अत्यंत लोकप्रिय रहे हैं।

अधिक अन्न उपजाओ, जय जवान-जय किसान, छोटा परिवार सुखी परिवार, जल ही जीवन है, दो बूंद जिन्दगी की आदि अनेक लोकप्रिय संदेशों का ग्रामीण चेतना निर्मित करने में महत्वपूर्ण योगदान रहा है। ग्रामीण संदेश का निर्धारण एक चुनौतीपूर्ण कार्य है। किस प्रकार संदेश तैयार किया जाए कि ग्रामीण जनता को तुरंत समझ में आ जाये तथा वह उसे आसानी से स्वीकार कर ले। ग्रामीण जनसंख्या की अपनी सामाजिक-सांस्कृतिक विशेषताएं होती हैं। संदेश में यह तथ्य अवश्य ध्यान में रखना चाहिए। हम संक्षेप में ग्रामीण विकास संदेश के प्रमुख निर्धारक बिन्दुओं को निम्न प्रकार से अभिव्यक्त कर सकते हैं-

- i. संदेश सरल तथा सुबोध होना चाहिए।
- ii. संदेश की पृष्ठभूमि ग्रामीण परिवेश के अनुकूल होनी चाहिए।
- iii. संदेश के रोल मॉडल या कम्यूनिकेटर ग्रामीण क्षेत्रों में स्वीकार्य होने चाहिए।
- iv. संदेश की भाषा में स्थानीयता का पुट होना चाहिए।
- v. चित्रात्मकता संदेश को और आकर्षक बना सकती है।
- vi. संदेश को ज्यादा लंबा या जटिल संरचना वाला नहीं होना चाहिए।
- vii. संदेश को माध्यम के अनुकूल होना चाहिए।

### 4. ग्रामीण विकास संदेश के लिए माध्यम चयन

ग्रामीण विकास के संदेशों के प्रभावी निरूपण में माध्यमों की भूमिका महत्वपूर्ण होती है। माध्यम चयन करते समय ग्रामीण क्षेत्रों में उनकी स्वीकार्यता तथा पहुंच का ध्यान रखना चाहिए। दृश्य-श्रव्य माध्यम ग्रामीण क्षेत्रों में विशेष रूप से उपयोगी होता है।

इसके अतिरिक्त स्थानीय स्तर पर प्रभावशाली परम्परागत माध्यमों का भी प्रयोग किया जाना चाहिए।

क. **परंपरागत माध्यम:** परंपरागत माध्यम अब भी ग्रामीण क्षेत्रों में लोकप्रिय है। चूंकि ये माध्यम लोक से जुड़े हैं, अतः लोक विश्वास भी इन्हें हासिल है। लोक से इन माध्यमों के जुड़ाव का फायदा विकास संदेशों को भी अवश्य उठाना चाहिए। परम्परागत माध्यमों का चयन स्थानीय आधार पर किया जाना चाहिए। इन माध्यमों का चयन कर संदेशों को भी उनके अनुरूप ही विकसित करना चाहिए। यह परम्परागत माध्यम जिस प्रकार की प्रस्तुतियां करते हैं, संदेशों को भी उसी रूप में प्रस्तुत करना चाहिए।

ख. **आधुनिक माध्यम:** आधुनिक माध्यमों का चयन सावधानीपूर्वक किया जाना चाहिए। रेडियो तथा टीवी सर्वग्राह्य माध्यम हैं। इनका उपयोग लाभदायक होता है। जहाँ बिजली नहीं है, वहाँ रेडियो तथा जहाँ बिजली व टीवी प्रसारण सुविधा उपलब्ध है, वहाँ टीवी प्रभावी माध्यम है। सिनेमा व वीडियो का प्रयोग आउटडोर संदेशों के लिए किया जाना चाहिए, इसके अतिरिक्त आवश्यकतानुसार अखबार, पोस्टर, बैनर, वाल पेन्टिंग, पैनल राइडिंग आदि का भी प्रयोग किया जा सकता है।

#### 5. ग्रामीण विकास एवं आधुनिक सूचना प्रौद्योगिकी

आधुनिक सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी का ग्रामीण विकास में प्रभावी उपयोग शुरू कर दिया गया है। ई-गवर्नेंस के लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए यह जरूरी भी है कि आधुनिक सूचना प्रौद्योगिकी का लाभ ग्रामीण क्षेत्रों तक पहुंचा जाय। ग्रामीण विकास में जहाँ प्रयोग शुरू हुआ है वहाँ सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। उपजों की जानकारी, कम्प्यूटरीकृत किसान वही राजस्व की जानकारी, बाजार दर की जानकारी, कृषि सूचना सेवा, भूमि रिकार्डों का लेखा-जोखा आदि कार्य इसके द्वारा प्रभावी ढंग से किए जा रहे हैं।

भारत में इस दृष्टि से किये गये प्रयोग उत्साह जनक रहे हैं। केरल, आन्ध्र प्रदेश, गुजरात, पंजाब, हरियाणा, राजस्थान, तमिलनाडु आदि में भी इसकी प्रभावी व्यवस्था की गयी है।

## 18. 6 ग्रामीण पत्रकारिता का वर्तमान स्वरूप

यह जरूर है कि ग्रामीण पत्रकारिता का उद्भव कृषि विकास को लेकर हुआ है, लेकिन अब यह विस्तृत रूप ले चुका है। आज ग्रामीण पत्रकारिता- गांव की राजनैतिक हलचलों, पंचायती राज, बिजली, पानी, सड़क, शिक्षा, स्वाकस्वखा, जन जागरूकता आदि विकास के मुद्दों को लेकर भी कार्य कर रही है। भारत को जहां एक ओर कृषि प्रधान देश कहा जाता है, वहीं भारत की

लगभग 80% आबादी ग्रामीण इलाकों में रहती है, देश की बहुसंख्यक आम जनता को खुशहाल और शक्तिसंपन्न बनाने में पत्रकारिता की निर्णायक भूमिका हो सकती है।

सूचना का अधिकार: सूचना का अधिकार अधिनियम, 2005 के जरिए नागरिकों को सूचना के अधिकार से लैस करके उन्हें शक्ति-संपन्न बनाने का प्रयास किया गया है। लेकिन जनता इस अधिकार का व्यापक और वास्तविक लाभ पत्रकारिता के माध्यम से ही उठा सकती है, क्योंकि आम जनता अपने दैनिक जीवन के संघर्षों और रोजी-रोटी का जुगाड़ करने में ही इस क्रूर उलझी रहती है कि उसे संविधान और कानून द्वारा प्रदत्त अधिकारों का लाभ उठा सकने के उपायों को अमल में लाने की चेष्टा करने का अवसर ही नहीं मिल पाता। सूचना का अधिकार मीडिया के लिए एक जादुई हथियार साबित हुआ है, जिन तथ्यों को जुटाने के लिए उसे कठिन संघर्ष करना पड़ता था, आज वह घर में बैठकर मात्र 10 रुपये में प्राप्त कर लेता है, और ग्रामीण क्षेत्र के पत्रकारों के लिए तो यह वरदान साबित हुआ है क्योंकि ग्रामीण क्षेत्रों में सुविधाओं का अधिक टोटा रहता है।

ग्रामीण क्षेत्रों में अशिक्षा, गरीबी और परिवहन व्यवस्था की बदहाली की वजह से समाचार पत्र-पत्रिकाओं का लाभ सुदूर गाँव-देहात की जनता नहीं उठा पाती। बिजली और केबल कनेक्शन के अभाव में टेलीविजन भी ग्रामीण क्षेत्रों तक नहीं पहुँच पाता। ऐसे में रेडियो ही एक ऐसा सशक्त माध्यम है जो सुगमता से सुदूर गाँवों-देहातों में रहने वाले जन-जन तक बिना किसी बाधा के पहुँचता है। रेडियो आम जनता का माध्यम है और इसकी पहुँच हर जगह है, इसलिए ग्रामीण पत्रकारिता के ध्वजवाहक की भूमिका रेडियो को ही निभानी पड़ेगी। रेडियो के माध्यम से ग्रामीण पत्रकारिता को नई बुलंदियों तक पहुँचाया जा सकता है और पत्रकारिता के क्षेत्र में नए-नए आयाम खोले जा सकते हैं। इसके लिए रेडियो को अपना मिशन महात्मा गाँधी के ग्राम स्वराज्य के स्वप्न को साकार करने को बनाना पड़ेगा और उसको ध्यान में रखते हुए अपने कार्यक्रमों के स्वरूप और सामग्री में अनुकूल परिवर्तन करने होंगे। निश्चित रूप से इस अभियान में रेडियो की भूमिका केवल एक उत्प्रेरक की ही होगी। रेडियो एवं अन्य जनसंचार माध्यम सूचना, ज्ञान और मनोरंजन के माध्यम से जनचेतना को जगाने और सक्रिय करने का ही काम कर सकते हैं। लेकिन वास्तविक सक्रियता तो ग्राम पंचायतों और ग्रामीण क्षेत्रों में रहने वाले पढ़े-लिखे नौजवानों और विद्यार्थियों को दिखानी होगी। इसके लिए रेडियो को अपने कार्यक्रमों में दोतरफा संवाद को अधिक से अधिक बढ़ाना होगा ताकि ग्रामीण इलाकों की जनता पत्रों और टेलीफोन के माध्यम से अपनी बात, अपनी समस्या, अपने सुझाव और अपनी शिकायतें विशेषज्ञों तथा सरकार एवं जन-प्रतिनिधियों तक पहुँचा सके।

खासकर खेती-बाड़ी, स्वास्थ्य, शिक्षा और रोजगार से जुड़े बहुत-से सवाल, बहुत सारी परेशानियाँ ग्रामीण लोगों के पास होती हैं, जिनका संबंधित क्षेत्रों के विशेषज्ञ रेडियो के माध्यम से आसानी से समाधान कर सकते हैं। रेडियो को “इंटरैक्टिव” बनाकर ग्रामीण पत्रकारिता के क्षेत्र

में वे मुकाम हासिल किए जा सकते हैं जिसे दिल्ली और मुम्बई से संचालित होने वाले टी.वी. चैनल और राजधानियों तथा महानगरों से निकलने वाले मुख्यधारा के अखबार और नामी समाचार पत्रिकाएँ अभी तक हासिल नहीं कर पायी हैं। हालांकि अब दूरदर्शन की डीटीएच (डाइरेक्टम टू होम) सेवा, विभिन्न कम्पनियों की डिश सेवा, सामुदायिक रेडियो केन्द्र तथा अखबारों के स्थानीयकरण से ग्रामीण क्षेत्र भी मीडिया से जुड़ा है। लेकिन टी.वी. चैनलों और बड़े अखबारों की सीमा यह है कि वे ग्रामीण क्षेत्रों में अपने संवाददाताओं और छायाकारों को स्थायी रूप से तैनात नहीं कर पाते। कैरियर की दृष्टि से कोई सुप्रशिक्षित पत्रकार ग्रामीण पत्रकारिता को अपनी विशेषज्ञता का क्षेत्र बनाने के लिए ग्रामीण इलाकों में लंबे समय तक कार्य करने के लिए तैयार नहीं होता। कुल मिलाकर, ग्रामीण पत्रकारिता की जो भी झलक विभिन्न समाचार माध्यमों में आज मिल पाती है, उसका श्रेय अधिकांशतः जिला मुख्यालयों में रहकर अंशकालिक रूप से काम करने वाले अप्रशिक्षित पत्रकारों को जाता है, जिन्हें अपनी मेहनत के बदले में समुचित पारिश्रमिक तक नहीं मिल पाता। इसलिए आवश्यक यह है कि नई ऊर्जा से लैस प्रतिभावान युवा पत्रकार अच्छे संसाधनों से प्रशिक्षण हासिल करने के बाद ग्रामीण पत्रकारिता को अपनी विशेषज्ञता का क्षेत्र बनाने के लिए उत्साह से आगे आएँ। इस क्षेत्र में काम करने और कैरियर बनाने की दृष्टि से भी अपार संभावनाएँ हैं। यह उनका नैतिक दायित्व भी बनता है। सरकार ग्रामीण क्षेत्रों के लिए तमाम कार्यक्रम बनाती है; नीतियाँ तैयार करती है; कानून बनाती है; योजनाएँ शुरू करती है; सड़क, बिजली, स्कूल, अस्पताल, सामुदायिक भवन आदि जैसी मूलभूत अवसंरचनाओं के विकास के लिए फंड उपलब्ध कराती है, लेकिन उनका लाभ कैसे उठाना है, उसकी जानकारी ग्रामीण जनता को नहीं होती। आज इन योजनाओं और जानकारी को जनता तक पहुंचाने में पत्रकारिता महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है।

## 18. 7 सारांश

ग्रामीण पत्रकारिता सकारात्मक और स्वस्थ पत्रकारिता का क्षेत्र है। भूमण्डलीकरण और सूचना-क्रांति ने जहाँ पूरे विश्व को एक गाँव के रूप में तबदील कर दिया है, वहीं ग्रामीण पत्रकारिता गाँवों को वैश्विक परिदृश्य पर स्थापित कर सकती है। गाँवों में हमारी प्राचीन संस्कृति, पारंपरिक ज्ञान की विरासत, कला और शिल्प की निपुण कारीगरी आज भी जीवित है, उसे ग्रामीण पत्रकारिता राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय पटल पर ला सकती है। बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ यदि मीडिया के माध्यम से धीरे-धीरे ग्रामीण उपभोक्ताओं में अपनी पैठ जमाने का प्रयास कर रही हैं तो ग्रामीण पत्रकारिता के माध्यम से गाँवों की हस्तकला के लिए बाजार और रोजगार भी जुटाया जा सकता है। ग्रामीण किसानों, घरेलू महिलाओं और छात्रों के लिए बहुत-से उपयोगी कार्यक्रम भी शुरू किए जा सकते हैं जो उनकी शिक्षा और रोजगार को आगे बढ़ाने का माध्यम बन सकते हैं।

## 18. 8 शब्दावली

1. **ग्रामीण पत्रकारिता** : जिन समाचार-पत्रों में 40 प्रतिशत से अधिक सामग्री, गांवों के बारे में प्रकाशित हो, उसे ग्रामीण पत्रकारिता कहेंगे। ये समाचार कृषि, पशुपालन, बीज, खाद, कीटनाशक, पंचायती राज, सहकारिता और ग्राम्य जीवन आदि विषयों पर हों या गांव की अन्य मूलभूत समस्याओं पर।
2. **ग्रामीण विकास** : ग्रामीण विकास में ग्रामीण जनसंख्या एवं ग्रामीण क्षेत्र, कृषिक्षेत्र तथा कृषि आधारित उद्योग धंधों का विकास समाहित है।

## 18. 9 संदर्भ ग्रंथ

1. गुप्ता, मदन मोहन : हिन्दी पत्रकारिता विविध आयाम, भाग-1, हिन्दी बुक सेंटर, नई दिल्ली।
2. सृजनशिल्पी.कॉम : भारत में ग्रामीण पत्रकारिता का वर्तमान स्वरूप, 17 फरवरी, 2006।
3. कपिल, श्रीवर्धन : जनजीवन में रेडियो का योगदान, जनसंचार, हरियाणा साहित्य अकादमी, पंजकूला, 1990

## 18. 10 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री :

1. गुप्ता, मदन मोहन : हिन्दी पत्रकारिता विविध आयाम, भाग-1, हिन्दी0 बुक सेंटर, नई दिल्ली।
2. पाण्डेय, डॉ। पृथ्वीनाथ, (2004), पत्रकारिता: परिवेश एवं प्रवृत्तियां, लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद

## 18. 11 निबन्धात्मक प्रश्न

1. क्या समाचार पत्रों के स्थानीयकरण से ग्रामीण पत्रकारिता में मजबूती आई है? व्याख्या कीजिए।
2. क्या सामुदायिक रेडियो ग्रामीण पत्रकारिता का मुख्या अंग बन सकता है? यदि बन सकता है तो किस तरह स्पष्ट कीजिए।
3. क्या ग्रामीण पत्रकारिता की शुरुआत कृषि विकास को लेकर हुई थी? व्याख्या कीजिए। ग्रामीण विकास में पत्रकारिता की क्या भूमिका है ?