

समाचार: अर्थ, अवधारणा और रिपोर्टिंग



Uttarakhand Open University

Behind Transport Nagar, Vishwavidyalaya Marg,
Haldwani (Nainital) 263139 Uttarakhand

Toll Free : 1800 180 4025

Operator : 05946-286000

Admissions : 05946286002

Book Distribution Unit : 05946-286001

Exam Section : 05946-286022

Fax : 05946-264232

Website : <http://uou.ac.in>

अध्ययन परिषद

प्रो. एचपी शुक्ल उत्तराखण्ड मुक्त विश्व विद्यालय, हल्द्वानी, नैनीताल	प्रो. हर्ष डोभाल दून विश्व विद्यालय, देहरादून
प्रो. आनंद प्रधान भारतीय जनसंचार संस्थान, दिल्ली	भूपेन सिंह उत्तराखण्ड मुक्त विश्व विद्यालय, हल्द्वानी, नैनीताल
प्रो. गोपाल सिंह बाबासाहेब भीमराव अंबेडकर विश्व विद्यालय लखनऊ, उत्तर प्रदेश	

संयोजन और संपादन

भूपेन सिंह समन्वयक, पत्रकारिता विभाग उत्तराखण्ड मुक्त विश्व विद्यालय, हल्द्वानी, नैनीताल

इकाई लेखन

डॉ. गो वंद पंत राजू डॉ. निर्मला ढैला
पूर्व संयोजन: राकेश रयाल
सहयोग: राजेंद्र सिंह कवीरा

प्रकाशन वर्ष : 2020

कापीराइट : @ उत्तराखण्ड मुक्त विश्व विद्यालय संस्करण : सी मत वतरण हेतु पूर्व प्रकाशन प्रति प्रकाशक : कुलस चव, उत्तराखण्ड मुक्त विश्व विद्यालय, हल्द्वानी- 263139 (नैनीताल) इस सामग्री के कसी भी अंश को उत्तराखण्ड मुक्त विश्व विद्यालय, हल्द्वानी की लखत अनुमति के बिना कसी भी रूप में अथवा म मयोग्राफी चक्रमुद्रण द्वारा या अन्यत्र पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है। मुद्रक : ISBN No: 978-93-84813-81-9

अनुक्रम

खण्ड -1

समाचार

इकाई का नाम	पृष्ठ संख्या
इकाई - 01 समाचार: अर्थ, परिभाषा एवं प्रमुख तत्व	1-13
इकाई - 02 समाचार श्रेणी एवं स्रोत	14-28
इकाई - 03 समाचार लेखन के प्रमुख तत्व	29-45
इकाई - 04 समाचार पत्र तथा विश्व की प्रमुख समाचार एजेंसियाँ	46-59

खण्ड -2

रिपोर्टिंग एवं साक्षात्कार

इकाई - 05 रिपोर्टर की परिभाषा, महत्त्व, योग्यता एवं उत्तरदायित्व	60-73
इकाई - 06 पत्रकारिता के विभिन्न क्षेत्र एवं उनकी रिपोर्टिंग	74-90
इकाई - 07 साक्षात्कार: वर्गीकरण एवं तकनीक	91-102

इकाई –01

समाचार : अर्थ, परिभाषा एवं प्रमुख तत्व

इकाई की रूपरेखा

- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 उद्देश्य
- 1.3 समाचार : प्रकृति व अर्थ एवं परिभाषा
 - 1.3.1 समाचार प्रकृति व अर्थ
 - 1.3.2 परिभाषा
- 1.4 समाचार के प्रमुख तत्व
- 1.5 सारांश
- 1.6 शब्दावली
- 1.7 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 1.8 संदर्भ ग्रन्थ सूची
- 1.9 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री
- 1.10 निबन्धात्मक प्रश्न

1.1 प्रस्तावना :

पत्रकारिता को समझने से पहले समाचार को समझना जरूरी है क्योंकि समाचार से ही पत्रकारिता का अस्तित्व है। इस इकाई में समाचार किसे कहते हैं ? इसका स्वरूप क्या होता है? तथा वर्तमान में इसका क्या महत्व है? आदि विषयों पर चर्चा की जायेगी और इन विषयों का अध्ययन किया जायेगा।

इस इकाई में समाचार का स्वरूप, समाचार की प्रकृति व अर्थ, समाचार की परिभाषा, समाचार के प्रमुख तत्वों की जानकारी छात्रों को दी जायेगी।

‘समाचार’ पत्रकारिता की जड़ है, जब समाचार होगा तभी पत्रकारिता होगी। किसी भी पत्रकार को समाचार का अर्थ उसकी पहिचान, उसका मूल्य, उसके स्रोतों की सही पहिचान जब तक नहीं होगी तब तक वह एक कुशल पत्रकार नहीं बन सकता।

1.2 उद्देश्य :

वर्तमान में पत्रकारिता के क्षेत्र में आई अभूतपूर्व क्रांति से इसमें रोजगार के अपार सम्भावनाएं सामने आई हैं। इन सम्भावनाओं को मद्देनजर रखते हुये इस विषय में अध्ययन की

इच्छा रखने वाले छात्रों की संख्या में दिन-प्रति-दिन बढ़ रही है। इस वृद्धि को देखते हुये इस विषय के अन्तर्गत कई पाठ्यक्रम संचालित किये जा रहे हैं। विषय के अंतर्गत अध्ययनरत छात्र तभी इस व्यवसाय से सही व सफल रूप से जुड़ पायेंगे जब उन्हें समाचार का अर्थ और इसके सही स्वरूप की जानकारी हो सकेगी।

इस इकाई से छात्र जान सकेंगे कि –

- समाचार क्या होता है?
- समाचार की वास्तविक परिभाषा क्या होती है?
- समाचार का स्वरूप व संरचना क्या होती है?
- एक समाचार के मुख्य तत्व क्या होते हैं?
- एक पूर्ण व प्रभावी समाचार में क्या-क्या तथ्य व गुण होने चाहिए?

1.3 समाचार का अर्थ एवं परिभाषा :

1.3.1 समाचार की प्रकृति व अर्थ :

सूचना का आदान-प्रदान या फिर कोई बात किसी दूसरे तक पहुंचाना आज चुटकी बजाते ही संभव है। हम आश्चर्य चकित हो जाते हैं, जब विश्व के किसी दूर देश की खबर चंद मिनटों में ही हमारे टीवी स्क्रीन पर दिखाई देने लगती है। अगले दिन अखबार उससे जुड़ी सारी जानकारियों के साथ सामने होता है। सूचना तकनीक के विकास ने सूचनाओं को मानो पंख लगा दिए हैं। इधर कोई घटना घटी, उधर तुरंत ही वह जंगल में आग की तरह फैल जाती है। सूचना तकनीक जैसे जैसे आगे बढ़ रही है, आम आदमी की अपेक्षाएं भी वैसे ही चरम पर पहुंच रही हैं। एक जमाने में यह सब इतना आसान नहीं था। वैसे, यह भी माना जाता है कि मानव सभ्यता के विकास के साथ साथ ही सूचना देने-लेने की प्रक्रिया भी आगे बढ़ी है। आज सूचना समाचार की शकल में बहुत कम समय में आम आदमी के पास पहुंच रही है। खबरें मानव जीवन का अभिन्न अंग बन गई हैं। छोटी सी बात हो या फिर बड़ा खुलासा। निजी जीवन की बातें हो या फिर देश दुनिया से जुड़े तथ्य, सूचना का सबको इंतजार रहता है। सूचना सबको चाहिए। उसके बगैर विकसित मानव समाज की कल्पना मुश्किल है। सूचना तब से बेहद प्रभावी मामला हुआ है, जब से प्रिंटिंग कला का विकास हुआ। समाचार पत्र-पत्रिकाओं ने सूचनाओं के आदान प्रदान में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। इसके बाद रेडियो, टीवी, फिल्म, टेलीफोन, फैक्स, इंटरनेट, मोबाइल जैसी तमाम चीजें इसके साथ जुड़ती चली गईं और देखते देखते सूचना का संसार ही बदल गया है।

बहुत ज्यादा पुरानी बात नहीं है, जब दिन भर में एक या दो बार ही रेडियो पर खबरें प्रसारित होती थीं। इसके बाद टीवी आया, तो खबरों का दायरा बढ़ा। फिर भी काफी समय तक खबरों का समय निश्चित और सीमित रहा। खबरों में भी विजुअल की मात्रा ज्यादा नहीं थी। कोई बड़ी घटना होने पर टीवी के दर्शक की ये मजबूरी थी कि वह घटना की तस्वीर की जगह एंकर का चेहरा ही देखे। अखबारों की स्थिति भी ये ही थी। बड़ी बड़ी सुर्खिया पाठक को जानकारी तो देती थी, मगर घटना से जुड़ी तस्वीरें, लाइव रिपोर्टिंग का अभाव उसकी आत्मा को अतृप्त ही रखता था। जमाना ही ऐसा था, इसलिए वह बहुत ज्यादा अपेक्षा भी नहीं करता था। मगर सूचना

की दुनिया तेजी से बदली। उदारीकरण के दौर में प्राइवेट टीवी चैनल्स आए। सूचना के उपकरण आधुनिक हुए और मिनटों में ही बेहतरीन ढंग से अहम खबरें आम आदमी के सामने हैं। रात के बारह बजे हों या फिर तड़के चार, जब भी आप टीवी ऑन करें, खबरों को सेवा में हाजिर पाएंगे।

सूचना क्रांति के इस युग में न्यूज चैनल्स की 24 घंटे की सक्रियता तो सामने है ही, अखबार भी कागज से लेकर कंप्यूटर तक में मौजूद है। सारे प्रमुख अखबारों ने इंटरनेट पर खुद को पहुंचा दिया है। इसके अलावा सूचना के ऐसे रास्ते भी खुल गए हैं, जिसकी कल्पना नहीं की जा सकती थी। अब मोबाइल पर एसएमएस के जरिये खबर एक जगह से दूसरी जगह पहुंचाने का सिलसिला भी शुरू हो गया है। कई समाचार एजेंसी इस काम में उतर आई है। इसके अलावा इंटरनेट युग की ब्लाग, टिवटर, न्यूज पोर्टल आदि जैसी देन तो सामने है हीं, जिनका आम आदमी पर व्यापक असर पड़ रहा है।

इन सब बातों के बीच, हाल के दिनों सूचना की दुनिया में एक क्रांति और हुई है। सरकार ने सूचना पाने के अधिकार को बाकायदा कानूनी जामा पहना दिया है। अब कोई भी व्यक्ति मामूली औपचारिकता पूरी कर अनिवार्य तौर पर सूचना पाने का हकदार है। देश में आम आदमी धीरे धीरे सूचना के इस हथियार का प्रयोग करने लगा है। मीडिया के काम में भी यह पूरी मदद कर रहा है। कहा जा सकता है कि सूचना का संसार बेहद फैल गया है। माहौल इस तरह का बन रहा है कि चीजों को छिपाना अब बहुत आसान नहीं रह गया है। देश और उनकी सरकारों का भी सूचना तंत्र मजबूत करने पर पहले से ज्यादा ध्यान जा रहा है। हालांकि तमाम देशों में राजाओं के जमाने से लेकर लोकतांत्रिक और गणतांत्रिक व्यवस्था कायम होने तक सूचनाओं का बहुत बड़ा योगदान रहा है। इतिहास गवाह रहा है। जिस देश का सूचना तंत्र जिनता प्रभावी रहा, वह उतना ही ज्यादा मजबूत बना। बेहतर सूचना तंत्र के जरिये तमाम देशों ने अपने नागरिकों के विकास की दिशा में नया इतिहास रचा। साथ ही अपनी सुरक्षा, अपने अस्तित्व को बचाए रखने के लिए पुख्ता इंतजाम भी किए। इस इकाई में हम समाचार क्या है। क्या उसकी परिभाषा है। मूल तत्व और बहुत सारी बातों को जानने की कोशिश करेंगे।

क्या कभी आपने समाचार की प्रकृति एवं उसके अर्थ के बारे में विचार किया है। देश एवं सारे विश्व में घटित होने वाली विभिन्न घटनाओं की जानकारी प्राप्त करने के लिए हर व्यक्ति रेडियो सुनता है, टी. वी. देखता है एवं अखबार भी पढ़ता है। ऐसा आप क्यों करते हैं ? इस प्रश्न के उत्तर में आप यही कहेंगे कि 'सूचनाएं प्राप्त करने के लिए'। सूचनाओं के अभाव में आप शेष विश्व से अपने आपको अलग-थलग पाते हैं। सूचनाओं की जानकारी के बिना आप अपने आप को समाज से नहीं जोड़ सकते हैं— न राजनैतिक रूप से, न सामाजिक रूप से और न आर्थिक रूप से। प्रायः कोई भी व्यक्ति सोमवार का समाचार शुक्रवार को पढ़ना पसन्द नहीं करता। क्यों ? हम किसी जानकारी या घटना को पुष्ट करने के लिए पुराने अखबार जरूर देखते हैं लेकिन सामान्य रूप से हम ऐसा प्रतिदिन नहीं करते। अतः समाचार वह है जो नवीन है और साथ ही साथ समाचार वह भी है जो हमें पूरे विश्व से जोड़ता है।

समाचार का अर्थ बहुत विस्तृत है। इसके तमाम पहलु हैं। इन सब से मिलकर ही समाचार को समझा जा सकता है। रोजमर्रा की जिंदगी में जब लोग आपस में मिलते हैं, तो शिष्टाचार वश की गई पहली बात ही समाचार से शुरू होती है। क्या समाचार हैं या फिर क्या हाल चाल है, जैसी बातें नई बात जानने की उत्सुकता की ओर साफ इशारा करती है। अखबार, टीवी चैनल्स या फिर समाचार के अन्य प्रचलित माध्यमों में परिष्कृत रूप से समाचार पेश किए

जाते हैं। इनमें भी जन मानस कुछ नया, सीधे उससे जुड़ाव रखने वाली बातों की अपेक्षा करता है। कोई असाधारण घटना। क्रियाकलाप, जिसमें नयापन हो। आम आदमी को उसकी जानकारी नहीं हो और जन कल्याण के उद्देश्य से संचार के माध्यम उसे प्रसारित कर रहे हों, तो उसे समाचार कहा जाता है। जिस समाचार को प्रसारित किया जा रहा है, उसके निहितार्थ क्या हैं। उसका क्या प्रभाव आने वाले दिनों में पड़ सकता है या फिर उससे जुड़ी पुरानी बातें क्या हैं। समाचार में ये सारी बातें आती हैं। अखबार, टीवी चैनलों के पत्रकारों की इसमें झांकने की कोशिश होती है। पत्रकारिता की दुनिया में कदम रखने वालों के लिए ये जानना और महसूस करना सबसे पहला काम होना चाहिए, कि समाचार क्या है। क्या इसका अर्थ है। ये कैसे बनता है। इसके स्रोत क्या हैं। इसकी विश्वसनीयता कितनी होती है। क्या प्रभाव होते हैं।

समाचार को अंग्रेजी में न्यूज कहते हैं। इस शब्द की व्याख्या करने पर दो बातें प्रमुख रूप से उभरती हैं। पहली बात, न्यूज अंग्रेजी के न्यू शब्द का बहुवचन है। न्यू का अर्थ नया है। इसलिए समाचार की पहली शर्त नयेपन से जुड़ी है। दूसरी बात, न्यूज शब्द के चार शुरुआती अक्षरों एन, ई, डब्ल्यू और एस से संबंधित है। ये चार शुरुआती अक्षर चार दिशाओं का बोध कराते हैं। एन से नार्थ यानी उत्तर, ई से ईस्ट यानी पूरब, डब्ल्यू से वेस्ट यानी पश्चिम और एस से साउथ यानी दक्षिण। कहा जा सकता है कि चारों दिशाओं की घटनाएं, सूचनाएं समाचार हैं। इसका सीधा सा मतलब है। समाचार में व्यापकता भी अनिवार्य है। इसके अलावा समाचार में रहस्योद्घाटन करने का गुण भी आवश्यक है। समाचार के बारे में पहले से किसी को पता ना हो और उसके खुलासे के लिए सब उत्सुक हों। ये दो बातें भी समाचार के साथ जरूर जुड़ी होनी चाहिए।

1.3.2 समाचार की परिभाषा :

अखबार, टीवी के मार्फत प्रसारित होने से लेकर रोजमर्रा में आम जन के बीच होने वाला सूचनाओं का आदान प्रदान समाचार का किसी ना किसी रूप में हिस्सा है। इसलिए समाचार को सौ फीसदी परिभाषित करना संभव नहीं है। इस बात को ज्यादातर विद्वानों ने बगैर किसी हिचक के स्वीकार किया है। इसके बावजूद समाचार की अलग अलग परिभाषाएं दी गई हैं। समाचार के भीतर की तमाम चीजें इन परिभाषाओं के जरिये बाहर आई हैं।

मैसफील्ड के अनुसार, घटना समाचार नहीं है, बल्कि घटना का विवरण है, जिसे उसके लिए लिखा जाता है, जिन्होंने उसे देखा नहीं है।

एस अग्रवाल के अनुसार, समाचार किसी अनोखी या असाधारण घटना की अविलंब सूचना को कहते हैं, जिसके बारे में लोग प्रायः पहले से कुछ न जानते हों, लेकिन जिसे तुरंत ही जानने की अधिक से अधिक लोगों में रुचि हो।

प्रोफेसर शिल्टन बुश के अनुसार, समाचार सामान्यतः वे उत्तेजक सूचनाएं हैं, जिनसे कोई व्यक्ति संतोष अथवा उत्तेजना प्राप्त करता है।

जार्ज एच मोरिस मानते हैं कि समाचार जल्दी में लिखा गया इतिहास है;

एम चेलापति राव के अनुसार, परिवर्तन की जानकारी देने वाली कोई सूचना समाचार है।

लैदर वुड ने कहा है कि किसी घटना, स्थिति अवस्था अथवा मत का सही सही और समय समय पर प्रस्तुत किया गया विवरण समाचार है।

इन परिभाषाओं के आधार पर समाचार से जुड़ी कुछ बातें एकदम स्पष्ट होती हैं। जैसे समाचार नया होता है। उसे आम आदमी जानना चाहता है। उसमें रोचकता होती है। एक क्रमबद्धता होती है। आम आदमी के ज्ञानवर्धन की क्षमता होती है। समाचार से सीधा संबंध हालांकि बहुत सीमित लोगों का होता है, मगर परोक्ष रूप से आम आदमी उससे अपना जुड़ाव पाता है। इसलिए समाचार को वह समग्र रूप में जानना चाहता है। कई बार ऐसा होता है कि एक संचार माध्यम से कभी कभार आम आदमी अपनी जिज्ञासा को शांत नहीं पाता, तो वह अन्य संचार माध्यमों को टटोलता है। उनसे सूचनाएं लेता है। देखा जाए, तो कोई घटना अपने आप में समाचार नहीं होती है। मगर उसकी संपूर्ण जानकारी, ब्योरे समाचार होते हैं। एक निश्चित शैली में उसका बेहतर प्रस्तुतिकरण उसे समाचार बनाता है। कई बार ये भी होता है, कि किसी जानकारी में नयापन तो होता है, मगर वह बेहद सामान्य स्तर की होती है। ऐसे में उसे समाचार नहीं माना जाता। समाचार में विशिष्टता की अपेक्षा हमेशा की जाती है। इस बात को समझाते हुए हर बार एक उदाहरण जरूर दिया जाता है। यदि कोई कुत्ता किसी व्यक्ति को काट ले, तो वह समाचार नहीं है। इसके विपरीत यदि कोई व्यक्ति कुत्ते को काट ले, तो वह समाचार है। कुछ परिभाषाओं में तो समाचार उसे बताया गया है, जिसे कोई योग्य संपादक छापने लायक महसूस करता है। या फिर कोई काबिल पत्रकार उसे लिखता है।

देश में समाचार पत्रों की दुनिया जब से प्रोफेशनल हुई है, तब से अखबार सुनियोजित तरीके से पाठकों की हर जरूरत का ध्यान रखने लगे हैं। अखबार में ज्यादा से ज्यादा विषय कवर करने की कोशिश हो रही है। इस वजह से तमाम अखबारों में समाचारों के आकार तक तय कर लिए गए हैं। अखबार हर वर्ग को जोड़ने की कोशिश कर रहा है। टीवी चैनल्स की बात करें, तो अखबारों के मुकाबले वे अपने शुरुआती दिनों से ही प्रोफेशनल हैं। हर आदमी तक पहुंचने की अपनी कोशिश में हर तरह के समाचार को चैनल्स ले रहे हैं। परंपरागत तमाम चीजों को तस्वीर से एकदम गायब करते हुए भी चल रहे हैं।

समाचार के स्वरूप की बात करें, तो यह एक व्यापक विषय है। हालांकि प्रथम दृष्टया समाचार के दो स्वरूप दिखाई देते हैं। एक गंभीर समाचार, तो दूसरे हल्के फुल्के। चूंकि हर तरह का पाठक या दर्शक अखबार, टीवी चैनल्स से जुड़ा है, इसलिए हर एक की जरूरत को देखते हुए समाचार दिए जाते हैं। इसके अलावा समाचार की अपनी प्रकृति हार्ड और सॉफ्ट के रूप में भी होती है। किसी बस दुर्घटना में दस लोगों की मौत हो गई हो, तो सीधे सपाट ब्योरा देती ये खबर हार्ड खबर की श्रेणी में रखी जाती है। मगर इसी दुर्घटना में यदि आश्चर्यजनक ढंग से कोई नवजात शिशु बच जाए। उसे केंद्रित कर मानवीय संवेदनाओं को उकेरती कोई खबर लिखी जाए, तो वह निश्चित तौर पर सॉफ्ट खबर की श्रेणी में शामिल होगी।

खबरिया और मनोरंजक टीवी चैनल्सों के वर्चस्व के बाद तो खबर के स्वरूप को लेकर एक बहस भी छिड़ गई है। एक जमाने में टीवी चैनल्स के मनोरंजक कार्यक्रम खबरों में जगह नहीं बना पाते थे। मगर आज की स्थिति ये है कि रियाल्टी शो बिग बॉस के घर में कब किस की लड़ाई हुई, ये भी खबरें बन रही हैं। ऐसी तमाम बातें, जिसे हाल के कुछ सालों तक खबर की श्रेणी में रखे जाने की कोई सोचता भी नहीं था। आज खबरें बन रही हैं।

विषयों के आधार पर अखबार या टीवी चैनल्स में खबरों के स्वरूप को जानने की कोशिश करें, तो हम पाते हैं कि राजनीति, अपराध, खेलकूद, संस्कृति, फिल्म, पर्यटन, सामाजिक, विज्ञान और तकनीकी, कृषि और उद्योग जैसे सारे विषय कवर किए जा रहे हैं। इन विषयों पर फोकस

करते हुए अखबारों में खास पेज निकल रहे हैं। टीवी चैनल्स में स्पेशल प्रोग्राम दिए जा रहे हैं। इसके अलावा महिलाओं, बच्चों से जुड़े समाचारों पर अलग से ध्यान दिया जा रहा है। अखबार और टीवी चैनल्स का मैनेजमेंट लोगों के बीच सर्वे कराकर लगातार उनकी नब्ज टटोल रहे हैं। पेश की जा रही खबरों पर उनकी प्रतिक्रिया, किस तरह की खबरें वे चाहते हैं, सर्वे में सब बातों का जवाब तलाशने की कोशिश होती है।

अखबार और न्यूज चैनल्स पब्लिक की प्रतिक्रिया के अनुरूप अपने अंदाज को बदल भी रहे हैं। एक जमाने में अखबार पब्लिक का सौ फीसदी मार्गदर्शन करता था। मगर आज की स्थिति में वह पब्लिक से मार्गदर्शन भी ले रहा है। जाहिर तौर पर, इसके पीछे व्यवसायिक मजबूरियां छिपी हैं। एक उदाहरण लें। देश में पिछले कुछ सालों में युवा पीढ़ी में क्रिकेट के प्रति जो दीवानगी बढ़ी है, उसे अखबारों, टीवी चैनल्स ने सिर माथे पर लगा लिया है। किसी मैच में यदि भारत जीत जाए या कोई नया रिकार्ड टूटे, तो हर अखबार में वह बेहद प्राथमिकता से ली जाती है। यही हाल न्यूज चैनल्स का है। पहले की बात करें, तो ऐसी स्थिति नहीं थी। पाठकों से सीधे जुड़ने की रणनीति ही है, कि हिंदुस्तान जैसे अखबार में हो जाओ अलर्ट जैसे कॉलम छपने लगे हैं। इसमें पाठकों को अलर्ट किया जा रहा है कि वह अमुक रास्ते से होकर ना गुजरे, क्योंकि वहां पर सड़क टूटी हुई है।

जिस क्षेत्र में अखबार की प्रसार संख्या अधिक है, वहां की खबरों को खास तौर छापने की योजना पर हर अखबार सुनियोजित ढंग से काम कर रहा है। अमर उजाला और दैनिक जागरण जैसे अखबार अपने संस्करणों में स्थानीय जरूरत के हिसाब से अलग-अलग लीड छापने को प्राथमिकता देते हैं। उनकी ये रणनीति कारगर भी साबित हुई है। अखबार चाहे राष्ट्रीय हो या क्षेत्रीय, खबरों का संतुलन हर कोई बनाकर चलता है। राष्ट्रीय अखबार में स्थानीय खबरों के लिए अब ज्यादा जगह निकल रही है। इसी तरह, क्षेत्रीय अखबार राष्ट्रीय खबरों को अच्छी खासी जगह दे रहे हैं।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— अंग्रेजी के न्यूज शब्द से समाचार के किन दो महत्वपूर्ण तत्वों का पता चलता है?
- प्रश्न 2— जार्ज एच मोरिस की नजर में समाचार क्या है ?
- प्रश्न 3— वर्तमान में किन विषयों पर समाचार पत्र व न्यूज चैनल्स फोकस कर रहे हैं ?
- प्रश्न 4— समाचार को अंग्रेजी में न्यूज (NEWS) क्यों कहा जाता है?
- प्रश्न 5 'एक कुत्ते ने बिल्ली को मार गिराया' यह एक समाचार है।

सही/गलत

1.4 समाचार के प्रमुख तत्व :

कुछ खास तत्व ही किसी घटना या सूचना को समाचार बनाते हैं। ये तत्व समाचार की आत्मा समान होते हैं। इन्हीं से तय होता है कि यह समाचार है या नहीं। अखबार में समाचार के अलावा संपादकीय, फीचर, विभिन्न कॉलम आदि तमाम चीजें छपती हैं। इसी तरह, न्यूज चैनल्स खबरों के अलावा कई विश्लेषणात्मक कार्यक्रम, इंटरव्यू आदि भी दिखाते हैं। मगर हम समाचार और अन्य के बीच आसानी से अंतर कर लेते हैं। दरअसल, समाचार के तत्व ही यह सब अंतर कराते हैं। अखबार या टीवी में समाचार और अन्य सामग्री में स्पष्ट विभाजन रेखा इन तत्वों से ही

खिंचती है। समाचार के तत्वों को विद्वानों ने अपने अपने हिसाब से बताया है। कुछ तत्वों को लेकर सभी एकराय है। सभी ने समाचार के जिस तत्व को सर्वोपरि माना है, वह सच्चाई और नवीनता से जुड़ा है। समाचार का आधार सच्चाई होना ही चाहिए। आज जन का ये विश्वास समाचार के साथ हमेशा जुड़ा रहता है। अन्यथा, कोई कारण नहीं है कि कोई सूचना विज्ञापन की बजाय समाचार बतौर सामने आने पर ज्यादा विश्वसनीय और प्रभावी महसूस होती है। विज्ञापन के लिए बाकायदा भुगतान किया जाता है और समाचार का कोई मूल्य नहीं होता, फिर भी आम जनमानस का भरोसा इसी बात पर होता है कि समाचार में जो सामने आया है, वो ही सच्चा होगा। विज्ञापन झूठा भी हो सकता है। हालांकि यहां पर यह कहने में भी कोई परहेज नहीं होना चाहिए कि मीडिया में बढ़ती व्यवसायिकता के बाद समाचारों की सच्चाई पर कभी कभार अंगुली उठ जाती है। समाचारों के प्रायोजित होने के आरोप भी यदा कदा लगते हैं। इसके बावजूद, कहा जा सकता है कि समाचार आज भी बेहद प्रभावी हैं। उस पर आम आदमी का आज भी भरोसा कायम है। दरअसल, समाचार में उन सब बातों का स्पष्ट उल्लेख किया जाता है, जिसका सीधे सीधे वास्ता घटना या सूचना से होता है। मसलन, कोई वाहन दुर्घटना हुई, तो उसका स्थान, कारण, हताहतों की संख्या, राहत बचाव कार्य जैसी बातें। काल्पनिक तौर पर ये बातें नहीं दी जा सकती। साफ तौर पर सारी बातों का उल्लेख करना ही होता है। खबर के भीतर मौजूद अलग अलग लोगों के बयान उसकी विश्वसनीयता को पुख्ता करते हैं।

समाचार में नवीनता होना उसके साथ जुड़ी अनिवार्य शर्त है। बासी समाचार चाहे कितना भी बड़ा क्यों ना हो, उसकी कोई अहमियत नहीं है। अखबार और न्यूज चैनल से खबरें सामने लाने के कार्य में कई प्रक्रियाओं से होकर गुजरना होता है, इसलिए कभी कभार पुरानी खबर सामने आ जाती है। ऐसी स्थिति में संबंधित अखबार और टीवी चैनल्स की प्रतिष्ठा कम होती है।

समाचार का एक प्रमुख तत्व उसकी विशिष्टता है। समाचार को असाधारण होना चाहिए। साधारण घटनाएं घटती रहती हैं। ये घटनाएं ना तो आम आदमी को चौंकाती हैं और ना ही वह इसे जानने के लिए उत्सुक रहता है। तमाम जगहों पर अपराध के बढ़ते ग्राफ के चलते धीरे-धीरे हत्या जैसी घटना भी साधारण बनती जा रही है। मगर हत्या का तरीका यदि बेहद असाधारण हो, तो वह निश्चित तौर पर सबका ध्यान खींचता है। देहरादून में हाल में हुए अनुपमा हत्याकांड का जिक्र करना यहां पर मुनासिब है, जिसमें एक कंप्यूटर इंजीनियर ने अपनी पत्नी की हत्या कर उसके शव को फ्रीजर में कई दिनों तक छुपाए रखा। उसके अलग अलग टुकड़े किए। एक जमाने में एक दूसरे से बेइंतहा मुहब्बत करने वाले इस दंपति की नफरत में बदली दास्तान ने सबको झकझोर कर रखा। संबंधित समाचार कवर करने के लिए देश दुनिया के पत्रकार देहरादून में कई दिनों तक जुटे रहे। इसी तरह की स्थिति, दिल्ली के पास के निठारी कांड या फिर नोएडा के आरुषि हत्याकांड की रही है।

समाचार के संबंध में ये भी जरूरी है कि वह महत्वपूर्ण हो। यह उसका अनिवार्य तत्व है।

किसी एक समाचार को छापने या दिखाने से पहले अखबार या टीवी चैनल के कार्यालय में वरिष्ठ साथी उसके महत्व पर जरूर चर्चा करते हैं। बहुत कम लोगों से जुड़ी खबर को या तो छापा ही नहीं जाता है। या फिर उसे बहुत महत्व नहीं दिया जाता। क्षेत्रीय अखबारों में एकदम साफ दिशा निर्देश हैं कि किसी खबर विशेष का महत्व यदि एक शहर तक सीमित हैं, तो उसे संबंधित संस्करण के अलावा और कहीं प्रकाशित ना किया जाए। उदाहरण के लिए यदि संबंधित शहर के एक मुहल्ले में सड़क निर्माण से संबंधित कोई खबर है, तो वह उस शहर से संबंधित

संस्करण के अलावा अन्यत्र कहीं और नहीं छपेगी। इसके विपरीत, यदि इसी शहर में कई प्रदेशों के पर्यटन मंत्रियों का सम्मेलन हो रहा हो, तो ये खबर तमाम उन प्रदेशों में भी छपेगी, जहां के मंत्री सम्मेलन में भाग ले रहे हों।

सनसनी समाचार का ऐसा तत्व है, जो कि दो धार वाली तलवार की तरह है। सही ढंग से इस्तेमाल किया जाए, तो मंजिल तक पहुंचा देता है। चूक हुई, तो भारी खामियाजा भी भुगतना पड़ता है। बड़े समाचार पत्र सनसनी फैलाने वाले समाचारों से बचते हैं और कभी कभार ही इस तरह के रास्ते पर आगे बढ़ते हैं। मगर छोटे या सांध्यकालीन समाचार पत्रों का व्यापार सनसनी पर ही टिका होता है। इन अखबारों के पहले पन्ने की लीड हमेशा ही सनसनीखेज होती है। वैसे, यह बात भी अपनी जगह है कि घटना के तथ्यों को तोड़ मरोड़ कर ही सनसनी नहीं फैलाई जा सकती। ये भी जरूरी नहीं है कि समाचार में अर्द्धसत्य ही पाठकों को बतलाया जाए। इसके बदले खबरें ब्रेक करके भी सनसनी फैलाई जा सकती है। उदाहरण के लिए किसी शहर में नगर निगम के स्तर पर पचास फीसदी हाउस टैक्स बढ़ाने की तैयारी हो। इस पर मुहर भले ही ना लगी हो, मगर प्रस्ताव तैयार कर लिया गया हो, तो इस तथ्य का आधार लेकर छापा गया समाचार लोगों को आंदोलित करने में समर्थ होगा। टीवी चैनल्स एक्सक्लूसिव खबरों के नाम पर अब सनसनी फैलाने के ज्यादा से ज्यादा प्रयोग करने लगे हैं। हालांकि इसके अपने खतरे भी हैं और खबरों में गलत विवरण संबंधित मीडिया की प्रतिष्ठा और सामाजिक माहौल दोनों को नुकसान पहुंचा सकता है। फिर भी अनुभवी पत्रकार बीच का ऐसा रास्ता निकाल ही लेता है, जिससे सांप भी मर जाए और लाठी भी ना टूटे। संबंधित खबर के लगभग हर पहलू को टटोला जाता है और सभी पक्षों से बातचीत कर उसे भी खबर में स्थान दिया जाता है।

समाचार का एक आवश्यक तत्व मानवीय पक्ष भी है। भले ही अखबार समाचार में सनसनी के तत्व की तलाश में रहते हों, मगर इस बात का भी ध्यान रखा जाता है कि मानवीय संवेदना उसके साथ किस कदर जुड़ी है। कोई समाचार मानवीय पक्ष को नुकसान तो नहीं पहुंचा रहा, इसका हमेशा ध्यान रखा जाता है। बलात्कार पीड़ित महिला या लड़की की पहचान सार्वजनिक नहीं करने की कानूनी व्यवस्था भी लागू है, लेकिन अखबार अपने स्तर पर भी पहचान को छिपाने के प्रति पूरी तरह सजग रहते हैं। इसी तरह, दुर्घटना में मारे गए लोगों के ऐसे फोटो, जो कि विचलित कर सकते हैं, छापने या दिखाने से परहेज किया जाता है।

समाचार का एक प्रमुख तत्व परिवर्तन करने की क्षमता से भी जुड़ा है। समाचार छापने या दिखाने के बाद आम जन उसके पक्ष या विपक्ष में अपनी राय बनाता है। समाचार को पेश करने के ढंग पर भी काफी हद तक ये बातें निर्भर करती हैं। कई उदाहरण रहे हैं कि समाचारों ने जनांदोलन खड़ा कर दिया। उत्तराखंड के पौड़ी शहर में अमर उजाला के पत्रकार स्व उमेश डोभाल की रहस्यमयी परिस्थितियों में गुमशुदगी का समाचार जब छपा, तो आंदोलन खड़ा हो गया। आंदोलन की आंच दिल्ली के वोट क्लब तक पहुंची और तत्कालीन उत्तर प्रदेश सरकार की सिफारिश पर केंद्र सरकार ने मामले की सीबीआई जांच बैठाई। बाद में पूरा मामला शराब माफिया द्वारा पत्रकार की हत्या कराने का निकलकर आया। उत्तराखंड आंदोलन का बड़ा उदाहरण हमारे सामने हैं। जटिल भौगोलिक परिस्थितियों वाले उत्तराखंड की तमाम दिक्कतों का हल जब अखबारों ने अलग प्रदेश का निर्माण बताया, तो फिर जगह जगह आंदोलन हुए और केंद्र सरकार को अलग राज्य बनाना ही पड़ा। समाचार के साथ उसका सामायिक होने का तत्व भी जुड़ा है। हालांकि कुछ समाचारों की ऐसी प्रवृत्ति होती है, जिसके लिए समय का कोई महत्व नहीं है। जैसे,

कोई वाहन दुर्घटना हो, उसके समाचार को छापने में विलंब किया ही नहीं जा सकता। मगर कोई ऐसी खबर जो कि सम सामायिक विषय को उठाने की क्षमता रखती हो और उसे थोड़ा रुक कर छापा जा सकता हो, तब उचित समय का इंतजार ही किया जाता है। उदाहरण के लिए कारगिल शहीदों के परिवारजनों की परेशानी का समाचार यूँ तो कभी भी छापा या दिखाया जा सकता है। मगर ऐन कारगिल दिवस के दिन ये समाचार सामने आए, तो उसका प्रभाव कई गुना बढ़ जाता है। अखबार या टीवी चैनल्स खास दिन में इस तरह की खबरों का इस्तेमाल करते हैं।

समाचार का दिलचस्प और रोचक होना बेहद जरूरी तत्व है। एक अच्छी खबर में सारे तत्व मौजूद हो, लेकिन रोचकता का अभाव हो, तो उसका प्रभाव घट जाता है। एक कुशल पत्रकार सामान्य सी घटना को भी रोचक अंदाज में पिरोकर पठनीय बना देता है। यह मानवीय स्वभाव रहा है कि वह किसी भी चीज में रोचकता जरूर तलाशता है। छोटे बच्चों के स्कूली पाठ्यक्रम में सरल और रोचक बातों के समावेश पर तभी इतना जोर है। इसी तरह, समाचारों का मामला भी है। समाचारों के शीर्षक से लेकर उसके भीतर की सारी सामग्री को रोचक अंदाज में प्रस्तुत करने पर जो अखबार जितना ध्यान देता है, उसे उसका उतना ही ज्यादा लाभ भी मिलता है। कुछ साल पहले दिल्ली में सीएनजी बसों को लेकर विवाद हुआ और लोगों को बस सुविधाएं नहीं मिल पाईं। दिल्ली के नागरिकों का एक जगह से दूसरी जगह निकलना मुश्किल हो गया। मजबूर और गुस्साए लोगों ने जगह जगह बसें तोड़ दीं और विरोध प्रदर्शन किया। नवभारत टाइम्स ने इस खबर का रोचक शीर्षक दिया। बे-बस लोगों का गुस्सा फूटा। इस शीर्षक में लोगों के बेबस यानी मजबूर होने का भाव भी था, तो बिना बस सुविधा के होने का भी। न्यूज चैनल्स भी न्यूज हेडलाइंस पर सबसे ज्यादा मेहनत करते हैं। क्योंकि उसे देखने के बाद ही दर्शक खबर देखने या ना देखने का मूड बनाता है।

समाचार लोगों की जानकारी भी बढ़ाता है। समाचार का यह तत्व बेहद महत्वपूर्ण है। समाचार से लोग जागरूक होते हैं। अखबार प्रारंभिक सूचना देने के अलावा उससे जुड़ी तमाम सारी बातों को संकलित कर पाठकों तक पहुंचाता है। समाचार का जानकारी बढ़ाने वाला यह रूप किस कदर महत्वपूर्ण है, यह इससे पता चलता है कि दस्तावेज के तौर पर भी अखबारों को सालों साल संभालकर रखा जाता है।

समाचार के कुछ प्रमुख तत्व इस प्रकार हैं –

- 1. सामयिकता—** किसी भी समाचार अथवा खबर को एकदम नवीन होने के साथ-साथ सही समय से जनसामान्य तक पहुंचना चाहिए।
- 2. स्थानीयता/निकटता—** सामान्यतया पाठक वर्ग अपने आस-पास गाँव, कस्बे या देश की खबरों में रुचि रखता है, बजाय इसके कि खबर दूर की हो। साथ ही वह उन खबरों में ज्यादा रुचि लेता है जिसका उस पर प्रत्यक्ष प्रभाव पड़ता है और जिन खबरों से वह अपना तारतम्य कर सकता है। उदाहरणार्थ— पाठक वर्ग को महंगाई का मुद्दा, रुपये के अवमूल्यन अथवा बैंक के राष्ट्रीयकरण की अपेक्षा ज्यादा प्रभावित करता है।
- 3. वैशिष्ट्य—** विशिष्ट लोगों के साथ जब कुछ घटित होता है तो वह भी समाचार का अहम हिस्सा बन जाता है। लोग इस तरह की घटनाओं के बारे में अधिक से अधिक जानने को आतुर हो जाते हैं।

4. **विवाद, हिंसा अथवा संघर्ष**— जब कभी गली मुहल्लों अथवा विभिन्न सम्प्रदायों में विवाद होता है तो जनसामान्य स्वतः ही इन विवादों से जुड़ जाता है। अतः सभी प्रकार के विवाद, हिंसा या संघर्ष भी खबर बन जाते हैं।
5. **सरकारी एवं राजनैतिक गतिविधियाँ**— समय-समय पर सरकारी गजट, कानून, बिल, एक्ट अध्यादेश नियमन आदि जिनसे आम जन प्रभावित होते हैं। अच्छी खबर बनते हैं। क्योंकि इन खबरों का सीधा असर लोगों के जीवन पर होता है और उनके निजी हानि-लाभ भी इससे जुड़े होते हैं।
6. **विकासशील परियोजनाएं एवं मुद्दे**— विज्ञान के क्षेत्र में किसी अन्वेषण का समाचार जिनसे किसी समुदाय या समाज के किसी हिस्से की जीवनशैली में बदलाव आता हो अथवा किसी असाध्य रोग की कारगर दवा की खोज का समाचार भी समाचार का महत्वपूर्ण तत्व है।
7. **मानवीय अभिरूचि**— ऐसी घटना जो साहस, शौर्य, हास्य, विजय, मनोरंजन, कौतूहल अथवा जिज्ञासा से भरपूर हो एवं ऐसा समाचार जो मानव-हित में हो और अनुकरणीय हो, अच्छा समाचार बन जाता है। पाठक ऐसी घटना अथवा सूचना को कौतूहल से पढ़ते हैं जो अन्य लोगों पर घटित हो रहा हो जैसे— खाप पंचायतों ने एक ही गोत्र में शादी करने पर पति-पत्नी को सजा देने का फैसला किया।
8. **मौसम एवं खेल**— चक्रवात, मानसून की पूर्व सूचना एवं खेल आदि भी समाचार के महत्वपूर्ण तत्व हैं।
9. **प्रतिक्रियात्मकता**— किसी घटना का समाचार के तौर पर आना फिर सिलसिलेवार उसकी ताजगी बनाए रखते हुए समाचार को सामयिक रखना समाचार की विशेषता बनता है। जैसे— आई.पी.एल. में ललित मोदी की भूमिका, जेसिका लाल हत्याकाण्ड अथवा आरुषि हत्याकाण्ड आदि जिनमें पाठक वर्ग अपने को समाचार से हर रोज जुड़ा पाता है।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— समाचार के तत्व क्या होते हैं ?
- प्रश्न 2— समाचार में क्या गुण होने चाहिए ?
- प्रश्न 3— सनसनी का समाचार में क्या महत्व है ?
- प्रश्न 4— सामयिकता किसे कहते हैं?
- प्रश्न 5— समाचार के प्रमुख तत्व कौन से हैं?

1.5 सारांश :

निष्कर्ष रूप में कहा जा सकता है कि समाचार की दुनिया बेहद विस्तृत है। दिनोंदिन इसका दायरा और बढ़ता जा रहा है। अंदर की खबरें निकालने, उसे देश दुनिया के सामने लाने का ट्रेंड लगातार बढ़ रहा है। मीडिया से जुड़े लोगों के अलावा आम जनमानस की भी समाचार को लेकर जागरूकता बढ़ी है। समाचार के नाम पर उसे बहुत बरगलाने जैसी बातें अब नहीं रह गई हैं। समाचार क्या है, क्या नहीं आम जनमानस को भी ये समझ में आने लगा है। ये ही कारण है कि अखबार या टीवी चैनल्स के कार्यालयों में रोजाना बड़ी संख्या में ऐसे समाचार आते हैं, जिन्हें उनका रिपोर्टर नहीं, बल्कि पब्लिक का कोई आदमी लाया होता है। मीडिया ग्रुप समाचारों

के मामले में दिनों दिन परिपक्व होते जा रहे हैं। समाचारों के उद्घाटन के कितने दूरगामी परिणाम हो सकते हैं, किस तरह के दबाव झेलने पड़ सकते हैं, मीडिया ग्रुपों का इसका पूरा अनुमान रहता है। किस कड़वी सच्चाई को आम जन मानस के सामने किस संतुलित ढंग से रखा जाना है, समाचार की तेजी से बदलती दुनिया में इसका तरीका अखबार और टीवी चैनल्स ने काफी हद तक तलाश लिया है।

1.6 शब्दावली :

खबरिया चैनल्स—नब्बे के दशक में निजी चैनल्स ने भारत में प्रवेश किया और छा गए। पहले पहले इनका स्वरूप एक मनोरंजक चैनल का रहा, जिसमें थोड़ा बहुत समय खबरें भी दिखाई गईं। मगर बाद में खबरों के लिए खास चैनल्स शुरू कर दिए गए। जिनका सिर्फ और सिर्फ एक ही काम है। वो है 24 घंटे खबरों का प्रसारण। पूरे समय खबर देने के कारण इन्हें देशी भाषा में खबरिया चैनल्स भी कहा जाने लगा है।

हेडलाइंस— टीवी न्यूज चैनल्स में खबरों को विस्तार से पेश करने से पूर्व हेडलाइंस दिखाई जाती है। अखबार में ये काम जहां शीर्षक करते हैं, टीवी चैनल्स में हेडलाइंस पर ये काम आ गया है। इसमें दिलचस्प ढंग से प्रमुख खबरों की चुनिंदा बात बताई जाती है और उसे सुर्खियों की तरह पेश किया जाता है।

ब्रेक :आम बोलचाल की भाषा में ब्रेक का मतलब थमने या अंकुश से लगाया जाता हो, मगर खबरें ब्रेक करने का मतलब सीधे तौर पर बड़ी सूचना का खुलासा करने से है। ऐसी खबरें हर एक का ध्यान अपनी ओर खींचती है। सबको चौंकाती है। खबरें ब्रेक करने का मतलब सबसे पहले किसी बड़ी सूचना को सार्वजनिक कर देना है।

1.7 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर :

1.3 के उत्तर

उत्तर 1— समाचार को अंग्रेजी में न्यूज कहते हैं। इस शब्द की व्याख्या करने पर दो बातें प्रमुख रूप से उभरती हैं। पहली बात, न्यूज अंग्रेजी के न्यू शब्द का बहुवचन है। न्यू का अर्थ नया है। इसलिए समाचार की पहली शर्त नयेपन से जुड़ी है। दूसरी बात, न्यूज शब्द के चार शुरुआती अक्षरों एन, ई, डब्ल्यू और एस से संबंधित है। ये चार शुरुआती अक्षर चार दिशाओं का बोध कराते हैं। एन से नार्थ यानी उत्तर, ई से ईस्ट यानी पूरब, डब्ल्यू से वेस्ट यानी पश्चिम और एस से साउथ यानी दक्षिण। कहा जा सकता है कि चारों दिशाओं की घटनाएं सूचनाएं समाचार हैं।

उत्तर 2— जार्ज एच मोरिस मानते हैं कि समाचार जल्दी में लिखा गया इतिहास है।

उत्तर 3— विषयों के आधार पर अखबार या न्यूज चैनल्स में खबरों की यदि बात करें तो वर्तमान में राजनीति, अपराध, खेलकूद, संस्कृति, फिल्म, पर्यटन, सामाजिक, विज्ञान और तकनीकी, कृषि और उद्योग जैसे महत्वपूर्ण विषयों पर विशेष ध्यान दिया जा रहा है। इन विषयों पर फोकस करते हुए अखबार में भी स्पेशल पेज इन विषयों पर दिये जा रहे हैं।

उत्तर 4— समाचार को अंग्रेजी में न्यूज (NEWS) इसलिए कहा जाता है क्योंकि समाचार का अर्थ नयी व चारो दिशाओं की सूचना से है और न्यूज का अर्थ न्यू व नार्थ-ईस्ट-वेस्ट तथा साउथ से है अतः चारों दिशाओं की नई घटना या सूचना ही न्यूज अथवा समाचार है।

उत्तर 5— गलत
1.4 के उत्तर

उत्तर 1— कुछ खास तत्व ही किसी घटना या सूचना को समाचार बनाते हैं। ये तत्व समाचार की आत्मा समान होते हैं। इन्हीं से तय होता है कि यह समाचार है या नहीं। समाचार का दिलचस्प और रोचक होना बेहद जरूरी तत्व है। एक अच्छी खबर में सारे तत्व मौजूद हो, लेकिन रोचकता का अभाव हो, तो उसका प्रभाव घट जाता है।

उत्तर 2— समाचार में नवीनता होना उसके साथ जुड़ी अनिवार्य शर्त है। बासी समाचार चाहे कितना भी बड़ा क्यों ना हो, उसकी कोई अहमियत नहीं है। समाचार को असाधारण होना चाहिए। साधारण घटनाएं घटती रहती हैं। ये घटनाएं ना तो आम आदमी को चौंकाती हैं और ना ही वह इसे जानने के लिए उत्सुक रहता है।

उत्तर 3— सनसनी समाचार का ऐसा तत्व है, जो कि दो धार वाली तलवार की तरह है। सही ढंग से इस्तेमाल किया जाए, तो मंजिल तक पहुंचा देता है। चूक हुई, तो भारी खामियाजा भी भुगतना पड़ता है। बड़े समाचार पत्र सनसनी फैलाने वाले समाचारों से बचते हैं और कभी कभार ही इस तरह के रास्ते पर आगे बढ़ते हैं।

उत्तर 4— सामयिकता का तात्पर्य किसी भी समाचार अथवा खबर को एकदम नवीन होने के साथ-साथ समय से जनसामान्य तक पहुँचना है।

उत्तर 5— समाचार के प्रमुख तत्व इस प्रकार हैं— सामयिकता, स्थानीयता/निकटता, वैशिष्ट्य, विवाद, हिंसा अथवा संघर्ष, सरकारी एवं राजनैतिक गतिविधियाँ, विकासशील परियोजनाएँ एवं मुद्दे, मानवीय अभिरूचि, मौसम एवं खेल, प्रतिक्रियात्मकता।

1.8 – संदर्भ ग्रन्थसूची :

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| 1. यादव, चंद्रदेव | : | हिंदी पत्रकारिता, स्वरूप और संरचना |
| 2. चतुर्वेदी, सुषमा | : | जनसंचार एवं पत्रकारिता, सुषमा चतुर्वेदी |
| 3. गुप्ता, डा० यू०सी० | : | मीडिया लेखन और प्रिंट पत्रकारिता |
| 4. सिंह, डॉ० निशांत | : | पत्रकारिता की विभिन्न धाराएं |
| 5. गुप्ता, बीएस एवं अग्रवाल, वीरबाला | : | हैंडबुक ऑफ जर्नलिज्म |
-

1.9 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री :

1. पत्रकारिता के मूलतत्व, डॉ० ए०आर० डंगवाल।
 2. समाचार, फीचर-लेखन एवं संपादन कला, डॉ० हरिमोहन
 3. इंटरनेट
-

1.10 निबन्धात्मक प्रश्न :

प्रश्न 1—शुरुआती प्रतिस्पर्धा के बाद अखबार और न्यूज चैनल्स आज किस तरह एक दूसरे के पूरक बन गए हैं ?

प्रश्न 2—सूचना तकनीक और टीवी चैनल्स के विस्तार के बाद आम जनमानस की समाचारों को लेकर अपेक्षा और भी बढ़ गई है। कैसे ?

प्रश्न 3—सूचना का अधिकार कानून अखबार और टीवी चैनल्स के पत्रकारों के लिए भी बेहद मददगार साबित हो रहा है। समझाइये ?

प्रश्न 4—किसी समाचार में सच्चाई और नयेपन का सबसे ज्यादा महत्व क्यों है ? व्याख्या किजिए।

इकाई –02

समाचार श्रेणी एवं स्रोत

इकाई की रूपरेखा

- 2.1 प्रस्तावना
- 2.2 उद्देश्य
- 2.3 समाचारों की श्रेणियां, वर्गीकरण
- 2.4 समाचार लेखन की शैली
- 2.5 समाचार मूल्य
- 2.6 समाचार के स्रोत
- 2.7 सारांश
- 2.8 शब्दावली
- 2.9 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 2.10 संदर्भ ग्रन्थ सूची
- 2.11 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 2.12 निबन्धात्मक प्रश्न

2.1 प्रस्तावना :

आजादी के दौर में समाचार देने की मंशा स्वतंत्रता के लिए संघर्ष कर रहे लोगों को एकजुट करने, आम जनमानस को आजादी के आंदोलन में कूदने के लिए प्रेरित करने की रहती थी। मगर बाद में स्थिति बदलने लगी।

भारत के नवनिर्माण, विकासपरक खबरों पर सबका फोकस हुआ। फिर समाचारों की दुनिया में व्यवसायिकता ने जोर पकड़ा, तो समाचारों की दुनिया बहुत ज्यादा विविधतापूर्ण हो गई। किसी वीवीआईपी की लाइफ स्टाइल से जुड़ी बात पहले कभी समाचार का हिस्सा नहीं बनती थी, मगर अब सब कुछ समाचार होता है।

इस इकाई में समाचार की श्रेणियां, वर्गीकरण, समाचार लेखन की शैली, समाचार मूल्य एवं समाचार के स्रोत आदि विषयों की जानकारी पत्रकारिता के छात्रों को दी जायेगी। क्योंकि एक अच्छे पत्रकार बनने के लिए समाचार के सभी पहलुओं को समझना आवश्यक है।

2.2 उद्देश्य :

पत्रकारिता को रोजगार के रूप में अपनाने वाले युवा व इस क्षेत्र में रुचि रखने वाले लोगों का पत्रकारिता के सभी बारिकियों से परिचय होना आवश्यक है। इस इकाई का उद्देश्य पाठ्यक्रम में अध्ययनरत छात्रों को समाचार के महत्व, श्रेणियों तथा वर्गीकरण की जानकारी दी

जायेगी। समाचार अपने आप में एक विस्तृत अध्ययन वाला विषय है समाचार से ही किसी भी समाचार माध्यम का अस्तित्व है समाचार यदि सही, रुचिपूर्ण व प्रभावी होगा तो समाचार माध्यम भी उतना प्रचलित व प्रभावी होगा। इसलिए समाचार के सभी पहलुओं की जानकारी इस विषय में अध्ययनरत छात्रों को होनी आवश्यक है।

इस इकाई से आप जान सकेंगे कि –

- समाचार का क्या महत्व है?
- समाचार को प्रमुखतः कितने वर्गों व श्रेणियों में रखा गया है?
- समाचार मूल्य क्या है?
- समाचार के प्रमुख स्रोत कौन-कौन से हैं?

2.3 समाचारों की श्रेणियां, वर्गीकरण :

समाचार की सौ फीसदी सटीक परिभाषा देना जितना मुश्किल है, ठीक वो ही स्थिति उसकी श्रेणियां और वर्गीकरण से जुड़ी हैं। विद्वानों ने अपने हिसाब से समाचारों की श्रेणियां तय करने और उसका वर्गीकरण करने का प्रयास किया है। हालांकि सभी ये भी मानते हैं कि समाचारों को एकदम श्रेणीबद्ध और वर्गीकृत करना संभव नहीं है। यह स्थिति तब और चुनौतीपूर्ण हो जाती है, जब अखबारों, न्यूज चैनल्स के बीच गलाकाट प्रतिस्पर्धा छिड़ी हो और किसी भी सूरत में नए के नाम पर कुछ भी परोसने की होड़ मची हो। फिर भी, मोटे मोटे तौर पर समाचारों का वर्गीकरण और श्रेणियां निर्धारण किया गया है।

विशिष्टता: समाचार अपने गुण के आधार पर अखबार या न्यूज चैनल्स में स्थान पाते हैं। इस हिसाब से देखें, तो समाचार की सबसे प्रमुख श्रेणी उसका विशिष्ट होना है। अखबार के कार्यालय में अब वो स्थिति नहीं है, कि शाम को जाकर किसी खास खबर पर चर्चा हो। विचार विमर्श का दौर सुबह से शुरू हो जाता है। प्रमुख खबरों के बीच भी लगातार प्रतिस्पर्धा होती है। कभी कभी ये तय करना मुश्किल हो जाता है कि दिन भर की सबसे बड़ी खबर कौन सी होगी। ऐसे समय में ही संपादक का विवेक कसौटी पर होता है। खबरिया चैनल्स की तो बात ही अलग है, उनके लिए दिन रात का कोई मतलब नहीं। किसी भी समय प्रमुख खबर के लिए उन्हें तैयार रहना पड़ता है। विशिष्ट खबर समाचार की वो श्रेणी है, जो कि अखबार के संदर्भ में है, तो पहले पेज की लीड होगी और यदि टीवी चैनल्स में हैं, तो हेडलाइंस में पहले नंबर पर आने के बाद सबसे पहले उसका ही जिक्र होगा।

सामान्य स्वरूप: समाचारों की दूसरी श्रेणी सामान्य किस्म की है। चूंकि अखबार या न्यूज चैनल्स किसी एक या दो खबर से नहीं चल सकता, इसलिए सामान्य श्रेणी की तमाम खबरों का भी अपना महत्व है। इस तरह की खबरों से भी एक वर्ग का खास जुड़ाव होता है। उदाहरण के लिए दिल्ली में भारत और पाकिस्तान के प्रधानमंत्री किसी खास मसले पर समझौता पत्र पर हस्ताक्षर करते हैं, तो यह उस दिन की ये विशिष्ट खबर होगी। इसी समय, यदि दिल्ली में किसी संगठन की बैठक चल रही हो, तो सामान्य होते हुए भी उसका महत्व रहेगा।

सीधा और सपाट: समाचार की एक श्रेणी उसके सपाट या सीधा होने से संबंधित है। किसी मसले पर जो यथा स्थिति है, उसे एकदम उसी अंदाज में सामने रख दिया जाता है। इसमें समाचार के

विश्लेषण की जरा सी भी कोशिश नहीं की जाती है। इसके विपरीत, एक श्रेणी समाचार के विश्लेषण से भी जुड़ी है। इसमें समाचार से जुड़े तथ्य, घटना का बारीकी से अध्ययन किया जाता है और उसके प्रभाव या फिर उसके पीछे छिपी कहानी को समझाने का प्रयास किया जाता है।

स्थान विशेष: कुछ विद्वानों ने समाचारों को उनके स्थान के आधार पर भी वर्गीकृत करने का प्रयास भी किया है। हेरम्ब मिश्र ने समाचारों को जिन चार स्तरों पर बांटा है, उसमें अंतरराष्ट्रीय, राष्ट्रीय, प्रांतीय और स्थानीय खबरें शामिल हैं। अखबार या न्यूज चैनल्स अपने अपनी जरूरत, अपने स्वरूप के अनुरूप खबरों को लेता है। बीबीसी का उदाहरण लें, तो अंतरराष्ट्रीय, खबरों पर उसका सबसे ज्यादा फोकस होता है। समाचार की इन श्रेणियों के हिसाब से ही तमाम न्यूज चैनल्स को राष्ट्रीय और क्षेत्रीय दोनों रूपों में सामने आना पड़ा है। सहारा ग्रुप का यहां पर उदाहरण दिया जा सकता है। सहारा समय राष्ट्रीय स्तर का एक बिलकुल अलग न्यूज चैनल भी चल रहा है, तो प्रदेशों के हिसाब से उसके तमाम क्षेत्रीय चैनल्स भी काम कर रहे हैं।

विषयों पर फोकस : समाचारों की विषयों के आधार पर भी श्रेणियां बनाई गई हैं। चूंकि भारत में पत्रकारिता आजादी के दौर में आगे बढ़ी है। इसलिए राजनीतिक और सामाजिक खबरों का शुरू से वर्चस्व रहा है। आज की स्थिति में भी राजनीतिक, सामाजिक खबरों का महत्व कम नहीं हुआ है। आम जन के हित में सरकार के स्तर पर उठाए जाने वाले कदमों की पड़ताल करते वक्त उसके राजनीतिक और सामाजिक पहलु पर भी अनिवार्य रूप से बात होती है।

सनसनीखेज होने की वजह से अपराध की खबरें आम आदमी का ध्यान अपनी ओर हर स्थिति में खींचती है। अपराध की खबरों के लिए इतनी जगह बन गई है कि उसके लिए अलग अखबार तक निकलने लगे हैं। न्यूज चैनल्स में सनसनी, एसीपी अर्जुन जैसे स्पेशल प्रोग्रामों ने अपनी अलग जगह बनाई है। इसके अलावा तमाम दुर्घटना, घटनाओं के समाचार भी मीडिया के लिए अनिवार्य शर्त बन गए हैं। खेल और सांस्कृतिक गतिविधियों से संबंधित खबरों पर पिछले कुछ सालों में खास ध्यान जाने लगा है। एक जमाने में इन दोनों विषयों से संबंधित खबरों को कोई खास महत्व नहीं मिल पाता था। मगर अब स्थिति बदल गई है। दिल्ली जैसे बड़े शहर में हर खेल के लिए अलग रिपोर्टर की व्यवस्था है।

विकास और रोजगार के मसले भारत जैसे तेजी से आगे बढ़ते देश में बेहद महत्वपूर्ण विषय हैं। इसलिए इनकी खबरें भी खास जगह पा रही हैं। फिल्मों का मानव जीवन पर जिस कदर असर रहा है, उसे देखते हुए फिल्मी खबरों ने अपना एक अलग स्थान बनाया है। खेल की तरह ही फिल्मों से जुड़ी खबरों के लिए सभी प्रमुख अखबार, न्यूज चैनल्स की एक अलग टीम काम करती है। हाल के कुछ सालों में खोजपरक खबरों की एक अलग श्रेणी विकसित हुई है। तहलका जैसे न्यूज पोर्टल को इस तरह की खबरों ने एक समय लोकप्रियता के शिखर पर पहुंचा दिया। इसके अलावा, आर्थिक, कृषि, ग्रामीण समाज, विज्ञान और तकनीकी, वन पर्यावरण, महिला, बाल विकास, साहित्य जैसे समाचारों की श्रेणियां भी मानी जाती है।

उपरोक्त श्रेणियों के अलावा समाचारों को मुख्य रूप से दो वर्गों में रखा जा सकता है।

1. ठोस समाचार (Hard News)–
2. व्याख्यात्मक समाचार (Soft News)–

1. ठोस समाचार (Hard News) : इस प्रकार के समाचार सीधे एवं सरल होते हैं ये वे समाचार होते हैं जिसमें घटना का सरल स्पष्ट और सही तथ्यात्मक विवरण प्रस्तुत किया जाता है। इनमें

तथ्यों को जैसे का तैसा प्रस्तुत किया जाता है, तथ्यों को तोड़ा-मरोड़ा नहीं जाता है। ऐसे समाचारों में दुर्घटनाएं, दंगा, प्राकृतिक आपदाएं, आपराधिक घटनाएं, किसी महत्वपूर्ण खेल गतिविधि की जीत-हार, लोकप्रिय व्यक्तियों के निजी जीवन की कोई आकस्मिक घटना आदि विषय प्रमुख होते हैं। अर्थात् वे सभी घटना प्रधान समाचार जिनमें कोई वैचारिक उलझाव नहीं होता। इन समाचारों को लिखते समय संवाददाता के लिए यह आवश्यक होता है कि वह घटनास्थल, समय, सत्यता और स्पष्टता का ध्यान रखे। घटना का क्या, कब, कहाँ, कौन द्वारा प्रस्तुतिकरण अर्थात् यह इतने बजे यहाँ इसके साथ घटित हुआ, हार्ड अथवा ठोस समाचार का जरूरी हिस्सा है।

कब, क्या, कहाँ (घटना के सम्बन्ध में) के साथ-साथ यदि क्या (what), कहाँ (where), कब (when), कौन (who) आदि का संतोषजनक उत्तर यदि संवाददाता नहीं दे रहा है तो समाचार अपने में पूर्ण नहीं है। क्या (what) का अभिप्राय है कि जो घटना घटी है और जिसकी जानकारी पाठक को दी जा रही है वह वास्तव में क्या है? यदि घटना का वर्णन स्पष्ट नहीं किया गया है या उसमें शाब्दिक उलझाव हैं, तो यह समाचार की सबसे बड़ी असफलता होगी। दूसरा बिन्दु है कहाँ (where)। अनजाने में ही पाठक वैज्ञानिक तौर पर यह जानने का इच्छुक होता है कि जो घटना उसके सम्मुख लाई जा रही है वह कहाँ घटित हुई है। यदि स्थान का विवरण या घटनास्थल की निशानदेही स्पष्ट रूप से नहीं हुई है, तो इससे पाठक को संतुष्टि नहीं होगी और उसके मन में जिज्ञासा बनी रहेगी। उदाहरण के तौर पर अगर कोई समाचार लेखक खबर का आरम्भ करते हुए जनपद का नाम लिखता है और यह उल्लेख करते हुए कि अमुक जनपद के एक गाँव में अमुक घटना हुई यह अच्छी पत्रकारिता का उदाहरण नहीं है। तीसरा प्रमुख बिन्दु है कब (when)। यह सबसे महत्वपूर्ण बिन्दु है क्योंकि अगर संवाददाता यह नहीं बताता कि जिस घटना की वह जानकारी दे रहा है वह कब घटित हुई तो यह नितांत अधूरा समाचार होगा। संवाददाता को तिथि और दिन ही नहीं, जहाँ तक सम्भव हो घटना का समय भी बताना चाहिए क्योंकि प्रत्येक पाठक सूचना या समाचार को जल्दी से जल्दी प्राप्त करना चाहता है। यदि रात के दस बजे घटित घटना उसे सुबह 6 बजे मिल जाती है तो यह उसकी संतुष्टि का कारण बनता है। अतः यह जरूरी है कि कब का जवाब समाचार में मौजूद हो। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए यह परिभाषाएं कुछ अलग हो जाती हैं क्योंकि घटनास्थल के सजीव चित्र बहुत कुछ खुद ही कह देते हैं। ऐसे में वहाँ पत्रकार को घटना की और अधिक बारीकी से छानबीन कर नए तथ्यों के सामने लाना जरूरी हो जाता है।

अगला प्रमुख बिन्दु है कौन (who) अर्थात् घटना किसके साथ घटित हुई। जरूरी नहीं कि घटना से प्रभावित व्यक्ति या व्यक्तियों से पाठक परींचित हो लेकिन फिर भी उसकी पाठक या दर्शक की इच्छा होती है कि उसे यह पता चले कि यह घटना किसके साथ घटी है। अगर यह जानकारी उसे नहीं मिलती तो यह समझ लेना चाहिए कि समाचार अधूरा है।

अतः क्या (what), कहाँ (where), कब (when), कौन (who) ये कुछ बिन्दु हैं जो समाचार का निर्माण करते हैं।

2. व्याख्यात्मक समाचार (Soft News) : लेकिन पाठक मात्र क्या, कहाँ, कब, कौन से ही संतुष्ट नहीं होता उसे घटना के पीछे विद्यमान कारणों क्यों (why), कैसे (how) की जानकारी या विश्लेषण भी चाहिए। प्रत्येक पाठक अप्रत्यक्ष रूप से यह जिज्ञासा बनाए रखता है कि जो घटना उसके सामने लाई जा रही है वह क्यों और कैसे घटित हुई। यही विश्लेषण विवेचना सौफ्ट न्यूज

अथवा व्याख्यात्मक खबर बन जाती है। व्याख्यात्मक खबर (Soft News) वह समाचार है जिसमें घटना की गहन खोजबीन की जाती है, उस पर समग्र रूप से प्रकाश डाला जाता है।

समाचार लेखन की शैली : वैसे तो समाचार लेखन की कई शैलियाँ हैं, लेकिन प्रमुख रूप से समाचार लेखन में दो शैलियाँ अपनाई जाती हैं।

1. विलोम पिरामिड (Inverted Pyramid)
2. सीधे पिरामिड (Upright Pyramid)

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

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

2. सीधे पिरामिड (Upright Pyramid)— समाचारों की यह शैली सीधे पिरामिड की तरह अपनाई जाती है जो विलोम पिरामिड की शैली से बिल्कुल उलट है। इसमें समाचार के सबसे महत्वपूर्ण तत्व को सबसे पहले न देकर मध्य या अन्त में दिया जाता है। समाचार के प्रारम्भ में कम महत्व के ऐसे तत्व दिए जाते हैं, जो पाठक की अभिरुचि जागृत कर सकते हैं। यह शैली अधिकता फीचर समाचारों, रिपोर्टों तथा मानवीय संवेदना से सम्बन्धित समाचारों में प्रयोग में लाई जाती है।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1—** प्रमुख विद्वान हेरम्ब मिश्र ने समाचारों को किन चार स्तरों पर वर्गीकृत किया है।
- प्रश्न 2—** खोजपरक खबर आम समाचारों से किस तरह भिन्न होता है।
- प्रश्न 3—** समाचार को कितने भागों में वर्गीकृत किया गया है?
- प्रश्न 4—** समाचार लेखन में प्रयुक्त शैलियों को संक्षिप्त में परिभाषित कीजिए
- प्रश्न 5—** विलोम पिरामिड को समझाइये?

2.4 समाचार लेखन की शैली :

हर घटना के दौरान कोई रिपोर्टर मौजूद हो, यह संभव नहीं। घटनाओं का प्रवाह इतना तेज होता है, कि किसी भी जगह ऐसा नहीं हो सकता। ऐसी स्थिति में प्रत्यक्षदर्शियों और अन्य

स्रोतों से खबर जुटाकर रिपोर्टर अपना काम करता है। उसका खबर को प्रस्तुत करने का अंदाज ऐसा होता है, कि लगता है कि रिपोर्टर का सब कुछ अपनी आंखों से देखा हुआ है। दरअसल, ये ही समाचार लेखन की शैली का सबसे बड़ा गुण है, जिसमें प्रत्यक्षदर्शी अपने आंखों से देखी हुई बात पर भरोसा करे ना करे, अखबार या न्यूज चैनल्स की खबर पर जरूर यकीन करता है। समाचार लेखन की शैली में विश्वसनीयता, समग्रता समेत तमाम ऐसी चीजें जुड़ी होती हैं, कि हर एक को उस पर भरोसा करने के लिए मजबूर कर देती है। जैसे जैसे मीडिया का क्षेत्र विकसित होता जा रहा है, वैसे वैसे समाचार लेखन की शैली में सकारात्मक बदलाव आता जा रहा है। पिछले बीस सालों के भीतर तो समाचार लेखन की शैली में क्रांतिकारी बदलाव आए हैं।

रोजमर्रा की दुनिया में आम जनमानस की भाग दौड़ बहुत बढ़ गई है। खबरों से वह अपडेट जरूर रहना चाहता है, मगर उसमें ही खोये रहने का उसके पास अब वक्त नहीं है। वह सुबह चाय की चुस्की के साथ अखबार की हेडलाइन पर नजर मारता है। कौन सी खबर उसके मतलब की है, वह एक क्षण में उसका निर्धारण कर लेता है। न्यूज चैनल देखता है, तो रिमोट उसके हाथ पर होता है। किसी खबर से उसका मन उचाट होने में जरा सा भी टाइम नहीं लगता। ये स्थिति बतलाती है, कि एक आम आदमी को खबर पढ़ाना या दिखाना, मीडिया के क्षेत्र में कार्यरत लोगों के लिए किस कदर बड़ी चुनौती बन गया है। यह स्थिति समाचार लेखन की शैली में लगातार सकारात्मक बदलाव के लिए भी मीडिया लाइन के लोगों को प्रेरित कर रही है। मीडिया लगातार सर्वे करा रहा है। उस हिसाब से समाचार लेखन की अपनी नई शैली विकसित कर रहा है। एक जमाने में बेहद लंबी लंबी खबरें छापने वाले अमर उजाला अखबार में खबरों का साइज एकदम तय कर दिया गया है।

दरअसल, समाचार लेखन की शैली सीधे सीधे एक कला है। एक बेहतरीन कला। जिस तरह खबरें संजोयी और लिखी जाती हैं, वह आम आदमी के मन मस्तिष्क पर गहरा असर छोड़ती है। सूचनाओं की पुष्टि, हर एक संबंधित पक्ष का वर्जन, प्रभावशाली हेडिंग, सब हेडिंग, ठोस इंद्रो, भाषा शैली, तथ्यों का सरल, सहज और असरकारी ढंग से प्रस्तुतिकरण जैसी तमाम बातों पर कितना ध्यान दिया गया है, यह महत्वपूर्ण होता है। किसी समाचार के प्रभावशाली होने या ना होने का आधार ये सारी बातें बनती हैं। अखबार, रेडियो या न्यूज चैनल्स के समाचार लेखन की शैली में अंतर आ जाता है। जाहिर तौर पर अखबार की खबर लिखते वक्त रिपोर्टर के लिए करने को बहुत कुछ होता है। ये स्थिति रेडियो या न्यूज चैनल के रिपोर्टर के साथ नहीं है। उसे बहुत कम शब्दों में बात कहनी होगी। फिर भी समाचार एकत्रित करने से लेकर उसके प्रस्तुतिकरण में सभी जगह के रिपोर्टरों को बराबर मेहनत करनी होती है। उनके काम करने का तरीका कहीं कहीं पर काफी समान भी होता है।

सबसे पहले समाचार संकलन करने की बात करते हैं। खबर लिखने की शैली चाहे जितनी विकसित हो गई हो, मगर पाश्चात्य विद्वान रूडियर्ड किपलिंग ने जिस सिद्धांत को कई साल पहले दुनिया के सामने रखा, उसका आज भी कोई सानी नहीं है। किपलिंग ने समाचार संग्रह करते वक्त पांच डब्ल्यू और एक एच की अनिवार्यता को सामने रखा है। खबरों को जुटाते वक्त ऐसी स्थिति भी आती है, जब इनमें से कुछ एक छूट जाता है या छोड़ना पड़ता है। मगर सामान्य स्थिति में इनके बगैर काम नहीं चलता। पांच डब्ल्यू का मतलब व्हाट, वेयर, वेन, हू, वाय से है। यानी खबर में क्या, कहां, कब, कौन, क्यों और कैसे का जवाब तलाशना अनिवार्य शर्त है। इसके अलावा एक एच का मतलब हाउ से है, यानी कैसे। हिंदी में इन्हें छह ककार कहा गया है।

जिसमें ये पता लगाया जाए कि कोई भी घटना क्या है। कहां हुई है। कब हुई है। घटना से कौन प्रभावित है। घटना क्यों हुई यानी उसका कारण और घटना किस प्रकार घटी। इन सारी बातों का पता लगाने के लिए रिपोर्टर विभिन्न स्रोतों का सहारा लेता है। उदाहरण के लिए कहीं कोई दुर्घटना हो गई, तो इसका समाचार जुटाते वक्त वह प्रभावितों से भी बात करेगा, तो प्रत्यक्षदर्शियों से भी। इसके अलावा पुलिस, प्रशासन और अन्य तमाम एजेंसियां, जिनका घटना से सरोकार हो, का भी पक्ष जानेगा। यह सब करते हुए वह सूचनाओं को क्रॉस चेक जरूर करेगा। कभी कभी दुर्घटनाओं के समाचार में मृतकों की संख्या को लेकर असमंजस पैदा होता है। इन स्थितियों में एक रिपोर्टर को बहुत सलीके से संतुलन बनाकर खबर पेश करनी होती है।

खबर के पांच भाग: एक खबर को लिखते वक्त मोटे तौर पर उसे पांच भागों में बांटा जा सकता है। कहा जा सकता है कि समाचार का बॉडी मैटर पांच बातों से मिलकर बनता है। खबर में सबसे पहले शीर्षक या हेडिंग लिखा जाता है। पूरी खबर को तुरंत जानना हो, तो यह केवल हेडिंग से ही संभव है। चाहे वो अखबार की खबर का हेडिंग हो या न्यूज चैनल्स की हेडलाइन, आम आदमी उसे पढ़ या देखकर ही मनःस्थिति बनाता है, कि इस खबर से उसे जुड़ना है या नहीं। हेडिंग खबर का सबसे महत्वपूर्ण सार है, जो कि बहुत कम शब्दों में पूरी बात कह जाता है। एक तरह से वह खबर की जान है। तकनीकी कारणों से हेडिंग बहुत बड़ा नहीं हो पाता, इसलिए उसे और ज्यादा स्पष्ट करने के लिए उप शीर्षक यानी सब हेडिंग का भी सहारा लिया जाता है। दोनों को मिलाकर जब पढ़ा जाता है, तो खबर पूरी तरह स्पष्ट हो जाती है। अखबारों की दुनिया में आज का जो चलन है, उसमें हेडिंग, सब हेडिंग के अलावा क्रॉसर, प्वाइंटर्स और ग्राफिक्स, चित्रों के माध्यम से ज्यादा बात कहने की कोशिश की जा रही है। हेडिंग का टाइप जितना बड़ा होगा, वह उतना ज्यादा असरकारी रहेगा। हालांकि हर अखबार की अपनी स्टाइल शीट होती है, जिसमें हेडिंग से लेकर तमाम अन्य बातों के लिए दिशा निर्देश तय होते हैं। इसी का पालन किया जाता है।

हेडिंग, सब हेडिंग के बाद खबर में इस बात का जिक्र किया जाता है, कि कहां से खबर को कौन प्रस्तुत कर रहा है। अखबारों में डेटलाइन और क्रेडिट लाइन देने का बहुत पुराना चलन रहा है। खबर का स्थान, उसके बाद तारीख और किस स्रोत के जरिये खबर दी जा रही है, यह सब डेटलाइन, क्रेडिट लाइन में शामिल होता है। हालांकि लगातार घटते स्पेस के कारण तमाम अखबारों में डेटलाइन का स्वरूप ही बदल गया है। अब खबर का स्थान तो दिया जा रहा है, मगर हिंदुस्तान, अमर उजाला जैसे कई अखबारों ने डेटलाइन से तारीख गायब कर दी है। न्यूज चैनल्स की बात करे, तो वहां भी संबंधित खबर की हेडलाइन दिखाने के बाद जब खबर विस्तार से दिखाई जाती है, तो सबसे पहले ये ही बताया जाता है कि खबर किस स्थान से संबंधित है और कब की है।

खबर की बॉडी में तीसरा और बेहद महत्वपूर्ण स्थान आमुख या इंट्रो का है। खबर के सारे महत्वपूर्ण तथ्य इंट्रो में शामिल रहते हैं और साफ इशारा हो जाता है कि खबर आगे किस दिशा में आगे बढ़ेगी। जरूरत के हिसाब से एक इंट्रो छोटा या बड़ा पैराग्राफ हो सकता है, मगर खबर का कोई भी अहम तथ्य इसमें आए बगैर नहीं रह सकता। अति व्यस्त हो चुकी दुनिया में आज कल आम आदमी की जो स्थिति है, उसमें वह सुबह सवेरे अखबार में हेडिंग, सब हेडिंग, क्रॉसर, प्वाइंटर्स के बाद इंट्रो पढ़ कर अन्य खबरों पर नजरें दौड़ाने लगता है। सीधे उससे जुड़ी खबर हो या फिर अन्य बेहद महत्वपूर्ण मामला हो, तभी वह पूरी खबर पढ़ता है। संपादकीय टीम

किसी खास खबर के इंट्रो पर बेहद मेहनत करती है। इंट्रो, हेडिंग, सब हेडिंग कितने महत्वपूर्ण है, डा एनसी पंत के इस कथन से अंदाजा लगाया जा सकता है। डा पंत के मुताबिक, समाचार का प्राण समाचार के मध्य में ना होकर उसके आरंभ में तथा पहले वाक्य में होता है। समाचार के शीर्षक और उसके आरंभिक अंश को पढ़ने तथा देखने से ही संपूर्ण समाचार की स्थिति, घटना चक्र तथा निष्कर्ष का पता चल जाता है।

खबर के अन्य भाग में विवरण और निष्कर्ष को लिया जाता है। हेडिंग, इंट्रो के बाद समाचार का संपूर्ण विवरण चौथे भाग में आता है। यह भाग कई पैराग्राफ तक विस्तार पा सकता है। इसमें खबर से जुड़ी सारी बातें आ जाती हैं। अंतिम भाग निष्कर्ष होता है। हालांकि खबर लिखने के पुराने तरीके में इंट्रो में शामिल तथ्यों को बाद में पूरे विस्तार से दिया जाता था। इस प्रक्रिया में तथ्यों में दोहराव होता था। मगर अब इस पर लगभग सभी जगह रोक लगाई जा रही है। कोशिश होती है, कि जो बातें इंट्रो में आ गई हों, वह विवरण देते वक्त ना आएँ।

समाचार लिखने से जुड़ी इन सारी बातों को इस खबर के जरिये और बेहतर ढंग से जाना जा सकता है।

काल बनी भर्ती, 15 की मौत

ट्रेन की छत पर बैठे थे युवक, पुल के तारों में टकराने से गिरकर गई जान

16 छात्र हादसे में गंभीर रूप से घायल

02 लाख छात्र आए थे आईटीबीपी भर्ती में

08 बसों को फूँका और 35 दुकानें लूटीं

अमर उजाला ब्यूरो

बरेली/शाहजहांपुर। बरेली में मंगलवार को भारत तिब्बत सीमा पुलिस आईटीबीपी में टेडमैन की भर्ती के लिए उत्तर भारत से आए हजारों छात्रों ने जमकर बवाल काटा। वहीं, लौटते वक्त शाहजहांपुर में ट्रेन की छत से गिरने के कारण 15 छात्रों की मौत हो गई।

पुलिस ने बताया कि लौट रहे युवक खचाखच भरी हिमगिरी एक्सप्रेस की छत पर सवार हो गए। शाहजहांपुर से निकलते ही काठ के पुल के आगे लगे तारों में उलझकर गिरने से 15 युवकों की मौत हो गई और 16 गंभीर रूप से घायल हो गए। मृतकों में 12 के शव जिला अस्पताल पहुंचाए जा चुके हैं, जबकि डीएम ने नौ लोगों के मरने की पुष्टि की है। मृतकों व घायलों में ज्यादातर छात्र यूपी के पूर्वांचल और बिहार के हैं। छह मृतकों और सात घायलों की शिनाख्त हो गई है। हादसे के बाद युवकों ने एसी कोच में आग लगा दी। बदायूं पहुंचे युवकों ने वहां भी वाहनों में तोड़ फोड़, पथराव और मारपीट की।

—अमर उजाला, देहरादून, बुधवार, 2 फरवरी 2011

इस समाचार पर नजर दौड़ाने पर स्पष्ट होता है कि काल बनी भर्ती, 15 की मौत बहुत छोटा, मगर प्रभावी हेडिंग है। इसके बाद ट्रेन की छत पर बैठे युवकों के पुल के तारों में टकराने

से जान गंवाने का जिक्र सब हेडिंग में किया गया है। हेडिंग, सब हेडिंग घटना का प्रारंभिक चित्र खींचने के लिए पर्याप्त हैं। इसके बाद कुछ और बातों, जैसे कि 16 छात्र गंभीर घायल, दो लाख युवक आईटीबीपी भर्ती के लिए आए थे और आठ बसों, 35 दुकानों को फूँका गया, जैसे प्वाइंटर और क्रासर दिए गए हैं, जिससे खबर और स्पष्ट हो जाती है। इसके बाद अमर उजाला ब्यूरो लिखा गया है, जो कि क्रेडिट लाइन है। यानी अमर उजाला ने किसी समाचार एजेंसी से नहीं, बल्कि अपने ब्यूरो के माध्यम से खबर ली है। बरेली/शाहजहांपुर, से खबर दी गई है, इसलिए यह डेटलाइन है। हालांकि इसमें तारीख का उल्लेख नहीं है। छोटे से इंद्रों में सारे अहम तथ्यों का खुलासा है। फिर विवरण और निष्कर्ष तक बात पहुंची है।

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न-1— समाचार लेखन में पांच डब्ल्यू और एक एच के मायने क्या हैं ?

प्रश्न-2— एक खबर को प्रमुख तौर पर कितने भागों में बांटा जा सकता है ?

प्रश्न-3— हेडिंग और इंद्रों की महत्ता पर विद्वान डा एनसी पंत का क्या कहना है?

2.5 समाचार मूल्य :

मीडिया को लोकतंत्र में चौथे खंबे की संज्ञा दी गई है। कार्यपालिका, विधायिका और न्यायपालिका के बाद मीडिया की भूमिका को रेखांकित किया गया है। हालांकि ये बात भी अपनी जगह है कि अभिव्यक्ति के लिए मीडिया को देश के संविधान ने अलग से कोई अधिकार प्रदान नहीं किए हैं। एक आम आदमी को अभिव्यक्ति का जिस हद तक अधिकार हासिल है, मीडिया उससे आगे नहीं जा सकता। इन स्थितियों के बीच, समाचार के मूल्य कहीं अलग से निर्धारित नहीं किए गए हैं। जन अपेक्षाओं को करीब से महसूस करते हुए बहुत हद तक मीडिया जगत ने खुद ही अपने लिए आचार संहिता तय की है। समाचारों के मूल्य भी बहुत हद तक खुद ही निर्धारित किए गए हैं। इस लिहाज से समाचार के निम्नलिखित मूल्य माने जाते हैं।

सत्य, निष्पक्ष और बेबाक : मीडिया से निष्पक्षता, सत्यता और बेबाक अभिव्यक्ति की हमेशा से अपेक्षा रही है। मगर सच्चाई ये भी है कि मीडिया अभिव्यक्ति के मामले में बाहर से जितना स्वतंत्र दिखाई देता है, उतना ही नहीं। तमाम तरह के दबाव मीडिया पर शुरू से रहे हैं और खबरों पर उनका असर पड़ता रहा है। इक्कीसवीं सदी में तेजी से आगे बढ़ते भारत में बाजार ने जितना विस्तार पाया है, उसने तो समाचार के मूल्यों के मामले में बेहद चुनौतीपूर्ण स्थिति खड़ी कर दी है। अखबार जब तक मिशनरी भावना से निकलते रहे, तब तक तो समाचारों में निष्पक्षता, सत्यता और बेबाकी के बहुत हद तक दर्शन होते थे। हालांकि तब भी, कई अखबार ऐसे निकले, जिन्होंने सत्ता प्रतिष्ठान की सरपरस्ती में काम किया। उनकी पत्रकारिता सत्ता प्रतिष्ठान के गुणगान और उसकी नीतियों का बचाव करने तक सीमित रही। मीडिया का क्षेत्र जब से विशुद्ध व्यवसायिक हुआ और खबर एक प्रोडक्ट के रूप में देखे जाने लगी है, तब से समाचारों के मूल्यों का मामला और पेचीदा हो गया है। इन स्थितियों के बावजूद, पूर्व से स्थापित समाचार मूल्यों का महत्व अपनी जगह है। मीडिया पर इनके पालन का उतना ही बड़ा दबाव है, जितना व्यवसायिकता का। ये भी सच्चाई है कि जिस अखबार या न्यूज चैनल्स से मूल्य आधारित खबरें गायब हो जाएंगी, वह आगे नहीं बढ़ पाएगा। इन स्थितियों में मीडिया खबरों में मूल्य और व्यवसायिक लाभ दोनों का समन्वय स्थापित कर आगे बढ़ने का प्रयास कर रहा है।

विविधता : आज की तारीख में किसी अखबार या न्यूज चैनल्स में हर तरह की खबर देना अनिवार्य हो गया है। यानी विविधतापूर्ण खबरें हर अखबार, चैनल्स को चाहिए। आम पाठक या दर्शक के नजरिये से सोचे, तो मीडिया उसके लिए कई भूमिकाओं में है। सूचना देना, शिक्षित करना, दिशा देना ये सारी बातें तो हैं ही, मगर वह इससे भरपूर मनोरंजन की भी उम्मीद करने लगा है। अपने दायित्व का निर्वहन करते हुए जनहित में गंभीर किस्म के समाचार देना अखबार, न्यूज चैनल्स के लिए जरूरी है। मगर अखबार को यदि पाठक और न्यूज चैनल्स को दर्शक वर्ग बढ़ाने की चिंता भी है, तो फिर उसे एक अंधेड़ गुरु और उसकी जवान शिष्या की लव स्टोरी या फिर पुलिस के एक बड़े अफसर के राधा बनकर नाचने जैसी खबरों को भी प्रमुखता से देना ही होगा। ऐसी स्थिति में मीडिया ने बीच का रास्ता निकाल लिया है, जिसमें आम आदमी का उस भरोसा भी कायम रहे और वह अपने व्यवसायिक उद्देश्यों की पूर्ति भी कर सके।

हर वर्ग से जुड़ाव : मीडिया से ये उम्मीद जरूर रहती है, कि आम आदमी की भले ही किसी खबर में कोई दिलचस्पी ना हो, मगर यदि समाज हित में उसका सामने आना आवश्यक है, तो फिर उसे रोका नहीं जाना चाहिए। इसके अलावा मीडिया को आम आदमी इतना निष्पक्ष महसूस करे, कि अपनी किसी भी दिक्कत परेशानी का हल खोजने के लिए सहज होकर उसके पास पहुंच सके। उसे यह भय ना सताए, कि वह गरीब है, तो उसकी सुनवाई मीडिया में नहीं होगी। जहां तक समाचार मूल्य के निर्धारण का सवाल है, तो यह दायित्व फील्ड में कार्य कर रहे संवाददाता से लेकर संपादक तक के कंधों पर बराबर है। कोई खबर आम आदमी से कितनी जुड़ी है। इसका क्या दूरगामी असर पड़ सकता है। इन सब बातों का निर्धारण संवाददाता और संपादक अपने विवेक से कर लेते हैं। वह घटना, जिसका व्यापक असर जनमानस पर पड़ता हो। लोग भी उसे जानने के लिए उत्सुक हो। मीडिया भी यह महसूस करता हो कि जन और समाज हित में उसे सामने आना चाहिए, तो खबर के मानदंड के अनुसार यह स्थिति सबसे महत्वपूर्ण है। समाचारों को प्रमुखता से प्रस्तुत करते वक्त उसकी इसी तरह की विशिष्टता का सर्वाधिक ध्यान रखा जाता है।

बदलाव की क्षमता : समाचार मूल्य का निर्धारण करते हुए उसमें निहित परिवर्तन की क्षमता का भी आकलन किया जाता है। बोफोर्स, हवाला जैसे घोटालों से लेकर हालिया कॉमनवेल्थ खेल और दूरसंचार घोटालों की रोशनी में देखा जाए, तो यह बात साफ होती है कि इनकी संबंधित खबरों ने स्थिति में बदलाव लाने में अहम भूमिका निभाई है। दुर्घटना, आपदा, विकास, प्रतिष्ठा, मानवीय अभिरुचि, संभावनाएं, परिणाम, सामायिकता जैसी तमाम सारी बातें हैं, जो कि समाचार का मूल्य स्थापित करने में महत्वपूर्ण योगदान करती है। कोई अखबार या न्यूज चैनल आम तौर पर खबरों को तीन श्रेणियों में बांट देता है। अति महत्वपूर्ण, महत्वपूर्ण और कम महत्वपूर्ण समाचार। घटना की स्थिति, प्रकृति और उसके प्रभाव का विश्लेषण करने के बाद ही कोई अखबार या न्यूज चैनल समाचार के मूल्य तय करते हैं।

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— समाचार के मूल्य क्या हैं ? बताइए ?

प्रश्न 2— वर्तमान समय में मीडिया जगत के लिए क्या चुनौतियां हैं ?

2.6 समाचार के स्रोत :

जिन लोगों का मीडिया की दुनिया से वास्ता नहीं है, उनके लिए घोर आश्चर्य का विषय होता है कि समाचार आते कहां से है। मीडिया में सक्रिय लोगों से अक्सर आम आदमी ये जानना भी चाहता है कि सारी खबरें उन्हें कैसे पता चल जाती है। दरअसल, समाचार हमारे आस पास ही बिखरे होते हैं। एक रिपोर्टर की पारखी नजर उन्हें तलाश कर लेती है। गली मुहल्लों में घूमते वक्त या फिर किसी से गपियाते हुए ही रिपोर्टर को अक्सर खबरें मिल जाती है। नंद किशोर त्रिखा ने रिपोर्टर के गुणों पर लिखा है कि समाचारों के संकलन, व्याख्या और यथार्थपूर्ण प्रस्तुतिकरण के लिए संवाददाता में गुप्तचर, मनोवैज्ञानिक और वकील के गुण होने चाहिए। इस आधार पर कहा जा सकता है कि समाचार जुटाना बेहद चुनौतीपूर्ण, दायित्वपूर्ण और जटिल कार्य है। घर बैठे किसी रिपोर्टर को खबरें नहीं मिल सकती। इसके लिए उसको घुमंतू बनना पड़ता है। अखबार या न्यूज चैनल में एक रिपोर्टर खबर नहीं लाता, बल्कि पूरी टीम काम करती है। तमाम रिपोर्टर होते हैं, जिन्हें बीट बंटी हुई होती है। अपनी बीट पर काम करते हुए रिपोर्टर तमाम लोगों को अपने स्रोत के तौर पर भी इस्तेमाल करता है। स्रोत के साथ उसके घनिष्ठ पारिवारिक जैसे संबंध बन जाते हैं। उसके नाम की गोपनीयता बनाए रखी जाती है। उससे प्राप्त सूचनाओं को अन्य माध्यमों से भी कास चेक करके समाचार प्रस्तुत किया जाता है।

समाचार के ये स्रोत तो व्यक्ति के रूप में हुए, मगर देखा जाए, तो कई अन्य स्रोत भी हैं, जो कि रिपोर्टर को उसके काम में बेहद मदद करते हैं। कई प्रत्याशित स्रोत होते हैं, जहां पर घूमकर या पता कर रिपोर्टर को खबर मिलने की गारंटी होती है। इनमें संसद, विधानसभा, सचिवालय, राजनीतिक दलों के मुख्यालय, पुलिस और अन्य विभागों के मुख्यालय, कोर्ट कचहरी, पुलिस थाने, नगर पालिका, हास्पिटल आदि को शामिल किया जा सकता है। इसके अलावा कोई पूर्वघोषित कार्यक्रम, मीटिंग आदि से भी खबरें मिलती ही हैं। प्रेस कान्फ्रेंस, प्रेस विज्ञप्तियां, कोर्ट में चल रहे मुकदमे आदि से भी खबरें मिलना निश्चित रहता है।

खबरों के अप्रत्याशित स्रोत भी होते हैं, जिनके बारे में रिपोर्टर को पूर्व में कोई अनुमान नहीं होता। ये अक्सर होता है कि किसी प्रत्याशित स्रोत के पास रिपोर्टर जिस खबर के लिए जा रहा हो, वहां उसे अप्रत्याशित खबर मिल जाए। ऐसे में तुरंत सक्रिय होकर उसका संपूर्ण विवरण जुटाने के लिए रिपोर्टर को जुटना होता है। उदाहरण के लिए विधानसभा के सत्र को कवर करने के लिए रिपोर्टर जा रहा है। यह प्रत्याशित स्रोत है, जहां से उसे हर हाल में खबर मिलनी है। मगर इस बीच, विधानसभा भवन के बाहर ही राजनीतिक दलों के बीच कोई बड़ा टकराव हो जाए, तो यह अप्रत्याशित खबर होगी। इसी तरह, कई बार दुर्घटना या अन्य घटनाओं के समाचार मिल जाते हैं, जिनके बारे में पहले से सोचा नहीं होता है।

खबरों कई पूर्वानुमानित स्रोत होते हैं। यहां पर खबरें मिलने की गारंटी नहीं होती, मगर रिपोर्टर अपने अनुमान के आधार पर काम करता है। कभी कभी खबरों के लिहाज से मायूसी मिलती है, तो कभी कभी इतनी बड़ी खबर सामने आ जाती है, जिसकी किसी को कल्पना नहीं होती। काम करते करते रिपोर्टर इतना अनुभवी हो जाता है, कि उसे यह अंदाजा होने लगता है कि कहां से उसे खबरें मिल सकती हैं। वह इधर उधर ना भटककर उन स्थानों पर ही फोकस करता है। इसके अलावा पूर्व में सामने आ चुकी खबरों का लगातार फॉलोअप करके भी रिपोर्टर को अच्छी खबरें मिल जाती हैं।

अखबार और न्यूज चैनल्स को उनके काम में समाचार एजेंसियों का भी बहुत बड़ा सहारा होता है। अखबार या न्यूज चैनल इन एजेंसियों को खबरों के लिए ठीक उसी तरह भुगतान करता है, जैसे हम सभी को तमाम मनोरंजन चैनल्स देखने के लिए अपने केबिल ऑपरेटर को शुल्क देना पड़ता है। समाचार एजेंसियों से मिली खबर का इस्तेमाल करना या ना करना संबंधित मीडिया ग्रुप का अपना अधिकार होता है। किसी भी समाचार माध्यम के लिए पूरे विश्व में रिपोर्टर की तैनाती संभव नहीं होती। इसलिए मीडिया ग्रुप समाचार एजेंसियों के बड़े नेटवर्क का सहारा लेते हैं। अंतरराष्ट्रीय स्तर पर अमेरिका की एपी, आईएनएस, यूपीआई, ब्रिटेन की रायटर, फ्रांस की एएफपी, सोवियत रूस की तास, भारत की पीटीआई और यूएनआई जैसी समाचार एजेंसियों ने अपनी खास जगह बनाई है।

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न -1- समाचार के प्रत्याशित और अप्रत्याशित स्रोतों से क्या अभिप्राय है?

प्रश्न -2- पूर्व अनुमानित स्रोत से खबर किस तरह मिलती है?

2.7 सारांश :

समाचारों की दुनिया में अनुभव, प्राकृतिक गुण और तमाम सारी चीजें घुली मिली है। जिस भी व्यक्ति में समाचारों को सूंघने का गुण हो, वो ही रिपोर्टर हो सकता है। यानी उसमें न्यूज सेंस होना अति आवश्यक है। न्यूज सेंस का ये गुण शुरुआती तौर पर तो प्राकृतिक होता है, मगर लंबे अनुभव से इसमें और प्रखरता लाई जा सकती है। इस गुण की वजह से ही देखते हैं कि कभी कभी कोई बात आम आदमी को किसी कोने से खबर नहीं लगती। मगर इसी बात का एक छोटा सा सिरा पकड़कर रिपोर्टर एक बड़ी खबर तैयार कर लेता है। खबरों की लेखन की रिपोर्टर की अपनी शैली होती है, मगर मीडिया संस्थानों के स्तर पर समय समय पर किए गए प्रयोगों की उस पर गहरी छाप पड़ती है। उसे अपने संस्थान के दिशा निर्देशों के तहत ही अपने लिखने की स्टाइल को ढालना पड़ता है। खबरों की श्रेणियां, उनका वर्गीकरण, समाचार मूल्य किसी एक रिपोर्टर का मामला ना होकर कई अन्य वरिष्ठ लोगों से होकर गुजरता है। समाचारों को जुटाने से लेकर उसे पेश करने तक की प्रक्रिया जटिल होने के साथ ही दिलचस्प भी है। खबर को विश्वसनीय बनाने के लिए जिन तौर तरीकों का इस्तेमाल किया जाता है, वह वैज्ञानिक होता है, मगर उसे जिस अंदाज में पिरोकर पेश किया जाता है, वह एक बेहतरीन कला के सिवाए कुछ और नहीं होती।

2.8 शब्दावली :

बॉडी मैटर : खबर के बॉडी मैटर का संबंध उसकी संरचना से है। पत्रकारिता की आम बोल चाल की भाषा में बॉडी मैटर का जिक्र होता है। इसमें समाचार के भीतर क्या, क्या बातें, तथ्य शामिल किए जा रहे हैं, उनका जिक्र होता है। कह सकते हैं कि समाचार जिस सांचे में ढला होता है, उसे बॉडी मैटर कहा जाता है।

क्रेडिट लाइन : खबर किस स्रोत से मिल रही है, इसका जिक्र क्रेडिट लाइन से मिलता है। अखबारों के अपने कार्यालय यदि खबर दे रहे हैं, तो उनका जिक्र होता है। उदाहरण के लिए अमर उजाला ब्यूरो, जागरण ब्यूरो। इसी तरह, यदि समाचार एजेंसी से खबर लिखी जाती है, तो

उसका जिक्र क्रेडिट लाइन में किया जाता है। जैसे पीटीआई, यूएनआई। संक्षिप्त में इन्हें प्रेट, यून्यू भी लिख दिया जाता है।

डेटलाइन : अखबारों में हेडिंग, सब हेडिंग, क्रेडिट लाइन के बाद वो पहली लाइन, डेटलाइन कहलाती है, जिसमें खबर फाइल करने वाले स्थान और तारीख का उल्लेख होता है। उदाहरण के लिए देहरादून से 26 जनवरी 2011 को कोई खबर लिखी गई, तो देहरादून, 26 जनवरी। संबंधित खबर की डेटलाइन होगी।

बीट : समाचार संकलन के दृष्टिकोण से रिपोर्टर को खास विभाग या विषय दे दिए जाते हैं। उसकी सारी गतिविधियां उसी विभाग और विषय पर केंद्रित रहती है। दिया गया विभाग या विषय संबंधित रिपोर्टर की बीट होती है। उदाहरण के लिए किसी रिपोर्टर को यदि क्राइम बीट दी जाती है, तो फिर वह अपराध, थाना, चौकियों की खबर ही संग्रहित करेगा।

2.9 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर :

उत्तर 2.3

उत्तर 1— हेरम्ब मिश्र ने समाचारों को जिन चार स्तरों में बांटा है, उसमें अंतरराष्ट्रीय, राष्ट्रीय, प्रांतीय और स्थानीय खबरें शामिल हैं।

उत्तर 2— सामान्य समाचार प्रत्याशित या अप्रत्याशित स्रोतों से मिलते हैं। मगर खोजपरक खबर में किसी एक विषय का कोई सूत्र हाथ आने के बाद उस पर लगातार काम किया जाता है। इस खबर को दबाने की भी समानांतर कोशिशें चलती हैं। जब यह खबर ब्रेक होती है, तो बड़े स्तर पर सबको चौंकाती है।

उत्तर 3— समाचार को मुख्य रूप से दो वर्गों में रखा जा सकता है।

1— ठोस समाचार 2— व्याख्यात्मक समाचार

उत्तर 4— प्रमुख रूप से समाचार लेखन में दो शैलियां अपनाई जाती हैं

1— विलोम पिरामिड, 2— सीधे पिरामिड

उत्तर 5— इस शैली के अन्तर्गत पाठक प्रथम दृष्टि में मूल घटना का सारांश पहले जान लेता है, और बाद में वह पूरी जानकारी प्राप्त करने के लिए नीचे दिया गया ब्यौरा पढ़ता है।

उत्तर 2.4

उत्तर 1— पांच डब्ल्यू का मतलब व्हाट, वेयर, वेन, हू, वाय से है। यानी खबर में क्या, कहां, कब, कौन, क्यों और कैसे का जवाब तलाशना चाहिए। इसके अलावा एक एच का मतलब हाउ से है, यानी कैसे। खबर में घटना कैसे घटी इसका भी पता लगाया जाना चाहिए।

उत्तर 2— खबर प्रमुख रूप से पांच भागों में बंटी होती है। सबसे पहले शीर्षक, उपशीर्षक, फिर, समाचार फाइल करने की जगह, तिथि, जिसे डेटलाइन कहा जाता है। इसके बाद खबर का इंट्रो और फिर विवरण तथा निष्कर्ष।

उत्तर 3— डा एनसी पंत का कहना है कि समाचार का प्राण समाचार के मध्य में ना होकर उसके आरंभ में तथा पहले वाक्य में होता है। समाचार के शीर्षक और उसके

आरंभिक अंश को पढ़ने तथा देखने से ही संपूर्ण समाचार की स्थिति, घटना चक्र तथा निष्कर्ष का पता चल जाता है।

उत्तर 2.5

उत्तर 1— समाचार के मूल्यों में निम्न बातें प्रमुखता से सम्मिलित की जाती हैं। समाचार सत्य, निष्पक्ष और बेबाक होना चाहिए। इसके अतिरिक्त इसमें बदलाव की क्षमता होनी चाहिए, हर वर्ग से इसका जुड़ाव होना चाहिए और इसमें विविधता का समावेश होना चाहिए।

उत्तर 2— वर्तमान समय में किसी अखबार या न्यूज चैनल्स में हर तरह की खबर देना अनिवार्य हो गया है। यानी खबरों में विविधता का होना आवश्यक है। विविधतापूर्ण खबरों का होना अखबार और चैनल्स दोनों में आवश्यक है। आम पाठक या दर्शक के नजरिये से सोचें, तो मीडिया उसके लिए कई भूमिकाओं में है। सूचना देना, शिक्षित करना, दिशा देना ये सारी बातें तो हैं ही, मगर वह इससे भरपूर मनोरंजन की भी उम्मीद करने लगा है। अपने दायित्व का निर्वहन करते हुए जनहित में गंभीर किस्म के समाचार देना अखबार, न्यूज चैनल्स के लिए जरूरी है।

उत्तर 2.6

उत्तर 1— समाचार के प्रत्याशित स्रोत वो हैं, जिसके बारे में पहले से पता होता है कि अमुक स्थान पर पहुंचकर खबर हर हाल में मिलेगी। संसद, विधानसभा, हास्पिटल, पुलिस स्टेशन प्रत्याशित स्रोत माने जा सकते हैं। मगर बगैर किसी तैयारी या पूर्व सूचना के किसी जगह पर पहुंचकर रिपोर्टर को खबर मिल जाए, तो यह खबर का अप्रत्याशित स्रोत माना जाएगा।

उत्तर 2— प्रत्याशित और अप्रत्याशित स्रोतों से अलग श्रेणी पूर्व अनुमानित स्रोतों की होती है। लगातार काम करते रहने के कारण रिपोर्टर को कुछ जगहों को लेकर अनुमान हो जाता है, कि वहां से उसे खबरें मिल सकती हैं। हालांकि खबर मिलने की गारंटी नहीं होती। कभी खबरें मिलती हैं और कभी नहीं। मगर रिपोर्टर उन स्थानों पर लगातार सक्रिय रहता है।

2.10 संदर्भ ग्रन्थ सूची :

1. यादव, चंद्रदेव : हिंदी पत्रकारिता, स्वरूप और संरचना
2. चतुर्वेदी, सुषमा : जनसंचार एवं पत्रकारिता
3. सिंह, डा० निशांत : पत्रकारिता की विभिन्न धाराएं
4. गुप्ता, डा० यूसी : व्यवहारिक पत्रकारिता
5. आहूजा, बीएन : थ्योरी एंड प्रैक्टिकल ऑफ जर्नेनिज्म
6. थपलियाल, प्रकाश : प्रेस, मीडिया और जनसंचार

2.11 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री :

1. पत्रकारिता के मूलतत्त्व, डॉ० आशाराम उंगवाल ।
2. पत्रकारिता एवं जनसंचार, डॉ० राकेश रयाल, विनशर प्रकाशन, देहरादून ।
3. इंटरनेट

2.12 : निबन्धात्मक प्रश्न :

प्रश्न 1—रोजमर्रा की भागदौड़ भरी जिंदगी में एक आम आदमी को समाचार पढ़ाना या दिखाना पहले के मुकाबले ज्यादा चुनौतीपूर्ण हो गया है। मीडिया इसके लिए अपनी रणनीति में किस तरह का बदलाव कर रहा है?

प्रश्न 2—समाचार जुटाने का आधार काफी हद तक वैज्ञानिक होता है, मगर इसे प्रस्तुत करना पूरी तरह कला का हिस्सा है। इसे समझाइये।

प्रश्न 3—सशक्त हेडिंग और इंट्रो किसी भी खबर को प्रभावशाली बनाने में सक्षम होते हैं। स्पष्ट कीजिए।

प्रश्न 4— समाचार की श्रेणियों को बताकर इनका विस्तारपूर्वक अध्ययन कीजिए।

इकाई –03

समाचार लेखन के प्रमुख तत्व

इकाई की रूपरेखा

- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 उद्देश्य
- 3.3 समाचार संकलन, लेखन और सम्पादन
 - 3.3.1. समाचार का अर्थ
 - 3.3.2 समाचार संकलन
 - 3.3.3 श्रेष्ठ समाचार लेखक की विशेषताएँ
 - 3.3.4 श्रेष्ठ समाचार लेखन की विशेषताएँ
 - 3.3.5 समाचार लेखन के सूत्र—छः ककार
- 3.4 विलोम स्तूप
- 3.5 इन्द्रो तथा लीड
- 3.6 मीडिया लेखन की अन्य विधाएँ
- 3.7 सारांश
- 3.8 शब्दावली
- 3.9 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 3.10 संदर्भ ग्रन्थ सूची
- 3.11 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री
- 3.12 निबन्धात्मक प्रश्न

3.1 प्रस्तावना :

हमने यह देखा है कि हम क्या कह रहे हैं, यह महत्वपूर्ण नहीं होता, बल्कि हम कैसे कह रहे हैं, यह बात बहुत महत्वपूर्ण होती है। कोई अच्छा वक्ता किसी भी विषय में जब बोलता है, तो उसके पास वे तथ्य होते हैं जो प्रायः सभी को मालूम होते हैं, लेकिन वह उन्हें इस तरह प्रस्तुत करता है कि सुनने वाले उससे अत्यन्त प्रभावित हो जाते हैं। कोई पत्रकार किसी समाचार के माध्यम से भी कुछ कहना चाहता है। उसे भी समाचार के अच्छे प्रस्तुतिकरण के लिए आवश्यक तत्वों का उपयोग करना चाहिए।

इस इकाई में समाचार लेखन के प्रमुख तत्वों का अध्ययन किया गया है। इकाई के अंतर्गत समाचार संकलन, लेखन और सम्पादन, श्रेष्ठ समाचार लेखक की विशेषताएँ, श्रेष्ठ समाचार लेखन की विशेषताएँ, समाचार लेखन के सूत्र—छः ककार, विलोम स्तूप, इन्द्रो तथा लीड, मीडिया लेखन की अन्य विधाएँ आदि विषयों पर जानकारी दी गई है।

इकाई के अध्ययन से छात्र समाचार के सूत्र छः ककारों को अच्छी तरह समझ सकते हैं और जान सकते हैं कि किसी भी पत्रकार को रिपोर्टिंग के लिए इस सूत्र की कितनी महत्वपूर्ण आवश्यकता होती है।

3.2 उद्देश्य :

प्रस्तुत इकाई द्वारा हम समाचार लेखन की विशेषताओं के विषय में जानेंगे। समाचार के संकलन से लेकर समाचार के सम्पादन और समाचार के पाठक, श्रोता, दर्शक तक पहुँचने तक की प्रक्रिया में किस तकनीक का प्रयोग होना चाहिए, समाचार का कौन सा अंश अधिक महत्वपूर्ण है और कौन सा कम, समाचार किस रूप में अपने पाठकों तक पहुँचना चाहिए, यह समझना इस इकाई का लक्ष्य है।

प्रस्तुत इकाई के जरिए विद्यार्थी जान सकेंगे कि—

- एक समाचार लेखक में क्या-क्या विशेषताएँ होनी चाहिए?
- विलोम स्तूप क्या है?
- लीड की क्या विशेषताएँ हैं?
- समाचार लेखन में छः ककारों का क्या महत्व है?
- और समाचार के विभिन्न हिस्सों को लिखने के तरीकें क्या हैं?

3.3 समाचार संकलन, लेखन और सम्पादन :

3.3.1 समाचार का अर्थ—

सृष्टि के आरम्भ से ही मनुष्य अपनी भावानुभूतियों को सम्प्रेषित करने और दूसरों की भावानुभूतियों को ग्रहण करने के अनेक संसाधनों की खोज करता रहा है। विभिन्न तरीकों से उसने अपने को व्यक्त किया है। पहले संकेतों से, फिर संकेत चिह्नों से, फिर भाषा से और लिपि से वह सूचनाएँ लेने-देने के लिए प्रयास करता रहा है। आज का तो समय ही सूचना क्रान्ति का है। तकनीकी उपलब्धियों ने सूचनाओं को सम्प्रेषित करना अत्यन्त सहज बना दिया है। यहाँ हमें यह विचार करना है कि समाचार लेखन की वे कौन सी विशेषताएँ हैं जिनके आधार पर हम सूचनाओं को सम्यक् रूप से श्रोताओं, दर्शकों तथा पाठकों तक प्रेषित कर सकते हैं।

जिस तरह हम भाषा का प्रयोग करते समय यह विचार करते हैं कि हम किससे, किस स्थान पर और क्या कह रहे हैं और इसके अनुसार हम विविध भाषिक प्रयोग करते हैं। परस्पर बातचीत करते हुए, अध्यापन करते हुए, जिरह करते हुए, मरीज को देखते हुए, व्याख्यान देते हुए, यानी परिस्थिति, परिवेश आदि के आधार पर अलग अलग तरह की भाषा का प्रयोग करते हैं, उसी

प्रकार समाचार प्रेषित करते समय भी हमें यह ध्यान रखना होता है कि समाचार बिल्कुल ठीक ठीक तरीके से लोगों तक पहुँच जाए।

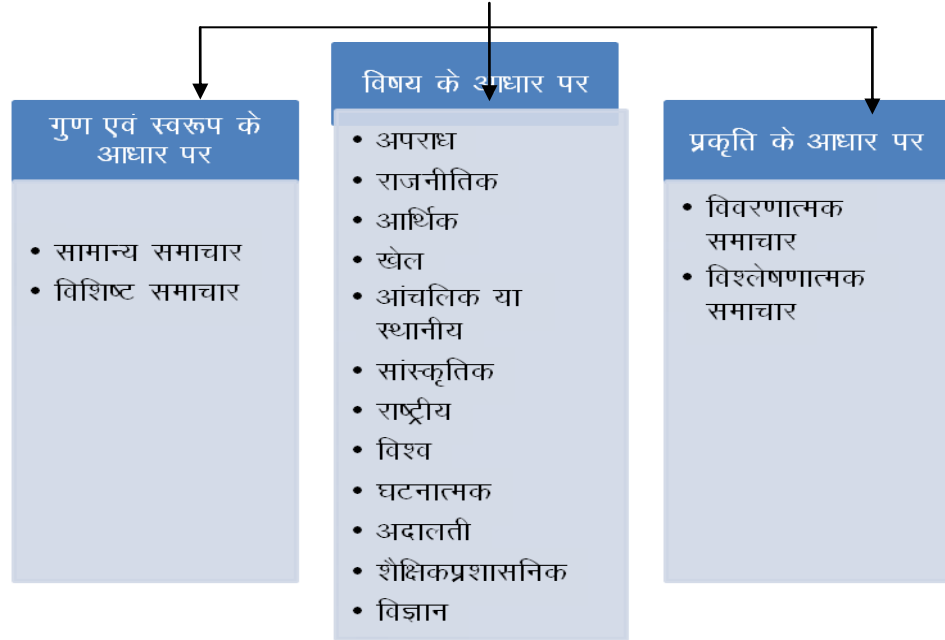
पत्रकारिता का लक्ष्य है विश्व में घटने वाली घटनाओं की; सरकारी नीतियों, गतिविधियों आदि की जानकारी जन सामान्य तक पहुँचाना; जनसामान्य को शिक्षित करना और जनसामान्य का मनोरंजन करना। इसके लिए पत्रकार को एक अच्छा लेखक भी होना चाहिए। प्रसिद्ध पत्रकार एम.वी. कामथ का कहना है —'a good write-up is a study in effortlessness. It must flow freely. It must be knowledgeable without being pretentious, entertaining without being vulgar and informative without being newsy अच्छा लेखन सहज प्रवाहयुक्त, जानकारी देने वाला और सूचना देने वाला होना चाहिए। यह लेखन चाहे किसी भी रूप में हो—लेख, निबन्ध, रिपोर्टाज, संस्मरण— आदि किसी भी रूप में—यदि ग्राहकों को प्रभावित नहीं कर सके, जानकारियाँ नहीं दे सके या मनोरंजन नहीं कर सके तो श्रेष्ठ लेखन नहीं कहा जा सकता।

समाचार लेखन के विषय में जानने से पूर्व हमें यह जानना जरूरी है कि समाचार क्या है। समाचार अंग्रेजी के न्यूज शब्द का पर्याय है। न्यूज— यानी नया। यदि समाचारपत्र की आत्मा समाचार है तो समाचार की आत्मा नवीनता है। विद्वानों ने न्यूज के रोमन अक्षरों के आधार पर भी समाचार की व्याख्या की है।

इस दृष्टि से एन (N) है नार्थ (उत्तर), ई (E) ईस्ट (पूर्व), डब्ल्यू (W) वेस्ट (पश्चिम) और एस (S) है साउथ (दक्षिण)। और इसका आशय है कि चारों दिशाओं से आने वाली सूचनाएँ समाचार हैं। (ब्रिटिश समाचारपत्र 'मानचेस्टर गार्डियन' द्वारा समाचार की परिभाषा जानने के लिए कराई गई प्रतियोगिता में सर्वश्रेष्ठ घोषित परिभाषा के अनुसार)। समाचार की सही परिभाषा है—'समाचार किसी अनोखी या असाधारण घटना की अविलम्ब सूचना को कहते हैं जिसके बारे में लोग प्रायः पहले कुछ न जानते हों लेकिन जिसे तुरन्त ही जानने की अधिक से अधिक लोगों में रुचि हो'।

समाचार के लिये सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि वह सत्य होना चाहिए। मिथ्या अथवा कल्पना के लिये समाचार में कोई स्थान नहीं है। यहाँ यह समझना भी आवश्यक है कि समाचार को न केवल सत्य बल्कि पूर्ण सत्य होना चाहिये। अर्द्धसत्य तो आमतौर पर झूठ से भी अधिक घातक व दुष्प्रभाव वाला होता है। समाचार से जुड़ा एक अन्य तथ्य यह है कि आमतौर पर यह किसी वास्तविक घटना का निष्पक्ष तथा वास्तविक विवरण होता है लेकिन महत्वपूर्ण बात यह है कि केवल घटना, चाहे वह कितनी भी बड़ी क्यों न हो, समाचार नहीं होती बल्कि घटना का विवरण या इसकी सूचना ही समाचार होते हैं। तात्पर्य यह है कि जब तक घटना की जानकारी या सूचना हम तक किसी न किसी माध्यम से पहुँचती नहीं, वह हमारे लिए कोई समाचार नहीं होता। इसी प्रकार हर नई जानकारी भी समाचार नहीं हो सकती। इतिहास पढ़ने के दौरान हमें ऐसी अनेक जानकारियाँ मिलती हैं जो हमारे लिये नई होती हैं व जिन्हें हम कल तक नहीं जानते थे लेकिन क्या मात्र इतने से उन्हें समाचार कहा जा सकता है? जाहिर है कि प्रश्न का जवाब ना ही है। अर्थात् समाचार के लिये सम्बन्धित जानकारी का नया व ताजा होना भी आवश्यक है। इस सम्बन्ध में उचित ही कहा गया है कि 'News today, history tomorrow'.

समाचारों का वर्गीकरण हम तीन तरह से कर सकते हैं—स्वरूप के आधार पर, विषय के आधार पर तथा प्रकृति के आधार पर। हम एक तालिका से इस वर्गीकरण के विषय में जान सकते हैं—

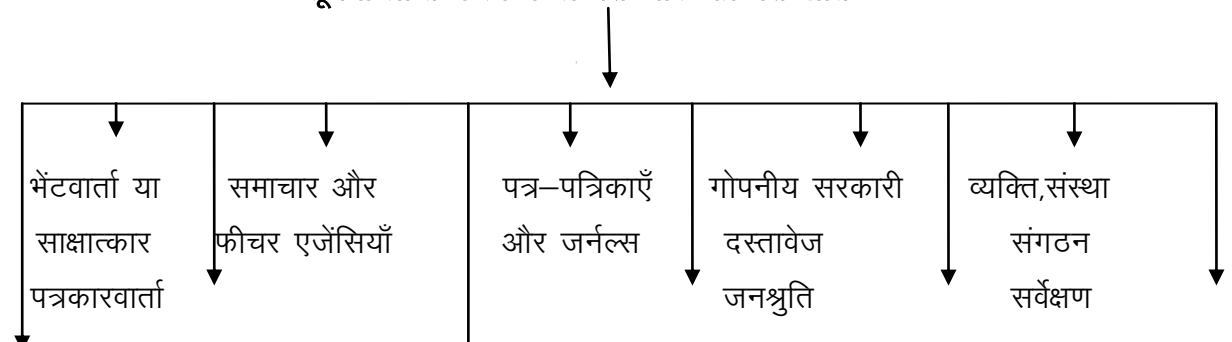


3.3.2 समाचार संकलन –

एक समाचार लेखक के लिए यह जानना अत्यावश्यक है कि वह जिन समाचारों का संकलन कर रहा है, वे प्रामाणिक हों, उनमें सम्प्रेषणीयता हो, प्रभावोत्पादकता हो और उनके द्वारा भेजी जाने वाली सूचनाएँ अधूरी न हों। उसे किस तरह के समाचार संकलित करने हैं, उन समाचारों का तात्कालिक महत्त्व है या स्थायी, समाचार किस समय प्रकाशित होने हैं, तत्काल या कुछ समय के उपरान्त ? इन सभी प्रश्नों के समाधान के लिए हमें सर्वप्रथम यह जानना जरूरी है कि समाचारों के स्रोत क्या हैं? सामान्यतः समाचार स्रोतों को हम दो भागों में बाँट सकते हैं—

प्रत्यक्ष स्रोत और अप्रत्यक्ष स्रोत। प्रत्यक्ष स्रोत से आशय है समाचार लेखक द्वारा स्वयं घटना आदि का प्रत्यक्षदर्शी होकर समाचार एकत्र करना। किसी सार्वजनिक सभा, समारोह, धरना, प्रदर्शन, भेंटवार्ता, पत्रकार वार्ता आदि में या किसी घटनास्थल पर उपस्थित समाचार लेखक स्वयं महत्वपूर्ण तथ्य संकलित करता है। अप्रत्यक्ष स्रोत से आशय है, जिस घटना को संवाददाता घटनास्थल पर स्वयं उपस्थित नहीं होता बल्कि दूसरे स्रोतों से समाचार संकलित करता है। सूचना प्राप्त करने के कुछ महत्वपूर्ण स्रोत निम्नांकित हैं—

सूचना प्राप्त करने के प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष स्रोत



इन स्रोतों से प्राप्त सूचनाओं को संकलन करने के उपरान्त समाचार लेखक का मुख्य और सबसे महत्वपूर्ण कार्य है समाचारों की विश्वसनीयता का पता लगाकर उनका सम्पादन करना। प्रायः समाचारस्रोतों से मिलने वाली सूचनाओं पर आँख मूँदकर भरोसा नहीं किया जा सकता है क्योंकि स्रोतों से प्राप्त सूचनाएँ एक पक्षीय, स्वार्थ से प्रेरित, पूर्वाग्रह से युक्त, सुनीसुनाई या अफवाहों पर आधारित हो सकती हैं। सूत्रों का सही इस्तेमाल तभी हो सकता है, जब समाचार लेखक सभी स्रोतों से प्राप्त जानकारी का विश्लेषण करे, उनकी विश्वसनीयता के प्रति आश्वस्त हो, प्रमाणों द्वारा समाचार की पुष्टि करे। इसके लिए समाचार लेखक में कुछ विशेषताएँ होनी चाहिए।

3.3.3 श्रेष्ठ समाचारलेखक की विशेषताएँ—

संस्कृत के सुप्रसिद्ध कवि भारवि ने—किरातार्जुनीयम् में श्रेष्ठ संदेशवाहक को समाचारों का संग्रह करने वाला—(परप्रणीतानिवचांसि चिन्वतां प्रवृत्तिसाराः खलु मादृशां गिरः — यानी दूसरों के आधार पर समाचार संग्रह करने वाले) कह कर उसकी विशेषताएँ बताई हैं कि चर यानी संदेशवाहक को चाहिए कि वह निभ्रान्त रूप से स्पष्ट उच्चारण, तारतम्यता और सरसता के साथ संदेश ग्राहक तक पहुँचाए। उसे महत्वपूर्ण और विशेष प्रमाणों से निर्णीत अर्थयुक्त, गम्भीर वाणी में अपना संदेश प्रेषित करना चाहिए। संदेश प्रेषित करते समय उसका अपना कोई मतामत नहीं होना चाहिए। निष्पक्ष भाव से संदेश देने वाला चर ही सफल चर होता है।

भारवि के इन विचारों की दृष्टि से यदि समाचार लेखक को देखें तो कह सकते हैं कि चर यानी संदेशवाहक यानी समाचार लेखक की कई विशेषताएँ वहाँ स्पष्टतः नज़र आती हैं। समाचार लेखक को निष्पक्ष होना चाहिए, उसे विषय की पूरी जानकारी होनी चाहिए, उसमें सूझबूझ, प्रत्युत्पन्नमतित्व होना चाहिए, अन्धविश्वास से उसे दूर रहना चाहिए, विवादास्पद, सनसनी फैलाने वाले, पाठकों को गलत संदेश देने वाले और देश और समाज को क्षति पहुँचाने वाले समाचारों को समझने और उन्हें सावधानी से सम्प्रेषित करने की क्षमता होनी चाहिए। उसे लेखन कला की समझ होनी चाहिए। उसका भाषिक ज्ञान उसके लेखन को सही ढंग से सम्प्रेषित करने में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका अदा करता है। उसकी भाषा सरल, प्रवाहयुक्त, स्पष्ट और विषयानुरूप होनी चाहिए।

एक अच्छे लेखक को एक अच्छा पाठक और श्रोता भी होना चाहिए। यह प्रश्न उठता है कि उसे क्या पढ़ना चाहिए? इसका उत्तर है कि उसे विभिन्न अखबार, पत्रिकाएँ, पुस्तकें पढ़नी चाहिए इससे उसे विभिन्न स्वयं यह ज्ञात हो जाएगा कि उसे क्या पढ़ना चाहिए। इससे पुस्तकालय जाना चाहिए। विषयसूची से चुनकर अपनी रुचि या जरूरत के अनुसार पुस्तक लेनी चाहिए। किसी भी विषय की जानकारी एक अच्छे लेखन को और भी गुणवत्ता से सम्पन्न करती है। यहाँ हम यह भी कह सकते हैं कि किसी विषय की जानकारी सूचना स्रोतों के सही इस्तेमाल के लिए जरूरी है। उदाहरणतः यदि आप किसी साहित्यकार, वैज्ञानिक, नेता, किसी नामचीन व्यक्ति या विशेषज्ञ आदि से साक्षात्कार ले रहे हैं और आपको उसके और उसके विषय के सन्दर्भ में ठीक ठीक जानकारियाँ नहीं हैं, तो आपका साक्षात्कार सफल नहीं हो सकता। किसी राजनीतिज्ञ से साक्षात्कार करते समय आपको सामयिक राजनीतिक स्थितियों और समीकरणों का ज्ञान होने पर ही साक्षात्कार को सफल बनाया जा सकता है।

स्पष्ट है कि किसी भी समाचार लेखक के लिए यह आवश्यक है कि वह अपनी प्रतिभा, सूझबूझ, अध्ययन, परिश्रम तथा सावधानी के बल पर समाचारलेखन में कौशल प्राप्त करे और किसी भी समाचार के संकलन के समय भावुकता, अतिरंजना तथा उत्तेजना आदि से प्रभावित हुए बिना समाचार संकलित करे। समाचार लेखक के गुणों के विषय में यह माना गया है कि उसे समाचार बोध होना चाहिए, उसे समाचार संकलन के सन्दर्भ में सावधान रहना चाहिए। सतर्कता या स्फूर्ति, क्षिप्रता, जिज्ञासा जैसे गुण उसमें होने चाहिए। उसे प्रत्येक बात को ज्यों का त्यों स्वीकार नहीं करना चाहिए, तथ्यों के अन्वेषण द्वारा अपने मतामत का निर्णय करना चाहिए। उसमें दूरदृष्टि, आत्मानुशासन, सत्यनिष्ठा, निर्भयता और गतिशीलता होनी चाहिए।

‘यदि मैं अपनी आस्था के प्रति कर्तव्यनिष्ठ रहूँ तो क्रोध में आकर या द्वेष में कुछ भी नहीं लिखूँगा। मैं बिना किसी प्रयोजन के भी नहीं लिखूँगा। मैं यह नहीं चाहूँगा कि लिखते समय मैं केवल भावनाओं में बह जाऊँ। पाठकों को क्या मालूम कि हर सप्ताह अपना विषय चुनने और शब्दों के इस्तेमाल में मुझे अपने पर कितना नियन्त्रण रखना पड़ता है। ऐसा करते समय मुझे अपने आप में झँकने का और अपनी कमजोरियों को दूर करने का अवसर मिल जाता है। अक्सर मेरा खालीपन या क्रोध मुझे कुछ बड़ी या कड़वी बातें लिखने पर मजबूर कर देता है। यह एक कड़ी परीक्षा का समय होता है, लेकिन बाद में उन शब्दों को काटना या बदलना एक अच्छा अभ्यास हो जाता है’। —महात्मा गांधी के ये विचार एक अच्छे लेखक के विषय में स्पष्टतः इंगित करते हैं।

विद्वानों का यह मानना है कि अच्छा लेखक वह है जो लिखे, बार बार लिखे, अभ्यास करे, लिखकर दोहराए, सुधार करे, जानकारों को दिखाए और ऐसा बार बार करे। संस्कृत में एक शब्द प्रयुक्त होता है— अवेक्षण। इस शब्द का अर्थ है— अपनी रचना को बार बार पढ़ना। अपनी रचना को बार बार पढ़ने से अपनी ही कमियाँ खुद नज़र आ जाती हैं। इसलिए आचार्यों का मानना है कि कवियों को चाहिए कि वे अपनी रचना का बार बार अवेक्षण करें। समाचार लेखक के लिए भी यह जरूरी है कि वह अपनी कल्पनाशीलता और रचनात्मकता से तैयार किये गए अपने लेखन को बार बार पढ़े, फिर अपनी स्पष्टता से उन्हें प्रस्तुत कर दे।

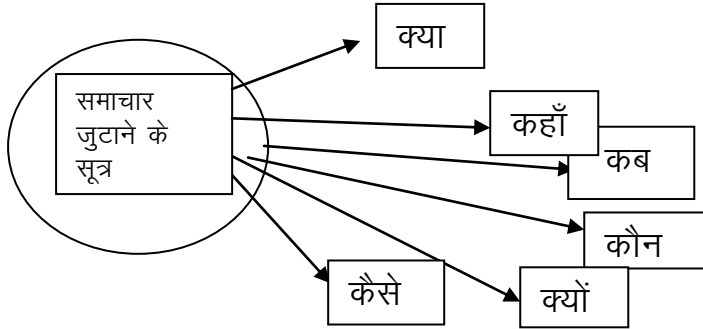
3.3.4 श्रेष्ठ समाचार लेखन की विशेषताएँ—

समाचार संकलन और समाचार चयन के बाद अगला महत्वपूर्ण चरण होता है समाचार लेखन पत्रकारिता के क्षेत्र में श्रेष्ठ लेखन वह है जो स्पष्ट हो, संक्षिप्त हो, विषयानुरूप हो। जो सूचनाएँ ठीक ठीक रूप में सम्प्रेषित करने में समर्थ हो, विचारों और भावनाओं को बिना बढ़ाए—चढ़ाए पाठक तक पहुँचाए। एक अच्छे लेखन की शैली कसी हुई, प्रवाहमयी सहज और नपे तुले सार युक्त शब्दों में प्रस्तुत की जानी चाहिए। कोई भी समाचार तभी सफल होता है, जब वह अपने पाठकों में जिज्ञासा बनाए रखे। यदि लेखन में पाठकों में इच्छाशक्ति जगाए रखने की सामर्थ्य नहीं होगी तो वह लेखन उनको प्रभावित न कर पाने के कारण निरर्थक हो जाएगा।

एक अच्छे लेखन के लिए लेखक को दो बातों का ध्यान विशेषतः रखना चाहिए। पहला— सूचनाओं को इकट्ठा करने और दूसरा एकत्रित सूचनाओं को कौशल से प्रस्तुत करना। सूचनाएँ प्राप्त करने के प्रत्येक प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष स्रोतों को अपनी प्रतिभा और सूझबूझ के बल पर पहचान कर उन्हें समाचार का रूप देने में एक कुशल लेखक ही समर्थ हो सकता है।

3.3.5 समाचार लेखन के सूत्र—छः ककार —

समाचार लेखन के लिए जो तथ्य जुटाने होते हैं, उनमें छः ककारों का विशेष महत्व है। ये छः ककार हैं—



प्रसिद्ध अंग्रेजी पत्रकार एडविन एल. शूमैन ने सन् 1894 में प्रकाशित अपनी पुस्तक 'प्रेक्टिकल जर्नलिज़्म' में इन सूत्रों के विषय में चर्चा की है। वहाँ इन सूत्रों को 5—डब्ल्यू तथा 1—एच (What, where, When, Who, Why and How) के आधार पर फाइव डब्ल्यू थियरी भी कहा जाता है। चूँकि इन सूत्रों का पहला अक्षर 'क' से आरम्भ होता है अतः इन्हें छः ककार सिद्धान्त कहा जाने लगा। इन छः ककारों में किसी भी समाचार से सन्दर्भित सभी उत्तर समाहित हैं। घटना क्या है? कहाँ घटी है? कब घटी है? कौन इसके लिए उत्तरदायी है? घटना का कारण क्या है? और घटना कैसे घटी? इन सवालों के जबाब न केवल एक समाचार लेखन की उपयोगिता को सिद्ध करते हैं अपितु इन सूत्रों के आधार पर लेखक जो तथ्य जुटाता है, वे समाचार पाठकों के मन में भी समाचार के विषय में जानने की जिज्ञासा को बल देते हैं।

समाचार लेखन में सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं छः ककार (5W's 1H)

कौन	घटना को अंजाम देने वाला कौन था?
क्या	क्या घटना हुई?
कब	घटना कब हुई?
कहाँ	घटना कहाँ हुई?
क्यों	घटना क्यों हुई?
कैसे	घटना कैसे हुई?

नीचे लिखे दो उदाहरणों से छः ककार के विषय में स्पष्टतः जानकारी हो जाएगी—

1. दो अक्टूबर को विद्यालय में आयोजित भाषण प्रतियोगिता में नेहा प्रथम आई।
2. कल रात बाजार में मामूली कहा सुनी में श्याम ने रमेश को छुरा मार कर घायल कर दिया।

कौन	क्या	कब	कहाँ	क्यों	कैसे
नेहा	प्रथम आई	2 अक्टूबर	विद्यालय	प्रतियोगिता	प्रतियोगिता से
श्याम ने रमेश को	घायल किया	कल रात	बाजार में	कहा सुनी में	छुरा मारकर

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— समाचार से क्या आशय है?
- प्रश्न 2— समाचारों को कितने रूपों में वर्गीकृत किया जा सकता है?
- प्रश्न 3— मुख्य रूप से समाचार प्राप्त करने के कितने स्रोत होते हैं?
- प्रश्न 4— छ : ककार से क्या आशय है?

3.4 विलोम स्तूप :

समाचार लेखन के लिए तथ्य जुटाने के बाद समाचार लेखक को समाचार की संरचना करनी होती है। सामान्य तौर पर लेखन की एक पद्धति है कि किसी भी लेख को प्रस्तुत करते हुए लेखक पहले अपने विषय को रोचक ढंग से प्रस्तुत करता है क्योंकि उसे अपने विचारों की प्रस्तुति के लिए एक माहौल बनाना होता है अतः वह आरम्भ में कम महत्वपूर्ण सूचनाएँ देता है, फिर विषयवस्तु का विस्तार करता है और इसके उपरान्त सर्वाधिक महत्वपूर्ण सूचना देकर अपनी बात समाप्त करता है। जैसे आपने अपनी छोटी कक्षाओं में निबन्ध लेखन के विषय में यह जाना होगा कि निबन्ध लिखते समय हम सबसे पहले विषय का परिचय देते हैं, जिसे हम प्रस्तावना कहते हैं, फिर विषय का विस्तार करते हैं और अन्त में निष्कर्षात्मक उपसंहार प्रस्तुत कर देते हैं। इसी तरह से किसी भी प्रकार के लेखन में यही तरीका अपनाया जाता है। संस्कृत में नाटक लिखते समय नाटककार नाटक की पाँच कार्यावस्थाओं का जिक्र आता है। ये कार्यावस्थाएँ हैं— आरम्भ, यत्न, प्राप्त्याशा, नियताप्ति और फलागम। इसका अर्थ यह है कि किसी नाटक की रचना करते समय लेखक सबसे पहले कथा का आरम्भ करता है। आरम्भ में वह कथा की विषयवस्तु का परिचय देता है और नाटक लिखने के उद्देश्य के बारे में बताता है। दूसरे चरण में वह उद्देश्य की प्राप्ति के लिए प्रयास करता है जिसके परिणाम स्वरूप उसे लक्ष्य प्राप्ति की आशा होने लगती है। यह हिस्सा यानी मध्य भाग चरमसीमा कहलाता है। इसके बाद नियताप्ति में फल प्राप्ति का यकीन हो जाता है और फलप्राप्ति के साथ नाटक समाप्त हो जाता है। इसे लेखन की स्तूप पद्धति कह सकते हैं।

किन्तु यह पद्धति समाचार लेखन के लिए बहुत कारगर नहीं है। समाचार लेखन में यदि हम इस पद्धति का उपयोग करेंगे तो समापन तक आते आते पाठक की जिज्ञासा बिल्कुल समाप्त हो जाएगी। वैसे भी आज के व्यस्तताओं से भरे समय में किसी व्यक्ति के पास इतना समय नहीं होता कि वह किसी समाचार को विस्तार से पढ़े, इसलिए समाचार लेखक का प्रयास होता है कि वह समाचार इस तरह से प्रस्तुत करे कि समाचार के विषय में काफी जानकारी शीर्षक से और अधिकांश जानकारी इन्द्रो से हो जाय और बाकी सूचनाएँ अन्त में आ जाएँ ताकि यदि पाठक उस हिस्से को छोड़ दे तो भी उस तक पूरा समाचार पहुँच जाय, या सम्पादक को स्थानाभाव आदि के कारण समाचार को छोटा करना पड़े तो वह उस कम महत्व के हिस्से को काट सके। तकनीकी शब्दावली में इस पद्धति को विलोम स्तूप नाम दिया गया है। विलोम स्तूप के आधार पर दिये जाने वाले समाचारों को हम इस रूप में रख सकते हैं— उपर्युक्त दोनों पद्धतियों के विषय में जानने पर यह स्पष्ट हो जाता है कि सामान्य तौर पर समाचार लेखन से इतर जैसे फीचर लेखन, निबन्ध लेखन, स्टोरी लेखन या मानवीय अभिरुचि के समाचारों के लिए सीधे पिरामिड की शैली का प्रयोग किया जाता है और विलोम पिरामिड शैली में प्रायः समाचार लेखन

किया जाता है। किसी उपन्यास या कहानी में सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा उसका आखिरी हिस्सा होता है, जबकि समाचार लेखन में सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा आरम्भिक हिस्सा होता है। विलोम स्तूप शैली में लेखक का प्रयास यह होता है कि समाचार का सारतत्व सबसे पहले, फिर आमुख का विस्तार और अन्त में कम महत्व का विवरण आए। उसकी कोशिश होती है कि कम से कम समय और शब्दों में अधिक से अधिक जानकारी पाठक तक पहुँचा दे।

जब आप समाचार लेखन आरम्भ करें, आपको यह स्मरण रखना होगा कि एक अच्छे लेखन के लिए आपको सरल ओर स्पष्ट शब्दों में छोटे-छोटे वाक्य, छोटे-छोटे पैराग्राफ में अपनी बात रखनी चाहिए। समाज में अधिकाधिक व्यवहृत शब्दों का प्रयोग आपके महत्वपूर्ण बिन्दुओं को प्रभावशाली रूप से पाठक तक प्रेषित करता है। आपको संयुक्त और मिश्र वाक्यों की अपेक्षा सरल वाक्यों का प्रयोग करना चाहिए। समाचार स्रोतों का ठीक ठीक प्रयोग करना चाहिए। समाचार इस तरह लिखना चाहिए कि क्या, कब, क्यों, कहाँ, कैसे, कौन-इन प्रश्नों के उत्तर पाठकों को यथाशीघ्र मिल जाए। समाचार लेखन के लिए विलोम स्तूप शैली का प्रयोग उपयुक्त है।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— विलोम स्तूप से क्या तात्पर्य है?
- प्रश्न 2— समाचार कैसा होना चाहिए?
- प्रश्न 3— संस्कृत नाटक लेखन की 5 कार्यावस्थाएं क्या हैं?

3.5 इन्द्रो तथा लीड :

3.5.1 इन्द्रो –

हम समाचार के स्रोत, सूत्र और संकलन तथा समाचार लेखन शैली के विषय में चर्चा कर चुके हैं। समाचार संकलन के बाद समाचार लिखने की बारी आती है। समाचार लेखन का आरम्भ इन्द्रो (पूरा शब्द इन्द्रोडक्शन—यानी विषय परिचय या मुखड़ा या आमुख) से किया जाता है। इन्द्रो से हम पूरे समाचार का परिचय करा देते हैं। इन्द्रो संक्षिप्त, महत्वपूर्ण बातों से युक्त और समाचार लेखन के लिए सबसे खास होता है। इसमें सबसे महत्वपूर्ण सूचना दो-तीन पंक्तियों में दे दी जाती है। यह भावात्मक, विवरणात्मक, कथात्मक हो सकता है। प्रकृति, शिल्प, शैली आदि के आधार पर आमुख के अनेक भेद होते हैं। प्रवीण दीक्षित ने अपनी पुस्तक 'जनमाध्यम और पत्रकारिता' में 21 प्रकार के इन आमुखों की चर्चा की है—

सारांश आमुख, विस्तृत, दुर्घटना, पंच, धर्मयुद्ध, आश्चर्यजनक, बुलेट, आप और मैं, निलम्बित अभिरुचि, व्याख्यात्मक, सामान्य रूप, प्रश्न, उद्धरण, आश्रितवाक्यांश, संज्ञा वाक्यांश, तब और अब, यत्र-तत्र, उपाख्यान, आलंकारिक, सूक्ति आज आमुख । समाचार का आमुख सरल, संक्षिप्त, सघन, प्रभावशाली और आकर्षक होना चाहिए। एक कहावत समाज में बहुत प्रचलित है— First impression is last impression । वस्तुतः किसी कृति, किसी व्यक्ति, किसी स्थान का बाह्य रूपाकार—गैटअप सबसे पहले प्रभावित करता है। किसी किताब की ज़िल्द आकर्षक होने पर उस किताब को उलटपुलट कर देखने का मन अनायास होने लगता है; इसी तरह एक अच्छे इन्द्रो का प्रभाव जनमन पर बहुत अधिक पड़ता है। आकर्षक होने के साथ इन्द्रो को विषयानुरूप, प्रामाणिक, समाचार का सार प्रस्तुत करने वाला होना चाहिए और उसे लिखते समय अतिशयोक्ति, काल्पनिकता, अनावश्यक विवरण आदि नहीं होना चाहिए।

आमुख में समाचार का सार संक्षेप में आ जाता है। यदि आमुख पाठक की रुचि जगाने में सफल होता है तो पाठक पूरा समाचार उत्सुकता से पढ़ जाता है। ऐसे समाचार, समाचार पत्र की बिक्री बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। आमुख लिखने के लिए निम्नलिखित तथ्यों को ध्यान में रखा जाना चाहिए।

- 1 सर्वाधिक महत्वपूर्ण तथ्य का चयन करें।
- 2 समाचार की मूल संवदना को अभिव्यक्त करने वाला हो।
- 3 आमुख संक्षिप्त लेकिन तथ्यपूर्ण हों।
- 4 भाषा सरल, सहज और विषयानुकूल होनी चाहिये।
- 5 समाचार यदि किसी वक्तव्य, प्रस्ताव अथवा सूचना से सम्बन्धित हो तो उसका मुख्य बिन्दु आमुख का विषय बनाया जाना चाहिये।

3.5.2 लीड—

किसी भी सफल पत्रकार की पहचान यह है कि वह अपने समाचार की लीड कैसे बनाता है। प्रश्न उठता है कि लीड क्या है? लीड का शाब्दिक अर्थ है—आगे आगे चलना, नेतृत्व करना, मार्ग दिखाना—show the way। इस तरह समाचार लेखन के सन्दर्भ में लीड का मतलब है समाचार का वह रूप, जो समाचार के लिए मार्ग दिखाए। यानी समाचार का सबसे अहम हिस्सा है लीड। लीड की रचना समाचार को आकर्षक बनाने के लिए की जाती है इसके साथ ही लीड में क्या, कब, कहाँ, कौन, कैसे, किसे—आदि प्रश्नों का उत्तर भी होता है। कुछ विद्वान् इन्द्रों को ही लीड की संज्ञा देते हैं। लेकिन जैसा कि इस शब्द से ही प्रकट होता है—लीड समाचार का वह भाग है, जो समाचार का नेतृत्व करता है और लीडर तो एक ही हो सकता है। इसे हम इस प्रकार समझ सकते हैं कि किसी समाचार पत्र में विविध प्रकार के समाचार प्रकाशित होते हैं, या रेडियो, टेलीविजन में अनेक प्रकार के समाचार प्रसारित होते हैं। सम्पादक विभाग इन सभी समाचारों में से सबसे मुख्य समाचार को इस रूप में प्रस्तुत करने का प्रयास करता है कि पाठक श्रोता या दर्शक अन्य समाचार पढ़े सुने अथवा देखे या नहीं, प्रमुख समाचार पर उसका ध्यान अवश्यमेव जाए। इस रूप में लीड से आशय है—समाचार का अग्रंश या आरम्भ, जहाँ समाचार का मुख्य बिन्दु रहता है। जबकि इन्द्रों में समाचार का सार या समाचार की प्रस्तावना होती है। इससे जाहिर है कि लीड की रचना समाचार के लिए सबसे महत्वपूर्ण है। लीड अनेक रूपों में लिखी जाती है। यथा— समाचारसार लीड(News summary Lead), वाक्यांश लीड(Short Sentence Lead), उद्धरण लीड (Quotation Lead), विरोधाभासी लीड(Contrast Lead), पिकचर लीड(Picture s Lead), हास्यरसात्मक लीड(Humours Lead) आदि।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1 — आमुख क्या है? संक्षेप में बताइए?
- प्रश्न 2— एक अच्छे आमुख की विशेषताएँ बताइए?
- प्रश्न 3— लीड किसे कहते हैं?
- प्रश्न 4— लीड और आमुख में अन्तर बताइए?

3.6 मीडिया लेखन की अन्य विधाएँ :

3.6.1 फीचर तथा मैगजीन के लिए लेखन –

फीचर लेखन की एक आधुनिकतम विधा है। सामान्य तौर पर यह अन्तर करना मुश्किल है कि समाचार लेखन से फीचर लेखन में क्या अन्तर है। फीचर समाचार नहीं है, रिपोर्टिंग या लेख या निबन्ध से भी भिन्न है फीचर। ये न कथात्मक होते हैं और न विशुद्ध भावनात्मक। इसमें समाचार की पूर्ण जानकारी होती है, तथ्यों का वर्णन होता है, घटनाक्रम का उल्लेख भी होता है और लेखक द्वारा किया गया विश्लेषण भी होता है। समाचार में घटनाओं का सीधे-सीधे उल्लेख कर दिया जाता है, फीचर में उसी समाचार या किसी घटना को रोचक ढंग से प्रस्तुत किया जाता है। उदाहरणतः एक समाचारपत्र लिखता है—‘पिछले चार दिनों से कुमाऊँ भर में मूसलाधार वर्षा हो रही है, जिससे जनजीवन अस्तव्यस्त हो गया है— यह समाचार है। इसी समाचार को यदि इस रूप में लिखा जाता है—‘हर वर्ष की तरह इस वर्ष भी बरसात के आने के साथ जनजीवन अस्तव्यस्त होने लगा है। लगातार हो रही मूसलाधार वर्षा ने अपना प्रभाव दिखाना शुरू कर दिया है। कुमाऊँ भर में इस वर्ष से जगह जगह भूस्खलन होने लगे हैं। कई इलाकों में बाढ़ एक बार फिर कहर ढा रही है, हजारों एकड़ कृषि भूमि कट कर नदियों में समा रही है, कई कच्चे घर ढह गए हैं, अनेक स्थानों पर इस प्राकृतिक आपदा के कारण लोग काल कवलित भी हो रहे हैं, ऐसे समय में जन प्रतिनिधियों, जिला प्रशासन को एकजुट होकर इस समस्या का समाधान करने के लिए कसर कसनी होगी— यह भी समाचार के सभी तथ्यों को प्रस्तुत करता है लेकिन तथ्यों को मार्मिक रूप में रखने के कारण इस लेखन का प्रभाव पाठकों पर समाचार से अधिक पड़ता है, यहीं पर समाचार फीचर का रूप ले लेता है। घटनाक्रम, घटना की पृष्ठभूमि, प्रस्तुतिकरण का आकर्षण, लेखकीय कौशल और मानवीय संवेदनाएँ— ये सभी तत्व एक सफल फीचर के अनिवार्य अंग हैं। हम समाचार और फीचर में इस रूप में अन्तर कर सकते हैं—समाचार में आमुख, कथाविस्तार और समापन तीन अवस्थाएँ होती हैं और फीचर में एक आकर्षक शुरुआत की जाती है। फीचर के आमुख से पाठक अनायास उसे पढ़ने के लिए तत्पर हो जाते हैं, फिर विस्तार से विषयवस्तु का वर्णन किया जाता है, इसके बाद उसमें चरम सीमा —यानी कथा का वह हिस्सा—जिसे आज प्रचलित शब्दावली में ‘पंच’ कहा जाता है, आता है, और फिर निष्कर्षात्मक उपसंहार होता है—

स्पष्ट है कि फीचर न तो समाचार की तरह संक्षिप्त होता है और न केवल सूचनात्मक। एक रचनात्मक लेख, जिसमें व्यक्तिगत अनुभूतियाँ हों, किसी घटना का विस्तृत वर्णन और विश्लेषण हो, जो पाठक को जानकारी दे रहा हो और उसका मनोरंजन भी कर रहा हो और उसके लिए ज्ञानवर्धक भी हो, फीचर है।

लेखक फीचर के माध्यम से जानकारियों को अपनी कल्पना और सर्जनात्मकता से न केवल रोचक बनाकर प्रस्तुत करता है अपितु भावनात्मक दृष्टि से भी प्रस्तुत करता है। फीचर केवल राजनीतिक सन्दर्भों या राजनीतिक घटनाओं से ही जुड़े नहीं होते हैं अपितु साहित्यिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, धार्मिक आस्थाओं, रातिरिवाजों या अन्य किसी भी विषय पर आधारित हो सकते हैं।

फीचर लेखक के लिए जरूरी है कि वह सबसे पहले अपने विषय को समझे, उसमें गहराई तक जाए, उसका गम्भीरता से तार्किक विश्लेषण करे और मानवीय दृष्टिकोण से फीचर

लेखन करे। सकारात्मक सामाजिक सन्दर्भों को बल देने वाले तथ्यों को प्रस्तुत करे और फीचर के चार मूल तत्वों— सच्चाई, जिज्ञासा, रोचकता और विश्वसनीयता — को ध्यान में रखते हुए अपनी बात प्रस्तुत करे। एक और बात का ध्यान फीचर लेखन के लिए रखना बहुत आवश्यक है कि फीचर लेखक को भाषा पर अधिकार होना चाहिए। यदि उसमें अभिव्यक्ति का कौशल नहीं है, तो वह सफल फीचरलेखक नहीं हो सकता। फीचर लेखन का विषय कोई भी व्यक्ति, स्थान, घटना हो सकता है। फीचर लेखक सूक्ष्म दृष्टि, बौद्धिक जिज्ञासा और भाषिक कौशल से किसी भी तरह के संवादफीचर, सूचनाप्रधान फीचर, अनुभव या उपलब्धियों पर आधारित फीचर लिख सकता है।

एक फीचर या मैगजीन के लिए लिखे जाने वाले लेख को विलोम पिरामिड तरीके से लिखना जरूरी नहीं है। लेखक इस विषय में स्वतन्त्र है कि वह किस तरह से अपनी बात प्रस्तुत करे, बस पाठक को लेखक के उद्देश्य का ज्ञान होना चाहिए कि वह यह फीचर क्यों लिख रहा है।

आप अक्सर फीचर फिल्म शब्द को सुनते हैं। आप यह भी जानते हैं कि फिल्में पूरे विश्व में मनोरंजन का सर्वाधिक लोकप्रिय और व्यावसायिक साधन है। फीचर फिल्म लेखन के लिए सर्वप्रथम कथा विचार, जिसे हम थीम, थॉट प्वाइंट कहते हैं, का चुनाव किया जाता है—जैसे अमीरी—गरीबी, सम्बन्धों का द्वन्द्व, प्रेम, पारिवारिक रिश्ते, स्त्री संघर्ष, कानून, गलतफहमी आदि। फिर थीम पर आधारित संक्षिप्त कथा तैयार की जाती है और उसके बाद इस कथा को विकसित किया जाता है, तदुपरान्त पटकथा लिखी जाती है। पटकथा में कथा विस्तार दृश्य के क्रम निर्धारण के साथ किया जाता है। इसके लिए लेखक में चौकन्नापन, जानकारी, अभिव्यक्तिकौशल का होना आवश्यक है।

विज्ञापन लेखन— आज की दुनिया को विज्ञापनी दुनिया कहा जाता है। वाणिज्यिक और व्यावसायिक फलकों के प्रसार के लिए विज्ञापन जनमत तैयार करते हैं। क्योंकि विज्ञापन का मुख्य उद्देश्य उत्पाद की बिक्री करना है इसलिए उसके द्वारा उपभोक्ता का ध्यान आकर्षित करने, उपभोक्ता में उस उत्पाद को खरीदने की रुचि जगाने का कार्य करना होता है और इसके लिए बहुत जरूरी है कि विज्ञापन लेखन कौशल से किया जाय। विज्ञापन तैयार करते समय यह जानना जरूरी है कि जिस वस्तु का विज्ञापन तैयार किया जा रहा है, वह वस्तु कैसी है? इसके प्रयोग क्या हैं? उसका उपयोग किन लोगों के द्वारा किया जाना है। आवश्यकतानुसार विज्ञापन ब्लॉक, स्लाइड, लघु फिल्म, फोल्डर, पुस्तिका, होर्डिंग आदि विज्ञापन के वे साधन हैं, जिनके द्वारा विज्ञापन प्रसारित होता है। फिर बारी आती है विज्ञापन लेखन की। विज्ञापन लेखन के लिए सबसे अधिक महत्व होता है शीर्षक का। शीर्षक द्वारा ही उपभोक्ता का ध्यान उस उत्पाद के प्रति केन्द्रित हो जाता है, जिसके लिए विज्ञापन तैयार किया गया है। फिर उपशीर्षक और कथ्य का विस्तार किया जाता है। विज्ञापन की भाषा का विज्ञापन की सफलता—असफलता में बहुत अधिक हाथ होता है। अतः विज्ञापन श्रव्य, सुपाद्य भाषा में विशिष्ट शैली में लिखे जाते हैं। विज्ञापन लेखक को अत्यधिक सावधानी से लिखना चाहिए क्योंकि विज्ञापन के प्रत्येक शब्द पर उपभोक्ता का ध्यान जाता है और एक भी गलत शब्द का प्रयोग पूरे विज्ञापन की महत्ता को समाप्त कर देता है।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— फीचर से क्या अभिप्राय है?
- प्रश्न 2— फीचर और समाचार में क्या अंतर है?
- प्रश्न 3— फीचर लेखन के लिए किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?
- प्रश्न 4 — विज्ञापन लेखन कैसा होना चाहिए?

3.7 सारांश :

समाचार लेखन भी अब एक कला है। लेखन की यह विधा एक वैज्ञानिक विधा है। किसी भी पत्रकार के लिए यह समझना बेहद जरूरी है कि एक पत्रकार के रूप में उसके पास अच्छी नजर, चीजों को समझने और विश्लेषित करने और खबरों को खोजने की शक्ति होने के बावजूद अगर अच्छी लेखन क्षमता नहीं है तो उसकी खबरों का महत्व कम हो जाता है। खास कर अखबारी पत्रकारिता में तो संपादन के लिए समय इतना कम होता है कि डेस्क पर काम करने वाले व्यक्ति के लिए खराब लिखी खबर को ठीक कर पाना सम्भव नहीं होता। ऐसी स्थिति में या तो वह समाचार छप ही नहीं पाता अथवा छपता है तो उसका सार्थक प्रभाव नहीं हो पाता।

किसी भी पत्रकार को समाचार लेखन की तकनीक का ज्ञान होना जरूरी है, लेकिन महज कागजी ज्ञान से काम नहीं होता इसके लिए यह आवश्यक है कि पत्रकार निरन्तर अभ्यास के जरिए अपनी खबरों को बेहतर करने का प्रयास करें। जब भी अवसर मिले एक ही खबर को अलग-अलग ढंग से लिखने का अभ्यास करने से समाचार लेखन की कमियां दूर होती हैं। उसे अन्य अखबारों में उसी विषय पर इसमें पत्रकारों द्वारा लिखी गई खबरों का भी अध्ययन करना चाहिए, जिस विषय पर उसने खबर लिखी थी। समान खबरों के अध्ययन विश्लेषण से उसे अपनी कमजोरी और खूबियों की जानकारी हो सकती है।

कुल मिलाकर समाचार लेखन एक निरन्तर अभ्यास से निखरने वाली कला है और इसके लिए पत्रकार को हर क्षण विद्यार्थी की भूमिका में ही रहना चाहिए। अच्छे समाचार लेखन के लिए स्पष्टता, सरलता और प्रवाह होना चाहिए। अपने लेखन को सहज और सरल बनाना चाहिए, सामान्यतः प्रचलित शब्दों का प्रयोग करना चाहिए; सामान्य वाक्यों का प्रयोग करना चाहिए; अतिरिक्त विस्तार से बचना चाहिए ; निरर्थक बातों के प्रयोग से बचना चाहिए; पुनरावृत्ति नहीं करनी चाहिए। प्रामाणिक स्रोतों से तथ्यों की जानकारी करनी चाहिए और अपने लिखे हुए को बार बार लिखना चाहिए। इन बातों का ध्यान रखने से कोई भी पत्रकार एक कुशल, सफल और स्थापित लेखक बन सकता है।

3.8 शब्दावली :

इन्द्रो : समाचार लेखन का आरम्भ इन्द्रो (पूरा शब्द इन्द्रोडक्शन—यानी विषय परिचय या मुखड़ा या आमुख) से किया जाता है। इन्द्रो से हम पूरे समाचार का परिचय करा देते हैं। इन्द्रो संक्षिप्त, महत्वपूर्ण बातों से युक्त और समाचार लेखन के लिए सबसे खास होता है। इसमें सबसे महत्वपूर्ण सूचना दो-तीन पंक्तियों में दे दी जाती है। यह भावात्मक, विवरणात्मक, कथात्मक हो सकता है। प्रकृति, शिल्प, शैली आदि के आधार पर आमुख के अनेक भेद होते हैं। समाचार का आमुख सरल, संक्षिप्त, सघन, प्रभावशाली और आकर्षक होना चाहिए।

लीड : लीड समाचार का वह भाग है, जो समाचार का नेतृत्व करता है और लीडर तो एक ही हो सकता है। इसे हम इस प्रकार समझ सकते हैं कि किसी समाचार पत्र में विविध प्रकार के समाचार प्रकाशित होते हैं, या रेडियो, टेलीविजन में अनेक प्रकार के समाचार प्रसारित होते हैं। सम्पादक विभाग इन सभी समाचारों में से सबसे मुख्य समाचार को इस रूप में प्रस्तुत करने का प्रयास करता है कि पाठक, श्रोता या दर्शक अन्य समाचार पढ़े, सुने अथवा देखे या नहीं, प्रमुख समाचार पर उसका ध्यान अवश्यमेव जाए। इस रूप में लीड से आशय है—समाचार का अग्रंश या आरम्भ, जहाँ समाचार का मुख्य बिन्दु रहता है।

छः ककार -5W's 1H : समाचार लेखन में सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं छः ककार - 5W's 1H कौन Who घटना को अंजाम देने वाला कौन था?ए?, क्या What क्या घटना हुई?, कब When घटना कब हुई?, कहाँ Where घटना कहाँ हुई?, क्यों Why घटना क्यों हुई?, कैसे HOW घटना कैसे हुई?

विलोम स्तूप : समाचार लेखन के लिए तथ्य जुटाने के बाद समाचार लेखक को समाचार की संरचना करनी होती है। सामान्य तौर पर लेखन की एक पद्धति है कि किसी भी लेख को प्रस्तुत करते हुए लेखक पहले अपने विषय को रोचक ढंग से प्रस्तुत करता है क्योंकि उसे अपने विचारों की प्रस्तुति के लिए एक माहौल बनाना होता है अतः वह आरम्भ में कम महत्वपूर्ण सूचनाएँ देता है, फिर विषयवस्तु का विस्तार करता है और इसके उपरान्त सर्वाधिक महत्वपूर्ण सूचना देकर अपनी बात समाप्त करता है। निबन्ध, समाचार अथवा लेख की इस संरचना को विलोम स्तूप कहते हैं।

फीचर : लेखन की एक आधुनिक विधा का नाम है फीचर लेखन, फीचर न तो समाचार है, न लेख है न ही निबन्ध है। फीचर इन सबका मिला जुला रूप है जिसमें समाचार भी होता, तथ्यों का विवरण भी होता है और घटनाक्रम का विस्तार भी। फीचर किसी दृश्य चित्र की तरह पूरे मामले की तह तक पाठक को पहुंचा देता है। फीचर लेखन की एक विशेषता इसकी रोचकता भी है।

3.9 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर :

3.3 के उत्तर

- उत्तर 1—** हमारे चारों ओर घटने वाली ऐसी घटना की सूचना जो ताजी व तथ्यपूर्ण हो उसे समाचार कहते हैं।
- उत्तर 2—** समाचारों को मुख्यतः तीन वर्गों में रखा गया है— 1. गुण एवं स्वरूप के आधार पर, 2. विषय के आधार पर, 3. प्रकृति के आधार पर।
- उत्तर 3—** समाचार प्राप्त करने के मुख्य रूप से दो स्रोत होते हैं— 1— प्रत्यक्ष स्रोत , 2— अप्रत्यक्ष स्रोत। प्रत्यक्ष स्रोत से आशय है समाचार लेखक द्वारा स्वयं घटना आदि का प्रत्यक्षदर्शी होकर समाचार एकत्र करना। किसी सार्वजनिक सभा, समारोह, धरना, प्रदर्शन, भेंटवार्ता, पत्रकार वार्ता आदि में या किसी घटनास्थल पर उपस्थित समाचार लेखक स्वयं महत्वपूर्ण तथ्य संकलित करता है। अप्रत्यक्ष स्रोत से आशय है, जिस घटना को संवाददाता घटनास्थल पर स्वयं उपस्थित नहीं होता, अन्यान्य स्रोतों से समाचार संकलित करता है।

उत्तर 4— समाचार लेखन में सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं छः ककार -5W's 1H कौन Who घटना को अंजाम देने वाला कौन था?ए?, क्या What क्या घटना हुई?, कब When घटना कब हुई?, कहाँ Where घटना कहाँ हुई?, क्यों Why घटना क्यों हुई?, कैसे HOW घटना कैसे हुई?

3.4 के उत्तर

उत्तर 1— विलोम स्तूप का तात्पर्य समाचार की संरचना की एक विशेष शैली से है।

उत्तर 2— समाचार इस तरह लिखना चाहिए कि क्या, कब, क्यों, कहाँ, कैसे, कौन—इन प्रश्नों के उत्तर पाठकों को यथाशीघ्र मिल जाए। समाचार लेखन के लिए विलोम स्तूप शैली का प्रयोग उपयुक्त है।

उत्तर 3— संस्कृत नाटक लेखन की 5 कार्यावस्थाएँ हैं— आरम्भ, यत्न, प्राप्त्याशा, नियताप्ति और फलागम।

3.5 के उत्तर

उत्तर 1— समाचार लेखन का आरम्भ इन्द्रो (पूरा शब्द इन्द्रोडक्शन—यानी विषय परिचय या मुखड़ा या आमुख) से किया जाता है। इन्द्रो से हम पूरे समाचार का परिचय करा देते हैं। इन्द्रो संक्षिप्त, महत्वपूर्ण बातों से युक्त और समाचार लेखन के लिए सबसे खास होता है। इसमें सबसे महत्वपूर्ण सूचना दो—तीन पंक्तियों में दे दी जाती है। यह भावात्मक, विवरणात्मक, कथात्मक हो सकता है।

उत्तर 2— आमुख समाचार की मूल संवेदना को अभिव्यक्त करने वाला हो। आमुख संक्षिप्त लेकिन तथ्यपूर्ण हों। आमुख की भाषा सरल, सहज और विषयानुकूल होनी चाहिये। समाचार यदि किसी वक्तव्य, प्रस्ताव अथवा सूचना से सम्बन्धित हो तो उसका मुख्य बिन्दु आमुख का विषय बनाया जाना चाहिये।

उत्तर 3— लीड का शाब्दिक अर्थ है —आगे आगे चलना, नेतृत्व करना, मार्ग दिखाना —show the way। इस तरह समाचार लेखन के सन्दर्भ में लीड का मतलब है समाचार का वह रूप, जो समाचार के लिए मार्ग दिखाए। यानी समाचार का सबसे अहम हिस्सा है लीड। लीड की रचना समाचार को आकर्षक बनाने के लिए की जाती है इसके साथ ही लीड में क्या, कब, कहाँ, कौन, कैसे, किसे—आदि प्रश्नों का उत्तर भी होता है।

उत्तर 4— लीड से आशय है—समाचार का अग्रंश या आरम्भ, जहाँ समाचार का मुख्य बिन्दु रहता है। जबकि आमुख या इन्द्रो में समाचार का सार या समाचार की प्रस्तावना होती है।

3.6 के उत्तर

उत्तर 1— फीचर न कथात्मक होते हैं और न विशुद्ध भावनात्मक। इसमें समाचार की पूर्ण जानकारी होती है, तथ्यों का वर्णन होता है, घटनाक्रम का उल्लेख भी होता है और लेखक द्वारा किया गया विश्लेषण भी होता है। फीचर में उसी समाचार या किसी घटना को रोचक ढंग से प्रस्तुत किया जाता है।

- उत्तर 2—** फीचर समाचार नहीं है, ये न कथात्मक होते हैं और न विशुद्ध भावनात्मक। इसमें समाचार की पूर्ण जानकारी होती है, तथ्यों का वर्णन होता है, घटनाक्रम का उल्लेख भी होता है और लेखक द्वारा किया गया विश्लेषण भी होता है, जबकि समाचार में घटनाओं का सीधे-सीधे उल्लेख कर दिया जाता है, फीचर में उसी समाचार या किसी घटना को रोचक ढंग से प्रस्तुत किया जाता है, जबकि समाचार साधारण व सूचनाप्रद ही होते हैं।
- उत्तर 3—** फीचर लेखन के लिए सर्वप्रथम कथा विचार का जिसे हम थीम, थॉट प्वाइंट कहते हैं, चुनाव किया जाना चाहिए। पाठकों और समाज की आवश्यकता के अनुरूप विषय चयन करना चाहिए। अपनी विषयवस्तु को स्पष्ट, सुन्दर, आकर्षक तरीके से प्रस्तुत करना चाहिए। आपका लेखन स्पष्ट, ग्राह्य और विषयानुरूप होना चाहिए। आपको भाषा पर पूरा अधिकार होना चाहिए।
- उत्तर 4—** विज्ञापन श्रव्य, सुपाठ्य भाषा में विशिष्ट शैली में लिखे जाते हैं। विज्ञापन लेखक को अत्यधिक सावधानी से लिखना चाहिए क्योंकि विज्ञापन के प्रत्येक शब्द पर उपभोक्ता का ध्यान जाता है और एक भी गलत शब्द का प्रयोग पूरे विज्ञापन की महत्ता को समाप्त कर देता है।

3.10 संदर्भ ग्रन्थ सूची :

1. गुप्ता, योगेश कुमार : मीडिया के विविध आयाम,, आविष्कार पब्लिशर्स, जयपुर, राज., 2006
2. डॉ. हरिमोहन : रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली, 2006
3. पंत, एन0 सी0 : समाचार लेखन और सम्पादन, कनिष्क पब्लिशर्स, डिस्ट्रीब्यूटर्स, दिल्ली, 2007
4. सूर्यमणि रघुवंशी : प्रिंट मीडिया: क्या और कैसे?— अविचल प्रकाशन, बिजनौर, 2006
5. George A. Hough : News writing , Kanishka Publishers, Delhi, 2006

3.11 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री :

1. पत्रकारिता के मूलतत्व, प्रो0 आशाराम डंगवाल
2. पत्रकारिता एवं जनसंचार, डॉ0 राकेश चन्द्र रयाल, विनशर प्रकाशन, देहरादून।
3. इंटरनेट

3.12 निबन्धात्मक प्रश्न :

प्रश्न 1— एक सफल संवाददाता के रूप में आपमें क्या-क्या विशेषताएँ होनी चाहिए?

प्रश्न 2— एक समाचार लेखक को लेखन के लिए किन-किन बातों को ध्यान में रखना चाहिए?

प्रश्न 3— समाचार सम्पादक द्वारा किसी न्यूज स्टोरी के लिए जिन बिन्दुओं को महत्व देता है, उनमें से किन्हीं चार बिन्दुओं का विस्तार से उल्लेख कीजिए?

प्रश्न 4— विज्ञापन लेखन और फीचर लेखन में क्या अंतर है?

प्रश्न 5— अपने क्षेत्र के किसी एक रमणीक व पर्यटन स्थल पर एक फीचर लिखिए?

इकाई—04

समाचार पत्र तथा विश्व की प्रमुख समाचार एजेंसियाँ

इकाई की रूपरेखा

- 4.1 प्रस्तावना
- 4.2 उद्देश्य
- 4.3 समाचार पत्र—पत्रिकाएं : संक्षिप्त इतिहास
- 4.4 बीसवीं सदी व वर्तमान परिदृश्य
- 4.5 समाचार समितियों का उद्भव और विकास
- 4.6 विश्व की प्रमुख समाचार समितियाँ
- 4.7 प्रमुख भारतीय समाचार समितियाँ
- 4.8 सारांश
- 4.9 शब्दावली
- 4.10 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 4.11 संदर्भ ग्रन्थ सूची
- 4.12 सहायक /उपयोगी पाठ्य सामग्री
- 4.13 निबन्धात्मक प्रश्न

4.1 प्रस्तावना :

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

इस इकाई में समाचार पत्र तथा विश्व की प्रमुख समाचार एजेंसियों के अन्तर्गत समाचार पत्र—पत्रिकाओं का संक्षिप्त इतिहास, बीसवीं सदी व वर्तमान परिदृश्य, समाचार समितियों का उद्भव और विकास, विश्व की प्रमुख समाचार समितियाँ, प्रमुख भारतीय समाचार समितियों की विस्तृत जानकारी विद्यार्थियों को दी गई है।

विषय का अध्ययन करने पर छात्र विश्व व भारतीय समाचार समितियों के बारे में विस्तृत जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। साथ ही छात्रों को यह भी जानकारी इस इकाई से मिलेगी कि समाचार एजेंसियों की समाचार माध्यमों में क्या उपयोगिता है।

4.2 उद्देश्य :

इस इकाई का उद्देश्य समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं के विशाल संसार का एक सूक्ष्म सिंहावलोकन करवाना है। समाचार पत्रों का इतिहास और पत्र-पत्रिकाओं का इतिहास हमें यह बताता है कि किन परिस्थितियों में आधुनिक पत्रकारिता का जन्म हुआ ? किस तरह पत्र-पत्रिकाओं ने अपनी विकास यात्रा तय की।

इकाई के जरिए आप जान सकेंगे कि—

- समाचार पत्रों का जन्म और विकास किस प्रकार हुआ ?
- प्रारम्भिक समाचार पत्रों का स्वरूप किस तरह का था ?
- भारतीय पत्रकारिता का विकास किस तरह हुआ ?
- वर्तमान में भारतीय पत्रकारिता की क्या स्थिति है ?
- समाचार एजेंसियां किस तरह विकसित हुई ?
- विश्व की प्रमुख समाचार एजेंसियां कौन सी हैं ?
- प्रमुख भारतीय समाचार एजेंसियों की विकास यात्रा किस तरह आगे बढ़ रही है?

4.3 समाचार पत्र-पत्रिकाएं : संक्षिप्त इतिहास :

इक्कीसवीं सदी की हमारी दुनिया आज इतनी छोटी हो गई है कि इसे ग्लोबल विलेज कहा जाने लगा है। दुनिया को इतना छोटा बनाने का काम जिस अकेली चीज ने सबसे ज्यादा किया है उसे कहते हैं, सूचना तकनीक। क्षण भर में इंटरनेट के जरिए, फोन के जरिए आप दुनिया के किसी दूसरे कोने में बैठे व्यक्ति से बातें कर सकते हैं। उस तक समाचार पहुंचा सकते हैं, उसका समाचार जान सकते हैं। लेकिन संचार क्रान्ति की इस मंजिल तक पहुँचने की एक लम्बी यात्रा रही है। प्रागैतिहासिक काल में भित्ति चित्रों के जरिए अपने मन की बात को संप्रेषित करने की कला को ही संचार इतिहास की प्रारम्भिक कड़ी माना जा सकता है। चित्रों के बाद शब्दों और फिर लिपि के जरिए चलते-चलते जब मनुष्य की विकास यात्रा मुद्रण कला तक पहुंची तो संचार के इतिहास में एक बड़ी घटना घटी, यह घटना थी समाचार पत्रों का जन्म।

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

ईसा पूर्व पांचवी शताब्दी में रोम में राज्य की ओर से संवाद लेखक नियुक्त किये जाने के प्रमाण इतिहास में मिलते हैं। इन संवाद लेखकों का काम राजधानी से दूर के नगरों में जाकर

हाथ से लिख कर राज्य के आदेशों का प्रचार करना होता था। ईसा पूर्व 60 सन में जब जूलियस सीजर ने रोम की गद्दी संभाली तो उसने 'एक्टा डिउर्ना' (Acta Diurna) नामक दैनिक समाचार बुलेटिन शुरू करवाया। इसमें मूल रूप से राज्य की घोषणाएं होती थीं और इन्हें प्रतिदिन रोम शहर में सार्वजनिक स्थानों पर चिपकाया जाता था।

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

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

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

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

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

माना जाता है। इसके 12 वर्ष बाद 29 जनवरी 1780 को कलकत्ता से पहले भारतीय अखबार 'कलकत्ता जनरल एडवर्टाइजर' या हिकीज गजट का प्रकाशन हुआ। इसके मालिक सम्पादक जेम्स ऑगस्टस हिकी को भी ब्रिटिश अधिकारियों ने भ्रष्टाचार के खिलाफ लिखने की बड़ी कीमत चुकानी पड़ी। पहले पोस्टऑफिस के जरिये भेजे जाने वाले उसके अखबारों पर रोक लगा दी गई और फिर उस पर मुकदमा चला कर एक साल की कैद व 200 रुपये का जुर्माना ठोक दिया गया। हिकी का अखबार बन्द कर दिया गया, हिकी को भारत में स्वतंत्र पत्रकारिता को जन्म देने वाला भी कहा जाता है क्योंकि उसने कंपनी के अधिकारियों से भ्रष्टाचार के खिलाफ लिखने में कोई समझौता नहीं किया बल्कि उसने लिखो, अपने मन और आत्मा की स्वतंत्रता के लिए अपने शरीर को बन्धन में डालने में मुझे आनन्द आता है।'

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

"आज दिवस लो उग चुक्यो, मार्तण्ड उदन्त।

अस्ताचल को जात है, दिनकर दिन अब अन्त।।"

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

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

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

उन्नीसवीं सदी के प्रारम्भ में प्रायः सभी समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में ब्रिटिश राज के प्रति कोई बड़ा विरोध या आक्रोश नहीं दिखता। हालांकि भारत में पत्रकारिता का आरम्भ ही कम्पनी के अधिकारियों के भ्रष्टाचार के खिलाफ मुहिम के साथ हुआ था। इस दौर के सभी पत्रों ने सामाजिक सुधारों की दिशा में काफी योगदान दिया। राजा राम मोहन राय जैसे समाज सुधारक इस दौर के सम्पादकों में शामिल थे। लेकिन इस सदी के दूसरे भाग में आजादी के पहले संग्राम की छाप भारतीय पत्रकारिता पर साफ देखी जा सकती है।

‘पयामे आजादी’ में प्रकाशित—

‘आज शहीदों ने तुझको अहले वतन ललकारा।

तोड़ो गुलामी की जंजीरें, बरसाओ अंगारा।।’

जैसी रचनाएं हमें इस दौर की अनेक पत्र-पत्रिकाओं में नजर आती हैं। इस दौर में ज्यादातर पत्र पत्रिकाओं का स्वर राष्ट्रीयता से लबालब था। निर्भीकता और तेजस्विता के साथ सांस्कृतिक मूल्यों से जुड़ाव उसमें साफ झलकता था।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— मुद्रण कला का इतिहास तक जाता है ।
- प्रश्न 2— रोमन समाचार बुलेटिन का क्या नाम था?
- प्रश्न 3— वाक्यानवीस कौन होते थे ?
- प्रश्न 4— ‘टाइम्स’ का क्या महत्व है?
- प्रश्न 5 — सरस्वती का उद्देश्य क्या था ?

4.4 बीसवीं सदी व वर्तमान परिप्रेक्ष्य :

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

1907 में पण्डित मदन मोहन मालवीय ने अभ्युदय के जरिए उत्तर प्रदेश में जन जागरण का जर्बदस्त कार्य शुरू किया । शहीद भगत सिंह की फांसी के बाद प्रकाशित अभ्युदय के फांसी अंक ने तो हलचल ही मचा दी थी। 13 अप्रैल 1907 से नागपुर से निकला हिन्द कंसरी इस दृष्टि से महत्वपूर्ण था कि इसमें लोकमान्य तिलक के प्रसिद्ध अखबार ‘केसरी’ के लेखों का हिन्दी अनुवाद होता था और इसमें वही सामग्री होती थी जो एक सप्ताह पूर्व केसरी में छप चुकी होती थी। हजारों की संख्या में छपने वाले इस अखबार ने अल्पकाल में ही उत्तर भारत के युवाओं में खासी पैठ बना ली थी । इलाहाबाद के ‘स्वराज’ की तरह 1910 में कानपुर से निकला ‘प्रताप’ भी एक ओजस्वी अखबार था । गणेश शंकर विद्यार्थी के इस अखबार का प्रकाशन हिन्दी पत्रकारिता के इतिहास में एक क्रान्तिकारी कदम था। विद्यार्थी भारतीय पत्रकारिता में एक अमर हस्ताक्षर माने जाते हैं। 1917 में कोलकाता से शुरू हुए विश्वमित्र को इस वजह से महत्त्वपूर्ण माना जाता है क्योंकि वह हिन्दी का पहला दैनिक था जो कि एक साथ 5 शहरों से प्रकाशित

होता था। 5 सितम्बर 1920 को बनारस से शुरू 'आज' को भी इसी कड़ी का अंग माना जा सकता है।

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

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

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

इस काले अध्याय के बाद 1984 में बिहार में बिहार प्रेस बिल, और 1987 में राजीव गांधी द्वारा एंटी डिफेमेशन बिल लाकर मीडिया पर अंकुश लगाने की कोशिशें हुईं मगर पत्रकार बिरादरी के तीव्र विरोध के कारण ये दोनों ही बिल वापस ले लिए गए।

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

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— महात्मा गांधी की हत्या की खबर सबसे पहले किस समाचार समिति ने दी थी?

प्रश्न 2— सरस्वती का प्रकाशन कब शुरू हुआ था?

प्रश्न 3— अभ्युदय के संपादक कौन थे?

प्रश्न 4— भारत में एंटी डिफेमेशन बिल कब और किसके द्वारा लाया गया?

4.5 समाचार एजेंसियों का उद्भव और विकास :

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

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

समाचार एजेंसियों की शुरुआत ब्रिटेन में हुई मानी जा सकती है। 1686 में एडवर्ड लायड ने लन्दन की टावर स्ट्रीट में एक काफी हाऊस खोला था। यहां पर अलग-अलग इलाकों के व्यापारी आते थे। इनसे मिली जानकारी को लन्दन के अखबारों तक पहुंचा कर लायड को प्रति सप्ताह 21 शिलिंग की आय हो जाती थी। इस तरह यह पहली समाचार वितरण संस्था अस्तित्व में आई। बाद में यूरोप और अमेरिका के 28 बंदरगाहों में इसके प्रतिनिधि हो गए थे जो अपने-अपने बंदरगाह में आने वाले जहाजियों और व्यापारियों से खबरें प्राप्त करते थे। लायड की तरह ही अमेरिका के बोस्टन के एक कॉफी हाऊस के मालिक सैमुनल टापलिफ ने भी अमेरिकी अखबारों के लिए विदेशी समाचार जुटाने का काम 1801 में शुरू कर दिया था। बाद में टापलिफ यूरोप आया और उसने वहाँ भी अपना काम जारी रखा। बाद में उसके काम की परिणिति 'हारबर एसोसिएशन' के रूप में हुई। 'हारबर एसोसिएशन' का गठन 1849 में कई समाचार पत्रों ने आपसी सहयोग के आधार पर जल्दी खबरें प्राप्त करने के लिए किया था। इसी दौर में पुर्तगाल निवासी चार्ल्स हावा ने 'हावा एजेंसी' और जूलियस रायटर ने भी अपने नाम से एक समाचार समिति की स्थापना की।

गौरतलब है कि समाचार एजेंसियों की दुनिया के विस्तार में समुद्री परिवहन और व्यापारियों ने बड़ा योगदान किया था लेकिन इन साधनों से खबरों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुंचने में बड़ा समय लगता था। मसलन नैपोलियन बोनापार्ट का निधन 5 मई 1821 को सेंट हेलना द्वीप में हुआ था। लेकिन पेरिस तक यह खबर 6 जुलाई 1821 को पहुंच पाई थी और उन दिनों 2 महीने की देरी कोई देरी नहीं मानी जाती थी। रायटर ने सबसे पहले समुद्री केवलों के जरिए नई संचार व्यवस्था का इस्तेमाल करना शुरू किया और इस तरह खबरें भेजने में

लगने वाले समय को काफी कम कर दिया । आज इंटरनेट ने तो दुनिया की दूरियाँ ही खत्म कर दीं हैं। आज विश्व की अनेक भाषाओं में 25 से अधिक बड़ी अन्तर्राष्ट्रीय समाचार समितियाँ पूरी दुनिया को एक सूत्र में बांधे रखने के लिए दिनरात काम में जुटी हुई हैं।

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— समाचार एजेंसियों की शुरुआत कहां मानी जाती है?

प्रश्न 2— अमेरिका में खबरें जुटाने का कार्य कब शुरू हुआ?

प्रश्न 3— हारबर एसोसिएशन का गठन कब हुआ?

4.6 विश्व की प्रमुख समाचार एजेंसियाँ :

आज जब दुनिया सिकुड़ती जा रही है और लगातार छोटी बनती जा रही है तब दुनिया के एक भाग में होने वाली हलचल के प्रति दुनिया के दूसरे कोने में रहने वाले लोगों की उत्सुकता बढ़ती चली गई है। ऐसे में समाचार एजेंसियों की भूमिका भी बहुत बढ़ती जा रही है । अन्तर्राष्ट्रीय समाचार एजेंसियों के लिए जहां बेहतर संसाधन जरूरी हैं वहीं इनकी विश्वसनीयता भी खास मायने रखती है। वैसे तो विश्वभर में 1200 से ज्यादा संवाद समितियां काम कर रही हैं। उनमें से भी 25 से ज्यादा अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर जानी जाती हैं लेकिन इनमें से 5 एजेंसियाँ ऐसी हैं जिन्हें विश्व की प्रमुख समाचार समितियाँ कहा जा सकता है ।

- (1)— एसोसिएटेड प्रेस (A P)
- (2)— यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल (U P I)
- (3)— रॉयटर्स (R e u t e r s)
- (4)— एजेंसी फ्रांस प्रेस (A F P)
- (5)— टेलीग्रेफोनोयिक एजेन्सतवो सोवेट्सकनो सोइउजा (T A S S)

(1)— एसोसिएटेड प्रेस (AP): टेलीग्राफ के आविष्कार के साथ ही न्यूज एजेंसियों के काम में तेजी आई थी। एसोसिएटेड प्रेस ने पहले पहल इस तकनीक को अपनाया । शीघ्र ही आर्थिक एवं वित्तीय अन्तर्राष्ट्रीय समाचार सेवा (H P D J) और डोउजोन (D J) के साथ तालमेल कर एपी महत्वपूर्ण समाचार समिति बन गई।

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

(2)— यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल (UPI) : एपी की तरह ही यूपीआई भी अमेरिकी न्यूज एजेंसी है। इसकी स्थापना 1907 में एडवर्ड विल्स स्क्रिप्स ने की थी। प्रारम्भ में यह छोटे समाचार पत्रों के लिए सायंकालीन सेवा थी। हालाँकि 1918 में प्रथम विश्वयुद्ध खत्म होने का गलत समाचार देने के कारण इसकी काफी बदनामी हुई मगर फिर इसने अपनी साख वापस प्राप्त कर ली । आज यूपीआई के ग्राहक यूरोप, दक्षिण अमेरिका, एशिया और आस्ट्रेलिया तक फैले हैं ।

(3)— रायटर्स (Reuters) : अपने संस्थापक पॉल जूलियस रायटर के नाम से जुड़ी इस समाचार एजेंसी ने 1850 में कबूतरों के जरिए (Pigeon Service) खबरें जल्दी भेजने का सफल प्रयोग

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

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

(4)–एजेंसी फ्रांस प्रेस (Agence France Presse) : 1835 में स्थापित एएफपी ने प्रथम विश्व युद्ध के बाद विस्तार पाना शुरू किया। हावा एजेंसी (Agence Hawas) के समाप्त होने के बाद एएफपी ने पूरी तरह उसकी जगह ले ली। इसका प्रधान कार्यालय पेरिस में है और यह एक स्वशासी संस्था है। 'हावा' का उत्तराधिकारी बनने का एएफपी को बहुत लाभ हुआ।

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

(5)– तास (Telegrafnoic Agentsvo Sovetskavo Soyura) : इस अन्तर्राष्ट्रीय समाचार समिति की स्थापना 1917 में पेट्रोग्राड टेलीग्राफ के नाम से हुई थी। प्रारम्भ से ही इस पर समाजवादी विचारधारा का प्रभाव था। 80 के दशक में सोवियत संघ के विघटन के साथ ही तास में भी संगठनात्मक बदलाव आया और आईटीएआर (The Information Telegraph Agency of Russia) नामक एक नयी समाचार समिति का गठन हुआ। वर्तमान में इसे इतार तास (ITARR-TASS) नाम से जाना जाता है। वर्तमान में देशी व विदेशी मिलकर इसके 20000 से अधिक ग्राहक हैं।

तीसरी दुनिया के महत्व और जरूरतों को समझते हुए गुट निरपेक्ष देशों ने भी एक अन्तर्राष्ट्रीय समाचार समिति बनाई है। जिसे NAHAP यानी (Non Aligned News Agencies Pool) की स्थापना की है। 1976 में स्थापित इस समाचार समिति का उद्देश्य समाचारों में पश्चिमी देशों के प्रभुत्व को रोकना है। संसार की अन्य प्रमुख अन्तर्राष्ट्रीय समाचार एजेंसियों में चीन की सिनहुआ (Xinhua), एफ्रो एशियन न्यूज समिति (एएएनएस), जापान की क्योडो (Kyodo) आदि प्रमुख हैं जो विश्व के कई देशों में सेवाएं प्रदान करती हैं।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— विश्व की प्रमुख समाचार समितियां कौन-कौन सी हैं?
- प्रश्न 2— एसोसिएटेड प्रेस (A P) का पुनर्गठन कब हुआ था?
- प्रश्न 3— यूपीआई (UPI) कहां की समाचार समिति है? तथा इसकी स्थापना कब हुयी थी?
- प्रश्न 4— रायटर के संस्थापक कौन थे?

4.7 प्रमुख भारतीय समाचार एजेंसियां :

उन्नीसवीं शताब्दी के प्रथम दशक तक भारत में पायनियर, स्टेट्समैन, इंग्लिशमैन तथा इण्डियन डेली न्यूज नामक 4 प्रमुख अंग्रेजी पत्र प्रकाशित होते थे। पायनियर इन चारों में विशिष्ट

तथा अधिक लोकप्रिय था । अतः स्टेट्समैन, इंग्लिशमैन व इंडियन डेली न्यूज ने मिल कर 1905 में एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इण्डिया (एपीआई) की स्थापना की । 1915 में रायटर ने इसका अधिग्रहण कर लिया तो राष्ट्रवादी विचारधारा के कुछ लोगों ने मिलकर 1927 में 'फ्री प्रेस एजेंसी ऑफ इण्डिया' का गठन किया । यह समिति भी 1935 में बन्द हो गई । सितम्बर 1933 में कोलकत्ता में यूनाइटेड प्रेस ऑफ इण्डिया की स्थापना हुई । यूपीआई ने ही सर्वप्रथम महात्मा गांधी की हत्या का समाचार दिया था लेकिन आर्थिक संकट के कारण यह भी 1958 में बन्द हो गई ।

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

2. यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया (यूएनआई) : इसका मुख्यालय नई दिल्ली में है। पीटीआई के बाद यह देश की दूसरी सबसे बड़ी अंग्रेजी संवाद समिति है। इसका गठन प्रथम प्रेस आयोग की सिफारिशों के आधार पर किया गया था । पीटीआई के एकाधिकार के चलते समाचारों की निष्पक्षता पर सवाल न उठे, इसलिए प्रतिस्पर्धा बनाए रखने के लिए 1961 में इसका गठन हुआ । आज यह विश्व की 15 बड़ी संवाद समितियों से जुड़ी है। फोटो सेवा, वाणिज्य सेवा, सन्दर्भ सेवा जैसी विशिष्ट सेवाएं भी यूएनआई द्वारा प्रदान की जाती हैं।

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

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

5. इण्डिया एब्रोड न्यूज सर्विस (आईएनएस) : मूलरूप में प्रवासी भारतीयों के लिए समाचार उपलब्ध कराने वाली इस समाचार समिति ने अब देश में भी अपना विस्तार करना शुरू कर दिया है। देश के सभी राज्यों की राजधानियों के साथ अन्य प्रमुख नगरों में इसके दफ्तर हैं । यह समाचारों के साथ-साथ कला, संस्कृति, रहन-सहन, साहित्य, जनजीवन आदि पर छोटे-छोटे फीचर भी उपलब्ध कराती है।

इनके अतिरिक्त अन्य कई छोटी-छोटी समाचार एजेंसियां भी देश के अलग-अलग भागों से अपने-अपने क्षेत्र के समाचार उपलब्ध कराती हैं । हिन्दुस्तान समाचार, समाचार भारती आदि कुछ बड़ी न्यूज एजेंसियां जमाने की बदलती रफ्तार के साथ तालमेल न बिठा पाने के कारण बन्द भी हो चुकी हैं ।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— आईएएनएस क्या है?
- प्रश्न 2— पीटीआई से क्या तात्पर्य है?
- प्रश्न 3— भारत में एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इण्डिया (एपीआई) की स्थापना कब हुयी थी?
- प्रश्न 4— यूनीवार्ता का आरम्भ कब हुआ ?

4.8 सारांश :

आज समाचार पत्र-पत्रिकाओं और समाचार एजेंसियों के कामकाज में क्रान्तिकारी परिवर्तन आ रहे हैं। सूचना तकनीक के विस्तार के साथ-साथ मीडिया के हर क्षेत्र में भी बदलाव आ रहे हैं। आज पत्र पत्रिकाओं का स्वरूप बेहद आकर्षक हो गया है। बेहतर चित्रों का प्रकाशन और रंगीन पृष्ठों का प्रकाशन अब आम बात हो गई है। पत्र पत्रिकाओं की विषय वस्तु और सामग्री में भी परिवर्तन हो रहे हैं। आज अलग-अलग विषय के लिए, अलग-अलग वर्ग के लिए उसकी रुचि के अनुसार पत्र पत्रिकाएं उपलब्ध हैं ।

उत्तराखण्ड की पत्रकारिता में भी इन कारणों से बदलाव आए हैं और राज्य बनने के बाद की परिस्थितियों के कारण भी उसमें परिवर्तन हो रहे हैं । टीवी ने समाचारों के विस्तार को एक नया आयाम दे दिया है। आज उत्तराखण्ड के बद्रीनाथ, केदाननाथ जैसे दूरस्थ स्थानों से सजीव प्रसारण होना सम्भव हो गया है।

इस बदलते दौर में समाचार एजेंसियों की भूमिका भी बदल रही है। उन्हें अब सबसे तेज टीवी न्यूज चैनलों से खबरों के मामले में होड़ करनी पड़ रही है। आज टीवी चैनलों की बढ़ती संख्या के कारण बिजुअल न्यूज एजेंसियों की जरूरत बढ़ गई है। फिलहाल देश में एएनआई यानी एशियन न्यूज एजेंसी ही एक मात्र स्वदेशी विजुअल न्यूज एजेंसी है। पीटीआई व यूएनआई ने भी इसकी शुरुआत की थी मगर उनके पांव जल्द ही उखड़ गए । अलबत्ता अन्तर्राष्ट्रीय समाचारों के लिए रॉयटर और एपीटीएन नामक दो अन्तर्राष्ट्रीय विजुअल न्यूज एजेंसियाँ हैं। जिनकी सेवाएं तमाम देशी न्यूज चैनल लेते रहते हैं। रॉयटर विजुअल न्यूज सेवा, रॉयटर का अंग है। तो एपीटीएन, एपी का। एसोसिएटेड प्रेस ने एपीटीएन की शुरुआत 1994 में की थी। यह माना जा सकता है कि देश में आज भी एक और टीवी न्यूज एजेंसी के फलने-फूलने के लिए पूरे-पूरे अवसर मौजूद हैं।

पत्रकारिता भले ही इंटरनेट युग की और बढ़ रही हो मगर उससे आज भी अपेक्षा यही की जाती है कि वह वस्तुनिष्ठता, पूर्णता और पूरी आजादी से अपना काम करती रहेगी । समाचार पत्र-पत्रिकाओं और समाचार समितियों के रूप रंग में भले ही कितना भी बदलाव आ जाए, उनसे उम्मीद यही रहेगी कि वो मानवता, राष्ट्रीयता और परम्पराओं के सम्मान के साथ-साथ सामाजिक जागरूकता की दिशा में अपनी भूमिका सक्रियता से निभाते रहेंगी।

4.9 शब्दावली :

समाचार एजेंसी : समाचार एजेंसी या समाचार समिति से आशय इस तरह की संस्था से है जो एक या अधिक पत्र पत्रिकाओं अथवा अथ ग्राहकों को उनकी जरूरत के मुताबिक विश्वसनीय समाचार प्रेषित कराती है।

मुद्रण कला : मुद्रण कला या प्रिंटिंग टैक्नालोजी का आधुनिक युग लगभग 560 वर्ष पुराना है जब धातु के अक्षरों के जरिए छपाई का काम शुरू हुआ था। विकास के कई चरणों से गुजरते हुए छपाई की कला आज कम्प्यूटर युग में पहुंच गई है ।

बनारस अखबार : नवम्बर 1931 से पहले तक यह माना जाता था कि हिन्दी का पहला पत्र 'बनारस अखबार' है जो 1845 में बनारस से प्रकाशित हुआ था । नवम्बर 1931 में ब्रजेन्द्रनाथ वन्दोपाध्याय ने विशाल भारत में एक लेख लिख कर दस्तावेजों के आधार पर सिद्ध किया कि हिन्दी का पहला पत्र 1826 में प्रकाशित 'उदन्त मार्तण्ड' था ।

पयामे आजादी : नाना साहब के परामर्शदाताओं में एक अजीमुल्ला खान ने 8 फरवरी 1857 को दिल्ली से इस अखबार का प्रकाशन शुरू किया था। अंग्रेज अधिकारियों में इस अखबार का ऐसा खौफ था कि इसे पढ़ने वालों को भी कड़ी सजा दी जाती थी।

सिनहुआ : यह चीन की सरकारी समाचार एजेंसी है । पूरी तरह सरकारी नियंत्रण में होने के कारण विवादास्पद मामलों में इसे अधिक विश्वसनीय नहीं माना जाता । मगर यह माना जाता है कि इसके समाचारों के पाठकों की संख्या सबसे अधिक है।

विजुअल न्यूज एजेंसी : सामान्य न्यूज एजेंसी सिर्फ समाचार या सचित्र समाचार प्रदान करती है जबकि विजुअल न्यूज एजेंसी समाचारों के साथ वीडियो फुटेज भी प्रदान करती है । टीवी न्यूज चैनलों के लिए इन एजेंसियों की उपयोगिता सर्वाधिक है।

4.10 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर :

4.3 के उत्तर

- उत्तर 1— मुद्रण कला का इतिहास (1975 ईस्वी) तक जाता है ।
- उत्तर 2— रोमन समाचार बुलेटिन का नाम 'एक्टा डिर्टना' था ।
- उत्तर 3— वाक्यानवीस मुगल साम्राज्य के दौरान नियुक्त ऐसे कर्मचारी होते थे जो राज्य के अलग-अलग स्थानों से घटनाओं की जानकारी एकत्र कर धावकों अथवा हरकारों के जरिए बादशाह तक भेजते थे।
- उत्तर 4— 'टाइम्स' को ब्रिटिश पत्रकारिता के इतिहास का एक मजबूत स्तम्भ माना जाता है। 1785 से लन्दन से प्रकाशित 'डेली युनिवर्सल रजिस्टर' का ही नाम 1788 में बदल कर 'टाइम्स' कर दिया गया था।
- उत्तर 5— सरस्वती का उद्देश्य हिन्दी भाषी क्षेत्र में सांस्कृतिक जागरण करना था साथ ही राष्ट्रीय जागरण भी इसका उद्देश्य था।

4.4 के उत्तर

- उत्तर 1— महात्मा गांधी की हत्या की खबर सबसे पहले यूनाइटेड प्रेस ऑफ इण्डिया यानी यूपीआई ने दी थी।
- उत्तर 2— सरस्वती का प्रकाशन 1900 में शुरू हुआ था इसके प्रकाशक चिन्तामणी घोष थे।
- उत्तर 3— अभ्युदय के संपादक पण्डित मदन मोहन मालवीय थे।

उत्तर 4— भारत में एंटी डिफेमेशन बिल राजीवगांधी द्वारा 1987 में लाया गया था लेकिन पत्रकार बिरादरी के घोर विरोध पर यह बिल वापिस ले लिया गया था।

4.5 के उत्तर

उत्तर 1— समाचार एजेंसियों की शुरुआत ब्रिटेन से मानी जाती है। 1686 में एटवर्ड लायड ने लन्दन की टॉवर स्ट्रीट में एक काफी हाऊस खोला था जहाँ से समचारों का खरीदने/बेचने का शिलसिला शुरू हुआ।

उत्तर 2— अमेरिका में खबरें जुटाने का कार्य एक काफी हाऊस के मालिक सैमुनल टापलिफ द्वारा 1801 में शुरू किया गया।

उत्तर 3— हरबर एसोसिएशन का गठन 1849 में हुआ था।

4.6 के उत्तर

उत्तर 1— विश्व की प्रमुख समाचार समितियां—एसोसिएटेड प्रेस (AP), यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल (UPI), रॉयटर्स (Reuters), एजेंसी फ्रांस प्रेस (AFP), टेलीग्रेफोनोयिक एजेन्सतवो सोवेट्सकनो सोइउजा (TASS) आदि हैं।

उत्तर 2— एसोसिएटेड प्रेस (AP) का पुनर्गठन सन् 1900 में हुआ था।

उत्तर 3— यूपीआई (UPI) अमेरिका की समाचार समिति है। इसकी स्थापना 1907 में एडवर्ड विल्स स्क्रिप्स ने की थी।

उत्तर 4— रॉयटर के संस्थापक पॉल जूलियस रॉयटर थे।

4.7 के उत्तर

उत्तर 1— आईएनएस मूल रूप से प्रवासी भारतीयों के लिए समाचार उपलब्ध कराने वाली एक न्यूज एजेंसी है जो अब भारत में भी सेवाएं उपलब्ध करा रही है।

उत्तर 2— पीटीआई (प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया) भारत की ही नहीं एशिया की भी सबसे बड़ी अंग्रेजी समाचार समिति है।

उत्तर 3— भारत में एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इण्डिया (एपीआई) की स्थापना 1905 में हुयी थी।

उत्तर 4— यूनीवार्ता का आरम्भ 1 मई 1982 को हुआ।

4.11 संदर्भ ग्रन्थसूची :

- | | | |
|-------------------------------------|---|---|
| 1. कश्यप, डॉ. श्याम एवं कुमार मुकेश | : | खबरें विस्तार से |
| 2. जोशी, सुशीला | : | हिन्दी पत्रकारिता : विकास और विविध आयाम |
| 3. तिवारी, डॉ० अर्जुन | : | आधुनिक पत्रकारिता |
| 4. वाजपेई, पं० अम्बिका प्रसाद | : | समाचार पत्र—कला |

5. त्रिपाठी, प० कमलापति : पत्र और पत्रकार
6. Kumar, Keval J. : Mass Communication In India
7. Natarajan, S. : History of Press in India

4.12 सहायक /उपयोगी पाठ्य सामग्री :

1. पत्रकारिता के मूलतत्त्व, प्र० आशाराम डंगवाल, प्रकाश बुक डिपो, बरेली।
2. पत्रकारिता एवं जनसंचार, डॉ० राकेश चन्द्र रयाल, विनशर प्रकाशन, देहरादून।
3. इंटरनेट
4. आधुनिक पत्रकारिता, डॉ० अर्जुन तिवारी, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी।
5. समाचार, फीचर-लेखन एवं सम्पादन कला, डॉ० हरिमोहन, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली।

4.13 निबन्धात्मक प्रश्न :

- प्रश्न 1— विश्व की प्रमुख समाचार एजेंसियों का इतिहास लिखिए?
- प्रश्न 2— एएफपी किन-किन भाषाओं में समाचार प्रेषित कराती है ?
- प्रश्न 3— भारतीय समाचार एजेंसियों का इतिहास लिखिए तथा किन्हीं दो समाचार एजेंसियों का उदाहरण देकर उनकी कार्यप्रणाली को समझाइए?
- प्रश्न 4— विश्वमित्र का क्या महत्व है तथा भारतीय पत्रकारिता में वोल्टाज की क्या अहमियत है ?
- प्रश्न 5— समाचार पत्र-पत्रिकाओं के परिप्रेक्ष्य में बीसवीं सदी व वर्तमान परिदृश्य पर एक लेख लिखिए?

इकाई—05

रिपोर्टर की परिभाषा, महत्व, योग्यता एवं उत्तरदायित्व

इकाई की रूपरेखा

- 5.1 प्रस्तावना
- 5.2 उद्देश्य
- 5.3 रिपोर्टर की परिभाषा
- 5.4 रिपोर्टर का महत्व
- 5.5 रिपोर्टर की विभिन्न श्रेणियां
- 5.6 समाचार पत्र में रिपोर्टर के लिए बीट निर्धारण
- 5.7 रिपोर्टर की योग्यता
 - 5.7.1 रिपोर्टर बनने के लिए अनिवार्य योग्यतायें
 - 5.7.2 रिपोर्टर की अभिव्यक्ति पक्ष से जुड़ी योग्यताएं
 - 5.7.3 रिपोर्टर की अन्य योग्यताएं
- 5.8 रिपोर्टर के उत्तरदायित्व
- 5.9 सारांश
- 5.10 शब्दावली
- 5.11 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 5.12 संदर्भ ग्रन्थ सूची
- 5.13 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 5.14 निबन्धात्मक प्रश्न

5.1 प्रस्तावना :

छोटी से छोटी घटना भी किसी रिपोर्टर के लिए बड़ी खबर बन सकती है। इसलिए खबर बनाने वाले या रिपोर्टर का पत्रकारिता में एक खास रोल माना जाता है। एक अच्छा पत्रकार एक अच्छा रिपोर्टर हो यह जरूरी नहीं है मगर एक अच्छा रिपोर्टर का अच्छा पत्रकार होना जरूरी है। अच्छा रिपोर्टर बनने के लिए पत्रकार में कुछ खास गुण होने जरूरी हैं और कमियों को दूर करने का लगातार प्रयास करने से किसी भी युवा पत्रकार का अच्छा रिपोर्टर बनना अधिक मुश्किल काम नहीं है।

पत्रकारिता के इस सबसे ग्लैमरस काम का सहज आकर्षण हर किसी में रिपोर्टर बनने की इच्छा पैदा करता है लेकिन यह काम जितना आकर्षक लगता है, इसकी उतनी ही चुनौतियां भी हैं। रिपोर्टर और अच्छे रिपोर्टर के बीच एक लम्बी दूरी है। अच्छा रिपोर्टर बनने के लिए पत्रकार में कुछ खास योग्यताएं होना जरूरी है।

इस इकाई में रिपोर्टर की परिभाषा, रिपोर्टर का महत्व, रिपोर्टर की विभिन्न श्रेणियां, समाचार पत्र में रिपोर्टर के लिए बीट निर्धारण, रिपोर्टर की योग्यता, रिपोर्टर बनने के लिए अनिवार्य योग्यताएं, रिपोर्टर की अभिव्यक्ति पक्ष से जुड़ी योग्यताएं, रिपोर्टर की अन्य योग्यताएं रिपोर्टर के उत्तरदायित्व आदि विषयों की जानकारी छात्रों को दी जायेगी।

5.2 उद्देश्य :

इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थियों को रिपोर्टिंग से परिचित कराना व उन्हें रिपोर्टर के गुण, महत्व, योग्यता व उत्तरदायित्वों की जानकारी देना है। किसी समाचार का महत्व उसकी रिपोर्टिंग पर निर्भर करता है और अच्छी रिपोर्टिंग तभी हो सकती है जब रिपोर्टर योग्य व गुणकारी हो।

इस इकाई का अध्ययन करने पर छात्र जान सकेंगे कि –

- अच्छी रिपोर्टिंग के लिए रिपोर्टर में क्या योग्यता होनी चाहिए ?
- पत्रकारिता तथा समाज को लेकर रिपोर्टर के क्या उत्तरदायित्व होने चाहिए ?
- रिपोर्टर के अंदर क्या गुण होने चाहिए जिससे वह अच्छी रिपोर्टिंग कर सके ?
- रिपोर्टर के लिए बीट का क्या महत्व है और
- रिपोर्टर के लिए समय की पाबंदी और व्यवहार कुशलता के क्या मायने हैं?

5.3 रिपोर्टर की परिभाषा :

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

रिपोर्टर का कार्य है समाचारों का संकलन करना अर्थात् उन्हें एकत्र करना या जुटाना तथा उन्हें किसी समाचार समूह के लिए लिखना। उसका कार्य उप संपादक से भिन्न है। उप-सम्पादक 'रिपोर्टर' द्वारा प्रेषित समाचारों को मुद्रण के उपयुक्त बनाता है। रिपोर्टर समाचार-संकलन के लिए क्षेत्र में जाता है, जबकि उप-सम्पादक समाचार डैस्क पर बैठकर काम करता है। डैस्क पर तमाम समाचार आकर एकत्र होते हैं, उनमें से मुद्रण योग्य समाचारों को छांटता जाता है, सम्पादित किया जाता है, प्रत्येक स्टोरी को उपयुक्त शीर्षक दिया जाता है, उसके लिए

समाचार-पत्र में सीन निर्धारित किया जाता है। कहने का अर्थ यह है कि रिपोर्टर सिर्फ समाचार रिपोर्ट करता है, जबकि उप-सम्पादक उन समाचारों को छांटने से लेकर, उनके मुद्रण तक की प्रक्रिया से जुड़ा रहता है। हां, कभी-कभी उप-सम्पादक को भी रिपोर्टर के रूप में समाचार संकलन के लिए भेज दिया जाता है, यह बात अलग है।

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

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— रिपोर्टर से आप क्या समझते हैं?

प्रश्न 2— रिपोर्टर को समाचार लिखते समय किन बातों का ध्यान रखना चाहिये?

5.4 रिपोर्टर का महत्व :

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

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

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

उसका प्रसार क्षेत्र भी स्थानीय अखबारों से बड़ा होता है। इसलिए उसके रिपोर्टर को महत्व भी अधिक मिलता है।

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1 — एक समाचार पत्र में रिपोर्टर का क्या महत्व है?

प्रश्न 2— उत्तराखण्ड में हिन्दुस्तान का प्रकाशन कहां से होता है?

प्रश्न 3— उत्तराखण्ड राज्य बनने से पूर्व यहां अमर उजाला और दैनिक जागरण कहां से प्रकाशित होते थे?

5.5 रिपोर्टर की विभिन्न श्रेणियां :

रिपोर्टर की कई श्रेणियां हैं। वे वरिष्ठ संवाददाता, (Senior Correspondent) चीफ रिपोर्टर, सीनियर रिपोर्टर, विशेष संवाददाता, विदेश संवाददाता में से कोई हो सकते हैं लेकिन उनका मूलभूत कर्तव्य समाचार संकलन(News gathering) और समाचारों को लिखकर समाचार डैस्क के लिए उपलब्ध कराना है। यानी डैस्क के लिए समाचारों की आपूर्ति रिपोर्टर का काम है। प्रमुख समाचार पत्रों में रिपोर्टर की श्रेणियां लगभग समान होती हैं। सबसे पहले प्रशिक्षु पत्रकार होता है। इसके बाद कनिष्ठ उपसंपादक, उप संपादक, वरिष्ठ उप संपादक, मुख्य उप संपादक, समाचार संपादक, स्थानीय संपादक व समूह संपादक का पद होता है। इसके साथ ही संवाददाता, वरिष्ठ संवाददाता, मुख्य संवाददाता, विशेष संवाददाता, विदेश संवाददाता आदि श्रेणियां निर्धारित होती हैं। इसी आधार पर टीवी चैनलों के रिपोर्टर्स की श्रेणियां निर्धारित की जाती हैं।

किसी रिपोर्टर को प्रारम्भ में छोटी-छोटी बीट मिलती हैं। लेकिन प्रांतीय राजधानियों या दिल्ली में काम करने वाले पत्रकार को उसकी वरिष्ठता के हिसाब से महत्वपूर्ण बीट मिल जाती है। उदाहरणार्थ विधानसभाओं या संसद की कार्यवाही की कवरेज की जिम्मेदारी रिपोर्टर को पर्याप्त अनुभव के बाद ही जाती है। इसी तरह विदेश में तैनाती भी किसी रिपोर्टर को उसके अनुभव और कार्यक्षमता के आधार पर ही दी जाती है। खेल पत्रकारों के लिए भी विभिन्न खेल प्रतियोगिताओं के कवरेज के लिए विदेश यात्राओं का मौका बार-बार आता है।

सामान्यतः संवाददाताओं (reporter) को कार्य महता के अनुसार लाइनर, स्टिंगर, स्टार्फर्स की श्रेणियों में विभाजित किया गया है।

लाइनर — लाइनर वह संवाददाता है जो छोटे से कस्बे के समाचार भेजता है। उसे उसके प्रकाशित समाचार की पंक्तियों के अनुसार पारिश्रमिक मिलता है। पत्रकारिता उसके लिए द्वितीय कार्य है। मूलतः वह कोई अन्य कार्य कर रहा होता है। कभी-कभी समाचार भेजता है।

स्टिंगर — स्टिंगर लाइनर से थोड़ा अधिक सुविधा प्राप्त संवाददाता होता है। यह भी पूर्णकालिक पत्रकार नहीं होता। समाचार पत्र इसे प्रतिमाह एक निश्चित पारिश्रमिक देते हैं। इन्हें 'रिटेनर' भी कहा जाता है।

स्टार्फर्स — स्टार्फर्स किसी भी समाचार पत्र या समाचार माध्यम के पूर्ण कालिक संवाददाता होते हैं। ये समाचार माध्यम के नियमित कर्मचारी माने जाते हैं।

प्रभारी संवाददाता — प्रभारी संवाददाता जिला मुख्यालयों पर पूर्णकालिक पत्रकार के रूप में रखे जाते हैं। इनको उप सम्पादक जैसी सुविधाएं दी जाती हैं।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— स्टिंगर से क्या तात्पर्य है?
 प्रश्न 2 — लाइनर से क्या अभिप्राय है?
 प्रश्न 3— स्टाफर्स से आप क्या समझते हैं?

5.6 रिपोर्टर के लिए बीट का महत्व :

वर्तमान में बढ़ती व्यवसायिक प्रतिस्पर्धा के चलते हर बीट के लिए अलग-अलग रिपोर्टर रखा जा रहा है। संबंधित बीट की प्रत्येक छोटी-बड़ी खबरों की कवरेज करना संवाददाता की जिम्मेदारी बन जाती है। प्रतिद्वंदी अखबारों से आगे रहने के लिए ब्रेकिंग न्यूज का क्रेज बढ़ा है। इसलिए रिपोर्टर को अपने बीट पर विशेष ध्यान रखना होता है।

बीट के निर्धारण में रिपोर्टर की वरिष्ठता, उसकी क्षमता और उसके सम्पर्कों का भी ध्यान रखा जाता है। राजधानियों से मिलने वाले अखबारों में सिटी रिपोर्टिंग की बीट अलग पत्रकारों को दी जाती है और राजनीतिक दलों, विधान सभा, लोक सभा आदि की बीट वरिष्ठ पत्रकारों की अलग टीम को सौंपी जाती है। बीट के जरिए रिपोर्टरों का बेहतर कार्य विभाजन हो जाता है और खबरें टूटने की सम्भावना भी नहीं रहती।

निम्नलिखित नमूना बीट चार्ट के जरिए दैनिक समाचार पत्रों के कार्य विभाजन और बीट के निर्धारण को समझा जा सकता है।

बीट चार्ट

रिपोर्टर	अवकाश	रिलीवर	बीट
1. चरनजीत सिंह	रविवार	मीना जोशी	प्रशासन, वीआईपी, अदालत व सिटी डेस्क में सहयोग
2. पवन शुक्ला	शुक्रवार	एसके सिंह	रेलवे, जीआरपी
3. मीना जोशी	वीरवार	चरनजीत सिंह	शिक्षा, चिकित्सा
4. सुरेश कफलियाल	मंगलवार	पवन शुक्ला	सांस्कृतिक गतिविधियां, नगर निगम
5. मो. कमाल	सोमवार	पंकज पांडे	भाजपा, बसपा, खेल, संघ से जुड़े संगठन, जिला पंचायत
6. पंकज पांडे	शनिवार	मो. कमाल	अपराध, आबकारी, सेना, फायर ब्रिगेड
7. एसके सिंह	बुधवार	सुरेश कफलियाल	उद्योग, वाणिज्य, व्यापार, बीमा, बैंक
8. ओमगोपाल सिंह	रविवार	हरीश चंद्र नैनवाल	कांग्रेस, सपा, मंडी
9. नवीन सिंह	मंगलवार	ओमगोपाल सिंह	फैशन, लाइफ स्टाइल
10. हरीश चंद्र नैनवाल	शनिवार	नवीन सिंह	श्रम विभाग, समाज कल्याण, सेवायोजन विभाग, बिजली, जल संस्थान

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— बीट से क्या तात्पर्य है ?

प्रश्न 2— बीट में रिलीवर किसे कहते हैं?

5.7 रिपोर्टर की योग्यतायें :

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

वर्तमान में पत्रकारिता व जनसंचार में डिप्लोमा से लेकर डिग्री तक के पाठ्यक्रम कई संस्थायें संचालित कर रहे हैं। व्यवहारिक जानकारी देने वाले संस्थाओं से डिग्री या डिप्लोमा स्तर की पढाई की जा सकती है।

5.7.1 रिपोर्टर बनने के लिए अनिवार्य योग्यतायें —

समाचार बोध (न्यूज सेंस) :- रिपोर्टर बनने के लिए सबसे पहली जरूरत होती है न्यूज सेंस की। रिपोर्टर में अगर न्यूज सेंस है तो वह धीरे-धीरे अभ्यास के साथ समाचार लेखन में दक्ष हो सकता है। रिपोर्टर को यह समझ होनी चाहिये कि कौन सी चीज समाचार बन सकती है और किसे समाचार नहीं बनाया जा सकता। इसके साथ ही उसे यह भी मालूम होना चाहिए कि समाचार के लिए महत्वपूर्ण विवरण कहां से लिये जा सकते हैं और खबर को वैल्यू एडेड कैसे बनाया जा सकता है।

जिज्ञासा: — रिपोर्टर हो या उप संपादक उसके अंदर हमेशा नया जानने की प्रवृत्ति होनी चाहिये। रिपोर्टर में नये तथ्यों को जानने व नया ज्ञान प्राप्त करने की इच्छा होनी चाहिये। किसी भी पूर्ण समाचार के लिए तथ्यों का अन्वेषण करना जरूरी होता है। छह ककार /कब, कहा, क्या, किसने, क्यों, कौन और कैसे/ का उत्तर जानने की जिज्ञासा हर समय बनी रहनी चाहिये। इसके लिए रिपोर्टर को अध्ययनशील होना चाहिये।

सतर्कता: —रिपोर्टर को हमेशा आंख व कान को खुले रखने होते हैं। रिपोर्टर जितनी अधिक सतर्कता से कार्य करेगा, उसे उतनी अच्छी खबरें मिलेंगी।

संशय:— रिपोर्टर को किसी भी चीज को ज्यों का त्यों स्वीकार नहीं करना चाहिये। उसे जो भी तथ्य मिल रहे हैं, प्रकाशित करने से पहले उनकी गहन छानबीन कर लेनी चाहिये, जिससे कि बाद में किसी तरह की परेशानी का सामना न करना पड़े। रिपोर्टर के सामने कई बार ऐसी स्थितियां आती हैं, जब कुछ प्रभावशाली लोग समाचार को अपने स्तर से लिखवाने के लिए दबाव

बनाते हैं। या फिर ऐसे तथ्य देते हैं, जो भ्रामक और गलत होते हैं। इस स्थिति में रिपोर्टर को बेहद सावधानी से कार्य करना होता है।

निडरता: — निडरता भी रिपोर्टर के लिए महत्वपूर्ण योग्यता है। रिपोर्टर इस गुण से ही ऐसे प्रश्न पूछकर सत्य उगलवा सकते हैं। कई बार अप्रिय प्रश्नों का भी उत्तर नहीं मिलता है। इस स्थिति में रिपोर्टर को अपने स्तर से तथ्यों को एकत्रित करना होता है और प्रामाणिकता देखनी होती है।

ईमानदारी:— रिपोर्टर के प्रलोभनों में पडने की संभावना अधिक रहती है। समाज में गलत कार्य करने वाले लोग अपने स्तर से समाचार प्रकाशित कराने के लिए लालच दिखाते हैं। रिपोर्टर को ईमानदारी व तथ्यों के आधार पर समाचार को प्रकाशित करना चाहिये। रिपोर्टर को नैतिक जिम्मेदारी समझते हुए ईमानदारी के साथ काम करना चाहिये।

दूरदृष्टि: — भविष्य के बारे में सोचना और योजना बनाना रिपोर्टर के लिए आवश्यक है। भविष्य में कौन लोग उसके अच्छे समाचार स्रोत बन सकते हैं, उनसे किस तरह संबंध बनाया जा सकता है। यह समझ रिपोर्टर में होनी चाहिये। किसी घटना के भविष्य के बारे में क्या आकलन किया जा सकता है, इसका समाज में किस तरह का प्रभाव पड़ सकता है। इसके अनुसार समाचार बनाया जा सकता है।

गतिशीलता — रिपोर्टर को चुस्त होना चाहिये। जितनी अधिक गतिशीलता होगी, उतने अधिक संपर्क बनेंगे। समाचार के स्रोत विकसित होंगे। जानकारी बढ़ेगी। सामाजिक दायरा बढ़ेगा। रिपोर्टर को कभी संकोच व आलस नहीं करना चाहिये।

कल्पनाशक्ति— एक अच्छी खबर लिखने के लिए रिपोर्टर में कल्पनाशक्ति का होना अति आवश्यक है। रचनात्मक कल्पना से लिखी गयी खबर को पाठक बड़े चाव से पढ़ता है। कल्पनाशील शीर्ष पंक्तियां भी पाठकों को आकर्षित करती हैं।

रचनात्मकता— इन सभी योग्यताओं के साथ ही रिपोर्टर में रचनात्मकता का होना अनिवार्य है। सामान्य घटना से संबंधित खबरों को लिखना रचनात्मकता नहीं कहा जा सकता है। जब एक अच्छी खबर लिखी जाती है तो उसमें रचनात्मकता पूरी तरह दिखनी चाहिये। रिपोर्टर में साहित्यिक प्रतिभा भी होनी चाहिये। घटनाओं का विश्लेषण करने और फीचर लिखने के लिए यह जरूरी है।

5.7.2 रिपोर्टर की अभिव्यक्ति पक्ष से जुड़ी योग्यताएं—

स्पष्टता (Clarity) : सफल रिपोर्टर में मन-मस्तिष्क तथा अभिव्यक्ति की स्पष्टता का गुण बहुत आवश्यक है। एक व्यक्ति, जो स्वयं उलझा हुआ है, दिग्भ्रमित है वह दूसरों को क्या स्पष्ट बना सकता है! केवल मन मस्तिष्क की या विचारों की स्पष्टता ही पर्याप्त नहीं है, मन की बात को, अपने विचारों को समूची घटनाओं को वह जिस समाचार का रूप देता है, वह भी अभिव्यक्ति की दृष्टि से स्पष्ट होनी चाहिए। बिना अभिव्यक्ति की स्पष्टता के विचारों की स्पष्टता का कोई अर्थ नहीं इसी तरह उप-सम्पादक के लिए भी यह गुण अत्यावश्यक है। वह कापी की स्पष्टता का निर्णायक होता है। एक अच्छा उप-संपादक ऐसी कापी को आगे जाने ही नहीं देगा, यदि उसमें दिये गये तथ्य साफ न हों, शब्दों के अर्थ या वाक्य विन्यास स्पष्ट न हो। वह ऐसे रिपोर्टर के लिए हमेशा सर दर्द बना रहेगा जो स्पष्ट नहीं है और सरल भाषा में अपने विचारों को नहीं

लिखता। एक अच्छा रिपोर्टर वहीं है जो किसी भी घटना या कार्यक्रम की सूचना की रिपोर्ट एक सरल और स्पष्ट भाषा में अपने उप-सम्पादक को प्रेषित करे या अभिव्यक्त कर सके।

वस्तुनिष्ठता : किसी खबर पर काम करते समय रिपोर्टर और उपसम्पादक दोनों को वस्तुनिष्ठ होना चाहिए। उन्हें अपने व्यक्तिगत सम्बन्धों, दुर्भावनाओं, विद्वेषों और यहां तक कि अपने निजी विचारों को भी खबर में नहीं देना चाहिए। वस्तुनिष्ठता का यहां पर अर्थ विषय वस्तु से है अतः जो आपका विषय है उसी पर आप खबर बनाइए, मिथ्या विचारों का समावेश उसमें नहीं होना चाहिए।

कल्पना शक्ति किसी रिपोर्टर में कल्पनाशक्ति का होना भी एक योग्यता है, जो अच्छी खबर लिखने में उसे निपुणता की ओर ले जाती है। घटनाओं तथा स्थितियों की रचनात्मक कल्पना से जोड़ कर लिखी हुई खबर पाठकों को बांध लेती है। कल्पना शक्ति का सर्वाधिक उपयोग समाचार खबर के शीर्ष (Head line) बनाने में किया जाना चाहिए, शीर्ष (Head line) जितनी आकर्षक होगी रिपोर्टर की कल्पना शक्ति की योग्यता उतनी ही परिलक्षित होगी।

5.7.3 रिपोर्टर की अन्य योग्यताएं :

समय की पाबंदी: समय के महत्व पर अक्सर चर्चा होते रहती है। कहा गया है कि जिसने समय का महत्व समझ लिया, उसने लक्ष्य हासिल कर लिया। रिपोर्टर को समय का पाबंद होना चाहिये। यह एक अच्छी आदत है। समय का पाबंद होने का निरंतर अभ्यास करना चाहिए। अगर समय पर कार्य नहीं होगा तो समाचार के लिए जिन स्रोतों पर निर्भरता होती है, उनसे अपनी खबर के लिए तथ्य नहीं जुटाए जा सकेंगे।

समय की पाबंदी को अंग्रेजी में Punctuality कहते हैं। समय की पाबंदी पत्रकारिता में भी उतना ही महत्व रखती है, जितनी अन्य क्षेत्रों में। यह एक अच्छी आदत है। समय की चूक किसी भी रिपोर्टर को असफल कर सकती है। उसे हर हालत में समय की पाबंदी का अभ्यस्त हो जाना चाहिए, क्योंकि यदि ऐसा नहीं होगा तो वह समाचार के लिए जिन द्वितीयक स्रोतों पर निर्भर है, उनसे अपनी खबर के लिए प्रर्याप्त सामग्री और तथ्य नहीं जुटा सकता। उन्हें वह खो देगा। अधिक प्रतीक्षा करना या टालना या आलस करना, रिपोर्टर को असफलता की ओर ले जाता है। जिस द्वितीयक स्रोत से रिपोर्टर ने समय तय किया है, उस निर्धारित समय पर उसे वहां अवश्य पहुंच जाना चाहिए, अन्यथा वह स्रोत या तो मिलेगा नहीं या टाल देगा।

समय की पाबंदी विशेषतः बैठक, सभा, गोष्ठी, खेल, प्रतियोगिता आदि कार्यक्रमों की रिपोर्टिंग के लिए आवश्यक है। उदाहरण के लिए यदि आप को सोनिया गांधी या किसी सभा के मुख्य अतिथि की सभा का समाचार या रिपोर्ट तैयार करना है तो आपको सभा के लिए निश्चित समय पर ही वहां पहुंचना होगा। ऐसा नहीं कि सोनिया गांधी की सभा 10 बजे प्रातः शुरू हो गयी है और आप 12 बजे पहुंच रहे हैं। ऐसे में सोनिया गांधी या सभा के मुख्य अतिथि द्वारा रखे गये विचारों को आप रिपोर्ट नहीं कर पाएंगे। तब आपको दूसरे से सुनी जानकारी के आधार पर खबर बनानी होगी जो दूसरों से बेहतर हो ही नहीं सकती।

नेतृत्व क्षमता: एक दबू, शर्मिला, संकोची व्यक्ति अच्छा रिपोर्टर नहीं बन सकता है। कुशल रिपोर्टर बनने के लिए नेतृत्व क्षमता का होना बेहद जरूरी है। रिपोर्टर को कई बार ऐसी जगह पर जाना होता है, जहां पर उसे नेतृत्व करना पड़ सकता है। अगर नेतृत्व करने का गुण उसमें होगा तो वह अच्छी खबर कर सकता है। अपने तर्क मजबूती से रख सकता है।

व्यवहार कुशलता: रिपोर्टर के लिए सबसे जरूरी है व्यवहार कुशल होना। यह उसकी मुख्य योग्यता होनी चाहिये। अपने व्यवहार से ही लोगों से संपर्क बनाने में आसानी होती है। संपर्क जितने मजबूत होंगे, खबरें उतनी ही आसानी से मिलती रहेंगी। रिपोर्टर को विनम्र स्वभाव का होना चाहिये। किसी भी परिस्थिति में उसे हंसते-मुस्कराते हुये कार्य करना चाहिये। रिपोर्टर में लोगों के व्यवहार की समझ होनी चाहिये। इससे वह समाचार स्रोतों को विकसित कर सकता है।

धैर्य: रिपोर्टर के धैर्य की परीक्षा एक दिन में कई बार होती है। कई बार तो उसे लंबी प्रतीक्षा भी करनी पड़ जाती है। इस स्थिति में उसे अपना आपा नहीं खोना चाहिए। शांत मन से कार्य करना और खबरों की तह पहुंचना ही रिपोर्टर की योग्यता है।

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— रिपोर्टर की मुख्य योग्यताएं क्या होनी चाहिए?

प्रश्न 2— समाचार बोध (न्यूज सेंस) से आप क्या समझते हैं?

प्रश्न 3— रिपोर्टर की दूरदृष्टि से क्या तात्पर्य है?

प्रश्न 4— रिपोर्टर की अभिव्यक्ति से जुड़ी योग्यताएं कौन सी हैं?

5.8 रिपोर्टर के उत्तरदायित्व :

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

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

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

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

खबरों का संकलन करते समय रिपोर्टर को सभी पक्षों से साक्षात्कार कर लेना चाहिये। इससे खबर के लिए पूरे कंटेंट मिल जायेंगे और समाचार के एकतरफा होने की आशंका भी नहीं

होगी। इस प्रक्रिया से रिपोर्टर की खबर निष्पक्ष हो सकेगी। पत्रकारों को सावधानी से पत्रकारिता करनी चाहिये। उसे कोई भी ऐसा कार्य नहीं करना चाहिए, जिससे अपराध को प्रोत्साहन मिले। किसी व्यक्ति या संस्था की मानहानि से बचना चाहिये। झूठी या सुनी-सुनाई बातों को आधार बनाकर समाचार नहीं प्रकाशित करना चाहिये।

रिपोर्टर के कुछ महत्वपूर्ण दायित्व

1. रिपोर्टर की उन समस्त लेखों की जिम्मेदारी होती है, जो उसने लिखे हैं, भले ही उसका नाम उस खबर में प्रकाशित न हुआ हो।
2. पत्रकार को वहीं कार्य करना चाहिये, जो समाचार पत्र की गरिमा के अनुकूल हो।
3. दूसरे के समाचारों व लेखों की चोरी से बचना चाहिये।
4. अपने सूत्रों की गोपनीयता हमेशा बनाये रखनी चाहिये।
5. रिपोर्टर स्वयं को समाज का ठेकेदार न समझे।
6. तथ्यों को तोड़-मरोड़कर प्रस्तुत करने से बचना चाहिये।
7. व्यावसायिक मामलों को अन्य खबरों की तरह न बनाये।
8. व्यक्तिगत हितों के लिए प्रेस की स्वाधीनता का दुरुप्रयोग करने से बचना चाहिये।

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— रिपोर्टर के उत्तरदायित्व लिखिए?

प्रश्न 2— क्या खबरों का संकलन करते समय रिपोर्टर को सभी पक्षों का साक्षात्कार करना अनिवार्य है?

5.9 सारांश :

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

‘रिपोर्टिंग’ का शाब्दिक अर्थ हैं संवाद-लिखना या भेजना, सूचना देना, बतलाना या कहना, विवरण देना। जो इस काम को करता है, वह ‘रिपोर्टर’ कहा जा सकता है। रिपोर्टर समाचार-जगत का महत्वपूर्ण व्यक्ति है। उसका कार्य है समाचारों का संकलन अर्थात् उन्हें एकत्र करना या जुटाना तथा उन्हें किसी समाचार-समूह के लिए लिखना। उसका कार्य उप-संपादक से भिन्न है।

समाचार जितने ज्यादा लोगों से जुड़ा होता है उसका महत्व उतना ही बढ़ जाता है। किसी भी समाचार की गुणवत्ता उसके संवाददाता (Reporter) पर निर्भर करती है। एक अच्छे रिपोर्टर में समाचार को सूँघने व परखने की शक्ति होनी चाहिए तभी वह एक प्रभावी व महत्वपूर्ण समाचार तैयार कर सकता है। आज के युग में समाचार पढ़ना व सुनना जीवन का एक अभिन्न

बंग बन गया है। हर मनुष्य जानना चाहता है कि उसके आस-पास व देश-विदेश में क्या हो रहा है। दूरदर्शन, आकाशवाणी व समाचार पत्रों के माध्यम से वह सच्चाई जानने को आतुर रहता है। अतः तथ्य व सच्चाई पर आधारित रिपोर्टिंग करना एक रिपोर्टर का मूल उद्देश्य होना चाहिए। समाचार प्रभावी होने के साथ-साथ उसमें सामयिकता, निकटता, महत्व, अभिरूचि व मानवीयता वाले तत्व होने भी आवश्यक हैं और ये सब एक रिपोर्टर की योग्यता पर निर्भर करते हैं।

एक रिपोर्टर को पत्रकारिता के उत्तरदायित्वों को ध्यान में रखकर रिपोर्टिंग करनी चाहिए। जनता और पाठकों को सही, तथ्यपूर्वक सूचना देना रिपोर्टर के उत्तरदायित्व हैं। संवाददाता (reporter) का दायित्व केवल समाचार पत्र के लिए ही नहीं बल्कि समाज के प्रति, सरकार के प्रति और राष्ट्र के प्रति भी होता है। उनका दायित्व बनता है कि वे सभी विचारों, गतिविधियों, घटनाओं को जनता के सामने रखे और जनता उसमें स्वयं निर्णय ले सके।

किसी भी युवा पत्रकार में बेहतर रिपोर्टर बनने की सारी संभावनाएं मौजूद होती हैं। सिर्फ लगन, कड़ी मेहनत और अध्ययन जैसी चीजों के बूते पर वह श्रेष्ठ रिपोर्टर बन सकता है। यह नहीं भूलना चाहिए कि सम्पादक के पद पर पहुंचे अनेक महान पत्रकारों ने अपना कैरियर छोटे से रिपोर्टर के रूप में ही शुरू किया था।

5.10 शब्दावली :

बाई लाइन : समाचार के ऊपर दिया जाने वाला संवाददाता का नाम अथवा विशेष संकेत।

लाइनर : लाइनर वह संवाददाता है जो छोटे से कस्बे के समाचार भेजता है। उसे उसके प्रकाशित समाचार की पंक्तियों के अनुसार पारिश्रमिक मिलता है। पत्रकारिता उसके लिए द्वितीय कार्य है। मूलतः वह कोई अन्य कार्य कर रहा होता है। कभी-कभी समाचार भेजता है।

स्टाफर्स : स्टाफर्स किसी भी समाचार पत्र या समाचार माध्यम के पूर्ण कालिक संवाददाता होते हैं। ये समाचार माध्यम के नियमित कर्मचारी माने जाते हैं।

प्रभारी संवाददाता : प्रभारी संवाददाता जिला मुख्यालयों पर पूर्णकालिक पत्रकार के रूप में रखे जाते हैं। इनको उप सम्पादक जैसी सुविधाएं दी जाती हैं।

स्टिंगर : जिस संवाददाता को समाचार पत्र में प्रकाशित समाचारों के लिए कॉलम के हिसाब से पारिश्रमिक दिया जाता है, तो उसे स्टिंगर कहते हैं।

5.11 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर :

उत्तर 5.3

उत्तर 1— रिपोर्टर का शाब्दिक अर्थ किसी भी समाचार पत्र या समाचार माध्यम के लिए संवाद करने या लिखने वाले से है। रिपोर्टर समाचार जगत का महत्वपूर्ण व्यक्ति होता है। रिपोर्टर का कार्य समाचारों का संकलन करना होता है। पत्रकारिता की भाषा में, किसी भी घटना का अवलोकन कर उसे कम से कम शब्दों में, सरल भाषा में लिख कर या तैयार कर किसी सम्बन्धित समाचार माध्यम के लिए प्रस्तुत करने को रिपोर्टिंग कहा जाता है तथा जो व्यक्ति इस कार्य को या इस रिपोर्ट को तैयार करता है उसे रिपोर्टर कहते हैं।

उत्तर 2— रिपोर्टर को समाचार लिखते समय तथ्यों का सही चयन करना चाहिए, समाचार में वास्तविकता होनी चाहिए, समाचार लिखते समय सरल भाषा का उपयोग करना चाहिए जिसे एक आम आदमी भी जल्दी से समझ सके। समाचार में ऐसे शब्दों का उपयोग नहीं होना चाहिए जो कठिन व आपत्तिजनक हो।

उत्तर 5.4

उत्तर 1— रिपोर्टर किसी भी समाचार पत्र की नींव है जिसके बिना समाचार पत्र को स्वरूप मिलना असंभव है। रिपोर्टर ही समाचार स्रोतों से समाचार एकत्रित करता है और उसे उप-सम्पादक तक पहुंचाता है यदि रिपोर्टर नहीं होगा तो समाचार एकत्रित नहीं हो पायेंगे।

उत्तर 2— उत्तराखण्ड में हिन्दुस्तान का प्रकाशन देहरादून से होता है।

उत्तर 3— उत्तराखण्ड राज्य बनने से पूर्व यहां अमर उजाला और दैनिक जागरण बरेली और मेरठ से प्रकाशित होता था।

उत्तर 5.5

उत्तर 1— स्टिंगर लाइनर से थोड़ा अधिक सुविधा प्राप्त संवाददाता होता है। यह भी पूर्णकालिक पत्रकार नहीं होता। समाचार पत्र इसे प्रतिमाह एक निश्चित पारिश्रमिक देते हैं। इसे 'रिटेनर' भी कहा जाता है।

उत्तर 2— लाइनर वह संवाददाता है जो छोटे से कस्बे के समाचार भेजता है। उसे उसके प्रभावित समाचार की पंक्तियों के अनुसार पारिश्रमिक मिलता है। पत्रकारिता उसके लिए द्वितीय कार्य है। मूलतः वह कोई अन्य कार्य कर रहा होता है। कभी-कभी समाचार भेजता है।

उत्तर 3— स्टाफर्स किसी भी समाचार पत्र या समाचार माध्यम के पूर्ण कालिक संवाददाता होते हैं। ये समाचार माध्यम के नियमित कर्मचारी माने जाते हैं।

उत्तर 5.6

उत्तर 1— समाचार पत्रों में काम की सुविधा के लिए प्रत्येक विशेष एक क्षेत्र के लिए एक रिपोर्टर नियुक्त किया जाता है, रिपोर्टर के उस क्षेत्र को ही बीट कहा जाता है। जैसे राजनैतिक सम्बन्धी समाचार, खेल सम्बन्धी समाचार की रिपोर्टिंग के लिए अलग-अलग रिपोर्टर नियुक्त किये जाते हैं। इन क्षेत्रों को बीट कहा जाता है।

उत्तर 2— रिपोर्टर की अनुपस्थिति या छुट्टी जाने पर जो किसी बीट के लिए रिपोर्टिंग करता है उसे रिलीवर कहा जाता है।

उत्तर 5.7

उत्तर 1— रिपोर्टर किसी भी समाचार माध्यम या जनसंचार माध्यम का एक शसक्त स्तम्भ होता है जो समाचार को समाचार का वास्तविक स्वरूप प्रदान करता है इसलिए एक रिपोर्टर के पास समाचार बोध (न्यूज सेंस) जिज्ञासा, सर्तकता, संशय, निडरता, ईमानदारी, दूरदृष्टि, गतिशीलता, कल्पनाशक्ति तथा रचनात्मकता आदि योग्यताएं होनी चाहिए।

- उत्तर 2— समाचार बोध (न्यूज सेंस) का अर्थ समाचार की पहिचान या समाचार की समझ से है। एक रिपोर्टर को किसी भी समाचार की पहिचान या समझ हेनी चाहिए।
- उत्तर 3— भविष्य के बारे में सोचना और योजना बनाना रिपोर्टर के लिए आवश्यक है। भविष्य में कौन लोग उसके अच्छे समाचार स्रोत बन सकते हैं, उनसे किस तरह संबंध बनाया जा सकता है। यह समझ रिपोर्टर में होनी चाहिये।
- उत्तर 4— रिपोर्टर की अभिव्यक्ति से जुड़ी योग्यताएं स्पष्टता तथा वस्तुनिष्ठता हैं।
- उत्तर 5.8
- उत्तर 1— पत्रकारिता अन्य व्यवसायों से भिन्न है। इसमें लापरवाही की कहीं भी कोई गुंजाइश नहीं है। रिपोर्टर को बेहद संजीदगी से कार्य करना होता है। पत्रकारों का दायित्व केवल समाचार पत्र के लिए ही नहीं बल्कि समाज के प्रति, सरकार के प्रति और राष्ट्र के प्रति भी होता है। पत्रकारों का दायित्व बनता है कि वे सभी विचारों, गतिविधियों, घटनाओं को जनता के सामने रखे और जनता उसमें स्वयं निर्णय ले सके। पत्रकार को समाचार पत्र, पत्रिका, समाचार एजेंसी के चरित्र, कार्यशैली व नीतियों को ध्यान में रखकर कार्य करना होता है तथा ऐसा कोई कार्य नहीं करना चाहिए जिससे समाचार पत्र की गरिमा को ठेस पहुंचे।
- उत्तर 2— खबरों का संकलन करते समय रिपोर्टर को सभी पक्षों से साक्षात्कार कर लेना चाहिये। इससे खबर के लिए निश्चित तौर पर पूरे तथ्य मिल जायेंगे और समाचार के एकतरफा होने की आशंका भी नहीं रहेगी। इस प्रक्रिया से रिपोर्टर की खबर निष्पक्ष हो सकेगी।

5.12 संदर्भ ग्रन्थ सूची :

1. प्रो० हरिमोहन : समाचार, फीचर – लेखन एवं सम्पादन कला, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली
2. याकूब, अली खॉ : पत्रकारिता संदर्भ ज्ञानकोष, राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, जयपुर।
3. राजेन्द्र : संवाद और संवाददाता, हरियाणा साहित्य अकादमी, चण्डीगढ़।
4. रयाल, डॉ० राकेश चन्द्र : पत्रकारिता एक परिचय, विनसर पब्लिकेशन, देहरादून, उत्तराखण्ड।
5. वैदिक, डॉ० वेद प्रताप : हिन्दी पत्रकारिता : विविध आयाम, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, नई दिल्ली।
6. त्रिखा, नन्द किशोर : समाचार संकलन और लेखन, हिन्दी समिति, उत्तर प्रदेश शासन लखनऊ।

5.13 सहायक /उपयोगी पाठ्य सामग्री :

1. आधुनिक पत्रकारिता, डॉ० अर्जुन तिवारी, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी ।
2. समाचार, फीचर-लेखन एवं सम्पादन कला, डॉ० हरिमोहन, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली ।
3. पत्रकारिता के मूलतत्त्व, प्रो० आशाराम डंगवाल, प्रकाश बुक डिपो, बरेली ।
4. इंटरनेट ।

5.14 निबन्धात्मक प्रश्न :

प्रश्न 1- रिपोर्टर को समाचार लिखते समय किन-किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?

प्रश्न 2- रिपोर्टर के लिए बीट का क्या महत्व है? किसी एक बीट का उदाहरण देकर समझाइए ।

प्रश्न 3- रिपोर्टर की विभिन्न श्रेणियां कौन सी हैं? रिपोर्टर की योग्यता व उत्तरदायित्वों पर एक लेख लिखिए ।

प्रश्न 4 - प्रभारी संवाददाता किसे कहते हैं तथा एक समाचार पत्र में इसके क्या उत्तर दायित्व हैं?

प्रश्न 5- क्या समाचार की विश्वसनीयता उसके रिपोर्टर की योग्यता पर निर्भर करता है? उल्लेख किजिए ।

इकाई—06

पत्रकारिता के विभिन्न क्षेत्र एवं उनकी रिपोर्टिंग

इकाई की रूपरेखा

- 6.1 प्रस्तावना
- 6.2 उद्देश्य
- 6.3 अपराध रिपोर्टिंग
- 3.4 राजनैतिक रिपोर्टिंग
- 6.5 न्यायिक रिपोर्टिंग
- 6.6 खेल रिपोर्टिंग
- 6.7 सांस्कृतिक व फिल्म रिपोर्टिंग
- 6.8 शिक्षा रिपोर्टिंग
- 6.9 बाल पत्रकारिता की रिपोर्टिंग
- 6.10 खोजी पत्रकारिता की रिपोर्टिंग
- 6.11 विकास पत्रकारिता रिपोर्टिंग
- 6.12 ग्रामीण व कृषि पत्रकारिता की रिपोर्टिंग
- 6.13 सारांश
- 6.14 शब्दावली
- 6.15 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 6.16 संदर्भ ग्रन्थ सूची
- 6.17 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री
- 6.18 निबन्धात्मक प्रश्न

6.1 प्रस्तावना :

रिपोर्टर से उसके अखबार की पहचान होती है तो रिपोर्टर की पहचान उसकी रिपोर्टों से होती है। पत्रकारिता में कार्य की सुविधा के लिए रिपोर्टों को अलग-अलग क्षेत्र में काम करने का अवसर दिया जाता है। इन अलग-अलग क्षेत्रों को सामान्य अर्थों में 'बीट' कहा जाता है मसलन अपराध की खबरों की रिपोर्टिंग करने वाले पत्रकार की 'बीट' अपराध कही जाएगी और राजनीति

में काम करने वाले की पॉलीटिकल बीट। बीट पर पत्रकारिता के कई अलग-अलग क्षेत्र हैं जैसे अपराध रिपोर्टिंग, खेल रिपोर्टिंग एवं शिक्षा रिपोर्टिंग आदि।

खबर अब अधिक सजीव, संक्षिप्त और जानकारियों से भरी होने लगी हैं। रिपोर्टिंग का बदलता चेहरा पत्रकारिता में नई उम्मीदों का चेहरा है इसलिए किसी भी नए पत्रकार को रिपोर्टिंग के हर गुर को बारीकी से सीखने और स्वयं को उसके अनुरूप विकसित करने पर जोर देना चाहिए।

इस इकाई में रिपोर्टिंग की विभिन्न विधाओं का अध्ययन किया गया है। विद्यार्थियों को अपराध रिपोर्टिंग, राजनैतिक रिपोर्टिंग, न्यायिक रिपोर्टिंग, खेल रिपोर्टिंग, सांस्कृतिक व फिल्म रिपोर्टिंग, शिक्षा रिपोर्टिंग, बाल पत्रकारिता की रिपोर्टिंग, खोजी पत्रकारिता की रिपोर्टिंग, विकास पत्रकारिता रिपोर्टिंग, ग्रामीण व कृषि पत्रकारिता की रिपोर्टिंग की विस्तृत जानकारी दी गई है।

6.2 उद्देश्य :

पत्रकारिता में समाचार का स्तर, अस्तित्व और प्रभावशीलता रिपोर्टिंग पर निर्भर करती है। पत्रकारिता की विभिन्न विधाओं के रिपोर्टिंग भी भिन्न-भिन्न तरह से होती है। इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थियों को पत्रकारिता के स्रोतों व पत्रकारिता के विभिन्न क्षेत्रों की जानकारी देना तथा अलग-अलग क्षेत्रों की रिपोर्टिंग किस तरह की जाती है उसके बारे में समझाना है।

इस इकाई से विद्यार्थी जान सकेंगे कि –

- रिपोर्टिंग करते समय किस तरह की व्यावहारिक कठिनाइयां आती हैं और उनसे किस तरह निपटा जा सकता है?
- अपराध से सम्बन्धित समाचार के लिए रिपोर्टिंग कैसी होनी चाहिए?
- अपराध के अलावा पत्रकारिता की अन्य विधाएं राजनैतिक, खेल, खोजी, शिक्षा, कृषि, विकास आदि के लिए रिपोर्टिंग कैसी की जानी है?

6.3 अपराध रिपोर्टिंग :

पत्रकारिता के बदलते स्वरूप के साथ ही अपराध पत्रकारिता भी पूरी तरह बदल गयी है। वर्तमान में अपराध की खबरों को प्रमुखता से प्रकाशित किया जाने लगा है। प्रथम पृष्ठ से लेकर अन्य अन्य महत्वपूर्ण पृष्ठों पर भी अपराध की खबरें प्रमुखता से दिखती हैं। जिस तरह अपराध पत्रकारिता की खबरें बढ़ रही हैं, उसी तरह इसमें बेहतर रिपोर्टिंग करने वालों की भी मांग बढ़ी है। समाज में घटने वाली दैनिक घटनायें जैसे— लूट, डकैती, हत्या, बलात्कार, अपहरण, दुर्घटना आदि की कवरेज करने वाले को अपराध संवाददाता कहा जाता है। अपराध संवाददाता की समाज में महत्वपूर्ण भूमिका होती है। अगर वह गलत तथ्य प्रस्तुत कर देता है, तो इससे समाज को काफी नुकसान भी हो सकता है। अगर अपराध संवाददाता अपने पेशे का सम्मान करते हुए समाज के सामने असलियत प्रस्तुत करने की हिम्मत करता है तो वह बेखौफ पत्रकार की ख्याति अर्जित कर लेता है। अपराध बीट की रिपोर्टिंग बेहद संवेदनशील होती है। इस बीट के रिपोर्टर को अत्यंत व्यवहार कुशल और हरफनमौला होना चाहिये। इस बीट को रफ एंड टफ माना जाता है। इस बीट के रिपोर्टर का अपराधियों से लेकर अकखड़ पुलिस वालों तक से वास्ता पड़ता है।

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

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

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

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

अपराध संवाददाता को कवरेज के समय कई और महत्वपूर्ण मामलों पर ध्यान देने की आवश्यकता होती है। अगर दहेज के मामले में की गई हत्या की रिपोर्टिंग करनी है, तो इसे बेहद संजीदगी से करने की जरूरत होती है। दहेज विरोधी कानून महिलाओं पर होने वाले अत्याचारों को रोकने के उद्देश्य से बनाया गया है, जिससे कि दहेज लोभियों को सख्त सजा मिल सके। वर्तमान में अधिकांश मामलों में इस कानून का दुरुपयोग होता दिख रहा है। महिला किसी भी कारण से क्यों न मरी हो, लेकिन लड़की के घर वाले लड़के के परिवार के सभी सदस्यों के खिलाफ रिपोर्ट दर्ज करवा देते हैं। इसमें कई बार निर्दोष व्यक्ति भी फंस जाता है। इस स्थिति में रिपोर्टर को केवल पुलिस थाने में रिपोर्ट के आधार पर ही खबर नहीं बनानी चाहिये, बल्कि पूरे मामले की अपने स्तर से भी तहकीकात करनी चाहिये। इस कार्य को संवाददाता को अपनी जिम्मेदारी समझकर करना चाहिये। इससे समाज में उसकी साख तो बढ़ेगी ही, साथ ही खबर भी संतुलित होगी।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1—** अपराध संवाददाता किसे कहते हैं ?
- प्रश्न 2—** अपराध बीट के रिपोर्टर में क्या-क्या गुण होने चाहिए ?
- प्रश्न 3—** अपराध बीट के रिपोर्टर के समक्ष क्या-क्या चुनौतियां आती हैं ?
- प्रश्न 4—** अपराध संवाददाता को किन लोगों से बेहतर संबंध बनाकर रखने चाहिए ?

6.4 राजनैतिक रिपोर्टिंग :

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

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

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

राजनैतिक संवाददाता को नेताओं की गतिविधियों पर नजर रखनी होती है। सार्वजनिक समारोहों में आते-जाते रहने से संवाददाता के संतरी से लेकर मंत्री तक से उसके संबंध हो जाते हैं। लगातार संपर्क में रहने से राजनीतिक समीकरण भी अच्छी तरह समझ में आने लगते हैं। इसके बाद समाचार बनाने में आसानी होने लगती है। राजनीतिक संवाददाता को राजनीतिक दलों की धड़ेबंदी को भी समझने का प्रयास करना चाहिये। लगभग सभी दलों में राष्ट्रीय स्तर से लेकर जनपद व नगर स्तर तक दलों में गुटबाजी नजर आती है। इस तरह की गुटबाजी सबसे अधिक चुनावों के समय नजर आती है। पार्टी के जिस कार्यकर्ता को टिकट मिल जाता है, वह चुनाव प्रचार में लग जाता है। लेकिन, जिसे टिकट नहीं मिलता है, वह अपनी ही पार्टी से टिकट पाने वाले का विरोध करने लगता है। यहां तक कि उसके वोट काटने का भी प्रयास करता है। चुनाव के समय की गुटबाजी फिर बाद तक चलती रहती है।

नेता चुनाव में सहयोग नहीं करने वाले को अपने रास्ते से हटाने की भी कोशिश करता है। इस तरह की गुटबाजी व धड़ेबंदी को समझ कर संवाददाता अच्छी खबरें बना सकता है।

खबर तथ्यात्मक व प्रामाणिक भी होनी चाहिए। परिपक्व खबर ही पाठकों को पसंद आती हैं। राजनीतिक संवाददाता के लिए रेफरेंस लायब्रेरी अत्यंत आवश्यक हैं। अगर उसके पास प्रदेश स्तर की राजनीतिक घटनाओं का पूरा ब्यौरा होगा, तो उसे खबर बनाने में आसानी होगी। इसके साथ ही वह खबर का बारीकी से विश्लेषण कर सकता है। पुराने तथ्यों के साथ कई एंगल से खबर बना सकता है। इसके लिए संवाददाता के पास प्रदेश की राजनीति से जुड़ी अहम खबरों की कतरनें, चुनावी आंकड़े, विधानसभा में होने वाली कार्रवाई की प्रकाशित रिपोर्टें आदि होनी चाहिये।

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

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— राजनैतिक संवाददाता किसे कहते हैं?
- प्रश्न 2— राजनैतिक संवाददाता को नेताओं से क्यों बेहतर संबंध स्थापित करने चाहिए ?
- प्रश्न 3— राजनैतिक संवाददाता के लिए रेफरेंस लाइब्रेरी का क्या महत्व है ?
- प्रश्न 4— राजनैतिक संवाददाता को अपनी बीट में दक्ष होने के लिए क्या करना चाहिए ?

6.5 न्यायिक रिपोर्टिंग :

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

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

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

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

महत्वपूर्ण फैसलों की कापी देखने के बाद ही खबर लिखी जानी चाहिए। कई बार सम्बन्धित वकील अपने पक्ष के नजरिए से ही फैसले का विवरण बता देते हैं। इस विवरण के आधार पर ही खबर बना देने से खबर गलत या एक पक्षीय हो सकती है।

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

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— अदालतों के समाचारों की भाषा कैसी होनी चाहिए ?

प्रश्न 2— न्यायिक संवाददाता के लिए क्या जानकारियां होना बेहद आवश्यक हैं?

प्रश्न 3— अदालती कार्रवाई को समझने के लिए संवाददाता को किन लोगों से संपर्क स्थापित करने चाहिये ?

प्रश्न 4— न्यायिक प्रक्रिया को समझने से रिपोर्टर को क्या लाभ होंगे ?

6.6 खेल रिपोर्टिंग :

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

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

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

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

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

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— एक सफल खेल पत्रकार बनने के लिए क्या होना चाहिए?

प्रश्न 2— वर्तमान में समाचार पत्रों में खेल पृष्ठ किस खेल को सबसे ज्यादा समर्पित होता है ? और क्यों ?

प्रश्न 3— खेल संवाददाता के लिए नियमित अध्ययन क्यों आवश्यक है ?

प्रश्न 4— खेल संवाददाता को किन लोगों से संपर्क रखने की आवश्यकता है ?

6.7 कला, संस्कृति व फिल्म रिपोर्टिंग :

कला, संस्कृति व फिल्म रिपोर्टिंग बेहद संवेदनशील होती है। कला व संस्कृति से जुड़ी खबरें पाठक को सुकून प्रदान करने वाली होती हैं। इस क्षेत्र में काम करने वाले संवाददाता में साहित्यिक समझ जरूर होनी चाहिये, कला की समझ होनी चाहिये। भाषा को साहित्यिक बनाने का प्रयास करना चाहिये। निरंतर स्तरीय साहित्य पढ़ने, लेखन शैली में कलात्मकता से यह विधा आसानी से सीखी जा सकती है। कला व संस्कृति से जुड़ी खबरों के प्रस्तुतिकरण के लिए संबंधित कला की जानकारी होनी भी आवश्यक है। इस बीट से संबंधित खबरों में विशेषणों का प्रयोग किये जाने से रोचकता बढ़ जाती है।

शहर में कोई कलाकार आया हो, सांस्कृतिक कार्यक्रम हो रहे हों, रंगमंच की गतिविधियां हों, किसी मूर्तिकार की कृति पर लिखना हो तो यह कला व सांस्कृतिक रिपोर्टर का काम है। इस बीट के रिपोर्टर को सांस्कृतिक संगठनों, सभागारों के प्रबंधकों, कला से जुड़े लोगों से निरंतर संपर्क बनाये रखना होता है। इससे समय-समय पर आयोजित कार्यक्रमों की जानकारी मिल जाती है। इस बीट में दैनिक कार्यक्रमों में ही साक्षात्कार, फीचर और खास अभिनय से जुड़ी घटनाओं की रिपोर्टिंग की जा सकती है।

कला व फिल्म से संबंधित खबरों का भी अलग पाठक वर्ग होता है। समाचार पत्रों में तो अब फिल्म समाचार के लिए अलग पृष्ठ होता है। इसमें कलाकारों की बड़ी-बड़ी तस्वीरों के

अलावा उनके साक्षात्कार प्रकाशित किये जाते हैं। नई फिल्मों की समीक्षा प्रकाशित की जाती है। इसलिए रिपोर्टर को फिल्मों की जानकारी होनी आवश्यक है। कलाकारों से लेकर निर्देशक व उससे जुड़े लोगों के संपर्क में रहना चाहिये। फिल्म पत्रकारिता का मुख्य क्षेत्र मुंबई है लेकिन छोटे शहरों में भी क्षेत्रीय फिल्मों से लेकर फिल्म जगत से संबंधित कार्यक्रमों को कवरेज करने का मौका मिल जाता है।

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

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

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— फिल्म व कला संवाददाता की भाषा कैसी होनी चाहिए?
- प्रश्न 2— अच्छा सांस्कृतिक रिपोर्टर बनने के लिए क्या बातें आवश्यक हैं ?
- प्रश्न 3— फिल्म संवाददाता को किन बातों की जानकारी होना आवश्यक है ?

6.8 शिक्षा रिपोर्टिंग :

बदलते जमाने के साथ ही समाचार पत्र के पाठकों की सोच में भी बदलाव आ रहा है। अगर युवाओं को कैरियर संबंधी जानकारी चाहिये या फिर शिक्षा से संबंधित कोई जानकारी, इसके लिए आज समाचार पत्र ही सबसे अधिक लाभदायक हो गए हैं। शिक्षा के स्वरूप को जानना अब लोगों के लिए जरूरत बन गया है। सामान्य शिक्षा से लेकर प्रोफेशनल स्तर तक की शिक्षा हासिल करने में आज की युवा पीढ़ी की रुचि तेजी से बढ़ रही है। इसके चलते शिक्षा बीट का महत्व तेजी से बढ़ गया है। विश्वविद्यालयों की गतिविधियों, कैंपस की हलचल, विभिन्न पाठ्यक्रमों से संबंधित जानकारी आदि की खबरें इस बीट की महत्वपूर्ण खबरें हो सकती हैं। इसके अलावा विद्यालयों में होने वाले आयोजन भी अपने आप में खबरें होती हैं। शिक्षा विभाग के नई योजनाओं के अलावा उनके क्रियान्वयन का तरीका, शिक्षक संगठनों की बैठकें और उनके आंदोलनों की खबरें भी शिक्षा बीट के रिपोर्टर को निरंतर मिलते रहती हैं। सरकारी स्कूलों की हालत कैसी है? क्या विभागीय मानकों के आधार पर सब ठीक-ठाक चल रहा है? सरकारी स्कूलों की शिक्षा प्रणाली के अलावा निजी स्कूलों के शिक्षा व्यवस्था पर भी खबरें बनायी जा सकती हैं।

दाखिले के समय किन कालेजों में एडमिशन के लिए मारामारी रहती है। किन विषयों को अधिक पसंद किया जा रहा है? लडकियों की रुचि किन विषयों में ज्यादा है? किस विद्यालय व कालेज का परीक्षा परिणाम कैसा रहा? इसके अलावा शिक्षा से संबंधित विशेष खबरें व फीचर भी

लिखे जाते हैं। तथ्यों पर आधारित फीचर लिखे जा सकते हैं। इसके साथ-साथ ग्रामीण व शहरी क्षेत्रों में शिक्षा के स्तर में अंतर को भी आधार बनाकर फीचर तैयार किये जा सकते हैं। पाठक इस तरह की खबरों को बड़े चाव से पढ़ते हैं। इसके साथ ही कैरियर संबंधी लेखों में भी पाठकों की दिलचस्पी होती है। इसके लिए संवाददाता को शिक्षा से जुड़े लोगों से अधिक से अधिक संपर्क स्थापित करना चाहिए। शिक्षाविदों से भी संबंध स्थापित करना चाहिये।

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

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— शिक्षा रिपोर्टिंग का समाचार पत्रों में क्या महत्व है ?

प्रश्न 2— शिक्षा संवाददाता को किन लोगों से संपर्क स्थापित करना चाहिए ?

6.9 बाल पत्रकारिता की रिपोर्टिंग :

युवा व बुजुर्ग ही नहीं बल्कि अब बच्चे भी अखबार पढ़ने पढ़ने में रुचि दिखा रहे हैं। इसलिए समाचार पत्रों में बच्चों से संबंधित सामाग्री भी प्रकाशित की जा रही है। इसमें और अधिक कार्य करने की आवश्यकता है। बच्चों की कहानियां, कार्टून के माध्यम से जागरूक करना मुख्य उद्देश्य होना चाहिये। बच्चों का ज्ञानवर्धन करने के साथ ही उनका मनोरंजन करने के लिए शिक्षाप्रद कहानियां लिखनी होती हैं। अब कुछ प्रमुख समाचार पत्र सप्ताह में एक बार बच्चों के लिए कुछ न कुछ प्रकाशित करते रहते हैं। इसमें विज्ञान व तकनीकी की जानकारी होती है। जानवरों से संबंधित कहानियां होती हैं। स्वास्थ्य संबंधी टिप्स दिये होते हैं। इसके जरिये बच्चों को विश्व स्तरीय अनेक जानकारियां दिये जाने का प्रयास रहता है। वैसे अब बच्चों से संबंधित कई पत्रिकायें भी प्रकाशित हो रही हैं। बच्चों की सृजनात्मकता बढ़ाने के लिए क्विज प्रतियोगिता भी आयोजित की जाती है। इसके बाद समाचार पत्रों में बच्चों द्वारा लिखित सामाग्री भी प्रकाशित की जाती है।

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

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— बाल पत्रकारिता के क्या उद्देश्य होने चाहिए ?

प्रश्न 2— बाल पत्रकारिता किसे कहते हैं?

6.10 खोजी पत्रकारिता की रिपोर्टिंग :

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

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

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

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

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

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— खोजी पत्रकारिता का क्या महत्व है ?

प्रश्न 2— खोजी पत्रकारिता की शुरुआत का श्रेय किसे देना चाहिए ?

प्रश्न 3— खोजी पत्रकार के प्रमुख कार्य क्या हैं ?

6.11 विकास पत्रकारिता की रिपोर्टिंग :

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

आधारित होती है। यह विकास चाहे उद्योग, औषधि, विज्ञान अथवा किसी अन्य क्षेत्र का हो अथवा मानव संसाधन का हो इस क्षेत्र में आता है। राज्य सरकारें अपनी विकास योजनाओं को जनता तक पहुंचाने के लिए पत्र तक निकालती हैं। इन योजनाओं को खबरों के माध्यम से भी किया जाता है।

विकास पत्रकारिता सामान्य पत्रकारिता से हटकर होती है। इसमें सरकार की नीतियां, आर्थिक बदलाव, सामाजिक कार्यक्रम शामिल रहते हैं। पंचवर्षीय योजना से संबंधित खबरें बनायी जा सकती हैं। विभागीय मुद्दों पर आधारित जानकारी रिपोर्टर खबर के माध्यम से प्रस्तुत कर सकता है। सरकार व उससे जुड़े संगठनों की योजनायें, कार्यक्रम, परियोजनायें जनता के हित में कितने कारगर हैं, इनका क्रियान्वयन कौन कर रहा है और किस तरह हो रहा है, यह सब इस क्षेत्र के विषय हैं। खाद्य उत्पादन, नई सडकों का निर्माण, घरों का निर्माण, पीने के पानी की आपूर्ति, बिजली, दूरसंचार आदि की सुविधाओं का हाल शहरों के अलावा ग्रामीण क्षेत्रों में भी देखा जाना चाहिए और उस पर खबरे बनाई जानी चाहिए। लोगों के लिए हास्पिटल, स्वास्थ्य केन्द्र, प्राथमिक स्वास्थ्य केन्द्र और विद्यालयों खुलने की जरूरत पर आधारित रपट पठनीय तो होती ही है साथ ही समाज के विकास में सहयोगी भी होती हैं। इस तरह की खबरों से नेताओं के कान भी खुलते हैं।

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

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

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— विकास पत्रकारिता की रिपोर्टिंग से क्या तात्पर्य है?

प्रश्न 2— विकास पत्रकारिता में खबरें किस आधार पर बनाई जाती हैं ?

प्रश्न 3— विकास पत्रकारिता की रिपोर्टिंग के लिए रिपोर्टर को किन बातों का ध्यान रखना होता है?

6.12 ग्रामीण एवं कृषि पत्रकारिता की रिपोर्टिंग :

आकाशवाणी से प्रसारित ग्राम जगत, दूरदर्शन से प्रसारित कृषि जगत कार्यक्रम एवं कृषि से सम्बन्धित पत्रिकाएं ग्रामीण एवं कृषि पत्रकारिता से हमारा परिचय कराते हैं। भारत कृषि प्रधान देश है यहां की लगभग 70 प्रतिशत जनता गांव में निवास करती है और गांव की अधिकतम जनसंख्या कृषि पर निर्भर है। भारत एक कृषि प्रधान देश तो है, लेकिन अत्यन्त विकास के बावजूद भी गांवों में आज तक पिछड़ेपन की झलक स्पष्ट नजर आती है। गांवों में नवीन चेतना

और जागृति तथा विज्ञान के विकास के स्वरो को समाचार पत्र-पत्रिकाओं व जनसंचार माध्यमों द्वारा ही यहां तक पहुंचाया जा सकता है।

सुप्रसिद्ध पत्रकार गणेश शंकर विद्यार्थी कहते थे कि राष्ट्र महलों में नहीं रहता। प्रत्येक राष्ट्र के निवास स्थान वे अनगिनत झोंपड़े हैं जो गांवों और पुरवों में फैले हुए, खुले आकाश के सौर्यमण्डल सूर्य, शीतल चंद्र और तारागण से प्रकृति का संदेश लेते हैं। इसलिए राष्ट्र का मंगल और उसकी जड़ उस समय तक मजबूत नहीं हो सकती जब तक कि अगणित लहलहाते पौधों की जड़ों में जीवन का जल नहीं सींचा जाता।

कृषि पत्रकारिता के अंतर्गत कृषि प्रसार, पशुपालन, कृषि रसायन, कृषि अर्थशास्त्र, शारीरिक और शस्त्र विज्ञान आदि विषयों का अध्ययन व प्रसार-प्रसार निहित होता है।

अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— ग्रामीण पत्रकारिता से क्या तात्पर्य है?

प्रश्न 2— ग्रामीण पत्रकारिता की रिपोर्टिंग के लिए रिपोर्टर की क्या योग्यता होनी चाहिए?

प्रश्न 3— गणेश शंकर विद्यार्थी की ग्रामीण पत्रकारिता के संदर्भ में दी गई परिभाषा बताइए?

6.13 सारांश :

पत्रकारिता के बदलते स्वरूप ने पत्रकारिता के कई आयामों को जन्म दिया है जिसमें अपराध पत्रकारिता, खोजी पत्रकारिता, न्यायालय की पत्रकारिता, संसदीय पत्रकारिता, राजनैतिक पत्रकारिता, खेल पत्रकारिता, विकास पत्रकारिता, बाल पत्रकारिता, कृषि पत्रकारिता, ग्रामीण आदि शामिल है। पत्रकारिता के विकास के साथ ही अपराध पत्रकारिता भी पूरी तरह बदल गयी है। वर्तमान में अपराध की खबरों को अधिक महत्व मिलने लगा है। पत्रकारिता की इन अलग-अलग विधाओं के लिए समाचारों का संकलन-संवाद (Reporting) भी इनके स्वरूपों पर निर्भर करती है।

अब पत्रकारिता केवल सीमित विषयों पर ही केन्द्रित नहीं रह गयी है। नई पत्रकारिता सामाजिक, आर्थिक, वैज्ञानिक, प्राविधिक संबंधी समग्र विकास के पहलुओं पर प्रकाश डालने वाली विकास पत्रकारिता है। विकास पत्रकारिता विकास पर आधारित होती है। पत्रकारिता के अलग अलग क्षेत्रों के लिए रिपोर्टिंग करने में अलग-अलग तरह की दक्षता, कौशल और अभिरूचि की आवश्यकता होती है। नए पत्रकार को चाहिए कि वे अपनी रूचि के अनुरूप विषय को सबसे पहली प्राथमिकता दे। अपनी पसंद या रूचि का विषय रिपोर्टिंग के लिए न मिल पाने की स्थिति में रिपोर्टर को जो भी क्षेत्र मिला हो उसकी रिपोर्टिंग में पूरा ध्यान लगाना चाहिए। उस क्षेत्र की हर जानकारी, हर विशिष्टता, कमी और उपलब्धि उसे मालूम होनी चाहिए। नई जमीन तोड़ कर नई राह निकालना असम्भव काम नहीं होता नए पत्रकार को इस बात को गांठ बांध लेना चाहिए। उसे इस बात को भी हमेशा ध्यान में रखना चाहिए किसी खबर को लिखने से पहले वह स्वयं उसके तथ्यों, जानकारियों और स्वरूप से संतुष्ट हो जाए। पत्रकारिता के क्षेत्र आज लगातार बढ़ रहे हैं। नए-नए क्षेत्रों में काम करने से पत्रकार को नए-नए अनुभव होते हैं और पत्रकारिता में अनुभव का बड़ा महत्व है।

6.14 शब्दावली :

बीट : पत्रकारिता में बीट का अर्थ किसी विशेष क्षेत्र में रिपोर्टिंग करने से है। पत्रकारिता में काम की सुविधा के लिए राजनैतिक, न्यायालय, खेल, शहरी, ग्रामीण, कृषि, शिक्षा आदि क्षेत्रों के लिए अलग-अलग रिपोर्टर नियुक्त होते हैं। इन क्षेत्रों को बीट कहा जाता है।

ग्राम जगत : ग्रामीण अंचलों के लिए आकाशवाणी से प्रसारित होने वाला महत्वपूर्ण रेडियो कार्यक्रम।

कृषि जगत : दूरदर्शन पर कृषि से सम्बन्धित प्रसारित होने वाला कार्यक्रम।

क्राइम रिपोर्टिंग : अपराध से सम्बन्धित जो समाचार लिखे जाते हैं या बनाये जाते हैं उसे क्राइम रिपोर्टिंग कहते हैं।

खोजी पत्रकारिता : पत्रकारिता की यह अपेक्षाकृत नई विधा है। आज खोजी पत्रकार की भूमिका समाज के एक ऐसे पहलू के रूप में होने लगी है जो सफेद पोश अपराधियों को बेनकाब करके समाज का हित करता है। यह काम जितना खतरनाक और चुनौतीपूर्ण है इसका प्रभाव उतना ही जोरदार होता है।

6.15 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर :

उत्तर 6.3

उत्तर 1— लूट, डकैती, हत्या, बलात्कार, अपहरण आदि घटनाओं की रिपोर्टिंग करने वाले संवाददाता को अपराध संवाददाता कहते हैं।

उत्तर 2— अपराध बीट के रिपोर्टर को सजग, व्यावहारिक व संवेदनशील होना चाहिए। उसे अपराध से सम्बन्धित कानून की धाराओं का भी जानकार होना चाहिए।

उत्तर 3— इस बीट का संवाददाता यदि अपने पेशे का सम्मान करते हुए समाज के सामने अपराध जगत की वास्तविकता प्रस्तुत करने की हिम्मत करता है, तो उसे अपराधियों से लेकर पुलिस वालों तक का सामना करना पड़ता है। कई बार बेहद विषम परिस्थितियों से भी उसे जूझना पड़ता है।

उत्तर 4— अपराध संवाददाता को उसके अंतर्गत आने वाले क्षेत्र के सभी थानों, पुलिस चौकियों, डीएसपी, एसपी, एसएसपी, डीआईजी, अस्पताल तथा कोर्ट आदि से संपर्क बनाकर रखने चाहिए।

उत्तर 6.4

उत्तर 1— जो संवाददाता राजनैतिक बीट के समाचारों का संकलन व संवाद करता है उसे राजनैतिक रिपोर्टर कहते हैं।

उत्तर 2— किसी राजनैतिक खबर को प्रभावी रूप देने तथा तथ्यों की प्रमाणिक जानकारी के लिए इस बीट के संवाददाता को नेताओं से बेहतर संबंध स्थापित करने चाहिए।

उत्तर 3— राजनीति से संबंधित घटनाओं की तथ्यपरक व विश्वसनीय समाचारों के लिए एक राजनैतिक संवाददाता को रेफरेंस लाइब्रेरी की नितांत आवश्यकता है, जिससे वह पूर्व में घटित राजनैतिक घटनाओं की सही जानकारी तथ्यों के साथ प्रस्तुत कर सकें।

उत्तर 4— संवाददाता को सबसे पहले राजनीतिक दलों के बारे में विस्तार से जानकारी कर लेनी चाहिये। किस दल की क्या नीतियां हैं और किन उद्देश्यों को लेकर एजेंडा तैयार किया जाता है। कौन सी पार्टी किस विचारधारा से जुड़ी हुई है। उसे यह सब जानने के साथ ही यह भी जानना चाहिए कि विधायकों, मंत्रियों के साथ कौन-कौन से चेहरे नजर आते हैं, इनके साथ चलने वाले लोग कैसे हैं। किन उद्योगपतियों, व्यापारियों से किन-किन नेताओं के संबंध हैं, उसे अपने क्षेत्र की राजनीति के हर पहलू पर नजर रखनी चाहिए।

उत्तर 6.5

उत्तर 1— अदालतों के समाचारों की भाषा बेहद सरल व सम्मान जनक होनी चाहिए। इसमें ऐसे शब्दों को प्रयोग नहीं होना चाहिए जिससे किसी के मानसम्मान व प्रतिष्ठा पर ठेस पहुंचे।

उत्तर 2— न्यायिक संवाददाता के लिए न्यायालय से सम्बन्धित सभी तथ्यों, धाराओं, शब्दों व न्यायालय में प्रयोग होने वाली भाषा का ज्ञान होना आवश्यक है।

उत्तर 3— अदालती कार्रवाई को समझने के लिए संवाददाता को सम्बन्धित वकील, न्यायाधीश व थानाध्यक्षों से संपर्क स्थापित करने चाहिए।

उत्तर 4— न्यायिक प्रक्रिया को समझने से रिपोर्टर एक अच्छी रिपोर्ट तैयार कर सकता है।

उत्तर 6.6

उत्तर 1— एक सफल खेल पत्रकार बनने के लिए खेल की समझ होना जरूरी है। पत्रकार को विभिन्न खेलों के नियम आदि की भी जानकारी होनी चाहिए। संवाददाता को विभिन्न समाचार पत्र, पत्रिकाओं के अलावा खेल पत्रिकाओं का नियमित अध्ययन करना चाहिये। उसे खेलों की शब्दावली का भी ज्ञान होना चाहिए।

उत्तर 2— वर्तमान में समाचार पत्रों में खेल पृष्ठ सबसे ज्यादा क्रिकेट के लिए समर्पित होता है। इसका कारण यह है कि वर्तमान समय में क्रिकेट की लोकप्रियता बहुत अधिक बढ़ गई है।

उत्तर 3— खेल संवाददाता के लिए खेल सम्बन्धित समस्त समाचारों व नियमों का अध्ययन करना अति आवश्यक है, जिससे वह किसी समाचार को तथ्यपरक ढंग से प्रस्तुत कर सके।

उत्तर 4— खेल संवाददाता को खेल सम्बन्धी अधिकारी, टीम मैनेजर, खिलाड़ी व टीम कप्तान से बराबर संपर्क रखना चाहिए। इन लोगों से संपर्क रखने पर वह खेले जाने वाले मैचों की तिथियों की जानकारी व मैच में लागू नियमों के बारे में जान सकेगा।

उत्तर 6.7

उत्तर 1— फिल्म व कला संवाददाता की भाषा सरल, सहज और मनोरंजक होनी चाहिए उसे कला के गूढ़ शब्दों को सरल ढंग से प्रस्तुत करने में माहिर होना चाहिए।

उत्तर 2— इस बीट के रिपोर्टर को सांस्कृतिक संगठनों, सभागारों के प्रबंधकों, कला से जुड़े लोगों से निरंतर संपर्क बनाये रखना होता है। इससे समय-समय पर आयोजित कार्यक्रमों की जानकारी मिल जाती है। इस बीट में दैनिक कार्यक्रमों में ही साक्षात्कार, फीचर और खास अभिनय से जुड़ी घटनाओं की रिपोर्टिंग की जा सकती है।

उत्तर 3— फिल्म रिपोर्टर को फिल्मों की जानकारी होनी आवश्यक है। कलाकारों से लेकर निर्देशक व उससे जुड़े लोगों के संपर्क में रहना चाहिये। निर्माता-निर्देशक व कलाकारों के संपर्क में रहकर यह जानकारी मिल जाएगी कि अब वे कौन सी फिल्म का निर्माण करने जा रहे हैं तथा उसके कलाकार कौन हैं और उस फिल्म की थीम क्या है जिससे वे उस फिल्म के लिए फिल्म समीक्षा तैयार कर सकें और उसके लिए एक रिपोर्ट तैयार कर सकें।

उत्तर 6.8

उत्तर 1— पत्रकारिता के मुख्य उद्देश्यों में से शिक्षा का प्रचार-प्रसार भी एक है, इसलिए समाचार पत्रों में शिक्षा से सम्बन्धित रिपोर्टिंग का महत्व अपने-आप ही बढ़ जाता है। शिक्षा से जुड़ी जानकारियां, रोजगारपरक पाठ्यक्रमों की सूचना, विभिन्न पाठ्यक्रमों के प्रश्न-उत्तर प्रकाशित करना, वैज्ञानिक जानकारियां आदि समाचार पत्रों के माध्यम से प्रकाशित होती रहती हैं जिससे पाठकों को शिक्षा तो मिलती ही है साथ ही समाचार पत्र का महत्व भी बढ़ जाता है।

उत्तर 2— शिक्षा संवाददाता को शिक्षाविदों, शिक्षा जगत से जुड़े लोगों, अधिकारियों, वैज्ञानिकों व विभिन्न शिक्षण संस्थाओं से बराबर संपर्क रखने चाहिए।

उत्तर 6.9

उत्तर 1— बच्चों को कहानियों, कार्टूनों, चित्रों, कविताओं आदि के माध्यम से जागरूक करना बाल पत्रकारिता का मुख्य उद्देश्य होना चाहिये। बच्चों का ज्ञानवर्धन करने के साथ ही उनका मनोरंजन करने के लिए शिक्षाप्रद कहानियां बच्चों के मन पर अच्छा असर डालती हैं। अब कुछ प्रमुख समाचार पत्र सप्ताह में एक बार बच्चों के लिए कुछ न कुछ प्रकाशित करते रहते हैं। इसमें विज्ञान व तकनीकी की जानकारी भी होती है। कहानियां होती हैं। स्वास्थ्य संबंधी टिप्स दिये होते हैं। इसके जरिये बच्चों को विश्व स्तरीय जानकारियां दी जा सकती है।

उत्तर 2— पत्रकारिता का वह क्षेत्र जिसके अन्तर्गत बच्चों के लिए विशेष सामग्री प्रस्तुत की जाती है बाल पत्रकारिता कहलाती है।

उत्तर 6.10

उत्तर 1— समाज में कई घटनायें आसानी से सामने नहीं आ पाती हैं। पहुंच और रसूख वाले लोग बड़े मामलों को पचाने में लगे रहते हैं। इस स्थिति में खोजी पत्रकार को निर्भीकता से तथ्यों की खोज करने होती है। जोखिम भरे इस कार्य के लिए उसे गोपनीय सूचनाओं को एकत्रित करने के बाद सच को सामने लाना होता है। खोजी पत्रकारिता एक तरह का युद्ध होता है। रिपोर्टर को अन्याय, असत्य,

अनैतिकता, बुराई में लिप्त लोगों को बेनकाब करना होता है। इसमें बड़े अपराधी भी हो सकते हैं, या फिर राजनेता और नौकरशाह भी हो सकते हैं। रिपोर्टर के लिए बेहद गोपनीय सूचनाओं को एकत्रित करना और उनका विश्लेषण कर जनता के सामने प्रस्तुत करना चुनौती भरा काम है।

उत्तर 2— खोजी पत्रकारिता को आरंभ करने का श्रेय अमेरिका के समाचार पत्र न्यूयार्क वर्ल्ड के संपादक जोसेफ पुलित्जर को दिया जाता है।

उत्तर 3— खोजी पत्रकार का काम सफेदपोश लोगों के काले कारनामों को, गहरी छानबीन करने के बाद जनता के सामने बेनकाब करना होता है।

उत्तर 6.11

उत्तर 1— सामाजिक, आर्थिक, वैज्ञानिक, प्राविधिक संबंधी समग्र विकास के पहलुओं पर प्रकाश डालने वाली पत्रकारिता विकास पत्रकारिता कहलाती है। विकास पत्रकारिता की रिपोर्टिंग विकास पर आधारित समाचारों की रिपोर्टिंग होती है। वह विकास चाहे उद्योग, औषधि, विज्ञान अथवा किसी भी अन्य क्षेत्र का हो।

उत्तर 2— विकास पत्रकारिता में खबरें सरकार द्वारा चलायी जा रही विभिन्न विकासपरक योजनाओं, वैज्ञानिक खोजों व विकास से जुड़ी खोजों पर आधारित होती हैं।

उत्तर 3— इस बीट में कार्य करने वाले संवाददाता को सरकारी, गैर सरकारी योजना और परियोजनाओं से जुड़े अधिकारियों व वैज्ञानिकों से संपर्क रखने चाहिए। रिपोर्टर को सफलतापूर्वक रिपोर्टिंग के लिए विभिन्न विकास कार्यक्रमों से सूचना एकत्रित कर उनसे जुड़े अधिकारियों और प्रमुखों का साक्षात्कार भी समय-समय पर कर लेना चाहिए?

उत्तर 6.12

उत्तर 1— ग्रामीण क्षेत्र की सामाजिक-सांस्कृतिक, आर्थिक-भौगोलिक, कृषि आदि पहलुओं से जुड़ी पत्रकारिता ग्रामीण पत्रकारिता कहलाती है।

उत्तर 2— ग्रामीण पत्रकारिता की रिपोर्टिंग के लिए रिपोर्टर को ग्रामीण परिवेश की जानकारी होनी चाहिए। रिपोर्टर को उस क्षेत्र की भाषा और बोली का ज्ञान, सामाजिक-सांस्कृतिक परिवेश की जानकारी होनी आवश्यक है।

उत्तर 3— सुप्रसिद्ध पत्रकार गणेश शंकर विद्यार्थी के अनुसार "राष्ट्र महलों में नहीं रहता। प्रकृत राष्ट्र के निवास स्थान में वे अनगिनत झोंपड़े हैं जो गांवों और पुरवों में फेले हुए, खुले आकाश के सौर्यमण्डल सूर्य, शीतल चंद्र और तारागण से प्रकृति का संदेश लेते हैं। इसलिए राष्ट्र का मंगल और उसकी जड़ उस समय तक मजबूत नहीं हो सकती जब तक कि अगणित लहलहाते पौधों की जड़ों में जीवन का जल नहीं सींचा जाता।"

6.16 संदर्भ ग्रन्थ सूची :

1. चड्ढा, सविता : नई पत्रकारिता एवं समाचार लेखन, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली।
2. तिवारी, डॉ० अर्जुन : आधुनिक पत्रकारिता, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी।
3. पंत, एन०सी० : पत्रकारिता एवं सम्पादन कला, राधा पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली, 1993।
4. वर्मा, देव नन्दकुमार : पत्र सम्पादन कला, एस० आर० वेरी एण्ड कम्पनी, कलकत्ता।
5. वैदिक, डॉ० वेदप्रताप : हिन्दी पत्रकारिता : विविध आयाम, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, नई दिल्ली।
6. शर्मा, अर्जुन : व्यवहारिक पत्रकारिता
7. शर्मा, अर्जुन : हिन्दी पत्रकारिता सिद्धान्त और स्वरूप
8. त्रिखा, नन्द किशोर : समाचार संकलन और लेखन, हिन्दी समिति, उत्तर प्रदेश, लखनऊ।

6.17 सहायक /उपयोगी पाठ्यसामग्री :

1. आधुनिक पत्रकारिता, डॉ० अर्जुन तिवारी, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी।
2. समाचार, फीचर—लेखन एवं सम्पादन कला, डॉ० हरिमोहन, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली।
3. पत्रकारिता के मूलतत्त्व, प्रो० आशाराम डंगवाल, प्रकाश बुक डिपो, बरेली।
4. इंटरनेट।

6.18 निबन्धात्मक प्रश्न :

प्रश्न 1— राजनैतिक रिपोर्टर को किन उद्देश्यों को लेकर एजेंडा तैयार करना चाहिए? विस्तार से लिखिए।

प्रश्न 2— खोजी पत्रकारिता में पत्रकार को किस तरह का जोखिम उठाना पड़ता है? खोजी पत्रकारिता को एक उदाहरण देकर समझाइए।

प्रश्न 3— दहेज हत्या की रिपोर्टिंग में क्या सावधानियां आवश्यक हैं ?

प्रश्न 4— बाल पत्रकारिता में बच्चों के लिए क्या कुछ किया जा सकता है ?

प्रश्न 5— शिक्षा पत्रकार को सामान्य व प्रोफेशनल शिक्षा की बेहतर समझ क्यों आवश्यक है?

प्रश्न 6— संपर्क सूत्र विकसित करने के लिए क्या करना चाहिये? विस्तार से लिखिए।

प्रश्न 7— न्यायालय की रिपोर्टिंग के लिए किन बातों का विशेष ध्यान रखना चाहिए?

प्रश्न 8— भारत में ग्रामीण पत्रकारिता के लिए क्या संभावनाएं हैं ? एक लेख लिखिए।

इकाई—07

साक्षात्कार : वर्गीकरण एवं तकनीक

इकाई की रूपरेखा

- 7.1 प्रस्तावना
- 7.2 उद्देश्य
- 7.3 साक्षात्कार : विकास यात्रा
- 7.4 समाचार तथा जनमत के लिए लोगों का साक्षात्कार :
वर्गीकरण एवं प्रकार
- 7.5 साक्षात्कार हेतु पूर्व तैयारी
- 7.6 साक्षात्कार की तकनीक
- 7.7 सारांश
- 7.8 शब्दावली
- 7.9 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 7.10 संदर्भ ग्रन्थ सूची
- 7.11 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 7.12 निबन्धात्मक प्रश्न

7.1 प्रस्तावना :

आज साक्षात्कार जनसंचार का एक उपयोगी अंग तो हो ही चुका है लेकिन पत्रकारिता के क्षेत्र में यह एक कलात्मक विधा भी है। साक्षात्कार में उत्तर देने वाले का महत्व जितना है उससे कहीं अधिक महत्व प्रश्न पूछने वाले का होता है। एक आदर्श पत्रकार के लिए यह बेहद जरूरी है कि वह इस कला में पारंगत बनने का प्रयास करे क्योंकि आज इस कला में निपुणता के बिना पत्रकार का व्यक्तित्व अधूरा है।

इस इकाई में साक्षात्कार के विभिन्न पहलुओं पर चर्चा की गई है। साक्षात्कार की विकास यात्रा, समाचार तथा जनमत के लिए लोगों का साक्षात्कार, वर्गीकरण एवं प्रकार, साक्षात्कार हेतु पूर्व तैयारियां एवं साक्षात्कार की तकनीक आदि की विस्तृत जानकारी विद्यार्थियों को दी गई है।

अच्छे साक्षात्कार के लिए प्रश्न पूछने वाले में किस तरह का धैर्य, किस तरह की संवेदनशीलता और किस तरह की आक्रामकता होनी चाहिए यह भी इस इकाई में समझाने की कोशिश की जाएगी।

7.2 उद्देश्य :

अब समाचार अथवा अन्य जानकारियाँ पाने के लिए साक्षात्कार एक प्रमुख माध्यम है। इस इकाई में साक्षात्कार की परिभाषा और साक्षात्कार का अर्थ बताने का प्रयास किया जाएगा। इस इकाई में यह भी बताने की कोशिश की जाएगी कि आज पत्रकारिता के क्षेत्र में साक्षात्कार की उपयोगिता किस तरह बढ़ गई है। साक्षात्कार का उद्देश्य क्या होता है यह भी इस इकाई में समझने की कोशिश की जाएगी ।

इस इकाई के जरिए विद्यार्थी जान सकेंगे कि—

- साक्षात्कार का अर्थ क्या है? इसे किस तरह परिभाषित किया जा सकता है?
- साक्षात्कार का ऐतिहासिक सफर किस तरह का रहा है?
- साक्षात्कार का वर्गीकरण किस प्रकार किया जा सकता है?
- साक्षात्कार के लिए किस तरह की तैयारी की जानी चाहिए ?
- साक्षात्कार की क्या तकनीक होनी चाहिए ?
- आज साक्षात्कार की उपयोगिता क्या है?
- साक्षात्कार के रूपों में किस तरह के बदलाव आ रहे हैं ?

7.3 साक्षात्कार की विकास यात्रा :

आज के जमाने में जन संचार के विभिन्न माध्यमों के कारण हमारी जिन्दगी पर गहरा असर पड़ रहा है। हमारा समाज, हमारी संस्कृति, हमारी जीवन शैली, हमारी विचारधारा यानी हर एक चीज को जनसंचार के अलग-अलग माध्यम गहराई से प्रभावित कर रहे हैं। जनसंचार के अलग-अलग माध्यम जैसे रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट और समाचार पत्र-पत्रिकाएं जिस प्रकार देश विदेश के समाचार और जानकारियाँ जन सामान्य तक पहुंचाती हैं उसमें साक्षात्कार का भी महत्वपूर्ण अंशदान होता है। आज जनसंचार की बेहद तेज और प्रतिस्पर्धा पूर्ण प्रक्रिया में साक्षात्कार का महत्व बहुत बढ़ गया है। किसी भी सामान्य समाचार में उससे जुड़े किसी विशिष्ट व्यक्ति अथवा संगठन के अहम प्रतिनिधि का साक्षात्कार, चार चाँद लगा देता है। साक्षात्कार से उस समाचार का प्रभाव और उपयोगिता दोनों बढ़ जाती हैं ।

28 मई 2010 को पश्चिम बंगाल में नक्सलवादियों द्वारा रेल लाईन में विस्फोट की घटनाओं के सन्दर्भ में देखें तो ज्ञानेश्वरी एक्सप्रेस के इस रेल हादसे में घटना स्थल पर मौजूद एक रेल यात्री ने सबसे पहले एक टीवी चैनल को अपने मोबाइल के जरिए घटना की सूचना दी। टेलीविजन चैनल ने उस यात्री से अनुरोध किया कि वह मौके पर घायलों की संख्या, बचे हुए लोगों की जानकारी आदि सूचनायें जुटाए और जब पांच मिनट बाद चैनल ने उस यात्री का उसी के मोबाइल फोन के जरिए साक्षात्कार लिया तो यह बात स्पष्ट हो गई कि ट्रेन की कौन-कौन सी बोगियाँ प्रभावित हुई हैं और किन-किन बोगियों के यात्री सकुशल हैं । इस तीन मिनट के

साक्षात्कार ने ट्रेन में सफर कर रहे उन यात्रियों के हजारों परिजनों को तत्काल मानसिक राहत पहुंचाई जिनकी बोगियाँ दुर्घटना ग्रस्त नहीं हुई थीं ।

इसी तरह मई 2010 में उड़ीसा में आए समुद्री तूफान 'लैला' के मामले में भी मौसम विज्ञानियों के साक्षात्कार ने लोगों के खतरे की पूर्व सूचनाएं विस्तार से देकर पहले से ही सचेत कर दिया जिससे बहुत से लोग खतरों में फंसने से बच गए ।

पत्रकारिता की शुरुआत से ही साक्षात्कार इसका अभिन्न अंग रहा है। दुनिया के प्रारम्भिक समाचार पत्रों, लन्दन गजट (1666 ईस्वी) और पब्लिक आकरेंसेज (अमेरिका में 1690 ईस्वी में प्रकाशित) में भी लोगों और शासकीय प्रतिनिधियों से बातचीत के आधार पर जानकारियाँ छपती थीं। 29 जनवरी 1780 को प्रकाशित भारत के पहले अखबार बंगाल गजट (इसे इसके सम्पादक-प्रकाशक के नाम पर हिकीज गजट भी कहा जाता है।) में भी ईस्ट इंडिया कंपनी के अधिकारियों से बातचीत के अंश प्रकाशित होते थे, जिनमें व्यापार की व्यवस्थाओं और सार्वजनिक जीवन के नियम-कानूनों की जानकारी दी जाती थी। विश्व की सबसे बड़ी न्यूज एजेंसी रॉयटर ने भी अपनी शुरुआत, लम्बी समुद्री यात्राओं से आए समुद्री व्यापारियों और जहाजियों से बातचीत के बाद मिली जानकारियों को समाचार बनाकर ही की थी। प्रथम स्वाधीनता संग्राम के दौरान मुगल सम्राट बहादुरशाह जफर का विश्वप्रसिद्ध संदेश- 'हिन्दुस्तान के हिन्दुओ और मुसलमानों! उठो, भाइयों उठो, खुदा ने इन्सान को जितनी बरकतें अता की उनमें सबसे कीमती बरकत आजादी है।' यह संदेश 'पयामे आजादी' नामक एक तत्कालीन अखबार में छपा था और यह बहादुरशाह जफर की अपने एक दीवान से हुई बातचीत पर आधारित था। उस दीवान ने इसे अन्य लोगों तक पहुंचाया और तब यह अखबार में भी प्रकाशित हुआ।

अखबारी पत्रकारिता के शुरुआती दिनों से चलकर 'साक्षात्कार' ने आज बड़ी दूरी तय कर ली है। आज टीवी के कारण साक्षात्कार खबरों का एक चमत्कारिक साधन बन गया है। इलेक्ट्रॉनिकी के विकास के कारण अब साक्षात्कार को ऑडियो अथवा वीडियो स्वरूप में रिकार्ड करना भी सम्भव हो गया है। लेकिन जब यह सिर्फ लिखकर रिकार्ड किया जाता था, उस दौर में इसकी विश्वसनीयता को लेकर कई बार, सही या गलत, आरोप-प्रत्यारोप भी लग जाते थे। एक उदाहरण से इसे समझा जा सकता है। लक्ष्मण नारायण गर्दे नामक नामी पत्रकार ने एक बार कोलकाता में देशबन्धु चित्तरजंन दास के निवास पर आए महात्मा गांधी का साक्षात्कार किया। तत्कालीन सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक मुद्दों पर हुए इस साक्षात्कार के पूरा होने पर गर्दे ने बातचीत के दौरान जो प्रश्न उन्होंने पूछे थे और जो उत्तर महात्मा गांधी ने दिए थे उसका अपने हाथ से लिखा पूरा विवरण गांधी जी के सामने रख दिया और उनसे अनुरोध किया कि अगर आपके उत्तरों को मैंने सही-सही लिखा है तो आप कृपया इस पर अपने हस्ताक्षर कर दीजिए। गांधी जी ने हस्ताक्षर करवाने का प्रयोजन पूछा तो गर्दे ने कहा कि 'भारत मित्र' के दिल्ली संवाददाता ने अभी हाल में मौलाना शौकत अली का एक इंटरव्यू लिया था। इसमें मौलाना ने कहा था कि मस्जिद के आगे बाजे का प्रश्न कोई धार्मिक प्रश्न नहीं है। यह बात भारतमित्र के बाद अन्य कई अखबारों में छपी और बाद में जब एक मुकदमे के दारौन नागपुर की एक अदालत में इसे एक नजीर के तौर पर पेश किया गया तो मौलाना ने सार्वजनिक तौर पर यह कह दिया कि भारत मित्र में मेरा जो इंटरव्यू छपा है वह गलत है। इस पर भारत मित्र को पुनः सफाई पेश करनी पड़ी और अनावश्यक विवाद हुआ। इसलिए इस घटना के बाद मैंने यह निश्चय किया है कि इंटरव्यू पर, इंटरव्यू देने वाले का हस्ताक्षर करा लेना चाहिए।

‘हिन्दुस्तान के हिन्दुओं और मुसलमानों! उठो, भाइयों उठो, खुदा ने इन्सान को जितनी बरकतें अता की उनमें सबसे कीमती बरकत आजादी है।’ : बहादुरशाह जफर

आज इंटरव्यू को रिकार्ड करने की तरह-तरह की सुविधाएं उपलब्ध हैं। डिक्टाफोन और कैसेट रिकार्डर के बाद आज डिजिटल रिकार्डर, वीडियो कैमरा, एमपी 3-4 स्पाइकैम, मोबाइलफोन आदि तरह तरह के यंत्र और तकनीक हैं जिनके जरिए साक्षात्कार को रिकार्ड किया जा सकता है। हालाँकि विवाद होने पर आज भी अनेक मामलों में साक्षात्कार देने वाला रिकार्ड होने पर भी तथ्यों से मुकर जाता है लेकिन फिर भी आज रिकार्डिंग की सुविधा के कारण साक्षात्कार की विश्वसनीयता बहुत अधिक बढ़ गई है।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— साक्षात्कार का क्या अर्थ है?
- प्रश्न 2— आज साक्षात्कार का महत्व क्यों बढ़ गया है?
- प्रश्न 3— रॉयटर न्यूज एजेंसी की सफलता में साक्षात्कार का क्या योगदान है ?
- प्रश्न 4— पत्रकार के लिए साक्षात्कार की कला में निपुण होना क्यों जरूरी है?

7.4 समाचार तथा जनमत के लिए लोगों का साक्षात्कार : वर्गीकरण एवं प्रकार :

साक्षात्कार का प्रमुख उद्देश्य पाठकों, श्रोताओं अथवा दर्शकों के लिए समसामयिक विषयों, घटनाओं, समस्याओं या विवादों के बारे में विस्तृत एवं प्रमाणिक जानकारी उपलब्ध कराना है। साक्षात्कार के जरिए किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति, विषय विशेषज्ञ, विशिष्ट अधिकारी या घटना के प्रत्यक्षदर्शी से सूचनाएं एकत्र की जा सकती हैं। साक्षात्कार के जरिए जनमत का अनुमान किया जा सकता है और जनमत के लिए लोगों का साक्षात्कार भी किया जाता है। हालाँकि आज साक्षात्कार का क्षेत्र बहुत विविधतापूर्ण हो गया है और इसकी सीमाएं बहुत व्यापक हो गई हैं फिर भी मोटे तौर पर साक्षात्कार को दो श्रेणियों में बाँटा जा सकता है।

1. व्यक्ति परक
2. विषय परक

व्यक्तिपरक : व्यक्तिपरक साक्षात्कार में जिस व्यक्ति का साक्षात्कार किया जाता है वह व्यक्ति सबसे अधिक महत्वपूर्ण होता है। इसमें विषय भी उस व्यक्ति से जुड़ा हो सकता है। लेकिन साक्षात्कार का मुख्य फोकस व्यक्ति विशेष के जीवन, अभिरुचि, विचार, कार्य, उपलब्धि, प्रेरणा आदि पर केन्द्रित होता है। उदाहरणार्थ मई 2010 में सबसे कम उम्र में एवरेस्ट विजय हासिल कर वापस लौटे भारतीय छात्र अर्जुन वाजपेयी का एवरेस्ट विजय के बाद लिया गया साक्षात्कार। इस साक्षात्कार में एवरेस्ट विजय की उपलब्धि का विवरण तो था ही, अर्जुन की जीवनशैली, उसकी मेहनत, लगन और उसके जीवन के भावी लक्ष्यों का भी उल्लेख था।

विषयपरक : विषयपरक साक्षात्कार में विषय को सबसे अधिक महत्व दिया जाता है। इसमें जिस व्यक्ति का साक्षात्कार किया जाता है उसके व्यक्तित्व के स्थान पर उससे सम्बन्धित विषय को प्रमुखता दी जाती है और पूरा साक्षात्कार विषय केन्द्रित होता है। उदाहरण के लिए जून 2010 में कोलकाता और पश्चिम बंगाल के स्थानीय निकाय चुनावों में तृणमूल कांग्रेस की हैरतअंगेज जीत

के बाद तृणमूल कांग्रेस की नेता ममता बनर्जी के व्यक्तित्व के बजाय चुनावी नतीजों के प्रभाव और पश्चिम बंगाल की राजनीति पर इसके दूरगामी असर का विश्लेषण किया गया था।

साक्षात्कार कई प्रकार के हो सकते हैं। जैसे शैली के आधार पर साक्षात्कार – विवरणात्मक, वर्णनात्मक, विचारात्मक और भावनात्मक आदि हो सकते हैं। इसी तरह माध्यम के आधार पर साक्षात्कार भेंटवार्ता, पत्रवार्ता, या फोनवार्ता पर आधारित हो सकते हैं। साक्षात्कार के प्रमुख प्रकारों में पूर्व निर्धारित, आकस्मिक, अनौपचारिक और सर्वेक्षण साक्षात्कार शामिल हैं।

(1) पूर्व निर्धारित : इस तरह के साक्षात्कार में समय पहले से निर्धारित होता है। प्रायः विषय और स्थान भी पूर्व निर्धारित होते हैं। कभी-कभी इसमें साक्षात्कार देने वाले को विषय अथवा पूछे जाने वाले प्रश्नों की भी जानकारी दे दी जाती है। अति विशिष्ट व्यक्तियों, बड़े फिल्म कलाकारों, रचनाकारों व अन्य कलाकारों, आदि के साक्षात्कार इस श्रेणी में आते हैं।

(2) आकस्मिक साक्षात्कार : इस तरह के साक्षात्कार के लिए कुछ भी पूर्व निर्धारित नहीं होता। जैसे किसी घटना से सम्बन्धित कोई व्यक्ति कहीं अचानक मिल जाए और उससे तत्काल विषय पर बातचीत कर ली जाए। उदाहरणार्थ मई 2010 में कारगिल युद्ध के बारे में हुए एक अदालती फैसले के बाद सेना मुख्यालय में आ रहे एक वरिष्ठ सैन्य अधिकारी का साक्षात्कार। कुछ टीवी चैनलों के पत्रकार राष्ट्रपति भवन की ओर जा रहे थे। इसी बीच उन्हें अदालती फैसले की जानकारी मिली और तभी उन्हें एक बड़े सैन्य अधिकारी की कार दिखाई दी। सेना मुख्यालय में उस अधिकारी के कार से उतरते ही टीवी पत्रकार वहां पहुंच गए और उस सैन्य अधिकारी से साक्षात्कार कर लिया। यह साक्षात्कार उस दिन खूब चर्चा में रहा था।

(3) अनौपचारिक साक्षात्कार : इस तरह के साक्षात्कार में औपचारिकताएं नहीं होती। किसी खास मामले पर किसी व्यक्ति विशेष या विषय विशेषज्ञ के पास जाकर उससे साक्षात्कार का प्रस्ताव किया जाता है और उसके राजी होने पर बातचीत शुरू हो जाती है। इसमें समय सीमा का ध्यान रखा जाता है और प्रायः यह विषय केन्द्रित होता है।

(4) सर्वेक्षण साक्षात्कार : इस तरह के साक्षात्कार एक प्रकार से जनमत संग्रह का काम भी करते हैं। पश्चिमी देशों में इस तरीके का प्रयोग अधिक किया जाता है। इसमें विषय तो पूर्व निर्धारित होता है लेकिन प्रश्नों के उत्तर या तो तीन चार सम्भावित उत्तरों में से एक को चुनकर अथवा प्रश्न का विस्तृत उत्तर प्राप्त कर जनमत का रूझान तय किया जाता है। सर्वेक्षण साक्षात्कार का इस्तेमाल रेडियो और टीवी में अधिक होता है। चुनावों के नतीजों, मंहगाई, खेलों में जीत-हार, भ्रष्टाचार आदि हर तरह के मामलों में इस तरह के साक्षात्कार पूरे देश की भावनाओं को समझने में उपयोगी होते हैं। सर्वेक्षण साक्षात्कार पर आधारित समाचार अधिक पढ़े, सुने अथवा देखे जाते हैं।

(5) पत्रकार सम्मेलन : पत्रकार सम्मेलन भी एक प्रकार का साक्षात्कार ही है। लेकिन समान्य प्रकार के साक्षात्कार में जहाँ एक प्रश्न पूछने वाला और एक उत्तर देने वाला होता है, पत्रकार सम्मेलन में सवाल पूछने वालों की संख्या बहुत अधिक होती है और उत्तर देने वालों की एक-दो या तीन। इसमें साक्षात्कार देने वाला तय करता है कि उसे किस विषय पर और क्या बात करनी है। हालाँकि प्रश्न पूछने वालों को भी अपनी सुविधा और जरूरत के मुताबिक प्रश्न पूछने का अवसर मिलता है।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— साक्षात्कार के प्रमुख उद्देश्य क्या हैं?
- प्रश्न 2— साक्षात्कार को किन दो श्रेणियों में बांटा जा सकता है ?
- प्रश्न 3— आकस्मिक साक्षात्कार से क्या तात्पर्य है?
- प्रश्न 4— व्यक्तिपरक साक्षात्कार से क्या अभिप्राय है?

7.5 साक्षात्कार हेतु पूर्व तैयारी :

साक्षात्कार एक ऐसी विधा है जिसमें प्रश्न पूछने वाले की चतुराई, उसकी व्यावहारिकता, विषय की जानकारी और उसका धैर्य बहुत महत्वपूर्ण होता है । लेकिन अच्छे साक्षात्कार के लिए जो बात सबसे अधिक जरूरी होती है वह है साक्षात्कार की तैयारी । साक्षात्कार करने वाले ने किस तरह की तैयारी की है उसी पर साक्षात्कार की सफलता निर्भर होती है ।

सबसे पहली बात जो जरूरी है वह है साक्षात्कार के लिए व्यक्ति का चयन । जिस विषय पर साक्षात्कार होना है उस विषय के सबसे अधिक जानकार और बात को साफ तरह से कह सकते वाले व्यक्ति का चयन साक्षात्कार को सफल बनाने के लिए पहला कदम है । व्यक्तिपरक साक्षात्कार के मामले में साक्षात्कार देने वाले का चयन तो स्वतः ही हो जाता है इसलिए इस तरह के साक्षात्कार में साक्षात्कार करने वाले को अपनी तैयारी की शुरुआत साक्षात्कार देने वाले के बारे में जरूरी जानकारी एकत्र करके करनी चाहिए ।

विषय की व्यापक जानकारी, साक्षात्कार की तैयारी का दूसरा महत्वपूर्ण चरण है । जिस व्यक्ति या विषय के विशेषज्ञ से साक्षात्कार किया जाना हो उसके बारे में साक्षात्कारकर्ता को जितनी अधिक जानकारी होगी, उतने ही बेहतर तरीके से वह साक्षात्कार ले सकेगा । विषय की जानकारी न होने पर साक्षात्कारकर्ता अच्छे प्रश्न पूछ ही नहीं सकता और ऐसे में साक्षात्कार के नतीजे भी बेहतर नहीं हो सकते । मसलन अगर शास्त्रीय संगीत की किसी बड़ी हस्ती का साक्षात्कार लेना है तो उस व्यक्ति की जीवन यात्रा, उसकी उपलब्धियाँ, उसकी खूबियाँ—खासियतें, उसकी कमजोरियाँ, संगीत की उस विद्या की जानकारी आदि सब विषयों के बारे में साक्षात्कारकर्ता को ज्ञान होना जरूरी है । ऐसा ही मौसम, विज्ञान, खेल, राजनीति अथवा आर्थिक मामलों के साक्षात्कार में भी होना चाहिए ।

विषय के बाद साक्षात्कार का स्थान भी तैयारी की दृष्टि से महत्वपूर्ण है । खास कर रेडियो और टीवी के लिए होने वाले साक्षात्कारों में साक्षात्कार की सफलता का दारोमदार काफी हद तक स्थान पर निर्भर होता है । किसी संगीतकार के साक्षात्कार के लिए स्टूडियो एक अच्छा स्थान हो सकता है जबकि एक खिलाड़ी का साक्षात्कार मैदान या खेल की पृष्ठभूमि में हो तो वह बेहतर हो सकता है ।

बहुत महत्वपूर्ण विषय पर किसी एक्सक्लूसिव साक्षात्कार के लिए स्थान ऐसा होना चाहिए जहां बातचीत की निरन्तरता भंग न हो और आने-जाने वालों की वजह से व्यवधान न हो । कई बार व्यवधान से साक्षात्कार की लय बिगड़ जाती है और महत्वपूर्ण सवालों के उत्तर छूट जाते हैं या गड़बड़ा जाते हैं ।

साक्षात्कार की तैयारी का अंतिम चरण है साक्षात्कार के साधन । पत्र-पत्रिकाओं के साक्षात्कार के लिए पैन-नोटबुक के अलावा रिकार्डिंग के लिए उपयुक्त उपकरण जरूरी हैं तो

रेडियो और टेलीविजन के साक्षात्कारों के लिए ऑडियो-वीडियो रिकार्डिंग के उपकरण, माइक आदि को पहले से जांच-परख लिया जाना जरूरी है ताकि ऐन मौके पर चूक न हो जाए। टेप या रिकार्डिंग की अन्य जरूरी सामग्री को भी साक्षात्कार से पूर्व भलीभांति जांच लेना जरूरी है।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— साक्षात्कार हेतु पूर्व में क्या तैयारी आवश्यक है ?
- प्रश्न 2— पत्रकार लक्ष्मण नारायण गर्दे ने गांधी जी से क्या कहा था?
- प्रश्न 3— प्रश्नकर्ता के प्रश्न कैसे होने चाहिए?
- प्रश्न 4— 'फोनो' से क्या अभिप्राय है?

7.6 साक्षात्कार की तकनीक :

साक्षात्कार जनसंचार की एक महत्वपूर्ण विधा है तो यह पत्रकारिता का एक कलारूप भी है। एक अच्छे साक्षात्कारकर्ता की तुलना शब्दों, भावनाओं और जानकारियों के एक कलाकार से की जा सकती है जो अपनी कला द्वारा साक्षात्कार देने वाले के काम और व्यक्तित्व को निखार सकता है।

साक्षात्कार की तकनीक का सबसे अहम पहलू यह है कि उसमें प्रश्न पूछने वाले का व्यक्तित्व हावी न हो। साक्षात्कारकर्ता को बेहद सहज होना चाहिए। उसे इस बात का खास ध्यान रखना चाहिए कि उसकी अपनी विचारधारा या मान्यता अथवा स्थापना साक्षात्कार देने वाले पर थोपी न जाए। उसे जवाब देने वाले को पूरा अवसर देना चाहिए। इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि साक्षात्कार प्रश्न-उत्तर के रूप में ही हो न कि बहस के रूप में। प्रश्न भी छोटे और स्पष्ट होने चाहिए ताकि उनके उत्तर भी स्पष्ट मिल सकें। बहुत लम्बा प्रश्न होने से या प्रश्न के साथ विषय की व्याख्या होने से असल प्रश्न गुम हो जाते हैं और निरर्थक उत्तर मिलने लगते हैं। इसी तरह प्रश्न अगर ऐसे हों कि उनका जवाब हाँ या ना में ही दिया जा सकता हो तो वह भी साक्षात्कार के लिहाज से अधिक लाभप्रद नहीं होता। इस तरह के प्रश्न सिर्फ सर्वेक्षण साक्षात्कार में ही उपयोगी होते हैं।

साक्षात्कार देने वाले का सम्मान भी जरूरी है। उसका सम्मान होने से एक तरह का विश्वास बढ़ता है और प्रश्नों के सहज उत्तर मिलने की सम्भावना बढ़ जाती है। कभी भी साक्षात्कार का आरम्भ कठिन प्रश्नों से नहीं होना चाहिए। व्यक्तिपरक साक्षात्कार में इस बात का खास ध्यान रखा जाना चाहिए कि उस व्यक्ति के व्यक्तित्व के अधिक से अधिक पहलू उजागर हो सकें। कई बार किसी अभियुक्त या किसी घाघ राजनेता के साक्षात्कार में प्रश्नों को घुमा फिरा कर पूछने से भी मनमुताबिक उत्तर प्राप्त किए जा सकते हैं लेकिन इसके लिए यह जरूरी है कि जवाब पूरे धैर्य से सुने जाएं। कई बार उत्तरों से ही बात आगे बढ़ जाती है, लेकिन साक्षात्कारकर्ता के दिमाग में प्रश्नों का खाका एकदम साफ होना चाहिए ताकि प्रश्नों के अभाव में साक्षात्कार के तारतम्य गड़बड़ा न जाए। साक्षात्कारकर्ता का व्यक्तित्व, प्रश्न पूछने की विनम्र शैली, उसकी सतर्क दृष्टि, व्यवहार कुशलता और वाक पटुता से साक्षात्कार देने वाले के मन के गूढ़ रहस्य भी आसानी से बाहर आ जाते हैं। रेडियो और टीवी के साक्षात्कारों में जहां समय सीमा बेहद महत्वपूर्ण होती है, वहीं यह बात भी बहुत जरूरी है कि प्रश्नकर्ता के प्रश्न विषय पर एकदम केन्द्रित हों, ताकि अनावश्यक रूप से समय व्यर्थ न हो और जरूरत के मुताबिक सही उत्तर शीघ्र

मिल सकें। यदि जवाब देने वाला व्यक्ति विषय से भटक रहा हो और बातचीत की दिशा गड़बड़ा रही हो, तब भी प्रश्न करने वाले में यह क्षमता होनी चाहिए कि वो तत्काल बातचीत का सूत्र अपने हाथ में लेकर हस्तक्षेप करे और पुनः साक्षात्कार को पटरी पर ले जाए।

साक्षात्कार की तकनीक का सबसे अहम पहलू यह है कि उसमें प्रश्न पूछने वाले का व्यक्तित्व हावी न हो। साक्षात्कारकर्ता को बेहद सहज होना चाहिए। उसे इस बात का खास ध्यान रखना चाहिए कि उसकी अपनी विचारधारा या मान्यता अथवा स्थापना साक्षात्कार देने वाले पर थोपी न जाए। उसे जवाब देने वाले को पूरा अवसर देना चाहिए। इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि साक्षात्कार प्रश्न-उत्तर के रूप में ही हो न कि बहस के रूप में। प्रश्न भी छोटे और स्पष्ट होने चाहिए ताकि उनके उत्तर भी स्पष्ट मिल सकें।

यह भी जरूरी है कि साक्षात्कारकर्ता स्वयं अधिक न बोले। उसका प्रयोजन यह होना चाहिए कि जिस व्यक्ति का साक्षात्कार लिया जा रहा है वह विषय और प्रश्नों में दिलचस्पी ले। साक्षात्कार की तकनीक का मूल मंत्र यह है कि प्रश्नकर्ता एक उत्प्रेरक की तरह काम करे और साक्षात्कार देने वाले को इस तरह मंत्र मुग्ध कर ले कि वह सारी जरूरी जानकारी संगीत की लहर की तरह सिलसिलेवार देता चला जाए।

टीवी ने साक्षात्कार का क्षेत्र और स्वरूप भी बदल दिया है। साक्षात्कार के नए नए रूप सामने आने लगे हैं। खबरों को जल्दी दिखाने या सुनाने के लिए साक्षात्कार की जिस शैली का इस्तेमाल किया जाता है उसे कहते हैं— फोनो। कोई भी घटना हो, संवाददाता या घटना से जुड़े, किसी व्यक्ति से फोन अथवा मोबाइल के जरिए होने वाली बातचीत को फोनो कहते हैं। फोनो के जरिए कुछ ही सेकंड में विश्व के किसी एक क्षेत्र से दूसरे क्षेत्र तक समाचार पहुंच जाते हैं और जिस व्यक्ति से बातचीत कर जानकारी ली जाती है उसके ही शब्दों में उसकी बात हर जगह पहुंच जाती है। इसी तरह 'सिमसेट' टीवी साक्षात्कार की एक और शैली है। बई बार महत्वपूर्ण घटना या ब्रेकिंग न्यूज जैसी स्थिति में जब चैनल के स्टूडियो में अधिक जानकारी उपलब्ध नहीं होती तब किसी संवाददाता को कैमरे के सामने प्रस्तुत कर दिया जाता है जिसे मामले की जानकारी होती है और फिर उस संवाददाता के साक्षात्कार के जरिए खबर आगे बढ़ती जाती है। सिमसेट और फोनो में सिर्फ इतना अंतर है कि सिमसेट में संवाददाता दिखाई भी देता है।

इसी तरह संक्षिप्त साक्षात्कार का एक और रूप है 'टिकटैक'। किसी खास व्यक्ति से किसी खास मौके पर संवाददाता द्वारा किया गया संक्षिप्त साक्षात्कार टिकटैक कहलाता है। टिकटैक में साक्षात्कारकर्ता और उत्तर देने वाला दोनों लोग कैमरे पर होते हैं। खबरों को आगे बढ़ाने में इनका खास रोल है। उदाहरणार्थ किसी महत्वपूर्ण रिकार्ड को बनाने के तत्काल बाद सचिन तेंदुलकर की किसी संवाददाता से उस रिकार्ड के बारे में आमने सामने बात हो जाए तो इस टिकटैक के जरिए वह चैनल अपने प्रतिद्वन्द्वियों से एकदम आगे हो जाएगा। इसी तरह टीवी साक्षात्कार की एक और शैली है 'वॉक द टॉक'। इसमें साक्षात्कार लेने वाला और जवाब देने वाला दोनों ही चलते-चलते, काम करते हुए बातचीत करते रहते हैं। इस तरह टीवी ने साक्षात्कार की नई-नई शैलियाँ विकसित कर दी हैं और उनमें लगातार वृद्धि हो रही है। इंटरनेट पर ब्लॉग के जरिए तो किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति का साक्षात्कार पूरी दुनिया के लोग कर सकते हैं। इसी तरह स्पाय कैम यानी छुपे हुए कैमरे के जरिए भी साक्षात्कार किए जा सकते हैं। हालाँकि इस शैली की मान्यता को लेकर अभी भारत में कानूनी स्थिति स्पष्ट नहीं है। इसे निजता के अधिकार के

विरुद्ध भी माना जाता है लेकिन इस तरह के साक्षात्कार में जवाब देने वाले के मुँह से ऐसे तथ्य भी प्रकट हो जाते हैं जिन्हे सामान्य साक्षात्कार में वह किसी भी हालत में सार्वजनिक न करता । इस छद्म शैली ने भारतीय पत्रकारिता में अपने अल्पकाल में ही कई बड़े खुलासे कर दिखाए हैं।

अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— टिकटैक क्या होता है?
- प्रश्न 2— साक्षात्कार देने वाले का सम्मान क्यों जरूरी है?
- प्रश्न 3— साक्षात्कार की तकनीक का मूलमंत्र क्या है ?

7.7 सारांश :

वर्तमान युग प्रचार का युग है। इसलिए सभी की यह लालसा होती है कि संचार माध्यमों में उनकी उपलब्धियों और उनकी खूबियों का जिक्र हो। इसलिए आज साक्षात्कार लेने वाले के लिए साक्षात्कार जितना महत्वपूर्ण है उतना ही महत्वपूर्ण साक्षात्कार देने वाले के लिए भी हो गया है। टीवी ने साक्षात्कार की लोकप्रियता काफी बढ़ा दी है। आज साक्षात्कार का इस्तेमाल विज्ञापन के साधन के तौर पर भी होने लगा है। प्रायः देखा जाता है कि किसी नई फिल्म के रिलीज होते वक्त उससे जुड़े कलाकारों के साक्षात्कार लगातार हर टीवी चैनल में दिखाई देने लगते हैं। राजनीति में सफलता के लिए भी साक्षात्कार का सहारा लिया जाता है।

टीवी व रेडियो में जहाँ तकनीक का लाभ साक्षात्कार के क्षेत्र में अत्यधिक हुआ है वहीं पत्रपत्रिकाओं और इंटरनेट आदि में अब भी साक्षात्कार के बाद उसकी प्रस्तुति और उसका लेखन बहुत महत्वपूर्ण माना जाता है। अच्छे साक्षात्कार के बाद भी अगर उसे अच्छी तरह से लिखा नहीं गया तो उसका प्रभाव समाप्त हो जाता है। इसलिए साक्षात्कार के दौरान प्राप्त सबसे बड़े तथ्य अथवा जानकारी को साक्षात्कार का मुख्य आकर्षण बनाना भी एक अच्छे पत्रकार के लिए बेहद जरूरी है। साक्षात्कार के बाद उसकी जानकारी और तथ्यों का गहराई से विश्लेषण करके उसको बेहतर तरीके से लिखा और प्रस्तुत किया जा सकता है।

संक्षेप में कहा जा सकता है कि साक्षात्कार आज पत्रकारिता और जनसंचार की एक सबसे महत्वपूर्ण विधा है। किसी भी पत्रकार की प्रतिभा का आकलन उसके द्वारा पूछे गए प्रश्नों से भी होता है इसलिए अच्छा साक्षात्कार जहां पाठक, श्रोता अथवा दर्शक की नजर में सबसे पहले चढ़ता है वहीं यह किसी भी पत्रकार की क्षमताओं की पहचान का भी एक अहम पैमाना होता है। किसी भी पत्रकार के लिए हर साक्षात्कार एक चुनौती है और इसे इसी रूप में स्वीकार किया जाना चाहिए।

7.8 शब्दावली :

व्यक्ति परक साक्षात्कार : ऐसे साक्षात्कार जिनमें विषय से अधिक महत्व साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति का होता है। इस प्रकार के साक्षात्कार में साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति के समग्र व्यक्तित्व अथवा उसके व्यक्तित्व के किसी एक पहलू अथवा उसकी उपलब्धियों का खुलासा होता है।

पूर्व निर्धारित साक्षात्कार : इस तरह के साक्षात्कार के लिए समय व स्थान पहले से तय कर लिया जाता है। प्रायः इस तरह के साक्षात्कार का विषय अथवा प्रश्न भी पूर्व निर्धारित होते हैं।

सर्वेक्षण साक्षात्कार : इस प्रकार के साक्षात्कार के लिए अधिक संख्या में लोगों से बातचीत की जाती है। सर्वेक्षण करने वाले को सर्वेक्षण का उद्देश्य पूरी तरह पता होता है और पूर्व निर्धारित प्रश्नों के लोगों द्वारा दिए गए उत्तरों से जो नतीजे मिलते हैं वह एक प्रकार का जनमत संग्रह होते हैं।

सिमसेट : यह टेलीविजन साक्षात्कार की एक शैली है। प्रायः किसी बड़ी घटना के बारे में ज्यादा जानकारी और फुटेज के अभाव में उस इलाके के संवाददाता को कैमरे के सामने लाकर उसके जरिए खबर में जानकारियों के अभाव को खत्म किया जा सकता है।

वॉक द टॉक : यह टीवी साक्षात्कार की एक नई शैली है। इसमें प्रश्न पूछने वाला साक्षात्कार देने वाले के साथ चलते चलते या फिर कोई दूसरा काम करते हुए बातचीत करता है। यह पश्चिम की एक लोकप्रिय साक्षात्कार शैली है।

7.9 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर :

उत्तर 7.3

- उत्तर 1—** साक्षात्कार का अर्थ है बातचीत या इंटरव्यू। आज साक्षात्कार का पत्रकारिता के क्षेत्र में सूचना, जानकारी और तथ्यों के खुलासे के लिए खूब इस्तेमाल होता है।
- उत्तर 2—** जनसंचार की प्रक्रिया बेहद तेज हो जाने, सूचनाओं का प्रवाह बेहद तेज हो जाने और जनसंचार के क्षेत्र में प्रतिस्पर्धा बढ़ जाने से आज साक्षात्कार का महत्व बहुत बढ़ गया है। टीवी ने भी साक्षात्कार का महत्व बहुत बढ़ा दिया है।
- उत्तर 3—** रॉयटर न्यूज एजेंसी ने अपने आरम्भिक दौर में लम्बी समुद्री यात्राओं से आए व्यापारियों और जहाजियों से बातचीत कर अनेक रोचक समाचार बनाए और खूब लोकप्रियता बटोरी थी।
- उत्तर 4—** पत्रकार के लिए साक्षात्कार की कला में निपुण होना इसलिए जरूरी है कि आज की पत्रकारिता में इसके बिना किसी भी पत्रकार का व्यक्तित्व अधूरा माना जाता है।

उत्तर 7.4

- उत्तर 1—** साक्षात्कार का प्रमुख उद्देश्य पाठकों, श्रोताओं अथवा दर्शकों के लिए समसामयिक विषयों, घटनाओं, समस्याओं या विवादों के बारे में विस्तृत एवं प्रमाणिक जानकारी उपलब्ध कराना है।
- उत्तर 2—** आज साक्षात्कार का क्षेत्र बहुत विविधतापूर्ण हो गया है और इसकी सीमाएं बहुत व्यापक हो गई हैं। मोटे तौर पर साक्षात्कार को दो श्रेणियों में बाँटा जा सकता है। 1. व्यक्ति परक 2. विषय परक

उत्तर 3— इस तरह के साक्षात्कार के लिए कुछ भी पूर्व निर्धारित नहीं होता। जैसे किसी घटना से सम्बन्धित कोई व्यक्ति कहीं अचानक मिल जाए और उससे तत्काल विषय पर बातचीत कर ली जाए।

उत्तर 4— व्यक्तिपरक साक्षात्कार में जिस व्यक्ति का साक्षात्कार किया जाता है वह व्यक्ति सबसे अधिक महत्वपूर्ण होता है। इसमें विषय भी उस व्यक्ति से जुड़ा हो सकता है। लेकिन साक्षात्कार का मुख्य फोकस व्यक्ति विशेष के जीवन, अभिरूचि, विचार, कार्य, उपलब्धि, प्रेरणा आदि पर केन्द्रित होता है।

उत्तर 7.5

उत्तर 1— एक सफल साक्षात्कार हेतु सर्वप्रथम विषय चयन से पूर्व विषय की जानकारी तथा जिस व्यक्ति का साक्षात्कार लेना है उससे परिचय तथा जिस व्यक्ति को आप साक्षात्कार के लिए चुन रहे हो उसे साक्षात्कार विषय का ज्ञान है कि नहीं यह भी साक्षात्कार में आवश्यक है।

उत्तर 2— पत्रकार लक्ष्मण नारायण गर्दे ने गांधी जी से एक साक्षात्कार करने के बाद अपनी हस्तलिपि में लिखे उत्तरों पर दस्तखत करने का अनुरोध किया था ताकि साक्षात्कार की विश्वसनीयता बनी रहे।

उत्तर 3— प्रश्नकर्ता के प्रश्न छोटे और स्पष्ट होने चाहिए ताकि उनके स्पष्ट उत्तर मिल सकें। प्रश्न विषय पर एकदम केन्द्रित होने चाहिए।

उत्तर 4— फोनो टेलीविजन साक्षात्कार की एक शैली है। इसमें संवाददाता या घटना से जुड़े किसी व्यक्ति से फोन या मोबाइल के जरिए बात करके खबरों का खुलासा किया जाता है। फोनो के जरिए दूर-दराज के क्षेत्रों से भी तत्काल समाचार प्राप्त हो सकते हैं।

उत्तर 7.6

उत्तर 1— टिकटैक टेलीविजन साक्षात्कार की एक शैली है जिसमें जिस व्यक्ति का साक्षात्कार लिया जाता है वह और प्रश्न पूछने वाला दोनों ही फ्रेम में होते हैं और संक्षिप्त बातचीत के जरिए किसी विषय पर पूरी जानकारी लेने का प्रयास किया जाता है।

उत्तर 2— साक्षात्कार देने वाले का सम्मान इसलिए जरूरी है कि इससे साक्षात्कार देने वाले और साक्षात्कार लेने वाले के बीच एक तरह का विश्वास बढ़ता है और प्रश्नों के सहज उत्तर मिलने की सम्भावना बढ़ जाती है।

उत्तर 3— साक्षात्कार की तकनीक का सबसे अहम पहलू यह है कि साक्षात्कारकर्ता को बेहद सहज होना चाहिए। उसमें प्रश्न पूछने वाले का व्यक्तित्व हावी न हो। उसे इस बात का खास ध्यान रखना चाहिए कि उसकी अपनी विचारधारा या मान्यता अथवा स्थापना साक्षात्कार देने वाले पर थोपी न जाए। उसे जवाब देने वाले को पूरा अवसर देना चाहिए। इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि साक्षात्कार प्रश्न-उत्तर के रूप में ही हो न कि बहस के रूप में। प्रश्न भी छोटे और स्पष्ट होने चाहिए ताकि उनके उत्तर भी स्पष्ट मिल सकें।

7.10 संदर्भ ग्रन्थसूची :

- | | | |
|--------------------------|---|---------------------------------|
| 1. दामले, नारायण वी | : | संवाद संकलन विज्ञान |
| 2. वैदिक, डॉ. वेद प्रताप | : | हिन्दी पत्रकारिता के विविध आयाम |
| 3. सिंह, डॉ विशाल | : | पत्रकारिता की विभिन्न विधाएं |
| 4. हर्षदेव | : | उत्तर आधुनिक मीडिया तकनीकी |
| 5. श्रीवास्तव, पन्नालाल | : | पत्रकार कला |
| 6. Padhye, Prabhakar | : | Principales of Journalism |
-

7.11 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री :

1. आधुनिक पत्रकारिता, डॉ0 अर्जुन तिवारी, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी।
 2. समाचार, फीचर-लेखन एवं सम्पादन कला, डॉ0 हरिमोहन, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली।
 3. पत्रकारिता के मूलतत्व, प्रो0 आशाराम डंगवाल, प्रकाश बुक डिपो, बरेली।
 4. पत्रकार कला, पन्नालाल श्रीवास्तव।
 5. इंटरनेट।
-

7.12 निबन्धात्मक प्रश्न :

- प्रश्न 1- साक्षात्कार किसे कहते हैं? एक पत्रकार को साक्षात्कार के लिए क्या-क्या तैयारियां करनी चाहिए?
- प्रश्न 2- इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का साक्षात्कार प्रिन्ट मीडिया के साक्षात्कार से किस तरह भिन्न है? समझाइए।
- प्रश्न 3- साक्षात्कार का मुख्य फोकस क्या होना चाहिए ? प्रकाश डालिए।
- प्रश्न 4- साक्षात्कार की दुनिया का विस्तार किन रूपों में हो रहा है ? उदाहरण सहित लिखिए।
- प्रश्न 5- सर्वेक्षण साक्षात्कार से क्या समझते हैं? विस्तार में लिखिए।
- प्रश्न 6- अपने राज्य के किसी एक सम्मानित राजनीतिक व्यक्ति या विधायक का "उत्तराखण्ड के विकास में सरकार की भूमिका" विषय पर एक साक्षात्कार लेकर उसकी एक रिपोर्ट तैयार कीजिए?