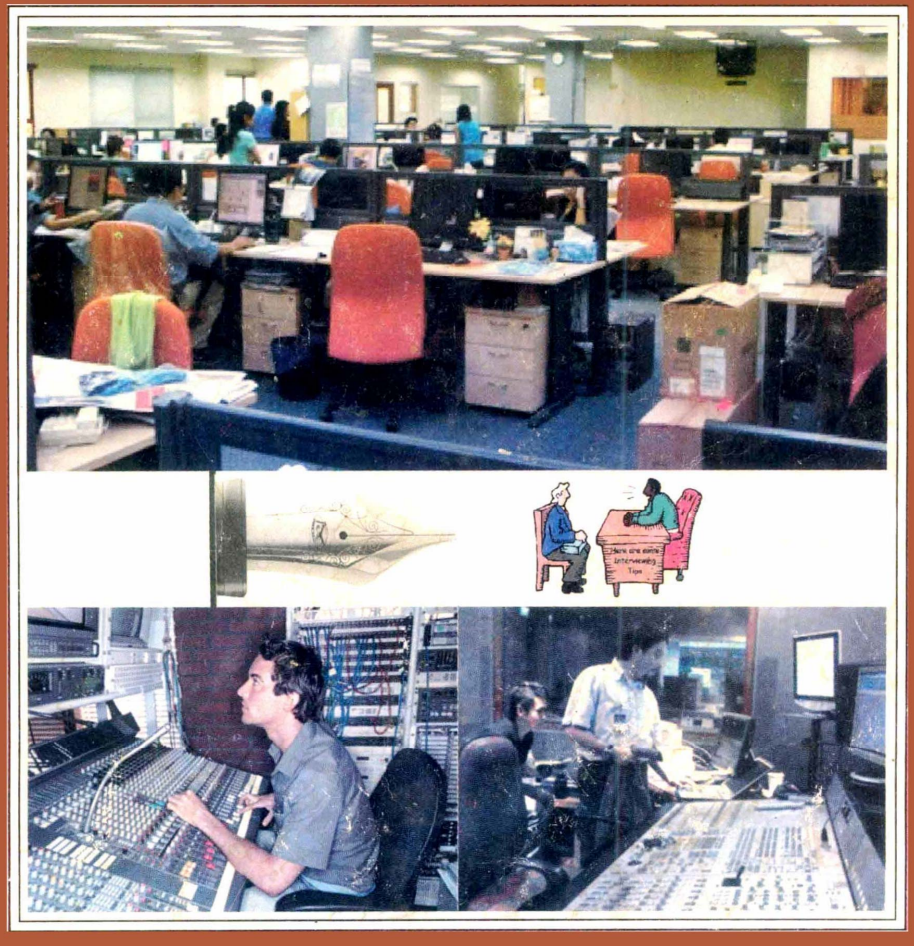
JM / BJ-04

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा



मीडिया लेखन

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा

मीडिया लेखन

पाठ्यक्रम अभिकल्प समिति

अध्यक्ष

प्रो. (डॉ.) नरेश दाधीच
कुलपति
वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा (राजस्थान)

संयोजक एवं सदस्य

संयोजक

डॉ. एच.बी. नन्दवाना
पुस्तकालय एवं सूचना विज्ञान विभाग
वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा

सदस्य

1. **डॉ. संजीव भानावत**
   अध्यक्ष, जनसंचार केन्द्र
   राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर
2. **श्री राजेन्द्र बोडा**
   स्थानीय संपादक, दैनिक भास्कर
   जयपुर
3. **प्रो. देवेश किशोर**
   निदेशक (से.नि.)
   इलेक्ट्रॉनिक मीडिया प्रोडक्शन सेंटर
   इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय नई दिल्ली
4. **डॉ. रमेश चन्द्र त्रिपाठी**
   विभागाध्यक्ष
   पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
   लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ
5. **श्री राजन महान**
   राजस्थान ब्यूरो चीफ
   एन.डी.टी.वी. जयपुर
6. **प्रो. रमेश जैन**
   विभागाध्यक्ष (से.नि.)
   पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
   वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा
7. **डॉ. अनिल कुमार उपाध्याय**
   विभागाध्यक्ष
   पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
   महात्मा गांधी काशी विद्यापीठ, वाराणसी
8. **श्री नन्द भारद्वाज**
   निदेशक
   दूरदर्शन, जयपुर

संपादन एवं पाठ लेखन

संपादक

प्रो. सुभाष धूलिया
विभागाध्यक्ष, एजुकेशन रिसर्च एण्ड ट्रेनिंग
इलेक्ट्रॉनिक मीडिया प्रोडक्शन सेंटर
इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, नई दिल्ली

पाठ लेखक

- **प्रो. रमेश जैन** (1,7,8)
  विभागाध्यक्ष (से.नि.), पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
  वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा
- **डॉ. राजेश व्यास** (2)
  सूचना एवं जनसम्पर्क अधिकारी
  राजस्थान सरकार, जयपुर
- **डॉ. विष्णु पंकज** (3)
  प्रधान संपादक
  अग्रणी संदेश, जयपुर
- **डॉ. रमेश अग्रवाल** (4,5)
  संयुक्त संपादक
  दैनिक भास्कर, जयपुर
- **श्याम माथुर** (6)
  समाचार संपादक
  राजस्थान पत्रिका जयपुर
- **सुभाष सेतिया** (9,10,11)
  अपर महानिदेशक (समाचार) (से.नि.), समाचार सेवा प्रभाग
  आकाशवाणी, नई दिल्ली
- **डॉ. सी.के. वरठे** (12)
  सहायक केंद्र निदेशक
  दूरदर्शन, जयपुर
- **प्रो. हेमन्त जोशी** (13)
  हिन्दी विभाग
  जामिया मिलिया इसलामिया विश्वविद्यालय , नई दिल्ली

अकादमिक एवं प्रशासनिक व्यवस्था

प्रो. नरेश दाधीच	**प्रो. एम..के. घड़ोलिया**	**योगेन्द्र गोयल**
कुलपति	**निदेशक**	**प्रभारी**
वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय,कोटा	**संकाय विभाग,**	**पाठ्य सामग्री उत्पादन एवं वितरण विभाग**

पाठ्यक्रम उत्पादन

योगेन्द्र गोयल
सहायक उत्पादन अधिकारी, **वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा**

पुनः उत्पादन - अप्रैल 2011 ISBN No : 13/978-81-8496-275-8

इस सामग्री के किसी भी अंश को व. म. खु. वि., कोटा की लिखित अनुमति के बिना किसी भी रूप मे 'मिमियोग्राफी' (चक्रमुद्रण) द्वारा या अन्यत्र पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।व. म. खु. वि., कोटा के लिये कुलसचिव व. म. खु. वि., कोटा (राज.) द्वारा मुद्रित एवं प्रकाशित।

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा (राजस्थान)

मीडिया लेखन

इकाई सं	इकाई का नाम	पृष्ठ संख्या
इकाई - 1	समाचार : अवधारणा एवं लेखन तकनीक	8
इकाई - 2	संवाददाता, समाचार स्रोत एवं संकलन	33
इकाई - 3	साक्षात्कार	53
इकाई - 4	समाचारों का वर्गीकरण - (भाग - 1)	73
इकाई - 5	समाचारों का वर्गीकरण - (भाग - 2)	86
इकाई - 6	स्तम्भ लेखन	98
इकाई - 7	फीचर लेखन	114
इकाई - 8	समीक्षा लेखन	136
इकाई - 9	रेडियो समाचार लेखन	152
इकाई - 10	रेडियो लेखन के सिद्धान्त	167
इकाई - 11	टेलीविजन समाचार लेखन	184
इकाई - 12	टेलीविजन के लिए पटकथा लेखन	201
इकाई - 13	साइबर मीडिया के लिए लेखन	218

पाठ्यक्रम परिचय

बी. जे. (एम. सी.) कार्यक्रम का चौथा पाश्यक्रम '**मीडिया लेखन**' है । इस पाठ्यक्रम में 13 इकाइयों को शामिल किया गया है, इनका परिचय निम्नानुसार है :

इकाई-1 **समाचार अवधारणा एवं लेखन तकनीक** - इस इकाई में समाचार की अवधारणा, परिभाषा, तत्व, प्रकार एवं महत्व से अवगत करवाया गया है साथ ही समाचारों के स्रोत एवं वर्गीकरण, समाचार लेखन तकनीक, समाचार लेखन के महत्वपूर्ण तत्व एवं समाचार लेखन के पाँच सकार पर भी प्रकाश डाला गया है ।

इकाई - 2 **संवाददाता, समाचार स्रोत एवं संकलन** - इस इकाई में संवाददाता से आशय, संवाददाताओं की श्रेणियाँ एवं कार्य विभाजन, समाचार के स्रोत एवं समाचार संकलन की विस्तार से चर्चा की गई है साथ ही समाचार लेखन एवं प्रस्तुतीकरण एवं समाचारों का अनुवर्तन की भी जानकारी दी गई है ।

इकाई - 3 **साक्षात्कार** - इस इकाई में साक्षात्कार का अर्थ एवं स्वरूप, साक्षात्कार और अन्य विधाएं, उपयोगिता एवं महत्व की विस्तार से जानकारी दी गई है साथ ही इलेक्ट्रानिक एवं प्रिंट मीडिया में साक्षात्कार कैसे लेते हैं? इस संदर्भ में भी प्रकाश डाला गया है । साक्षात्कार प्रक्रिया को विस्तार से रेखांकित किया गया है ।

इकाई - 4 **समाचारों का वर्गीकरण**- (भाग 1) - इस इकाई में समाचार का स्वरूप, तत्व, प्रकार एवं वर्गीकरण पर प्रकाश डाला गया है । विषय वस्तु के आधार पर, प्रकृति के आधार पर, व्याख्या के आधार पर एवं रिपोर्टिंग विधिक के आधार पर समाचारों के वर्गीकरण पर विस्तार से चर्चा की गई है ।

इकाई - 5 **समाचारों का वर्गीकरण- (भाग 2)** - इस इकाई में घटना के महत्व के आधार पर, क्षेत्र के आधार पर एवं विषय अथवा बीट के आधार पर समाचारों के वर्गीकरण की विस्तृत जानकारी दी गई है ।

इकाई - 6 **स्तंभ लेखन** - इस इकाई में स्तंभ लेखन का महत्व, स्तंभ एवं समाचार, स्तंभ लेखन के विषय, स्तंभ लेखन की प्रकृति के साथ इंटरनेट पर स्तंभ लेखन, प्रभावी स्तंभ लेखन को भी चर्चा कों गई है ।

इकाई - 7 **फीचर लेखन** - इस इकाई में फीचर लेखन क्या है? फीचर की विशेषताएं एवं मूल स्वरूप की जानकारी दी गई है । फीचर लेखक की योग्यताएं, फीचर लेखन की तैयारी, शीर्षक, भूमिका एवं चित्रांकन एवं विभिन्न विधाओं से तुलना की भी जानकारी दी गयी है ।

इकाई - 8 **समीक्षा लेखन** - इस इकाई में समीक्षा के अर्थ एवं स्वरूप, समीक्षा कैसे करे? समीक्षा लेखन के प्रकार और मीडिया में समीक्षा लेखन की विस्तृत जानकारी दी गई है ।

इकाई - 9 **रेडियो समाचार लेखन** - इस इकाई में समाचार की परिभाषा, रेडियो समाचार यात्रा, आकाशवाणी का समाचार तंत्र एवं समाचारों के स्रोत से अवगत करवाया गया है साथ ही रेडियो समाचारों का लेखन व संपादन, रेडियो समाचारों की भाषा पर भी प्रकाश डाला गया है ।

इकाई - 10 **रेडियो लेखन के सिद्धांत** - इस इकाई में रेडियो लेखन के सिद्धांत, रेडियो लेखन की सीमाएं और संभावनाएं एवं रेडियो लेखन के विभिन्न आयामों की चर्चा की गई है साथ ही संगीत

के लिए लेखन एवं उद्घोषणाओं पर भी प्रकाश डाला गया है ।

इकाई - 11 टेलीविजन समाचार लेखन - इस इकाई में भारत में टेलीविजन समाचार का इतिहास, महत्व एवं लेखन पर विस्तृत जानकारी दी गई है । टेलीविजन समाचार बुलेटिन एवं टेलीविजन समाचार के दृश्यात्मक तत्वों से भी अवगत करवाया गया है ।

इकाई - 12 टेलीविजन के लिए पटकथा लेखन - इस इकाई में पटकथा का अर्थ, इतिहास, परिभाषा, आलेखों के प्रकार, पटकथा लिखने का प्रारप आदि की चर्चा की गई है साथ ही नमूने की पटकथायें एवं निर्देशक के आलेख की भी जानकारी दी गई है ।

इकाई - 13 साइबर मीडिया के लिये लेखन - इस इकाई में साइबर मीडिया के लिए लेखन, साइबर लेखन की विशेषताएं, साइबर लेखन के प्रकार, भारत में साइबर लेखन की स्थिति एवं भारत में साइबर लेखन के महत्व एवं संभावनाओं पर विस्तृत जानकारी दी गई है ।

इकाई-1

समाचार : अवधारणा एवं लेखन तकनीक

इकाई की रूपरेखा

1.0 उद्देश्य

1.1 प्रस्तावना

1.2 समाचार का स्वरूप

1.2.1 समाचार की अवधारणा एवं परिभाषा

1.2.2 समाचार के तत्व

1.2.3 समाचार के प्रकार

1.3 समाचार का महत्व

1.3.1 समाचार का घटना-स्थल और दूरी

1.3.2 व्यक्ति का महत्व

1.3.3 मानवीय रुचि

1.4 समाचारों के स्रोत एवं वर्गीकरण

1.4.1 प्रत्याशित समाचार

1.4.2 अप्रत्याशित समाचार

1.4.3 पूर्वानुमानित समाचार

1.5 समाचार लेखन तकनीक

1.5.1 समाचार का गठन - छः ककार

1.5.2 विलोम पिरामिड शैली

1.5.3 ऊर्ध्व पिरामिड शैली

1.5.4 समाचार लेखन की नई शैली

1.5.5 शीर्षक

1.5.6 विस्तार

1.5.7 समापन

1.6 समाचार लेखन के महत्वपूर्ण तत्व

1.7 समाचार लेखन के पाँच सकार

1.8 सारांश

1.9 शब्दावली

1.10 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1.11 अभ्यासार्थ प्रश्न

1.0 उद्देश्य

इस पाठ का उद्देश्य समाचार की अवधारणा एवं लेखन तकनीक के बारे में जानकारी देना है । समाचार क्या है? एक समाचारपत्र के लिए समाचार कैसे एकत्रित किए जाते हैं? समाचार

का महत्व, समाचार लेखन की तकनीक, महत्वपूर्ण तत्व और पाँच सकार के बारे में विस्तार से इस इकाई में बताया गया है । इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप जान पाएंगे कि-

- समाचार क्या है - यह स्पष्ट रूप से समझ सकेंगे ।
- समाचार शब्द को कैसे परिभाषित किया जा सकता है, यह जान सकेंगे ।
- जिन-जिन स्रोतों से समाचार प्राप्त किए जा सकते हैं, उनसे अवगत हो सकेंगे ।
- समाचार के महत्व, समाचार की संरचना, समाचार लेखन की तकनीक, समाचार लेखन के महत्वपूर्ण तत्व और पाँच सकार से परिचित हो जाएंगे ।
- आप समाचार लेखन में विशिष्टता प्राप्त कर सकेंगे ।

1.1 प्रस्तावना

'समाचार की अवधारणा एवं लेखन तकनीक' का मीडिया में महत्वपूर्ण स्थान है, चाहे संवाददाता हो या उपसंपादक उसे समाचार को अवधारणा और उसकी तकनीक से अच्छी तरह परिचित होना आवश्यक है । भारत में हाल ही के वर्षों में एक तरह की मीडिया क्रांति आई है और समाचार माध्यमों का भी व्यापक विस्तार हुआ है । हमारे देश के विशाल और विकासशील समाज में आज मीडिया के प्रत्येक क्षेत्र का विस्तार हो रहा है । पत्र-पत्रिकाओं के पाठकों की संख्या लगातार बढ़ रही है, रेडियो और टीवी चैनलों की संख्या भी निरंतर बढ़ती जा रही है । लेकिन आज भी मीडिया में और खास तौर से समाचार मीडिया में अनेक गंभीर मुद्दों को सतही और ना समझी के साथ प्रस्तुत किया जाता है । अनेक अवसरों पर समाचारों को अनावश्यक रुप से 'रोचक' और 'मनोरंजक' बनाने की कोशिश की जाती है ।

प्रो. सुभाष धूलिया एवं डी. आनंद प्रधान के शब्दों में कहा जा सकता है कि "दरअसल, समाचार और मनोरंजन के नींव की विभाजन रेखा के खत्म होने के कारण पेज वन और पेज थ्री (पेज वन महत्वपूर्ण समाचार और पेज थ्री मनोरंजन की पत्रकारिता) एक-दूसरे से गड्डमड्ड होते जा रहे हैं । इसके कारण समाचार माध्यमों की प्राथमिकताएँ भी बदलती जा रही हैं। यही नहीं, इसके साथ ही समाचार की परिभाषा भी बदल दी गई है । अब समाचारों के केन्द्र में आम आदमी और उसके सुख-दुख, सरोकार, चिंताएँ और उम्मीदें उतनी नहीं है, बल्कि कभी-कभी तो सेलीब्रेटीज भी समाचार के पर्याय प्रतीत होते हैं । समाचारीय घटनाओं की परिभाषा में ही बदलाव आ रहा है । इस पक्ष की तरफ भी ध्यान दिए जाने की जरुरत है कि किन विषयों पर लोगों को जरुरत से अधिक जानकारियाँ दी जाती हैं और किन विषयों के बारे में उन्हें अंधेरे में रखा जाता है ।" समाचार अवधारणा और लेखन प्रकिया को प्रस्तुत इकाई में विस्तार से विवेचित किया गया है ।

1.2 समाचार का स्वरूप

'समाचार' की कोई व्यापक रूप से स्वीकार्य परिभाषा आज तक नहीं उभर पाई है । समाचारपत्रों में जानकारी, बातों और अफवाहों की भरमार होती है । लेकिन हर जानकारी, हर बात और हर अफवाह समाचार नहीं होती । तब प्रश्न उठता है कि समाचार क्या है? उसकी परिभाषा क्या है? उसकी संरचना कैसे हुई? उसके मुख्य तत्त्व क्या हैं? इन प्रश्नों का उत्तर अनेक

विद्वानों ने दिया है । अंग्रेजी में समाचारों को 'न्यूज़' (NEWS) कहते हैं । इस शब्द के चार अक्षर होते हैं- एन. ई. डब्लू. एस. । इन अक्षरों से चारों दिशाओं - उत्तर (नोर्थ), पूर्व (ईस्ट), पश्चिम (वेस्ट) और दक्षिण (साउथ) का बोध होता है । अत: यह कहा जा सकता है कि जो चारों दिशाओं का बोध कराए, वह समाचार है । सम्भवत: इसी दृष्टि से हेडन के कोश में समाचार की परिभाषा सब दिशाओं की घटना दी गई है । उत्तर, पूर्व, पश्चिम और दक्षिण की घटनाओं को समाचार समझना चाहिए ।

अंग्रेजी का 'न्यू लेटिन' के 'नौवा' संस्कृत के 'नव' शब्द पर आधारित है । इन तीनों शब्दों का एक ही अर्थ है 'नवीन' । वास्तव में समाचार तो वह है, जो नवीन है । महाकवि जयशंकर प्रसाद ने ठीक ही कहा है - "प्रकृति के यौवन का शृंगार करेंगे, कभी न बासी फूल ।" जैसे कोई बासी फूलों को पसन्द नहीं करता उसी प्रकार कोई भी पाठक बासी समाचारों को पढ़ना रुचिकर नहीं समझता । सत्य तो यह है कि समाचार का शिवत्व उसकी नवीनता में है । कहा जा सकता है कि जो नित्य नूतन हो, वही समाचार है । इस तरह हम कह सकते हैं कि पहला तो नई सूचना समाचार भी आवश्यक शर्त है और दूसरा किसी विषय को एक नई दृष्टि में दिखना भी समाचार की श्रेणी में आता है ।

'समाचार वह है, जिसे प्रस्तुत करने में किसी बुद्धिमान (समाचारपत्र के) व्यक्ति को सबसे अधिक सन्तोष हो और जो ऐसा प्रस्तुत करते समय कर्ता को अधिक लाभ तो न होता हो, परन्तु जिसके संपादन से ही उसकी व्यावसायिक कुशलता का पूरा-पूरा पता चलता हो । संपादक की इस क्षमता की सबसे बड़ी कसौटी अस्पष्टताओं और दुरूहताओं की ओट में छिपे महत्वपूर्ण तथ्यों को इस ढंग से प्रस्तुत करना है कि उन तथ्यों को इस दुनिया के वे लोग समझ जाएँ, जिनमें अज्ञानता, लापरवाही और मूर्खता ही भरी है तथा विचारों के संघर्ष के प्रति रुचि का अभाव है । '

1.2.1 समाचार की अवधारणा एवं परिभाषा

समाचार की कुछ महत्त्वपूर्ण और रोचक परिभाषाएँ इस प्रकार हैं -

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

“कोई भी ऐसी घटना जिसमें, 'मनुष्यों' की दिलचस्पी हो, समाचार है ।"

"पाठक जिससे जानना चाहते हैं, वह समाचार है ।"

“समाचार सामान्यत: वह उत्तेजक सूचना है, जिसमें कोई व्यक्ति संतोष अथवा उत्तेजना प्राप्त करता है ।" - प्रो. चिल्टन बुश

अनेक व्यक्तियों की अभिरुचि जिस सामयिक बात में होती है, वह समाचार है । सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है, जिसमें बहुसंख्यक लोगों की अधिकतम रुचि हो ।

- प्रो. विलियम जी. ब्लेयर

"श्रेष्ठ समाचार की परिभाषा यद्यपि यही है, तथापि साधारण व्यवहार में समाचार वे हैं, जो अखबार में छपते हैं और अखबार वे हैं, जिन्हें समाचारपत्र में काम करने वाले तैयार करते हैं । यह कथन यद्यपि वेदनामूलक है तथापि कटु व्यंग्य होते हुए भी सत्य है ।'

- जोराल्ड डब्लू जॉनसन

"जिसे अच्छा संपादक प्रकाशित करना चाहे, वही समाचार है ।"

"समाचार घटना का विवरण है । घटना स्वयं में समाचार नहीं ।"

"घटनाओं, तथ्यों और विचारों की सामयिक रिपोर्ट समाचार है, जिसमें पर्याप्त लोगों की रुचि हो ।" - विलियम एल. रिवर्स

"वह सत्य घटना या विचार, जिसमें बहुसंख्यक पाठकों की अभिरुचि हो ।'

- एम.लाइल स्पेंसर

"उन महत्त्वपूर्ण घटनाओं की जिनमें जनता की दिलचस्पी हो, पहली रिपोर्ट को समाचार कह सकते हैं ।" - इरी सी. हापवुड

"किसी समय होने वाली उन महत्त्वपूर्ण घटनाओं के सही और पक्षपातरहित विवरण को, जिनमें उस समाचारपत्र के पाठकों की अभिरुचि हो, हम समाचार कह सकते हैं ।"

- विलियम एस. माल्सबाई

"समाचार अति गतिशील साहित्य है । समाचार समय के चरखे पर इतिहास के बहुरंगे बेल-बूटेदार कपड़े को बुनने वाले तकुए हैं ।"

- हार्पर लीच और जॉन सी. कैरोली

"समाचारपत्र का मौलिक कच्चा माल न कागज है, न स्याही । वह है समाचार । फिर चाहे प्रकाशित सामग्री ठोस संवाद के रूप में हो या लेख के रूप में, सबके मूल में वह तत्व रहता है, जिसे हम समाचार कहते हैं ।"

- डी. नन्दकिशोर त्रिखा

अब विश्व तेजी से बदल रहा है । मीडिया में नई परम्पराएँ स्थापित हो रही हैं । समाचार के बारे में भी मान्यताएँ बदल गई हैं ।

एक विद्वान् ने समाचार की बड़ी गम्भीर परिभाषा की है - 'जिसे कहीं कोई दबाना चाह रहा हो समाचार है, शेष सब विज्ञापन ।'

प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने समाचार की व्याख्या करते हुए लिखा है- "'सूखे तथ्यों को समाचार नहीं माना जाता । वे तथ्य ही समाचार हैं जो पाठक के जीवन, सुख-दुःख, भावना और विचारों पर प्रभाव डालते, उसे रुचिकर प्रतीत होते और आनन्द देते हैं ।"

के.पी. नारायण ने समाचार के सृजन में सत्य को महत्त्वपूर्ण तत्व माना है । उनकी मान्यता है जिन तत्वों से समाचार बनता है, उनमें सबसे महत्त्वपूर्ण तत्व है - सत्य का तत्व । सामयिकता मूल्यवान होती है, किन्तु सत्य उससे भी अधिक मूल्यवान होता है ।

ब्रिटेन के प्रसिद्ध समाचारपत्र 'मानचेस्टर गार्डियन' ने एक बार 'समाचार की परिभाषा क्या है' इस पर एक प्रतियोगिता कराई थी, जिसमें सर्वोत्तम परिभाषा जो पुरस्कृत की गई, वह इस प्रकार थी - "समाचार किसी अनोखी या असाधारण
घटना की अविलम्ब सूचना को कहते हैं, जिसके बारे में लोग प्राय: पहले कुछ न जानते हों, लेकिन जिसे तुरन्त ही जानने की ज्यादा से ज्यादा लोगों में रुचि हो ।"
एक बार किसी पत्रकार ने समाचार की व्याख्या करते हुए कहा कि 'बुराई में समाचार है ।' आप ईमानदारी से काम करते हैं, इसमें समाचारत्व कुछ नहीं है, पर यदि चोरी करते हुए पकड़े जाएँ तो वह समाचार हो जाएगा । पत्रकार के कहने का अर्थ यह था कि बुराई में कुछ न कुछ असाधारणता, कुछ नवीनता, कुछ सनसनी और लोगों के लिए कुछ कुतूहल रहता है, अत: उसका समाचार की दृष्टि से मूल्य है । उपर्युक्त परिभाषाओं के अतिरिक्त अनेक विद्वानों ने समाचार को परिभाषित किया है, जिसमें से कुछ उल्लेखनीय हैं-
"जिस किसी बात को संपादक कहते हैं वह समाचार होता है ।"
"विचार रहित तथ्य भी समाचार है ।"
"समाचार का अर्थ आगे बढ़ना, चलना, अच्छा आचरण या व्यवहार है । मध्य और परवर्ती काल में किसी कार्य या व्यापार की सूचना को समाचार मानते थे । ऐसी ताजी या हाल की घटना की सूचना, जिनके सम्बन्ध में पहले लोगों की जानकारी न हो ।"

- मानक हिन्दी कोश (रामचन्द्र वर्मा)

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

- रा. र. खाडिलकर

"घटना समाचार नहीं है, बल्कि वह घटना का विवरण है, जिसे उसके लिए लिखा जाता है, जिन्होंने उसे देखा नहीं है ।" - मैन्सफील्ड

"जो प्रसारित अथवा समाचारपत्र में मुद्रित होता है वह समाचार होता है ।"
संवाद, खबर, वृतान्त, विवरण और सूचना समाचार के पर्याय हैं । अमरकोश में वार्ता, वृत्ति, प्रवृत्ति तथा 'उदन्त' चार शब्द समाचार के लिए प्रयुक्त हुए हैं । इन सभी शब्दों से किसी घटना की पूरी जानकारी देने का भाव स्पष्ट होता है ।
"समाचार किसी घटना, परिस्थिति, स्थिति या रूप की सही और सामयिक सूचना है- ऐसी सूचना, जिसमें उन लोगों को, जिनके लिए वह अभिप्रेत हो, दिलचस्पी होगी ।"

- डाउलिंग लेदरवुड

"समाचार 'सामान्य से परे' कोई भी बात है और समाचार ही एक ऐसी बात है, जो समाचारपत्रों की विशाल संख्या को बेचने में सहायता कर सकती है ।"

- नार्थक्लिफ

"समाचार किसी भी घटना का ऐसा विवरण है, जिसे एक समाचारपत्र केवल इसलिए मुद्रित करता है ताकि वह लाभ कमा सके ।" - कर्टिस डी. मेक्डेगेल

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

News is anything you did not know yesterday. - Turner Calledge

'Anything timely that interests a number of persons and the best news is that which has greatest interest for the greatest numbers.'

- Willard Bleyer

News is history in a hurry. - George H. Morris

It is the honest and unbiased and complete account of events of interest and concern to the public. - Duane Bradley

News is anything out of the ordinary.

'News is something revealed.'

'News is something which somebody wants suppressed.'

'News is any event, idea or opinion that is timely, that interests or affects a large number of people in a community and that is capable of being understood by them.'

'News is a compilation of facts and events of current interest or importance to the readers of the Newspaper printing it.'

'Sex money, crime - that is news.'

'News is anything and everything interesting about life and materials all their manifestation.'

'What is new in News?'

इन सभी परिभाषाओं से यही निष्कर्ष निकलता है कि सत्य, सामयिक और बहु संख्यक व्यक्तियों की जिसमें रुचि हो, वही सूचना 'समाचार' है ।

1.2.2 समाचार के तत्व

जो घटना या वस्तु एकाएक हमारा ध्यान आकर्षित कर लेती है उसमें समाचार का बुनियादी तत्व मौजूद होता है, ऐसी मान्यता है । इनके अतिरिक्त निम्न तत्वों का किसी भी समाचार को महत्व देने में विशेष योगदान रहता है - 1. तात्कालिकता, 2. निकटता, 3. आकार एवं संख्या, 4. महत्त्व, और 5. विचित्रता ।

समाचार की आधुनिक और जितनी भी परिभाषाएँ हैं, इन सबका सार यही है कि समाचार को समाचारत्व प्रदान करने वाले निम्नलिखित पाँच तत्व हैं - 1. जानकारी, 2. नवीनता, 3. बहु संख्यकों की अधिकतम रुचि, 4. उत्तेजक सूचना और 5. परिवर्तन की सूचना ।

प्रेमनाथ चतुर्वेदी के शब्दों में 'केवल शुष्क तथ्य कभी समाचार नहीं कहलाते । परन्तु जो तथ्य मानव के जीवन, भावना और विचारों में प्रभाव डालते हैं, उसे रुचिकर लगते हैं, आनन्द देते

हैं और आन्दोलित करते हैं, वे ही समाचार बनते हैं । भावोद्रेक करने वाले या अपने हित और अहित से सम्बद्ध समाचारों में मनुष्य की विशेष रुचि होती है । इसलिए ऐसे समाचार में आकर्षण के मूल गुण निम्न माने हैं- 1. नवीनता, 2. सामयिकता, 3. सामीप्य, 4. स्वहित, 5. धन, 6. काम-वासना, 7. संघर्ष और रोमानी, 8. असाधारणता, 9. वीर पूजा, 10. यश, 11. रहस्य, 12. मानवीय गुणों का उद्रेक, 13. साहस और वीरता, 14. आविष्कार और खोज, 15. कुकृत्य, 16. प्रगति की कहानी, 17. नाटकीयता, 18. विशिष्टता (व्यक्ति, स्थान और पद), 19. परिणाम (व्यापक और सघन), 20. संस्कृति, 21. विश्वास, 22. स्वास्थ्य, 23. सुरक्षा, 24. बंधुत्व (अन्तर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय, प्रादेशिक, नगरीय और जातीय) तथा 25. सामाजिक और आर्थिक परिवर्तन ।

डा. नन्दकिशोर त्रिखा ने वे बातें, जो अधिकांश पाठकों को दिलचस्प लगती हैं, वे इस प्रकार मानी हैं- 1. नवीनता, 2. असामान्यता, 3. अनापेक्षित भाव, 4. आत्मीयता, 5. आकांक्षा, 6. व्यक्तिगत प्रभाव, 7. निकटता, 8. करुणा और भय, 9. धन, 10. मानवीय पक्ष, 11 सहानुभूति और 12. रहस्य ।

प्रो. सुभाष धूलिया ने समाचारीय महत्व में जिन तत्वों का उल्लेख किया है वे हैं - 1 निकटता, 2. आकार, 3. प्रभाव, 4. उपभोक्ता वर्ग, 5. संदर्भ, 6. नीतिगत ढांचा, 7. महत्वपूर्ण जानकारियाँ और 8. असाधारणता ।

1.2.3 समाचार के प्रकार

वैसे तो समाचारों के प्रकारों की निश्चित रूप से पहचान करना मुश्किल है फिर भी समाचार मुख्य रूप से दो प्रकार के होते हैं -

1. सीधा समाचार (Straight News)
2. व्याख्यात्मक समाचार (Interpretative News)

सीधा समाचार उन समाचारों को कहा जाता है, जिसमें समाचार का सरल, स्पष्ट और सही तथ्यात्मक विवरण हो । इनमें तथ्यों को ज्यों के त्यों प्रस्तुत किया जाता है, तथ्यों को तोड़ा-मरोड़ा नहीं जाता है । व्याख्यात्मक समाचारों में समाचारों की घटना की गहरी खोजबीन की जाती है, उसे सम्पूर्ण रूप से प्रकाश में लाया जाता है । इस समाचार में घटना की परिवेश, पूर्वापर सम्बन्ध तथा उसके विशेष परिणाम को लिखा जाता है, जिससे पाठक सरलता से समझ सके ।

घटना के महत्त्व की दृष्टि से

घटना के महत्त्व की दृष्टि से भी समाचार के दो रूप होते हैं । वे इस प्रकार हैं -

1. विशिष्ट समाचार
2. व्यापी समाचार

1. विशिष्ट समाचार - वे हैं, जिनके बारे में पहले से कुछ मालूम नहीं होता है । समाचार जब घटित हो जाते हैं तो उनका अपना विशेष महत्त्व और प्रभाव होता है । समाचार गरमागरम और अद्यतन होते हैं । विशिष्ट समाचार अपने गुणों के कारण पृष्ठ पर मुख्य

स्थान ग्रहण करते हैं । कभी-कभी तो वे इतने महत्त्व के होते हैं कि कम महत्त्व के समाचारों को बचाकर पृष्ठ का स्वरूप ही बदल देना पड़ता है । पूर्व-निर्धारित अति महत्त्व के समाचार गौण रूप ले लेते हैं ।

2. व्यापी समाचार - वह है, जो अपने महत्त्व और प्रभाव के कारण पृष्ठ पर ऐसा स्थान पाता है मानो सभी पर आच्छादित हो । उसका विस्तार भी बड़ा हो सकता है । यह भी संभव है कि व्यापी समाचार के खंडन के लिए अन्य समाचार भी उसके अनुगामी का स्थान ग्रहण करते हों । व्यापी समाचार को स्थान भी विशेष मिलता है और उसका शीर्षक भी अधिक आकर्षक होता है । इस प्रकार के समाचार अपने में पूर्ण होते हैं ।

क्षेत्र अथवा स्थान के आधार पर

स्थूल रूप से क्षेत्र अथवा स्थान के आधार पर समाचारों को चार भागों में विभक्त किया जा सकता है-

1. **स्थानीय समाचार** - वे समाचार, जो उस स्थान से विशेष रूप से संबद्ध हों, जहाँ से समाचारपत्र प्रकाशित होता है ।
2. **प्रांतीय समाचार** - जिस प्रांत से समाचारपत्र प्रकाशित होता है, उस स्थान के समाचार ।
3. **अंतर्देशीय समाचार** - देश के सभी प्रदेशों से संबद्ध समाचार ।
4. **अंतर्राष्ट्रीय समाचार**- विश्व के अनेक देशों से संबद्ध समाचार ।

उपर्युक्त समाचारों में प्रत्येक वर्ग के अन्तर्गत निम्न प्रकार के समाचारों को सम्मिलित किया जा सकता है -

1. भाषण, वक्तव्य और प्रेस विज्ञप्ति
2. असामाजिक तत्वों की गतिविधियाँ
3. अदालती गतिविधियाँ
4. आर्थिक अपराध
5. अशांति, उपद्रव और तोड़-फोड़
6. परिवहन तथा मार्ग दुर्घटनाएँ
7. प्राकृतिक दुर्घटनाएँ, जैसे - बाढ़, आँधी, हिमपात, भूकम्प, अवर्षण तथा अतिवर्षण आदि
8. असामयिक या आकस्मिक मृत्यु या आत्महत्या
9. राजनीतिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक संगठनों की गतिविधियाँ, कार्यक्रम, समारोह, प्रदर्शनी और जुलूस
10. युवा, छात्र, किसान-मजदूर आंदोलन
11. राजनीतिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक संगठनों की गतिविधियाँ, कार्यक्रम, समारोह, प्रदर्शनी और जुलूस
12. सरकारी विभागों और स्थानीय शासन निकायों की गतिविधियाँ
13. वैज्ञानिक संगठनों, शैक्षणिक, साहित्यिक, सांस्कृतिक व कला सम्बन्धी गतिविधियाँ
14. सरकारी अधिकारियों, कर्मचारियों तथा राजनीतिक नेताओं एवं कार्यकताओं की मनमानी और ज्यादतियों की शिकायतें

15. उद्योग, वाणिज्य एवं बाजार समाचार
16. खेल-कूद समाचार
17. मेलों एवं पर्वों के समाचार
18. व्यक्तिगत समाचार, जैसे - विदेश यात्रा, विवाह, जन्म, मृत्यु आदि
19. मनोरंजक एवं चमत्कारिक समाचार
20. मानवीय अभिरुचि के समाचार, जैसे - प्रेम, दया, ईर्ष्या, सहानुभूति, त्याग, भय, आतंक और घृणा आदि ।

अंतर्राष्ट्रीय महत्त्व के समाचार

कुछ समाचार राष्ट्रीय महत्त्व के होते हुए भी अन्तर्राष्ट्रीय महत्त्व के होते हैं जैसे-

1. चुनाव, चुनाव में किसी दल की विजय व पराजय, सरकार का गठन
2. प्रधानमंत्री, मुख्यमंत्री, राष्ट्रपति का चुनाव
3. मन्त्रिमण्डल का गठन एवं विभागों का वितरण
4. संसदीय गतिविधियाँ - बहस, प्रश्नोत्तर-काल, आरोप-प्रत्यारोप, हंगामा, काम रोको प्रस्ताव, ध्यानाकर्षण प्रस्ताव, उत्तेजना, मत-विभाजन व बहिर्गमन आदि
5. सरकार का पतन, मंत्रियों का त्यागपत्र, निष्कासन, गृह-युद्ध, सैनिक विद्रोह
6. लोकतन्त्र की स्थापना एवं राजतंत्र का पतन
7. राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक समझौते
8. अंतर्राष्ट्रीय संबंध
9. शीत-युद्ध
10. कूटनीतिक संबंध और वार्ता
11. युद्ध की घोषणा
12. सीमा संघर्ष, स्थल एवं जल सीमांत की गतिविधियाँ
13. विमान अपहरण
14. जासूसी कांड
15. अंतर्राष्ट्रीय या राष्ट्रीय ख्याति के व्यक्ति का अपहरण, हत्या या अकस्मात् अपदस्थ होना
16. देश और विदेश के प्रमुख जासूसी संगठन
17. कम्युनिस्ट और गैर-कम्युनिस्ट देशों की महत्त्वपूर्ण गतिविधियाँ
18. राष्ट्रसंघ
19. विश्व स्वास्थ्य संगठन
20. विश्व श्रम संगठन
21. विदेशी अतिथि
22. वैज्ञानिक उपलब्धियाँ एवं वैज्ञानिक परीक्षण
23. दो देशों के मध्य सैनिक समझौता व उसके अन्तर्गत अस्त्र-शस्त्र देना
24. शक्ति संतुलन

25. विदेशी मुद्रा बाजार ।

उपर्युक्त दोनों समाचार सूचियों को पूर्ण नहीं कहा जा सकता । इसका उद्देश्य केवल इतना ही है कि पत्रकारिता के क्षेत्र में आने वाले छात्रों, संवाददाताओं, समाचार लेखकों को अपने समाचारपत्र के लिये विविध समाचारों के आकलन और प्रकाशन में सहायता मिल सके ।

महत्त्व की दृष्टि से भी समाचारों के तीन भेद किये जा सकते हैं -

1. महत्त्वपूर्ण
2. कम महत्वपूर्ण
3. सामान्य

विषय क्षेत्र को आधार मानकर समाचार के अनेक वर्गीकरण किए जा सकते हैं, जैसे- राजनीतिक समाचार, वाणिज्य समाचार, आर्थिक समाचार, खेल समाचार, सांस्कृतिक समाचार, अपराध समाचार, डाक समाचार, मौसम समाचार, न्यायालय समाचार, हर्ष-शोक समाचार, फिल्म समाचार, विदेश समाचार, संसदीय समाचार, युद्ध समाचार, विज्ञान समाचार, विकासात्मक समाचार, ग्रामीण समाचार, कृषि समाचार, पर्यावरणीय समाचार आदि ।

समाचार प्राप्ति की दृष्टि से समाचार के तीन भेद किए जा सकते हैं -

1. प्रत्याशित समाचार
2. अप्रत्याशित समाचार
3. पूर्वानुमानित समाचार

समाचार नगर या गाँव में घूमने से तो मिलते ही है पर साथ ही काफी समाचार समाचारपत्रों के कार्यालयों में स्वयमेव आ जाते हैं । समाचार संपादक या मुख्य संवाददाता का कर्त्तव्य होता है कि वह दैनंदिनी में अंकित करें कि अमुक कार्य अमुक संवाददाता को करना है । नगरपालिकाओं, नगर-निगमों, विधानसभाओं, संसद भवनों तथा विभिन्न संस्थाओं की बैठकों की कार्यवाही के संवाद-लेखन के लिए संवाददाताओं को भेजा जाता है । किसी राजनैतिक दल का उत्सव हो या सरकारी सम्मेलन, प्रेस सम्मेलन हो या भेंट वार्ताएँ; सब प्रत्याशित समाचारों की श्रेणी में आते हैं । खेलकूद, नाटक, चलचित्र या अन्य सांस्कृतिक गतिविधियों के समाचार पूर्व निश्चित रहते हैं ।

अप्रत्याशित समाचारों में दुर्घटना, हत्या, आग, डकैती, चोरी, बलात्कार आदि अपराधों का प्रस्तुतीकरण आता है । इस प्रकार के समाचारों के लिए संवाददाता को पुलिस स्टेशन, रेलवे स्टेशन, बस स्टेण्ड, अग्निशामक दल, अस्पताल, टाउन हाल आदि से सम्पर्क रखना अनिवार्य होता है । वह प्रतिदिन इन कार्यालयों को 'नई खबर' के बारे में टेलीफोन करता रहता है ।

1.3 समाचार का महत्व

समाचारों का महत्त्व तय करने के लिए संवाददाता को कुछ बातें विशेष रूप से ध्यान में रखना चाहिए । उसे याद रखना चाहिए कि वह समाचार लिखने वाला बाबू नहीं है । साथ ही, समाचार का हू-ब-हू चित्रण कर देने वाला 'फोटोग्राफर' भी नहीं है । उसे मानवीय दृष्टिकोण से घटना की समालोचना करना है और उसका उचित महत्त्व तय करना है । इसमें पहला आधार-स्तम्म समय है । समाचार का मुख्य आधार शीघ्रता पर ही है । आज का समाचार कल के अखबार

में छप जाए तभी उसका महत्त्व है । तीसरे दिन छपे तो उसका महत्त्व थोड़ा कम हो जाएगा, पर रहेगा जरूर । लेकिन इसके बाद तो उसमें से समाचार-तत्व बिल्कुल निकल जाएगा । वैसे कोई घटना पुरानी हो गई हो और प्रकाशित नहीं हुई तब भी इस घटना में समाचारत्व है, यह कहा जा सकता है ।

समाचार तत्काल नष्ट होने वाली वस्तु है, यह सत्य संवाददाता के दिमाग में लिखा हुआ रहना चाहिए । दैनिक-समाचारपत्रों के कई संस्करण प्रकाशित होते हैं । नगर संस्करण में नगर के अन्तिम से अन्तिम समाचार समेट लेने की कोशिश की जाती है । इस-प्रकार समय समाचार का महत्वपूर्ण अंग है । नई प्रौद्योगिकी आने के बाद तक ही स्थान से समाचारपत्र के कई संस्करण के अलावा अनेक समाचारपत्र अनेक स्थानों से अलग- अलग संस्करण भी निकालने लगे हैं ।

1.3.1 समाचार का घटना-स्थल और दूरी

समाचार का महत्त्व निश्चित करते समय उसका घटना-स्थल और दूरी भी ध्यान में रखी जाती है । अमेरिका में घटी कोई घटना वाराणसी या अहमदाबाद के लोगों के लिए शायद निरर्थक भी हो सकती है । अस्पताल से बच्चे के अपहरण की घटना स्थानीय है । इस कारण स्थानीय लोगों के लिए अत्यन्त महत्वपूर्ण है । हमारे देश में कई राज्य हैं और इन राज्यों की सरकार से नीतियों संबंधी ढेर सारे समाचार मिलते रहते हैं । इसका अर्थ यह नहीं कि दूर-दराज की सभी घटनाएँ व्यर्थ मानी जाएँ । अमेरिकी राष्ट्रपति के चुनाव के समाचार को विश्व भर के समाचारपत्रों में स्थान मिलेगा । इसी प्रकार चीन के राष्ट्रपति के देहान्त का समाचार भी दुनिया-भर में प्रकाशित होगा । चीन और रूस जैसे फौलादी दीवारों वाले साम्यवादी देशों की छोटी घटनाओं को भी अखबारों में अत्यन्त महत्त्व मिलता है; क्योंकि ये घटनाएँ सूचक होती हैं ।

1.3.2 व्यक्ति का महत्व

समाचार की, घटना में कौन व्यक्ति सम्मिलित है, यह तथ्य भी अनेक बार महत्त्व स्थापित करने में सहायक होता है । घटना के घेरे में कौन व्यक्ति है, यह विशेष रूप से देख लेना चाहिए । शहर में छोटी-बड़ी दुर्घटनाएँ तो हर रोज होती ही रहती हैं, लेकिन शहर का महापौर (मेयर) किसी छोटी-सी दुर्घटना का शिकार हो जाए, तो यह समाचार अपने आप में महत्त्वपूर्ण हो जाता है । छोटी-बड़ी रेल दुर्घटनाएँ भी जब-तब होती रहती हैं । कोई छोटी रेल-दुर्घटना हो और उसमें दो-तीन व्यक्तियों की मृत्यु हो जाए, लेकिन उन मरने वालों में कोई प्रसिद्ध व्यक्ति हो, तो यह सामान्य रूप से एक कॉलम में छपने योग्य समाचार बड़े शीर्षक में प्रकाशित होगा । इसी प्रकार दुनिया में प्रतिदिन असंख्य शादियाँ और सगाइयाँ होती हैं; लेकिन एश्वर्या राय की अभिषेक बच्चन से शादी या दिलीप कुमार तथा सायरा बानो अथवा राजेश खन्ना और डिम्पल कापडिया या फिर जैकी कैनेडी का औनासिस से विवाह का समाचार महत्त्वपूर्ण समाचार कहा जाएगा । व्यक्ति जितना अधिक प्रसिद्ध होगा उतना ही

समाचार भी अधिक महत्त्वपूर्ण होगा । समाज के भिन्न-भिन्न क्षेत्रों में नेतृत्व कर रहे लोगों का जीवन व्यक्तिगत नहीं रहकर सार्वजनिक हो जाता है और लोग उनके जीवन की छोटी घटनाओं में ही बहुत दिलचस्पी रखते हैं ।

प्रत्येक क्षेत्र के महत्त्वपूर्ण व्यक्ति से सम्बद्ध घटना को महत्त्व दिया जाता है । यही बात नकारात्मक रूप से लागू होती है । किसी सामान्य व्यक्ति का छोटा-सा दुराचार समाचारपत्र में कोई विशेष स्थान प्राप्त नहीं करता, लेकिन किसी मंत्री या उच्च अधिकारी के जीवन का छोटा 'दुराचरण' भी बड़ा सनसनीखेज हो जाता है । अमेरिका का 'वाटरगेट कांड' इसका उदाहरण है । इसके अतिरिक्त 'बेस्ट बेकरी कांड', 'वर्ल्ड ट्रेड सेंटर पर हमला', 'गोधरा कांड', 'अक्षरधाम पर हमला', 'ताज कारीडोर परियोजना', स्टाम्प पेपर घोटाला', 'जेसिका लाल हत्या कांड', 'रियलिटी शो बिग ब्रदर और शिल्पा शेट्टी' आदि को सम्मिलित किया जा सकता है । इस प्रकार किसी भी घटना की समीक्षा करते समय उसमें कौन व्यक्ति सम्मिलित है, इस ओर संवाददाता को एक नजर अवश्य डाल लेनी चाहिए और इसी आधार पर इसका महत्त्व तय करना चाहिए ।

1.3.3 मानवीय रुचि

मानवीय रुचि भी समाचार का महत्त्व निश्चित करती है । समाचारों के बारे में एक मशहूर कहावत है कि कुत्ता आदमी को काट ले तो समाचार नहीं होगा, लेकिन आदमी कुत्ते को काट ले, यह समाचार हो जाएगा । इस कहावत का तात्पर्य यह है कि अस्वाभाविकता का तत्व भी किसी घटना को समाचार बना देता है । कोई सामान्य घटना समाचार नहीं होती । इसके बजाय उसमें कोई असामान्य होती है, तो वह घटना समाचार बन जाती है । उदाहरण के रूप में कोई स्त्री चार या पाँच बच्चों को एक साथ जन्म देती है, तो यह समाचार होगा । कुछ ही दिनों पहले एक ऐसी घटना प्रकाशित हुई थी कि एक मुर्गे के दो के बजाय चार टांगें देखी गई । यह असाधारण घटना कही जाएगी । ऐसे समाचार अखबारों में बॉक्स समाचार बनकर छपेंगे । दो सिर वाली बकरी पैदा होना, विचित्र अंगों वाले बालक का जन्म होना, यह सभी इसके उदाहरण हैं । समाचारपत्र, चमत्कारों के बारे में भी भाँति-भाँति की घटनाएँ छापते हैं । वास्तव में, इस प्रकार की सभी घटनाओं की जितनी भी संभव हो, जाँच-परख करने के बाद ही प्रकाशित करना चाहिए ।

1.4 समाचारों के स्रोत एवं वर्गीकरण

संवाददाताओं को समाचार विभिन्न स्रोतों से प्राप्त होते हैं । ये स्रोत अधिकारिक भी हो सकते हैं और गैर-अधिकारिक भी । कहा जा सकता है कि समाचार स्रोतों का उपभोग और दोहन करना भी एक कला है । अत: प्रत्येक संवाददाता को इस कला में पारंगत होना चाहिए । समाचार स्रोतों के गठन और उनके उपभोग से संबंधित बिन्दु इस प्रकार हैं-

1. संवाददाता के अपने व्यक्तिगत संपर्क सूत्र होने चाहिए । जितने अधिक लोगों से संवाददाता का संपर्क होगा उसे उतनी ही अधिक एवं अच्छी खबर मिलेगी । इसलिए प्रत्येक संवाददाता

को अपने-अपने विश्वसनीय संपर्क सूत्र बनाने होते हैं । सारांश में कहा जा सकता है कि लोग ही समाचार से स्रोत होते हैं ।

2. संवाददाता को सबसे पहले उस क्षेत्र के महत्वपूर्ण व्यक्तियों, संस्थाओं और उनके प्रभारी व्यक्तियों के बारे में जानकारी होनी चाहिए । इसके अतिरिक्त संवाददाता को राजनीतिक दलों के नेताओं, उनके कार्यालयों, पुलिस थानों, चिकित्सालयों, विधान मंडल, नगर निगम और उनके विभिन्न अनुभागों, शैक्षणिक, सामाजिक, धार्मिक, सांस्कृतिक संस्थाएँ, वकील संघों, नगर के सभी महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों, संस्थाओं, संगठनों आदि की भलीभाँति जानकारी होनी चाहिए और प्रत्येक जगह उसका सम्पर्क सूत्र होना चाहिए ।
3. प्रेस विज्ञप्ति की तरह संवाददाता सम्मेलन या प्रेस कांफ्रेंस भी समाचार का मुख्य स्रोत होता है । संवाददाता को संवाददाता सम्मेलन में नियमित रूप से जाना चाहिए और वहाँ से समाचार संकलित करने चाहिए ।
4. संवाददाता में समाचार सूंघने और परखने की शक्ति होनी चाहिए । संवाददाता के इन्हीं गुणों को अंग्रेजी में 'नोज फार द न्यूज' कहा गया है । उसमें जाँच-पड़ताल, खोज-बिन, पूछताछ आदि के लिए जासूस जैसे गुण, विभिन्न प्रकार के समाचार-स्रोत्रों (व्यक्तियों) के मुंह से बात निकलवाने के लिए मनोवैज्ञानिक जैसे गुण होने चाहिए ।
5. संवाददाता को अपना सूचना-स्रोत का विश्वास सदैव कायम रखना चाहिए । यदि उसमें कोई 'ऑफ दि रिकार्ड' बात कही हो तो उसे अन्यत्र कहीं न बताए । स्मरण रहे कि अपने सम्पर्क सूत्र में कहीं भी कोई आँच नहीं आने देनी चाहिए । जहाँ प्राप्त जानकारी की विश्वसनीयता के बारे में जरा भी संदेह हो, संवाददाता को शीघ्र ही प्रमाण एकत्र कर लेना चाहिए ।
6. सम्पर्क सूत्र स्थापित करने के साथ-साथ उन्हें बनाए रखना भी अत्यन्त आवश्यक है । इसके लिए अपनी ओर से सदैव प्रयत्न करते रहना चाहिए । सम्पर्क-सूत्र में निरन्तरता भी जरुरी है ।

संवाददाता के लिए समाचारों के निम्न स्रोत हो सकते हैं -

1. प्रेस विज्ञप्तियाँ	2. प्रेस कम्युनिक्स
3. प्रेस कॉफ्रेंस	4. भाषण एवं वक्तव्य
5. साक्षात्कार या भेंट वार्ता	6. रेडियो या टेलीविजन समाचार
7. समाचार समितियाँ	8. पुलिस थाना
9. न्यायालय	10. अस्पताल
11. सरकारी विभाग	12. विधान मंडल
13. व्यक्तिगत संपर्क	14. अन्य स्रोत- सम्मेलन, संगोष्ठी, प्रतिवेदन, रिपोर्ट आदि ।

समाचार का वर्गीकरण

समाचार स्रोतों को तीन भागों में विभक्त किया जा सकता है -

1. प्रत्याशित समाचार 2. अप्रत्याशित समाचार 3. पूर्वानुमानित समाचार

1.4.1 प्रत्याशित समाचार

प्रत्याशित समाचारों का आशय उन समाचारों से हैं जो संवाददाता को प्रत्यक्ष रूप से मिल जाते हैं । अदालत की सुनवाई, फैसले, विधान मंडल, नगर निगम, नगर पालिका की बैठकें, पत्रकार सम्मेलन, साक्षात्कार, सरकारी घोषणाएँ, सार्वजनिक वक्तव्य, जाँच आयोग की बैठक आदि कुछ प्रत्याशित समाचारों के स्रोत हैं । अन्य समाचारों को पढ़ने से भी प्रत्याशित सामयिक समाचारों की जानकारी मिल सकती है ।

1.4.2 अप्रत्याशित समाचार

अप्रत्याशित समाचारों का समाचार प्राप्त करने या उसका सुराग पाने के लिए संवाददाता का संपर्क सूत्र काम में आता है । दुर्घटना, आगजनी, अपराध, मृत्यु आदि ऐसे अप्रत्याशित समाचारों का पूर्वानुमान उसे भी नहीं होता है । इस प्रकार के समाचारों के संकेत बहुत सहसा या अचानक मिलते हैं, जिन्हें अनुभवी संवाददाता जल्दी से पकड़ लेता है ।

1.4.3 पूर्वानुमानित समाचार

पूर्वानुमानित समाचारों के स्रोत फीचर, साप्ताहिक डायरी, अदालतों में जनरुचि के मामलों की तारीखें, फैसले, विभिन्न क्षेत्रों में हो रहे विकास के कार्य, उनमें पड़ी अडचनें आदि पूर्वानुमानित समाचार के स्रोत हैं ।

1.5 समाचार लेखन तकनीक

समाचार की अवधारणा से परिचित होने के बाद संवाददाता के समक्ष सबसे पहला प्रश्न यह आता है कि समाचार को कैसे लिखा और प्रस्तुत किया जाए? समाचार-लेखन के सिद्धान्त क्या है और समाचार लेखन किसे कहेंगे?

व्यापक अर्थ में कहा जाए तो समाचार लेखन किसी समाचार माध्यम द्वारा, 'किसी कहे हुए, सुने हुए अथवा किसी तरह प्राप्त किए संदेश को पुन: प्रस्तुत करना है ।' न्यूयॉर्क टाइम्स में फ्रेंक एस. एडक्स के कथनानुसार - 'Reporting means the application of curiosity directed by intelligence and fairness to the current happenings of the world.' - (दुनिया में होने वाली घटनाओं के सम्बन्ध में इस तरह बुद्धिसंगत रूप से जिज्ञासा की पूर्ति करना, जिससे सच्चाई और ईमानदारी के सिद्धान्तों की अवहेलना न हो ।)

विख्यात अमेरिकन पत्रकार चार्ल्स ए. डाना इसे एक 'उच्च श्रेणी की कला' कहते हैं । कृष्णमूर्ति इसे 'ललितकला' मानते हैं । दूसरे शब्दों में कहें तो "जो हो चुका है, अथवा होने की संभावना है, उसके विषय में सही, संपूर्ण तटस्थ और समय पर जानकारी देने की प्रकिया को समाचार लेखन कहा जा सकता है ।"

इस विवरण से यह स्पष्ट होता है कि समाचारपत्रों में समाचार लेखन का अत्यन्त महत्त्वपूर्ण स्थान है । आज विश्व की आबादी पचास वर्ष पहले थी, उससे दुगुनी होने जा रही है और विश्व के एक भाग से दूसरे भाग में पहुँचने में बहुत कम समय लगता है । मानव की जिज्ञासा

का क्षेत्र भी इसी प्रकार विस्तृत होता जा रहा है और भविष्य में और विस्तृत होता जाएगा । स्वाभाविक ही है कि इस प्रकिया के साथ-साथ समाचार लेखन का क्षेत्र भी बढ़ता जा रहा है और इस क्षेत्र में नए-नए विषय प्रवेश करते जा रहे हैं । मानव की प्रकृति और मानव व्यवहार जितना परस्पर आधारित होता जाएगा उतना ही उसका प्रभाव समाचारपत्रों पर बढ़ता जाएगा, यह निश्चित है ।

एक समय में यह मान्यता थी कि लेखक की तरह पत्रकार भी जन्मजात पत्रकार होता है । प्रयत्न से या प्रशिक्षण लेकर पत्रकार नहीं बना जा सकता । यह मान्यता आज भी सही है, लेकिन आशिक रूप में ही । आज प्रत्येक क्षेत्र में उचित प्रशिक्षण का महत्त्व बढ़ता जा रहा है और एक ऐसा समय आ गया है कि जब जन्मजात गुण रखने वाले व्यक्ति को भी थोड़ा प्रशिक्षण तो लेना ही पड़ता है । जन्मजात गुण और प्रशिक्षण के बीच की सीमा रेखा आज खतरे में है । परिस्थिति धीरे-धीरे प्रशिक्षण के पक्ष में जा रही है । जोसेफ पुलिट्जर के शब्दों में कहें तो - आज के युग में जन्मजात प्राप्त किया जा सके, ऐसा कोई गुण है तो वह सिर्फ 'मूर्खता' का गुण है । यह कहकर तुरन्त ही वे पूछते हैं कि आज संसार का कौन सा क्षेत्र ऐसा है जिसमें मनुष्य को प्रशिक्षण की आवश्यकता नहीं पड़ती । चाहे जैसे, जन्मजात गुण रखने वाला व्यक्ति भी उचित प्रशिक्षण ले तो सोने में सुगंध हो जाएगी और वह कुशल संपादक या संवाददाता बन सकेगा ।

1.5.1 समाचार का गठन - छः ककार

सन् 1800 से पूर्व समाचार लेखन के लिए कोई वैज्ञानिक पद्धति नहीं थी । संवाददाता दैनिक घटनाओं को काल क्रमानुसार रखकर अपना कार्य चला रहे थे । धीरे-धीरे समाचारपत्रों का प्रसार होता गया । समाचारपत्रों में स्थान का महत्त्व बढ़ा और मूल्य का भी । अत: समाचारों को व्यवस्थित ढंग से प्रस्तुत किया जाने लगा । सन् 1894 में एडविन एल. शूमैन ने 'प्रैक्टिकल जर्नलिज्म' नामक पुस्तक में पत्रकारिता के इन विशिष्ट तथ्यों की ओर संकेत किया । रूडयार्ड किपलिंग ने सर्वप्रथम समाचार-लेखन के लिए 5 डब्ल्यू. और 1 एच. का उल्लेख किया । इन्हें हिंदी में छः ककार कहते हैं । ये छः ककार आज भी न केवल समाचार संकलन जगत के बल्कि पत्रकारिता-जगत के आधार स्तम्भ हैं -

1. **क्या** हुआ, अर्थात् क्या घटना हुई?
2. **कहाँ** हुआ, अर्थात घटना कहाँ हुई?
3. **कब** हुआ, अर्थात् किस समय घटना घटी?
4. **कौन** सी घटना हुई, अर्थात् किसके साथ क्या हुआ?
5. **क्यों** घटना घटित हुई, अर्थात घटना का क्या कारण था?
6. **कैसे** घटना घटित हुई?

अंग्रेजी में इन्हें - What, Where, when, who, why और How कहा जाता है (अर्थात् 5 डब्ल्यू और 1 एच) । पाठक इन ककारों का उत्तर इसी क्रम में चाहता है । सबसे पहले 'क्या' और सबसे बाद 'कैसे' का उत्तर देना चाहिए । सामान्य नियम यह है कि अत्यन्त महत्व

के तथ्य सबसे पहले देना चाहिए और सबसे कम महत्त्व के अंश को सबसे बाद में देना चाहिए । एक समाचार देखिए -

अमरीकी विश्वविद्यालय में अंधाधुंध फायरिंग

30 मरे 28 घायल

ब्लैक्सवर्ग, व 17 अप्रेल (एजेंसी)

अमरीकी राज्य वर्जीनिया के एक विश्वविद्यालय में एक बंदूकधारी ने एक छात्रावास और क्लासरूम में अंधाधुंध गोलीबारी कर कम से कम 30 लोगों की हत्या कर दी, जबकि 28 से अधिक लोग घायल हो गए । पुलिस का कहना है कि फायरिंग की घटनाओं के बाद हमलावर भी मरा हुआ पाया गया लेकिन यह अभी स्पष्ट नहीं हो सका है कि उसने खुद अपनी जान ली या वह पुलिस की गोली का निशाना बना । एक न्यूज चैनल के मुताबिक हताहतों में कोई भारतीय नहीं है । वर्जीनिया टेक के पुलिस प्रमुख वेण्डेल फ्लिंशम ने बताया कि फायरिंग वेस्ट एम्बलर जॉन्स्टन हॉल छात्रावास और एक इंजीनियरिंग संकाय के भवन नॉरिस हॉल में हुई । ये दोनों स्थान 26 सौ एकड़ के विवि कैम्पस के अलग-अलग कोनों पर है ।

प्रेमिका की तलाश?

हमलावर कौन है और उसने वारदात को अंजाम क्यों दिया इसके बारे में कोई पुष्ट जानकारी नहीं मिली है । बताया जाता है कि एक युवक अपनी गर्ल फ्रेंड के बारे में छात्रों से पूछताछ कर रहा था । इसके कुछ ही देर बाद फायरिंग की घटना हो गई ।

(राजस्थान पत्रिका, 17 अप्रेल 2007)

इस समाचार में छः ककारों का उल्लेख मिल जाएगा -

1. **क्या?** अंधाधुंध फायरिंग से हुई दुर्घटना
2. **कहाँ?** अमरीकी राज्य वर्जीनिया के एक विश्वविद्यालय में
3. **कब?** 17 अप्रेल, 2007 को
4. **कौन?** 30 मरे और 28 घायल
5. **क्यों?** एक युवक द्वारा अपनी गर्लफेंड की तलाश के संदर्भ में
6. **कैसे?** हमलावर द्वारा छात्रों से गर्लफेंड के बारे में पूछताछ के दौरान अंधाधुंध फायरिंग

पाठक इन ककारों के इसी क्रम में उत्तर चाहता है । सबसे पहले 'क्या' और उसके बाद में उसे 'कैसे' का उत्तर चाहिए । वैसे यह देखा जाता है कि 'क्या' का उत्तर देने के बाद समाचार के अन्य प्रश्नों के कम में उलट-फेर भी हो जाता है । सामान्य नियम यही है कि अति महत्वपूर्ण तथ्य को या परिणाम को सबसे पहले देना चाहिए और सबसे कम महत्व के अंश को सबसे पीछे ।

संवाददाता को समाचार लेखन से पूर्व तय कर लेना चाहिए कि समाचार की शुरुआत कैसे करनी है? कौन सी जानकारी पहले देनी है और किस क्रम से देनी है? मन में इस तरह का खाका बना लेने से ब्यौरे तरतीब से सजाए जा सकते हैं तथा सुगठित और तलाश हुआ समाचार लिखा जा सकता है । डा. अर्जुन तिवारी ने समाचार लेखन के लिए निम्न प्रक्रियाओं को जरूरी बताया

है - 1. समाचार तथ्यों को संकलित करना, 2. कथा की कार्य योजना बनाना तथा लिखना, 3. आमुख लिखना, 4. परिच्छेदों का निर्धारण करना, 5. वक्ता के कथन को अविकल रूप से प्रस्तुत करना, 6. सूत्रों के संकेत को उद्धृत करना ।

समाचार लेखन के लिए दो प्रकार की शैली प्रचलित है - 1. विलोम पिरामिड शैली और 2. उर्ध्व पिरामिड शैली ।

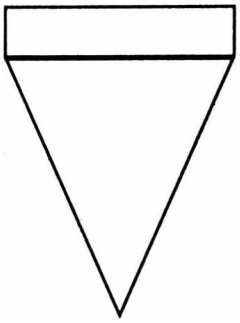
1.5.2 विलोम पिरामिड शैली

समाचार-लेखन के लिए कुछ पारम्परिक नियम है, जिनका कमोबेश आज भी प्रयोग होता है । उदाहरण के लिए 'विलोम पिरामिड' (Inverted Pyramid) शैली । पिरामिड का आधार आयताकार होता है और शीर्ष पहाड़ की चोटी की तरह नुकीला । पिरामिड को उलटकर नोंक के बल पर खड़ा कर दिया जाए तो उसका आधार ऊपर की तरफ होगा । समाचार के संदर्भ में इसका अर्थ है कि समाचार का सार संक्षेप आरम्भ में ही दे दिया जाए ताकि पाठक को एक ही नजर में पता लग जाए कि आगे क्या-क्या जानकारी मिलने वाली है । इससे पाठक में आगे पढ़ने की उत्सुकता जागेगी और ज्यों-ज्यों वह खबर पढ़ता जाएगा जानकारी की परतें एक-एक करके उभरती चली जाएँगी ।

विलोम पिरामिड शैली से पाठक को शुरू में ही ज्ञात हो जाता है कि समाचार में क्या है? दूसरा यदि पेज का मेकअप करते समय मैटर या समाचार बढ़ जाता है यानी जगह कम रहती है तो आखिर के दो-तीन पैरे आसानी से काटे जा सकते हैं, अंत में गौण तथ्य ही होंगे ।

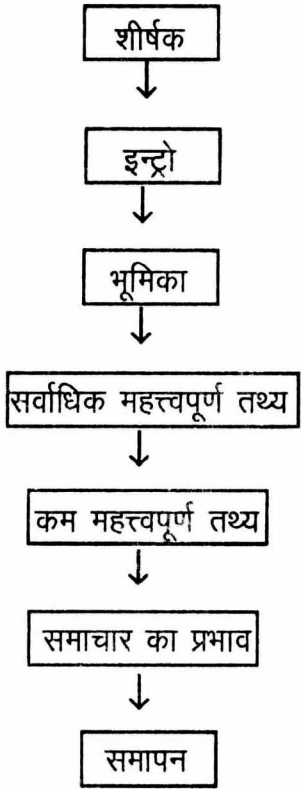
विलोम पिरामिड की संरचना देखें -

1. इन्ट्रो
2. विस्तार
3. समापन



1. समाचार का सार
2. आमुख (इन्ट्रो) का विस्तार
3. गौण विवरण

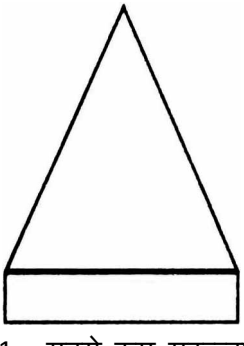
विलोम पिरामिड शैली में कुछ खामियाँ भी हैं । जैसे- समाचार के आरम्भिक भाग (इन्ट्रों) में जानकारी ठूसने की कोशिश में वाक्य रचना के बोझिल होने का खतरा रहता है । दूसरा, समाचार की शुरुआत रोचक ढंग से नहीं होती । तीसरी बात यह है कि शीर्षक और इन्ट्रो में विषय या जानकारी की पुनरावृत्ति होती है । आगे चलकर अन्य तथ्य देते समय उनका फिर से उल्लेख करना पड़ जाता है । इन खामियों के बावजूद विलोम पिरामिड शैली समाचारों को कम से कम स्थान या पंक्तियों में जोड़ने की दृष्टि से भी बहुत उपयोगी है । समाचारों में पूरी तरह और बड़ी घटनाओं की खबरों में काफी हद तक विलोम पिरामिड का अनुसरण किया जाता है । विलोम पिरामिड शैली (Inverted Pyramid) को इस प्रकार प्रस्तुत किया जा सकता है-



विलोम पिरामिड शैली को 'उल्टी स्तूपी पद्धति' के नाम से भी जाना जाता है । मीडिया जगत् में यह पद्धति या शैली विशेष रूप से प्रचलित और लोकप्रिय है ।

1.5.3 ऊर्ध्व पिरामिड शैली

ऊर्ध्व पिरामिड (Upright Pyramid) शैली विलोम पिरामिड शैली से एकदम उलटी है । ऐसे समाचारों में सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण अंश को शुरू में न देकर उसका आरम्भ सबसे कम महत्त्व के विवरण से किया जाता है । लेकिन धीरे-धीरे महत्त्वपूर्ण विषय को लिया जाता है और समाचार सर्वाधिक महत्त्व वाले विवरण पर समाप्त किया जाता है । इन्हें निलंबित अभिरुचि वाले समाचार भी कहा जाता है । ऊर्ध्व पिरामिड का उपयोग फीचर, मानवीय अभिरुचि के समाचारों में प्रयुक्त किया जाता है । इसमें दी जाने वाली सामग्री का क्रम कुछ इस प्रकार रहता है-

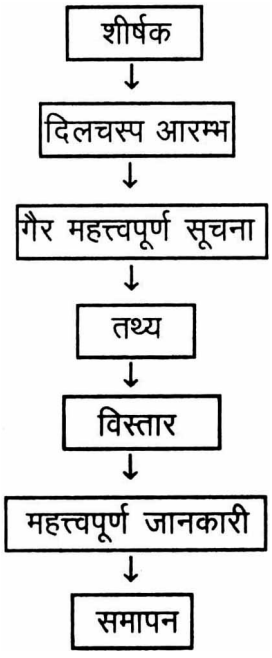


1. दिलचस्प आरम्भ
2. गैर महत्त्वपूर्ण सूचना
3. तथ्य
4. विस्तार
5. महत्वपूर्ण जानकारी

1. सबसे कम महत्त्वपूर्ण सूचना, लेकिन जो पाठक में उत्सुकता पैदा करे ।

2. समाचार से जुड़े तथ्य ।
3. विस्तार, जिसमें समाचार की पृष्ठभूमि भी शामिल है ।
4. महत्वपूर्ण जानकारी ।
5. सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण जानकारी जिसे समाचार का चर्मोत्कर्ष भी कहा जा सकता है ।

ऊर्ध्व पिरामिड शैली (Upright Pyramid) को इस प्रकार प्रस्तुत किया जा सकता है-



1.5.4 समाचार लेखन की नई शैली

समाचार माध्यमों में समाचार लेखन के लिए आज भी विलोम पिरामिड शैली का सर्वाधिक प्रयोग होता है, लेकिन इधर कुछ वर्षों में धीरे-धीरे ही सही, समाचार लेखन की कई नई शैलियों का प्रचलन भी बढ़ा है । पाठक नए तरीकों से लिखे जा रहे इन समाचारों को पसंद कर रहे हैं । इसका प्रमुख कारण यह है कि विलोम पिरामिड शैली के अधिक प्रयोग के कारण समाचार माध्यमों में नीरसता और उबाऊपन सा आ जाता है, जिसे तोड़ने के लिए नई शैलियों का प्रयोग बढ़ रहा है । नई शैलियों में सर्वाधिक लोकप्रिय शैली कथात्मक या वर्णनात्मक शैली है । इसमें विलोम पिरामिड के बजाय समाचार को कथात्मक/ वर्णनात्मक शैली में लिखा जाता है । इसमें पूरा समाचार पढ़ने से ही एक निरन्तरता बनती है और उसे विलोम पिरामिड की तरह कहीं भी संपादित या काटा-छाँटा नहीं जा सकता है । ऐसे समाचारों में प्रारम्भ से लेकर अंत तक पाठक की रुचि बनी रहे, इसलिए उन्हें ऐसा लिखा जाता है कि, जिसमें पाठक को कहीं भी उबाऊपन का अहसास नहीं हो । अंग्रेजी के समाचारपत्रों - 'टाइम्स ऑफ इंडिया', 'हिन्दुस्तान टाइम्स', 'इंडियन एक्सप्रेस' आदि समाचारपत्रों में कथात्मक या वर्णानात्मक शैली में लिखे समाचारों का चलन लगातार बढ़ रहा है । हिंदी के समाचारपत्रों 'नवभारत टाइम्स', 'दैनिक हिन्दुस्तान', 'दैनिक भास्कर', 'जनसत्ता आदि में इस शैली में लिखे गए समाचार दिखाई देते हैं ।

1.5.5 शीर्षक

'मानव शरीर में जो शीर्ष का महत्त्व है वही समाचार में शीर्षक का । शीर्षक समाचार का प्राण और उसके सार का विज्ञापन है । समाचारों के शीर्षक से यह बोध हो सकता है कि समाचारपत्र की विचारधारा, नीति और परम्परा किस प्रकार है । शीर्षक समाचारपत्र की मनोभावना का स्पष्ट प्रतिबिम्ब है । कोई भी समाचार या लेख बिना शीर्षक के प्रकाशित नहीं होते । सबसे अधिक वही समाचारपत्र बिकते हैं, जिनके शीर्षक सार्थक, पैने, संक्षिप्त और जीवंत होते हैं । वास्तव में शीर्षक ही बिकते हैं, समाचारपत्र नहीं ।

शीर्षक के तीन उद्देश्य होते हैं -

1. समाचार को विज्ञापित करना या उसे प्रकाश में लाना ।
2. समाचार के महत्वपूर्ण अंश का सार प्रकट करना ।
3. समाचारपत्र के पृष्ठ को साज-सज्जा की दृष्टि से सुंदर एवं आकर्षक बनाना ।

समाचारपत्रों में मुख्यत: निम्न शीर्षकों का प्रयोग किया जाता है - क्रॉसलाइन, ड्रॉपलाइन, विलोम सोपानी, पूर्ण पाति, विलोम स्तूपी, कटि शीर्षक आदि । महत्वपूर्ण समाचारों के लिए गगन रेखा और बैनर (पताका) का प्रयोग किया जाता है । चुटीले, रसीले, भीषण तथा अप्रत्याशित समाचारों को 'बाक्स' (Box) में प्रकाशित किया जाता है ।

1.5.6 विस्तार

समाचार लेखन में इंट्रो या आमुख लेखन पर जितना जोर दिया जाता है, उतना जोर समाचार के विस्तार अर्थात् अन्य शब्दों में समाचार की बॉडी लिखने पर नहीं दिया जाता । इसलिए कई बार अच्छे इंट्रो के बावजूद कमजोर विस्तार (बॉडी) के कारण समाचार अप्रभावी और अपठनीय हो जाते हैं । वास्तव में, संवाददाता को किसी भी समाचार को उसकी संपूर्णता में देखना चाहिए न कि उसके अलग-अलग पहलुओं जैसे इंट्रो, विस्तार और समापन के तौर पर । समाचार काँपी लेखन की काँपी तैयार करते हुए संवाददाता को यह हमेशा ध्यान में रखना चाहिए कि इंट्रो के बाद समाचार की बॉडी में क्या होगा और वह कैसे आएगा?

इसके लिए संवाददाता को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि इंट्रो और बॉडी के बीच एक निरंतरता हो और पाठक को ऐसा न लगे कि समाचार के इंट्रो और बॉडी के बीच कोई सामंजस्य ही नहीं है । कहा जा सकता है कि समाचार लेखन के लिए समाचार की बॉडी के अलावा बाकी शरीर भी महत्वपूर्ण है । समाचार की बॉडी का महत्व इसलिए बढ़ जाता है कि इंट्रो में उल्लेखित तथ्यों की व्याख्या और विश्लेषण समाचार की बॉडी में होता है । समाचार के विस्तार में दो तथ्यों का ध्यान रखना आवश्यक है - 1. इंट्रो में दिए गए तथ्यों की व्याख्या, और 2. कम महत्वपूर्ण तथ्यों को समाचार में व्याख्यापित करना । इससे समाचार को व्याख्यापित करने में सहायता मिलती है, जो आमतौर पर इंट्रो में नहीं आ पाते ।

1.5.7 समापन

समाचार का समापन कैसे किया जाए, इस संदर्भ में कोई निश्चित नियम या फार्मूला नहीं है । पिरामिड शैली में समाचार को उसके महत्व और समाचार माध्यम में उपलब्ध जगह के अनुसार कहीं भी समाप्त कर सकते हैं । इस शैली में लिखे

समाचारों में तथ्यों और सूचनाओं को उनके घटते क्रम में लिखा जाता है । ऐसे में समाचार के समापन के लिए अलग से प्रयास करने की कोई आवश्यकता नहीं है । फिर भी इसके बावजूद समाचार को इस तरह से समाप्त नहीं किया जाना चाहिए, जिससे उसका अर्थ स्पष्ट न हो या ऐसा लगे कि समाचार का अंत अटपटे ढंग से किया गया है ।

समाचार का समापन करते समय इस तथ्य को ध्यान में रखना चाहिए कि उसमें समाचार के प्रमुख तत्व आ गए हों, समाचार के इंट्रो और समापन के मध्य एक क्रमबद्धता होनी चाहिए । कुछ समाचारों का तो कोई अंत या समापन ही नहीं हो सकता है । इस प्रकार के समाचारों में घटनाक्रम या विकासक्रम को चलाकर समाचार का समापन किया जा सकता है ।

1.6 समाचार लेखन के महत्वपूर्ण तत्व

समाचार-लेखन के आकर्षक के जो मुख्य मूल तत्व माने गए हैं, उनमें 1. सामयिकता, 2. घटना स्थल (प्रकाशन स्थल), 3. मानवीय रुचि, 4. आत्मीयता, एवं 5. सामीप्य तत्व विशेष महत्त्व रखते हैं । इसी प्रकार समाचार-लेखन में कुशलता एवं प्रवीणता प्राप्त करने के लिए चार गुण महत्त्वपूर्ण हैं । ये हैं - सत्यता, स्पष्टता, सुरुचि और संक्षिप्तता । इन्हें समाचार-लेखन के चार सकार भी कहा जा सकता है । समाचार लेखन के महत्त्वपूर्ण तत्व हैं -

1. **सामयिकता -** 'सामयिकता' समाचार-लेखन का सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण गुण है । कोई भी समाचार चाहे वह प्रिन्ट मीडिया का हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का, नवीन घटनाओं एवं वर्तमान जगत् से जितना अधिक जुड़ा होगा उसमें पाठक की उतनी ही अधिक रुचि होगी । समाचार का सबसे बड़ा गुण है उसकी तात्कालिकता या सामयिकता । उसे नदी के निरन्तर बहते जल-प्रवाह की तरह नवीनतम होना चाहिए ।

   घटनाक्रम के तीव्र प्रवाह के साथ-साथ समाचार का कथ्य भी बदलता रहता है । यही सामयिकता है । पुराना या बासी पड़ गया समाचार एक तरह से समाचार नहीं रह जाता । समाचार यदि सामयिक या नवीनतम न हो तो वह संवाद न होकर संदर्भ विश्लेषण या आख्यान बन जाता है ।

2. **घटना स्थल (प्रकाशन स्थल**) - समाचार का दूसरा महत्त्वपूर्ण गुण उसका 'घटना-स्थल' या 'प्रकाशन-स्थल' है । आम पाठक की अपने आस-पास, नगर या राज्य के समाचारों में दिलचस्पी होना स्वाभाविक है; क्योंकि जो घटनाएँ पाठक के इर्द-गिर्द घटती हैं, वे उसे अधिक प्रभावित करती है ।

3. **मानवीय रुचि** - रोजमर्रा की आपाधापी की जिन्दगी में कुछ ऐसी स्थितियाँ आती हैं, जो जीवन की दृष्टि से अर्थपूर्ण होती हैं । आम तौर पर नेताओं के भाषणों, बयानों, अपराधों,

आतंकवाद, भ्रष्टाचार और सरकारी विज्ञप्तियाँ, चुनाव आदि समाचारों की समाचारपत्रों में भरमार होती है । लेकिन मानवीय रुचि - 'ह्यूमन इंटेरेस्ट' से जुड़े समाचारों का समाचारपत्रों में अभाव रहता है । मानवीय संवेदनाओं और जीवन के कुछ अव्यक्त पहलुओं को प्रकाश में लाने वाले समाचार मानवीय रुचि की समाचारों की श्रेणी में आते हैं । ऐसे समाचारों को लिखने के ढंग से और रोचक भी बनाया जा सकता है ।

4. **आत्मीयता** - 'आत्मीयता' भी समाचार का एक बड़ा गुण है । समाचार से जुड़ी घटनाओं से पाठक जितनी आत्मीयता पाएगा, वह उससे उतना ही प्रभावित होगा । इसके अतिरिक्त सत्यता, नवीनता, वैयक्तिकता, संख्या और आकार, संशय और रहस्य आदि समाचार के ऐसे तत्व हैं, जिनमें समाचार के प्रति आकर्षण उत्पन्न होता है ।
5. **सामीप्य तत्व** - समाचार लेखन में 'सामीप्य' का अपना विशेष महत्त्व है । सामीप्य का आशय निकटता से है । जो समाचार पाठक के निकट या आस-पास होगा वह उतना ही पाठकों द्वारा पढ़ा जाएगा, क्योंकि पाठकों का अपने आस-पास की घटनाओं में रुचि होना स्वाभाविक है ।

1.7 समाचार लेखन के पाँच सकार

समाचार-लेखन में कुशलता प्राप्त करने पाँच सकारों को अवश्य ध्यान में रखना चाहिए । ये हैं - 1. सत्यता, 2. स्पष्टता, 3. सुरुचि, 4. संक्षिप्तता और 5. सामयिकता ।

1.7.1 सत्यता - समाचारों में सत्यता हो तथा समाचार किसी पूर्वाग्रह या पक्षपात से नहीं लिखा जाए । सत्य को ठेस पहुँचाना समाचार की आत्मा को नष्ट करना है । समाचार में सामयिकता भी मूल्यवान होती है, लेकिन सत्य भी उससे अधिक मूल्यवान होता है ।

1.7.2 स्पष्टता - समाचार सरल एवं सहज भाषा में लिखा जाए, जिससे पाठक को समझने में कोई कठिनाई नहीं हो।स्पष्टता समाचार का महत्वपूर्ण बिन्दु है, जो समाचार जितना स्पष्ट होगा वह पाठकों द्वारा अधिक पढ़ा जाएगा।

1.7.3 सुरुचि - समाचार सदैव सुरुचि ढंग से लिखा जाना चाहिए, जिससे पाठक की रुचि उसमें बनी रहे ।

1.7.4 संक्षिप्तता - समाचार में थोड़े से शब्दों से अधिक से अधिक बात कहने की क्षमता हो । संक्षिप्तता समाचार का विशिष्ट गुण है ।

1.7.5 सामयिकता - समाचार में सामयिकता का सदैव ध्यान रखना चाहिए । समाचारपत्र या प्रत्येक पाठक सम-सामयिक घटनाओं या समाचारों के बारे में जानना चाहता है।

बोध-प्रश्न -

1. समाचार की परिभाषा दीजिये ।

   .....

   .....

2. समाचार के छः ककार क्या है?

……

……

3. विलोम पिरामिड समाचार लेखन क्या है?

……

……

1.8 सारांश

'समाचार अवधारणा एवं लेखन तकनीक' इकाई पढ़ लेने के बाद आप जान गए कि समाचार किसे कहते हैं और समाचार लिखने की तकनीक क्या है । इसमें समाचारों के विभिन्न परिभाषाओं की भी विस्तार से समीक्षा की है । साथ ही समाचार के महत्त्व, समाचार के स्रोत, समाचार लेखन, समाचार के महत्त्वपूर्ण तत्त्व और समाचार के पाँच सकार की विस्तृत विवेचना की है ।

मीडिया जगत में समाचारों का अपना विशिष्ट स्थान है, चाहे वह प्रिंट मीडिया हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया । समाचार लेखन में विलोम पिरामिड शैली या उल्टी पिरामिड शैली का प्रयोग सर्वाधिक होता है, लेकिन इधर कुछ वर्षों से समाचार लेखन में अनेक नई शैलियों का प्रयोग हो रहा है । नई शैलियों में सर्वाधिक लोकप्रिय शैली कथात्मक या वर्णनात्मक शैली है । अंग्रेजी एवं हिन्दी के समाचारपत्रों में इस शैली का प्रचलन बढ़ रहा है

1.9 शब्दावली

समाचारपत्र - नियमित रूप से प्रतिदिन प्रकाशित होने वाले दैनिक समाचारपत्र कहलाते हैं । भारत के प्रेस एण्ड रजिस्ट्रेशन ऑफ बुक्स एक्ट के अनुसार - 'समाचारपत्र कोई भी निश्चित अवधि में प्रकाशित होने वाला पत्र है जिसमें सार्वजनिक समाचार या ऐसे समाचारों पर टिप्पणियाँ हो ।' यह परिभाषा समाचार से जुड़ी हर पत्रिका को समाचारपत्र की परिधि में शामिल कर देती है ।

समाचार संकलन - संवाददाता द्वारा अपनी सूझबूझ, परिश्रम और साहस से । विभिन्न स्रोतों से समाचार प्राप्त करना, ढूंढना, खोजना, जनसंपर्क करना, स्वयं घटना-स्थल तक पहुँचकर समाचार प्राप्त करना आदि समाचार संकलन कहलाता है ।

समाचार के तत्व - समाचार को समाचारत्व प्रदान करने वाले तथ्य हैं - 1. जानकारी, 2. नवीनता, 3. बहु संख्यक की अधिकतम रुचि, 4. उत्तेजक सूचना और 5. परिवर्तन की सूचना।

फीचर - पत्रकारिता में फीचर लेखन एक विशेष विधा है । इसका उद्देश्य सामान्य पाठकों का मनोरंजन करना है अथवा उसकी जानकारी बढ़ाना है । फीचर किसी रोचक विषय पर मनोरंजक शैली में लिखा गया लेख है ।

संवाददाता - समाचारपत्र को संवाद या समाचार भेजने वाला पत्रकार संवाददाता कहलाता है । संवाददाता भी दो तरह के होते है - 1. स्थानीय और 2. अन्य स्थानों से समाचार एकत्र कर डाक, फेक्स, फोन आदि से भेजने वाले ।

इंट्रो या आमुख - समाचार का आरंभिक भाग, जिसे आमुख भी कहा जाता है । इसमें समाचार के प्राय: एक या दो या अधिक महत्त्वपूर्ण अंशों का संकेत होता है ।

ककार - समाचार लेखन में छ: ककारों का अपना महत्त्वपूर्ण स्थान है । ये ककार है- क्या, कहाँ, क्यों, कैसे, कौन और कब ।

इनवर्टेड पिरामिड/विलोम पिरामिड - समाचार के आरंभिक वाक्यों में ही महत्त्व के अनुसार जानकारी देने का सिद्धान्त । इसमें सबसे महत्त्वपूर्ण जानकारी पहले दी जाती है और गौण ब्यौरे अंत में ।

अपराइट पिरामिड/ऊर्ध्व पिरामिड - मानवीय संवदेना उजागर करने या उभारने वाले समाचार में घटना या उसके महत्त्वपूर्ण ब्यौरे आरम्भ में न देकर बाद में उनका उल्लेख किया जाता है ।

1.10 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. संपादन, पृष्ठ सज्जा और मुद्रण - प्रो. रमेश जैन (मंगलदीप पब्लिकेशन्स, जयपुर)
2. जनसंचार विश्वकोश - प्रो. रमेश जैन (नेशनल पब्लिशिंग हाऊस, जयपुर एवं दिल्ली)
3. प्रिंट मीडिया लेखन - प्रो. रमेश जैन (मंगलदीप पब्लिकेशन्स, जयपुर)
4. समाचार संपादन - प्रेमनाथ चतुर्वेदी (एकेडमिक पब्लिशर्स, नई दिल्ली)
5. समाचार संकलन और लेखन - डॉ. नंदकिशोर त्रिखा (हिन्दी समिति, लखनऊ)
6. संवाद और संवाददाता - राजेन्द्र (हरियाणा साहित्य अकादमी, चंडीगढ़)
7. समाचार अवधारणा और लेखन प्रकिया, संपादक- सुभाष धूलिया एवं आनंद प्रधान (भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली)
8. पत्रकारिता की विभिन्न विधाएँ - डॉ. निशांत सिंह (राधा पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली)
9. प्रयोजनमूलक हिंदी - प्रो. रमेश जैन (नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर)

1.11 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. समाचार क्या है? समाचार की परिभाषा समझाते हुए समाचास्रोतों के वर्गीकरण पर प्रकाश डालिए।
2. समाचार लेखन की तकनीक की विस्तृत विवेचना कीजिए ।
3. समाचार संकलन के बाद सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण कार्य समाचार लेखन का है ।" इस कथन की समीक्षा कीजिए।
4. "विलोम पिरामिड शैली समाचार लेखन का बुनियादी सिद्धान्त है । यह समाचार लेखन का सबसे सरल, उपयोगी और व्यावहारिक सिद्धान्त है ।" समीक्षा कीजिए ।
5. इंट्रो से आप क्या समझते हैं? एक अच्छे इंट्रो की विशेषताएँ बताइए ।
6. समाचार के पाँच सकार कौन से है? आप इन सकारों में से किन सकारों को उपयोगी और प्रभावी मानते है? विस्तार से बताइए ।
7. समाचार लेखन के महत्त्वपूर्ण तत्व कौन-कौन से है? इन तत्वों का विस्तृत परिचय दीजिए ।

8. समाचार-संकलन के प्रमुख स्रोत क्या हैं? 'व्यक्ति ही समाचार के स्रोत होते हैं । इस कथन की समीक्षा कीजिए।
9. संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए -
   1. समाचार का स्वरूप
   2. समाचार के प्रकार
   3. समाचार का महत्त्व
   4. समाचार लेखन की नई शैलियाँ
   5. छः ककार
   6. समाचार के शीर्षक

इकाई-2

संवाददाता, समाचार स्रोत एवं संकलन

इकाई की रूपरेखा

2.0 उद्देश्य

2.1 प्रस्तावना

2.2 संवाददाता से आशय

2.3 संवाददाताओं की श्रेणियाँ कार्य विभाजन

- 2.3.1 कार्यालय संवाददाता
- 2.3.2 विशेष संवाददाता
- 2.3.3 अंशकालिक संवाददाता
- 2.3.4 कार्य के आधार पर संवाददाता
  - 2.3.4.1 लाइनर
  - 2.3.4.2 स्ट्रिंगर
  - 2.3.4.3 पूर्णकालिक संवाददाता
  - 2.3.4.4 स्टाफर्स
- 2.3.5 पत्रकार वेतन मंडल द्वारा निर्धारित संवाददाता
  - 2.3.5.1 विशेष संवाददाता
  - 2.3.5.2 मुख्य कार्यालय संवाददाता
  - 2.3.5.3 उप मुख्य कार्यालय संवाददाता
  - 2.3.5.4 रिपोर्टर
  - 2.3.5.5 संवाददाता
  - 2.3.5.6 विदेश संवाददाता

2.4 समाचार : स्वरूप एवं आशय

- 2.4.1 समाचार के प्रकार
  - 2.4.1.1 विशिष्ट समाचार
  - 2.4.1.2 व्यापी समाचार

2.5 समाचार के स्रोत

- 2.5.1 प्रत्याशित स्रोत
- 2.5.2 अप्रत्याशित स्रोत
- 2.5.3 पूर्वानुमानित स्रोत

2.6 समाचार संकलन

- 2.6.1 प्रेस विज्ञप्ति
- 2.6.2 पुलिस थाने एवं अस्पताल
- 2.6.3 सरकारी एवं गैर सरकारी संस्थान

2.6.4 प्रेस सम्मेलन
2.6.5 जनसम्पर्क विभाग
2.6.6 साक्षात्कार
2.6.7 न्यूज एजेन्सियां
2.7 समाचार लेखन एवं प्रस्तुतीकरण
2.8 समाचारों का अनुवर्तन सारांश
2.9 सारांश
2.10 शब्दावली
2.11 कुछ उपयोगी पुस्तकें
2.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

2.0 उद्देश्य

यह सूचना युग है । सूचना संसाधन का नियंत्रण और उपयोग जो कर सकता है वही शक्तिशाली है । दरअसल यह सूचनाओं के विस्फोट का दौर है । आप नहीं भी चाहेंगे तब भी सूचनाएँ आपके इर्द-गिर्द घूमेंगी और आपके सरोकार उनमें तय करेगी ही । इस इकाई में आपको समाचार देने वाले संवाददाता, समाचार स्रोत एवं संकलन के बारे में ही जानकारी दी जा रही है । इस इकाई के अध्ययन उपरान्त आप -

- संवाददाता से आशय, उसकी परिभाषा के बारे में जान सकेंगे ।
- संवाददाता की विभिन्न श्रेणियाँ एवं उसके कार्य विभाजन को' समझ सकेंगें ।
- समाचार की परिभाषा एवं उसके स्वरूप को जान सकेंगे ।
- समाचार के विभिन्न स्रोत एवं संकलन तकनीक के बारे में जान सकेंगे ।
- समाचार लेखन तकनीक एवं उसके स्वरूप को समझ सकेंगे ।

2.1 प्रस्तावना

सूचना प्रौद्योगिकी के इस युग में विश्व भर की दूरियाँ अब समाप्त हो गयी है । दूरसंचार, कम्प्यूटर-इंटरनेट और सैटेलाईट के जरिए पलभर में विश्व के एक कोने से दूसरे कोने तक संदेश का प्रसारण संभव होने के साथ ही मीडिया के पारम्परिक स्वरूप में भी तेजी से बदलाव आया है । समाचारपत्रों के इन्टरनेट संस्करण आने के साथ ही उनकी पहुंच देश दूरियों को समाप्त कर चुकी है । आप अमेरिका में बैठे हैं और वहां हिन्दुस्तान के किसी छोटे से जिले से प्रकाशित दैनिक समाचार का आस्वाद लेना चाहते हैं तो तत्काल इन्टरनेट से जुड़े कम्प्यूटर पर जाएं, आपको वहां वह अखबार अपने पूरे कलेवर के साथ मौजूद मिलेगा-नवीनतम सूचनाओं के साथ । ऐसा ही टीवी के साथ हुआ है । इतने अधिक सैटेलईट चैनलों का आकाश मार्ग से विश्व में प्रवेश हो चुका है कि आप दुनिया जहान में घटित पल-पल के समाचारों को देख-सुन सकते हैं ।

ऐसा जब हो रहा है तो स्वाभाविक ही है कि समाचार लिखने वाले, प्रस्तुत करने वाले संवाददाता का कार्य भी अब बेहद चुनौतीपूर्ण हो गया है । समाचारपत्रों एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में कार्य करने वाले संवाददाता ही वे महत्वपूर्ण कड़ी है जो पल-पल के समाचारों को एक स्थान से दूसरे

स्थानों तक पहुंचाते हैं । ऐसे में संवाददाता की भूमिका, समाचार के लिए प्रयुक्त उसके स्रोत के आयाम भी निरंतर बदले हैं । प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में संवाददाता की क्या है भूमिका, कौनसे हैं उसके स्रोत, कैसे करता है वह समाचारों का संकलन और कैसे उनकी करता है प्रस्तुति? इस इकाई में इन्हीं पर प्रकाश डालने का प्रयास किया गया है ।

2.2 संवाददाता से आशय

संवाददाता का सामान्य तौर पर अर्थ करें तो पाएंगे-संवाद देने वाला । शाब्दिक अर्थों मे कहें तो किसी घटना विशेष के संबध में तथ्यात्मक जानकारी प्रदान करने का कार्य ही एक प्रकार से ' संवाद ' कहलाता है । ऐसे में जो यह कार्य करता है, उसे संवाददाता या रिपोर्टर कह सकते हैं । संवाद का अर्थ कहने, सूचना देने अथवा किसी घटना का विवरण प्रस्तुत करने से हैं । इस प्रकार से जब संवाद संप्रेषण किया जाता है तो उसे पत्रकारिता की भाषा मे रिपोर्टिंग कहा जाएगा । रिपोर्टर बहुसंख्य लोगों के उपयोग की जानकारियों को प्रिंट या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से संप्रेषण करता है । इसे ऐसे भी कहा जा सकता है कि जो रिपोर्ट या समाचार लेखन, प्रस्तुतीकरण का कार्य करता है, उसे संवाददाता कहा जाएगा । पहले समाचारपत्र के प्रकाशन के मुख्यालय पर तैनात रिपोर्टर कहे जाते थे और जो मुख्यालय से बाहर से समाचार भेजते थे उन्हें संवाददाता कहा जाता था ।

संवाददाता समाज के बहुसंख्यक लोगों की रुचि वाली सूचनाओं को समाचार के रूप में पाठकों, दर्शकों या फिर श्रोता या फिर इन सबके लिए ही प्रस्तुत करने का कार्य करता है । वह सूचनाओं के महत्व को समझते हुए उनका त्वरित आंकलन ही नहीं करता बल्कि कम से कम समय में उसे अधिक से अधिक लोगों तक पहुंचाने का कार्य करता है ।

सूचना के महत्व, उसकी उपयोगिता को समझते हुए उसे समाचार के रूप में जब संवाददाता प्रस्तुत करता है तो उसे यह भी देखना होता है कि उसका असर पढ़ने, सुनने या देखने वाले पर क्या होगा!

टी.एच. स्कॉट के अनुसार - "'पत्रकार या संवाददाता वह व्यक्ति है जो थोड़े-थोड़े समय के अंतर पर प्रकाशित अपनी रचनाओं से जनमत को एक निश्चित दिशा में प्रभावित करता है ।"

डॉ. निशांत सिंह के मतानुसार - "किसी घटना विशेष के बारे में अन्य व्यक्तियों को तथ्यात्मक जानकारी देना ' संवाद ' कहलाता है और इस कार्य को करनेवाला व्यक्ति संवाददाता या रिपोर्टर कहलाता है ।"

वरिष्ठ पत्रकार एवं लेखक ज्ञानेश उपाध्याय के शब्दों में - "संवाददाता वह है, जो नूर समाज की जनोपयोगी सच्चाइयों से समाज का लिखित, स-स्वर, स-दृश्य साक्षात्कार करवाता है ।"

डॉ. महेन्द्र मधुप का कहना है- "बहुउपयोगी सूचनाओं के संप्रेषण के संवाहक को संवाददाता कहा जाएगा । वह प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए अधिकतम लोगों की रूचि की जानकारियाँ ही नहीं जुटाता बल्कि उन्हें आकर्षक ढंग से इस प्रकार प्रस्तुत करता है कि लोगों की उत्सुकता उसमें बनी रहे ।"

इन परिभाषाओं के आधार पर स्पष्टत: यह कहा जा सकता है कि संवाददाता जनोपयोगी नवीनतम घटनाओं, जानकारियों के संवाद का संप्रेषण ही नहीं करता बल्कि जनमत निर्माण

में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है । पत्रकारिता को लोकतंत्र का चौथा स्तम्भ कहा गया है । संवाददाता इस चौथे स्तम्भ की वह बेहद महत्वपूर्ण कड़ी है जो समाचारों के माध्यम से जनता की नब्ज को टटोलते, अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का सही मायने में इस्तेमाल करते हुए लोकतंत्र की नींव को मजबूत करता है ।

2.3 संवाददाता की श्रेणियाँ एवं कार्य विभाजन

समाचार संकलन की दृष्टि से संवाददाताओं की अलग-अलग श्रेणियां बनी हुई है । प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए कार्य करने वाले संवाददाताओं को उनके कार्य के हिसाब से वर्गीकृत किया जाता है । एक समय था जब समाचारपत्रों के एक या दो संस्करण ही अधिकाधिक हुआ करते थे, आज स्थितियां बदल चुकी हैं । क्षेत्रीय पत्रकारिता के इस दौर में समाचारपत्रों के जिलेवार संस्करण प्रकाशित होने लगे हैं । यहां तक कि उपखंड स्तर के भी पृष्ठ अलग से समाचारपत्रों में दिये जाते हैं । ऐसे में संवाददाताओं की संख्या में भी पहले से कई गुना बढ़ोतरी हो गयी है । अब अलग-अलग विषयों के समाचारों के लिए अलग-अलग बीट का निर्धारण होता है । मसलन अपराध समाचार है तो उस बीट को अलग से एक संवाददाता देखता है । ऐसे ही सांस्कृतिक, राजनीतिक, धार्मिक, आर्थिक आदि अलग-अलग विषयों की बीट के भी अलग-अलग संवाददाता निर्धारित होते हैं । यही नहीं जिस प्रकार से सरकार में अलग-अलग विभाग के अलग-अलग अधिकारी होते हैं, उसी प्रकार से समाचारपत्रों में भी अलग-अलग विषयों के लिए अलग-अलग निर्धारित संवाददाता होते हैं । वे संवाददाता अपने विषय से संबंधित समाचारों को ही देखते हैं ।

इसी प्रकार स्थान के आधार पर भी संवाददाता की अलग-अलग श्रेणियां हैं । समाचार संकलन के अंतर्गत मोटे तौर पर संवाददाताओं की तीन श्रेणियां की हुई हैं ।

2.3.1 कार्यालय संवाददाता

समाचारपत्र के प्रकाशन स्थल पर स्थानीय समाचारों का संकलन कर उनका जो लेखन करते हैं, उन्हें कार्यालय संवाददाता की श्रेणी में रखा जाता है । कार्यालय संवाददाता समाचारपत्र कार्यालय में आने वाले समाचारों को भी समाचारपत्र के तेवर के हिसाब से लिखते हैं । स्थानीय विषयों पर सरकारी एवं गैर सरकारी प्रेस विज्ञप्तियां तथा विभिन्न आयोजनों आदि के संबंध में समाचार एकत्र कर उसे लिखने का कार्य कार्यालय संवाददाता अमूमन करता है । प्रिंट मीडिया के अंतर्गत भी आने वाली प्रेस विज्ञप्तियां, विभिन्न समाचार ब्योरों को वहाँ के कार्यालय संवाददाता एकत्र कर संपादित कर उसे प्रसारण योग्य बनाते हुए व्यापक लोगों तक पहुंचाने की व्यवस्था करते हैं ।

2.3.2 विशेष संवाददाता

राष्ट्रीय और राज्यस्तरीय समाचारों का संकलन कर उनका विश्लेषण करते हुए लेखन का कार्य समाचारपत्रों में कार्यरत विशेष संवाददाताओं द्वारा किया जाता है । विशेष संवाददाता समाचार की नब्ज को पहचानते हुए तद्नुसार उसका कलेवर समाचारपत्र

के लिए निर्धारित करते हुए खबर की तह तक जाने का प्रयास करते हुए संबंधित विभिन्न अन्य समाचारों से उसे संबद्ध करते हुए समाचार लिखता है । एक अनुभवी पत्रकार होने के नाते विशेष संवाददाता समाचार लिखते समय घटना या विषय का विश्लेषण ही नहीं करते बल्कि वे उसके भविष्य में होने वाले परिणामों का विवेचन भी करता है । ऐसे ही इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विशेष संवाददाता किसी राजनीतिक समाचार, विशेष घटना के समाचार, विशिष्ट सूचना आदि का पूर्ण विश्लेषण करते हुए तार्किक ढंग से उसके परिणाम और उसके लोगों पर पड़ने वाले असर के बारे में ब्योरा बनाते हुए उसे व्यापक दर्शकों, श्रोताओं तक पहुंचाते हैं । ऐसे में वेघटना स्थल पर स्वयं पहुंचकर क्हाँ की दृश्य-श्रव्य सामग्री भी जुटाते हैं । उदाहरण के लिए लखनऊ से प्रकाशित होने वाले समाचारपत्र में लखनऊ नगर में समाचार का उत्तरदायित्व कार्यालय संवाददाता या रिपोर्टर का होता है ।

2.3.3 अंशकालिक संवाददाता

अंशकालिक संवाददाता वे होते हैं जो किसी समाचारपत्र, समाचार एजेन्सी के लिए दूर दराज के इलाकों से समाचार एकत्र कर प्रकाशित करने हेतु भिजवाते हैं । बड़े समाचारपत्रों के संवाददाता हालांकि देश की राजधानियों, बड़े नगरों में भी तैनात होते हैं परन्तु दूर-दराज के शहरों, गांवों में समाचारों के उनके स्रोत अंशकालिक संवाददाता ही होते हैं । ऐसे ही इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में ऐसे संवाददाताओं को स्ट्रिंगर कहा जाता है । वे घटना या विशेष विषय का ब्योरा श्रव्य या दृश्य या फिर श्रव्य-दृश्य दोनों ही रूपों में प्रसारण के लिए भिजवाते हैं ।

2.3.4 कार्य के आधार पर संवाददाता

संवाददाता की इन श्रेणियों के अलावा प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में बहुत से स्तरों पर पत्रकार जुड़े होते है । मीडिया में कार्य की प्रवृति के हिसाब से उनका नामकरण भी अलग-अलग स्थानों पर अलग-अलग किया हुआ है । कार्याधिकता के कारण संवाददाताओं की जो अन्य श्रेणियां की हुई हैं, वे इस प्रकार हैं-

2.3.4.1 लाइनर

ये वे संवाददाता होते हैं जो समाचारपत्र के स्थायी कर्मचारी नहीं होते । इन्हें उनके प्रकाशित समाचारों की पंक्तियां (कॉलम) के अनुसार अपने कार्य का पारिश्रमिक मिलता है । छोटे-छोटे कस्बों, गांवों में बड़े समाचारपत्रों के लिए लाइनर ही संवाददाता का कार्य करते हैं । ये समाचारपत्र के लिए विज्ञापन जुटाने का कार्य भी करते हैं ।

2.3.4.2 स्ट्रिंगर

लाइनर से कुछ बेहतर स्थिति स्ट्रिंगर की होती है । भले ही ये स्थायी कर्मचारी नहीं होते परन्तु इन्हें, जिस प्रिंट या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए कार्य करते हैं, उस मीडिया की ओर से पत्रकारों को दी जाने वाली सामान्य सुविधाएं उपलव्य करायी जाती है

। प्रतिमाह इन्हें एक निर्धारित राशि अपने पत्रकारिता कर्म के लिए प्रदान की जाती है । आजकल इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में तो अधिकांशत: स्ट्रिंगर ही तैनात होते हैं जिनके पास स्वयं के कैमरे होते हैं । संबंधित इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए ये स्ट्रिंगर दृश्य श्रव्य-दृश्य सामग्री भिजवाते हैं ।

2.3.4.3 पूर्णकालिक संवाददाता

जैसा कि नाम से ही विदित है । ये समाचारपत्र या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया चैनल के नियमित पत्रकार होते हैं । मीडिया ही आवश्यकता के अनुसार ये किसी जिला मुख्यालय या अन्य स्थान पर नियुक्त होते हैं और इन्हें उपसंपादक के समान सुविधाएं, वेतन प्राप्त होता है ।

2.3.4.4 स्टाफर्स

सामान्यतया राज्यों की राजधानियों में स्टाफर्स लगे होते हैं । इनका सीधा संबंध समाचारपत्र या चैनल के मुख्य कार्यालय से होता है । बड़े समाचारपत्र और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के बड़े चैनलों द्वारा ही स्टाफर्स रखे जाने की परम्परा है, चूंकि इन्हें नियमित पत्रकार की सुविधाएं और स्टेट्स दिया होता है ।

2.3.5 पत्रकार वेतन मंडल द्वारा निर्धारित संवाददाता

प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में संवाददाताओं की नियुक्ति अपनी सुविधा और स्तर के हिसाब से की होती है परन्तु पत्रकार वेतन मंडल द्वारा संवाददाताओं की जो श्रेणियां निर्धारित की हुई हैं, वे इस प्रकार से हैं-

2.3.5.1 विशेष संवाददाता (स्पेशल कॉरेसपोंडेट)

पत्रकार वेतन मंडल के मानदंडों के अंतर्गत विशेष संवाददाता उसे माना गया है जो किसी समाचारपत्र के लिए संसदीय, राजनीतिक और आम जन के महत्व के सभी समाचारों को संकलित करते हुए उनकी समीक्षा करता है । विशेष संवाददाता दिल्ली में भारत सरकार द्वारा मान्यता प्राप्त होता है और विदेश में नियुक्त किया हुआ भी हो सकता है । ऐसे परिभाषा में उन पत्रकारों को भी शामिल किया गया है जो संसदीय, राजनीतिक या सामान्य जन मुद्दों के समाचारों के संकलन एवं लेखन के साथ एक से अधिक राज्यों में या किसी ऐसे राज्यों या किसी ऐसे स्थान पर, जहां उनसे ऐसा ही कार्य करने को कहा गया है, काम करते हों ।

2.3.5.2 मुख्य कार्यालय संवाददाता (चीफ रिपोर्टर)

चीफ रिपोर्टर की श्रेणी में उन पत्रकारों को शामिल किया गया है जो समाचारपत्र के प्रकाशन के स्थान पर सभी कार्यालय संवाददाताओं के प्रमुख के रूप में कार्य करता हो । चीफ रिपोर्टर उसे माना गया है जो कार्यालय संवाददाताओं के कार्यो की देखभाल करता है और स्वयं नियमित रूप से विधान-मंडलीय, राजनीतिक तथा सामान्य महत्व के समाचारों का संकलन और उनकी व्याख्या करता है ।

2.3.5.3 उप मुख्य कार्यालय संवाददाता या वरिष्ठ संवाददाता

उप मुख्य संवाददाता की श्रेणी में वे पत्रकार आते हैं जो मुख्य कार्यालय संवाददाता की उसके कार्य में सहायता करते हैं तथा उनकी अनुपस्थिति में उसके कार्य का वहन भी करते हैं । ऐसे ही वरिष्ठ संवाददाता उसे कहा जाता है जो समाचारपत्र के प्रकाशन के स्थान पर समाचारों का संकलन करता है । वरिष्ठ संवाददाता उसे कहा जाता है जिसे संवाददाता के रूप में कार्य करने का कम से कम पांच वर्ष का अनुभव हो ।

2.3.5.4 रिपोर्टर

रिपोर्टर समाचारों को प्राप्त कर उसे समाचारपत्र के लिए सामान्यतया लिखने का कार्य करता है । समाचारपत्र में पत्रकार के रूप में किसी व्यक्ति की शुरूआत समाचारदाता के रूप में ही होती है । रिपोर्टर का काम एक पत्र के प्रकाशन स्थल या किसी अन्य विशेष स्थान पर समाचारों का संकलन कर उसे समाचारपत्र के लिए प्रस्तुत करना होता है ।

2.3.5.5 संवाददाता

पत्रकार वेतन मंडल के अनुसार संवाददाता वह व्यक्ति होता है जो समाचारपत्र प्रकाशित होने वाले स्थान से दूर रहकर समाचारों को एकत्र कर उन्हें फैक्स, इन्टरनेट, तार, डाक या फिर अन्य किसी भी संचार माध्यम से समाचारपत्र कार्यालय तक पहुंचाता है ।

2.3.5.6 विदेश संवाददाता

विदेश संवाददाता उसे कहा जाता है जो जिस देश में समाचारपत्र प्रकाशित होता है, उससे भिन्न किसी दूसरे देश में रहकर उस समाचारपत्र के लिए समाचार संकलन का कार्य करता है । ऐसा संवाददाता आम तौर पर संवाद समितियों या फिर किसी बड़े समाचारपत्र के लिए कार्य करता है ।

संवाददाताओं की उपर्युक्त श्रेणियां मुख्यत: पत्रकार वेतनक्रम के आधार पर किया हुआ है । वेतन क्रम के अनुसार ही पत्रकारों का यह वर्गीकरण ऐसा है जो स्वत: ही उनकी कनिष्ठता और वरिष्ठता के बारे में भी जानकारी दे देता है । यह जरूरी नहीं है कि सभी समाचारपत्रों में उपर्युक्त बताए प्रकार के सभी संवाददाताओं की श्रेणियां हों परन्तु मोटे तौर संवाददाताओं का विभाजन इसी आधार पर किया हुआ है ।

2.4 समाचार : स्वरूप एवं आशय

समाचार अंग्रेजी शब्द "न्यूज" का हिन्दी अनुवाद है । न्यूज दरअसल मध्यकालीन लैटिन शब्द "नोवा" से बना है । न्यूज से ही बाद में न्यूज पेपर अर्थात् समाचारपत्र शब्द प्रयोग में आया । मुद्रण कला के विकास के साथ समाचारपत्र का क्षेत्र निरंतर व्यापक होता चला गया । इंग्लैंड के "न्यूज पेपर लायबल रजिस्ट्रेशन एक्ट" के अनुसार "कोई भी परचा समाचारपत्र कहा जायेगा

बशर्ते कि उसमें सार्वजनिक समाचार, सूचनाएं छपी हो, अथवा इन समाचारों के संबंध में कोई टीका-टिप्पणी हो और वह एक निश्चित अवधि के बाद बिक्री के लिए प्रकाशित होता हो ।" समाचारपत्र के बारे में इस कथन से यह बात स्पष्ट होती है कि सार्वजनिक सूचनाओं को व्यापक अर्थों में समाचार कहा जाता है । अब तो समाचार शब्द ही सूचना के प्रसार का द्योतक बन गया है । मोटे तौर पर यह कहा जा सकता है कि मनुष्य की रूचि को ध्यान में रखते हुए एकाधिक लोगों तक पहुंचाई जाने वाली सूचना की अभिव्यक्ति को समाचार कहा जाता है । समाचार को किसी विशेष अर्थ में परिभाषित नहीं किया जा सकता, चूंकि इसका क्षेत्र अत्यधिक व्यापक है । प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के इस दौर में समाचारपत्रों में प्रकाशित सूचनाओं को ही समाचार नहीं कहा जा सकता बल्कि प्रसारण के विभिन्न माध्यमों में प्रस्तुत की जाने वाली सूचनाओं के विविध रूप भी समाचारों से ही संबंधित माने जायेंगे ।

सामान्यतया समाचारपत्रों के संदर्भ में समाचार वह है जिसे संपादक प्रकाशित करना चाहे या संपादक जिसे लिखे वह समाचार है । समाचार अर्थात् घटना, तथ्य या मत की ऐसी सामयिक सूचना जिसके बारे में जानने के लिए व्यापक वर्ग को उत्सुकता हो । ऐसा भी कहा जाता है कि जिसके बारे में कुछ समय पहले तक किसी प्रकार की जानकारी नहीं हो समाचार वह सच्चाई है ।

समाचार के बारे में बहुप्रचलित परिभाषा यह भी दी जाती है कि कुत्ता अगर आदमी को काट लें तो वह समाचार नहीं है । यदि आदमी कुत्ते को काट ले तो उसे समाचार कहेंगे । इसका अर्थ यह हुआ कि अप्रत्याशित ऐसी सूचना जिसके बारे में सामान्यतया अनुमान नहीं लगाया जाता, वह समाचार ही कहलायेगी । मीडिया में समाचार के बारे में एक अवधारणा यह भी खासा प्रचलित है कि जिस सूचना को लोगों को जानने न देने अर्थात् दबाने का प्रयास किया जाता है वहीं समाचार या खबर कहलाता है ।

शाब्दिक अर्थों में देखें तो समाचार को अंग्रेजी शब्द NEWS के हिन्दी रूपान्तरण के रूप में भी देखा जाता है । NEWS की उत्पति NEW से ली जाती है अर्थात् नवीन । जो कुछ नया है, जिसमें नवीनता का बोध हो । ऐसा माना जाता है कि NEW का समुच्चय NEWS है । हेडन कोश के अनुसार "सब दिशाओं की घटनाओं को समाचार कहा जाता है ।" इस अर्थ में NEWS शब्द के चार अक्षर चार दिशाओं के आद्याक्षर हैं । NEWS के पहले अक्षर N को NORTH, E को EAST, W को WEST व S को SOUTH के अंतर्गत चारों दिशाओं का सूचक मानते हुए इसका अर्थ लगाया जाता है । चूंकि समाचार के अंतर्गत चारों दिशाओं से समाचारों व सूचनाओं का आदान-प्रदान जो होता है । पत्रकारिता का प्राणतत्व समाचार ही जामना जाना जाता है । वृत्तांत, खबर, विवरण, सूचना को समाचार के पर्याय के रूप में देखा जाता है । अमरकोश में वार्ता, बूत्ति तथा उदन्त शब्द समाचार के लिए प्रयुक्त हुए हैं । ऐसे में यह कहा जा सकता है कि संवाद संप्रेषण के अंतर्गत बहुउपयोगी घटना की पूरी जान्कारी देने का कार्य समाचार के अंतर्गत किया जाता है ।

अंग्रेजी के बाद हिन्दी में यदि समाचार शब्द का विश्लेषण करें तो पायेंगे कि हिन्दी वर्णमाला के चार शब्दों स+म+च+र = समचर बना है । समचर का तात्पर्य साथ-साथ चलने से है । इस अर्थ में समाचार, समाचार दाता और प्राप्तकर्ता के साथ-साथ हस्तांतरण से संबंधित है

। समाचार का अर्थ समाज को सूचित करने से है । इसमें सूचना देना और लेना दोनों ही सम्मलित है । कुल मिलाकर समाचार का अभिप्राय दैनिक जीवन को सहज, सरल और कुछ रोचक बनाने के लिए मिलने वाले ज्ञान अर्थात सूचनाओं से है । मनुष्य सामाजिक प्राणी है और वह अपने आस-पास के परिवेश से कभी भी अलग नहीं रह सकता । ऐसे में समाचारों का मनुष्य से जुड़ाव निरंतर बना रहता है । एक दूसरे के बारे में जानने की उत्सुकता सहज मानवीय स्वाभाव है ।

आचार्य रामचन्द्र वर्मा के अनुसार - "'समाचार का अर्थ आगे बढ़ना, चलना, अच्छे आचरण अथवा व्यवहार है । मध्य और परवर्ती काल में किसी कार्य या व्यापार की सूचना को समाचार मानते थे ।"

प्रो. विलियम जी ब्लेयर के शब्दों में - "अनेक व्यक्तियों की अभिरूचि जिस सामयिक बात में हो, वह समाचार है । श्रेष्ठ समाचार वह है जिसमें बहु संख्यकों की अधिकतम रूचि हो ।'

मानचेस्टर गार्जियन के अनुसार - "समाचार किसी अनोखी या असाधारण घटना की अविलम्ब सूचना को कहते है । ऐसी सूचना जिसके बारे में लोग प्राय: पहले कुछ न जानते हो परन्तु जिसे तुरन्त ही जानने की अधिक से अधिक लोगों में रूचि हो ।'"

विलियम एल रिवर्स के मतानुसार - "घटनाओं, तथ्यों और विचारों की सामयिक रिपोर्ट जिसमें पर्याप्त लोगों की रूचि हो, समाचार है ।'"

जार्ज. एच. मौरिस कहते हैं - "समाचार जल्दी में लिखा गया इतिहास है ।"

टर्नर कॉलेज - "वह सभी कुछ जिससे आप कल तक अनभिज्ञ थे, समाचार है ।"

जेराल्ड डब्ल्यू जॉनसन के अनुसार- "साधारण व्यवहार में समाचार वे है, जो अखबार में छपते है और अखबार वे है जिन्हें समाचारपत्र में काम करने वाले तैयार करते है ।"

प्रो. रमेश जैन के शब्दों में - "सत्य, सामयिक और बहु संख्यक व्यक्तियों की जिसमें रूचि हो वही सूचना समाचार है ।"

इन परिभाषाओं के आधार पर स्पष्टत: यह कहा जा सकता है कि समाचार वह है जिसमें बहु संख्यक लोगों की जानने की उत्सुकता हो, जो नवीन हो, जिसमें गति हो, जो सामयिक घटनाओं और विषयों को अभिव्यक्त करती हो । वस्तुत: सूचनाओं के विस्फोट के इस दौर में समाचार सामयिक घटनाओं के इतिहास के रूप में प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की वह धरोहर है जिससे हर आम और खास का सरोकार जुड़ा होता है ।

2.4.1 समाचार के प्रकार

समाचार के मुख्यत: दो प्रकार है -

1. सीधा समाचार 2. व्याख्यात्मक समाचार ।

सीधा समाचार वह होता है जो सरल, स्पष्ट और सही तथ्यात्मक रूप में विवरणात्मक लिखा जाता है । इसके अंतर्गत तथ्यों को ज्यों का त्यों प्रस्तुत कर दिया जाता है, उनकी व्याख्या नहीं की जाती । व्याख्यात्मक समाचार घटना या तथ्यों के विश्लेषण पर आधारित होते हैं । इसके अंतर्गत समाचार के तथ्यों की गहरी खोजबीन करते

उसके पूर्ण परिवेश और भविष्य में पड़ने वाले तथ्यों के प्रभाव का विश्लेषणात्मक ब्यौरा प्रस्तुत किया जाता है ।

इसी प्रकार घटना के महत्व के हिसाब से देखें तो समाचारों को दो और भागों में विभक्त कर समझा जा सकता है ।

2.4.1.1 विशिष्ट समाचार (स्पॉट न्यूज़)

विशिष्ट समाचार वे होते है जो अचानक घटित किसी घटना या सूचना के अप्रत्याशित मोड़ के आधार पर लिखे जाते है । अर्थात् ये वे समाचार होते है जिनके बारे में पहले से किसी प्रकार का अनुमान नहीं होता । जब कोई घटना घट जाती है तो उसका विशेष महत्व और जो प्रभाव पड़ता है वहीं समाचार में आता है । संक्षेप में कहें तो ये सामयिक और अद्यतन होते है । विशिष्ट होने के कारण प्राय: ऐसे समाचार मुख्य पृष्ठ की खबर बनते है । अचानक और अप्रत्याशित घटना से जुड़े होने के कारण ऐसे समाचारों का महत्व कई बार इतना अधिक होता है कि समाचारपत्र की छपाई रोककर पूर्व समाचारों को गौण करते इन्हें स्थान दिया जाता है । ऐसे ही इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अंतर्गत ऐसे समाचार चल रहे प्रसारण के मध्य विशेष स्थान पाते हैं ।

2.4.1.2 व्यापी समाचार (स्प्रैड न्यूज़)

जैसा कि शब्दों से ही ज्ञात होता है, ये वे समाचार होते हैं जो अपने महत्व और प्रभाव से पूरी तरह अपना फैलाव करते हैं । अपने आप में पूर्ण ऐसे समाचार घटना या प्रसंग के संवाहक बनते विस्तार पाते हैं । ऐसे समाचार किसी विशिष्ट घटना या प्रसंग से महत्व पाते और दूसरी प्रभावित होने वाली घटनाओं के छोटे-छोटे अंशों के साथ पूर्ण रूप से व्याख्यात्मक अपना रूप दिखाते हैं । मसलन राष्ट्रपति पद पर किसी का मनोनयन होना । कल तक साधारण रूप में समाज का हिस्सा बना व्यक्ति जब देश के सर्वोच्च पद पर आसीन होता है तो उससे संबद्ध विभिन्न प्रकार की सूचनाएं भी अपना महत्व जताते व्यापक विस्तार पाती है । प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में इस प्रकार के समाचारों को विशेष स्थान मिलता है और उनका प्रस्तुतीकरण भी खासा रोचक होता है । समाचारों को यूँ तो किसी तयशुदा ढाँचे में नहीं रखा जा सकता परंतु फिर भी क्षेत्र, स्थान, घटना आदि के आधार पर उन्हें अलग-अलग रूप में वर्गीकृत किया जा सकता है । मसलन स्थानीय समाचार, प्रांतीय समाचार, अंतर्देशीय और अंतर्राष्ट्रीय समाचार । इनके अंतर्गत भी समाचारों का अलग-अलग रूप में विषय के हिसाब से वर्गीकरण किया जा सकता है, यथा खेल समाचार, विधि समाचार, आर्थिक, राजनैतिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, वैज्ञानिक, सरकारी प्रेस विज्ञप्ति आदि।

2.5 समाचार के स्रोत

समाचार के विभिन्न स्रोत होते हैं । एक संवाददाता को अच्छे समाचारों के लिए लिखित स्रोतों, विशेषज्ञों, आम या भुक्तभोगी लोगों, घटना से संबंधित लोगों को स्रोत के रूप में प्रयोग करना होता है । खास परिस्थितियों में संवाददाता स्वयं घटनास्थल जाकर खुद भी सूचनाओं का स्रोत

हो सकता है । समाचार के स्रोत प्रत्यक्ष भी हो सकते हैं और अप्रत्यक्ष भी हो सकते हैं । समाचार लिखने वाले संवाददाता का जितना समृद्ध जनसम्पर्क होगा, उतना ही वह समाचारों के मामले में समृद्ध होगा । समाचारों के विभिन्न स्रोत इस प्रकार से हैं-

2.5.1 प्रत्याशित स्रोत

प्रत्याशित स्रोत वे होते हैं जिनसे सीधे तौर पर समाचार प्राप्त किया जा सकता है । विभिन्न सामाजिक संस्थाएं, धार्मिक स्थल, नगर विकास न्याय, विकास प्राधिकरण, पुलिस स्टेशन, अस्पताल, संसद और विधानसभाएं, सरकारी कार्यालय, पत्रकार सम्मेलन, सार्वजनिक समारोह, अदालतों के फैसले आदि प्रत्याशित स्रोत के समाचार होते हैं । प्रत्याशित स्रोतों से प्राप्त समाचारों को समाचारपत्र-पत्रिकाओं अथवा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए बेहद सावधानी रखते हुए संपादित करके ही प्रकाशन या प्रसारण योग्य बनाया जाता है ।

2.5.2 अप्रत्याशित स्रोत

पहले से किसी घटना का अनुमान नहीं हो और अचानक वह घट जाए और उससे जब समाचार बनता है तो वह अप्रत्याशित स्रोत श्रेणी का समाचार माना जाता है । मसलन सब कुछ सामान्य चलते हुए औचक कहीं पर कोई बड़ी दुर्घटना हो जाती है, आगजनी हो जाती है या फिर किसी संस्थान, विभाग के अंतर्गत महत्वपूर्ण फैसले से व्यापक वर्ग पर बहुत बड़ा प्रभाव पड़ने जा रहा हो और उसके बारे में संवाददाता को वहां ऐसे ही जाने पर सहज जानकारी मिल जाती है तो वह उस समाचार का महत्व जानते हुए जब उसे पता लगाता है तो वह अप्रत्याशित स्रोत का समाचार हो जाता है । ऐसे ही संवाददाता घर से कार्यालय के लिए रवाना हुआ, रास्ते में ट्रैफिक पुलिस की मनमानी या बगैर रसीद काटे चालान काटे जाने को अपनी आंखों से देखता है तो इस दिशा में और खोज-बीन प्रारंभ कर महत्वपूर्ण तथ्य जुटा लेता है तो अनायास ही उसे अप्रत्याशित स्रोत से कई बार महत्वपूर्ण समाचार मिल जाता है । समाचारों के लिए ये ऐसे स्रोत होते हैं जो पहले से तय नहीं होते हैं अनायास ही उनसे समाचार बन जाते हैं ।

2.5.3 पूर्वानुमानित स्रोत

विषयों, घटनाओं, प्रसंगों के संबंध में पहले से अनुमान लगाकर लिखे जाने वाले समाचार पूर्वानुमानित स्रोत माने जाते हैं । पूर्वानुमानित स्रोत समाचार लेखक की तर्क शक्ति, बौद्धिक क्षमता, भविष्य को भांप लेने की योग्यता आदि पर निर्भर करती है । समाचार पत्र-पत्रिकाओं एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अंतर्गत ऐसे स्रोतों के इस्तेमाल से कई बार बेहद महत्वपूर्ण समाचारों का प्रकाशन, प्रसारण संभव हो जाता है । किसी घटना, प्रसंग के संकेत से ही संवाददाता यह समझ लेता है कि भविष्य में इसकी क्या परिणति होनी है, इसी आधार पर कई बार विशिष्ट समाचार मीडिया को प्राप्त हो जाते है । कई बार ऐसा भी होता है कि मौसम, विज्ञान के किसी शोध अनुसंधान

को लेकर भी इस प्रकार के अनुमान लगाए जाते हैं जो भविष्य में सच होते है या फिर चुनावों के दौरान भी संवाददाता जनता की लहर को देखते हुए एक्जिट पोल जैसा कोई विशेष समाचार लिख देते हैं । पूर्वानुमानित समाचार स्रोत पूर्णत: संवाददाता के विवेक और बुद्धि पर ही निर्भर होता है ।

मुख्यत: समाचार के स्रोतों को उपर्युक्त तीन श्रेणियों में ही बाँट कर देखा जाता है परन्तु इनके अलावा भी समाचारों के विभिन्न प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष स्रोत होते हैं । समाचारपत्रों में जब कोई समाचार प्रकाशित होता है तो उसके विभिन्न स्रोतों के बारे में भी जानकारी दी जाती है । किसी समाचारपत्र में उसके स्थायी कर्मचारी संवाददाताओं के साथ ही अंशकालिक और स्वतंत्र पत्रकारों के लिखे समाचार भी प्रकाशित किये जाते है । समाचारों के स्रोत किसी भी स्तर के हो सकते है । समाचार पत्र-पत्रिकाओं और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विभिन्न माध्यमों के द्वारा प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष स्रोतों से समाचार संकलित कर उनका प्रस्तुतिकरण किया जाता है ।

2.6 समाचार संकलन

समाचारपत्र के लिए किसी समाचार का लेखन या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए समाचार का प्रसारण किया जाता है तो निर्धारित स्रोतों के साथ ही बहुत से व्यक्तिगत स्रोतों का भी सहारा लेता है । सबसे पहले तो वे सब जानकारियाँ जो किसी न किसी रूप में पहले से ही मीडिया में उपलब्ध है उसमें हम एक समाचार के रूप में विकसित कर सकते हैं और इस दृष्टि से यह हमारा समाचार का स्रोत है अर्थात् यहाँ से हमें समाचार का विचार आया या उसकी पहली सूचना प्राप्त हुई । इसकेअलावा आम लोग भी कार्यालय आकर या जहाँ कहीं हम उनसे मिलते हैं हमें इस तरह की सूचना देते हैं जिन्हें हम समाचार के रूप में विकसित कर सकते हैं ।

कई बार समाचार एजेन्सियों भी ऐसे समाचारों को जारी करती हैं जिन्हें हूबहू उपयोग में लेने की बजाय उनके आधार पर उससे संबंधित और खोजबीन करके महत्वपूर्ण समाचारों का सृजन पत्रकार कर लेते हैं । समाचार एजेन्सी ने मान लीजिए राजधानी दिल्ली से संबंधित कोई राजनीतिक समाचार जारी किया है, स्थानीय गतिविधियों को उसमें सम्मिलित करते हुए जब पत्रकार तथ्य से संबंधित और भी जानकारियां जुटा लेते हैं तो उससे समाचार एजेन्सी से इतर भी महत्वपूर्ण समाचार बन जाता है । किसी भी पत्रकार के लिए उसके जानकारी के नितान्त निजी स्रोतों का विशेष महत्व होता है । विभिन्न संस्थानों, विभागों, कार्यालयों, संसद एवं विधानसभाओं आदि सभी स्थानों पर पत्रकार जब निरंतर जाता-आता रहता है तो स्वयं के निजी सम्पर्क भी वहां के कर्मचारियों, स्टाफ के लोगों से कर लेता है । यही उसके ऐसे स्रोत होते हैं जो कई बार बेहद महत्वपूर्ण सूचनाएं पत्रकार को अनायास ही प्रदान कर देते हैं । ऐसे में यह कहा जा सकता है कि किसी भी पत्रकार के घनिष्ठ सम्पर्क ही उसके समाचार के स्रोत होते हैं । मोटे तौर पर समाचार प्राप्ति के लिए समाचारपत्र या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के दो ही स्रोत होते हैं-

- पत्रकार या संवाददाता
- समाचार समितियाँ या सरकारी एजेन्सियाँ

प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में समाचार प्राप्ति के मुख्य स्रोत उसके स्वयं के पत्रकार या फिर समाचार समितियाँ एवं सरकारी एजेन्सियां ही होती हैं । यहीं से आधिकारिक समाचार प्राप्त होते हैं । इसके अलावा पत्रकार सूचनाओं की प्राप्ति भी विभिन्न स्तरों पर करता है । सूचना को ही बाद में वह यदि उससे समाचार बनाता है तो उसका उपयोग खबर के रूप में करता है । यदि सूचना खबर योग्य नहीं है तो उसका उपयोग फिर वह नहीं करता है, किसी और संदर्भ के लिए उसका उपयोग है तो कई बार वह तत्काल उसका उपयोग समाचार के रूप में नहीं करके बाद में भी उसका प्रयोग कर लेता है । आरंभिक समाचार के मोटे तौर पर जो स्रोत होते हैं, वे इस प्रकार से हैं-

2.6.1 प्रेस विज्ञप्ति

समाचारपत्रों, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अंतर्गत टीवी एवं रेडियो चैनलों पर सरकार के विभिन्न विभाग, संस्थान, कंपनियाँ आदि अपने यहाँ आयोजित कार्यक्रम या फिर किसी विशेष कार्य के लिए गए निर्णय, बैठकों आदि के बारे में प्रेस विज्ञप्ति तैयार कर भिजवाने का आजकल एक प्रकार से रिवाज ही प्रारंभ हो गया है । यहां तक कि प्रेस सम्मेलन, प्रेस कान्फ्रेंस, किसी विशिष्ट आयोजन आदि में भी पहले से तैयार प्रेस विज्ञप्ति पत्रकारों को प्रदान की जाने लगी हैं । प्रेस विपत्ति समाचार का बड़ा स्रोत इस रूप में है कि संवाददाता इससे प्रामाणिक जानकारी प्राप्त कर अपने समाचार को पूरा कर लेता है, इससे बाद में किसी प्रकार की विवाद की कोई गुंजाईश नहीं रहती । प्रेस विज्ञप्ति भी कई बार हूबहू समाचार शक्ल में तैयार कर दी जाती है तो कई बार घटना, समारोह, निर्णय के विवरण के रूप में समाचारपत्रों, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के चैनलों तक पहुँचती हैं । सूचना के इस स्रोत का समाचार लेखन में बड़ा योगदान होता है । जागरूक पत्रकार प्रेस विज्ञप्ति का बेहतरीन उपयोग खबर के लिए करता है तो कई बार प्रेस विज्ञप्ति भेजने वाले को यह लाभ भी मिलता है कि उसके द्वारा प्रेषित सूचना हूबहू समाचार बन जाती है । यह इस बात पर निर्भर करता है कि प्रेस विज्ञप्ति भेजने वाले ने समाचारपत्र की अनुकूलता का कितना ध्यान रखा है । बहरहाल, प्रेस विज्ञप्ति समाचार का बड़ा स्रोत है ।

2.6.2 पुलिस थाने एवं अस्पताल

वर्तमान समाचार के बड़े स्रोत के रूप में इनका अत्यधिक महत्व है । किसी प्रकार की घटना, दुर्घटना के बारे में सबसे पहले पत्रकार पुलिस थाने या फिर अस्पताल से ही जानकारी प्राप्त करता है । स्थान विशेष पर होने वाले अपराध, दुर्घटना या फिर किसी विवाद के बारे में पुलिस थानों और अस्पतालों से ही सूचनाएं प्राप्त की जाती है । समाज में जो कुछ घटित हो रहा है, उससे मानवीय भावनाएं जुड़ी होती है । ऐसे में प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया कर्मी प्राय: इन स्थानों से सतत सम्पर्क बनाए रखते हैं ताकि किसी भी प्रकार की घटना-दुर्घटना के बारे में व्यापक पाठक वर्ग, दर्शक-श्रोताओं को उसके बारे में जानकारी दी जा सके ।

2.6.3 सरकारी एवं गैर सरकारी संस्थान

समाज से जुड़े सरोकार वाले संस्थानों, शिक्षण संस्थाओं, तकनीकी एवं विज्ञान इंस्टीट्यूट आदि के अंतर्गत समाज को दिशा देने वाले कौनसे नये कोर्स, प्रशिक्षण प्रारंभ किए जाने वाले हैं, कैरियर को ये कैसे दिशा देंगे या फिर शिक्षण से समाज निर्माण में इनकी क्या भूमिका रहेगी, इसे देखते हुए ज्ञान विज्ञान से जुड़े स्कूल कॉलेज, विश्वविद्यालय, सरकारी एवं गैर सरकारी प्रशिक्षण संस्थान आदि समाचारों के उपयोगी स्रोत साबित होते हैं । पत्रकार इनसे सम्पर्क रखते हुए कई बार बेहद महत्वपूर्ण समाचार जुटा लेता है ।

2.6.4 प्रेस सम्मेलन

विभिन्न बड़े संस्थानों, उपक्रमों, जनप्रतिनिधियों, सरकारी विभागों, संसद, विधानसभा तक में प्रेस सम्मेलन बुलाकर पत्रकारों को विशेष कार्यक्रम, आयोजन, लिए गए विशिष्ट निर्णय, बहुउपयोगी जानकारियां, आम जन के हित से जुड़े मुद्दों पर जानकारी देने के लिए प्रेस सम्मेलन का आयोजन किये जाते हैं । इसके अंतर्गत एक साथ प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के प्रतिनिधियों को बुलाकर जानकारी दी जाती है । जब ऐसा होता है तो पत्रकार भी संबंधित या इतर विषय से जुड़ी और जानकारियों के लिए प्रेस सम्मेलन बुलाने वाले से प्रश्न करके समाचार सामग्री जुटाता है । फिल्म अभिनेता, राजनेता, विशेष विषय से जुड़ी नामचीन व्यक्तित्व के लिए कई बार प्रेस द्वारा भी मिट-द-प्रेस का आयोजन किया जाता है । इसमें संबंधित व्यक्ति से उससे जुड़े सामाजिक सरोकारों वाले प्रश्न कर समाचारों का सृजन किया जाता है ।

2.6.5 जनसम्पर्क विभाग

समाचार प्राप्ति का बेहद महत्वपूर्ण स्रोत केन्द्र एवं राज्य सरकार के जनसम्पर्क विभाग होते हैं । प्राय: सभी राज्यों के जिला मुख्यालयों पर सूचना एवं जनसम्पर्क कार्यालय होते हैं और वहां पदस्थापित सूचना एवं जनसम्पर्क अधिकारी प्रतिदिन जिले में स्थित विभिन्न राजकीय विभागों से संबंधित सूचनाओं को समाचार के रूप में तैयार कर प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया तक पहुंचाने की व्यवस्था करता है । विशेष आयोजन, विशिष्ट व्यक्ति की सैर, राजनीतिज्ञ के दौरे, महत्वपूर्ण सरकारी बैठकों में होने वाले निर्णयों आदि की समाचारपत्रों एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया तक पहुंच प्राय सरकारी जनसम्पर्क कार्यालयों के माध्यम से ही होती है । देश की राजधानी दिल्ली में भी विभिन्न राज्य सरकारों के अपने-अपने सूचना केन्द्र हैं जो राष्ट्रीय मीडिया तक सरकारी प्रेस विज्ञप्तियां, महत्वपूर्ण निर्णयों, आयोजनों के समाचार प्रेषित करते हैं । केन्द्र सरकार द्वारा प्रेस इन्फोर्मेशन ब्यूरो के जरिए विभिन्न सरकारी विभागों की योजनाओं, उपलब्धियॉ को मीडिया तक पहुंचाया जाता है ।

2.6.6 साक्षात्कार

समाचार के महत्वपूर्ण स्रोत के रूप में साक्षात्कार का विशिष्ट स्थान है । साक्षात्कार के अंतर्गत संवाददाता विशिष्ट विषय के जानकार, प्रमुख राजनीतिज्ञ, वैज्ञानिक, फिल्म अभिनेता या अन्य किसी प्रकार के महत्वपूर्ण व्यक्तित्व से व्यक्तिगत साक्षात्कार के जरिए अपनी जिज्ञासाओं का समाधान पाता है । संवाददाता जो प्रश्न साक्षात्कारदाता से करता है, उनके उत्तर ही समाचारों के रूप में प्रयुक्त कर लेता है । साक्षात्कार आधारित समाचार इस रूप में विश्वसनीय और लोगों के लिए रोचक होते हैं कि उनमें कयास या किसी प्रकार का संदेह नहीं होता है । प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक दोनों ही मीडिया के लिए साक्षात्कार समाचार का प्रमुख स्रोत है ।

2.6.7 न्यूज एजेन्सियां

हालांकि बदलते समय के साथ समाचारपत्रों के प्रकाशित होने वाले बहु संस्करणों और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के दूर-दराज पर तैनात स्ट्रिंगरों के कारण समाचार समितियों का महत्व धीरे-धीरे कम होता चला गया है परन्तु आज भी बड़े स्तर पर समाचार समितियां ही समाचार के प्रमुख स्रोत होती है । समाचार समितियां स्वयं समाचार का प्रसारण या प्रकाशन नहीं करती बल्कि प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए इनका संकलन, प्रेषण करती है । बड़े समाचारपत्र विशेष? विदेश समाचारों, किसी घटना, प्रसंग से जुड़े दूर दराज के मुद्दों पर आज भी समाचार समितियां द्वारा प्रेषित समाचारों पर ही अधिक निर्भर है । राज्यों से प्रकाशित होने वाले समाचारपत्रों को राज्य के अलावा अन्य राज्यों और देश के महत्वपूर्ण समाचार ज्ञात करने का प्रमुख स्रोत आज भी समाचार समितियां ही हैं । समाचार समितियां समाचारपत्रों एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया चैनलों को घटना विशेष का त्वरित समाचार एवं फोटो प्रेषण करती हैं । प्रमुखत: देश में वर्तमान में प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया, यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया, भाषा, वार्ता, हिन्दुस्तान समाचार आदि समाचार एजेन्सियां देशभर के समाचारपत्रों एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को अपनी समाचार सेवाएं देती है । अन्तर्राष्ट्रीय समाचार एजेन्सियों के अंतर्गत ए.पी. अमेरिका, रायटर, आईएनएस, यू.पी.आई., ए.एफ.पी., तास आदि प्रमुख हैं । ये विश्वभर के मीडिया को समाचार एवं फोटो सेवाएं प्रदान करती है ।

2.7 समाचार लेखन एवं प्रस्तुतीकरण

संवाददाता विभिन्न स्रोतों से समाचार प्राप्त करने के बाद समाचारपत्र या फिर इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अपने चैनल की अनुकूलता के हिसाब से उसे लिखता है । समाचार लेखन से पहले वह इस बात पर ही विचार करता है कि कैसे उसकी शुरूआत की जाए । समाचार में कौनसी ऐसी महत्वपूर्ण जानकारी है जिसे पहले दी जाए और बाद का क्रम कैसे रखा जाए, यही संवाददाता समाचार लेखन में पहले-पहल तय करता है । समाचार लेखन के अंतर्गत संवाददाता-

- तथ्यों का संकलन करता है ।
- उनसे संबंधित संदर्भों की तलाश करता है ।

- आवश्यक हो तो उससे संबंधित व्यक्ति के वक्तव्यों को भी लिया जाता है ।
- वक्तव्य संकलन के बाद समाचार लेखन की कार्य योजना बनायी जाती है ।
- इसके बाद आमुख तैयार करता है ।
- आमुख के बाद के तथ्यों का क्रम निर्धारण करते हुए समाचार संबंधी प्राप्त अन्य सूत्रों और सामग्री को समायोजित करते हुए समाचार का समापन करता है ।

समाचारपत्रों और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में समाचारों के लेखन का अलग-अलग तरीका होता है । समाचार से आशय है सबसे पहले तो क्या हुआ फिर कैसे हुआ और अंत में इसके क्या परिणाम होंगे । मुख्यत: समाचारों का लेखन करते समय उसके तीन हिस्से किए जाते हैं । प्रथम समाचार का आमुख या इंट्रो, द्वितीय भाग समाचार का विस्तार और तीसरा भाग उसका अंत । समाचार लेखन के अंतर्गत इस बात का ध्यान विशेष रूप से रखा जाना चाहिए कि समाचार का महत्व किस रूप में हैं । उसी आधार पर उसका इंट्रो अर्थात् आमुख लिखा जाता है । समाचार का आरंभ अत्यधिक आकर्षक और प्रभावी होना चाहिए । दरअसल आमुख ही समाचार का वह हिस्सा होता है जिसे पढ़ते ही उसे आगे पढ़ने या न पढ़ने का प्रिंट मीडिया के अंतर्गत पाठक मानस बनाता है । ऐसे ही इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अंतर्गत किसी खबर या समाचार का रोचक, प्रभावशाली शैली से शुरुआत करने से ही उसके आगे देखे जाने का दर्शक का मन करता है । इस रूप में समाचार का इंट्रो ऐसा होना चाहिए जो पाठक या दर्शक में अपने शब्दों से ऐसा जादू जगाए कि उसे ग्रहण करने वाला उससे मोहित होते उससे बंधता चला जाए । आमुख सधे हुए शब्दों में ऐसा होना चाहिए जो संक्षिप्तता के साथ अपने उद्देश्य की पूर्ति करें यानी जिससे पहली नजर में ही पाठक या दर्शक समाचार के मंतव्य को जानते उसे आगे जानने के लिए उत्सुक बना रहे । इंट्रो या आमुख मुख्यत: समाचार के छ: ककार की अवधारणा पर आधारित होते हैं । छ: ककार- "कब, किसने. कहां, क्यों, कैसे, और क्या" हैं । समाचार के अंतर्गत घटना, पात्र, स्थान, समय, कारण और जिज्ञासा से जब समाचार प्रारंभ किया जाता है तो उसमें इन छ: ककारों का ही प्रयोग सुनिश्चित किया जाता है । सभी समाचार सामान्यतया इन्हीं पर आधारित होते हैं ।

समाचार के दूसरे हिस्से के अंतर्गत समाचार का विस्तार किया जाता है । इसके अंतर्गत इंट्रो में जो जानकारी दी जाती है, उसे सुनियोजित तरीके से सिलसिलेवार आगे बढ़ाया जाता है । समाचार के विस्तार भाग को दरअसल समाचार की देह कहा जाता है । इसके अंतर्गत समाचार से जुड़े विभिन्न अन्य आवश्यक तत्वों का उल्लेख किया जाता है । कई बार ऐसा भी होता है कि समाचार के विस्तार भाग के अंतर्गत ही समाचार का अंत भी निहित होता है । ऐसा यदि नहीं होता है तो समाचार के अंतिम भाग को विशिष्ट रूप से लिखा जाता है । इसका अर्थ यह है कि समाचार पूरा लिखे जाने के बाद अंत में उसके समाहार के रूप में उसके भविष्य के परिणामों के संदर्भ में किसी प्रकार की आशंका या संभावना व्यक्त की जाती है ।

समाचार लेखन के अंतर्गत इस बात का सदैव ध्यान रखा जाना चाहिए कि वह किस माध्यम के लिए लिखा जा रहा है । समाचारपत्र में कोई लिखा हुआ समाचार बेहद आकर्षक, रोचक हो सकता है, जरूरी नहीं है कि वह रेडियो या दूरदर्शन या किसी निजी चैनल के लिए भी उतना ही रोचक व महत्वपूर्ण बना हो । ऐसे में सावधानी यह रखी जानी जरूरी है कि समाचार लिखने

से पहले उसके माध्यम के बारे में ध्यान रखते हुए उसका लेखन किया जाए, चूंकि समाचारपत्र, रेडियो, टीवी आदि माध्यमों के लिए समाचार लेखन का स्वरूप अलग-अलग होता है । मसलन रेडियो एवं टीवी के लिए समाचार जब लिखा जाता है तो हर समाचार के लिए पृथक पृष्ठ पर उसका तथ्यवार ब्योरा लिखा जाता है । समाचार लेखन में यहाँ पर दृश्य के लिए अंतराल को भी विशेष रूप से ध्यान में रखना पड़ता है । अंतराल में या तो दृश्य चित्र या फिर छायाचित्रों के लिए अलग-अलग अवधि को दृष्टिगत रखते हुए समाचार प्रस्तुत किया जाता है ।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए समाचार लेखन इस रूप में भी चुनौतीपूर्ण होता है कि वहाँ दृश्य एवं श्रव्य को ध्यान में रखते हुए लेखन करना होता है । ऐसे समाचारों में सरल, सहज शब्दों का प्रयोग तो हो ही साथ में उनकी शैली ऐसी हो जिससे दर्शक या श्रोता समाचार को अपना हिस्सा मानें । प्रिंट मीडिया में भी समाचार लेखन के लिए तयशुदा मापदंडों को मानते हुए लेखन नहीं किया जाना चाहिए । पाठकों को ध्यान में रखते हुए कैसे समाचार पाठक के परिवेश का हिस्सा बने, कैसे वह पाठक में उत्सुकता को अंत तक बनाए रखे? इन प्रश्नों पर विचार करके यदि समाचार लेखन किया जाए तो न केवल वे प्रभावी होंगे बल्कि अपना असर भी पाठक पर अंत तक बनाए रखेंगी ।

सामान्यतया प्रत्यक्ष स्रोत का उल्लेख समाचार में कर दिया जाता है । परन्तु कई बार विश्वसनीय स्रोत के द्वारा जानकारी प्राप्त कर संवाददाता समाचार का लेखन करता है । ऐसे में वह उस स्रोत का सीधे तौर पर उल्लेख नहीं करता है । ऐसे में समाचार जब लिखा जाता है तो संवाददाता उसमें "विश्वसनीय सूत्रों के अनुसार" या फिर सूत्रों से प्राप्त जानकारी के अनुसार' या फिर "जानकार सूत्रों के अनुसार" आदि शब्दों का इस्तेमाल करते हुए समाचार का लेखन करता है ।

समाचारों का सर्वाधिक महत्वपूर्ण, विश्वसनीय प्रचलित और मान्य स्रोत सरकार के विभिन्न विभाग भी होते हैं । राज्य एवं केन्द्र सरकार के सूचना एवं जनसम्पर्क विभाग समाचारों के प्रमुख स्रोत इस रूप में होते हैं कि उनके जरिए जन कल्याण, आम आदमी से सरोकार वाली योजनाओं, परियोजनाओं के बारे में समाचारपत्रों को नियमित रूप से सामग्री प्राप्त होती है । सरकारी एजेन्सी द्वारा उपलव्य करायी गयी जानकारी प्रेस विज्ञप्ति, सरकारी विभाग, मंत्रालय, कार्यालय अधिकारी द्वारा बुलायी गयी प्रेस कान्फ्रेंस, प्रेस सम्मेलन के जरिए समाचारपत्रों तक पहुंचती हैं । सरकार के सूचना एवं जनसम्पर्क अधिकारी समाचारपत्रों एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से प्रत्यक्षत: सतत सम्पर्क बनाए रखते हैं ताकि सरकारी नीतियों, कार्यक्रमों, उपलब्धियों, जनता से सरोकार वाले मुद्दों पर सरकार के रूख आदि को व्यापक लोगों तक प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा पहुंचाया जा सके ।

समाचार स्रोत के अंतर्गत समाचारपत्र के संवाददाता के सम्पर्क का दायरा जितना विस्तृत होगा, उतना ही वह समाचारों के मामले में समृद्ध होता है । संवाददाता की अपने समाचार स्रोत के प्रति जितनी अधिक विश्वसनीयता होगी, उतने ही महत्वपूर्ण समाचार पत्र प्राप्त कर उन्हें समाचारपत्र हेतु लिख सकता है । इसी आधार पर उसे कई बार बेहद महत्वपूर्ण समाचार भी हासिल हो जाते हैं । संवाददाता के अपने स्रोतों के साथ ही उसकी स्वयं की सक्रियता भी उससे

अच्छे समाचार कई बार लिखवा लेती हैं । मसलन वह अपने आस-पास के परिवेश, संभावित घटनाओं के प्रति कितना सजग है, उसे किसी विषय विशेष की संभावना या आशंका के बारे में तार्किक विश्लेषण की कितनी क्षमता है, आदि ऐसी बहुतेरी बातें हैं जिनके आधार पर कई बार बेहद महत्वपूर्ण समाचार समाचारपत्र को मिल जाते हैं । अपराध, दुर्घटना वाले स्थानों पर संवाददाता को स्वयं उपस्थित होकर घटना, समाचार का ब्योरा लेते हुए उससे संबंधित समाचार लिखना होता है तो अकाल, बाढ़ आदि के समय की घटनाओं का सूक्ष्म एवं बारीक मूल्यांकन यदि करना उसे आता है तो वह समाचारपत्र पाठकों के लिए कई बार मार्गदर्शन का कार्य भी अपने समाचार के जरिए कर देता है । यहाँ भी महत्वपूर्ण उसकी स्वयं की सक्रियता और उसके व्यक्तिगत स्रोत ही होते हैं ।

बहुत पहले इन पंक्तियों का लेखक जब स्वतंत्र पत्रकारिता के अंतर्गत 'साप्ताहिक ब्लिट्ज़' के लिए खोजी पत्रकारिता से संबद्ध समाचार लेखन से नियमित जुड़ा हुआ था तो ऐसे ही व्यक्तिगत संपर्कों के कारण कई बार बेहद महत्वपूर्ण ऐसे समाचार भी प्राप्त हुए जो स्थानीय दैनिक समाचारपत्रों को भी तब उपलब्ध नहीं हो पाए थे । याद पड़ता है बीकानेर के पी.बी.एम. अस्पताल में डॉक्टरों की लापरवाही से एक महिला को माँ बनने के सुख से सदा के लिए वंचित होना पड़ा था । चिकित्सकों ने महिला को अवधिपार इंजेक्शन लगा दिया था । रात्रि को महिला के बहुत अधिक रक्तस्त्राव होने लगा और डॉक्टरों को उसकी बच्चेदानी निकालनी पड़ी । रात्रि में कोई दो बजे के करीब व्यक्तिगत सम्पर्क सूत्रों के अनुसार इस संबध में इन पंक्तियों के लेखक को जब जानकारी मिली तो त्वरित लेखक अस्पताल पहुँचा और तभी चिकित्सकों की इस लापरवाही की जो रपट तैयार की उसका फायदा यह हुआ कि अस्पताल में लगायी जाने वाले अवधिपार इंजेक्शन की पोल खुली और इससे अस्पताल की व्यवस्थाओं में तो सुधार हुआ ही चिकित्सकों की लापरवाही से होने वाले नुकसान से भी मरीजों को निजात मिली ।

समाचारपत्रों द्वारा समाचार लेखन के अपने स्रोत के बारे में डेटलाईन के बाद उसकी जानकारी देता है । संवाददाता स्वयं के स्तर पर जब विशेष जानकारी जुटाता है और उसको एक्सक्लूजिव के रूप में लिखता है तो वह उसका अपना विशेष समाचार होता है और प्राय: उसके नाम से ही समाचारपत्र में वह प्रकाशित होता है । ऐसे समाचार बाइलाईन (संवाददाता के नाम के साथ) प्रकाशित होते हैं । इसी प्रकार संवाददाता जब किसी प्रेस विज्ञप्ति से समाचार बनाता है तो समाचार स्रोत के रूप में (वि.) लिखा जाता है । समाचार एजेन्सियों से प्राप्त समाचारों में डेटलाईन के बाद संबंधित एजेन्सी का संक्षिप्त नाम (रायटर/पीटीआई/यूएनआई/भाषा/वार्ता आदि) लिखा जाता है ।

समाचार लेखन एवं प्रस्तुतिकरण के संबंध में नार्थ क्लिफ का यह कथन अत्यधिक सटीक है- "समझाइए, सरल बनाइए और स्पष्ट कीजिए ।"

इस संबंध में महाकवि अज्ञेय का यह कथन भी अत्यन्त महत्वपूर्ण हैं- "शब्द ब्रह्म का रूप है । इसे नष्ट न करें और कम शब्दों में अधिक बात कहने की कला सीखें ।"'

दरअसल समाचार लेखन और प्रस्तुतिकरण के अंतर्गत सामयिकता के साथ ही जनाकर्षण का ध्यान रखा जाना बेहद जरूरी है । इसी से वह अधिकतम पाठकों, दर्शकों और श्रोताओं में अपनी पैठ बना पाता है । जनरूचि, लोगों के आकर्षण, तथ्यों की सच्चाई, पाठकों के शिक्षा स्तर,

जनमत निर्माण में सहयोग आदि ऐसी बातें हैं, जिन्हें ध्यान में रखकर समाचार का लेखन, प्रस्तुतिकरण किया जाए तो लोकतंत्र के चौथे स्तम्भ के रूप में मीडिया की भूमिका में समाचार अपनी प्रभावशाली भूमिका निश्चित ही व्यापक पाठक वर्ग पर बनाता है । संवाददाता इसे ध्यान में रखते हुए कार्य करे तभी उसके होने की सार्थकता सही मायने में सिद्ध होती है ।

2.8 समाचारों का अनुवर्तन

संवाददाता का कार्य समाचार लेखन तक ही सीमित नहीं होता बल्कि वह समाचार के बाद भी उससे संबंधित तथ्यों का एक प्रकार से पीछा करता है । गत दिवस के समाचारों की अगली और नवीन सूचना की प्राप्ति की प्रक्रिया को ही दरअसल खबरों का अनुवर्तन करना कहते हैं । समाचारों का फॉलोअप समाचार के महत्व को ध्यान में रखकर किया जाता है । फॉलोअप के अंतर्गत समाचार के पहले के तथ्य, बाद में होने वाले परिणामों और भविष्य में संभावित परिणाम को ध्यान में रखते हुए संवाददाता बेहद सावधानी से विवेक और तर्क शक्ति के साथ जितने प्रभावी तरीके से करता है, उतना ही उसका पाठकीय महत्व बनता है । जब कभी सूखा, बाढ़, किसी विशेष प्रकार के हत्याकांड, वार्षिक बजट, कीमतों में उछाल, कर लगाए जाने आदि का कार्य किया जाता है तो संवाददाता ऐसे समाचारों का फॉलोअप करता है ।

बोध प्रश्न -

1. संवाददाता का अर्थ क्या है?

   ……

   ……

2. लाइनर किसे कहते हैं?

   ……

   ……

3. स्टाफर्स कौन होते हैं?

   ……

   ……

2.9 सारांश

सूचना प्रौद्योगिकी के इस दौर में सूचनाओं का जैसे-जैसे तेजी से विस्तार हो रहा है, वैसे ही जनता के लिए उनका उपयोग भी निरंतर बढ़ता जा रहा है । लोकतंत्र में मीडिया को चौथा स्तम्भ माना गया है । चौथे स्तम्भ का कार्य जनमत निर्माण का होता है, जनमत निर्माण में समाचारों की ही आज प्रमुख भूमिका है । यह चौथा स्तम्भ जनता की ओर से सरकार पर नजर रखता है और सरकार के कार्यकलापों से जनता को सूचित करता है, जानकार बनाता है । ऐसे में समाचार लिखने वाले संवाददाता का कार्य भी अब बेहद चुनौतीपूर्ण हो गया है । समाचारपत्रों में विभिन्न स्तरों पर कार्य करने वाले संवाददाताओं का कार्य उनकी प्रकृति के अनुसार अलग-अलग विभाजित हैं । संवाददाता समाज में जो कुछ घटित हो रहा है, उसकी व्यवस्थित सूचना प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से बहुसंख्य लोगों को देता है ।

ऐसा जब वह करता है तो जनमत निर्माण में स्वत: ही उसकी महत्वपूर्ण भूमिका हो जाती है । समाज और मीडिया को अलग नहीं किया जा सकता, चूंकि समाज में रहते ही वह समाचारों के अपने स्रोतों की तलाश विभिन्न स्तरों पर करता है । इन स्रोतों की तलाश के बाद ही वह समाचार को सुनियोजित तरीके से लिखता और प्रस्तुत करता है । इस इकाई में संवाददाता, समाचार स्रोत एवं संकलन के बारे में ही विस्तार से जानकारी दी गयी है ।

2.10 शब्दावली

- **समाचार समिति** - वह संस्था जो निर्धारित दर पर पत्र-पत्रिकाओं एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को समाचार देती है, जैसे भाषा, यूनिवार्ता, रायटर्स, प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया, आदि ।
- **बाइ लाईन** - समाचार के ऊपर समाचारदाता के नाम का जब उल्लेख किया जाता है तो वह बाइ लाईन कहलाती है ।
- **डेट लाईन** - समाचार के प्रारंभ में स्थान तथा दिनांक का जो उल्लेख किया जाता है, उसे डेट लाईन कहा जाता है । इसमें समाचार प्रेषण या लेखन के स्थान, दिनांक ओर महिने का उल्लेख होता है ।
- **फॉलो अप** - दूसरे दिन के समाचार । विशेषत: कई दिन तक चलने वाले ऐसे समाचार जो किसी पूर्व के प्रकाशित समाचार के बाद का विवरण एक प्रकार से देते हों ।
- **स्कूप** - ऐसा कोई विशेष समाचार जो अन्य किसी समाचारपत्र में प्रकाशित नहीं हुआ हो।

2.11 कुछ उपयोगी पुस्तकें

संवाद और संवाददाता - राजेन्द्र, हरियाणा साहित्य अकादमी, चंडीगढ़

प्रयोजनमूलक हिन्दी - प्रो. रमेश जैन, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर

जनसंचार और हिन्दी पत्रकारिता - डॉ. अर्जुन तिवारी, जयभारती प्रकाशन, इलाहबाद

पत्रकारिता परिभाषा कोश - वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली आयोग, नई दिल्ली

हिन्दी पत्रकारिता की दिशाएं - जोगेन्द्र सिंह, सुरेन्द्र कुमार एंड संस, शाहदरा, दिल्ली

जनसंचार विश्वकोश - प्रो. रमेश जैन, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर

2.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. संवाददाता की परिभाषा एवं समाचारपत्रों में कार्य विभाजन के हिसाब से उसकी विभिन्न श्रेणियों पर प्रकाश डालिए।
2. समाचार से क्या आशय है? समाचार के विभिन्न स्रोत बताते हुए समाचारों के लेखन की तकनीक की जानकारी दीजिए।
3. संवाददाता के समाचार संकलन स्रोत बताते हुए समाचार लेखन एवं अनुवर्तन को समझाइए।

इकाई- 3

साक्षात्कार

इकाई की रूपरेखा

3.0 उद्देश्य

3.1 प्रस्तावना

3.2 अभिप्रेरणा

3.3 साक्षात्कार का अर्थ एवं स्वरूप

3.4 साक्षात्कार और अन्य विधाएं

3.5 साक्षात्कार की उपयोगिता एवं महत्व

3.6 साक्षात्कार के उद्देश्य

3.7 साक्षात्कार के प्रकार

3.8 साक्षात्कार की विधि

3.9 साक्षात्कार की प्रक्रिया

3.10 साक्षात्कारकर्ता की विशेषताएं

3.11 साक्षात्कार : एक कला

3.12 प्रिंट-मीडिया में साक्षात्कार

3.13 इलेक्ट्रॉनिक-मीडिया में साक्षात्कार

3.14 सारांश

3.15 शब्दावली

3.16 कुछ उपयोगी पुस्तकें

3.17 अभ्यासार्थ प्रश्न

3.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन करने के बाद आप -

- साक्षात्कार का अर्थ एवं परिभाषा का ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे ।
- साक्षात्कार और उसकी अन्य विधाओं को जान सकेंगे ।
- साक्षात्कार का महत्व, उपयोगिता एवं उद्देश्यों की जानकारी मिल सकेगी ।
- साक्षात्कार की अन्य विधाओं से तुलना करके उसके स्वरूप को जान सकेंगे ।
- साक्षात्कार के विभिन्न प्रकारों से परिचित हो सकेंगे ।
- साक्षात्कार लेने की प्रक्रिया एवं विधि को जान सकेंगे ।
- साक्षात्कारकर्ता की विशेषताओं की जानकारी प्राप्त हो सकेगी ।
- प्रिंट-मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक-मीडिया में साक्षात्कार कैसे लिए जाएं, इस तकनीक को जान सकेंगे ।
- आप साक्षात्कार में विशिष्टता प्राप्त कर पारंगत हो सकेंगे ।

3.1 प्रस्तावना

जिज्ञासा मानव की सहज वृत्ति है । एक ओर वह बाह्य सृष्टि के विषय में जानने को उत्सुक रहता है तो दूसरी ओर अन्य मानव के अंतर्जगत में संचित अनुभवों का लाभ उठाने की आकांक्षा मन में रहती है । इसके साथ ही हर व्यक्ति में अपने अंतर्जगत को उद्घाटित कर देने की सहज प्रवृत्ति विद्यमान है । बाह्य-जगत को देखकर, उसमें विचरण कर, मन पर पड़े प्रभाव और अनुभूतियों का वह प्रकटीकरण कर देना चाहता है । संचित विभिन्न अनुभवों, ज्ञान तथा स्फुरणाओं को अभिव्यक्त कर देने में वह संतोष और आनंद की अनुभूति करता है । दूसरों के साथ वैचारिक आदान-प्रदान से उसे तृप्ति मिलती है । जिज्ञासा और अभिव्यक्ति एक-दूसरे की पूरक है । एक जानना चाहता है, दूसरा बताता है, जानकारी देता है, अपने विचार अभिव्यक्त करता है । अपने अनुभवों, विचारों आदि से दूसरों को प्रेरणा और लाभ देना चाहता है । यहीं साक्षात्कार का बीज-रूप है ।

पिछले कुछ दशकों में अनेक नवीन विधाएं विकसित हुई हैं उनमें 'साक्षात्कार' का नाम विशेष उल्लेखनीय है । साक्षात्कार एक नव विकसित, स्वतंत्र, उपयोगी और महत्त्वपूर्ण विधा है । इसमें जिज्ञासु व्यक्ति किसी विशिष्ट साहित्यिक, राजनेता, समाजसेवी, कलाकार, वैज्ञानिक, प्रशासक, पत्रकार, संत, उद्योगपति, फिल्म-जगत के व्यक्ति, अन्य विशिष्टजन अथवा सामान्यजन से स्वयं भेंट करके, उससे वार्ता, प्रश्न, बहस, करते हुए उसके व्यक्तित्व, जीवन, कृतित्व, परिवेश, विचारों, योजनाओं आदि के विषय में सीधे जानकारी प्राप्त करता है । कभी यह जानकारी टेलीफोन, पत्र, कम्प्यूटर, इंटरनेट आदि के माध्यम से भी प्राप्त की जाती है । कभी वह संचित सामग्री अथवा कल्पना के आधार पर प्रश्न और संभावित उत्तर स्वयं लिख देता है । साक्षात्कार को इंटरव्यू, भेंटवार्ता, मुलाकात, बातचीत, संवाद आदि भी कहा जाता है ।

3.2 अभिप्रेरणा

साक्षात्कार की मूल अभिप्रेरणा जिज्ञासा-समाधान, ज्ञान और संचित अनुभवों से लाभ पहुँचाना तथा उठाना है । जिज्ञासु प्राय: पत्रकार ही होता है, जो किसी विशेष व्यक्ति से उसके बारे में बातचीत और प्रश्नों के माध्यम से जानकारी प्राप्त करके पत्र-पत्रिका के जरिए उसे दूसरों तक पहुँचा देता है । दूरदर्शन (टीवी) और आकाशवाणी (रेडियो) पर यह जानकारी सीधे ही दर्शकों-श्रोताओं तक पहुँच जाती है । विशिष्ट व्यक्ति के जीवन, व्यक्तित्व, कृतित्व, विचारों से दूसरों को प्रेरणा मिल सकती है, उसके अनुभवों से लाभ उठाया जा सकता है । कई नई और प्रामाणिक जानकारियाँ तो मिलती ही हैं । सामान्यजन से मात्र जानकारी ही प्राप्त की जाती है यही साक्षात्कार की अभिप्रेरणा है ।

3.3 साक्षात्कार का अर्थ एवं स्वरूप

यद्यपि प्राचीन भारतीय साहित्य में भेंट-वार्ता, साक्षात्कार, जिज्ञासा-समाधान, संवाद, वार्तालाप आदि के अनेक उदाहरण प्राप्त होते हैं, परंतु पत्रकारिता की वर्तमान विधा के रूप में साक्षात्कार

पश्चिम से बन-संवरकर आया है । इसके अंतर्गत सामान्यत: कोई पत्र-प्रतिनिधि किसी राजनेता अथवा अन्य विशिष्ट व्यक्ति से मिलता है, प्रश्नों के माध्यम से साक्षात्कार के विषय पर जानकारी प्राप्त करता है और उसके विचार जानता है । कुछ साक्षात्कार जानकारी हासिल करने पर केन्द्रित होते हैं और कुछ में विचार या 'स्टैंड' जानना महत्त्वपूर्ण होता है ।

दि रैंडमहाउस डिक्शनरी आफ दि इंगलिश लैंग्वेज में कहा गया है - ''साक्षात्कार उस वार्ता अथवा भेंट को कहा गया है जिसमें लेखक अथवा संवाददाता किसी व्यक्ति अथवा किन्हीं व्यक्तियों से प्रश्न पूछकर किसी समाचारपत्र के प्रकाशन अथवा टेलीविजन से प्रसारण हेतु सामग्री एकत्र करता है ।'' आक्सफोर्ड इंगलिश डिक्शनरी में ''किसी बिन्दु विशेष रूप को लेकर औपचारिक विचार-विनिमय हेतु प्रत्यक्ष भेंट करने, परस्पर मिलने या विमर्श करने, किसी पत्र-प्रतिनिधि द्वारा प्रकाशन हेतु वक्तव्य लेने के लिए किसी से भेंट करने को साक्षात्कार कहा गया है ।''

डॉ. नगेन्द्र के अनुसार- ''इंटरव्यू (साक्षात्कार) से अभिप्राय उस रचना से है जिसमें लेखक व्यक्ति-विशेष के साथ साक्षात्कार करने के बाद प्राय: किसी निश्चित प्रश्नमाला के आधार पर उसके व्यक्तित्व एवं कृतित्व के संबंध में जानकारी प्राप्त करता है और फिर अपने मन पर पड़े प्रभाव को लिपिबद्ध कर डालता है ।'' डॉ. चंद्रभान रावत का कथन है - ''बहुत-से लोग यह मानते हैं कि प्रश्नावली द्वारा प्राप्त सामग्री तथा इंटरव्यू से प्राप्त सामग्री में अंतर नहीं, किंतु प्रश्नावली की अपनी सीमाएं हैं, प्रश्नावली इंटरव्यू नहीं हो सकती ।'' डॉ. हरिवंशराय बच्चन लिखते हैं- ''इंटरव्यू का ध्येय है पढ़ने वाला यह अनुभव करे कि जैसे वह कवि-विशेष से मिल आया है, उसके पास हो आया है, उसे सूंघ आया है, उसे गले लगा आया है ।''

प्रमुख साक्षात्कारकर्ता डॉ. पद्मसिंह शर्मा 'कमलेश' के अनुसार- ' इंटरव्यू देने वाला व्यक्ति अपनी योग्यताओं को स्वयं व्यक्त करता है और यह इंटरव्यू लेने वाले पर निर्भर है कि वह इंटरव्यू देने वाले को अपना विश्वासपात्र बनाकर उससे जो चाहे सो निकलवा लें । यह बड़ा कठिन कार्य है जो श्रद्धा, परिश्रम तथा बुद्धिमत्ता पर निर्भर करता है ।''

प्रमुख पत्रकार डॉ. नंदकिशोर त्रिखा के शब्दों में - ''भेंटवार्ता या समालाप (साक्षात्कार) समाचार-संकलन का आवश्यक अंग ही नहीं है बल्कि इसके बगैर अधिकांश समाचार, सरकारी वक्तव्य, भाषण, सार्वजनिक घोषणाएँ, विज्ञप्तियाँ और औपचारिक आयोजनों के तथ्य विवरण मात्र होते हैं । इन सबकी खबरें स्वभावत: एकपक्षीय या एकांगी होती है । इनमें 'क्यों' और 'कैसे' पूछने की गुंजाइश नहीं होती, जबकि 'क्यों' और 'कैसे' का उत्तर ही खबरों की जान होता है । 'क्यों' और 'कैसे' सवाल इन्हीं के जरिए पूछे जा सकते हैं । सामान्य रूप में इंटरव्यू को बहुत सरल विधा के रूप में माना जाता है, लेकिन वास्तविकता यह है कि साक्षात्कार अथवा भेंटवार्ता बहुत कठिन है । साक्षात्कारकार्ता को जिस व्यक्ति से भेंट करके चर्चा करनी होती है उससे बहुत सी कही-अनकही बातों का सत्य उगलवाना पड़ता है । यह भेंटवार्ता का सबसे दु:खद और कठोर कार्य है । साक्षात्कारकर्ता को संबंधित व्यक्ति के रचनात्मक पक्ष की जितनी अधिक और पुष्ट जानकारी होगी वह इस विधा में उतना ही सफल माना जाएगा ।''

वरिष्ठ पत्रकार रामशरण जोशी कहते हैं- "साक्षात्कार विधा को पत्रकारिता के आधारभूत सिद्धांतों में से एक के रूप में देखा जाना चाहिए । आधुनिक पत्रकारिता में इसका महत्त्व पहले से कहीं अधिक और बहुआयामी हो गया है । इलेक्ट्रॉनिक माध्यम (टेलीविजन) के अस्तित्व में आने के पश्चात् इसकी भूमिका का विस्तार हुआ है । आज पत्रकारिता 'ऑन लाइन पत्रकारिता' या 'इंटरनेट पत्रकारिता' के युग में प्रवेश कर चुकी है । अत: साक्षात्कार विधा की उपयोगिता की नई संभावनाएं पैदा हो गई हैं । जहाँ पहले पत्रकार हाथ में कापी-पेंसिल थामे साक्षात्कार लिया करता था, आज कम्प्यूटर इन दोनों को प्राय: अपदस्थ करने की स्थिति में पहुँच गया है । ई-मेल के माध्यम से लंबे-लंबे साक्षात्कार लिये जा रहे हैं । विभिन्न चैनलों के 'न्यूज-बुलेटिनों' में 'सैकंडजीवी' एवं 'मिनटजीवी' साक्षात्कारों की उपस्थिति उन्हें जीवंतता प्रदान कर रही है । मुद्रण-माध्यम अर्थात् पत्र-पत्रिकाओं में साक्षात्कार का योगदान इतिहास सिद्ध है ।"

इस प्रकार साक्षात्कार, मीडिया की एक अनिवार्य विधा के रूप में प्रतिष्ठित हो गया है । बिना साक्षात्कार के मीडिया अधूरा माना जाता है । इसीलिए पत्रकारों, संपादकों, उपसंपादकों, रिपोर्टरों, लेखकों तथा इलेक्ट्रॉनिक-मीडिया (टीवी-रेडियो) के प्रतिनिधियों आदि का साक्षात्कार-विधा में पारंगत होना आवश्यक समझा जाता है ।

3.4 साक्षात्कार और अन्य विधाएं

साक्षात्कार एक स्वतंत्र, समग्र और सशक्त विधा के रूप में अपना स्थान बना चुका है । इसके विधाकारों की सूची विशाल है । साक्षात्कार में कहीं-कहीं जीवनी, आत्मकथा, संस्मरण, रेखाचित्र, निबंध, नाटक, आलोचना आदि के तत्व दिखाई देते हैं, कभी-कभी साक्षात्कार-नायक कोई कवितांश भी सुना देता है, परंतु ये सभी तत्व साक्षात्कार के सहायक रूप में ही होते हैं और साक्षात्कार को रोचक, जानकारी से युक्त, अलंकृत तथा प्रभावी बनाते हैं । यदि ये तत्व साक्षात्कार पर हावी हो जाएंगे तो साक्षात्कार, साक्षात्कार ही नहीं रहेगा ।

साक्षात्कार में साक्षात्कारकर्ता कहीं-कहीं (प्रिंट-मीडिया के साक्षात्कार में) साक्षात्कार-नायक अथवा साक्षात्कार-स्थान आदि का निबंधात्मक वर्णन करता है, परन्तु वह संक्षिप्त होना चाहिए तथा यह साक्षात्कार को आगे बढ़ाता है । अत: साक्षात्कार निबंध नहीं हो सकता । साक्षात्कारकर्ता नायक का कभी-कभी रेखाचित्र-सा खींचता है, परंतु वह रेखाचित्र-विधा का रूप नहीं होता । साक्षात्कार में उसका नायक अपने जीवन के विषय में आत्मकथात्मक शैली में कुछ बताने लगता है अथवा अपने जीवन के संस्मरण सुनाने लगता है । इनका उपयोग साक्षात्कार का विकास करने में होता है । साक्षात्कार में संवाद का अत्यन्त महत्वपूर्ण स्थान है, परंतु वे नाटक के संवाद से अलग होते हैं । साक्षात्कार संवादों के होते हुए भी नाटक नहीं है । साक्षात्कार-नायक अपनी या दूसरों की रचनाओं अथवा कृतित्व पर आलोचनात्मक टिप्पणियाँ भी कर देता है, परंतु वे स्वतंत्र आलोचना-विधा नहीं होती । कभी-कभी नायक कोई कवितांश भी सुना देता है, परंतु वह साक्षात्कार का ही हिस्सा होती है, स्वतंत्र कविता-विधा नहीं होती । अन्य विधाओं से साक्षात्कार का संबंध ही नगण्य है, फिर भी किसी विषय की प्रवृति और माध्यम की विशेषताओं का भी साक्षात्कार पर सबसे गहरा प्रभाव होता है ।

इस प्रकार स्पष्ट है कि अन्य विधाओं के तत्व साक्षात्कार में सीमित मात्रा में सहायक रूप में ही हो सकते हैं । ये सभी साक्षात्कार को आगे बढ़ाते हैं उसे रोचक, सुंदर और प्रभावी बनाते हैं ।

3.5 साक्षात्कार की उपयोगिता एवं महत्व

साक्षात्कार की उपयोगिता और महत्व असंदिग्ध है । इसके द्वारा हम व्यक्ति-विशेष, किसी विषय के बारे में अधिकाधिक, नवीन, महत्वपूर्ण और प्रामाणिक जानकारी प्राप्त करते हैं, उसे समग्र रूप से जानने का प्रयत्न करते हैं । टेलीविजन पर उस व्यक्ति को देखने तथा उसकी भाव-भंगिमाओं के अवलोकन का दुर्लभ अवसर प्राप्त करते हैं । साक्षात्कार से प्राप्त जानकारी उपयोगी और महत्त्वपूर्ण होती है ।

डॉ. सकलदेव शर्मा का कथन है - "साक्षात्कार पढ़ते समय अपरिचित, अनदेखा रचनाकार पाठकों से रू-ब-रू होता है ।इससे लेखक और पाठक के बीच तादात्म्य की सृष्टि होती है । विवरण विश्वसनीय और प्रामाणिक लगता है । आप कह सकते हैं कि निर्गुण और निराकार रचनाकार सगुण साकार हो उठता है ।"

प्रो. अफगान उल्लाह खां लिखते हैं - "चूंकि बातचीत करने वाले का अपने पसंदीदा कलाकार के साथ भावनात्मक लगाव या आत्मीयता का रिश्ता कायम हो जाता है । इसलिए वह कलाकार के अंतरंग में ताक-झांक करने और उसे करीब से जानने की कोशिश करने लगता है, जो सहज या मानवीय प्रवृत्ति है और तर्कसंगत पहचान भी । इसलिए ज्यादातर बातचीत फनकार के निजी जीवन और विचारों से संबंधित सवाल-जवाब की बुनियाद तैयार हो जाती है ।"

3.6 साक्षात्कार के उद्देश्य

साक्षात्कार एक सोद्देश्य क्रिया है । साक्षात्कार किसी व्यक्ति विशेष के व्यक्तित्व और कृतित्व पर भी केन्द्रित हो सकता है और यह किसी महत्त्वपूर्ण विषय पर किसी व्यक्ति के विचार जानने पर भी केन्द्रित हो सकता है । इसके अनेक उद्देश्य हैं । समग्र साक्षात्कार में साक्षात्कार-नायक या पात्र से आरंभ में यह पूछा जाता है कि वह इस क्षेत्र में कैसे आया? यदि साहित्यकार है तो साहित्य में पत्रकार है तो पत्रकारिता में, राजनेता है तो राजनीति में, कलाकार है तो कला क्षेत्र में, खिलाड़ी है तो खेल जगत में आदि । फिर उसके प्रारंभिक जीवन, शिक्षा आदि के विषय में जाना जाता है । इस प्रकार पात्र के जीवन के विषय में जानकारी प्राप्त करना साक्षात्कार का उद्देश्य होता है ।

फिर उसके कृतित्व के बारे में जानना साक्षात्कार का उद्देश्य होता है । उसने क्या-क्या रचनाएं लिखीं अथवा चित्र बनाए, समाजसेवा की आदि । फिर विभिन्न विषयों, व्यक्तियों आदि के विषय में उसके विचार जाने जाते हैं । तत्पश्चात् उसकी रुचियों, दिनचर्या, योजनाओं की जानकारी ली जाती है । पात्र के बाह्य का वर्णन साक्षात्कारकर्ता कर देता है । इस प्रकार पात्र के अंतर्बाह्य को जानना साक्षात्कार का मुख्य उद्देश्य होता है ।

साक्षात्कार का दूसरा प्रमुख उद्देश्य जानकारी से पाठकों को अवगत कराना होता है । अत: साक्षात्कार किसी पत्र-पत्रिका में प्रकाशित किया जाता है । टीवी-रेडियो पर साक्षात्कार का सजीव

(तत्काल) प्रसारण होता है अथवा रिकार्ड करके उसे बाद में प्रसारित किया जाता है । किसी विषय पर केन्द्रित साक्षात्कार का सबसे महत्वपूर्ण पहलू गहन अनुसंधान और ऐसे प्रश्न तैयार करना है कि साक्षात्कार में कुछ नया और महत्वपूर्ण निकल कर आए ।

टीवी- रेडियो के लघु-साक्षात्कारों में किसी घटना, वक्तव्य आदि के विषय में लोगों के विचार प्रतिक्रिया, सुझाव आदि जानना साक्षात्कार का उद्देश्य होता है । किसी घटना-विशेष के विषय में अधिक तथा विविध जानकारी एकत्र की जाती है ।

3.7 साक्षात्कार के प्रकार

डॉ. नगेन्द्र, डॉ. चन्द्रभान, डॉ. विश्वनाथ प्रसाद तिवारी, डॉ. रामचंद्र तिवारी, डॉ. रमेश कुंतलमेघ, डॉ. हरदयाल, स्नातक सत्यकाम वर्मा आदि आलोचकों ने साक्षात्कार के मुख्यत: दो प्रकार बताए हैं - वास्तविक और काल्पनिक । डॉ. विश्वनाथ शुक्ल ने इस विधा के तीन रूप माने । वे लिखते हैं - ''प्रारंभ में हिंदी में तीन प्रकार से इस विधा का सूत्रपात हुआ- 1. प्रसिद्ध लेखकों के पास एक निश्चित प्रश्नावली भेजकर उनके उत्तर प्राप्त करना, 2. लेखकों से स्वयं मिलकर प्रत्यक्ष वार्तालाप द्वारा जानकारी प्राप्त करना, और 3. दिवंगत साहित्यकारों से काल्पनिक इंटरव्यू करना । आजकल द्वितीय प्रकार के इंटरव्यू ही सर्वाधिक प्रचलित हैं और जीवंत होने के कारण उन्हीं को सर्वश्रेष्ठ भी माना जाता है ।''

डॉ. चंद्रभान ने वास्तविक इंटरव्यू के दो प्रकार दिए हैं- 1. पत्रकारों के तथा 2. साहित्यकारों के साहित्यकारों के इंटरव्यू भी उन्होंने दो प्रकार के बताए हैं- मिश्रित तथा एकांगी । उनके अनुसार काल्पनिक इंटरव्यू के तीन भेद हैं- परिहास, व्यंग्यचित्रात्मक तथा विगत साहित्यकारों के । डॉ. चन्द्रभान ने यह वर्गीकरण 'रूप की दृष्टि' से किया है । समय की दृष्टि से इंटरव्यू के दो वर्ग किए हैं- एक बैठक में लिए गए इंटरव्यू तथा दूसरा कई दिनों में लिए गए इंटरव्यू । उनका कथन है - ''वास्तविक इंटरव्यू में आज मिश्रित और एकांगी इंटरव्यू प्रचलित हैं । मिश्रित इंटरव्यू में जीवन-परिचय, समय-परिचय, दृष्टिकोण, रचना-परिचय आदि सभी का मिश्रण रहता है और आजकल इसी प्रकार के इंटरव्यू बहुत देखने में आते हैं ।'

डॉ. विश्वनाथ प्रसाद तिवारी लिखते हैं- ''इंटरव्यू वास्तविक और काल्पनिक दोनों प्रकार के होते हैं । वास्तविक इंटरव्यू में लेखक व्यक्तिगत साक्षात्कार करता है और अपने प्राप्त तथ्यों का विवरण देता है । काल्पनिक इंटरव्यू में यद्यपि व्यक्तिगत साक्षात्कार नहीं होता, किन्तु यथार्थ का आग्रह उसमें भी प्रधान होता है । प्रयत्न यही रहता है कि जिस व्यक्ति और प्रसंग का इंटरव्यू प्रस्तुत है वह अधिक से अधिक वास्तविक हो ।''

सत्यकाम वर्मा के शब्दों में ''समाचारपत्र-संपादन में इंटरव्यू का अत्यधिक महत्व है । किसी भी विषय पर व्यक्ति के विचार जानने का सीधा तरीका है - 'प्रत्यक्ष समीक्षण' (साक्षात्कार) । इसमें व्यक्ति के अंतर्मानस का निरीक्षण शीघ्र हो जाता है । काल्पनिक इंटरव्यू या समीक्षण भी लिखे जाने लगे हैं, इस प्रकार के इंटरव्यू मृत व्यक्तियों के संबंध में भी प्रकाशित किए जा रहे हैं, इसमें लेखक का अपना व्यक्तित्व अप्रत्यक्ष रूप में ही झलकता है । यह कहना भ्रामक है कि व्यक्तित्व का कोई महत्व नहीं होता । प्रश्नकर्ता के रूप में इंटरव्यू करने वाले

का ही दायित्व होता है समीक्ष्यमाण व्यक्ति (साक्षात्कार-पात्र) के अंतर्मानस की झाँकी लेने का । अत: लेखक की सतर्कता, प्रौढ़ता एवं सूक्ष्मग्राहिणी शक्ति का भी परिचय उसी में अंतर्निहित रहता है ।''

डॉ. हरदयाल भी साक्षात्कार के दो प्रकार मानते हैं । उनका कथन है - ''इधर हिंदी में एक नई गद्य-विद्या विकसित हुई है 'इंटरव्यू' । इसकी जो रचनाएं सामने आई हैं, उनसे इसके दो प्रकार बन जाते हैं - एक यथार्थ इंटरव्यू अर्थात् जीवित व्यक्तियों से मिलकर इंटरव्यू -लेखक उनके ही जीवन और विचारों के संबंध में जानकारी प्राप्त करता है । हिंदी में अभी तक ऐसे इंटरव्यू साहित्यकारों से संबद्ध रहे हैं । इनमें साहित्यकारों के द्वारा दी गई उनकी साहित्य-रचना की प्रेरणा, साहित्य-सृजन की प्रक्रिया आदि-आदि के संबंध में उनके विचार इकट्ठे किए गए हैं । इंटरव्यू का दूसरा प्रकार 'काल्पनिक' हैं । इसमें दिवंगत व्यक्तियों से इंटरव्यू लेने की कल्पना कर ली जाती है और उसके जीवन, रचना, विचार आदि को प्रस्तुत किया जाता है।'' पत्रकार डॉ. नंदकिशोर त्रिखा के अनुसार- ''भेंटवार्ताएं मुख्यत: दो प्रकार की होती हैं । एक - किसी रोचक या महत्वपूर्ण व्यक्ति से भेंट और दूसरी - ठोस समाचारों के संबंध में भेंटवार्ता ।'' पत्रकार डॉ. भंवर सुराणा ने साक्षात्कार के छ: प्रमुख प्रकार निर्धारित किए हैं - 1. पूर्व-निर्धारित साक्षात्कार, 2. सर्वेक्षणार्थ साक्षात्कार, 3. प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष साक्षात्कार, 4. औपचारिक व अनौपचारिक साक्षात्कार, 5. पुनरावृत्ति, और 6. अचानक (आकस्मिक) साक्षात्कार ।

एल्मो स्कॉट वाटसन के मतानुसार- 1. तथ्यात्मक समाचार साक्षात्कार, 2. व्यक्तिपरक अथवा फीचर हेतु साक्षात्कार और 3. आत्मकथात्मक साक्षात्कार होते हैं । वरिष्ठ पत्रकार रामशरण जोशी साक्षात्कार को इस प्रकार वर्गीकृत करते हैं- आत्मकथात्मक, संस्मरणात्मक, चित्रात्मक एवं वर्णनात्मक, काल्पनिक, संवादात्मक, प्रश्नोत्तरात्मक, व्यक्तित्वपरक, मुद्दापरक, परिचर्चात्मक, किश्तवार साक्षात्कार, प्रयोगात्मक, औपचारिक, अनौपचारिक, त्वरित, आकस्मिक और योजनाबद्ध, प्रतिक्रियात्मक और मुद्दाबद्ध ।

साक्षात्कार के विभिन्न प्रकार हैं । विष्णु पंकज के अनुसार :-

1. स्वरूप के आधार पर
2. शैली के आधार पर
3. औपचारिकता के आधार पर,
4. संपर्क के आधार पर
5. मीडिया के आधार पर
6. आकार के आधार पर,
7. विषय के आधार पर
8. वार्ताकारों के आधार पर,
9. पात्रों के आधार पर और
10. अन्य आधारों पर ।

1. स्वरूप के आधार पर

(क) व्यक्तिनिष्ठ- इसमें व्यक्ति को पूरा-पूरा महत्व दिया जाता है ।

(ख) विषयनिष्ट- इसमें विषय को अधिक महत्त्व दिया जाता है ।

विषयनिष्ट साक्षात्कार को भी तीन वर्गो में रखा जाता है-

(अ) सामान्य - इसमें सामान्य विषय को लेकर साक्षात्कार लिया जाता है ।

(आ) विशेष - विषय के बिन्दु-विशेष को मुख्यतया इसमें लिया जाता है ।

(इ) विविध - इसमें अनेक विषय निहित होते हैं ।

2. शैली के आधार पर

(क) विवरणात्मक, (ख) वर्णनात्मक, (ग) विचारात्मक, (घ) प्रभावात्मक, (घ) हास्य-व्यंग्यात्मक, (छ) भावात्मक और (ज) प्रश्नोत्तरात्मक ।

3. औपचारिकता के आधार पर

(क)औपचारिक - ये योजना बनाकर पात्र से समय लेकर लिए जाते हैं ।

(ख) अनौपचारिक - ये बिना योजना के, अचानक और बिना समय निर्धारित किए लिए जाते हैं ।

4. संपर्क के आधार पर

(क) प्रत्यक्ष भेंट - इसमें पात्र से प्रत्यक्ष भेंटवार्ता की जाती है ।

(ख) पत्र- इंटरव्यू - पत्र द्वारा लिए जाते हैं ।

(ग) काल्पनिक - (अ) गंभीर (इसमें पात्र के उत्तर या विचार उसकी रचनाओं, वक्तव्यों, डायरी, पत्रों आदि से लिए जाते हैं, (आ) पूर्ण काल्पनिक, (इ) हास्य-व्यंग्यात्मक ।

5. मीडिया के आधार पर

(क) प्रिंट मीडिया - पत्र-पत्रिकाओं, पुस्तकों, अभिनंदन ग्रंथों, स्मृति ग्रंथों आदि में प्रकाशित होने वाले।

(ख) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया- टीवी, रेडियो, टेलीफोन, कम्प्यूटर, इंटरनेट, टेलीप्रिंटर, फैक्स, ई-मेल आदि माध्यमों से लिए गए साक्षात्कार ।

6. आकार के आधार पर

(क) लघु - ये छोटे साक्षात्कार होते हैं और मिनी इंटरव्यू कहलाते हैं । ये अब स्वतंत्र विधा का रूप लेते जा रहे हैं।

(ख) दीर्घ - ये बड़े साक्षात्कार होते हैं ।

7. विषय के आधार पर

(क) साहित्यिक साहित्य विषय पर साहित्यकारों से लिए गए, साहित्यिक ढंग से लिखे गए साक्षात्कार इस श्रेणी में आते हैं ।

(ख) साहित्येतर-साहित्य को छोडकर अन्य विषयों-पत्रकारिता, कला, संगीत, राजनीति, धर्म, खेल, फिल्म, समाजसेवा, विज्ञान आदि विषयों से संबद्ध साक्षात्कार इस वर्ग में आते हैं । ये पत्रकारों, कलाकारों, संगीतकारों, राजनेताओं, संतों, खिलाड़ियों, अभिनेताओं-अभिनेत्रियों, समाजसेवियों, वैज्ञानिकों आदि से लिए गए साक्षात्कार होते हैं ।

8. वार्ताकारों के आधार पर

साहित्यकार, पत्रकार, मीडियाकर्मी (टीवी-रेडियो) तथा अन्य सामान्य अथवा विशिष्टजन से साक्षात्कार होते हैं ।

9. पात्रों के आधार पर

(क) विशिष्टजनों से लिए गए साक्षात्कार ।

(ख) सामान्यजनों से लिए गए साक्षात्कार ।

10. अन्य आधारों पर

(क) आत्मसाक्षात्कार - लेखक स्वयं अपना (काल्पनिक) साक्षात्कार लिखता है ।

(ख) सर्वेक्षण, अनुसंधान, नौकरी, परीक्षा आदि के साक्षात्कार ।

प्राय: यह देखा गया है कि किसी एक पद्धति द्वारा साक्षात्कार नहीं लिया जाता । उसमें अनेक पद्धतियों का समावेश हो जाता है । फिर भी, जिस पद्धति की प्रधानता होती है, उसी वर्ग में उसे रख दिया जाता है ।

3.8 साक्षात्कार की विधि

सामान्यत: साक्षात्कार लेने की एक प्रक्रिया या विधि होती है । किस व्यक्ति का साक्षात्कार किया जाए, यह तय करना इस प्रक्रिया का पहला चरण है । सामान्यत: साक्षात्कार विशिष्टजनों के ही लिए जाते हैं, परंतु आजकल सामान्यजन (आम आदमी, गृहस्थ, पीड़ितजन आदि) के भी साक्षात्कार (विशेषत: टीवी पर) खूब लिए जाते हैं । बाहु बली, अपराधी आदि के भी साक्षात्कार लिए जाते हैं । कभी-कभी पत्र-पत्रिका के संपादक, टीवी-रेडियो के अधिकारी तय कर देते हैं कि अमुक व्यक्ति से साक्षात्कार लेना है । कभी-कभी साक्षात्कारकर्ता स्वयं भी साक्षात्कार-पात्र का चयन करता है ।

साक्षात्कार-पात्र तय हो जाने पर यह तय होता है कि उसमें किस विषय (या विषयों) पर बात करनी है, साक्षात्कार कितना बड़ा लेना है, समग्र (टोटल) बातचीत करनी है आंशिक । फिर पात्र से समय निर्धारित किया जाता है । कभी-कभी बिना समय तय किए भी साक्षात्कार लेना पड़ता है । टीवी-रेडियो का साक्षात्कार प्राय: स्टूडियो में बुलाकर अथवा कैमरा और रिकार्डर के साथ पात्र के पास जाकर लिया जाता है ।

पत्र-पत्रिका के लिए भी साक्षात्कार लेते समय टेपरिकार्डर का प्रयोग किया जाता है । कुछ सामग्री संकलित की जाती है अथवा हाथ से लिखनी भी पड़ सकती है । साक्षात्कार लेते समय रूखे ढंग से एक के बाद एक लगातार प्रश्न न पूछें जाएं, बातचीत भी की जाए, पूरक प्रश्न भी पूछे जाएं, पात्र के मूड के अनुरूप वार्ता को मोड़ दिया जाए । किसी प्रश्न का उत्तर यदि टाल दिया जाए तो मौका देखकर, भाषा बदलकर उस प्रश्न को पुन: पात्र के सामने रखा जा सकता है, परंतु फिर भी यदि पात्र उसका उत्तर नहीं दे तो जिद्द नहीं की जाए, अड़ा नहीं जाए । पात्र छोटा हो या बड़ा उसका आदर किया जाए, उसके उत्तरों, विचारों को महत्व दिया जाए । अपनी ओर से असहमति या नाराजगी प्रकट न की जाए ।

साक्षात्कार में देश के अहित में अथवा समाज में विद्वेष फैलाने वाली बात नहीं होनी चाहिए । यदि किसी कारणवश आ भी जाए तो संपादित करते समय उसे हटा दिया जाए । यदि कभी

टीवी-रेडियो के सजीव प्रसारण के समय ऐसा हो जाए तो साक्षात्कारकर्ता उसका तत्काल निराकरण कर दे । यदि किसी साक्षात्कार में पात्र को कई बिन्दु साक्षात्कार में न रखने को कहे तो सामान्यत: उसका अनुरोध मान लेना चाहिए ।

साक्षात्कार शुरू करते समय (इलेक्ट्रॉनिक-मीडिया में) पात्र का संक्षिप्त परिचय दे देना चाहिए । प्रिंट-मीडिया के साक्षात्कार में साक्षात्कार पूरा हो जाने पर तैयार करते समय ऐसा करना चाहिए । साक्षात्कार पूरा होते समय साक्षात्कार पात्र को धन्यवाद देना न भूलें ।

3.9 साक्षात्कार की प्रक्रिया

सामान्यत: साक्षात्कार लेने के लिए एक निश्चित प्रक्रिया अपनाई जाती है । कई बार इस प्रक्रिया का पूरी तरह से पालन नहीं हो पाता, फिर भी साक्षात्कारकर्ता को एक प्रक्रिया से तो गुजरना ही पड़ता है, चाहे इसमें कुछ परिवर्तन हो जाय अथवा साक्षात्कारकर्ता स्वयं कर दे । साधारणत: इस प्रक्रिया के निम्नलिखित चरण हाते हैं-

1. साक्षात्कार पात्र का चयन

किसी व्यक्ति का साक्षात्कार लिया जाय, यह निश्चित करना इसकी प्रक्रिया का पहला चरण है । साक्षात्कार-पात्र का चयन कई बातों पर निर्भर करता है । लब्ध प्रतिष्ठित साहित्यकारों, प्रमुख नेताओं, समाज के विशिष्ट व्यक्तियों, कलाकारों, गायकों, संगीतकारों, खिलाड़ियों आदि के विषय में जानने के लिए लोग सामान्यत: उत्सुक रहते हैं । अतएव पत्रकार और लेखक इस प्रकार के व्यक्तियों के साक्षात्कार लेने के लिए अवसर ढूँढते रहते हैं । पहले विशिष्ट, प्रसिद्ध, महान् अथवा उल्लेखनीय व्यक्तियों से ही इंटरव्यू लेना उपयुक्त समझा जाता था । बाद में साधारण, निम्न, उपेक्षित अथवा कुख्यात लोगों के भी साक्षात्कार लिये जाने लगे । कहीं आतंककारी हमला हुआ है, डाका पड़ा है, बड़ी चोरी हुई है, अपहरण हुआ है, कोई बड़ा या कुख्यात व्यक्ति पकड़ा गया है, आयकर वालों का छापा पड़ा है, बलात्कार हुआ है, एक्सीडेंट या दुर्घटना हुई है, प्राकृतिक आपदा आ पड़ी है, कोई बड़ा खेल, मेला, प्रतियोगिता आदि का आयोजन हुआ है, चुनाव हुए हैं कोई बड़ा नेता जीत या हार गया है, दल-बदल या पार्टीगत विद्रोह हुआ है, किसी को पार्टी या मंत्रिमण्डल से निकाला गया है, शेरनी के बच्चे हुए हैं, किसी की हत्या हुई है, किसी ने आत्महत्या की है.... मतलब कि लोग हर तरह की खबर जानना चाहते हैं, उसकी तह में जाना चाहते हैं, क्यों-कब-कैसे की जानकारी चाहते हैं । तो इनसे जुड़े विभिन्न व्यक्तियों के साक्षात्कार लिए जाते हैं । जो टीवी एवं रेडियो पर तो तत्काल दिखा दिए जाते हैं, शाम को या दूसरे दिन अखबारों में छप जाते हैं । कुछ के साक्षात्कार लेने के लिए टीवी एवं रेडियो के अधिकारियों, पत्र-पत्रिकाओं के संपादकों से निर्देश मिल जाते हैं, कुछ के साक्षात्कार, पत्रकार, संवाददाता, प्रतिनिधि आदि स्वयं लेते हैं और समाचार की संपूर्णता, रोचकता प्रदान करते हैं । ऐसे साक्षात्कार छोटे होते हैं और इनमें साक्षात्कार के सोपानों, इसकी प्रक्रिया का पालन करने का अवकाश नहीं होता ।

कभी ऐसा भी होता है कि नगर में किसी विशिष्ट व्यक्ति का आगमन होता है तो स्थानीय टीवी एवं रेडियो-प्रतिनिधि, संवाददाता, पत्र-पत्रिका से जुड़ा पत्रकार या लेखक उसका साक्षात्कार लेना तय करता है अथवा इस कार्य के लिए उसे निर्देश मिलता है । किसी समारोह में किसी विशिष्ट व्यक्ति के पदार्पण करने पर उसे साक्षात्कार का पात्र बना लिया जाता है । कभी किसी निश्चित योजना के अंतर्गत भी किसी अपेक्षित व्यक्ति अथवा व्यक्तियों के साक्षात्कार लिये जाते हैं । इसके लिए कई बार बाहर भी जाना पड़ता है । व्यक्ति किसी के विषय में जानने को उत्सुक होता है, उससे प्रभावित होता है, तो भी वह उससे साक्षात्कार लेने की सोच लेता है ।

सामान्यत: ये साक्षात्कार उस व्यक्ति से मिलकर, बातचीत करके, प्रश्न पूछकर लिये जाते हैं । कभी-कभी साक्षात्कार अपने प्रश्न डाक द्वारा उस व्यक्ति के पास भेज देता है और उनका उत्तर आने पर प्रश्न-उत्तर जमाकर साक्षात्कार बना लिया जाता है । फोन आदि के द्वारा भी उस व्यक्ति से साक्षात्कार ले लिया जाता है । दिवंगत व्यक्तियों के साक्षात्कार कल्पना के आधार पर लिखे जाते हैं । कभी-कभी इसमें उस व्यक्ति के अन्यत्र लिखे विचारों, कथनों का समावेश भी कर लिया जाता है ।

2. विषय का चयन

साक्षात्कार पात्र का चयन हो जाने पर, उससे किस विषय पर साक्षात्कार लेना है यह तय किया जाता है । कवि से कविता पर, कथाकार से कहानी-उपन्यास पर, कलाकार से कला पर, राजनेता से राजनीति पर साक्षात्कार सामान्यत: लिये जाते हैं । संबंधित अन्य बातें पूछने का दृष्टिकोण भी रहता है । कभी-कभी पात्र के जीवन, कृतित्व, प्रेरणा, रुचियों, प्रभाव, दिनचर्या, विचार, योजना आदि अनेक क्षेत्रों की जानकारी प्राप्त करने का लक्ष्य रहता है । कभी साक्षात्कार-पात्र के निजी जीवन आदि के बारे में न पूछकर किसी विषय या उसके किसी बिंदु पर ही बात की जाती है । साधारण पात्रों से योजनानुसार प्रश्न पूछे जाते हैं ।

3. योजना का निर्माण

व्यक्ति और विषय तय हो जाने पर सामान्यत: साक्षात्कारकर्ता इंटरव्यू लेने की एक योजना बना लेता है । इसमें साक्षात्कार पात्र से समय लेना, साक्षात्कार का स्थान तय करना, साक्षात्कार में पूछे जाने वाले प्रश्नों व अन्य बातों की सूची बनाना अथवा अपने दिमाग में उनकी एक रूपरेखा रखना आदि सम्मिलित है । अधिकांशत: इस योजना के लिखित रूप का ही प्रयोग किया जाता है । कभी-कभी साक्षात्कार देने वाला साक्षात्कार से पूर्व प्रश्नों को अपनी सुविधा के लिए माँग लेता है, ताकि उसे पता चल सके कि साक्षात्कार में क्या पूछा जाना है और वह तैयारी के साथ उत्तर दे सके अथवा अचानक किसी प्रश्न से हड़बड़ाए नहीं । टीवी पर साक्षात्कार लेते समय भी साक्षात्कारकर्ता अपनी प्रश्नावली टेबिल पर रखता है और साक्षात्कार के दौरान समय-समय पर उसे देखता रहता है । इससे उसे साक्षात्कार लेने में आसानी रहती है । फिर भी प्रश्नावली के अनुसार पूरी तरह से साक्षात्कार नहीं चलाया जा सकता । कभी बातचीत की दिशा बदल जाती है, प्रश्नों के

क्रम में उलटफेर हो जाती है । कुशल साक्षात्कार येनकेन-प्रकारेण, घुमा-फिराकर, अपना काम निकाल ही लेते हैं । कभी-कभी प्रश्नावली सामने रखने का अवकाश ही नहीं मिल पाता, तब साक्षात्कारकर्ता को अपने मानस में संचित जिज्ञासा और प्रश्नों से काम चलाना होता है ।

अनेक साक्षात्कारकर्ता बिना किसी लिखित योजना के ही कुशलतापूर्वक साक्षात्कार ले लेते हैं, फिर भी दिमाग में एक योजना तो रहती ही है, जो परिस्थिति के अनुसार बदलती रहती है । पत्रकार इस कला में काफी होशियार होते हैं । वैसे भी साक्षात्कार पात्र के सामने लिखित प्रश्नावली लेकर बैठना स्वाभाविक और प्रवाह में व्यवधान उपस्थित कर सकता है । इससे कभी साक्षात्कार पात्र असहज अनुभव कर सकता है, ऊब सकता है, चिढ़ सकता है, नाराज हो सकता है, यद्यपि ऐसा अपवाद में ही होता है ।

प्राय: बिना योजना, रूपरेखा या योजना के साक्षात्कारकर्ता योजनाबद्ध तरीके से आगे नहीं बढ़ पाता, साक्षात्कार पात्र से अपेक्षित बातें नहीं निकलवा पाता । वह ऊपर-ही-ऊपर तैरकर वापस आ सकता है, गहराई में गोते नहीं लगा सकता । विभिन्न व्यक्तियों के लिए एक जैसी प्रश्नावली भी काम नहीं आ सकती । साक्षात्कार में प्रत्युत्पन्नमतित्व का होना आवश्यक है ।

4. भेंटवार्ता

साक्षात्कार लेने की योजना या प्रारूप बन जाने पर उसे क्रियान्वित करने, मूर्त रूप देने के लिए साक्षात्कार पात्र से भेंट की जाती है या पत्रादि द्वारा सम्पर्क किया जाता है । भेंटवार्ता के दौरान साक्षात्कार पात्र के विचारों को निकलवाने, प्रस्तावित प्रश्नों के उत्तर प्राप्त करने का प्रयास किया जाता है । निर्धारित योजना के अनुरूप साक्षात्कार चलता रहता है । बदलती हुई परिस्थिति और पात्र की मनःस्थिति के अनुसार साक्षात्कार वार्ता को बदलाव या मोड़ देता रहता है । वह यह भी ध्यान रखता है कि किसी प्रश्न से पात्र ऊब न जाये अथवा अप्रसन्न न हो जाये । यदि कभी थोड़ा-बहुत व्यवधान भी पड़ता है तो वह स्थिति को कुशलतापूर्वक संभाल लेता है और साक्षात्कार को असफल नहीं होने देता ।

5. बिन्दु-अंकन

यदि साक्षात्कारकर्ता के पास वीडियो- रिकार्डर (टीवी के लिए) अथवा टेप-रिकार्डर या आशुलिपिक की सुविधा उपलब्ध नहीं है तो वह स्वयं आशुलिपि (शॉर्टहैण्ड) न जानने के कारण साक्षात्कार पात्र द्वारा अभिव्यक्त विचारों को उसी गति से हू-ब-हू नहीं लिख सकता । टीवी स्टूडियो या रेडियो स्टेशन पर यह समस्या नहीं होती । दूसरे, यदि साक्षात्कारकर्ता साक्षात्कार पात्र के कथनों को श्रुतिलेख (डिक्टेशन) की भाँति लिखता रहेगा तो यह अनुचित प्रतीत होगा और विचारों की श्रंखला भी टूट जाएगी । अतएव साक्षात्कारकर्ता मुख्य-मुख्य बातों को बिंदु-रूप (प्वाइंट्स) में लिखता जाता है । बिंदु अंकन में इस बात का ध्यान रखा जाता है कि कोई भी महत्वपूर्ण बात लिखने से न रह जाय । तिथियों, व्यक्ति, संस्था,

कृति के नाम, घटनाओं, उद्धारणों, सिद्धांत-वाक्य आदि का अंकन करना आवश्यक है । द्रुत-लेखन का अभ्यास साक्षात्कारकर्ता के लिए लाभदायक रहता है । संकेत से ही बिंदुओं का तत्काल अंकन करके वार्ता-प्रवाह को वह आगे नहीं होने देता । इसके अतिरिक्त साक्षात्कार पात्र के व्यक्तित्व, हाव-भाव, वातावरण, अपनी प्रतिक्रिया आदि का अंकन भी बिंदु-रूप में तुरंत करता जाता है अथवा घर जाकर स्मृति के आधार पर वह बाद में लिख लेता है । यदि 'लघुभेंट' (मिनी-इंटरव्यू) है तो इसकी जरूरत नहीं पड़ती ।

6. प्रस्तुतीकरण

साक्षात्कार लेकर साक्षात्कारकर्ता लौट आता है । लौटकर वह बिंदुओं और वार्ता की स्मृति के आधार पर पूरा साक्षात्कार लिखता है । साक्षात्कारपात्र के कथनों को यथासंभव उसी की भाषा में लिखने का प्रयास किया जाता है । साक्षात्कार के विकास में वह अपनी शैली का समावेश करता है । साक्षात्कार के प्रश्न-उत्तरों और बातचीत को वह श्रृंखलाबद्ध करता है ।

साक्षात्कार तैयार करते समय इस बात का ध्यान रखा जाता है कि उसका प्रवाह बना रहे तथा कोई भी महत्वपूर्ण पक्ष छूटने न पाए । साक्षात्कारकर्ता साक्षात्कार में यथास्थान, साक्षात्कारपात्र के व्यक्तित्व का बाह्य-अंकन, हाव-भाव, वहाँ के वातावरण, अपनी प्रतिक्रियाओं तथा टिप्पणियों को भी देता जाता है ।

कई बार साक्षात्कार में साक्षात्कारपात्र अनौपचारिक रूप से कुछ बातें कह देता है जो 'ऑफ रिकॉर्ड' होती हैं, जिनको साक्षात्कार में नहीं दिया जाना चाहिए । कई बार साक्षात्कार देने वाला इस बात को कह भी देता है कि यह बात अनौपचारिक रूप में कही गई है, इस अंश को साक्षात्कार में शामिल न किया जाये । किसी के चरित्र विषय में की गई प्रतिकूल टिप्पणी, अपशब्द, कोई निजी गोपनीय तथ्य (जिसको प्रकट करना उचित न हो) आदि को साक्षात्कार तैयार करते समय छोड़ देना चाहिए । साक्षात्कार के सफल प्रस्तुतीकरण पर ही उसकी सफलता निर्भर करती है ।

आज के इस अत्यधिक व्यस्त युग में किसी से समय लेकर साक्षात्कार जैसे श्रमसाध्य और व्ययसाध्य कार्य करना वैसे ही कठिन है, उस पर फिर स्वीकृति लेने की किल्लत! साक्षात्कारकर्ता स्वयं भी एक लेखक, पत्रकार, बुद्धिजीवी व्यक्ति है । उसका अपना व्यक्तित्व और स्टेटस है । यह उचित प्रतीत नहीं होता कि कई परेशानियों के रहते पहले तो वह किसी का साक्षात्कार ले और फिर क्लर्क की भाँति साक्षात्कार की फाइल लिये हस्ताक्षर के लिए साक्षात्कार पात्र के आगे-पीछे घूमता रहे । यदि साक्षात्कारपात्र हस्ताक्षर करने से मना कर दे तो अपना-सा मुँह लेकर लौट आए । हाँ, यदि साक्षात्कारपात्र स्वयं यह कह दे कि साक्षात्कार तैयार हो जाने पर उसे दिखा दिया जाय अथवा विशेष स्थिति में.... कहीं उसके कथन या विवरण में कोई शंका हो अथवा कोई विवादास्पद या जटिल बिंदु हो तो अपनी रिस्क को कम करने के लिए वह साक्षात्कार उसके पात्र को दिखा सकता है, उसकी स्वीकृति ले सकता है । टीवी या रेडियो के साक्षात्कार में यह समस्या नहीं आती । टैप किए हुए साक्षात्कार में भी उलझन नहीं रहती ।

कई बार ऐसा हुआ है कि साक्षात्कार के दौरान साक्षात्कार ने कुछ और कहा है, किसी साक्षात्कारकर्ता ने गलती से या जानबूझ कर कुछ और लिख दिया है । कभी-कभी पत्र-पत्रिका के संपादक भी मनमाने संशोधन या काट-पीट कर देते हैं । गलत बातों या तथ्यों को तोड़-मरोड़कर छप जाने से साक्षात्कार पात्र को कष्ट या पीड़ा या नाराजगी होती है । मनमानी काट-छाँट से कई बार अर्थ का अनर्थ हो जाता है । डॉ. बनारसीदास चतुर्वेदी, महादेवी वर्मा, अमृता प्रीतम, विष्णु प्रभाकर, मनोहरश्याम जोशी जैसे लोग इस पीड़ा को भुगत चुके हैं । इन लोगों ने अपनी पीड़ा को व्यक्त भी किया है । फिल्म क्षेत्र में तो यह प्रवृत्ति और भी अधिक है ।

सामान्यत: पत्रकार जल्दी में होता है, उसका लक्ष्य विशिष्ट और संक्षिप्त होता है । वह साहित्यक साक्षात्कार की भाँति अवकाश नहीं पाता । उसका लक्ष्य पात्र को उजागर करना नहीं, अपेक्षित तथ्य को सामने लाना होता है । वह साक्षात्कार की समग्र प्रक्रिया को नहीं अपना पाता, साक्षात्कार के संपूर्ण सोपानों का निर्वाह उससे नहीं हो पाता । फिर भी उसके साक्षात्कार का अपना महत्व है । यह जरुरी नहीं है कि साक्षात्कार में किस पात्र को संपूर्णत: उजागर किया जाए, उसकी एक झलक, कुछ अंश भी सामने लाए जा सकते हैं । संपूर्णता लिये हुए साहित्यिक साक्षात्कार साक्षात्कार-विधा के महत्वपूर्ण अंग हैं और वे साक्षात्कार-साहित्य की बहुमूल्य निधि हैं ।

3.10 साक्षात्कारकर्ता की विशेषताएं

साक्षात्कारकर्ता को एक अच्छा श्रोता होना सबसे जरूरी है । साक्षात्कारपात्र की बात ध्यान से धैर्य-पूर्वक सुनें, ऊब, उतावलापन, असहमति, नाराजगी न जताएं । साक्षात्कारपात्र यदि सामान्य या कमजोर अथवा गरिमाहीन स्थिति (अपराधी) का भी हो तो भी उसकी उपेक्षा न करें । उसकी वेशभूषा, भाषा, संस्कृति, हाथ-भाव आदि की उपेक्षा न करें । विशिष्टजन तो आदर के पात्र है ही । यदि साक्षात्कारकर्ता के विचार पात्र के विचारों के प्रतिकूल हों तो भी वह संयम बरते । पात्र के कथन ही साक्षात्कार में महत्वपूर्ण होते हैं, साक्षात्कारकर्ता तो एक सहायक माध्यम की भूमिका अदा करता है ।

साक्षात्कारकर्ता में प्रश्न पूछने की कला होनी चाहिए । यदि सामान्य प्रश्न से अपेक्षित जानकारी न मिले तो उस प्रश्न को अवसर देखकर, भाषा बदलकर बाद में फिर पूछना चाहिए, यदि फिर भी पात्र उसे टाल दे तो दुराग्रह नहीं करना चाहिए ।

साक्षात्कार लेने से पूर्व संबंधित पात्र और विषय की जानकारी कर लेनी चाहिए । यदि संगीत के विषय में साक्षात्कारकर्ता शून्य है तो वह संगीतज्ञ से सफल साक्षात्कार नहीं ले सकेगा । जानकारी के लिए पुस्तकालय और विषय से संबंधित व्यक्ति से सहयोग लिया जा सकता है । यदि उसे मनोविज्ञान का थोड़ा-बहुत ज्ञान होगा तो वह पात्र की मनोस्थिति, मूड को तुरन्त भाँप लेगा और साक्षात्कार को आगे बढ़ाता जाएगा । साक्षात्कारकर्ता में अहंकार, रुखापन, अपनी बात थोपना, पूर्वाग्रह, वाचालता, कटुता, सुस्ती-जैसी चीजें नहीं होनी चाहिए । उसमें जिज्ञासा, नम्रता, भाषा पर अधिकार, बात निकालने की कला, तटस्थता, पात्र की बात सुनने का धैर्य, लेखन-शक्ति, बदलती हुई परिस्थिति के अनुकूल साक्षात्कार को टर्न (मोड़) देने की क्षमता-जैसी

बात होनी चाहिए । पात्र की संस्कृति, भाषा, स्तर, विचारधारा, टिप्पणियाँ आदि यदि अनुकूल न हों तब भी साक्षात्कारकर्ता को सामान्य और संयमित रहना चाहिए ।

यदि प्रिंट-मीडिया के लिए साक्षात्कार है तो पात्र के विचारों, उसके द्वारा दी गई जानकारी को तोड़-मरोड़कर, अर्थ बदलकर पेश नहीं करना चाहिए । कई साक्षात्कारदाताओं (पात्रों) यथा अमृता प्रीतम, मनोहर श्याम जोशी आदि ने इस प्रकार की शिकायत की है । टीवी या रेडियो पर तो साक्षात्कारकर्ता कोई संशोधन कर ही नहीं सकता ।

साक्षात्कार में झूठी तारीफ, खुशामद, चमचागिरी, निन्दा, किसी पर अनुचित प्रहार आदि न हो । साक्षात्कार सार्थक हो । वह निर्धारित समय में पूरा होना चाहिए । कोई बात समझ में नहीं आए तो उसे स्पष्ट कर लेनी चाहिए । यद्यपि किसी एक व्यक्ति में इतनी विशेषताएं नहीं हो सकती, फिर भी जितनी अधिक हो, अच्छा है ।

3.11 साक्षात्कार : एक कला

साक्षात्कार मुख्यत: पत्रकार, लेखक, मीडियाकर्मी ही लेते हैं । कभी-कभी अन्य क्षेत्रों के व्यक्ति भी ले लेते हैं । साक्षात्कार एक कला है । डॉ. चन्द्रभान का कहना है - "इंटरव्यू भी एक कला है, इसमें बड़े कौशल की आवश्यकता होती है । आप प्रश्न पूछें और उत्तरदाता आपको इधर-उधर ही भटकाता रहे और किसी प्रश्न का उत्तर ठीक से न दे । वस्तुत: किसी व्यक्ति से उसके जीवन की बातें निकलवा लेना एक कला है, इसके लिए पहली आवश्यकता इस बात की है कि साक्षात्कारकर्ता आपके मन से उस व्यक्ति से संबंधित सभी पूर्वाग्रहों को निकाल दे, वह साफ स्लेट लेकर उसके पास पहुँचे, तभी सत्य स्वरुप उस पर अंकित हो सकेगा । दूसरी आवश्यकता यह है कि वह उस लक्ष्य-व्यक्ति का विश्वासपात्र बन जाए, बिना उसका विश्वासपात्र हुए वह सारी बातें उससे नहीं कहलवा सकता । तीसरी आवश्यकता इस बात की है कि इंटरव्यू मित्र या शत्रु भाव से न लिया जाए ।"

जिस प्रकार साक्षात्कार लेना एक कला है, उसी प्रकार साक्षात्कार देना भी एक कला है । हर आदमी अच्छा इंटरव्यू नहीं दे सकता । साक्षात्कार एक महत्वपूर्ण और उपयोगी विधा है । इसमें यदि नवीन और महत्वपूर्ण सामग्री नहीं आएगी तो वह कोई अच्छा साक्षात्कार नहीं होगा । जिस प्रकार साक्षात्कारकर्ता में कुछ विशेषताएं होनी चाहिए, वैसे ही साक्षात्कारदाता (पात्र) में भी कुछ अच्छी बातों का होना साक्षात्कार को सफल और अधिक उपयोगी बनाता है । विशिष्ट साक्षात्कारपात्र का अपने क्षेत्र पर अधिकार, उल्लेखनीय व्यक्तित्व-कृतित्व, विशेष उपलब्धियां, पूर्वाग्रह रहित होना, अहंकार रहित, साक्षात्कारकर्ता का सम्मान करने वाला, उसे सहयोग देने वाला, विनम्र, खुश-मिजाज, डींग न हांकने वाला, भाषा पर संयम रखने वाला होना चाहिए । उसमें स्वगोपनवृत्ति, अपने को छिपाने की प्रवृत्ति न हो । यद्यपि ये सारे गुण किसी एक व्यक्ति में नहीं हो सकते, परंतु जितने अधिक गुण हों, अच्छा है । सामान्यजन में ये सब होना जरुरी नहीं होता । साक्षात्कार को सफल, महत्वपूर्ण और उपयोगी बनाने का दायित्व साक्षात्कारकर्ता के साथ-साथ साक्षात्कारपात्र का भी है । महात्मा गांधी, जैनेन्द्र, बच्चन, विष्णु प्रभाकर आदि इस कला में निष्णात हैं । उन्होंने बड़ी संख्या में अच्छे साक्षात्कार दिए हैं ।

प्रमुख साक्षात्कारकर्ता डॉ. पदमसिंह शर्मा 'कमलेश' का मत हैं - ''इंटरव्यू के अच्छे-बुरे होने की कुछ जिम्मेदारी इंटरव्यू देने वाले की भी है । यदि इंटरव्यू लेने वाले की श्रद्धा को महत्व न देकर चलताऊ बातें बताता है और कार्य में रुचि नहीं लेता तो इंटरव्यू कभी अच्छा नहीं बन सकता । ''ऐसा भी संभव है कि साक्षात्कारकर्ता को किसी महत्वपूर्ण बात की जानकारी न हो अथवा वह उस समय पूछना भूल जाए तो पात्र को वह जानकारी स्वत: दे देनी चाहिए । महात्मा गांधी तक ने ऐसा किया है । साक्षात्कार को अनुचित प्रचार, किसी को गिराने-उठाने, निन्दा-स्तुति का मंच नहीं बनाना चाहिए । अपात्र (उपलब्धिहीन) लोगों से साक्षात्कार लेना उचित नहीं । सामान्यजन इसके अपवाद हैं । अगंभीर, महत्वहीन लोगों को इस विधा से दूर रहना चाहिए ।

पत्रकार डॉ. नंदकिशोर त्रिखा ठीक ही लिखते हैं - ''समालाप्य-व्यक्ति (पात्र) ऐसा हो सकता है जो स्वत: ही सारी जानकारी दे दे और ऐसा भी हो सकता है जो मुँह खोलना ही नहीं चाहे । दोनों ही परिस्थितियों में भेंट-वार्ताकार या समालापक को बड़ा सतर्क, सयाना और विवेकी बनने की आवश्यकता होती है । यदि कोई व्यक्ति अपने-आप बहुत कुछ बताता है तो संभव है वह आपको अपने मुफ्त प्रचार का साधन बनाने की कोशिश कर रहा हो । जो व्यक्ति कुछ नहीं बोलता और आपसे सहयोग को तैयार नहीं है वह निश्चय ही आपसे कुछ छिपाने की कोशिश में है । ऐसे व्यक्तियों से निपटना आसान नहीं होता । इन व्यक्तियों से खबर निकाल लेने में आपका व्यावसायिक चातुर्य काम में आता है ।''

बोध प्रश्न- 1

1. साक्षात्कार किसे कहते हैं?

   ……

   ……

2. साक्षात्कार और अन्य विधाओं में अंतर कीजिए ।

   ……

   ……

3. मीडिया में साक्षात्कार का महत्व एवं उपयोगिता को बताइए ।

   ……

   ……

4. साक्षात्कार के विभिन्न प्रकार कौन- कौन से हैं?

   ……

   ……

3.12 प्रिंट- मीडिया में साक्षात्कार

प्रिंट-मीडिया में साक्षात्कार एक महत्त्वपूर्ण विधा है । यह पत्रकारिता, साहित्य, इलेक्ट्रॉनिक-मीडिया (टीवी-रेडियो) आदि अनेक क्षेत्रों से जुड़ी है । हिंदी में इस विधा के प्रवर्तन का श्रेय डॉ. नगेन्द्र, डॉ. विश्वनाथ शुक्ल आदि विद्वानों ने मूर्धन्य पत्रकार बनारसीदास चतुर्वेदी

को दिया है । डॉ. नगेन्द्र का कथन है - "हिंदी-गद्य में इस विधा (साक्षात्कार) के प्रवर्तन का श्रेय बनारसीदास चतुर्वेदी को है - विशाल भारत में प्रकाशित 'रत्नाकरजी से बातचीत' (सितम्बर, 1931) और 'प्रेमचन्दजी के साथ दो दिन ' (जनवरी, 1932) इस दिशा में उनकी उल्लेखनीय रचनाएं हैं ।" डॉ. विश्वनाथ शुक्ल ने भी लिखा है - "इस विधा का सूत्रपात करने का प्रथम श्रेय पं. बनारसीदास चतुर्वेदी को है । उन्होंने 'रत्नाकरजी से बातचीत' शीर्षक इंटरव्यू सितंबर, 1931 के 'विशाल भारत' में प्रकाशित किया था । इसके कुछ ही महीने बाद 'प्रेमचंदजी के साथ दो दिन' शीर्षक से उनका दूसरा इंटरव्यू जनवरी, 1932 के 'विशाल भारत' में प्रकाशित हुआ । संभ्वत: 1931 का रत्नाकरजी वाला इंटरव्यू हिंदी का प्रथम साहित्यिक इंटरव्यू है ।" इसके विपरीत डॉ. रामगोपाल सिंह चौहान हिंदी में इस विधा के प्रवर्तन का श्रेय डॉ. पदमसिंह शर्मा 'कमलेश' को देते हैं । वे लिखते हैं- "हिंदी में इंटरव्यू की विधा का सूत्रपात करने का श्रेय डॉ. पदमसिंह शर्मा 'कमलेश' को है । इससे पहले यह विधा हिंदी में अनजानी थी । डॉ. कमलेश ने हिंदी के चोटी के साहित्यकारों से इंटरव्यू लेकर मौलिक कार्य किया ।" डॉ कमलेश का चर्चित साक्षात्कार-संग्रह 'मैं इनसे मिला' दो भागों में 1952 में प्रकाशित हुआ था ।

परंतु साक्षात्कार-विधा के प्रथम शोधकर्ता विष्णु पंकज ने हिंदी में साक्षात्कार विधा के प्रवर्तन का श्रेय पत्रकार-लेखक चंद्रधर शर्मा 'गुलेरी' को दिया और समालोचक के सितंबर, 1905 के अंक में प्रकाशित उनके साक्षात्कार 'संगीत की धुन एक संवाद' को हिंदी का पहला साक्षात्कार माना, यह साक्षात्कार संगीत-महारथी विष्णु दिगंबर पलुस्कर से लिया गया था । गुलेरीजी 'समलोचक' के 'अघोषित संपादक' (राज्यसेवा में होने के कारण) थे । वे तब मेयो कालेज, अजमेर में प्राध्यापक थे । पलुस्करजी के अजमेर आगमन पर 'समालोचक' के प्रतिनिधि को हैसियत से उन्होंने यह साक्षात्कार लिया था । इसमें साक्षात्कार के पूरे तत्व हैं, जबकि रत्नाकरजी वाली बातचीत निबंध, संस्मरण, रेखाचित्र संवाद आदि अनेक विधाओं का समवेत-रूप है, साक्षात्कार के गुण उसमें नहीं है ।

प्रमुख आलोचक और साक्षात्कारकर्ता डॉ. रणवीर रांग्रा ने विष्णु पंकज के प्रकाशित शोध-ग्रंथ 'हिंदी- इंटरव्यू : उद्भव और विकास' की समीक्षा आकाशवाणी, दिल्ली (7 अगस्त, 1984 को प्रसारित) पर करते हुए कहा- ''विष्णु पंकज का शोध-प्रबंध हिंदी-इंटरव्यू 'उद्भव और विकास' अपने विषय का पहला और सुनियोजित अनुसंधान कार्य है । इस शोध-प्रबंध में इंटरव्यू-विधा के बारे में प्रचलित अनेक भ्रान्तियों का समप्राण निराकरण भी किया गया है । हिंदी में इस विधा के प्रवर्तन के विषय में अब तक दो मत सामने आए थे । डॉ. नगेन्द्र, डॉ. विश्वनाथ शुक्ल जैसे विद्वान् शीर्षस्थ पत्रकार पं. बनारसीदास चतुर्वेदी को पहला इंटरव्यूकार होने का श्रेय देते हैं । इसके विपरीत रामगोपालसिंह चौहान जैसे समीक्षकों ने यह श्रेय डॉ. पदमसिंह शर्मा 'कमलेश' की पुस्तक 'मैं इनसे मिला' को दिया है । गहरी छानबीन के आधार पर इस शोध-प्रबंध (हिंदी-इंटरव्यू : उद्भव और विकास) में पं. चन्द्रधर शर्मा 'गुलेरी' को हिंदी इंटरव्यू का प्रवर्तक सिद्ध किया है ।"

3.13 इलेक्ट्रॉनिक-मीडिया में साक्षात्कार

इलेक्ट्रॉनिक-मीडिया (मुख्यत: टीवी-रेडियो) पर आरंभ से ही साक्षात्कार प्रसारित हो रहे हैं । रोजाना ही विविध चैनलों पर छोटे-बड़े, विविध विषयों पर, साक्षात्कार आते हैं । इलेक्ट्रॉनिक-क्रांति ने अनेक माध्यम विस्तृत और सशक्त बना दिए, कई नए माध्यम भी विकसित कर दिए हैं । अब टेलीफोन, वीडियोफोन, इंटरनेट फैक्स, ई-मेल आदि से भी खूब साक्षात्कार लिए जाने लगे हैं ।

विपिन हांडा, दीपक बोहरा, शेखर सुमन आदि ने टेलीविजन पर बड़ी संख्या में साक्षात्कार लिए हैं । तबस्सुम ने अनेक फिल्मी हस्तियों से साक्षात्कार लेकर 'फूल खिले हैं गुलशन-गुलशन' जैसे कार्यक्रम को सफल बनाया था । कमलेश्वर ने अनेक व्यक्तियों से बातचीत की । कैलाश वाजपेयी, चंद्रकुमार बरठे, कलानाथ शास्त्री आदि ने साहित्यकारों के, प्रभु चावला, एम.जे. अकबर, कन्हैयालाल नंदन, रजत शर्मा, विनोद दुआ, शशिकुमार, उदयन शर्मा आदि ने राजनेताओं के, विपिन हांडा, दीपक बोहरा, शेखर सुमन, महेश भट्ट, फारूक शेख, मनीष दुबे, मोहन कपूर आदि ने फिल्मी हस्तियों के अच्छे साक्षात्कार लिए हैं । प्रभु चावला ने 'सीधी बात', रजत शर्मा ने 'जनता की अदालत', शेखर सुमन ने 'शेकर्स एण्ड मूवर्स' में तेज तर्रार साक्षात्कार लिए हैं । मेनका गांधी ने जीव दया, अनुराधा प्रसाद ने विविध विषयों, रोशनी ने पाकशास्त्र पर बातचीत की है । शेखर गुप्ता ने टहलते हुए सोनिया गांधी, ऐश्वर्या राय आदि से भेंटवार्ता की है । रामशरण जोशी, प्रणवराय, सईद नकवी, महेन्द्र मधुप (कृषि पर), मनोज रघुवंशी, करण थापर, राहुल देव, मृणाल पांडे, पंकज शर्मा, राजेन्द्र बोहरा, राधेश्याम तिवारी, राजीव शुक्ला, पुष्पेश पंत, बलजीत, आशा सचदेव, जास्मिन मोजेज, फरीदा जलाल, नीलम शर्मा, नलिनी सिंह, स्वाति आदि द्वारा भी बहुत-से साक्षात्कार लिए गए हैं ।

रेडियो पर गोपालदास, जसदेव सिंह, ठाकुर प्रसाद सिंह, नरोत्तम पुरी, छोटे, सविता बजाज, मोहनसिंह सेंगर, वेद व्यास, सत्यनारायण शर्मा, मदन शर्मा, राही, मंजुल, रामसिंह पंवार, विजय चौधरी, सवाईसिंह धमोरा, अचला नागर, अनिता, मलिक, इंदु जैन, कुंथा जैन, विमला पाटिल, सरल कुमारी आदि ने उल्लेखनीय साक्षात्कार किये हैं ।

बोध प्रश्न- 2

1. प्रिंट मीडिया के लिए साक्षात्कार कैसे लेते हैं?

   ……

   ……

2. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में साक्षात्कार विधा आज क्यों लोकप्रिय है?

   ……

   ……

3. साक्षात्कार की प्रक्रिया के प्रमुख चरण कौन से हैं?

……

……

4. साक्षात्कार एक कला है, समीक्षा करें ।

……

……

3.14 सारांश

इस इकाई में हम देख चुके है कि साक्षात्कार मीडिया का एक महत्वपूर्ण और उपयोगी घटक है । साक्षात्कार की कला जाने बगैर किसी भी मीडियाकर्मी, पत्रकार का काम चलना कठिन है । उसे कभी पात्र से प्रत्यक्ष भेंट करके साक्षात्कार लेना होता है तो कभी टेलीफोन या अन्य इलेक्ट्रॉनिक-माध्यम द्वारा । इस पाठ में साक्षात्कार के स्वरूप, प्रकार, प्रथम हिंदी-साक्षात्कार, प्रिंट-मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक-मीडिया के साक्षात्कारों के अध्ययन के अलावा हमने इसकी उपादेयता और महत्व को जाना । साक्षात्कारकर्ता में क्या गुण हों, साक्षात्कार कैसे लें - यह जानकारी भी हमने प्राप्त की । साक्षात्कार-विधा को समग्र रूप में जानने का प्रयास हमने किया है । साक्षात्कार एक स्वतंत्र विधा है ।

3.15 शब्दावली

इस इकाई में आने वाले पारिभाषिक शब्दों के अर्थ इस प्रकार हैं -

साक्षात्कार - यह जनसंचार की प्रमुख विधा है । इसके अंतर्गत साक्षात्कारकर्ता साक्षात्कार देने वाले से मिलकर बातचीत करके, प्रश्नोत्तरों द्वारा उसके जीवन, कृतित्व और विचारों आदि की जानकारी प्राप्त करता है ।

साक्षात्कारकर्ता - जो व्यक्ति साक्षात्कार लेता है उसे साक्षात्कारकर्ता कहते हैं ।

साक्षात्कारपात्र - जिस व्यक्ति से साक्षात्कार लिया जाता है वह साक्षात्कारपात्र कहलाता है ।

प्रिंट मीडिया - मुद्रित माध्यमों (समाचारपत्र, पत्रिका, ग्रंथ आदि) को कहते हैं ।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया - टीवी रेडियो, कम्प्यूटर, इंटरनेट, फैक्स, ई मेल आदि को कहते हैं ।

3.16 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. हिन्दी-इंटरव्यू : उद्भव और विकास - डॉ विष्णु पंकज, विवेक पब्लिशिंग हाउस, जयपुर
2. जनसंचार की विधा-साक्षात्कार- डॉ. विष्णु पंकज, राजस्थान प्रकाशन, जयपुर
3. साक्षात्कार-कोश- डॉ. विष्णु पंकज, रचना प्रकाशन, जयपुर
4. भारतीय भाषाओं में साक्षात्कार - डॉ. विष्णु पंकज, मंगलदीप एप्लिकेशन, जयपुर
5. मीडिया इंटरव्यू - डॉ. विष्णु पंकज, मंगलदीप पब्लिकेशन, जयपुर

6. इंटरव्यू सिद्धांत, तकनीक और व्यवहार - डॉ. विष्णु पंकज, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, नई दिल्ली
7. साक्षात्कार सिद्धांत और व्यवहार - रामशरण जोशी, ग्रंथशिल्पी, नई दिल्ली
8. मैं इनसे मिला - डॉ. पदमसिंह शर्मा 'कमलेश', आत्माराम एंड संस, नई दिल्ली
9. साहित्यकारों के संग - कैलाश कल्पित, किताबघर, दिल्ली
10. भारतीय साहित्यकारों से साक्षात्कार - डॉ. रणवीर रांग्रा, भारतीय ज्ञानपीठ प्रकाशन, नई दिल्ली

3.17 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. साक्षात्कार से आप क्या समझते हैं? यह अन्य विधाओं से किस प्रकार भिन्न है?
2. साक्षात्कार की उपयोगिता और महत्व पर विस्तृत प्रकाश डालिए ।
3. साक्षात्कार कितने प्रकार के होते हैं? इनमें से कौन-सा प्रकार आपको अधिक प्रभावी लगा? तर्क के साथ समझाइए ।
4. आप एक सफल साक्षात्कार किस प्रकार लेंगे? विस्तार से बताइए ।
5. साक्षात्कार-प्रक्रिया का विस्तार से उल्लेख कीजिए ।
6. एक सफल साक्षात्कारकर्ता में क्या विशेषताएं होनी चाहिए? इनमें से कौन-सी विशेषताएं आप अपने अंदर अनुभव करते हैं?
7. 'साक्षात्कार कला है ।' इस कथन की समीक्षा कीजिए ।
8. पहला हिंदी-साक्षात्कार आप किसे मानते हैं और क्यों? विस्तारपूर्वक लिखे ।
9. संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखें -
    1. प्रिंट-मीडिया में साक्षात्कार
    2. इलेक्ट्रॉनिक-मीडिया में साक्षात्कार
    3. साक्षात्कार और अन्य विधाएं
    4. मीडिया में साक्षात्कार का महत्व

इकाई-4

समाचारों का वर्गीकरण - (भाग-1)

इकाई की रूपरेखा

4.0 उद्देश्य

4.1 प्रस्तावना

4.2 समाचार का स्वरूप

4.3 समाचार के तत्व

4.4 समाचार के प्रकार एवं वर्गीकरण

4.4.1 विषयवस्तु के आधार पर

4.4.2 प्रकृति के आधार पर

4.4.3 व्याख्या के आधार पर

4.4.4 रिपोर्टिंग विधि के आधार पर

4.4.5 प्रस्तुतीकरण की विशिष्ट शैली के आधार पर

4.5 सारांश

4.6 शब्दावली

4.7 कुछ उपयोगी पुस्तकें

4.8 अभ्यासार्थ प्रश्न

4.0 उद्देश्य

इस पाठ का उद्देश्य समाचार, इसके अर्थ, इसके स्वरूप, इसके तत्व तथा समाचारों के प्रकार के संबंध में विस्तार से चर्चा करना है । बदले हुए परिवेश में समाचारों का जन जीवन में क्या महत्व हो गया है, समाचारों के अर्थ और परिभाषा में पिछले दो दशक के दौरान किस तरह का बदलाव आया है, विगत अवधि के दौरान समाचारों का कौनसा नया वर्गीकरण तथा कौन-कौनसे नए प्रकार उभरकर सामने आए हैं इन सब बातों की इस पाठ के अन्तर्गत चर्चा की गई है । इस पाठ का अध्ययन करने के पश्चात् आप जान सकेंगे: -

- समाचार क्या है?
- समाचारों की परंपरागत व नवीन परिभाषाएं क्या हैं?
- समाचार के प्रमुख तत्व कौनसे हैं ।
- विभिन्न आधारों पर समाचारों का वर्गीकरण कैसे किया जा सकता है तथा समाचारों के प्रकार कौन कौन से हैं ।

4.1 प्रस्तावना

पिछले दो दशकों के दौरान, विश्वभर के मीडिया जगत एवं खासतौर पर प्रिंट मीडिया के अवधारणा और स्वरूप में आमूल परिवर्तन आया है । मीडिया का काम सिर्फ सूचनाओं को

ज्यों का त्यों आम आदमी तक पहुंचाना भर नहीं रहा । टेलीविजन और इंटरनेट ने अब समाचारपत्रों को अपनी भूमिका पर पुनर्विचार के लिए मजबूर कर दिया है । शायद यही कारण है कि समाचारपत्रों के मुख पृष्ठ पर आज, किसी भी घटना की प्राथमिक सूचना के बजाय पिछले दिन टेलीविजन पर दिखाई जा चुकी अमुक घटना का विश्लेषण, पृष्ठभूमि या प्रभाव दिखाया जाता है । समाचारपत्रों में अब बियोण्ड टेलिविजन जर्नलिज्म की नई अवधारणा जन्म लेने लगी है, जिसके अन्तर्गत वह करने का प्रयास किया जाता है जो टीवी. नहीं कर सका। समाचारपत्रों के बदले हुए कलेवर पर नजर डालें तो न सिर्फ 'समाचार' की दो दशक पुरानी अवधारणा बदली हुई नजर आती है बल्कि समाचारपत्र के 'समाचारपत्र' होने पर भी बड़ा सा सवाल लगा दिखाई देता है । समाचारपत्र का प्रमुख उद्देश्य अब सूचना देने के बजाय आम आदमी का मनोरंजन करना अधिक हो गया है । अधिकांश समाचारपत्रों के पन्ने गंभीर राजनीतिक समाचारों के बजाय फिल्मी हस्तियों की गतिविधियों से तथा विकास योजनाओं की सूचना के बजाय विलासिता और सैर सपाटे से जुड़ी ताजातरीन जानकारियों जैसेः - स्वास्थ्य, सौन्दर्य और ग्लेमर से जुड़ी नवीनतम खोज व सूचनाओं से भरे दिखाई देते हैं । हाल ही में इलेक्ट्रोनिक मीडिया का भारी विस्तार हुआ है और समाचारपत्रों का प्रसार भी बढ़ा है । इसके साथ ही मीडिया का व्यापारीकरण हुआ और बाजार पर कब्जा करने के मकसद से ही समाचारों में मनोरंजन का तत्व हावी हुआ है ।

समाचारपत्रों की इस बदली हुई तस्वीर के मद्देनजर ही समाचारपत्रों में लेखन की कई नवीन विधाओं का जन्म हुआ है । कुछ समय पूर्व तक पत्रों में जहां सिर्फ तथ्य आधारित समाचार एवं संपादकीय आलेख ही छपा करते थे, वहीं आज समाचारपत्रों में हार्ड न्यूज, सॉफ्ट न्यूज, न्यूज फीचर, ह्यूमन स्टोरी, पाजिटिव न्यूज एवं अन्य कई तरह की समाचार विधाओं का प्रयोग होने लगा है । समाचार जगत की बदलती हुई जरूरतों को ध्यान में रखते हुए पत्रकारिता के छात्रों को समाचार लेखन की इन नवीनतम विधाओं से परिचित होना ही चाहिए ।

4.2 समाचार का स्वरूप

आम जीवन में हम जब भी किसी परिचित अथवा अपरिचित से मुलाकात करते हैं, दोनों मुलाकातियों का आपस में पहला सवाल यही रहता है कि "और क्या खबर है ?" जब किसी मित्र अथवा परिचित को व्यक्तिगत पत्र लिखा जाता है पंक्ति बरसों से कुछ यूं शुरू की जाती रही है, "अत्र कुशलम तत्रास्तु के पश्चात् समाचार यह है कि... अथवा आगे समाचार यह है कि.. वगैरह... ।'' जाहिर है इंसानी संवाद की एक मुख्य वजह जानकारियों का लेना या देना रही है । जानकारियों के प्रति मानव सुलभ जिज्ञासा ने ही 'समाचार' को एक व्यवसाय की वस्तु बना दिया है । यही समाचार वस्तुतः पूरे मीडिया जगत का कच्चा माल भी है और इसका मुख्य उत्पाद भी ।

परंपरागत व्याख्याओं के अन्तर्गत समाचार का अर्थ इसके अंग्रेजी नाम से समझा जाता है जिसके अनुसार NEWS से चारों दिशाओं नार्थ, ईस्ट, वेस्ट और साउथ का भान होता है । कई अन्य परिभाषाओं का निष्कर्ष भी यही दर्शाता है कि समाचार दरअसल सूचनाओं का संग्रह है किंतु एक व्यावसायिक नजरिए से हम देखें तो हर सूचना समाचार नहीं हो सकती । बिहार

के मुख्यमंत्री का वहां के किसी केबिनेट मंत्री से गोपनीय वार्तालाप, बिहार के पाठकों के लिए निश्चित रूप से समाचार हो सकता है मगर मध्यप्रदेश के पाठकों के लिए यह जानकारी एक ऐसी सूचना भर है जिसमें उनकी कोई रुचि नहीं है । इस दृष्टि से हम कह सकते हैं कि समाचारपत्र के लिए वही सूचना समाचार बनती है जिसे लोग जानना चाहते हैं ।

एक व्यक्तिगत वार्तालाप अथवा एक निजी चिट्ठी में दी जाने वाली जानकारियां, संबंधित लोगों के लिए अवश्य समाचार हो सकते हैं मगर अन्य लोगों के लिए ये मात्र अरुचिकर सूचनाएं हैं । इस दृष्टि से हम यूं भी कह सकते हैं कि "समाचारपत्र के लिए वे ही सूचनाएं समाचार है, जिन्हें अधिक से अधिक लोग जानना चाहते हैं ।''

4.3 समाचार के तत्व

किसी सूचना को समाचार बनाने में कुछ कारण अपनी भूमिका निभाते हैं । यही कारण समाचार के तत्व कहे जा सकते हैं । जिन लोगों का कभी अदालती वाद-विवादों से पाला पड़ा हो वे जानते होंगे कि कोई भी वाद दायर करते समय वाद पत्र में वाद कारण का उल्लेख किया जाता है, जो यह स्पष्ट करता है कि अमुक विवशता के कारण यह वाद दायर किया जाना आवश्यक हो गया है । ठीक इसी तरह समाचार प्रकाशित करते समय पाठक को भी यह बताना जरूरी होता है कि अमुक समाचार आज प्रकाशित करने का औचित्य अथवा कारण क्या बना है । उदाहरणत: हम नगर के किसी ऐसे जलाशय पर समाचार फीचर बना रहे हैं, जिसका वजूद सौ वर्ष से भी ज्यादा समय से है । ऐसे में हमें यह अवश्य लिखना होगा कि इस जलाशय में पिछले एक माह या छ: माह के दौरान अचानक अतिक्रमण बढ़ गए हैं अथवा पिछले दस रोज में तेज गर्मी के कारण इसका जलस्तर अचानक एक फुट कम हो गया है । यह ताजातम स्थिति ही इस समाचार का कारक तत्व होगा ।

कोई समाचार किस सीमा तक समाचार है और किसके बाद असमाचार, यह सब बातें निर्धारित करने वाले निम्नलिखित कुछ प्रमुख तत्व हैं जिन्हें समझना हमारे लिए निश्चित रूप से उपयोगी रहेगा । समाचार लेखन के प्रमुख तत्व हैं-

1. जनरुचि
2. ताजगी
3. लक्षित समूह
4. जानकारी का आकार
5. संपादकों या रिपोर्टरों का विवेक
6. तात्कालिक परिस्थितियां
7. सूचना माध्यम की नीति
8. बदलते मानदंड

1. जनरुचि - समाचार का सबसे पहला तत्व जनरुचि है । किसी सूचना में समाचारपत्र पाठकों, रेडियों स्रोताओं अथवा टीवी दर्शकों की कितनी रुचि है यही उस समाचार के निर्माण, चयन, प्लेसमेंट अथवा डिस्प्ले का आधार बनता है । इसके अतिरिक्त कितने लोगों अथवा समाज के कितने बड़े वर्ग की रुचि अमुक सूचना में है, यह बात उस समाचार का आकार भी

तय करती है । हम अक्सर समाचार का महत्व उसमें दी जाने वाली जानकारी, बड़े आकड़े अथवा बड़े व्यक्ति के नाम से तय करने की गलती कर बैठते हैं किंतु समाचार जगत् में ऐसी किसी भी सूचना अथवा जानकारी का महत्व सिर्फ जनरुचि ही तय करती है । यदि हम व्यावसायिक नजरिए की बात करें तो किसी जानकारी की बाजार माँग ही उसकी कीमत तय करती है ।

2. **ताजगी-** समाचार का एक महत्वपूर्ण तत्व उपलब्ध जानकारी की ताजगी है । सूचना माध्यमों की दौड़ में अब वही विजेता माना जाता है जो सबसे ताजा जानकारी दे । आम आदमी समयातीत या पुरानी जानकारियों में वहीं तक रुचि रखता है जहां तक वे किसी ताजा घटनाक्रम की पृष्ठभूमि की दृष्टि से प्रासंगिक हों । इस तरह से जो सूचना जितनी नई है उतनी ही समाचार की दृष्टि से महत्वपूर्ण है ।
3. **लक्षित समूह** - जिसे हम बोलचाल में टारगेट ग्रुप या टारगेट आडियेन्स कहते हैं, उसकी भौगोलिक दूरी घटनास्थल से कितनी है, यह बात भी समाचार का एक महत्वपूर्ण तत्व है । बंगलोर के निकट किसी गांव में घटित बस दुर्घटना में बीस लोग भी मर जाएं तो इसे राजस्थान के समाचारपत्र में सिंगल कॉलम समाचार ही बनाया जा सकता है, मगर यदि जयपुर में हुई दुर्घटना में तीन लोग भी मारे जाएं तो यह स्थानीय पत्र में दो अथवा तीन कॉलम की खबर बन सकती है ।
4. **जानकारी का आकार** - किसी समाचार में दिया गया आकड़ा, मृतकों की संख्या, योजना का क्षेत्र आदि आकार में कितना बड़ा है, यह तत्व भी समाचार को प्रभावित करता है किन्तु यह तत्व हमेशा परिस्थितियों पर निर्भर करता है । भौगौलिक दूरी अथवा जनरुचि आदि तत्व विपरीत होने पर यह तत्व प्राय: गौण रह जाता है ।
5. **संपादकों या रिपोर्टरों का विवेक** - किसी खास संपादक या रिपोर्टर की व्यक्तिगत सोच भी कई बार किसी समाचार के महत्व को घटा अथवा बढ़ा सकती है । किसी शहर में आम तौर पर दो दिन में एक बार पेयजल आपूर्ति होती है । किसी दिन यह आपूर्ति तीन रोज तक पहुंच जाती है । स्थानीय रिपोर्टरों एवं संपादकों के लिए यह आम समाचार है मगर शहर में एक नया रिपोर्टर किसी ऐसे शहर से आता है जहां दिन में दो बार जलापूर्ति होती थी । ऐसे रिपोर्टर के लिए तीन दिन में जल आपूर्ति, एक लीड समाचार जैसा महत्वपूर्ण हो सकता है ।
6. **तात्कालिक परिस्थितियाँ** - एक ही सूचना अलग-अलग परिस्थितियों में समाचार अथवा असमाचार हो सकती है । समाचारपत्र में उस दिन विज्ञापनों की संख्या, अन्य महत्वपूर्ण घटनाक्रमों की तुलनात्मक स्थिति अथवा कुछ अन्य व्यावहारिक कारण एक ही सूचना के महत्व को घटा अथवा बढ़ा सकते हैं । देश के किसी लोकप्रिय व्यक्ति का निधन आम दिनों में समाचारपत्र की प्रथम लीड बन सकता है किंतु उसी दिन देश के किसी भाग में भूकंप से कई लोग मारे जाएं तो इस व्यक्ति के निधन का समाचारपत्र के किसी कोने में, सिंगल कॉलम में भी प्रकाशित हो सकता है ।
7. **सूचना माध्यम की नीति** - एक ही सूचना के साथ अलग-अलग समाचारपत्रों अथवा अलग अलग सूचना माध्यमों में भी अलग अलग व्यवहार हो सकता है । कुछ टीवी चैनल, भूतप्रेत

की घटनाओं को बढ़ा चढ़ा कर दिखाते हैं जबकि कुछ चैनल संजीदा समाचारों को प्राथमिकता देते हैं । किसी समाचारपत्र में आध्यात्मिक समाचार प्रमुखता से छापे जाते हैं तो किसी में बलात्कार या अपराध की खबरों को बड़ा आकार प्राप्त होता है ।

8. **बदलते मानदंड** - समाचारों के तत्व प्राय: समय काल के अनुसार भी बदलते रहते हैं । एक समय था जब देश का प्रधानमंत्री किसी भी प्रदेश में कोई भाषण देता था तो वह समाचारपत्र की प्रथम लीड के रूप में प्रकाशित हुआ करता था । अब वह समय आ गया है जब भाषणों के लिए भीतरी पृष्ठों के कोने में भी जगह नहीं मिलती । किसी अभिनेता के विवाह की पार्टी अथवा किसी क्रिकेट स्टार का प्रेम प्रसंग जो शायद किसी जमाने में समाचार का विषय भी नहीं माना जाता था अब पत्र की प्रथम लीड के रूप में छप सकता है ।

4.4 समाचार के प्रकार एवं वर्गीकरण

पत्रकारिता के क्षेत्र में पिछले बरसों के दौरान जो बदलाव आए हैं, उनके अन्तर्गत समाचार और लेखन की कई नवीन शैलियां विकसित हुई हैं । पाठकों को आकर्षित करने के लिए या प्रतिस्पर्धा में औरों से अलग नजर आने के लिए समाचार प्रस्तुति के नित नए तरीकों की खोज निरन्तर जारी है । समाचारों के अलग अलग प्रकारों को अलग-अलग श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है । समाचारों के वर्गीकरण के जो प्रमुख आधार हो सकता हैं, वे निम्नानुसार है:-

4.4.1 विषयवस्तु के आधार पर

4.4.2 प्रकृति के आधार पर

4.4.3 व्याख्या के आधार पर

4.4.4 रिपोर्टिंग विधि के आधार पर

4.4.5 प्रस्तुतीकरण की विशिष्ट शैली के आधार पर

4.4.1 विषय वस्तु के आधार पर वर्गीकरण

समाचार में दी जाने वाली सामग्री, जानकारी तथ्य तथा आंकड़े पाठकीय मनस्थिति पर गंभीर प्रभाव डालते हैं अथवा हल्का फुल्का, यही बात किसी समाचार को हार्ड न्यूज अथवा साफ्ट न्यूज की श्रेणी में विभाजित करती है ।

(क) हार्ड न्यूज

ठोस तथ्यों पर आधारित घटना प्रधान एवं समयबद्ध समाचारों को हार्ड न्यूज कहा जा सकता है । यह समाचार लेखन की परंपरागत शैली है । हत्या, दुर्घटना, विधायिका की बैठक, वी.आई.पी. का आगमन अथवा कोई महत्वपूर्ण अदालती फैसला हार्ड न्यूज का विषय हो सकता है ।

हार्ड न्यूज की प्रमुख विशेषताओं को हम इस तरह अलग रख सकते हैं प्रथम, हार्ड न्यूज तथ्य एवं ठोस जानकारी पर आधारित होती है । द्वितीय, हार्ड न्यूज अखबार के ऐसे रुटीन समाचारों की श्रेणी में आती है जो खुद चल कर रिपोर्टर के पास आती हैं, तृतीय, हार्ड न्यूज प्राय: सभी प्रतिस्पर्धी समाचारपत्रों में एक ही दिन प्रकाशित होती है, इन्हें अगले

दिन के लिए रोका नहीं जा सकता, चतुर्थ, हार्ड न्यूज की भाषा गंभीर व सपाट होती है । पंचम, हार्ड न्यूज का प्रमुख उद्देश्य पाठक को सूचना देना होता है । षष्ठम, हार्ड न्यूज प्राय: उर्ध्व पिरामिड की शक्ल में ही बनाई जाती है, जिसमें ठोस व प्रमुख जानकारी आरम्भ में तथा गौण जानकारी बाद में प्रकाशित की जाती है । उदाहरण-

'अग्नि परीक्षा' में सफल अग्नि- 3

भारत ने मिसाइल तकनीक तक में लंबी छलांग लगाते हुए 3 हजार किलो मीटर तक परमाणु हथियार के साथ मार करने में सक्षम 'अग्नि-3' मिसाइल का गुरुवार को सफल परीक्षण किया । बंगाल की खाड़ी स्थित व्हीलर द्वीप के अंतरिम परीक्षण स्थल (आईटीआर) से सुबह 10:52 बजे इसे छोड़ा गया । यह देश की अब तक की सर्वाधिक दूरी तक मर करने वाली मिसाइल है। यह चीन के बीजिंग और शंघाई तक मार करने में सक्षम है ।

(ख) साफ्ट न्यूज

जैसा कि नाम से ही जाहिर है साफ्ट न्यूज के भीतर रुचिकर जानकारी दिलचस्प अंदाज में प्रस्तुत की जाती है । गर्मी के मौसम में अचानक सर्दी हो जाना, किसी भक्त का दंडवत करते हुए तीर्थयात्रा करना, किसी बारात में दूल्हे सहित घोड़ी का भाग जाना आदि ऐसे हल्के-फुल्के विषय है जिनके किसी समाचारपत्र में न छपने पर पाठक पत्र को अधूरा तो महसूस नहीं करता मगर जिन्हें पढ़ने के बाद एक अवर्णनीय आनन्द का अनुभव अवश्य करता है । साफ्ट न्यूज की प्रमुख विशेषताएं इस प्रकार हैं । प्रथम, साफ्ट न्यूज में हार्ड न्यूज की तरह सभी प्रमुख ककारों का इंट्रो में होना आवश्यक नहीं माना जाता । द्वितीय, साफ्ट न्यूज प्राय: समयबद्ध नहीं होती तथा जब तक कोई चर्चित घटना से जुड़ा समाचार न हो इसे उसी दिन प्रकाशित करना जरूरी नहीं समझा जाता । तृतीय, साफ्ट न्यूज की भाषा प्राय: चुटीली और मुहावरेदार हुआ करती है चतुर्थ, साफ्ट न्यूज का प्रमुख लक्ष्य सूचना देना नहीं पाठक का मनोरंजन करना होता है । पंचम, साफ्ट न्यूज पाठक पर कोई गंभीर प्रभाव डालने की अपेक्षा, उसकी भावना, संवेदना अथवा अनुभूतियों को स्पर्श करने का कार्य करती है ।

उदाहरण-

कान से गुब्बारा फुलाने वाला सन्नू

बडलियास गांव के संजय शर्मा (32) ने कान से गुब्बारे में हवा भरने का कारनामा कर दिखाया है । लोग उसे "कान से गुब्बारा फुलाने वाला सन्तु" कहते हैं । दो साल पहले बनास नदी में नहाने के बाद संजय ने कान से पानी निकालने की कोशिश की । नाक बंद करने पर कान से फव्वारे की तरह पानी बाहर आया । एक-दो दिन बाद उसने टीवी पर एक युवक को मुंह से मोटर साइकिल के ट्यूब में हवा भरते देखा । इसके बाद उसने कान से गुब्बारे में हवा भरने की कोशिश शुरू की । छह महीने बाद उसने दोस्तों के सामने गुब्बारे में कान से हवा भर कर दिखाई।

4.4.2 प्रकृति के आधार पर

समाचारों के वर्गीकरण का एक आधार उस सूचना की प्रकृति भी है जो कि पाठक तक पहुंचाई जानी है । अलग- अलग स्रोतों अथवा माध्यमों से प्राप्त होने वाली सूचनाओं का लक्ष्य एवं विषय अलग-अलग हो सकता है । सूचना की प्रकृति के आधार पर हम समाचारों का निम्नलिखित श्रेणीकरण कर सकते हैं: -

(क) भाषण

(ख) वक्तव्य

(ग) प्रेस नोट

(घ) विकास समाचार

(ङ) प्रतिक्रिया

(क) भाषण : राजनेताओं, प्रमुख व्यक्तियों, लोकप्रिय हस्तियों अथवा प्रबुद्ध लोगों द्वारा सार्वजनिक स्थलों पर दिए जाने वाले भाषण हमेशा से समाचारों का विषय बनते रहे हैं । किन्तु पिछले एक दशक से भाषणों का कवरेज समाचारपत्रों में काफी हद तक सीमित हो चला है । भाषणों से जुड़े समाचारों का इंट्रो बनाते समय दो बातों को ध्यान में रखा जाता है । प्रथम तो यह है कि भाषण देने वाला व्यक्ति कितनी जानी मानी शख्सियत हैं, दूसरे भाषण में कही गई बात आम लोगों को किस सीमा तक प्रभावित या उद्वेलित करने वाली है । राजनेताओं का भाषण कवर करते समय उनके द्वारा की गई नई घोषणाओं को सबसे पहले वरीयता दी जाती है । यदि कोई घोषणा नहीं हुई है तो उनके द्वारा कही गई किसी नई, विवादास्पद या तीखी बात को प्रमुखता दी जाती है ।

(ख) वक्तव्य : कुछ प्रमुख अवसरों पर विशेष व्यक्तियों द्वारा विशेष वक्तव्य जारी किए जाते हैं । दो देशों के शिखर व्यक्तियों की वार्ता के पश्चात् संयुक्त वक्तव्य जारी करने की परम्परा भी रही है । कभी किसी बड़ी घटना या विशेष अवसर पर सरकार या प्रशासन की ओर से भी वक्तव्य जारी किए जाते हैं, जिनका लक्ष्य प्राय: किसी खास मसले पर सरकारी पक्ष रखना या किसी भ्रम की स्थिति को दूर करना होता है । ऐसे वक्तव्य को इनके महत्व के अनुसार प्रेस द्वारा औपचारिक तरीके से प्राय: हू-ब-हू प्रकाशित किया जाता है ।

(ग) प्रेस नोट : समाचारपत्रों में प्रकाशित होने वाले समाचारों का एक प्रमुख स्रोत प्रेस नोट अथवा प्रेस विज्ञप्तियां होते हैं । सरकार व प्रशासन की ओर से जनसम्पर्क विभाग नियमित रूप से सरकारी गतिविधियों पर प्रेस नोट जारी करते हैं । इनमें अनेक प्रकार की जनोपयोगी एवं जनरूचि की सूचनाएं भी रहा करती हैं । कई बार निजी संस्थाओं, स्वयंसेवी संस्थाओं व विभिन्न विभागों की ओर से भी प्रेस नोट जारी किए जाते हैं । प्रेस नोट्स की भाषा औपचारिक, लक्ष्य प्रचार एवं सूचनाएं एकतरफा हुआ करती हैं ।

(घ) विकास समाचार : विकासात्मक समाचार काफी हद तक प्रेसनोट अथवा सरकारी वक्तव्य की प्रकृति के होते हैं । आमतौर पर हम समाचार की परिभाषा जनरुचि से जुड़ी सूचना

से करते हैं तथा जनरुचि प्राय: पोल खोल समाचारों में अधिक दिखाई देती है । इस दृष्टि से सरकार द्वारा जारी विकास के आँकड़े, भावी विकास योजनाएं, देश, राज्य अथवा सरकार की प्रगति की सूचनाओं में आम पाठक की अधिक रुचि नहीं होती, किंतु किसी ऐसे मुद्दे पर यदि कोई विकास समाचार जारी होता है, जो किसी गंभीर जन समस्या से जुड़ा हुआ है तो इसमें पाठकों की गहरी रुचि होती है, मसलन किसी पेयजल समस्याग्रस्त इलाके में महत्वाकांक्षी पेयजल योजना से जुड़ा समाचार अथवा, किसी भीड़भाड़ और ट्रैफिक जाम वाले इलाके में ओवर ब्रिज बनने से जुड़ी सूचना आदि ।

(ङ) प्रतिक्रिया : किसी खास अवसर पर अथवा किसी चर्चित मुद्दे को लेकर या तो मीडिया द्वारा संबंधित पक्षों से प्रतिक्रिया आमंत्रित की जाती है अथवा किसी प्रमुख मामले में विशेष व्यक्ति या पदाधिकारी मीडिया को अपनी राय देते हैं । उनकी बात प्रतिक्रिया के रूप में छपती है ।

4.4.3 व्याख्या के आधार पर

समाचार बनाते समय अमुक जानकारी के प्रति रिपोर्टर अथवा संपादक का नजरिया भी अपना काम करता है । समाचारों पर रिपोर्टर के दृष्टिकोण का जो प्रभाव पड़ता है, इसे ध्यान में रखते हुए समाचारों को दो श्रेणियों में बांटा जा सकता है ।

(क) सीधा समाचार

(ख) व्याख्यात्मक समाचार

(क) सीधा समाचार

जब किसी विषय विशेष के संबंध में उपलब्ध सूचनाओं को हार्ड न्यूज की शक्ल में यथावत पेश किया जाता है तो ऐसे समाचार को सीधा समाचार कहा जाता है । प्राय: घटना प्रधान समाचारों में तथ्यों को यथावत पेश कर दिया जाता है । ऐसे समाचारों में पाठक को किसी निष्कर्ष पर पहुंचने अथवा कोई राय बनाने में रिपोर्टर की ओर से कोई सहायता नहीं की जाती । देखें एक समाचार

राज्य में पहले सेज को कानूनी दर्जा

अजमेर रोड पर कलवाड़ा गाँव में प्रस्तावित महिंद्रा वर्ल्ड सिटी के सूचना प्रौद्योगिकी (आईटी) विशेष आर्थिक क्षेत्र (सेज) को केंद्र सरकार ने कानूनी दर्जा दे दिया है । इसके बाद अब आईटी क्षेत्र की कंपनियाँ यहाँ अपना कारोबार स्थापित कर सकेंगी । सेज निर्माण पर देशव्यापी जद्दोजहद और नई पालिसी जारी होने के बाद राजस्थान का सरकार की भागीदारी वाला यह पहला सेज होगा, जिसे कानूनी दर्जा मिला है । इसमें रीको की 26 प्रतिशत भागीदारी है ।

(ख) व्याख्यात्मक समाचार

व्याख्यात्मक समाचारों को हम एक सीमा तक विचार मिश्रित तथ्यों वाला समाचार कह सकते हैं, मगर ऐसे समाचारों में विचार उसी सीमा तक वांछनीय होते हैं, जहां तक ये पाठक को किसी सूचना विशेष की पृष्ठभूमि अथवा इसके भावी परिणामों को समझने में सहायता करते हों । कुछ जानकारियों को लेकर रिपोर्टर का कोई खास दृष्टिकोण होता

है अथवा वह अपनी अतिरिक्त जानकारी के माध्यम से किसी समाचार की व्याख्या करता हुआ इसे पेश करता है ताकि पाठक को समझ में आ जाए कि इस जानकारी का महत्व क्या है अथवा इससे फर्क क्या पड़ने वाला है । ऐसे समाचारों को व्याख्यात्मक समाचारों की श्रेणी में रखा जाता है । किन्तु व्याख्यात्मक समाचार लिखने की जोखिम उन्हीं लेखकों को उठानी चाहिए जो विषय पर पूरा अधिकार रखते हों तथा अपनी विश्वसनीयता पर आँच लाए बगैर समाचार की व्याख्या कर सकते हों । जैसे-

इन्फोसिस-विप्रो का रास्ता साफ

राजधानी जयपुर में प्रस्तावित महिन्द्रा वर्ल्डसिटी लिमिटेड के प्रस्तावित स्पेशल इकोनोमिक जोन (सेज) में कम्प्यूटर सॉफ्टवेयर निर्माता कम्पनियों इन्फोसिस व विप्रो के आने का रास्ता साफ हो गया है । केन्द्रीय वाणिज्य मंत्रालय ने सांगानेर तहसील के कलवाड़ा गांव में 188 एकड़ जमीन को सूचना प्रोद्यौगिकी सेज के रूप में अधिसूचित होने के बाद उसमें मिलने वाली कर रियायतें लागू हो गई है जिससे इसका विकास तेजी से होगा ।

4.4.4 रिपोर्टिंग विधि के आधार पर

किसी समाचार पर कार्य करते समय अथवा जानकारी के संकलन में रिपोर्टर ने कौनसी विधि का इस्तेमाल किया है, इस आधार पर समाचारों के निम्नलिखित वर्गीकरण हो सकते हैं :-

(क) साक्षात्कार (ख) सर्वेक्षण (ग) खोजपूर्ण समाचार

(क) साक्षात्कार - समाचार संकलन एवं लेखन की काफी लोकप्रिय शैली है साक्षात्कार । किसी भी व्यक्ति का साक्षात्कार प्राय: दो अलग-अलग कारणों से किया जा सकता है । पहला कारण तो उस व्यक्ति की खास शख्सियत हो सकती है । किसी प्रमुख व्यक्ति के समाचारपत्र प्रकाशन क्षेत्र में आगमन पर उससे औपचारिक मुलाकात इस आशय से की जाती है कि वह अमुक पत्र के पाठकों के लिए कोई नई जानकारी दे । इस स्थिति में व्यक्ति की शख्सियत का महत्व अधिक होता है उसके द्वारा दी गई जानकारी का कम । दूसरी स्थिति में रिपोर्टर के पास पहले से कोई महत्वपूर्ण जानकारी और मुद्दा मौजूद होता है तथा किसी खास बिन्दु पर ही वह अमुक व्यक्ति का साक्षात्कार करना चाहता है । इस स्थिति में जानकारी अथवा मुद्दा महत्वपूर्ण होता है एवं व्यक्ति गौण ।

साक्षात्कार पर आधारित समाचार की प्रस्तुति के दो तरीके होते हैं । पहला है प्रश्नोत्तर का तरीका एवं दूसरा है टेक्स्ट के रूप में सीधा समाचार प्रकाशित करने का । प्रश्नोत्तर शैली का प्रयोग प्राय: पत्रिकाओं में होता है जबकि दूसरी शैली में समाचार पृष्ठों पर साक्षात्कार भी समाचार के भीतर दिए गए एक सामान्य वक्तव्य की तरह ही प्रस्तुत किया जाता है ।

(ख) सर्वेक्षण आधारित समाचार - सर्वेक्षण पर आधारित समाचार प्राय: किसी सामयिक घटना अथवा मुद्दे को लेकर बनाए जाते हैं । चुनावों के दौरान चुनाव पूर्व सर्वेक्षण पाठकों की रुचि का विषय हुआ करता है । सर्वेक्षण आधारित समाचारों में समाचार लेखक के समक्ष कोई विचार परिकल्पना अथवा मुद्दा पहले से मौजूद रहता है । रिपोर्टर अपनी परिकल्पना के पक्ष अथवा विपक्ष में लोगों के विचार एकत्रित करते हैं तथा इन विचारों को खास निष्कर्ष

की शक्ल में पाठकों के समक्ष प्रस्तुत करते हैं । सर्वेक्षण आधारित समाचारों को लेकर अक्सर यह सवाल उठता है कि सर्वेक्षण के लिए चुने गए लोगों के चुनाव का आधार क्या था इस बात को लेकर संवाददाता पर अक्सर यह आरोप लगता है कि वे अपने पूर्वाग्रह को चंद लोगों के माध्यम से आम सोच के रूप में स्थापित करना चाहते हैं । इसके बावजूद सर्वेक्षण, समाचार विश्लेषणों का एक प्रभावशाली तरीका माना जाता है ।

(ग) खोजपूर्ण समाचार - खोजपूर्ण समाचार पिछले कुछ दशकों के दौरान उत्साही पत्रकारों के बीच लोकप्रिय हुई समाचार लेखन की एक विशेष विधा है । अमेरिका का बहु चर्चित वाटरगेट कांड, पत्रकारिता के इतिहास में ख्याति पाने वाला ऐसा पहला प्रकरण कहा जा सकता है, जिसने न सिर्फ तत्कालीन अमरीकी राष्ट्रपति रिचर्ड निक्सन को अपना पद छोड़ने पर मजबूर कर दिया बल्कि विश्व भर की पत्रकारिता को एक नई दिशा दे डाली ।

खोजपूर्ण समाचार दरअसल दुस्साहसिक पत्रकारिता के परिणाम होते हैं, जिन्हें पाने के लिए पत्रकार को एक जासूस की भूमिका निभानी होती है । खोजपूर्ण समाचार में किसी ऐसी सूचना का रहस्योद्घाटन किया जाता है, जिसे किसी स्थान पर, किसी व्यक्ति द्वारा दबाने का प्रयास किया गया हो । जाहिर है ऐसी जानकारी को बाहर लाने के लिए रिपोर्टर द्वारा विशेष प्रयास करने होते हैं । कई खोजी पत्रकारों के अनुभवों के आधार पर समाचार खोज की विशेष तकनीक को 'न्यूज इन्वेस्टिगेशन' नाम दे दिया गया है ।

4.4.5 प्रस्तुतीकरण की विशिष्ट शैली के आधार पर

समाचार की विशिष्ट प्रकृति अथवा इसके खास लक्ष्य को ध्यान में रखते हुए इसके प्रस्तुतिकरण में भी अलग-अलग शैलियों का प्रयोग किया जाता है । समाचारों को प्रस्तुत करने की इन शैलियों के आधार पर समाचारों के निम्नलिखित भेद हो सकते हैं : -

(क)न्यूज फीचर (ख)ह्यूमन स्टोरी

(ग)ह्यूमरस न्यूज (व)पाजिटिव स्टोरी

(क) न्यूज फीचर

न्यूज फीचर दरअसल समाचार और फीचर की मिलीजुली विधा है । न्यूज फीचर, सूचनात्मकता तथ्यों की ताजगी तथा सामयिक महत्व आदि गुणों की दृष्टि से समाचार के करीब है किंतु भाषा शैली, विश्लेषणात्मकता तथा रंजकता आदि गुणों के कारण फीचर जैसा है । न्यूज फीचर किसी घटना की साइड स्टोरी अथवा फॉलोअप के रूप में भी बनाए जा सकते हैं तो ये अपने आप में स्वतंत्र आलेख भी हो सकते हैं । किसी ज्वलंत समस्या, किसी आयोजन, किसी अवसर अथवा व्यक्ति पर भी न्यूज फीचर बनाए जा सकते हैं, मगर इनमें दो बातों का होना बहुत जरूरी है । प्रथम तो यह कि किसी स्थान, अवसर अथवा व्यक्ति के बारे जो बात लिखी जा रही है उसमें अन्य स्थानों, अवसरों अथवा व्यक्तियों से कोई बात अलग हो, दूसरे वर्तमान संदर्भ में जो बात न्यूज फीचर लिखने का कारण बन रही हो वैसी बात पहले कभी नहीं हुई हो ।

(ख) **ह्यूमन स्टोरी**

ह्यूमन स्टोरी भी यद्यपि एक किस्म का न्यूज फीचर ही है मगर ऐसे समाचारों में मानवीय संवेदनाओं की प्रधानता रहती है । किसी व्यक्ति पर हो रहे जुल्म, मानव अधिकारों का हनन, किसी विकलांग व्यक्ति का जीवन संघर्ष, किसी मानव पात्र द्वारा प्रदर्शित असाधारण मानवीयता आदि मानवीय समाचारों के मुख्य विषय हुआ करते हैं । ऐसे समाचार लिखते समय भाषा शैली में करुणा, संवेदना, मार्मिकता, हास्य अथवा अन्य किसी मानवीय भावना को उभार कर स्थिति का शब्द चित्र खींचने का प्रयास किया जाता है।

(ग) ह्यूमरस न्यूज

ह्यूमरस न्यूज प्राय: वे छोटे-छोटे समाचार होते हैं, जिन्हें समाचार पृष्ठों पर बीच बीच में बॉक्स बना कर खास अंदाज में पेश किया जाता है । इन्हें ह्यूमरस इसलिए कहा जाता है क्योंकि इनमें दी जाने वाली जानकारी प्राय: चटपटी अथवा मनोरंजक हुआ करती है । लालू यादव साइकिल पर दफ्तर गए टायर पंचर होने के कारण मुख्यमंत्री को ढाबे पर रूकना पड़ा, नेताजी रफी अहमद किदवई को मुहम्मद रफी बोलते रहे, आदि जानकारियाँ अक्सर ह्यूमरस न्यूज का विषय हुआ करती है । ऐसे समाचारों को रोचक और लच्छेदार भाषा में पेश करने पर ही ये पाठक पर प्रभाव डाल पाते हैं ।

(घ) पाजिटिव स्टोरी

जैसा कि नाम से ही जाहिर है, पाजिटिव स्टोरी जीवन के सकारात्मक पहलू को उजागर करने से ही जुड़ी होती है । समाचारपत्र की पहचान आज, अपराध, दुर्घटना, घपले, भ्रष्टाचार जैसे नकारात्मक समाचारों से बन चुकी है । ऐसे में कोई एक समाचार जीवन के किसी उजले पक्ष को उजागर करता है तो पाठक को यह मरूस्थल में बरसात जैसा सुखद अहसास कराता है । एक बच्चा अपने कैंसर पीड़ित दोस्त के इलाज के लिए कारें साफ करके पैसा बटोर रहा है । किसी स्कूल बस की दुर्घटना के बाद अस्पताल की महिलाओं ने घायल बच्चों को गले लगाया और ढांढस बँधाया, भूकम्प में अनाथ हुई बच्ची को किसी दम्पति ने अपना लिया आदि जानकारियां अच्छी पाजिटिव स्टोरी का विषय हो सकती हैं ।

(ङ) खानाबदोश नर्तकी बनी राजनीति की खिलाड़ी

उत्तर प्रदेश के रामपुर जिले की शाहबाद विधानसभा सीट के लिए कांग्रेस उम्मीदवार के रूप में खड़ी गुड्डी बेगम की जिन्दगी हमेशा से संघर्षों का पर्याय रही है फिर भी वह हर परेशानी का मुकाबला जिन्दादिली से करती हैं ।

कभी गली मुहल्लों में नाच करने वाली खानाबदोश नट समुदाय की गुड्डी बेगम (निर्मला देवी) अपने मुस्लिम प्रेमी से शादी करने के लिए मुसलमान बन गई । इसके बाद वह राजनीति के क्षेत्र में उतरी और जिला पंचायत की सदस्य चुनी गई । अब वह एमएलए बनने की लड़ाई लड़ रही है । गुड्डी का कहना है कि हमें विकास की बात करनी चाहिए न कि बीती जिन्दगी की ।

बोध प्रश्न-

1. हार्ड न्यूज क्या है?

……

……

2. प्रेस नोट क्या होता है?

……

……

3. फीड बैक किसे कहते हैं?

……

……

4.5 सारांश

हमने देखा कि पत्रकारिता की विकास यात्रा के दौरान समाचारों की कई कई नई विधाएं विकसित हो गई । समाचारों के विभिन्न भेद समझने के लिए हमने इनका अलग-अलग आधारों पर अलग-अलग वर्गीकरण कर दिया । विषय वस्तु के आधार पर हार्ड न्यूज़ व सॉफ्ट न्यूज़ । रिपोर्टिंग तकनीक के आधार पर साक्षात्कार, सर्वेक्षण एवं खोजपूर्ण समाचार । प्रकृति के आधार पर भाषण, वक्तव्य, प्रेस नोट, व्याख्या के आधार पर सीधा व व्याख्यात्मक समाचार, विशिष्ट शैली के आधार पर न्यूज़ फीचर, ह्यूमन स्टोरी, ह्यूमरस स्टोरी व पाजिटिव स्टोरी आदि का वर्गीकरण किया गया । अगले अध्याय में समाचार के कुछ और भेद अलग आधार पर किए गए हैं ।

4.6 शब्दावली

इस इकाई में प्रयुक्त शब्दावली इस प्रकार है-

प्रिंट मीडिया :- वे सूचना माध्यम जो कागज और स्याही के माध्यम से अर्थात् छपाई की तकनीक से लोगों तक अपनी बात पहुंचाते हैं । इनमें समाचारपत्र व पत्रिकाएं प्रमुख हैं ।

प्लेसमेंट :- समाचारपत्र में किसी समाचार का स्थान निर्धारित करने की क्रिया को प्लेसमेंट कहते हैं । जैसे इसे मुख पृष्ठ पर लगाया जाए या भीतर । मुख पृष्ठ के शीर्ष पर लगाया जाए अथवा बॉटम में ।

डिस्प्ले :- किसी समाचार अथवा फोटो की समाचारपत्र में प्रस्तुति तथा इसके विजुअल प्रभाव को ही डिस्प्ले कहा जाता है ।

टारगेट ग्रुप :- लोगों का वह समूह जिसे ध्यान में रख कर समाचार लिखा जा रहा हो ।

सिंगल कॉलम :- दैनिक समाचारपत्र के मुख पृष्ठ को प्राय: 8 कॉलमों में बांट दिया जाता है । ऐसे में जिस समाचार का फैलाव एक ही कॉलम तक सीमित हो उसे सिंगल कॉलम कहा जाता है ।

प्रथम लीड :- समाचारपत्र के मुख पृष्ठ के शीर्ष पर आरम्भिक कॉलम्स में जो सर्वप्रथम पठनीय समाचार लगाया जाता है वह प्रथम लीड कहलाता

है ।

इंट्रो :- समाचार का मुखड़ा अथवा आमुख दरअसल सारांश में कहा गया संपूर्ण समाचार ही होता है ।

4.7 कुछ उपयोगी पुस्तकें

न्यूज राइटिंग एण्ड रिपोर्टिंग फार टुडे ज मीडिया	- ब्रूस डी. इटपूले व डगलस ए. एण्डरसन
बेसिक न्यूज राइटिंग	- मेल्विन मेन्शर
बेसिक जर्नलिज्म	- रंगास्वामी पार्थसारथी
समाचार संकलन और लेखन	- नंद किशोर त्रिखा
संपादन, पृष्ठ सज्जा और मुद्रण	- प्रो. रमेश जैन
समाचार संपादन	- प्रेमनाथ चतुर्वेदी
समाचार और संवाददाता	- डा. निशांत सिंह
संवाद और संवाददाता	- राजेन्द्र
समाचार : अवधारणा और लेखन प्रकिया-संपादन	- सुभाष धूतिया, आनंद प्रधान

4.8 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. एक पाठक की नजर से आप समाचार किसे मानते हैं? समझाइये । समाचार के प्रमुख तत्व कौन-कौन से हैं?
2. हार्ड न्यूज व सॉफ्ट न्यूज में क्या अन्तर है? उदाहरण सहित समझाइये ।
3. एक अच्छी ह्यूमन स्टोरी की क्या विशेषताएं होती है । उदाहरण सहित समझाइए ।

इकाई-5

समाचारों का वर्गीकरण - (भाग-2)

इकाई की रूपरेखा

5.0 उद्देश्य

5.1 प्रस्तावना

5.2 समाचारों का वर्गीकरण

5.2.1 घटना के महत्व के आधार पर

5.2.1.1 विशिष्ट समाचार

5.2.1.2 व्यापी समाचार

5.2.2 क्षेत्र अथवा स्थान के आधार पर

5.2.2.1 स्थानीय समाचार

5.2.2.2 प्रांतीय समाचार

5.2.2.3 राष्ट्रीय समाचार

5.2.2.4 अंतरराष्ट्रीय अथवा विदेश समाचार

5.2.3 विषय अथवा बीट के आधार पर

5.2.3.1 राजनीतिक समाचार

5.2.3.2 चुनाव समाचार

5.2.3.3 संसदीय समाचार

5.2.3.4 विज्ञान समाचार

5.2.3.5 प्रतिरक्षा समाचार

5.2.3.6 अपराध समाचार

5.2.3.7 अदालती समाचार

5.2.3.8 वाणिज्य समाचार

5.3 सारांश

5.4 शब्दावली

5.5 कुछ उपयोगी पुस्तकें

5.6 अभ्यासार्थ प्रश्न

5.0 उद्देश्य

पिछले पाठ में हमने समाचार, इसके अर्थ एवं स्वरूप के साथ-साथ समाचारों के विभिन्न प्रकार एवं अलग-अलग आधार पर इनके श्रेणीकरण के संबंध में अध्ययन किया । समाचारों के श्रेणीकरण को लेकर ही कुछ अन्य बिन्दुओं का हम इस पाठ के अंतर्गत अध्ययन करेंगे । इस पाठ का अध्ययन करने के पश्चात् हम जान सकेंगे कि : -

- घटना के महत्व के आधार पर विशिष्ट एवं व्यापी समाचार क्या होते हैं?
- समाचार के कवरेज एरिया अथवा क्षेत्र के आधार पर स्थानीय, प्रांतीय, अन्तर्देशीय, अन्तर्राष्ट्रीय, ग्रामीण एवं सिटी समाचारों में क्या भेद होता है?
- बीट किसे कहते हैं, बीट के आधार पर समाचारों का श्रेणीकरण कैसे होता है तथा बीट कौन कौन सी होती है?
- इसके अतिरिक्त राजनीतिक, संसदीय, अपराध, विज्ञान, प्रतिरक्षा, वाणिज्य, अदालती समाचार आदि के संबंध में परिचित हो जाएंगे ।

5.1 प्रस्तावना

समाचारों का मूल तत्व पाठकीय रुचि अहम भूमिका अदा करती है । इस दृष्टि से हर वह सूचना, समाचार है जिसमें पाठकीय रुचि होती है । मगर हर समाचार में रुचि रखने वाले पाठकों का स्तर, व रुचि का अंश समान नहीं होता । पाठकीय रुचि के हर समाचार को न तो समाचारपत्र की मुख्य लीड के स्थान पर लगाया जा सकता है और न ही हर तरह के समाचार के कवरेज के लिए खेल संवाददाता, वाणिज्य संवाददाता अथवा अपराध संवाददाता जैसे किसी भी रिपोर्टर को ही भेजा जा सकता है । जाहिर है समाचार प्रबंधन के कार्य के लिए समाचारों की किस्म और प्रकृति की पहचान जरूरी होती है ।

किसी समाचार को मुख पृष्ठ पर लगाया जाना है अथवा भीतरी पृष्ठों पर? चार कॉलम में लगाया जाना है अथवा सिंगल कॉलम में? यह निर्णय करने से पूर्व यह देखना जरूरी होता है कि समाचार सिर्फ एक वर्ग विशेष की रुचि का है अथवा हर आम आदमी की रुचि का किस संस्करण में दिया जाए, इसका फैसला करने के लिए यह जानना जरूरी होता है कि घटना किस क्षेत्र में घटित हुई है तथा समाचार किस क्षेत्र के लोगों की रुचि का है ।

समाचार प्रबंधन के अंतर्गत कई बार यह भी देखना होता है कि कवरेज किए जाने वाले विषय के अंतर्गत कोई विशेषज्ञता पूर्ण जानकारी की आवश्यकता तो नहीं? यदि ऐसा है तो विषय को सही ढंग से समझने वाले को ही इसके कवरेज का कार्यभार सौंपना होता है । इसी वजह से समाचारपत्र के कार्यालय में विभिन्न रिपोर्टरों के बीच, विषयानुसार कार्य का बंटवारा कर दिया जाता है ।

5.2 समाचारों का वर्गीकरण

इस इकाई के अन्तर्गत हम तीन प्रमुख आधारों पर समाचारों के वर्गीकरण का अध्ययन करेंगे, जो इस प्रकार हैं : -

1. घटना के महत्व के आधार पर
2. क्षेत्र अथवा स्थान के आधार पर तथा
3. विषय अथवा बीट के आधार पर

5.2.1 घटना के महत्व के आधार पर

समाचारपत्र कार्यालयों में, समाचारों का यह श्रेणीकरण, इस बात को तय करने में सहायता करता है कि किस समाचार को कितना महत्व दिया जाए । समाचारों के महत्व के आधार पर ही यह बात तय होती है कि समाचार को कितने कॉलम का शीर्षक लगाया जाए, समाचार का आकार कितना बड़ा रखा जाए, इसे कौन से पृष्ठ पर दे, इसके साथ चित्र भी लगाया जाए अथवा नहीं तथा क्या इसके साथ किसी साइड स्टोरी अथवा टिप्पणी आदि की आवश्यकता है या नहीं?

घटना के महत्व की दृष्टि से समाचारों को दो भागों में बांटा जा सकता है : -

1. विशिष्ट समाचार
2. व्यापी समाचार

5.2.1.1 विशिष्ट समाचार

विशिष्ट समाचार वे होते हैं जो किसी खास पाठक समूह की रुचि से संबंध रखते हैं । यह पाठक समूह भौगोलिक क्षेत्र के अनुसार भी हो सकता है तथा इसमें निहित लोगों के समान हित, समान रुचियों या समान परिस्थितियों के आधार पर भी हो सकता है ।

कुछ समाचार एवं घटनाएं बड़ी होने के बावजूद किसी क्षेत्र विशेष के लोगों की रुचि से जुड़ी होती है । इस आधार पर समाचारों के श्रेणीकरण का अध्ययन हम अगले बिन्दु के तहत करेंगे । कुछ समाचार एवं घटनाएं ऐसी होती हैं, जो किसी खास वर्ग की रुचि से जुड़ी होती हैं, जैसे खेल समाचार, वाणिज्य समाचार राजनीतिक समाचार, विज्ञान समाचार आदि । ऐसे समाचारों में हर पाठक की रुचि होना जरूरी नहीं है । निम्नलिखित उदाहरण में जो समाचार दिखाया गया है उससे अधीनस्थ लेखा सेवा के कर्मचारियों के अलावा अन्य लोगों की रुचि होना संभव नहीं है: -

शपथ ग्रहण समारोह कल

जयपुर, 30 जून । राजस्थान अधीनस्थ लेखा सेवा जिला शाखा जयपुर की नवगठित कार्यकारिणी का शपथ ग्रहण समारोह 2 जून को शाम 5:30 बजे वित्त भवन परिसर में आयोजित किया जाएगा । मुख्य अतिथि वित्त राज्यमंत्री वीरेंद्र मीणा, शासन सचिव (वित्तीय द्वितीय) संजय मल्होत्रा तथा कोष एवं लेखा निदेशक पी.आर. शर्मा व प्रदेश पदाधिकारी इसमें भाग लेंगे ।

5.2.1.2 व्यापी समाचार

व्यापी समाचार से आशय ऐसे समाचारों अथवा घटनाओं से है जिनका असर व्यापक हो तथा ज्यादा से ज्यादा लोगों की इसमें रुचि हो । ऐसे समाचारों में किसी भी पाठक की रुचि, महज इंसानी जिज्ञासा के आधार पर हुआ करती है, चाहे उस घटना का प्रत्यक्ष अथवा परोक्ष रूप से उस पर कोई प्रभाव पड़ रहा हो अथवा नहीं । राष्ट्रीय अथवा अंतरराष्ट्रीय स्तर पर होने वाली घटना-दुर्घटनाएं आतंककारी हमले, खगोलीय घटनाएं महंगाई आदि पर आधारित समाचार प्राय: आम रुचि से जुड़े होते हैं । व्यापी समाचार समाचारपत्र में प्रकाशित वे समाचार होते

हैं जिन्हें पत्र के अधिकाधिक पाठक न सिर्फ पढ़ते हैं - बल्कि पूरा पढ़ते हैं । प्रतिस्पर्धा के दौर में प्रत्येक समाचारपत्र अपने पन्नों का अधिकाधिक प्रतिशत व्यापी समाचारों से ही भरना चाहता है : -

इस्तीफे की धमकी

नई दिल्ली, 1० अगस्त । अमेरिका के साथ एटमी करार को लेकर जहां यूपीए सरकार और वाम दलों के बीच टकराव बढता जा रहा है, वहीं ऐसी खबरें भी आ रही हैं कि वाम दलों के उग्र तेवरों को शांत करने के लिए प्रधानमंत्री मनमोहन सिंह इस्तीफे की धमकी का 'ब्रह्मास्त्र' भी चला चुके हैं ।

वाम दलों में विभिन्न सूत्रों के मुताबिक प्रधानमंत्री ने मंगलवार देर रात जब माकपा महासचिव प्रकाश करात और भाकपा नेताओं एबी बर्धन और डी राजा से फोन पर बात की थी तब वे भावुक हो उठे थे । इसके चंद घंटे पहले वाम दल एटमी करार को सिरे से खारिज कर चुके थे । सूत्रों का कहना है कि प्रधानमंत्री ने इस बातचीत में "मुझे हटने की इजाजत" दो जैसे शब्दों का इस्तेमाल किया । इसका अर्थ इस्तीफे से लगाते हुए वाम दलों के नेता बचाव की मुद्रा में आ गए और वे प्रधानमंत्री से इस मसले पर एक और दौर की वार्ता के लिए तैयार हो गए ।

5.2.2 क्षेत्र अथवा स्थान के आधार पर

समाचार का एक प्रमुख तत्व माना जाता है, निकटता । निकटता से आशय, भौगोलिक निकटता से है । जितनी अधिक भौगोलिक निकटता होगी घटना में उतनी ही अधिक पाठकीय रुचि होगी । एक जैसी ही घटना मेरठ और जयपुर में घटित हो तथा दोनों ही घटनाओं की परिस्थितियां एवं प्रभावितों की संख्या बराबर हो तो जरूरी नहीं कि दोनों ही जगह के समाचारपत्रों में दोनों ही समाचारों को बराबर का स्थान मिले । मेरठ के पत्र में जहां एक तरफ मेरठ की खबर को अधिक महत्व मिलेगा वहीं जयपुर की खबर उस क्षेत्र के पत्रों में एक कॉलम में भी शायद ही स्थान पाए । ठीक ऐसा ही जयपुर के समाचारपत्र में मेरठ की घटना के साथ होगा । समाचार के महत्व पर पड़ने वाले इस प्रभाव के कारण ही क्षेत्रीय आधार पर समाचारों के वर्गीकरण की आवश्यकता पड़ती है ।

क्षेत्र अथवा स्थान के आधार पर समाचारों का निम्न वर्गीकरण किया जा सकता है : -

1. स्थानीय समाचार
2. प्रांतीय समाचार
3. अंतर्देशीय अथवा राष्ट्रीय समाचार
4. अंतरराष्ट्रीय व विदेश समाचार

5.2.2.1 स्थानीय समाचार

स्थानीय समाचार से सीधा तात्पर्य उन समाचारों से है जो समाचार बनाने वाले अथवा समाचार पढ़ने वाले व्यक्ति के शहर, कस्बे अथवा ग्राम से संबंध रखते हों । किसी समाचारपत्र का

संस्करण जब प्रकाशन स्थल से अन्यत्र किसी गांव अथवा शहर में जाता है तो संभव है कि जो समाचार इसके बनाने वाले के लिए स्थानीय है वही पढ़ने वाले के लिए बाहरी समाचार हो किंतु आम तौर पर समाचारपत्रों में स्थानीय समाचार अथवा लोकल न्यूज़, इसके प्रकाशन केन्द्र से जुड़े शहर, कस्बे की खबरों को ही कहा जाता है ।

समाचारपत्रों में स्थानीय संस्करण सबसे ताजा संस्करण होता है क्योंकि इस संस्करण के प्रकाशन स्थल से वितरण स्थल तक परिवहन में लगने वाले समय की बचत के कारण इसे देर रात तक छापना और इसमें ताजातम समाचार कवर करना आसानी से संभव हो पाता है । स्थानीय संस्करण में स्थानीय समाचारों की प्रमुखता रहती है, जिनमें स्थानीय घटना-दुर्घटनाओं के अलावा स्थानीय विकास से जुड़ी योजनाएं स्थानीय समस्याएं प्रमुख स्थानीय लोगों की गतिविधियां व अन्य स्थानीय हलचलों से जुड़ी खबरें शामिल रहती हैं । कुछ समाचारपत्र स्थानीय घरों में होने वाले जन्म व मृत्यु से जुड़े छोटे समाचार प्रकाशित कर स्थानीय लोगों से नजदीकी स्थापित करने का प्रयास भी करते हैं ।

राष्ट्रीय समाचारपत्रों व टीवी चैनलों से प्रतिस्पर्धा के बावजूद भाषाई समाचारपत्रों का वजूद दरअसल स्थानीय समाचारों के बूत पर ही कायम है ।

स्थानीय समाचारों के कवरेज के लिए प्रत्येक समाचारपत्र में अलग से एक विभाग होता है । कुछ पत्रों में सिटी एडिटर व अधिकांश में एक चीफ रिपोर्टर अनेक रिपोर्टरों की टीम का नेतृत्व करता है तथा शहर की विभिन्न गतिविधियों के कवरेज में इनका मार्गदर्शन करता है।

5.2.2.2 प्रांतीय समाचार

यूं तो प्रत्येक समाचार देश के किसी न किसी प्रांत से संबंधित होता है किंतु जब कुछ समाचारों के समूह को एक प्रांत विशेष के नाम से अलग पहचान दे दी जाती है तो ये समाचार प्रांतीय समाचारों के वर्ग में शामिल हो जाते हैं ।

राष्ट्रीय समाचारपत्रों में भी समाचारपत्र का कोई एक पृष्ठ अथवा पृष्ठ का कोई एक कोना किसी प्रांत विशेष के लिए निर्धारित कर दिया जाता है । इस पृष्ठ पर उस प्रांत या प्रदेश विशेष के चुनिंदा समाचारों को स्थान दिया जाता है । ऐसा करने का एक लाभ तो यह होता है कि उस प्रान्त विशेष की खबरों में रुचि रखने वाले पाठक को अपनी रुचि की खबर एक निश्चित जगह पर प्राप्त हो जाती है, दूसरा यह उस प्रांत के पाठकों से समाचारपत्र के भावनात्मक जुड़ाव की रणनीति का हिस्सा भी है ।

जहां तक क्षेत्रीय स्तर पर छपने वाले भाषाई समाचारपत्रों का संबंध है, इनमें प्रांतीय समाचारों को विशेष महत्व प्राप्त होता है । प्रांतीय स्तर की राजनीति, प्रांत के विकास से जुड़ी नीतियां, प्रांतीय स्तर के राजनेताओं की गतिविधियां आदि इन समाचारपत्रों में प्रमुखता के साथ प्रकाशित की जाती हैं ।

क्षेत्रीय स्तर पर समाचारपत्रों की प्रतिस्पर्धा जब से स्थानीय स्तर पर उतर आई है, प्रांतीय समाचारों का महत्व कुछ कम होने लगा है । पाठकों को अधिक से अधिक उनके नजदीकी क्षेत्र के समाचार पढ़वाने की होड़ में समाचारपत्रों के स्थानीय संस्करणों की बाढ़ सी आ गई है । अनेक समाचारपत्रों ने एक एक प्रांत में बारह-बारह, स्थानीय संस्करण प्रकाशित करने

शुरू कर दिए हैं जिनमें स्थानीय समाचारों की ही प्रमुखता रहती है । स्थानीयता की यह होड़ इस सीमा तक जा पहुंची है कि कई बार एक जिले के लोगों को यह पता नहीं चल पाता कि उनके पास के ही जिले में क्या बड़ी घटना घटित हो गई है । व्यवस्था के तौर पर इन स्थानीय संस्करणों में भी प्रांतीय समाचारों के लिए एक अथवा दो पृष्ठ निर्धारित कर दिए जाते हैं, जिनमें सम्पूर्ण प्रांत की प्रमुख खबरें सम्मलित करने का प्रयास किया जाता है ।

5.2.2.3 राष्ट्रीय समाचार

प्राय: सभी दैनिक समाचारपत्रों में आज भी हार्ड न्यूज के पृष्ठों पर सर्वोच्च वरीयता, राष्ट्रीय स्तर पर घटित घटनाक्रम को ही दी जाती है । टी.वी. चैनलों की बदौलत राष्ट्रीय स्तर के घटनाक्रमों को यद्यपि अब हाथों-हाथ उसी दिन देखा जाना संभव हो गया है, मगर इसके बावजूद पाठकीय जिज्ञासा की भूख अगले दिन समाचारपत्र में इसे पढ़ने के बाद ही पूरी तरह शांत होती है । कोई विमान दुर्घटना, कोई बड़ी रेल दुर्घटना, सीमा पर झड़प, आतंककारी घटनाएं किसी राष्ट्रीय नेता से जुड़ी कोई खबर अथवा राष्ट्रीय स्तर की कोई विकास योजना राष्ट्रीय समाचारों का विषय हो सकती है

राष्ट्रीय स्तर के हिंदी अथवा अंग्रेजी अखबारों के मुख पृष्ठ पर राष्ट्रीय समाचारों की ही बहुलता रहती है किंतु भाषाई एवं क्षेत्रीय समाचारपत्रों ने टी.वी. एवं राष्ट्रीय समाचारपत्रों की प्रतिस्पर्धा से अलग क्षेत्र विकसित करने की दृष्टि से अब प्रांतीय एवं स्थानीय समाचारों को राष्ट्रीय समाचारों से अधिक महत्व देना शुरू कर दिया है । इन समाचारपत्रों में अब राष्ट्रीय स्तर के, वे ही समाचार शामिल हो पाते हैं जो कि घटना के महत्व के आधार पर व्यापक हैं अथवा जो अपने चटपटेपन, अनोखेपन या किसी खास दिलचस्पी के कारण पाठकीय रुचि से जुड़े हुए हैं ।

5.2.2.4 अंतरराष्ट्रीय अथवा विदेश समाचार

अंतरराष्ट्रीय अथवा विदेश समाचार वे होते हैं जो किसी समाचारपत्र से जुड़े मुल्क से बाहर की घटनाओं पर आधारित होते हैं । विभिन्न देशों के बीच युद्ध और संधियां, अंतरराष्ट्रीय संबंध, अंतरराष्ट्रीय व्यापार, यू.एन.ओ, अन्य राष्ट्रों की आन्तरिक राजनीति या विश्व स्तरीय चटपटे समाचार ऐसे ही समाचारों की श्रेणी में आते हैं ।

अंतरराष्ट्रीय समाचारों का प्रकाशन राष्ट्रीय स्तर के अखबारों विशेष रूप से अंग्रेजी के अखबारों में अधिक होता है । भाषाई एवं क्षेत्रीय समाचारपत्रों में विदेश समाचार प्राय: वे ही कवर होते हैं जो या तो वर्ल्ड ट्रेड टावर जैसी किसी बड़ी दुखान्तिका से संबंधित हों अथवा ये ऐसे किसी विषय से जुड़े हो जिससे आम पाठकीय रूचि जुड़ी हुई हो । स्वास्थ्य संबंधी कोई नई खोज़ लाइफ स्टाइल या किसी मशहूर विदेशी शख्सियत से जुड़ी कोई चटपटी घटना विदेश समाचारों के कॉलम में अक्सर स्थान पा जाती है: -

हिल्टन ने किया एक और जुर्म

न्यूयार्क, 30 जून । शराब पीकर गाड़ी चलाने के जुर्म में पांच जून से जेल जाने की तैयारी कर रही हॉलीवुड की खूबसूरत अभिनेत्री पेरिस हिल्टन अब गाड़ी पार्किंग नियम के उल्लंघन मामले में फंस गई हैं । 26 वर्षीया सुनहरे बालों वाली हिल्टन कल शाम यहाँ अपनी कार को

निर्धारित पार्किंग स्थल पर लापरवाही से खड़ी करके पास स्थित एक क्राफ्ट स्टोर में चित्रकारी करने चली गई जिसके बाद ट्रैफिक पुलिस ने उनकी कार पर जुर्माना ठोंक दिया ।
गौरतलब है कि वर्ष 2006 में शराब पीकर गाड़ी चलाने के मामले में हिल्टन की जेल की सजा पाँच जून से शुरू हो रही है । उन्हें लास ऐंजिल्स सेंचुरी रीजनल डिटेंशन सेंटर में अपनी 23 दिनों की यह सजा काटनी है और इस सिलसिले में जेल अधिकारियों ने अपनी तैयारियां भी कर ली है ।

5.2.3 विषय अथवा बीट के आधार पर

कारोबार में एक कहावत है कि मौत और ग्राहक का कोई भरोसा नहीं, जाने कब आ जाए । ठीक इसी तरह पत्रकार के लिए यह कहावत खरी है कि समाचार का कोई ठिकाना नहीं, जाने कब और कहां मिल जाए । समाचार का यदि कोई निश्चित ठिकाना हुआ करता तो हर समाचारपत्र का दफ्तर उसी ठिकाने पर खुलता है जहां समाचार खुद-ब-खुद दफ्तर के आंगन में आकर एकत्रित हो जाएं । मगर ऐसा नहीं होता । दुर्घटना, अपराध, घटना, मृत्यु जैसे समाचार बेशक किसी समाचारपत्र के दफ्तर में खुद चल कर पहुंच जाते हैं मगर कई समाचार अलग अलग इलाकों, अलग अलग विभागों और अलग अलग दफ्तरों में दबे-बिखरे पड़े होते हैं जिन्हें खुद जाकर लाना पड़ता है ।
जिस तरह अलग-अलग क्षेत्रों में ढेरों समाचार बिखरे पड़े रहते हैं, उसी तरह समाचारपत्र के दफ्तर में अनेक रिपोर्टर समाचार की टोह में इंतजार करते रहते हैं । ऐसी स्थिति में किसी स्थान से किसी समाचार की खुशबू आते ही दफ्तर के सारे रिपोर्टर यदि एक साथ समाचार स्थल पर पहुंच जाएं तो समाचार संकलन का कार्य एक तमाशा बन सकता है । इसी तरह कहीं कोई बड़ा हादसा हो जाए और दफ्तर का हर रिपोर्टर इस भरोसे में रहे कि कोई अन्य रिपोर्टर वहां पहुंच गया होगा, तो संभव है, इस घटना का समाचार अखबार में प्रकाशित ही न हो । इन सब गड़बड़ियों से बचने के लिए ही समाचारपत्र रिपोर्टरों के बीच कार्य विभाजन की एक निश्चित व्यवस्था बनाई जाती है जिसके अनुसार प्रत्येक रिपोर्टर का कार्य क्षेत्र निर्धारित कर दिया जाता है । इस निर्धारित कार्य क्षेत्र को ही दरअसल 'बीट' कह कर पुकारा जाता है।
रिपोर्टर की बीट का निर्धारण अलग-अलग आधार पर किया जा सकता है, जैसे- सर्वप्रथम भौगोलिक क्षेत्र के आधार पर रिपोर्टर की बीट निर्धारित की जा सकती है । किसी शहर का विस्तार यदि असाधारण रूप से बड़ा है तो रिपोर्टरों को पुलिस महकमे की तरह भौगोलिक आधार पर क्षेत्र बाँट दिए जाते हैं । इस तरह के विभाजन अक्सर अपराध व दुर्घटनाओं की 'बीट' में किए जाते हैं ।
द्वितीय, एक अन्य बीट विभाजन विभागीय आधार पर किया जाता है । विभिन्न सरकारी विभागों, जैसे बिजली विभाग, जलदाय विभाग अथवा अन्य निकायों की जिम्मेदारी अलग अलग रिपोर्टरों में बाँट दी जाती है तथा इनसे जुड़े समाचारों की जवाबदेही इन्हीं की होती है।
तृतीय, बीट का विभाजन विषय के अनुसार भी किया जाता है, जैसे सांस्कृतिक एवं सामाजिक गतिविधियों का रिपोर्टर एवं शैक्षणिक गतिविधियों से सम्बद्ध रिपोर्टर ।

चतुर्थ, कई बार रिपोर्टर के प्रशिक्षण अथवा विशेषज्ञता के आधार पर उसकी बीट का निर्धारण किया जाता है जैसे युद्ध अथवा सीमा संबंधी गतिविधियों के कवरेज का कार्य ऐसे रिपोर्टर को सौंपा जाता है, जिसने 'वार रिपोर्टिंग' का बाकायदा प्रशिक्षण प्राप्त किया हो ।

पंचम, अनुभव एवं वरिष्ठता के आधार पर भी रिपोर्टरों की बीट का आवंटन संभव है । प्राय: चुनाव के कवरेज, संसद या विधानसभा की रिपोर्टिंग या किसी अतिविशिष्ट व्यक्ति से मुलाकात की जिम्मेदारी वरिष्ठ एवं अनुभवी रिपोर्टरों को ही सौंपी जाती है ।

विषय अथवा बीट के आधार पर समाचारों का निम्नलिखित वर्गीकरण संभव हो सकता है :-

5.2.3.1 राजनीतिक समाचार

समाचारपत्रों का पचास प्रतिशत से अधिक भाग प्राय: राजनीतिक समाचारों से रंगा होता है । राजनेताओं के वक्तव्य, राजनीतिक दलों के दाव पेंच, मंत्रियों के इस्तीफे, चुनावी गठजोड़ व राजनीतिज्ञों की तमाम गतिविधियां राजनीतिक समाचारों के दायरे में आती हैं । राष्ट्रीय समाचारों के परिप्रेक्ष्य में इन समाचारों का केन्द्र जहां केन्द्रीय मंत्री और सांसदगण होते हैं वहीं नगर के समाचारों में नगर पार्षदों की हलचल, राजनीतिक समाचारों का विषय हो सकती है ।

पिछले एक अरसे के दौरान समाचारपत्रों का ध्यान, महज राजनीति से हट कर खेल, मनोरंजन, लाइफ स्टाइल आदि विषयों की ओर काफी हद तक मुड़ने लगा है इसके बावजूद राजनीतिक समाचारों का महत्व आज भी अपनी जगह कायम है।

अनेक अवसरों पर राजनीतिक परिस्थितियों को लेकर की गई व्याख्यात्मक टिप्पणियां भी राजनीतिक समाचारों का ही एक रूप कही जा सकती हैं । उदाहरणत: दो विरोधी राजनेताओं की कोई गुप्त मुलाकात, आने वाले समय में राजनीतिक समीकरणों पर क्या प्रभाव डाल सकती है । अमुक राजनेता के किसी विशेष राजनीतिक दल को समर्थन देने की घोषणा से उस दल की राजनीतिक हैसियत पर क्या प्रभाव पड़ सकता है, आदि कवरेज विश्लेषण होते हुए भी समाचारों की श्रेणी में 'आते हैं', मगर ऐसे राजनीतिक समाचार पर्याप्त अनुभव और गहरी राजनीतिक समझ रखने वाले उन ही रिपोर्टरों को लिखने चाहिए जिन्हें न सिर्फ संबंधित राजनीतिक रिश्तों की जानकारी बल्कि राजनेताओं के व्यवहार की पूरी समझ भी हो । एक समाचार देखें -

तस्लीमा पर हमला

हैदराबाद, 9 अगस्त । बांग्लादेश की विवादास्पद लेखिका तस्लीमा नसरीन पर गुरुवार को यहां मजलिस इत्तेहादुल मुसलमीन (एमआईएम) पार्टी के तीन विधायकों व 20 कार्यकर्ताओं ने हमला कर दिया तस्लीमा के सिर में मामूली चोट आने की खबर है । पुलिस ने हमलावारों को गिरफ्तार कर लिया । बाद में उन्हें जमानत मिल गई । हमले के बाद तस्लीमा ने कहा, मैं भारत में सुरक्षित रहूंगी । हमला करने वाले मुट्ठीभर है जबकि शुभचिंतक ज्यादा ।

मैं अपने विश्वास के अनुसार लिखना जारी रखूँगी । गौरतलब है कि इस्लाम

के खिलाफ टिप्पणी करने के आरोप में कट्टरपंथियों ने तस्लीमा के खिलाफ फतवा जारी कर रखा है । तस्लीमा ने भारत सरकार से यहाँ की नागरिकता की भी माँग की है । इस बीच, पश्चिम बंगाल सरकार ने गुरुवार को बताया कि इसी माह समाप्त हो रही उनकी वीजा अवधि छह माह बढ़ा दी गई है

5.2.3.2 चुनाव समाचार

चुनाव समाचार भी राजनीतिक समाचारों का ही एक रूप है मगर चुनावी समाचार ऐसे समीकरणों पर आधारित गणित की तरह हुआ करते हैं, जिनका मूल फार्मूला बदलता रहता है । चुनावी समाचार बनाते समय तात्कालिक राजनीतिक स्थिति पर हर पल नजर रखनी जरूरी होती है । स्थायी राजनीतिक परिस्थितियां इनमें सिर्फ पृष्ठभूमि का काम करती है । चुनावी समाचारों की बनावट ऐसी पहेलियों की तरह होती है, जिनमें पाठक को इसके उत्तर की परछाई तो नजर आती है, मगर वास्तविक उत्तर नहीं मिल पाता ।

चुनावों के दौरान होने वाले राजनीतिक सर्वेक्षण, चुनाव विश्लेषण, चुनावी मुद्दे व जन भावनाएं आदि चुनाव समाचारों के मुख्य विषय रहा करते हैं ।

5.2.3.3 संसदीय समाचार

संसद की बैठकें, कार्रवाई, घोषणाएं विधेयकों का पेश होना या कानून का पास होना, सांसदों की नोक झोंक, मंत्रियों के वक्तव्य, बजट आदि बातें संसदीय समाचारों की श्रेणी में आती हैं । अत्यंत अनुभवी एवं वरिष्ठ रिपोर्टरों को ही संसदीय एवं विधान सभाई रिपोर्टिंग के लिए लगाया जाता है । संसद व विधान सभा की रिपोर्टिंग करते समय न सिर्फ इन सदनों के विशेषाधिकारों की जानकारी होना जरूरी है बल्कि यह समझ होना भी जरूरी है कि वहाँ से मिलने वाली जानकारी के समन्दर में से पाठकीय रुचि की बात कैसे निकाली जाए ।

5.2.3.4 विज्ञान समाचार

विज्ञान समाचारों को मोटे तौर पर दो अलग श्रेणियों में रखा जा सकता है । पहली श्रेणी में वे समाचार आते हैं, जो गूढ़ वैज्ञानिक मसलों पर आधारित होते हैं । ऐसे समाचारों में प्राय: उन्हीं लोगों की रुचि रहती है जिन्हें विज्ञान के आधारभूत नियमों का ज्ञान अवश्य हो । ऐसे समाचार बनाने वाले रिपोर्टर में विज्ञान की गहरी समझ आवश्यक है । ये समाचार आमतौर पर विज्ञान से जुड़ी पत्रिकाओं अथवा समाचारपत्रों में विशेष टारगेट ग्रुप के लिए निर्धारित कॉलमों में ही छपते हैं । विज्ञान के लिए विशेषज्ञतायुक्त समाचार बनाने की विधा ने विज्ञान पत्रकारिता के रूप में अपनी अलग पहचान बनाई है ।

दूसरी किस्म के विज्ञान समाचार आम आदमी की रुचि से जुड़े होते हैं, जिनमें तकनीक और ज्ञान पर अधिक बल नहीं होता । ऐसे समाचारों में उपभोक्ता के लिए उपयोगी नए आविष्कारों की जानकारी, विज्ञान के क्षेत्र में कोई अनोखी खोज, कोई अजीबोगरीब वैज्ञानिक प्रयोग आदि शामिल रहते हैं : -

बंदर था दो पैरों पर चलने वाला पहला जीव

इंसानों ने ही सबसे पहले दो पैरों पर चलना शुरू किया लेकिन अब इस

धारणा को चुनौती मिलने लगी है । ब्रिटिश शोधकर्ताओं के मुताबिक, पेड़ों पर इधर-उधर कूदने वाले बंदर (ओरेंगोटैंग प्रजाति) ही पहले जीव थे, जिन्होंने दो पैरों पर चलना शुरू किया था । विज्ञापन पत्रिका साइंस के ताजा अंक में छपे एक लेख में कहा गया है कि बंदरों ने पतली टहनियों से फल तोड़ने के लिए दो पैरों पर चलना शुरू किया । वैसे इस तरह चलने के वास्ते उसे सहारे के लिए अपने हाथों का इस्तेमाल करना पड़ता था । इस लेख को लिवरपूल यूनिवर्सिटी के रोबिन क्रामप्टन, बर्मिंघम विश्वविद्यालय की सूशेनहा थोर्पे और रोजर होल्डर ने मिलकर लिखा है । क्रामप्टन ने कहा, 'अब तक दुनिया यही मानती आई है कि सबसे पहले इंसानों ने ही केवल दो पैरों के बूते चलना जाना ।' अगर हम सच है तो किसी प्राचीन बंदर और शुरूआती इंसान के जीवाश्म में अंतर कर पाना और मुश्किल हो जाएगा ।

5.2.3.5 प्रतिरक्षा समाचार

प्रतिरक्षा संबंधी जानकारियों से जुड़े समाचार इस श्रेणी में आते हैं । प्रतिरक्षा संबंधी घोटाले, अक्सर खोजी पत्रकारों के समाचारों का प्रमुख विषय रहे हैं । ऐसे समाचार देते समय यह सावधानी रखना जरूरी है कि भंडाफोड़ करने के उत्साह में कोई ऐसी जानकारी प्रकाशित न हो जाए जो देश की सुरक्षा के लिए खतरा बन जाए ।

5.2.3.6 अपराध समाचार

समाचारपत्रों में सर्वाधिक पढ़े जाने वाले समाचारों की श्रेणी में अपराध समाचार ही आते हैं । स्थानीय एवं क्षेत्रीय संस्करणों में अपराध समाचारों को सर्वाधिक महत्व दिया जाता है । अपराध समाचारों के लिए प्रत्येक दैनिक समाचारपत्र में एक रिपोर्टर अलग से नियुक्त रहता है जो नियमित रूप से न सिर्फ पुलिस थानों व अपने ऐसे ही सूत्रों के सम्पर्क में रहता है बल्कि दुर्घटनाओं व अन्य हादसों की जानकारी रखने के लिए क्षेत्र के अस्पतालों के भी चक्कर लगाता है ।

5.2.3.7 अदालती समाचार

जनरुचि से जुड़े महत्वपूर्ण मुद्दों या चर्चित घटनाओं से जुड़े अदालती फैसलों को प्राय: सभी अखबारों द्वारा समाचार के रूप में छापा जाता है । अदालती फैसलों को प्रकाशित करते समय अत्यधिक सावधानी की जरूरत हुआ करती है । समाचारपत्रों द्वारा अदालती समाचार बनाने का कार्य प्राय: पूर्णकालिक अथवा अंशकालिक रूप से किसी अनुभवी वकील को सौंप दिया जाता है ।

5.2.3.8 वाणिज्य समाचार

समाचारपत्र पाठकों का एक बड़ा वर्ग व्यापार और वाणिज्य से जुड़ा होता है । इन पाठकों की जिज्ञासा सबसे पहले यह जानने में रहती है कि बाजार की आज क्या स्थिति है तथा कल

के लिए प्रवृत्ति किस ओर है । बाजार की तेजी-मंदी, जिन्सों के भाव, थोक व किराणा बाजार, शेयर मार्केट, कारपोरेट जगत आदि से जुड़े समाचार एक खास भाषा एवं खास तकनीक के साथ कवर किए जाते हैं । इन समाचारों को बनाने का कार्य विशेषज्ञ एवं अनुभवी रिपोर्टरों द्वारा ही किया जाता है ।

समाचारों के उपरोक्त प्रकारों के अलावा भी विषय एवं बीट के आधार कई अन्य प्रकार हो सकते हैं जैसे खेल समाचार, कृषि समाचार, पर्यावरण समाचार, साहित्यिक एवं सांस्कृतिक समाचार, फिल्म समाचार, शैक्षणिक समाचार आदि ।

समाचार का विषय अथवा क्षेत्र चाहे कोई भी हो, इसका मूल उद्देश्य पाठकीय जिज्ञासा को शांत करना ही होता है । यदि इस ध्येय को ध्यान में रखा जाए तो जरूरत पड़ने पर कोई भी रिपोर्टर, कैसे भी समाचार को कवर कर सकता है ।

बोध प्रश्न-

1. व्यापी समाचार का अर्थ समझाइये ।

   ……

   ……

2. प्रांतीय समाचार क्या होते हैं?

   ……

   ……

3. वाणिज्य समाचार किसे कहते है?

   ……

   ……

5.3 सारांश

पिछली इकाई में समाचारों के कुछ विशिष्ट भेद एवं इनके वर्गीकरण के आधारों का अध्ययन करने के बाद समाचारों की कुछ बची हुई श्रेणियों का अध्ययन हमने इस इकाई में किया । हमने जाना कि समाचारों के वर्गीकरण का मुख्य उद्देश्य समाचारपत्र में समाचार की किस्म एवं प्रकृति के अनुसार, इसके कवरेज, रचना, प्लेसमेंट और प्रस्तुतिकरण की रणनीति बनाना और इसके अनुसार व्यवस्था करना है ।

5.4 शब्दावली

बीट	-	रिपोर्टर का कार्यक्षेत्र ।
कवरेज	-	किसी घटना विशेष को इसके महत्व के अनुसार समाचारपत्र में जो स्थान दिया जाता है, इसे कवरेज कहते हैं ।
टारगेट ग्रुप	-	लोगों का वह समूह जिसे ध्यान में रख कर समाचार लिखा जा रहा हो ।
डाक एडिशन	-	समाचारपत्र का वह अंक जो प्रकाशन स्थल से बाहर किसी अन्य स्थान पर प्रसारित होता है ।

सिटी एडिशन - समाचारपत्र का वह अंक जो इसके मुद्रण व प्रकाशन वाले शहर में ही बंटता है ।

5.5 कुछ उपयोगी पुस्तकें

प्रिंट मीडिया लेखन	-	प्रो. रमेश जैन
संवाददाता और समाचार लेखन	-	हेरम्ब मिश्र
मीडिया विमर्श	-	रामशरण जोशी
मीडिया लेखन : सिद्धांत एवं व्यवहार	-	डा. चंद्र प्रकाश मिश्र
मीडिया लेखन	-	डा. रमेशचंद्र त्रिपाठी
मीडिया लेखन	-	डा. सुमित मोहन
इम्प्रूविंग न्यूज राइटिंग	-	क्लार्क, राय पीटर
राइटिंग फार पुअर रीडर्स	-	मरे डोनाल्ड

5.6 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. घटना के महत्व के आधार पर समाचारों का वर्गीकरण किस प्रकार संभव है ।
2. क्षेत्र अथवा स्थान के आधार पर समाचारों के भेद समझाइये ।
3. बीट किसे कहते हैं? विषय के आधार पर समाचारों की कौन कीन सी श्रेणियां हो सकती हैं?

इकाई- 6

स्तम्भ लेखन

इकाई की रूपरेखा

6.0 उद्देश्य

6.1 प्रस्तावना

62 स्तम्भ लेखन का महत्व

6.3 स्तम्भ और समाचार

6.4 स्तम्भ लेखन के विषय

6.5 स्तम्भ की प्रकृति

6.6 इंटरनेट पर स्तम्भ लेखन

6.7 प्रभावी स्तम्भ लेखन

6.8 सारांश

6.9 कुछ उपयोगी पुस्तकें

6.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

6.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद विद्यार्थी-

- स्तंभ लेखन के विविध पहलुओं से परिचित हो पाएंगे ।
- किसी भी समाचारपत्र और पत्रिका में स्तंभ का क्या स्थान है और स्तंभ लेखन के बारे में पाठकों की क्या प्रतिक्रियाएं रहती हैं, इस बारे में भी यह इकाई उनका मार्गदर्शन करेगी ।
- स्तंभ लेखन के उद्देश्यों और उसकी उपयोगिता को जान सकेंगे ।
- स्तंभ लेखन के लिए विषयों का चुनाव कैसे करें और अपने लेखन को प्रभावी कैसे बनाएं इस दिशा में भी यह इकाई सहायक सिद्ध होगी ।
- सक्रिय पत्रकारिता में स्तंभ लेखन को अपनाने के इच्छुक छात्रों के लिए यह इकाई विशेष रूप से उपयोगी है ।
- स्तंभ ओर समाचार के अंतर को समझ सकेंगे ।
- स्तंभ लेखन की अधुनातन प्रवृत्तियों को समझ सकेंगे ।

6.1 प्रस्तावना

समाचारपत्र अथवा पत्रिका में अन्य सामग्री के साथ प्रकाशित होने वाले स्तंभों का भी अपना अलग महत्त्व है । एक बड़ा पाठक वर्ग ऐसा है, जो नियमित तौर पर प्रकाशित होने वाले स्तंभों का अध्ययन करते हैं । बड़ी संख्या उन पाठकों की भी है, जो अन्य सामग्री से भी अधिक महत्त्व किसी स्तंभ को देते हैं । समाचारपत्रों में प्रकाशित होने वाले स्तंभ यदि प्रभावी और निरपेक्ष हैं, तो निश्चित तौर पर पाठकों के दिलों में अपना स्थान बनाते हैं । तथ्यपरक,

विचारपूर्ण और एक नई राह सुझाने वाले स्तंभ अन्य प्रकाशित सामग्री के बीच अपनी अलग पहचान रखते हैं । साधारण तौर पर यह माना जाता है कि प्रबुद्ध वर्ग के पाठक ही स्तंभ पढ़ते हैं, पर हर मामले में यह बात लागू नहीं की जा सकती । बड़ी संख्या ऐसे साधारण पाठकों की भी है, जो समाचार और फीचर सामग्री के साथ नियमित प्रकाशित होने वाले स्तंभ भी पढ़ते हैं । अधिकांश पाठकों का मानना है कि समाचारपत्र में प्रकाशित समाचारों के बीच अगर विचार कहीं जिंदा है, तो वह स्तंभ लेखन में ही है । वर्तमान दौर में स्तंभ लेखन की विधा का उपयोग पाठकों की संवेदनाओं को जाग्रत करने के लिए भी किया जाता है । रोजमर्रा के समाचारों के बीच कई बार पाठकों की संवेदनाएं सूख जाती हैं और वे प्रस्तुत घटनाक्रम को लेकर अत्यंत निर्विकार भाव से प्रतिक्रिया व्यक्त करते हैं । ऐसी सूरत में स्तंभ लेखक उनकी संवेदनाओं को स्पर्श करता हुआ उनके विचारों को एक नई राह दिखाता है ।

6.2 स्तम्भ लेखन का महत्व

अनेक पत्रकार ऐसे हैं, जो समाचार और फीचर लेखन की तुलना में स्तंभ लेखन को अपनाते हैं । इसके पीछे विचार यह है कि समाचार लेखन धीरे-धीरे एक रूटीन का काम बन जाता है और इस वजह से उसमें वैविध्य नहीं आ पाता है । ज्यादातर पत्रकारों के सामने इसके अलावा कोई विकल्प नहीं होता कि वे प्रेस कांफ्रेंस या किसी दूसरे आयोजन से जुड़े समाचार को ज्यों का त्यों लिख दें । उन्हें अपने विचार व्यक्त करने की गुंजाइश नहीं होती और समाचार लेखन की जो पारंपरिक शैली है, उन्हें उसे ही अपनाते हुए अपना लेखन प्रस्तुत करना होता है । इसी तरह फीचर लेखन में भी उन्हें फीचर की शैली का अनुसरण ही करना होता है और फीचर का जो अनुशासन है, उसकी अनुपालना करते हुए उन्हें अपना लेखन कर्म पूरा करना होता है । दूसरी तरफ स्तंभ लेखन में उन्हें अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता मिलती है और अपनी राय, अपने विचार वे एक व्यापक पाठक वर्ग के समक्ष रख सकते हैं ।

6.3 स्तम्भ और समाचार

जहां तक समाचार लेखन का सवाल है, तो यह माना जाता है कि नियमित अध्ययन के अलावा गहन प्रशिक्षण और निरंतर अभ्यास के बाद कोई भी इस विधा में पारंगत हो सकता है । इसी तरह, अगर आप सही फार्मूलों का चयन कर लें, तो फीचर लेखन को भी आसानी से अपनाया जा सकता है । लेकिन स्तंभ लेखन को सबसे मुश्किल विधा माना जाता है, क्योंकि इस दौरान आपको निरंतर विचार मंथन की प्रक्रिया से गुजरना पड़ता है । हर पल अपने आपको अपडेट करना होता है और नियमित और क्रमबद्ध अध्ययन की प्रवृत्ति को विकसित करना होता है । हालांकि स्तंभ लेखन में लेखक के विचारों का ही सर्वाधिक महत्त्व होता है, लेकिन इसका यह आशय नहीं कि स्तंभ लेखक अपने अतार्किक विचारों का प्रचार-प्रसार करने की चेष्टा करे । यह आवश्यक है कि विचार सुसंगत, प्रवाहमान और तर्क की कसौटी पर खरा उतरते हों । और साथ में उनका पठनीय होना तो आवश्यक है ही । जब तक विचार रुचिपूर्ण और क्रमबद्ध तरीके से प्रस्तुत नहीं किए जाएंगे, तब तक वे पाठकों में दिलचस्पी जगाने में सफल नहीं होंगे । इन अर्थों में स्तंभ लेखक की भूमिका किसी वकील जैसी होती है । उसे अपनी दलीलों

से पाठकों को आश्वस्त करना होगा कि उसका मुवक्किल यानी उसका मंतव्य सही राह का अनुसरण कर रहा है ।

6.4 स्तम्भ लेखन के विषय

स्तंभ किसी भी विषय पर हो, पर एक बात निश्चित है कि पाठकों का एक बड़ा वर्ग उससे जरूर प्रभावित होता है । इस दृष्टि से यह कहा जा सकता है कि किसी भी पत्र-पत्रिका में स्तंभ लेखक अत्यंत महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाता है । स्तंभ किसी भी विषय पर आधारित हो सकता है, लेकिन उसके व्यापक प्रभाव से इनकार नहीं किया जा सकता । स्तंभ लेखन के लिए हम निम्नलिखित विषयों में से किसी एक का चुनाव कर सकते हैं-

6.4.1 राजनीतिक

इस स्तंभ के तहत ताजा राजनीतिक गतिविधियों पर फोकस किया जाता है । केंद्र और राज्यों में सत्ता के लिए क्या उठापटक चल रही है और राजनीतिक गलियारों में किसका पलड़ा भारी है और किसका पलड़ा हलका चल रहा है और कौन-सा दल किस नेता के सहारे अपनी राजनीतिक महत्वाकांक्षाएं पूरी करने का प्रयत्न कर रहा है, इस तरह की सामग्री इस स्तंभ में शामिल की जाती है । अखबार का राजनीतिक संवाददाता या वरिष्ठ संपादकीय सहयोगी इस स्तंभ को लिखता है ।

6.4.2 खेलकूद

खेल की दुनिया से जुड़ी गतिविधियों पर केंद्रित इस स्तंभ के बारे में यह माना जाता है कि इसे सर्वाधिक संख्या में पाठक मिलते हैं । इस स्तंभ में समसामयिक घटनाओं पर फोकस किया जा सकता है और दैनिक प्रकाशनों में प्रकाशित होने वाली सामग्री से इतर कुछ विशिष्ट सामग्री को स्थान दिया जाए तो इसकी लोकप्रियता स्थायी तौर पर कायम रखी जा सकती है ।

6.4.3 बागवानी

स्तंभ लेखकों के लिए यह अपेक्षाकृत नया विषय है, लेकिन इस विषय में संभावनाएं अपार हैं । आजकल शहरी परिवारों में भी अपने घरों में बागवानी का चलन बढ़ता जा रहा है और यह स्तंभ उनके लिए उपयोगी साबित हो सकता है ।

6.4.4 संगीत

इस स्तंभ का कलेवर रूटीन के कला-संस्कृति संबंधी आयोजनों से भिन्न होता है । इसमें लब्ध प्रतिष्ठित कलाकारों पर आधारित रिपोर्ताज लिखने के साथ नए और प्रतिभाशाली कलाकारों के बारे में भी नियमित तौर पर लिखा जा सकता है । पर यह स्तंभ शहर में सप्ताहभर में होने वाले सांगीतिक आयोजनों की रिपोर्ट बनकर न रह जाए इस बात का ध्यान रखना आवश्यक है । इस स्तंभ में फिल्मी और गैर फिल्मी म्यूजिक एलबम की समीक्षा भी शामिल की जा सकती है ।

6.4.5 पुस्तकें

पुस्तक समीक्षा का स्तंभ लगभग हर समाचारपत्र और पत्रिका में प्रकाशित होता है । कई बार संपादक स्थानीय या बाहरी समालोचकों का एक पैनल तैयार रखते हैं और इसी पैनल में शामिल किसी समालोचक या लेखक को समीक्षा का जिम्मा सौंपा जाता है । इनके बीच कुछ लेखक ऐसे भी होते हैं, जो नियमित तौर पर पुस्तक समीक्षा लिखते हैं । पुस्तक समीक्षा का स्तंभ न सिर्फ पाठक समुदाय के बीच, अपितु लेखक समुदाय के मध्य भी लोकप्रिय होता है ।

6.4.6 हास-परिहास

स्तंभ लेखन का यह ऐसा क्षेत्र है, जिसमें भरपूर संभावनाएं निहित हैं । लगभग प्रत्येक समाचारपत्र अथवा पत्रिका अपने प्रकाशन को नीरसता से बचाने के लिए हास-परिहास से भरपूर सामग्री का प्रकाशन भी नियमित तौर पर करते हैं । इस तरह के स्तंभ कई बार इतने लोकप्रिय होते हैं कि अखबार हाथ में आते ही पाठक इस स्तंभ को तलाश करते हैं । प्रख्यात व्यंग्यकार शरद जोशी का कॉलम 'प्रतिदिन' पूरे एक दशक तक 'नवभारत टाइम्स' में लगातार छपा । अंतिम पृष्ठ पर प्रकाशित होने वाले इस स्तंभ को पाठक सबसे पहले पढ़ते थे, क्योंकि शरद जोशी इस स्तंभ के माध्यम से समसामयिक घटनाओं पर करारा व्यंग्य करते थे ।

6.4.7 सेहत

लोगों को स्वास्थ्य संबंधी जानकारी देने वाले इस स्तंभ की पठनीयता भी असंदिग्ध है । प्राय: प्रत्येक प्रकाशन स्वास्थ्य संबंधी जानकारी से भरपूर सामग्री को स्थान देता है । इस स्तंभ में पाठकों की भागीदारी सुनिश्चित करने के लिए विशेषज्ञों की सलाह को भी स्थान दिया जा सकता है ।

6.4.8 फिटनैस

इसे हमें स्वास्थ्य संबंधी स्तंभ से भिन्न रूप में प्रस्तुत करना होगा और एक स्तंभ लेखक के लिए यही सबसे बडी चुनौती है । आज की भाग-दौड़ भरी जिंदगी में फिटनैस की चाहत हर किसी को होती है । स्तंभ लेखक को चाहिए कि वह अपने क्षेत्र के पाठकों की प्राथमिकताओं को समझकर उनके लिए उपयुक्त सामग्री का चुनाव इस स्तंभ के लिए करे ।

6.4.9 सिनेमा

सिनेमा से संबंधित सामग्री के पाठकों की संख्या असीमित होती है, इस लिहाज से सिनेमा पर स्तंभ लिखने वाले लेखक की जिम्मेदारी भी बहुत अधिक हो जाती है । फिल्म उद्योग में हर पल घटने वाली घटनाओं के बीच अपने पाठक वर्ग के लिए उपयोगी सामग्री का चुनाव करना और उसे शालीन भाषा में प्रस्तुत करना उसका दायित्व होता है । वर्तमान दौर में टेलीविजन चैनलों की बढ़ती लोकप्रियता के कारण

सिनेमा संबंधी स्तंभ में ही टीवी कार्यक्रमों से संबंधित सामग्री शामिल की जा सकती है ।

6.4.10 प्रेरक प्रसंग

समाचारपत्रों में प्रेरक प्रसंग और लोक कथाओं के स्तंभ भी बहुत लोकप्रिय होते हैं । इन स्तंभों की लोकप्रियता का अंदाजा इस बात से लगाया जा सकता है कि 'नवभारत टाइम्स' जैसा राष्ट्रीय समाचारपत्र प्रेरक प्रसंगों का स्तंभ अपने संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित करता है ।

6.4.11 वित्तीय

वाणिज्य और वित्तीय समाचारों पर आधारित इस स्तंभ का पाठक वर्ग हालांकि सीमित होता है, लेकिन इस स्तंभ के लिए सामग्री का चयन बड़ी सूझ-बूझ के साथ किया जाना चाहिए । आम तौर पर वाणिज्य और वित्तीय समाचार नीरस आकड़ों से भरपूर होते हैं, लेकिन स्तंभ लेखक से यह अपेक्षा की जाती है कि वह नीरस सामग्री में से पाठकों के मतलब की जानकारी खोज कर उसे अलग अंदाज में उनके समक्ष प्रस्तुत करे ।

6.4.12 कला

कला संबंधी गतिविधियों पर आधारित इस स्तंभ को लिखने वाले पत्रकार की छवि एक कला समीक्षक की बन जाती है, लेकिन इस स्तंभ को लिखने से पूर्व लेखक को अपने विषय का गहराई से ज्ञान होना चाहिए । उसमें निरंतर अध्ययन की प्रवृत्ति का होना भी आवश्यक है और कला जगत की विभिन्न धाराओं का भी उसे पर्याप्त ज्ञान होना चाहिए ।

6.4.13 रंगमंच

इस स्तंभ में रंगमंच से जुड़ी गतिविधियों को स्थान दिया जाता है । इसमें नाटकों की समीक्षा के साथ रंगमंच संबंधी कार्यशालाओं, सेमिनार और विचार-विमर्श को भी पर्याप्त स्थान दिया जाना चाहिए । स्थानीय रंगमंच से जुड़े कलाकारों की प्रतिभा को सामने लाने की दृष्टि से ऐसे स्तंभ का महत्त्व सर्वविदित है ।

6.4.14 कानूनी सलाह

इस स्तंभ में पाठकों के विधिक प्रश्नों का उत्तर विधि विशेषज्ञ देते हैं । चूंकि ऐसे स्तंभ पाठकों की विधिक समस्याओं का समाधान प्रस्तुत करते हैं, इसलिए इनकी उपयोगिता से इनकार नहीं किया जा सकता । पर ऐसे स्तंभ के लिए प्रश्नों का चयन करने में अत्यंत सावधानी रखनी चाहिए और सिर्फ ऐसे प्रश्न ही शामिल करने चाहिए जिन्हें विधिसम्मत ठहराया जा सके ।

6.4.15 पारिवारिक उलझनें

आम तौर पर इस विषय से संबंधित स्तंभ महिलाओं की पत्रिकाओं में ही प्रकाशित होते हैं । इनमें महिला पाठक अपने जीवन की उलझनों को स्तंभ लेखक के साथ शेयर करती हैं और इन अर्थों में स्तंभ लेखक की भूमिका एक पारिवारिक मित्र के समान होती है ।

6.4.16 धर्म और अध्यात्म

पाठकों का एक बड़ा वर्ग धर्म और अध्यात्म से संबंधित सामग्री नियमित तौर पर पढ़ना पसंद करता है । खास तौर पर छोटे शहरों और कस्बों के पाठक धार्मिक गतिविधियों से संबंधित सामग्री में अधिक दिलचस्पी रखते हैं । इसीलिए आजकल अधिकांश समाचारपत्र धर्म और अध्यात्म पर पर्याप्त सामग्री का प्रकाशन करते हैं । ऐसे स्तंभ में हमें प्राचीन धर्म गुरुओं के बारे में प्रेरक सामग्री का प्रकाशन करना चाहिए और साथ में उनके प्रवचन और शिक्षाओं को भी स्थान दिया जाना चाहिए।

6.4.17 ज्योतिष और राशिफल

प्राय: सभी प्रकाशनों में ज्योतिष और राशिफल के स्तंभ प्रतिदिन प्रकाशित होते हैं । दैनिक राशिफल के साथ साप्ताहिक राशिफल का प्रकाशन भी किया जाता है । वर्ष के अंत में वार्षिक राशिफल का प्रकाशन भी समाचारपत्रों और पत्रिकाओं में किया जाता है ।

6.5 स्तम्भ की प्रकृति

स्तंभ लेखन के लिए विषय का चयन करने के दौरान इन बातों का ध्यान भी रखा जाना चाहिए-
जानकारी - यूं तो अनेकानेक विषय ऐसे हैं, जिन पर स्तंभ लेखन किया जा सकता है, लेकिन असली सवाल यह है कि क्या आप संबंधित विषय के ज्ञाता हैं? विषय के हर पहलू की आपको कितनी जानकारी है? क्या आप उस विषय पर अधिकारपूर्वक चर्चा कर सकते हैं? कहने का आशय यह कि आप जिस विषय का चयन करें, उससे जुड़ी हर छोटी-बड़ी बात की जानकारी आपको होनी ही चाहिए । जानकारी के साथ-साथ विषय की समझ हासिल किए बिना आप जो कुछ लिखेंगे, उसमें चूक होने की आशंका लगातार बनी रहेगी । याद रहे कि तथ्यों और विषयवस्तु के प्रस्तुतीकरण में जरा-सी चूक भी आपकी छवि धूमिल कर सकती है और आपके स्तंभ की विश्वसनीयता को खंडित कर सकती है ।

प्रासंगिकता - विषय का चुनाव करते समय प्रासंगिकता का पहलू अवश्य ध्यान में रखें । जब तक विषयवस्तु प्रासंगिक नहीं होगी, पाठक उस स्तंभ से अपना तादात्म्य स्थापित नहीं कर पाएंगे । इसके अलावा, अपने स्तंभ लेखन को पठनीय बनाए रखने के लिए भी प्रासंगिकता के पक्ष को ध्यान में रखना आवश्यक है । लेखन से पहले यह अवश्य देखें कि संबंधित विषय वर्तमान दौर में कितना प्रासंगिक और पठनीय है । कहने का आशय यह कि अगर आप विज्ञान से जुड़े विषय पर स्तंभ लेखन करते हैं और ग्लोबल वार्मिंग जैसे ज्वलंत मुद्दे पर कुछ लिखना चाहते हैं, तो ऐसा लेखन भीषण गर्मी के दौर में किया जा सकता है और अगर आप कड़कड़ाती

सर्दी के दिनों में इस विषय पर कलम चलाते हैं, तो पाठक इस विषय से कदापि नहीं जुड़ पाएंगे ।

शोध और अध्ययन - स्तंभ लेखक में शोध और अध्ययन की प्रवृत्ति का होना भी आवश्यक है । जब भी किसी विषय पर लिखने की तैयारी करें, तो जरूरी है कि हम उस विषय से संबंधित पहलुओं की व्यापक जानकारी के लिए शोध के स्तर पर अध्ययन करें । इस तरह हम किसी भी समस्या या मुद्दे की गहराई तक पहुंच सकेंगे और पाठकों को भी इस बात का एहसास होगा कि जो स्तंभ आलेख उन्होंने पढ़ा है, उसने उन्हें विषय की पर्याप्त जानकारी दी है । इसी तरह अगर हम नियमित अध्ययन का अभ्यास रखेंगे, तो पाठकों को किसी भी विषय के बारे में सर्वांग जानकारी दे पाएंगे । याद रखें कि लिखने से भी ज्यादा जरूरी है पढ़ना । नई पीढ़ी के पत्रकारों में अध्ययन की प्रवृत्ति कम दिखाई दे रही है और अक्सर वे गवेषणा और शोध जैसे प्रयासों से बचते हैं । जबकि नियमित अध्ययन से न सिर्फ उनका विवेक स्तर ऊंचा होगा, अपितु उनका भाषा ज्ञान भी समृद्ध होगा ।

तथ्यों का संकलन - यद्यपि स्तंभ लेखन में लेखकीय विचारों की प्रधानता रहती है, तथापि तथ्यों से पूरी तरह मुँह नहीं मोड़ा जा सकता । इसलिए स्तंभ लेखक को तथ्यों का संकलन करने के लिए हमेशा तत्पर रहना चाहिए । प्रामाणिक तथ्यों से युक्त स्तंभ लेखन पाठकों के लिए अपना अभिमत विकसित करने में सहायक साबित होता है । इसके अलावा, तथ्यों के सहारे स्तंभ लेखक अपने विचारों को अधिक प्रभावी शैली में पाठकों तक पहुंचा सकता है । तथ्यों को अपडेट भी करते रहें, ताकि त्रुटि रहित लेखन किया जा सके । तथ्यों के संग्रहण के लिए उसे सरकारी योजनाओं और दस्तावेजों का भी नियमित अध्ययन करना चाहिए । साथ ही उसे सभी प्रमुख कानूनों और नियमों की अद्यतन जानकारी भी होनी चाहिए ।

स्तंभ लेखन चूंकि लेखक के निजी अनुभवों और व्यक्तिगत विचारों का प्रतिबिंब है, इस लिहाज से यह जरूरी है कि जिस विषय पर वह स्तंभ लिख रहा है, उस विषय की उसे गहरी समझ हो । सिर्फ दिलचस्पी के आधार पर ही किसी विषय का चयन कर लेना युक्तिसंगत नहीं कहा जा सकता । संबंधित विषय से जुड़े प्रत्येक पहलू की पर्याप्त जानकारी आपके पास होनी ही चाहिए । इसके अलावा, स्तंभ लेखन शुरू करने के बाद भी अपने विषय से संबंधित जानकारी लगातार जुटाने का प्रयत्न करना चाहिए । इस तरह आप अपने पाठकों को अपडेट जानकारी भी दे पाएंगे और अपने स्तंभ को लंबे समय तक पठनीय और उपयोगी बनाए रख सकेंगे । याद रखिए संपादक भी आपके स्तंभ में तब तक ही दिलचस्पी दिखाएंगे, जब वे आश्वस्त हो जाएंगे कि पाठकों के बीच आपके स्तंभ लेखन की अच्छी चर्चा है और इसकी वजह से पाठक समाचारपत्र को अधिक पठनीय मानते हैं । और जब पाठक आपके स्तंभ को काट कर अलग रखना शुरू कर दें और उस पर चर्चा करने लगें, तो मान लीजिए कि आपने उस स्तर को छू लिया है, जिसकी अपेक्षा एक कॉलम राइटर से की जाती है । वर्तमान दौर में ज्यादातर स्तंभ सामाजिक या राजनीतिक विषयों पर ही आधारित हैं, लेकिन खेल, विज्ञान, पर्यावरण, धर्म, सिनेमा और संगीत से संबंधित विषयों पर आधारित स्तंभ भी पाठकों द्वारा सराहे जाते हैं । संगीत से संबंधित स्तंभ लेखन में हम ताजा सांगीतिक गतिविधियों की जानकारी देने के

साथ कलाकारों के अनूठे प्रयोगों और गुणी श्रोताओं और पाठकों के रुझान का उल्लेख भी कर सकते हैं । पिछले दशक तक हिंदी पत्र-पत्रिकाओं में संगीत समीक्षा के स्तंभ नियमित तौर पर प्रकाशित किए जाते थे । धीरे-धीरे इनका प्रकाशन कम हुआ और मौजूदा दौर में तो ऐसे प्रकाशनों की गिनती उंगलियों पर की जा सकती है, जिनमें संगीत समीक्षा का स्तंभ नियमित तौर पर प्रकाशित किया जाता है । इसी तरह विज्ञान और पर्यावरण भी ऐसे विषय हैं, जिन्हें स्तंभ लेखन में शामिल करने का साहस आम तौर पर हिंदी के पत्रकार नहीं करते । हिंदी के प्रकाशनों में विज्ञान और पर्यावरण पर आलेख या फीचर भी यदा-कदा ही मिलते हैं, ऐसी सूरत में स्तंभ लेखन की बात दूर की कौड़ी नजर आती है । सिनेमा संबंधी स्तंभ लेखन की विधा वर्तमान दौर में सबसे लोकप्रिय है । नए और पुराने पत्रकार सिनेमा को अपने लेखन का विषय बनाना चाहते हैं, तो इसका कारण यह है कि सिनेमा सबसे ज्यादा पढ़ा जाने वाला विषय है । न सिर्फ फिल्मी पत्र-पत्रिका, बल्कि सामान्य पत्र-पत्रिकाओं में भी सिनेमा संबंधी सामग्री की भरमार है । पर सिनेमा पर स्तंभ लिखने वाले पत्रकार अक्सर गंभीर और संजीदा लेखन से बचते हैं । आम तौर पर वे सिनेमा पर सतही लेखन से ही काम चलाते हैं और इसके पीछे उनका तर्क यही होता है कि पाठक यही सब कुछ पढ़ना चाहते हैं । यह ठीक वैसा ही है जैसा कि अक्सर हमारे फिल्मकार तर्क देते हैं कि वे उसी तरह की फिल्में बनाते हैं, जैसी कि दर्शक देखना चाहते हैं । पर इस सवाल से शायद सब बचना चाहते हैं कि पाठकों और दर्शकों की रुचि अगर वाकई गलत दिशा में मुड़ गई है, तो इसे परिष्कृत करने की जिम्मेदारी आखिर किसकी है । यह सवाल इसलिए भी महत्त्वपूर्ण हो जाता है, क्योंकि अक्सर पाठक अपने विचारों का प्रवाह उसी दिशा में मोड़ लेते हैं, जो दिशा उन्हें स्तंभ लेखक के विचारों से मिलती है । इस लिहाज से स्तंभ लेखक का दायित्व और भी बढ़ जाता है । कोई भी मंतव्य और विचार व्यक्त करने से पहले उसे चाहिए कि वह यह बात दृष्टिगत रखे कि एक बड़ा पाठक वर्ग उसके विचारों का अनुसरण कर सकता है । इन विचारों के प्रकाश में हम स्तंभ लेखन के व्यापक महत्व को इन बिंदुओं के अंतर्गत व्यक्त कर सकते हैं

- स्तंभ लेखन सम सामयिक महत्व के किसी भी मसले पर पाठकों के अभिमत को व्यक्त करता है । हालांकि स्तंभ में व्यक्त विचार सिर्फ लेखक के मंतव्य को स्पष्ट करते हैं, लेकिन यह निश्चित है कि पाठकों का एक बड़ा वर्ग भी उसी मंतव्य को अपना लेता है।
- स्तंभ लेखन किसी ऐसे मसले की तरफ लोगों का ध्यान आकृष्ट करता है, जिसका संबंध व्यापक जन समुदाय से हो ।
- स्तंभ लेखन से पाठकों के अभिमत को प्रतिदिन या एक निश्चित आवृत्ति पर नई दिशा मिलती ।
- नियमित और तयशुदा स्थान पर प्रकाशित होने से कई बार कोई स्तंभ किसी प्रकाशन की पहचान भी बन जाता है ।
- स्तंभ लेखक की पहचान भी अपने कॉलम के साथ जुड़ी होती है । यह पहचान कई बार पाठकों के लिए सहायक साबित होती है कि वे लेखक को किस नजरिए से देखते हैं ।

6.6 इंटरनेट पर स्तम्भ लेखन

कंप्यूटर और इंटरनेट ने आज हर किसी के सामने लेखक बनने का सुगम और सुविधाजनक रास्ता खोल दिया है । अपनी दिशा खोजिए और उस दिशा में लेखन का प्रयास शुरू कर दीजिए । स्तंभ लेखन के लिए अब सिर्फ समाचारपत्र अथवा पत्रिका पर ही निर्भर रहने की आवश्यकता नहीं है । नए पत्रकारों के लिए अब इंटरनेट भी स्तंभ लेखन का अच्छा माध्यम साबित हो रहा है । कुछ अर्थों में तो यह माध्यम समाचारपत्र और पत्रिका से भी ज्यादा प्रभावी साबित हो रहा है । इसका आधारभूत कारण यह है कि समाचारपत्र और पत्रिका के मुकाबले इंटरनेट के जरिए अधिक लोगों तक पहुंचना आसान हो गया है । इंटरनेट पर अपलोड किया गया कोई भी स्तंभ पूरी दुनिया में एक साथ हजारों-लाखों लोगों द्वारा पढ़ा जा सकता है, वह भी तुरंत । ऐसी सुविधा तो समाचारपत्र में भी उपलब्ध नहीं है ।

इंटरनेट पर स्तंभ लेखन का सबसे बड़ा लाभ यह है कि आपको अपने लेखन के बारे में बड़ी संख्या में प्रतिक्रियाएं मिल जाती हैं । एक साथ बड़े पाठक वर्ग तक पहुंचने की क्षमता के कारण इंटरनेट पर अपलोड किया गया कोई भी कॉलम तत्काल प्रतिक्रियाएं जुटा लेता है । इसके अलावा, तात्कालिक महत्व के स्तंभों के लिए इंटरनेट मानो वरदान साबित हुआ है । तेजी से बदलती दुनिया में आज कोई भी विषय या प्रसंग कुछ ही अर्से में अपनी धार खो बैठता है । लगाता चौबीस घण्टे समाचार और दूसरे कार्यक्रम पेश करने वाले टेलीविजन चैनलों के कारण कई बार किसी घटना या प्रसंग के हर पहलू का इतनी अधिक बार विश्लेषण किया जाता है कि फिर समाचारपत्रों अथवा पत्रिकाओं में इस बारे में कॉलम लिखने का कोई औचित्य नहीं रह जाता । ऐसी सूरत में इंटरनेट आपके लिए मददगार के रूप में सामने आता है, जहां आप अपने विचारों के प्रवाह को अनवरत रख सकते हैं ।

6.6.1 स्तंभ की प्रकृति

यदि आपने स्तंभ लेखन का निश्चय कर लिया है तो सर्वप्रथम यह तय करें कि आप किस विषय पर लेखन करना चाहते हैं । अर्थात् आपके स्तंभ की प्रकृति कैसी होगी । प्रकृति से हमारा आशय उसकी संरचना और विषयवस्तु से है । स्तंभ राजनीतिक विषय पर आधारित होगा अथवा सामाजिक, आर्थिक या अन्य किसी विषय पर । स्तंभ में पाठकों को सिर्फ कोई नई जानकारी देने का प्रयत्न किया जाएगा अथवा लेखकीय टिप्पणी के साथ उन्हें अपना अभिमत विकसित करने का प्रयत्न भी किया जाएगा । जब हम स्तंभ की प्रकृति का निर्धारण करें, तो इसमें यह भी तय कर लें कि हम अपने लेखन के माध्यम से पाठकों को कैसी दिशा देना चाहते हैं । भले ही इंटरनेट के कारण स्तंभ लेखन अब अपेक्षाकृत आसान हो गया है, परंतु इसका यह आशय कदापि नहीं कि हम अपने विचारों को बेलगाम तरीके से प्रसारित करते रहें । प्रत्येक शब्द का अपना महत्त्व है और उसका भिन्न-भिन्न प्रभाव पाठकों पर पड़ सकता है । अपितु इंटरनेट की सर्वव्यापकता के कारण समाचारपत्रों के मुकाबले शब्दों का प्रसार अधिक तीव्र गति से हो सकता है । इस दृष्टि से स्तंभ लेखक को अपने स्तंभ की प्रकृति के बारे में युक्तिसंगत तरीके से निर्णय करना होगा ।

6.6.2 स्तंभ लेखन की शुरुआत

जिस तरह एक खिलाड़ी प्रतिदिन अभ्यास के सहारे अपने खेल में निरंतर सुधार लाने का प्रयास करता है, ठीक उसी तरह स्तंभ लेखक भी अपने प्रतिदिन के लेखन के साथ अपनी शैली में निरंतर सुधार कर सकता है । किसी भी नए स्तंभ लेखक के लिए यह सुझाव दिया जा सकता है कि वह साप्ताहिक स्तंभ के साथ शुरुआत करे । उसे यह बात समझ लेनी चाहिए कि स्थापित स्तंभ लेखकों के एक-एक शब्द के पीछे वर्षों का अनुभव और अध्ययन छिपा है । किसी भी नवोदित स्तंभ लेखक को प्रारंभ में प्रतिदिन आवृत्ति वाला स्तंभ लेखन नहीं करना चाहिए । प्रतिदिन कोई स्तंभ लिखने के कारण उसे नियमित अध्ययन के लिए समय नहीं मिलेगा और अगर उसने नियमित अध्ययन की प्रवृत्ति विकसित नहीं की, तो वह अपने लेखन को समृद्ध नहीं कर पाएगा । स्तंभ लेखन की प्रक्रिया शुरू करने के लिए आपको निम्नांकित चार चरणों से गुजरना होगा-

पहला - स्थानीय, प्रादेशिक और राष्ट्रीय समाचारपत्रों का गहन अध्ययन करें । देखें कि समाचारपत्र किस प्रकार के कॉलम प्रकाशित कर रहे हैं और क्या वह स्तंभ आपकी और दूसरे पाठकों की जरूरत को पूरा कर रहा है । यह भी देखें कि समाचारपत्र के अपने स्तंभ लेखक हैं अथवा वह किसी सिंडीकेशन एजेंसी के जरिए स्तंभ प्रकाशित कर रहा है । जो समाचारपत्र सिंडीकेशन एजेंसी के जरिए स्तंभ प्रकाशित कर रहा है, उसे अगर स्थानीय स्तर पर कोई स्तंभ लेखक मिले, तो शायद वह अपना एक्सक्लूसिव कॉलम शुरू कर सकता है । आम तौर पर सिंडीकेशन के माध्यम से प्राप्त होने वाले स्तंभ में स्थानीयता का पुट नहीं होता और एक से अधिक प्रकाशनों में छपने के कारण उसकी विशिष्टता भी समाप्त हो जाती है ।

दूसरा - समाचारपत्रों का अध्ययन करने के बाद चुनिंदा अखबारों के संपादकों को पत्र लिखें और स्थायी रूप से स्तंभ लिखने के अपने प्रस्ताव का उल्लेख करें । साथ में नमूने के तौर पर एक या दो स्तंभ भी लिख कर भेजें, ताकि संपादक आपकी लेखन क्षमता और विषय के बारे में आपकी प्रतिबद्धता तथा जानकारी का अनुमान लगा सकें । संपादक को संबोधित करते हुए जो पत्र लिखा जाए उसमें अपनी योग्यता और अपने लेखन संबंधी अनुभव का उल्लेख करना न भूलें ।

तीसरा - इस बात के लिए तैयार रहें कि संपादक आपको प्रायोगिक तौर पर कुछ स्तंभ लिखने के लिए कह सकते हैं । कई बार संपादक अपनी आश्वस्ति के लिए या फिर अपने पाठकों की रुचि को परखने के लिए आपको अस्थायी तौर पर स्तंभ लेखन के लिए कह सकते हैं । भले ही ऐसा लेखन नमूने के तौर पर ही किया जाए लेकिन प्रतिबद्धता, जानकारी और विचारों के स्तर पर उसे कहीं भी कमजोर नहीं होना चाहिए । इसके अलावा, डेडलाइन का पालन करना भी अत्यंत आवश्यक है । एक बार अगर आपने संपादक की आवश्यकता के अनुरूप लेखन की शुरुआत कर दी, तो आगे रास्ते खुलने में भी विलंब नहीं होगा ।

चौथा - स्तंभ लेखन की शुरुआत पहले स्थानीय स्तर पर करें, उसके बाद अपने शहर और राज्य के बाहर स्थित समाचारपत्रों से संपर्क करें । स्वतंत्र रूप से काम करने वाले स्तंभ लेखक किसी एक समाचारपत्र के साथ जुड़ने की बजाय एकाधिक समाचारपत्रों में स्तंभ लिख सकते हैं । इस स्थिति में ध्यान रखने योग्य बात यह है कि स्थानीय स्तर पर एक से ज्यादा अखबारों में समान स्तंभ नहीं लिखें ।

6.6.3 स्तंभ लेखक के समक्ष चुनौतियां

अलग- अलग लेखकों के सामने चुनौतियों का स्तर भी अलग ही होगा । फिर भी कुछ चुनौतियाँ ऐसी हैं, जिनका सामना लगभग हर लेखक को करना पड़ता है । इनमें से प्रमुख चुनौतियां इस प्रकार हैं-

- अपने स्तंभ के बारे में पाठकों की प्रतिक्रिया बहुत कम प्राप्त हो पाती है । इस कारण लेखक को इस बात की ठीक-ठीक जानकारी नहीं मिल पाती कि उसके स्तंभ लेखन का उद्देश्य पूरा हो रहा है या नहीं ।
- स्तंभ लेखन एक नियमित प्रक्रिया है और एक निश्चित आवृत्ति पर इसे लिखना ही है । लेकिन हमेशा ऐसा नहीं होता कि स्तंभ लेखक के पास नई जानकारी उपलब्ध हो । इस कारण कई बार तथ्यों की पुनरावृत्ति भी हो जाती है । पुनरावृत्ति से बचने के लिए स्तंभ लेखकों को सलाह दी जाती है कि वे अपने लेखन को प्रासंगिक और ताजा बनाए रखने का यत्न करते रहें ।
- साधारण तौर पर स्तंभ लेखक को बहुत कम पारिश्रमिक मिल पाता है । इसलिए अगर वह इसे जीविका बनाना चाहे, तो उसे एक से अधिक प्रकाशनों के साथ संपर्क कायम करना पड़ेगा । एकाधिक प्रकाशनों से जुड़ने पर उसे हर प्रकाशन के पाठक वर्ग को ध्यान में रखते हुए अपने स्तंभ को आगे बढ़ाना होगा ।
- लगातार एक ही धारा पर लेखन कर्म करते हुए एकरसता के खतरे का सामना भी उसे करना होगा । इसलिए यह आवश्यक है कि स्तंभ लेखन अपने लेखन में दिलचस्प और उपयोगी जानकारियां भी शामिल करें । यदा-कदा हास-परिहास का सहारा भी लिया जा सकता है ।
- नियमित स्तंभ लेखन के लिए प्रतिबद्धता, लगन, मेहनत और समयबद्ध अनुशासन की जरूरत होती है । एक ही व्यक्ति में इन सभी गुणों का मिलना थोड़ा मुश्किल ही है ।

बोध प्रश्न-

1. स्तंभ लेखन का क्या महत्त्व है?

   ……

   ……

2. स्तंभ और समाचार में क्या अंतर है?

   ……

   ……

3. स्तंभ लेखन की प्रारंभिक तैयारी कैसे करें?

……

……

4. इंटरनेट पर स्तंभ लेखन के क्या लाभ हैं?

……

……

5. स्तंभ लेखन से संबंधित चुनौतियों की चर्चा करें ।

……

……

6.7 प्रभावी स्तम्भ लेखन

1. स्पष्ट और विचार प्रधान - स्तंभ लेखक को अपने विचार सुस्पष्ट तरीके से प्रस्तुत करने चाहिए । स्तंभ लेखक को सार्वजनिक महत्व के किसी भी विषय पर विचार व्यक्त करने का अधिकार है, पर यह आवश्यक है कि उसके विचार सुसंगत और विश्वसनीय हों । किसी भी विषय से संबंधित हरेक पहलू का समावेश अपने स्तंभ में करना चाहिए ताकि पाठकों के सामने संतुलित तस्वीर उपस्थित हो सके ।
2. लक्ष्य पर निशाना - स्तंभ लेखक का काम किसी कुशल निशानेबाज के समान है । उसे हमेशा अपने लक्ष्य पर निगाहें रखनी चाहिए । कहने का आशय यह है कि अपने स्तंभ के जरिए उसे अपने लक्षित पाठकों के लिए कम से कम इस तरह की सामग्री प्रस्तुत करनी चाहिए जिसकी सहायता से पाठकों को नई दिशा मिले और किसी विषय पर वे अपनी राय स्थापित कर सकें ।
3. प्रतिपक्षी विचारों को भी सुनें - स्तंभ लेखक को अपने विचार अभिव्यक्त करने के साथ-साथ प्रतिपक्षी विचारों को भी पर्याप्त महत्व देना चाहिए तभी वह किसी भी विचार को ज्यादा प्रभावी शैली में पाठकों के सम्मुख प्रस्तुत कर पाएगा । पक्ष और प्रतिपक्ष के विचारों को संतुलित शैली में प्रस्तुत करने के प्रयासों से पाठकों की दृष्टि में उसकी विश्वसनीयता बढ़ेगी ।
4. प्रामाणिक और सुसंगत तथ्य - स्तंभ लेखन में जहां कहीं तथ्यों का प्रस्तुतिकरण किया जाए वहाँ यह अवश्य ध्यान रखा जाए कि सभी तथ्य प्रामाणिक और सुसंगत रूप में हों । किसी भी तथ्य को बदला नहीं जाए । यह भी ध्यान रखें कि जिस स्रोत से तथ्य जुटाए जाएं उसकी प्रामाणिकता और विश्वसनीयता भी असंदिग्ध हो ।
5. समालोचक की दृष्टि - स्तंभ लेखक को हमेशा समालोचक की दृष्टि का अनुसरण करना होगा, ऐसे स्तंभ आम पाठकों द्वारा अधिक पसंद किए जाते हैं । यथासंभव विवादों से बचा जाए लेकिन जहां आवश्यक हो, स्तंभ लेखक को समालोचना से नहीं बचना चाहिए । कई बार समालोचक की दृष्टि से लिखा गया कोई स्तंभ भी पाठकों को नई राह दिखा सकता है ।
6. जीवंत रिपोर्टिंग - यद्यपि स्तंभ लेखक का रिपोर्टर होना आवश्यक नहीं है, लेकिन अपने कॉलम को अधिक पठनीय और जीवंत बनाने के लिए उसे नियमित तौर पर रिपोर्टिंग

का सहारा भी लेना चाहिए । अपने निजी अनुभवों का वर्णन करते हुए वह अपने लेखन को और विश्वसनीय बना सकता है । रिपोर्टिंग पर आधारित स्तंभ पाठकों के स्मृति पटल पर लंबे समय तक अंकित रहते हैं ।

7. स्थानीयता का पुट - अपने स्तंभ लेखन में स्थानीयता का ध्यान भी रखें, क्योंकि अपने आस-पास घटने वाली घटनाओं से जुड़े विचार पाठकों को अधिक आकर्षित करते हैं । किसी भी स्थानीय विषय को प्रस्तुत करते समय अपने अनुभवों का निचोड़ भी उसमें शामिल करें ।
8. आंकड़ों से बचें - स्तंभ लेखन के दौरान जब भी कहीं तुलनात्मक अध्ययन प्रस्तुत करना चाहें, तो यथासंभव आंकड़ों से बचें । अपनी सामग्री को रसपूर्ण बनाएं और आंकड़े इत्यादि रूटीन के रिपोर्ताज के लिए छोड़ दें ।
9. उपाय भी सुझाएं - अधिकांश मामलों में स्तंभ लेखक किसी समस्या विशेष की चर्चा तो करते हैं, लेकिन उसे दूर करने की दिशा में क्या किया जा सकता है, इस बारे में कोई रास्ता नहीं सुझाते । साधारण तौर पर पाठक यह भी अपेक्षा करता है कि अगर कोई ज्वलंत मुद्दा उठाया गया है, तो उसका युक्तिसंगत उपाय भी साथ ही दिया जाना चाहिए ।
10. विचारों का तीव्र प्रवाह - स्तंभ लेखन में पूरी तरह निष्पक्षता बरतें, लेकिन आपकी लेखनी विचारोत्तेजक होनी चाहिए अन्यथा कॉलम पाठकों को जरा भी प्रभावित नहीं कर पाएगा । लेखन और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार का प्रयोग करें, लेकिन संतुलन कायम रखते हुए । यह ध्यान रखें कि आपके लेखन से समाज का पारंपरिक मेल-जोल और दोस्ताना प्रभावित ना होने पाए । संवेदनशील विषयों पर लिखने के दौरान राष्ट्रहित को सर्वोपरि रखें और भावनाओं के प्रवाह में ना आएं ।

6.7.1 स्तंभ लेखक के गुण

एक स्तंभ लेखक का काम उतना ही महत्त्वपूर्ण है, जितना अन्य लेखकों या पत्रकारों का । अपितु कुछ अर्थों में तो स्तंभ लेखक का काम दूसरों से कहीं ज्यादा महत्त्वपूर्ण है, क्योंकि उसके स्तंभ के सहारे बड़ी संख्या में पाठक उस प्रकाशन के साथ अपना भावनात्मक रिश्ता कायम कर पाते हैं । समाचारपत्र में प्रकाशित समाचार आधारित सामग्री के साथ पाठकों का इस तरह का कोई रिश्ता नहीं होता । स्तंभ के साथ पाठकों का रिश्ता सतत् चलता रहता है । पाठक भी स्तंभ लेखक के विचारों में अपने अभिमत की झलक तलाशते हैं । इस लिहाज से एक स्तंभ लेखक को विचारों की अभिव्यक्ति के लिए अपने आपको अपडेट करना होगा और यह संभव होगा नई जानकारियों के प्रति खुद को अनुकूल बनाने से । यह आवश्यक है कि स्तंभ लेखक ताजा और नवीन परिवर्तनों के प्रति सचेत रहे और अधुनातन जानकारी से अपने विचार का स्तर हमेशा और ऊँचा करने का प्रयत्न करता रहे ।

नवीन परिवर्तनों की जानकारी के लिए एक स्तंभ लेखक को देश-विदेश के प्रकाशनों का अध्ययन तो करना ही होगा, साथ में उसमें एक बेहतरीन श्रोता के गुण भी होना चाहिए । कहा जा सकता है कि एक अच्छा श्रोता ही अच्छा विचारक बन सकता है

। अलग-अलग लोगों के विचारों को सुनने से स्तंभ लेखक की लेखकीय दृष्टि विकसित होती है और इस तरह वह अपने लेखन को समृद्ध बना सकता है । नए स्तंभ लेखकों के लिए तो यह और भी आवश्यक है । उन्हें अपने विषय से संबंधित विचारकों की तर्कपूर्ण बातों के सहारे अपनी लेखन शैली को विकसित करने का अवसर मिल सकता है । नए स्तंभ लेखक अपने आदर्श लेखकों के विचारों का नियमित अध्ययन करें और उनके विचारों के प्रवाह को समझते हुए अपनी अलग लेखन शैली विकसित करें, तो यह उनके केरियर लिहाज से भी अच्छा होगा । सीखने का कोई तयशुदा फार्मूला नहीं है और हम अपने दैनंदिन की लेखन प्रक्रिया में ही बहुत कुछ सीख लेते हैं । एक अच्छा स्तंभ लेखक वही बन सकता है, जो इस प्रक्रिया को अपने व्यवहार का हिस्सा बना ले । कई स्तंभ लेखक किसी भी महत्त्वपूर्ण मुद्दे पर धारावाहिक रूप से लेखन करते हैं और प्रत्येक नए स्तंभ के साथ उस मुद्दे के हरेक पहलू का खुलासा करते जाते हैं । ऐसी स्थिति में पाठकों को भी नियमित आवृत्ति पर आने वाले स्तंभ का इंतजार रहता है । इस लिहाज से स्तंभ लेखक की जिम्मेदारी भी बढ़ जाती है कि वह पाठकों की अपेक्षाओं को यथासंभव पूरा करे । इन अपेक्षाओं को पूरा करने के लिए स्तंभ लेखक में निम्नांकित गुणों का होना आवश्यक है-

1. स्तंभ लेखक के लिए यह आवश्यक है कि वह पाठकों की अभिरुचि को समझे । प्रत्येक प्रकाशन के पाठकों की अभिरुचि भिन्न-भिन्न हो सकती है । हर वर्ग के पाठक भी किसी स्तंभ से अलग-अलग अपेक्षा कर सकते हैं । इस लिहाज से यह जरूरी है कि स्तंभ लेखक समकालीन दौर के पाठकों की दिलचस्पी का भली-भांति ध्यान रखे ।
2. स्तंभ लेखक का भाषा पर पूरा अधिकार होना आवश्यक है । अपनी भाषा के शब्द सौंदर्य के साथ वह उसके लाक्षणिक मुहावरों तथा लोकोक्तियों का इस्तेमाल अपने लेखन में करता है, तो पूरा स्तंभ रसपूर्ण बनेगा और पाठक चाव के साथ उसे पढ़ेंगे । स्तंभ की भाषा कुछ ऐसी हो कि साधारण पाठक भी लेखक का आशय आसानी से समझ जाए ।
3. स्तंभ की प्रस्तुति भी अपना अलग महत्व रखती है । सीधा-सपाट लेखन अधिक दिनों तक पाठकों को बाँध कर नहीं रख सकता । इसलिए जरूरी है कि लेखन काव्यात्मक और सौंदर्य से परिपूर्ण हो । इन अर्थों में यह भी कहा जा सकता है कि स्तंभ लेखक फीचर के कुछ तत्वों का समावेश भी अपने लेखन में कर सकता है ।
4. लेखन में तुलनात्मक अध्ययन प्रस्तुत किया जा सके, तो पाठकों को और आसानी रहती है । किसी भी मसले पर स्तंभ लेखन से पूर्व अगर हम उस मसले के सभी जरूरी पहलू पाठकों के समक्ष प्रस्तुत कर पाएंगे, तो निश्चित तौर पर पाठकों की नजरों में हमारे स्तंभ की विश्वसनीयता बढ़ जाएगी ।
5. स्तंभ लेखन का विषय चाहे जो हो, लेकिन स्तंभ लेखक के ज्ञान का स्तर बहुआयामी होना चाहिए अर्थात् उसे अधिक से अधिक विषयों की पर्याप्त

जानकारी होनी चाहिए । कई बार बहु आयामी जानकारी से स्तंभ लेखन को समद्ध किया जा सकता है और पाठकों को भी एक ही पहलू से संबंधित पूरी जानकारी दी जा सकती है ।

6. कहा जाता है कि लेखन वही सफल है, जिसमें कल्पना और वास्तविकता का सुंदर समन्वय नजर आता हो । यह बात स्तंभ पर भी लागू होती है । एक सफल स्तंभ लेखक वही है, जो अपने लेखन को यथार्थपरक बनाए रखते हुए उसमें कल्पना के सुंदर रंगों का संयोजन भी करे ।
7. वर्तमान दौर तेज रफ्तार का दौर है और जाहिर है कि ऐसे समय में पाठकों के पास भी समय का अभाव है । ऐसी स्थिति में किसी स्तंभ को नियमित तौर पर बहुत अधिक समय देना उनके लिए संभव नहीं होगा, इसलिए आवश्यक है कि हम अपने लेखन को संक्षिप्त और सारगर्भित बनाए रखें । कम शब्दों में अपनी बात कहने की कला का इस्तेमाल स्तंभ लेखन में किया जा सकता है।

6.8 सारांश

संक्षेप में कहा जा सकता है कि पत्र-पत्रिका में प्रकाशित सामग्री के बीच किसी भी स्तंभ की अपनी विशिष्ट पहचान होती है । समाचारों की भीड़ के बीच एक यही सामग्री ऐसी है, जिसमें विचारों को जीवित रखा जा सकता है । समाचारों के लेखन और प्रस्तुतीकरण में विचारों का समावेश करने की छूट नहीं दी जा सकती, लेकिन स्तंभ लेखन के सहारे न सिर्फ विचारों का सतत प्रवाह जारी रखा जा सकता है, अपितु पाठकों के लिए भी एक नई राह प्रशस्त की जा सकती है । अधिकांश मामलों में देखा गया है कि किसी स्तंभ में व्यक्त विचारों के सहारे पाठक अपना अभिमत बनाते हैं । इन अर्थों में जनमत का निर्माण करने में भी स्तंभ लेखन की उपयोगिता से इनकार नहीं किया जा सकता । स्तंभ लेखन के लिए विषयों की कोई कमी नहीं है और विषयों में भी इतनी विविधता है कि नए 'पत्रकार अपनी अभिरुचि का विषय चुन सकते हैं । समाचारपत्र के लेखकों के बीच स्तंभ लेखक की प्रतिष्ठा भी अधिक होती है और इसका एक बड़ा कारण यह है कि वह पाठकों के साथ नियमित तौर पर संवाद कायम करता है । इस तरह समाचारपत्र के पाठकों के एक बड़े वर्ग के साथ उसका रिश्ता स्थायी रूप से कायम हो जाता है । नियमित तौर पर प्रकाशित होने वाले स्तंभ कई बार समाचारपत्र या पत्रिका की पहचान बनाने में भी सहायक होते हैं ।

6.9 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. The Art of Column Writing - Suzzette Martinez Standring
2. Become a Columnist
3. समाचार संपादन और पृष्ठ सच्चा - डॉ. रमेश जैन

6.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. स्तंभ लेखन की विविध प्रवृत्तियों की चर्चा कीजिए । समाचारों की तुलना में स्तंभ लेखन किस प्रकार भिन्न है?

2. एक स्तंभ लेखक से पाठक क्या अपेक्षाएं कर सकते हैं?
3. स्तंभ लेखन के लिए विषयों का चुनाव कैसे किया जा सकता है?
4. प्रभावी स्तंभ लेखन के मूलभूत तत्व कौन-से हैं?
5. समाचारपत्रों में छपने वाले अपनी पसंद के किसी स्तंभ की चर्चा कीजिए और उसके गुणावगुण का जिक्र करते हुए उसकी उपयोगिता स्पष्ट कीजिए ।

इकाई-7

फीचर लेखन

इकाई की रूपरेखा

7.0 उद्देश्य

7.1 प्रस्तावना

7.2 फीचर क्या है?

7.3 फीचर की विशेषताएं

- 7.3.1 जिज्ञासा और नौ रत्न
- 7.3.2 दूसरी विद्याओं के उपादान
- 7.3.3 संवेदनशीलता

7.4 फीचर का मूल स्वरूप

- 7.4.1 समाचारी फीचर
- 7.4.2 विशिष्ट फीचर

7.5 फीचर लेखन

- 7.5.1 फीचर लेखक की योग्यताएं
- 7.5.2 फीचर लेखन की तैयारी
- 7.5.3 भाषा, शैली और आन्तरिक गठन
- 7.5.4 शीर्षक
- 7.5.5 भूमिका
- 7.5.6 विश्लेषण
- 7.5.7 उपसंहार
- 7.5.8 चित्रांकन

7.6 विभिन्न विधाओं से तुलना

- 7.6.1 निबंध, लेख और फीचर
- 7.6.2 समाचार और फीचर
- 7.6.3 कमेंट्री और फीचर
- 7.6.4 कहानी और फीचर
- 7.6.5 संपादकीय और फीचर
- 7.6.6 अन्य विधाएं और फीचर

7.7 फीचर के विषय

- 7.7.1 व्यक्तित्व फीचर
- 7.7.2 समाचार फीचर
- 7.7.3 त्यौहार सम्बन्धी फीचर
- 7.7.4 रेडियो फीचर

7.7.5 चित्रात्मक फीचर
7.7.6 व्यंग्यात्मक फीचर
7.7.7 यात्रा फीचर
7.7.8 मानवीय रुचि विषयक फीचर
7.7.9 ऐतिहासिक फीचर
7.8 सारांश
7.9 शब्दावली
7.10 कुछ उपयोगी पुस्तकें
7.11 अभ्यासार्थ प्रश्न

7.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप

- फीचर का अर्थ समझ सकेंगे,
- फीचर की विशेषताओं के बारे में जानकारी प्राप्त कर सकेंगे,
- फीचर-लेखन की प्राथमिक आवश्यकताओं से परिचित हो सकेंगे,
- फीचर के स्वरूप को समझ सकेंगे,
- फीचर क विविध प्रकारों का परिचय प्राप्त कर सकेंगे,
- समाचारपत्र के विभिन्न स्तंभों और फीचर का अंतर समझ सकेंगे
- और आप एक अच्छे फीचर-लेखक बन सकेंगे ।

7.1 प्रस्तावना

समाचार में सभी क्षेत्रों की घटनाओं के समाचार तो होते ही हैं, इसके अलावा संपादकीय, विशेष आलेख, हास्य-व्यंग्य, कार्टून और फीचर भी होते हैं जो समाचारपत्र का चरित्र और व्यक्तित्व करते हैं । विभिन्न अखबारों में बहुत से समाचार एक जैसे होते हैं । संवाद समिति से आए समाचार का पाठ थोड़े बहुत अंतर के साथ सभी अखबारों में एक जैसा हो सकता है । संवाद समिति का समाचार न हो तो भी वह कौन-कब-कहीं आदि ककारों या समाचार के व्याकरण में बंधा होता है । लेकिन दूसरे स्तंभों पर यह बात नहीं लागू होती। इनमें फीचरों का स्थान सर्वोपरि है । प्रसिद्ध अमेरिकी पत्रकार एलेक्सस मैकनी के अनुसार सामान्य समाचार आधारभूत क्षेत्र कौन, कब, कहाँ, क्यों और कैसे (छह ककार) से बाहर अथवा परे हटकर संघात करने वाला लेखन फीचर है । फीचर में मुख्यत: किसी मार्मिक पक्ष का प्रतिपादन होता है । समाचारों में यह पक्ष प्राय: नहीं आ पाता । अब तो हर अखबार कोशिश करता है कि हर दिन कुछ समाचार फीचर शैली में लिखें जाएं । अगर समाचार अखबार का शरीर है तो फीचर उसकी आत्मा । इस पाठ में हम फीचर के सभी पक्षों का विश्लेषण करेंगे ।

7.2 फीचर क्या है?

फीचर (Feature) शब्द लैटिन के फैक्ट्रा (Factura) से बना है । फीचर के अनेक अर्थ हैं । वेब्स्टर के नए शब्दकोश के अनुसार फीचर का कुछ अर्थ हैं-

1. व्यक्ति या वस्तु का स्वरूप
2. चेहरे अथवा चेहरे के अंग विशेषज्ञ, जैसे आँख, नाक, मुँह आदि का स्वरूप
3. समाचारपत्र या पत्रिका में प्रकाशित विशिष्ट रचना
4. पूरी लंबाई का चलचित्र आदि

फीचर को हिन्दी में कुछ विद्वानों ने "रूपक" भी कहा है । यह शब्द काव्यशास्त्र के अलंकार, दृश्य-काव्य और नाटक के अर्थ में रूढ़ हो चुका है । फीचर का इस्तेमाल बहुत हो रहा है । रेडियो फीचर, फोटो फीचर आदि धड़ल्ले से चलते हैं इसलिए यह शब्द इसी रूप में व्यवहृत करना समीचीन होगा । पत्रकारिता में फीचर से तात्पर्य समाचारपत्रों तथा पत्रिकाओं में प्रकाशित विशिष्ट आलेखों से है, जो हमें जानकारी देने के अलावा आनंदित और प्रफुल्लित भी करते हैं । इन लेखों में विषय का प्रस्तुतीकरण इस प्रकार किया जाता है कि उनका वास्तविक अर्थ और स्वरूप साक्षात् व प्रत्यक्ष हो उठता है । इसीलिए ये फीचर कहे जाते हैं ।

परिभाषा

फीचर की कोई सर्वमान्य परिभाषा नहीं की जा सकी है । अनेक विद्वानों ने फीचर की विविध दृष्टियों से जो परिभाषाएं की हैं, वे फीचर के गुणों का स्पष्टीकरण करती हैं -

सर. खाडिलकर की दृष्टि में, "फीचर वे लेख हैं जो पाठकों को यह बताएं कि कोई घटना क्यों हुई तथा उसका परिणाम क्या होगा ।"

डॉन डंकन के अनुसार "फीचर जीवन के प्रति एक नवीन दृष्टिकोण, दैनिक जीवन की करुणा, उसकी नाटकीयता और परिहास पक्ष को ग्रहण करके उसका चित्रण करने की एक विधि है । फीचर एक "सैंडविच" के समान है, जिसके दोनों पार्श्व शक्कर की परत से ढंके हुए केक के टुकड़े तथा बीच में मसालेदार मांस तथा आलू भरे रहते हैं ।"

जेम्स बेविस के अनुसार, "फीचर समाचार को नया आयाम देता है, उसका परीक्षण करता है, विश्लेषण करता है तथा उस पर नया प्रकाश डालता है । फीचर का सर्वश्रेष्ठ प्रकार वह है जो सामयिक हो तथा समाचार से जुड़ा हुआ हो ।'

प्रमुख लेखक डॉ. विवेकीराय के अनुसार समाचारात्मक निबंध रूपक है और वह विभिन्न क्षेत्रों की नवीनतम हलचलों का शब्द-चित्र होता है । पी.डी. टंडन के अनुसार फीचर एक प्रकार का गद्य गीत है । व्यंग्य लेखक श्रीकृष्ण चन्द्र शर्मा के लिए फीचर किसी विचार (मान्यता), व्यक्ति, घटना आदि का त्रिविध शाब्दिक चित्रण है जिसे स्थायी रूप दे दिया गया हो ।

इन परिभाषाओं में फीचर को विभिन्न दृष्टियों से देखने का प्रयास किया गया है । प्रत्येक परिभाषा उसकी किसी न किसी एक विशेषता पर बल देती है । फीचर को समग्र रूप से समझने के लिए कोई एक परिभाषा पर्याप्त नहीं है । फिर भी कहा जा सकता है कि "फीचर" वस्तुत: प्रवृत्तियों और भावनाओं का सरस, मधुर और अनुभूतिपूर्ण वर्णन है । फीचर लेखक गौण है,

वह मात्र एक माध्यम है जो फीचर द्वारा पाठकों की जिज्ञासा, उत्सुकता और उत्कंठा को शांत करता हुआ समाज की विभिन्न प्रवृत्तियों का आकलन करता है । इस प्रकार फीचर में सामयिक तथ्यों का यथेष्ट समावेश तो होता ही है लेकिन अतीत की घटनाओं तथा भविष्य की सम्भावनाओं से भी वह जुड़ा रहता है । उसमें समय की धड़कनें गूंजती हैं ।

7.3 फीचर की विशेषताएं

फीचर स्थिति का विहंगावलोकन ही नहीं करता, वह प्रश्नों का उत्तर भी देता है और अज्ञात का ज्ञान भी कराता है । फीचर मानो किसी घटना की दूरबीन से जाँच करता है । अच्छे फीचर के गुणों की जब हम बात करते हैं, तो उसके मूल चार आधारों पर हमारा ध्यान जाना आवश्यक है । ये हैं- जिज्ञासा, सत्यता, योग्यता और विश्वास ।

7.3.1 जिज्ञासा और नौ रत्न

वह फीचर नि:सार है, जो प्रथम वाक्य से ही पाठक के मन में उत्तरोत्तर जिज्ञासा उत्पन्न न कर सके । फीचर जानकारी की प्यास पैदा करे और उसे बुझाता भी रहे । फीचर सत्य पर आधारित हो । उसमें ऐसी कोई कल्पना भी न की जाए, जो किसी आधार पर टिकी न हो, कालिदास के ग्रंथों के टीकाकार मल्लिनाथ का कहना है- लेखक को यह सदैव याद रखना चाहिए- "नामूलं लिख्यते किंचितं', अर्थात् जिस बात का आधार नहीं हो उसे लिखना नहीं चाहिए । योग्यता, लेखक के स्वाध्याय, तथ्यों के प्रेषण और शैली के हृदयग्राही स्वरूप में समाहित है । विश्वास लेखक और पाठक दोनों के लिए जरूरी है । आत्म-विश्वास के साथ और विश्वास की शैली में लिखा गया फीचर पाठक में भी विश्वास उत्पन्न करेगा । फीचर पढ़कर यदि पाठक को लगा कि बात जंची नहीं, तो फीचर का उद्देश्य ही पूरा नहीं होता । पाठक को मिला संतोष, लेखक द्वारा उत्पन्न विश्वास का ही रूपांतर है । अत: पाठक को संतुष्ट करना परम आवश्यक है । बहुधा लेखक कृति के प्रति अपने आपकोसंतुष्ट मानकर उसकी श्रेष्ठता आंक लेते हैं । विश्वास का गुण दूसरे की तुला पर तुलता है, अपने पर नहीं ।

फीचर लेखक जिन बातों से अपने आलेख को अधिक आकर्षक बना देता है, उनमें से चुने हुए "नौ रत्न" इस प्रकार हैं-

1. मोहकता
2. सामान्य तथ्यों का आकर्षक रूप
3. व्यक्तियों की विशेष जानकारी
4. तर्कसंगत दृष्टिकोण
5. गतिशील शैली
6. विचित्रता
7. व्यापकता-भाव और प्रभाव का दायरा सीमित न हो
8. तथ्य और उसके प्रभाव के महत्व पर जोर
9. ज्ञान और भावना की शक्ति का विकास

7.3.2 दूसरी विधाओं के उपादान

टाइम्स ऑफ इण्डिया (दिल्ली) के भूतपूर्व समाचार संपादक श्री विश्वंभरनाथ कुमार के अनुसार भावना और आलोचना फीचर के आवश्यक अंग हैं । फीचर में भावना की व्याख्या की जाती है । काशी पत्रकार संघ की विशेष अनियतकालिक स्मारिका "पत्रकार (1972) के पूर्वी उत्तरप्रदेश अंक में " हिन्दी में फीचर लेखन' पर डॉ. विवेकीराय का लेख दृष्टव्य है । डॉ. विवेकीराय का कहना है कि फीचर आधुनिकता का अनिवार्य आग्रह है । जिन निबंधेतर विधाओं के साथ जुड़कर विविध रूप में उसकी रचना होती है, उसकी तालिका निम्नलिखित है-

(क) पर्सनल ऐसे (ललित निबंध)

(ख) स्केच (रेखाचित्र)

(ग) रिपोर्ताज (विवरणिका)

(घ) फैंटेसी (स्वैर-विधा)

(ङ) शार्ट स्टोरी (लघु कथा)

(च) पत्र, डायरी और वार्ता आदि

इस प्रकार डॉ. विवेकीराय के मतानुसार फीचर सब कुछ है और सब में उसकी व्याप्ति है । यदि हम फीचर को इतना अधिक व्यापक कर देंगे, तब तो उसका अपनापन तथा उस विधा की विशेषता क्या होगी, उसका बोध कराना कठिन हो जाएगा । हम फीचर को यदि उसकी सीमाओं में देंखे, तो अधिक उपयुक्त होगा । फीचर को खिचड़ी बनाने से उसका महत्व कहीं का न रहेगा और न उसकी कसौटी भी तैयार हो सकेगी । एक अन्य दृष्टिकोण वरिष्ठ पत्रकार पी.डी. टंडन का है । फीचर के विषय में टंडनजी के जो विचार 1952-53 में थे, वही 1976 में हैं । उनकी मान्यता है कि फीचर एक प्रकार का गद्यगीत है । फीचर हमारा मनोरंजन करता है । फीचर मुख्य रूप से विवेक और आनंद के लिए लिखा जाता है । अवश्य ही तीस वर्ष पहले फीचर को उसी कसौटी पर परखा जाता था, जिसका संकेत टंडनजी ने अपने लेखों में किया है । परन्तु फीचर की परख के नियम अब बहुत बदल गये हैं । अब फीचर केवल मनोरंजन और विनोद का साधन नहीं है । कई ऐसे विषयों पर भी फीचर लिखे जाते हैं जो अपने स्वभाव से ही मनोरंजक नहीं होते । फीचर को जिस रस में सरोबार करना हो, किया जा सकता है । अब फीचर को गद्यगीत मानना उसके महत्व को कम करना है ।

संक्षेप में हम यहां इतना ही कहना चाहते हैं कि फीचर आधुनिक पत्रकारिता की वह विधा है जो मार्मिक ढंग से समाचार की वर्तमान भूमि पर खड़ी होकर अतीत पर दृष्टि डालती हुई भविष्य की ओर इंगित करने में सक्षम है । फीचर में लेखक का व्यक्तित्व सामने नहीं आता । उसका लेखक तो पत्रकार की तरह पर्दे के पीछे रहकर पाठक के लाभार्थ घटनाओं और व्यक्तियों का वर्तमान, भूत और भविष्य के परिवेश में मूल्यांकन करता है । फीचर न रेखाचित्र है, न रूपक और न गद्यगीत, फीचर है । फीचर है किसी समाचार के व्यापक प्रभाव का दर्शन और मूल्यांकन ।

फीचर में विशेष और अनोखे सत्य का विश्लेषण मिलता है । फीचर पाठक की जिज्ञासा, सहानुभूति, आशंका, विनोद, संत्रास और आश्चर्य का उद्यीपन करता है । पत्रकारिता विशयक अनेक पुस्तकों के लेखक जार्ज फाक्स मोर का विचार है कि फीचर का प्राण संवेदना है ।

7.3.3 संवेदनशीलता

डेनवर विश्वविद्यालय के पत्रकारिता विभाग के अध्यक्ष एलमो स्कॉट वाटसन की मान्यता है कि फीचर किसी भावना के इर्द-गिर्द चक्कर काटता है । समाचार को ऐसा रूप दिया जाता है कि वह और आकर्षक बने, पाठक का ध्यान खींचे और सामान्य पाठक की भावनाओं को छू जाए । कारण यह है कि पाठक समाचार के महत्व से उतना आंदोलित नहीं होता, जितना मानवीय संवेदना (प्रेम, घृणा आदि) से । किसी अच्छे फीचर को पढ़ने के बाद पाठक को किसी न किसी तरह का संतोष प्राप्त होता, तो मनोरंजन, जानकारी अथवा शिक्षा के रूप में हो सकता है ।

"न्यूज राइटिंग" पुस्तक के लेखक जार्ज ए. हग का विचार है कि फीचर में सामान्यत: उसी प्रकार की मानव प्रकृति और वैसी ही परिस्थितियों का विश्लेषण होता है जिनका हम नित्यप्रति अनुभव करते हैं और जो किसी के जीवन में घट सकती है । उसके मतानुसार फीचर यह याद दिलाता है कि हम सब समान अनुभव के भागीदार हैं । फीचर के लक्षणों के विषय में "मास कम्युनिकेशन एंड जर्नलिज्म इन इण्डिया'' के लेखक डी.एस. मेहता का कहना है कि “फीचर में उस तथ्य को उभारा जाता है, जो महत्व का होते हुए भी स्पष्ट नहीं होता और उसका प्रस्तुतीकरण ही फीचर के व्यक्तित्व, उसकी शक्ति और उसके औचित्य का बोध देता है । अध्ययन, अनुसंधान और साक्षात्कारों के बल पर फीचर में तथ्यों का विस्तार किया जाता है । फीचर किसी विषय के जानकार और अज्ञानी पाठक के लिए शिक्षक और पथ-प्रदर्शक का काम करता है ।” “संपादन के सिद्धान्त” पुस्तक में डॉ. रामचन्द्र तिवारी का मत है कि फीचर लेखक अपने आँख, कान, भावों, अनुभूतियों, मनोवेगों और अन्वेषणों का सहारा लेकर उसे रुचिकर, आकर्षक और हृदयग्राही बनाता है ।

श्री विश्वनाथ सिंह का कहना है कि फीचर-लेखक पाठक को स्वस्थ तथा गंभीर मनोरंजन देता है । इसका प्रभाव क्षणिक या अस्थाई नहीं होता । यह पाठक के मन तथा विचारों को एक झटका देता है । उसे एक विशेष ढंग से सोचने-विचारने के लिए प्रेरित करता है और तब अपना एक स्वतंत्र विचार बनाने का अवसर भी प्रदान करता है । डॉ. ब्रजभूषण सिंह ‘आदर्श’ का कहना है- “अच्छा रूपक (फीचर) किसी विषय की पार्श्वभूमि में समाचार के पीछे समाचार का विश्लेषण, चर्चा तथा स्पष्टीकरण प्रस्तुत करता है । वह ज्ञात अथवा अल्पज्ञात घटना की समीक्षा कर लेखबद्ध चित्र प्रस्तुत कर पाठक को नवीन तथ्यों से अवगत कराता है । वह अन्वेषण करता है तथा विषय-वस्तु को अनावृत्त कर विश्वसनीय साक्ष्य से अपनी स्थापनाओं को पुष्ट

बनाता है । वह घटनाओं के प्रभाव का पूर्वानुमान करता है तथा संभावित परिणामों की ओर ध्यानाकर्षित करता है ।"

फीचर के प्रति ऐसा आकर्षण क्यों? समाचार नयी जानकारी देता है । इस नवीनता के कारण सामान्य पाठक उसको पढ़ना चाहता है । फीचर में समाचार और समस्या आदि के रहस्य की विशेष जानकारी के साथ आत्मीयता, भावना और विवेचना के गुणों का समावेश होता है । इन तत्वों के कारण ही पाठक की उससे भावनात्मक संतुष्टि होती है । पाठक की यही संतुष्टि उसके आकर्षण का मूल कारण है । इस संतुष्टि की उपलब्धि फीचर में समाविष्ट उसके अनेक मूल तत्वों के कारण होती है।

बोध प्रश्न- 1

1. फीचर किसे कहते हैं?

   ……

   ……

2. फीचर को कौनसे नौ तत्व आकर्षक बनाते हैं?

   ……

   ……

3. फीचर समाचार का सरस, व्यापक संदर्भयुक्त मोहक विस्तार है । क्या आप इससे सहमत हैं?

   ……

   ……

7.4 फीचर का मूल स्वरूप

7.4.1 समाचारी फीचर

समाचारयुक्त फीचर में दैनिक समाचार को मनोरंजक ढंग से प्रस्तुत किया जाता है । वे अल्पकालिक महत्व के होते हैं । जिन घटनाओं का या तो उसके किसी पक्ष का समाचारिक महत्व नहीं होता, परन्तु जो पाठक को आकर्षक लगने वाली होती हैं, उन्हीं को जल्दी और संक्षेप में मनोरंजक तथा आकर्षक ढंग से लिखकर फीचर का रूप दे दिया जाता है । उदाहरण के तौर पर किसी स्त्री का बच्चा नदी में डूबकर मर गया । यह तो समाचार हुआ । दुखिया स्त्री को स्पना आया । उसने नदी के किनारे अपने पुत्र के कपड़े देखे । उन्हें वहाँ जाकर पहचाना और इस प्रकार पुत्र के डूबकर मरने की पुष्टि हुई । पुत्र-वियोग, स्वप्न-ज्ञान और सबके साथ जुड़ी हुई मातृत्व की भावना को प्रकाश में ला देने से संक्षिप्त समाचारी फीचर तैयार हो गया ।

तात्कालिक समाचारी फीचर लिखने के लिए निम्नलिखित बातों को ध्यान में रखना जरुरी है । यह एक ऐसी पेशबंदी है, जिससे फीचर की पकड़ आसान हो जाती है और जिससे लेखन भी सरल हो जाता है-

1. दैनिक घटनाओं और समाचारों में मानवीय पक्ष की खोज ।

2. जीवन के सुखांत और दुखांत पहलुओं पर विचार ।
3. अधिक याद रहने वाली कहानी ही पाठक को अधिक छूती है ।
4. करूण फीचर को सरल और संयत रखा जाए ।
5. छिछले हास्य और बाजारू भाषा का प्रयोग न करें ।
6. धर्म, जाति और राष्ट्रीयता पर आक्षेप न हो ।
7. शब्दों के चयन पर विशेष ध्यान रखा जाए ।
8. घटना के आकर्षक पहलुओं पर ध्यान दिया जाए, लेखक उन्हें अपने मन से न गढ़ें ।
9. फीचर में बनावटी तथ्यों को भरने की कोशिश न की जाए । बनावटी तथ्यों से फीचर को औपन्यासिक रूप देना उपयोगी नहीं । तथ्य पवित्र है, नाटकीयता नहीं।

7.4.2 विशिष्ट फीचर

विशिष्ट फीचर के लिए सामग्री एकत्र की जा सकती है । कुछ सामग्री लेखक के पास है । पुरानी एकत्र सामग्री भी काम में आ सकती है । पुरानी स्मृतियों को ताजा किया जा सकता है और उन्हें पुन: आकर्षक ढंग से प्रस्तुत किया जा सकता है । नियतकालिक विषयों पर लिखे गए फीचर थोड़े हेरफेर के साथ कभी भी काम में आ सकते हैं, उत्सवों, ऋतुओं, पर्यटन-स्थलों, ऐतिहासिक स्थानों, महापुरुषों, चिरस्मरणीय घटनाओं तथा जीवन के शाश्वत प्रश्नों पर लिखे गए फीचर सदैव ताजा रहते हैं । उन्हें सदा पसंद किया जाता है ।

इस प्रकार के फीचर तैयार करने के लिए पहले से तैयारी करनी पड़ती है । इन्हें लिखने के लिए सामग्री जुटानी पड़ती है और स्वाध्याय जारी रखा जाता है । नोट बुक में यथास्थान लिखना चालू रहता है । समाचारपत्रों की कतरनें विषयवार एकत्रित करनी पड़ती है । अत: फीचर के लेखक को इन बातों पर विशेष रूप से ध्यान रखना पड़ता है-

1. लेखक को कौन-कौन से विषय रुचिकर हैं, उसका किन-किन विषयों पर अधिकार है और उन विषयों के बारे में लेखक को अन्य साहित्य जुटा सकने की सुविधा है तथा ज्ञानवर्धन का कोई और साधन भी संभव है अथवा नहीं? इन सब बातों पर विचार करने के पश्चात् फीचर का विषय निश्चित करना चाहिए ।
2. जो-जो फीचर के विषय हमने सोचे हैं, उनके बारे में हमारा अनुभव कितना है और उस अनुभव को और कितना अधिक बढ़ाया जा सकता है? दूसरों के अनुभवों के आधार पर अच्छा फीचर नहीं लिखा जा सकता । जब तक हमारे पास कुछ अपने अनुभव नहीं होंगे, तब तक दूसरे व्यक्तियों के अनुभवों के खरे-खोटे होने का पता भी तो नहीं लग सकता ।
3. फीचर लेखक में निरीक्षण-शक्ति का होना अति आवश्यक है । निरीक्षण-शक्ति का अर्थ केवल देख सकना ही नहीं, किसी वस्तु को देखकर उसके प्रभाव को हृदयंगम करना भी होता है । निरीक्षण-शक्ति की सहायता से लेखक उन तथ्यों

तक पहुंच सक्ता है, जिन तक सामान्य पाठक कभी नहीं पहुँच पाता । निरीक्षण-शक्ति के अभाव में फीचर के लेखक में अपनापन नहीं आता । फीचर का न अपना व्यक्तित्व निखरता है और न लेखक का व्यक्तित्व ही बनता है । पैनी निगाह से देखने, उस पर मनन करने तथा अपने निष्कर्षों पर पहुंचने का सतत अभ्यास जरूरी है ।

4. फीचर का मूल आधार समाचार है । समाचार केवल पढ़े ही न जाएं, बल्कि फीचर के उपयुक्त लगने वाले समाचारों की कतरनें भी एकत्र होती रहें । समाचारी फीचर के तथ्यों को आधार बनाकर जब लेखक स्वप्नों के रहस्य, उनकी सत्यता, उनमें तारतम्य का गठन, दुर्घटनाओं और स्वप्नों का ताल-मेल मनोरंजक ढंग से इस प्रकार प्रस्तुत करता है कि वे हृदय को छू जाएं, तब वह सम्पूर्ण फीचर बन जाता है । इस प्रकार का फीचर तैयार करने में कुछ समय तो लगता ही है । सम्पूर्ण फीचर तुरत-फुरत का लेखन नहीं, वह तो अध्ययन, अध्यवसाय और लेखन-चातुरी का चमत्कार होता है । सम्पूर्ण फीचर सामयिक, स्थानीय, देशव्यापी, सर्वदेशीय, नियतकालिक और शाश्वत हो सकते हैं । विशिष्ट फीचर में लेखक के साहित्यिक तथा वैज्ञानिक तरीकों के साथ-साथ प्रखर वर्णन शैली और नाटकीयता का आश्रय लेकर तथ्य-कथ्य को अधिक विस्तृत, संवेदनशील, आकर्षक तथा मनोरंजक बनाया जता है । लेखक उसके माध्यम से पाठक को शिक्षण भी देता है, परन्तु अप्रत्यक्ष रूप में जबकि समाचारी फीचर में किसी प्रकार अथवा किसी रूप में शिक्षण समाहित नहीं होता ।

7.5 फीचर लेखन

7.5.1 फीचर लेखक की योग्यताएं

फीचर लेखक की कलम में रवानगी होनी चाहिए, जिसके लिए प्रतिभा, परिश्रम और अनुभव की विशेष आवश्यकता है । अच्छे फीचर-लेखक में निम्न विशेषताएं अवश्य होनी चाहिए-

1. फीचर लेखक का भाषा पर पूर्ण अधिकार होना चाहिए । यदि भाषा लेखक के इशारों पर थिरकती रहेगी तो फीचर में लालित्य और तरलता का समावेश हो सकेगा ।
2. फीचर लेखक का ज्ञान बहुआयामी भी होना चाहिए । धर्म, दर्शन, संस्कृति, समाज, साहित्य, इतिहास आदि की समझ फीचर को पूर्ण तथा तर्कसंगत बनाती है ।
3. फीचर को प्रभावकारी तथा मनोरंजक बनाने के लिए आवश्यक है कि फीचर लेखक के पास कवि-सा हृदय, समीक्षक-सा प्रौढ़ चिंतन, इतिहासकार-सा इतिहास-बोध, वैज्ञानिक-सी तार्किकता, समाजशास्त्री-सा समाज-बोध तथा युगदृष्टा की भांति भविष्य को परखने की शक्ति हो ।
4. आधुनिक फीचर कला में चित्रकला तथा फोटोग्राफी का विशेष स्थान है । अतः फीचर-लेखक को रेखांकन तथा छायाचित्रों की गहरी पकड़ होनी चाहिए, ताकि अपने फीचर की विषयवस्तु के अनुरूप वह उसमें रेखाचित्रों का समायोजन कर सके।

5. फीचर लेखक को परिवेश के प्रति सजग तथा समसामयिक परिस्थितियों के प्रति जागरूक होना चाहिए, ताकि वह उन विविध विषयों को अपनी सूक्ष्म दृष्टि से देख सके, जिन पर रोचक फीचर लिखे जा सकते हों ।
6. फीचर लेखक को अपनी आंतरिक प्रवृत्ति, ज्ञान और अनुभव पर विश्वास होना चाहिए ।
7. फीचर लेखक को अपनी आखों तथा कानों पर विश्वास रखते हुए भावों, अनुभूतियों, एवं निरीक्षण-शक्ति का सहारा लेकर फीचर तैयार करने चाहिए ।

7.5.2 फीचर लेखन की तैयारी

1. फीचर लेखक दूसरे लोगों से साक्षात्कार भी करता है और लोगों के अनुभवों की जानकारी प्राप्त कर आलेख तैयार करता है । साक्षात्कार पर आधारित लेख में अनेक तथ्य जीवन के निचोड़ के रूप में मिल जाते हैं । अत: अपने और अन्य लेखकों के साक्षात्कार विषयक लेखों की कतरनें जमा करनी चाहिए । ये फीचर लेखन में बड़े उपयोगी सिद्ध होती हैं ।
2. सरकारी और विभागीय रिपोर्टों की विस्तृत जानकारी तो समाचारपत्रों में प्रकाशित नहीं हो पाती । अनेक रिपोर्टों में ऐसे तथ्य अप्रकाशित रह जाते हैं, जो बड़े मार्मिक और प्रभावशाली होते हैं ।
3. मानसिक आधार पर गहन चिंतन किए बिना स्थूल आधार पर आडंबर और पुस्तकों के अध्ययन पर लगाया गया समय बेकार ही रहता है । इस मानसिक आधार को पुष्ट करने के लिए फीचर लेखक को निम्नलिखित बातों पर विशेष ध्यान देना आवश्यक हो जाता है -
   (1) फीचर का विषय ऐसा होना चाहिए जो रुचिकर हो, लोकमानस को छूने वाला हो, इसके लिए यह जरुरी है कि विषय समयोचित हो ।
   (2) कुछ विषय ऐसे होते हैं जिनका दायरा विस्तृत होता है और कुछ का केवल स्थानीय । स्थानीय विषय के फीचर में स्थानीय बातों को प्राथमिकता दी जाती है, उन्हीं को उभार दिया जाता है । स्थानीय विषयों से हटकर पाठकों की रुचि को ध्यान में रख जो फीचर लिखे जाते हैं, उनका दृष्टिकोण विस्तृत होता है । उनमें संदर्भ भी ऐसे नहीं दिए जाते जो केवल स्थानीय महत्व के हों । ऐसे फीचरों की भाषा में ऐसे मुहावरों का आना भी उचित नहीं, जो केवल आंचलिक कहे जा सकते हैं ।
   (3) किस पत्र-पत्रिका के लिए फीचर लिखा जा रहा है, इसका विचार लेखक के मन में रहना चाहिए । प्रत्येक पत्र-पत्रिका का अपना अलग व्यक्तित्व होता है । उसके अपने पाठक होते हैं । अभ्यास के कारण उन पाठकों की एक प्रकार की रुचि बन जाती है । उनके दिमाग किसी खास सांचे में ढल जाते हैं । अत: यह आवश्यक है कि फीचर-लेखक किसी विशेष पत्र के लिए फीचर

लिखते समय उसके पाठकों की वृत्ति, रुचि और पत्र की नीति का भी ध्यान रखे ।

(4) पाठक की रुचि और पत्र की नीति का ध्यान रखते समय लेखक को इस तथ्य पर भी नजर रखनी चाहिए कि फीचर सामान्य पाठक के लिए है, न कि विशेष के लिए । सामान्य बुद्धि के पाठकों की संख्या अधिक होती है और उन्हीं से किसी पत्र की लोकप्रियता आंकी जाती है । सामान्य पाठक ने फीचर पसंद किया, तो समझिए कि फीचर लेखक की कदर बढ़ने की संभावना संभावना है ।

(5) जहां तक फीचर के आकर्षण का प्रश्न है वह बहुमुखी हो, न कि अति सीमित । आकर्षण का आधार एकांगी होने से पाठकों की संख्या सीमित होगी और वह उन्हें कम रुचेगा । मानव स्वभाव बहुरंगी है । उसकी प्रकृति एकरूपता से जल्दी ऊब जाती है । उसे विविधता में मजा आता है । इसी रहस्य को ध्यान में रखकर फीचर में आकर्षण की विविधता लाने का प्रयास किया जाता है ।

(6) फीचर का पाठक उसमें समाहित सत्यों और अनुभवों का परीक्षण करने को आतुर हो जाता है । अत: फीचर में जो बातें लिखी जाएं, वे पूर्ण रूप से व्यावहारिक होनी चाहिए । वे ऐसी काल्पनिक न हों, जिनका किसी धरातल पर परीक्षण न हो सके । यदि ऐसा हुआ तो पाठक का लेखक पर से विश्वास उठ जाएगा और उसकी कृति भविष्य में लोकप्रियता खो देगी ।

7.5.3 भाषा, शैली और आंतरिक गठन

जब हम लिखेंगे तो हमारा लिखने का अपना कोई ढंग होगा । वह ढंग बेढंगा भी हो सकता है और अच्छा भी । लेखन का अच्छा ढंग ही शैली बन जाता है । "लेखन कला" पुस्तक के लेखक आचार्य सीताराम चतुर्वेदी के अनुसार- "लेखन की अच्छी शैली वही है, जो लोक-प्रयोगों से समन्वित हो, जो अपनी, और अपने देश की जान पड़े, जिसमें शब्दों का प्रयोग शिष्ट और प्रभावोत्पादक, हो, पाठक जिसे भली प्रकार समझ सकें ।"

संपादकाचार्य बाबू बालमुकुन्द गुप्त ने एक प्रसंग में लिखा है- "लिखने की भाषा भी वही अच्छी समझी जाती है जे बोलचाल की भाषा हो, मनगढ़ंत न हो, उसी को मुहावरा भाषा कहते हैं । मुहावरे का अर्थ बोलचाल है । भाषा का एक दोष जटिलता भी है । जिस वाक्य में " अर्थात् " की जरुरत पड़ती है, उसको सरल-स्वच्छ भाषा में लिखने वाले कभी पसन्द नहीं करते । एक अन्य स्थान पर गुप्तजी ने विचार प्रकट किया है- "किसी देश की भाषा उस समय तक काम की नहीं होती, जब तक उसमें उस देश की मूल भाषा के शब्द बहुतायत के साथ शामिल नहीं होते ।"

भाषा और भाव के उचित संमिश्रण से शैली बनती है । किसी विद्वान की मान्यता है कि भावहीन भाषा से भाव की सृष्टि नहीं हो सकती । बिना संयत भाषा के अभिप्रेत भाव भी व्यक्त नहीं होता ।

मोटे तौर पर शैली के दो प्रकार हैं-वर्णनात्मक और भावात्मक । एक में लेखन का ढंग वर्णन कर रूप लेता है और दूसरे में भाव की प्रधानता होती है । इन दोनों शैलियों का मिश्रण भी हो सकता है । फीचर लेखन में मिश्रित शैली का प्रयोग ही अधिक उपयुक्त होता है । हमारे गद्य की भाषा लयात्मक होनी चाहिए । उसमें लय-लालित्य होगा, तब वह आनंददायक होगी । भाषा-शैली को गौण समझना उचित नहीं । पहले तो इस बात का महत्व है कि जो कुछ कहा जा रहा है वह कैसे, किस ढंग से, किस चतुराई से और वह कैसा चमत्कार उत्पन्न करने वाला है । उसके पश्चात् "क्या कहा जा रहा है" के महत्व की गणना होती है ।

शैली के आवश्यक गुण हैं - सरलता, स्पष्टता, सजीवता, मर्मस्पर्शिता और प्रभावोत्पादकता । इनके साथ "विनोद"का पुट हो, तो वह सोने में सुहागे का काम करता है । बालकृष्ण भट्ट ने एक स्थान पर लिखा है- "सच पूछो तो हास्य ही लेख की आत्मा है । लेख पढ़कर कुंद की कली के समान दांत न खिल उठें, तो वह लेख ही क्या ।"

इसके साथ ही यह कहना भी पूरी तरह ठीक नहीं कि व्यक्ति ही शैली है अथवा शैली ही व्यक्ति है । विश्वनाथ प्रसाद ("भाषा", द्विवेदी स्मृति अंक, अगस्त 1964) की मान्यता है कि शैली के पूर्ण विकास के लिए यह आवश्यक है कि लेखक या कवि अपने विषय में अपने आपको बिल्कुल डुबो कर, अपने आपको बिल्कुल भूलकर रम जाए । विषय के वर्णन में आत्मविभोर हुए बिना शैली का निखार क्हाँ? शैलीकार तो अपने व्यक्तित्व का होम करके ही, अपने को बिल्कुल खपा करके, वातावरण के स्वरूप अथवा स्वानुभूति का यथावत अंकन कर पाता है। फीचर लेखन की शैली में व्यक्तित्व का प्रदर्शन नहीं, उसका गोपन अधिक आवश्यक अंग माना जाता है । विषय, प्रसंग, परिस्थिति और प्रकरण के अनुरूप ही फीचर लेखक शब्दों का चयन और वाक्यों का गठन करता है । यह लचीलापन ही शैली को निखारता है और यही उसमें प्रसाद गुण की वृद्धि करता है ।

फीचर लेखन की शैली के बारे में के.पी. नारायण का विचार है - "'वह छोटी नदी के प्रवाह जैसी होनी चाहिए । फीचर के लिए भावात्मक शैली का प्रयोग अधिक उपयुक्त है ।'"

फीचर लेखन की प्रभावोत्पादक शैली के लिए संक्षेप में आवश्यक गुण इस प्रकार हैं-

1. "अरथु अमित अति आखर थोरे" - तुलसीदास
2. प्रसाद गुण, आसानी से समझ में आ जाए
3. साहित्यिक पुट लिए टकसाली तथा ओजपूर्ण भाषा
4. शब्दों तथा वाक्यों के अर्थ गौरव का ज्ञान और उसका शुद्ध प्रयोग
5. कहने का अपनापन जो नवीन, चटकीला, सटीक और मनोरंजक हो
6. मुहावरे, कहावतों और सूक्तियों का सही प्रयोग
7. वाक्यों का गठन सरल हो, परन्तु ढीलापन लिए हुए नहीं
8. वाक्यों के गठन में अनेक रूपता

9. शब्दों, वाक्यों और विचारों की पुनरावृत्ति न हो
10. पैरा न तो बहुत छोटे हों और न अधिक लम्बे ही
11. जहां तक संभव हो पैरा के प्रथम वाक्य में ही महत्वपूर्ण नवीन विचार को प्रथम स्थान मिल जाए
12. प्रत्येक पैरा के गठन में भी विविधता जान पड़े
13. प्रत्येक वाक्य और पैरा में कथन का तारतम्य बना रहे
14. अनावश्यक कुछ न हो, न भाव और न वाक्य
15. विषय के अनुरूप कथन का रूप हो
16. तकनीकी तथा दुरूह वाक्यावली तथा शब्दों का कम से कम प्रयोग किया जाए
17. ग्रामीण शब्दों का प्रयोग न किया जाए तो अच्छा । प्रसंगानुसार उनका कहीं प्रयोग कर भी दिया जाए तो बुरा नहीं
18. भाव और भाषा में उलझन न जान पड़े
19. अनुवादी भाषा का पूर्ण परित्याग
20. भाव और भाषा के संस्कारों की रक्षा का ध्यान
21. शैली परिमार्जन के लिए रचना का बार-बार पठन ।

7.5.4 शीर्षक

शीर्षक का नयापन, उसकी ताजगी और आकर्षण फीचर के सौंदर्य की अभिवृद्धि में विशेष सहायक होता है । शीर्षक लगाना कष्टसाध्य कार्य है । अनेक बार यह देखा गया है कि हम निबंध, फीचर आदि तो लिख लेते हैं, किन्तु सटिक शीर्षक देते समय काफी परेशानी महसूस करते हैं । घंटों तक शीर्षक नहीं सूझता । वस्तुत: शीर्षक थोड़े से शब्दों का समुच्चय है, जिसमें सम्पूर्ण फीचर का मूल कथ्य या भाव हमारे सामने प्रकट हो जाता है । शीर्षक स्वयं में सम्पूर्ण फीचर की विषयवस्तु को संजोए रखता है । सामासिकता अच्छे शीर्षक का प्रमुख गुण है । आज के इस यांत्रिक एवं गतिशील जीवन में पाठक के पास अधिक समय नहीं हैं । शीर्षक का ताजापन ही उसकी रुचि एवं चेतना को फीचर को पढ़ने पर मजबूर कर सकेगा । शीर्षक का साज-सज्जा की दृष्टि से भी महत्वपूर्ण स्थान है । पृष्ठ को आकर्षक तथा सुरूचिपूर्ण बनाने में भी शीर्षक का विशेष योगदान होता है । अत: इस क्षेत्र में फीचर लेखक को अपने ज्ञान और अनुभव का पूरा उपयोग करना चाहिए । शीर्षक चुनते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि उसमें पूर्णता हो । अपूर्ण तथा अस्पष्ट शीर्षक फीचर के प्रभाव को कम कर देते हैं । कुछ लेखक या संपादक उपशीर्षकों का भी प्रयोग करते हैं । उपशीर्षकों से फीचर की विषयवस्तु शीघ्र ही स्पष्ट हो जाती है । अत: सूझबूझ के साथ इनका प्रयोग भी करना चाहिए ।

7.5.5 भूमिका

भूमिका, आमुख या 'इंट्रो' फीचर का प्राण है । यह फीचर का मुखारविंद है, चेहरा है । फीचर का सार तत्व या मुख्य तथ्य का उद्‌घाटन इस खंड में प्रस्तुत करने की

सामान्य परंपरा है । अच्छा 'इंट्रो' ही पाठक को पूरा फीचर पढ़ने के लिए मजबूर करेगा । घटिया या साधारण स्तर का 'इंट्रो' अच्छे से अच्छे फीचर का "काल" बन जाता है । "'इंट्रो" की नाटकीयता, मनोरंजकता, भावनात्मकता अथवा आलंकारिता अनायास ही फीचर में सजीवता का संचार कर देती है । पाठक की जिज्ञासा-वृत्ति को जागृत करने वाले, प्रथम पंक्ति में ही पाठकों को आकृष्ट कर लेने वाले तथा फीचर के मूल उद्देश्य को स्पष्ट करने वाले इंट्रो ही श्रेष्ठ तथा स्तरीय माने जाते हैं ।

जिस प्रकार किसी मनुष्य से प्रथम साक्षात्कार के समय उसके मुख-मंडल को देखकर उसके व्यक्तित्व का अनुमान करते हैं और उसकी छवि हम अपने हृदय में अंकित कर लेते हैं, उसी प्रकार आमुख के माध्यम से हम फीचर की आत्मा से साक्षात्कार करते हैं ।

7.5.6 विश्लेषण

आमुख के बाद वस्तु विवेचन या विश्लेषण में फीचर की मूल संवेदना या कथ्य की व्याख्या की जाती है, इसी केंद्रीय भाव को दृष्टिगत करता हुआ तथा विचारों के ताने-बाने बुनता हुआ लेखक विभिन्न परिच्छेदों में लययुक्त क्रम से अपनी बात-कहता चलता है । भाव या विचारों की विश्रृंखलता फीचर को हल्का व प्रभावहीन कर देती है । अत: लेखक को इस बात का सदैव ध्यान रखना चाहिए कि उसकी भाव या विचार-चेतना मूल तथ्य या विषय पर ही केंद्रित रहे । विषय को अधिक पुष्ट एवं प्रामाणिक बनाने वाले तथ्यों एवं विचारों का ही इस खंड में आकलन, संकलन व ग्रंथन होना चाहिए । असंबद्ध तथा विषयेतर प्रसंगों के समावेश से फीचर पाठकों की दृष्टि की पकड़ खो देता है । अत: इस बारे में नवोदित फीचर-लेखकों को विशेष जागरूक रहना चाहिए ।

7.5.7 उपसंहार

फीचर का अंतिम भाग उपसंहार या निष्कर्ष कहा जाता है । इस खंड में लेखक किसी निष्कर्ष पर पहुंचता हुआ पाठक की जिज्ञासाओं का समाधान कर देता है या दिशा संकेत देकर बात समाप्त कर देता है । उपसंहार प्रभावोत्पादक होना चाहिए ।

7.5.8 चित्रांकन

फीचर के साथ उसकी विषयवस्तु के अनुरूप नक्शे, चित्र या रेखाचित्र देने से आकर्षण और प्रभावोत्पादकता बढ़ जाती है । अत: फीचर लिखते समय तत्संबंधी कार्टूनों, चित्रों आदि का प्रयोग करना चाहिए । आजकल रेखाचित्रों, चित्रों तथा कार्टूनों का चलन बहुत बढ़ गया है । अत: यह आवश्यक है कि फोटोग्राफी की सामान्य जानकारी लेखक, पत्रकार और संपादक को हो, जिससे कि वह चित्रों का चयन या उनको खिंचवाने की व्यवस्था स्वय कर सके ।

7.6 विभिन्न विधाओं से तुलना

फीचर और संपादकीय, लेख, निबंध, कहानी आदि में मौलिक अंतर है, हालांकि कुछ विधाओं के तत्व फीचर में भी होते हैं ।

7.6.1 निबंध, लेख और फीचर

निबंध, (अंग्रेजी पर्याय "ऐसे") का अर्थ किसी विषय अथवा विचार से संबंधित सामग्री को बांधना या एकत्र करना है । निबंध मुक्त अथवा स्वच्छंद रचना है । फ्रांसीसी लेखक- माइकेल दमानतेन 'ऐसे' या निबंध के जनक माने जाते हैं । वह निबंध के माध्यम से अपने "मैं" को सच, सहज और सामान्य तरीके से व्यक्त करते हैं । उन्हीं का अनुकरण कर निबंध लेखक का "मैं" खुलकर खेलता रहा । बाद में निबंध में "मैं" बहुत कुछ लुप्त हो गया । अब उसमें दुनिया का सब कुछ होता है, सिर्फ "मैं" नहीं । लेखक को मनमानी करने की छूट होती है । वह विषय या विचार का बंधन नहीं मानता । निबंध लेखन मनमाने या अनाड़ी ढंग से शब्दों का खिलवाड़ नहीं है । वह गद्य में अभिव्यक्ति की ऐसी सिद्धि और ऐसा कलात्मक संप्रेषण है, जिसमें लेखक अपने जीवनानुभवों और उपलब्धियों को जाने या अनजाने इस प्रकार रखता है कि पाठक उसी भाव-भूमि पर संचरण करने लगता है । उसमें लेखक का "अपनापन" स्पष्ट झलके । विषय तो व्यक्तिगत अभिव्यक्ति की बैशाखी मात्र है ।

लेख आधुनिक शब्द है । इसका प्रयोग अंग्रेजी शब्द "आर्टिकल" के पर्याय के रूप में होता है । यह शब्द पत्रकारिता के विकास के साथ जुड़ा हुआ है । लेख में मुख्यत निर्वैयक्तिक ढंग से किसी विषय का विवेचन होता है । निबंध और लेख में विशेष अंतर नहीं है । निबंध में पांडित्य का रूप अधिक निखरा हुआ और भारी भरकम होता है । लेख बहुत कुछ हल्कापन लिए होता है । निबंध स्थायी साहित्य का अंग बन सकता है और बन जाता है । लेख की दृष्टि सामयिक है । वह तुरत-फुरत वाले साहित्य की कोटि में आता है ।

निबंध, लेख और फीचर की तुलना करें तो पाएंगे कि निबंध और फीचर दोनों में श्रेष्ठ गद्य के दर्शन होते हैं । दोनों स्थायी साहित्य की कोटि में पहुँचने की कोशिश में रहते हैं । दोनों में आधारभूत विषय-चयन की कोई सीमा नहीं । निबंध में "मैं" किसी न किसी रूप में झलकता है । फीचर में "मैं" होता ही नहीं और होना भी नहीं चाहिए । निबंध में पांडित्य की झलक अवश्य होती है । फीचर में पांडित्य का लेशमात्र दर्शन नहीं होता ।

लेखक और फीचर पत्रकारिता से अधिक संबद्ध हैं । लेख और फीचर दोनों का ही आधार सामयिक कोटि का होता है । फीचर तथा लेख अच्छे गद्य के नमूने होने चाहिए । दोनों सूचनापरक हैं और इनका अपने-अपने प्रकार से आकर्षक होना जरूरी है । लेख के विषय विस्तृत और गहन होते हैं । लेख एक विषय को छूता हुआ अनेक विषयों को अपने दायरे में समेट लेता है । लेख में विद्वत्ता का पुट होता है । वह

शैली और प्रतिपादन करने में अधिक गंभीर होता है, पर निबंध की तुलना में कम, लेख औपचारिक होता है । किसी तथ्य का प्रतिपादन करते समय अपना मत प्रकट करना लेखक का पूर्ण अधिकार ही नहीं है, उससे उसकी अपेक्षा की जाती है । फीचर अनौपचारिक ढंग से लिखा जाता है । फीचर लेखक अपनी राय संक्षिप्त रूप में ही प्रकट करता है । आलोचना करने का उसका तरीका सीधा न होकर अप्रत्यक्ष होता है ।

लेख में तथ्यों, तारीखों और आंकड़ों का बाहुल्य हो सकता है । लेख की सीमा पर कोई प्रतिबंध नहीं । यदि सीमा है, तो पत्र-पत्रिका के आकार और संपादक की इच्छा के अनुसार ।

फीचर का विषय निश्चित और संकुचित होता है । उसमें अधिक तथ्यों और आंकड़ों का दिया जाना जरुरी नहीं । लेख में चित्र आवश्यक नहीं । चित्र और कार्टून फीचर के आवश्यक अंग हैं । अनेक फीचर चित्र-प्रधान होते हैं । फीचर में रंगीनी और नाटकीयता होनी ही चाहिए । फीचर-लेखन की शैली गंभीर न होकर विनोदी होती है । मन पर चोट और उस पर अधिकाधिक प्रभाव डालने का गुण उसमें होना जरुरी है । फीचर का स्वरूप छोटा ही होना चाहिए ।

किसी एक विषय पर लेख के लिए जितनी तैयारी की जरुरत है, उससे कहीं अधिक मसाला फीचर के लिए जुटाना पड़ता है । लेख के कारण, प्रवृत्ति और विचारधारा पर अधिक रोशनी नहीं डाली जाती । फीचर तो अधिकतर घटनाचक्र और लोक-प्रतिक्रिया पर केंद्रित रहता है ।

संक्षेप में कहा जा सकता है कि लेख और निबंध मस्तिष्क की उपज है तो फीचर हृदय की । लेख और निबंध मानस-पुत्र हैं । फीचर है हृदयतंत्री की झनकार ।

7.6.2 समाचार और फीचर

समाचार घटना का विवरण है । घटना स्वयं में समाचार नहीं । दूसरी तरफ फीचर का आधार समाचार है । फीचर समाचार नहीं है । विलियम एल. रिवर्स ने "द मास मीडिया" नामक अपनी पुस्तक में विचार व्यक्त किया है कि फीचर का जाल समाचार से बड़ा होता है । फीचर लेखक पठनीय अनुभव प्रस्तुत करता है । उसमें सूचना को उतना महत्व नहीं दिया जाता, जितना शैली, लालित्य और विनोद को ।

"इंवेस्टीगेटिव रिपोर्टिंग" पुस्तक के लेखक प्रो. करटिस डी. मैकडेगल दोनों में उद्देश्य का भेद मानते हैं । फीचर समाचार को आच्छादित कर लेता है । खोजी और व्याख्यात्मक समाचारों पर भी फीचर छा जाता है । समाचारपत्रों में भी समाचार की तुलना में फीचर को अधिक महत्व दिया जाता है ।

समाचार तथ्यपरक होता है, फीचर उस समाचार को नया आयाम देता है । उसकी परीक्षा और शल्य-क्रिया भी कर डालता है । दोनों की लेखन-शैली में भेद होता है । समाचार संक्षिप्त और रुखाई लिए है, पर फीचर उसकी तुलना में अधिक रंगीन और सजा-धजा । इन दोनों के प्रस्तुतीकरण में भी भेद है । समाचार को "अन्य पुरुष"

के रूप में लिखा जाता है । फीचर को उत्तम, मध्यम अथवा अन्य पुरुष के रूप में लिख सकते हैं । फीचर में तथ्य रंगीन और सजीव होते हैं । चुटीली तथा प्रभावोत्पादक भाषा उसमें पृष्ठभूमि, प्रतिपादन और भावात्मक प्रस्तुतीकरण का आधार होती है । फीचर लेखक अधिक विमर्शक होता है और समाचार लेखक अधिक वर्णनात्मक । फीचर का शाश्वत तत्व समाचार की क्षणभंगुरता को लांघने वाला होता है ।

7.6.3 कमेंट्री और फीचर

कमेंट्री शब्द पत्रकारिता क्षेत्र में बहुत प्रयुक्त होता है । इस शब्द का प्रयोग दूरदर्शन अथवा आकाशवाणी पर दृश्यगत के वर्णन के साथ समीक्षा के रुप में होता है । अंग्रेजी का कमेंट शब्द टीका-टिप्पणी के अर्थ में प्रयुक्त होता है । इस शब्द से कमेंट्री शब्द बना है । उसका अर्थ है "किसी तथ्य का वर्णन करते हुए आलोचना, समीक्षा या टीका करना ।" ब्रियन निकल्स का कहना है कि फीचर का बांकपन उसमें निहित भावुकता और टीका में हैं । कमेंट्री में वर्णन और टीका है, पर भावुकता नहीं । लेखन अथवा मौलिक वर्णन में तथ्यपरक आलोचना का थोड़ा बहुत अंश हो, तो पाठक या श्रोता को अच्छा लगता है । कमेंट्री में भावुकता को स्थान देना उचित नहीं । फीचर में तथ्यों की व्याख्या और टीका के साथ भावुकता का विशेष पुट होना आवश्यक है ।

7.6.4 कहानी और फीचर

फीचर तथ्यों पर आधारित है, पर कहानी कल्पना पर । फीचर विश्वसनीय है, कहानी नहीं । कहानी लेखन भी सभी घटनाओं पर आधारित हो सकता है, पर उसे इतना तोड़ा-मरोड़ा और विरुपित कर दिया जाता है कि न वह इतिहास रहती है और न फीचर।

7.6.5 संपादकीय और फीचर

विलियम एल. रिवर्स की मान्यता है कि संपादकीय, समीक्षा तथा अन्य विचार लेखों से फीचर अलग होता है । यह भेद है केवल "राय" की अभिव्यक्ति के प्रकार में । तर्कसंगत निर्णय और वकालत में जो भेद है, वहीं फीचर और संपादकीय आदि में । फीचर-लेखक तथ्यों को तोलता है, उनके आधार पर वकालत नहीं करता । वह पाठक को फुसलाता नहीं, वरन् उसके ज्ञान में वृद्धि करता है ।

संपादकीय से फीचर कहीं मेल खाता है, कहीं नहीं । उनका मेल तो वहीं तक है, जब वे समाचार के तथ्यों का विश्लेषण करते, विशिष्टता प्रदान करते अथवा उन्हें छिपाते हैं । फीचर संपादकीय से तब भिन्न हो जाता है, जब उसमें तथ्यों का निष्पक्षता से सर्वेक्षण किया जाता है । संपादकीय में लेखक के विचार और मत पर विशेष जोर रहता है । फीचर इसके विपरीत है । उसका लेखन अपने विचारों का धनी तथा अपने मत का दृढ़ता से प्रतिपादक नहीं जान पड़ता है । सब कुछ होते हुए भी उसमें "अपनापन" नहीं होता । संपादकीय "लोकनेता" है, फीचर "जनसेवक" ।

7.6.6 अन्य विधाएं और फीचर

फीचर की तुलना कहानी, नाटक, संस्मरण और रिपोर्ताज से कदापि नहीं की जा सकती । हां, यह अवश्य है कि लेखन की इन विधाओं की झलक फीचर में यथाप्रसंग आ सकती है । ऐसा करने से फीचर अधिक रोचक और प्रभावी बन जाता है । पर फीचर में इनका प्रयोग बहुत ही कम मात्रा में और उपयुक्त प्रकरण को अधिक निखारने के साधन के रुप में करना चाहिए । जैसे मुख का सौंदर्य ललाट, कपोल अथवा चिबुक के एक दो तिल बढ़ा देते हैं, वैसे ही इन विधाओं में एक दो का संक्षिप्त प्रयोग फीचर की शोभा की वृद्धि कर देता है । मुख पर छाए अधिक तिल जिस प्रकार उसको कुरूप कर देते हैं ।

उसी तरह फीचर में ऊपर दी गयी विधाओं की अधिक मात्रा उसकी विशिष्टता को समाप्त कर देती है । यदि हम यह कहें कि जैसे मुख और तिलों की तुलना करना हास्यास्पद है, वैसे ही फीचर की कहानी, नाटक, संस्मरण और रिपोर्ताज से किसी तरह की तुलना करने का प्रयास भी ।

बोध प्रश्न- 2

1. मार्मिकता और संवेदनशीलता फीचर का प्राण है । इस कथन से क्या आप सहमत हैं? तर्क सहित उत्तर दीजिए?

   ……

   ……

2. फीचर लेखन शैली के आवश्यक गुण बनाइए ।

   ……

   ……

3. निबंध और लेख से फीचर की तुलना कीजिए ।

   ……

   ……

7.7 फीचर के विषय

परिवेश की व्यापकता के कारण फीचर लेखन के लिए भी विभिन्न विषय चुने जा सकते हैं । मानवीय जीवन के विविध पहलुओं पर फीचर लिखे जा सकते हैं, तथा जनरुचि के अनेक क्षेत्रों को फीचर का विषय बनाया जा सकता है । सामाजिक, आर्थिक, राजनैतिक, धार्मिक, सांस्कृतिक पौराणिक आदि क्षेत्रों के विभिन्न विषयों पर श्रेष्ठ फीचर लिखे गए हैं । चित्रात्मक तथा व्यंग्यात्मक फीचर आज विशेष लोकप्रियता अर्जित कर रहे हैं । के. हैं । के.पी. नारायणन ने फीचर के तीन प्रमुख भेदों का विवेचन किया है - व्यक्तित्व फीचर, त्यौहार फीचर तथा चित्रात्मक फीचर । पी.डी. टंडन ने पौराणिक फीचर का भी उल्लेख किया है ।

प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने फीचर के दो प्रमुख भेद किए हैं -समाचार प्रधान और विशिष्ट तथा इन्हीं दो भेदों में समस्त प्रकारों को समाहित किया है । व्यावहारिक दृष्टि से फीचर के अनेकानेक भेद किए जा सकते हैं । कुछ मुख्य भेदों की चर्चा यहाँ की जा रही है-

7.7.1 व्यक्तित्व फीचर

प्रत्येक युग में ऐसे महान पुरुषों ने जन्म लिया है, जिन्होंने क्षेत्र विशेष में महत्वपूर्ण उपलब्धियां प्राप्त की है । उन पर फीचर लिखने का सामान्य प्रचलन है ।

7.7.2 समाचार फीचर

ऐसे फीचरों का मूल आधार समाचार ही होता है । ये फीचर कथात्मक गठन के कारण लोकप्रिय होते हैं । घटना का पूर्ण विवेचन-विश्लेषण इसके अंतर्गत किया जाता है । समाचार तो अपने आप में सूचनात्मक होता है, किंतु समाचार फीचर उस समाचार के संदर्भ में व्यापक जानकारी, उसके विविध पक्षों एवं प्रवृत्तियों को समाहित करते हुए देता है ।

7.7.3 त्योहार संबंधी फीचर

हमारे देश की संस्कृति त्यौहार बहुल संस्कृति है । विभिन्न जातियों संप्रदायों के अपने-अपने त्यौहार एवं पर्व हैं, जिनके पीछे एक सुदीर्ध सांस्कृतिक परंपरा रही है । होली, दीपावली, ईद, क्रिसमस आदि पर्वो पर ऐसे फीचर लिखे जाते हैं । इनमें पर्वो की मूल संवेदना एवं उनके पौराणिक संदर्भों को प्रस्तुत करके आधुनिक संदर्भों में उसकी व्याख्या-विश्लेषण करने की प्रवृति रहती है ।

7.7.4 रेडियो फीचर

रेडियो फीचर समाचारपत्रों तथा पत्रिकाओं में प्रकाशित होने वाले फीचर से सर्वथा भिन्न विधा है । इसकी शैली एवं स्वरुप में भी पर्याप्त भिन्नता है । इस भिन्नता का प्रमुख कारण यह है कि जहां पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित फीचर पढ़ने के लिए होते हैं, वहीं रेडियो फीचर प्रसारण के लिए होते हैं । इस कारण इसमें संगीत तथा ध्वनि-पक्ष काफी प्रबल होता है । लारेंस मिलियम ने फीचर को "वस्तु का रेडियो नाटकीय प्रस्तुतीकरण" (रेडियो ड्रैमेटिक प्रेजेंटेशन ऑफ एक्टिविटी) कहा है । लुई मैकनीस की धारणा है- रेडियों फीचर किसी गतिविधि का नाटकीय प्रस्तुतीकरण है । किंतु इसमें लेखक की रिपोर्टर या फोटोग्राफर से कुछ और अधिक होना चाहिए, उसे अपनी यथार्थ सामग्री का चयन काफी विवेक से करना चाहिए तथा उसके बाद उसे इस प्रकार नियंत्रित करना चाहिए कि वह एकल नाटकीय प्रभाव के अनुकूल हो सके ।

भारत में ऑल इंडिया रेडियो की रिपोर्ट में फीचर की परिभाषा इस प्रकार दी गयी है- "फीचर कार्यक्रम सूचनाओं तथा मनोरंजन को प्रस्तुत करने के सभी उपलब्ध साधनों एवं प्रसारण के तरीकों को रुचिकर रूप से प्रस्तुत करने की विधि है ।" हिंदी साहित्य कोश में "'रेडियो फीचर" का इतिहास इस प्रकार दिया गया है- "फेलियस

फेल्टन के अनुसार बी.बी.सी. में "फीचर" नाम "डाकुमेंट्री" के लिए व्यवहृत होता है । आज से लगभग 30 वर्ष पहले बी.बी.सी. में "फीचर' नाम की रचनाएं नहीं होती थी, लेकिन बी.बी.सी. का नाटक विभाग रेडियो टेकनीक के संबंध में नए-नए प्रयोग कर रहा था । उसे विशेष अवसरों के लिए कार्यक्रमों का आयोजन करना पड़ता था । इन कार्यक्रमों की सूचनाएं "रेडियो हाइलाइट" या विशेष कार्यक्रम शीर्षकों से समाचारपत्रों में दी जाती थी । उसी प्रकार बी.बी.सी. के विशेष कार्यक्रमों की सूचनाएं पत्रों में निकलती थी । इन्हें लोग "फीचर्ड प्रोग्राम" कहते थे । बोलचाल में "'फीचर्ड" के "ड" का लोप हो गया और उसे "फीचर" प्रोग्राम कहने लगे ।"

रेडियो फीचर का क्षेत्र अत्यंत व्यापक है । इसके माध्यम से हम महापुरुषों की जीवनी, क्षेत्र-विशेष की सांस्कृतिक जीवन-झांकी, ऐतिहासिक, स्थानों का परिचय आदि पा सकते हैं ।

7.7.5 चित्रात्मक फीचर

चित्रों के माध्यम से अपनी बात कहने की प्रवृत्ति आज पाठकों में काफी लोकप्रिय हो रही है । ऐसे फीचर में चित्र ही अपनी बात कहते हैं, शब्दों की आवश्यकता काफी कम पड़ती है । चित्रों का चयन इस प्रकार से किया जाता है कि जिससे वे स्वत: ही अपनी कथा या मूलकथा को स्पष्ट कर देते हैं । चित्रों को आपस में जोड़ने के लिए तथा कथा का तारतम्य बनाए रखने के लिए कभी-कभी चित्रों के साथ शीर्षक दे दिए जाते हैं । लेकिन यहाँ चित्र ही प्रधान होते हैं, शीर्षक नहीं ।

7.7.6 व्यंग्यात्मक फीचर

सामाजिक ओर राजनैतिक जीवन में घटित होने वाली घटनाओं पर व्यंग्य करते हुए सरस और चुटीली भाषा में हास्य का पुट देकर लिखे गए फीचर इस कोटि में आते हैं । इनके पीछे एक विशेष लक्ष्य या उद्देश्य रहता है । ये व्यंग्य मात्र छींटाकशी या चरित्र-हनन का प्रयास न होकर सामाजिक, राजनैतिक जीवन की विषमता, विद्रूपता और असंगति दिखाने के लिए लिखे जाते हैं । इनके मूल में सुधार की भावना रहती है । "'ठिठुरता हुआ गणतंत्र" हरिशंकर परसाई का ऐसा ही व्यंग्य फीचर है ।

7.7.7 यात्रा फीचर

यात्रा फीचर के कई रुप और उद्देश्य होते हैं । सैलानियों को दर्शनीय स्थलों और सुविधाओं की जानकारी देने के लिए लिखे गए फीचरों के मुकाबले मानसरोवर यात्रा के दौरान हुई अनुभूतियों का वर्णनविश्लेषण अधिक सार्थक और पठनीय होगा । यह लेखन यात्री पर निर्भर करता है कि वह यात्रा के दौरान क्या देखता सुनता है, उसकी उस पर क्या प्रतिक्रिया होती है और उसे वह व्यापक संदर्भों से कैसे जोड़ता है । यह जुड़ाव ही फीचर को विशिष्ट बनाता है ।

7.7.8 मानवीय रुचि विषयक फीचर

मानवीय पहलू पर लिखे गये फीचर आज विशेष लोकप्रिय हो रहे हैं । विलियम रिवर्स के अनुसार "मानवीय रुचि के फीचर वे हैं, जिनसे पाठक भावनात्मक रुप से जुड़ा हो और जो पाठक को उत्तेजित या हतोत्साहित करे, क्रोधित या प्रसन्न करें ओर उसमें सहानुभूति या अरुचि उत्पन्न करें ।"

मानवीय रुचि के अनुकूल लिखे गए फीचर भाव प्रधान होते हैं, जो कारुणिक, मार्मिक तथा अनुभूतिपूर्ण हो सकते हैं । ये फीचर पाठक की संवेदनाओं को उद्दीप्त करते हैं । वस्तुत: यह क्षेत्र अत्यंत व्यापक एवं विस्तृत है तथा अपराध, प्रेम, रोमांस, फैशन, स्वास्थ्य, मानवीय समस्याओं आदि विषयों पर लिखे गये फीचर इसकी लोकप्रिय हो सकते हैं ।

7.7.9 ऐतिहासिक फीचर

अतीत की घटनाओं के प्रति मनुष्य के हृदय में स्वाभाविक उत्सुकता रहती है । ऐतिहासिक व्यक्तियों, घटनाओं और स्मारकों आदि पर भावपूर्ण ऐतिहासिक फीचर लिखे जा सकते हैं ।

इन भेदों के अतिरिक्त फीचर के कुछ और भेद किए जा सकते हैं । जैसे- राजनीतिक फीचर, क्रीड़ा जगत संबंधी फीचर, पौराणिक फीचर आदि ।

7.8 सारांश

सामान्य समाचार के आधारभूत क्षेत्र यानि कौन, क्या, कब, कहाँ, क्यों और कैसे के बाहर अथवा परे हटकर जानकारी देने वाला और मानवीय पक्ष को वृहत्तर परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत संवदेनशील रचना को फीचर कह सकते हैं । इसमें तथ्य रंगीन और सजीव होते हैं । भाषा चुटीली और असरदार होती है । फीचर किसी भी विषय पर लिखा जा सकता है । संदर्भों और प्रवृत्तियों की ओर संकेत करने वाला अनुभवाश्रित यह लेखन मर्मस्पर्शी होता है । पाठक घटना-प्रधान समाचारों को आसानी से भूल जाता है लेकिन अच्छे फीचर को नहीं । ये फीचर समाचारपत्र को जानदार और अधिक पठनीय बनाते हैं ।

7.9 शब्दावली

फीचर (Feature) - रुपक, फीचर का शाब्दिक अनुवाद हो सकता है और अनेक लेखक रुपक लिखते भी है, लेकिन रुपक अलंकार और नाटक के अर्थ में रुढ़ हो चुका है । फीचर शब्द चलन में आ गया हैं । इसलिए फीचर को फीचर ही कहना और लिखना चाहिए ।

इंट्रो (intro) - समाचारों की तरह फीचर का भी आमुख या इंट्रो होता है ।

उप-शीर्षक (Sub-Heading) - समाचारों में उप-शीर्षक देने की परंपरा नहीं है । लेकिन फीचर में बीच-बीच में उप-शीर्षक दिये जा सकते हैं, हालांकि यह अनिवार्य नहीं है ।

फोटो फीचर - फोटो फीचर में फोटो-चित्र प्रमुख होते हैं और शीर्षक या संक्षिप्त आलेख गौण, ये अतिरिक्त जानकारी देने और चित्रों को एक सूत्र में बांधने का काम करते हैं ।

7.10 कुछ उपयोगी पुस्तकें

फीचर लेखन- प्रेमनाथ चतुर्वेदी, प्रकाशन विभाग, भारत सरकार, नई दिल्ली
रुपक लेखन - डॉ. ब्रजभूषण सिंह आदर्श, म.प्र. हिंदी ग्रंथ अकादमी, भोपाल
संपादन कला - के.पी. नारायणन, म.प्र. हिंदी ग्रंथ अकादमी, भोपाल,
Feature With Flair - Brin Nichalls, Vikas Publications, New Delhi.
Feature Writing for Newspapers - Demiel R. Williamson
Writing and Selling Feature Articles - Helen M. Paterson
Mass Communication and Journalism in India - D.S. Mehta, Allied Publications, New Delhi.

7.11 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. फीचर के स्वरुप को स्पष्ट करते हुए समझाइए कि निबंध से वह किसी रुप में भिन्न हैं?
2. आपसी दृष्टि में आदर्श फीचर की प्रमुख विशेषताएं क्या हैं?
3. फीचर को विषयानुसार किन वर्गों में बांटा जा सकता है?
4. अपनी रुचि के किसी विषय पर संक्षिप्त फीचर लिखिए ।

इकाई-8

समीक्षा लेखन

इकाई की रूपरेखा

8.0 उद्देश्य

8.1 प्रस्तावना

8.2 समीक्षा-अर्थ एवं स्वरूप

8.3 समीक्षक से अपेक्षाएँ

8.4 समीक्षा कैसे करें?

8.4.1 समीक्षा लेखन का माध्यम

8.4.2 समीक्षा लेखन की प्रक्रिया

8.5 समीक्षा लेखन के प्रकार

8.5.1 व्याख्यात्मक समीक्षा

8.5.2 ऐतिहासिक समीक्षा

8.5.3 आत्मचरितमूलक समीक्षा

8.5.4 मनोविश्लेषणात्मक समीक्षा

8.5.5 प्रभाववादी समीक्षा

8.5.6 समाजशास्त्रीय समीक्षा

8.5.7 सौन्दर्यान्वेषी समीक्षा

8.6 मीडिया में समीक्षा लेखन

8.6.1 पुस्तक समीक्षा

8.6.2 फिल्म समीक्षा

8.6.3 नाट्य समीक्षा

8.6.4 कला समीक्षा

8.7 सारांश

8.8 कुछ उपयोगी पुस्तकें

8.9 अभ्यासार्थ प्रश्न

8.0 उद्देश्य

इस इकाई में आप 'समीक्षा लेखन' के महत्त्व एवं तकनीक के संबंध में विस्तार से जान सकेंगे । इकाई के अध्ययन के बाद आप-

- 'समीक्षा' के अर्थ एवं स्वरूप को जान सकेंगे ।
- समीक्षक से क्या अपेक्षाएं रखी जा सकती है, इससे परिचित हो सकेंगे ।
- समीक्षा लेखन ' कैसे करें, इस विधा को जान पाएंगे ।

- समीक्षा का माध्यम और समीक्षा की प्रक्रिया से अवगत हो सकेंगे ।
- 'समीक्षा' के विभिन्न प्रकारों को समझ सकेंगे ।
- मीडिया के विभिन्न माध्यमों के लिए समीक्षा लेखन के स्वरूप को जान सकेंगे ।
- आप समीक्षा लेखन में कुशलता प्राप्त कर एक योग्य समीक्षक बन सकेंगे ।

8.1 प्रस्तावना

'समीक्षा' शब्द की निष्पति 'सम' उपसर्ग के साथ 'ईक्ष दर्शने' धातु से भाव वाचक 'आ' प्रत्यय से हुई है जिसका अर्थ 'सम्यक् दर्शन' है । समीक्षा के अन्य प्रचलित शब्द आलोचना, समालोचना, मीमांसा, विवेचन, परामर्श, तथ्यान्वेषण, गुण-अवगुण परीक्षा, जांच, परख, समावलोकन, मानदंड, पैमाना आदि हैं । 'समीक्षक' का आशय आलोचक, कला समालोचक, कला समीक्षक, परीक्षक, पारखी, विवेचक, विमर्शी और समालोचक से है । आलोचना शब्द संस्कृत की 'लुच्' धातु से बना है । लुच् के अनेक अर्थ हैं- 1. देखना (नेत्रों से), 2. इंद्रिय मात्र से या मन से ग्रहण करना या समझना, 3. प्रकाशित करना । अर्थात् जिससे देखा जाए जिससे कुछ स्पष्ट हो या प्रकाशित हो, उसे 'लोचन' कहते हैं । लोचन के पूर्व 'आङ्क' उपसर्ग लगता है जिसमें अङ्ग्क 'ङ्क' का लोप हो जाने से 'आलोचना' शब्द बनता है । 'आ' का अर्थ है चारों ओर से । अत: समालोचन का अर्थ है किसी विषय की पूर्ण जानकारी प्राप्त करना, उस पर विचार-विमर्श करना, उसको स्पष्ट करना तथा गुण-दोषों का विवेचन कर अपना मत प्रकट करना । आलोचना में 'सम' उपसर्ग से 'समालोचन' शब्द बनता है, जिसका अर्थ है सम्यक् रूप से आलोचना करना । अंग्रेजी के 'क्रिटिसिज्म' शब्द की मूल धातु 'क्राइटस' है जिसका आशय अलग करना, निर्णय करना या मूल्यांकन करना है । वस्तुत: यही समीक्षा का मूल आधार है ।

मीडिया में 'समीक्षा लेखन' का अपना विशिष्ट स्थान है । समीक्षा लेखन ही वह माध्यम है जिसके द्वारा किसी कृति विशेष का मूल्यांकन कर उसके विचारों से पाठकों को अवगत कराया जाता है ।

8.2 समीक्षा - अर्थ एवं स्वरूप

समीक्षा का तात्पर्य किसी पुस्तक अथवा कृति का अध्ययन कर उसके गुण-दोषों का विवेचन करना है । इस प्रक्रिया में समीक्षक अपने मत का भी, उल्लेख करता है । एनसाइक्लोपीडिया ऑफ ब्रिटेनिका के अनुसार समीक्षा, साहित्य अथवा ललित कला के किसी सौंदर्यात्मक पक्ष की विशेषताओं तथा मूल्यों से निर्धारण की कला है । यह उक्त निर्धारण को व्यवस्थित करने तथा उसकी समर्थ अभिव्यक्ति में निहित है । वस्तुत: समीक्षा का कार्य रचनाकार के उद्देश्यों, कृति के गुण-दोषों तथा रचना के द्वारा मन पर पड़े प्रभाव का अंकन है । समीक्षा इस प्रकार का माध्यम है, जिसके द्वारा कृति विशेष का विभिन्न भावभूमियों और मनोभावनाओं के आधार पर मूल्यांकन किया जाता है और उसमें निहित संदेश तथा विचार को पाठक के सम्मुख प्रकट किया जाता है ।

'समीक्षा' के अर्थ एवं स्वरूप को भारतीय और पाश्चात्य विद्वानों ने इस प्रकार परिभाषित किया है-

"साहित्य क्षेत्र में ग्रंथ को पढ़कर उसके गुण और दोषों का विवेचन करना और उसके संबंध में अपना मत प्रकट करना आलोचना कहलाता है । यदि हम साहित्य को जीवन की व्याख्या माने तो आलोचना को उसकी व्याख्या की व्याख्या मानना पड़ेगा ।"

डॉ. श्याम सुंदर दास

"स्थाई समीक्षा वहीं होती है जिसमें कवि की विचारधारा में डूबकर उसकी विशेषताओं का दिग्दर्शन तथा उसकी अंतवृत्तियों की छानबीन की जाती है ।"

पं. रामचंद्र शुक्ल

"किसी वस्तु या विषय के सभी अंशों पर अच्छी तरह विचार करना ही समीक्षा है ।"

- आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी

"सत्यं, शिवं, सुंदरम का समुचित अन्वेषण, पृथक्करण तथा अभिव्यंजना ही सच्ची समीक्षा है ।"

- आचार्य नद दुलारे वाजपेयी

"आलोचक की स्थापना एक प्रकार से निर्णायक की स्थापना है ।"

-रिचर्डसन

सारांश में कहा जा सकता है कि 'समीक्षा' के माध्यम से हम कृतिकार के उद्देश्यों, कृति के गुण-दोषों तथा रचना की मन पर पड़ी प्रतिक्रिया को व्यक्त करते हैं ।

8.3 समीक्षक से अपेक्षाएं

समीक्षक साहित्य का प्रहरी होता है । किसी कृति की समीक्षा करना आसान कार्य नहीं है । समीक्षक को अपने परिवेश के प्रति पूर्ण जागरूक रहते हुए अंतर्चक्षुओं के माध्यम से कृति की अंतरात्मा में प्रवेश करना होता है । समीक्षा लेखन में समीक्षक से निम्न अपेक्षाएं की जा सकती हैं-

1. समीक्षक में कवि की-सी कोमलता, चिंतन की गहनता और भावग्रहिता होनी चाहिए ताकि वह कृति विशेष के तथ्य को भलीभांति समझ कर उसे व्यक्त कर सके ।
2. समीक्षा की तार्किकता, पूर्णता तथा सम्यक् विवेचना समीक्षक के व्यापक अध्ययन एवं विषय-ज्ञान पर निर्भर करती है । अत: आवश्यक है कि वह विविध शास्त्रों एवं विषयों का ज्ञाता होता हो ।
3. समीक्षक को पूर्वाग्रहों से मुक्त होना चाहिए ।
4. समीक्षक साहित्य की ज्ञात-अज्ञात सामग्री से पाठक को परिचित कराता है । वह लेखकीय विचारों और संवेदनाओं को भी प्रकट करता है ।
5. समीक्षा को प्रभावी बनाने के लिए आवश्यक है कि समीक्षक की शैली लालित्यपूर्ण, सरस, भावप्रधान एवं गंभीर हो ।
6. समीक्षा सहज मानवीय मूल्यों की कसौटी पर आधारित होनी चाहिए ।

7. पुस्तक-समीक्षक, नाटक समीक्षक और फिल्म समीक्षक को निर्भीक होना चाहिए । वैयक्तिक रुचि-अरुचि से ऊपर उठकर उसे वास्तविक मूल्यांकन करने का प्रयास करना चाहिए ।

   पाश्चात्य विद्वानों ने समीक्षक में निम्नलिखित गुणआवश्यक माने हैं- 1. सुनिश्चितता, 2. स्वातंत्र्य, 3. सूझ, 4. श्रेष्ठ विचार, 5. उत्साह, 6. हार्दिक अनुभूति, 7. गंभीरता, 8. ज्ञान, 9. अथक परिश्रम ।

8.4 समीक्षा कैसे करें?

'समीक्षा लेखन' का कार्य सरल एवं सुगम नहीं है । समीक्षक पंडित होने के साथ-साथ रसज्ञ भी होता है । अभिनव गुप्त और विश्वनाथ ने समीक्षक को 'सहृदय' कहा है । राजशेखर के शब्दों में- "समीक्षक में कवि के स्वामी, मित्र, शिष्ट, आचार्य आदि होने के क्षमता होनी चाहिए ।" समीक्षा लेखन के लिए कोई निश्चित नियम या विधान नहीं है । यह समीक्षक की प्रतिभा एवं उसकी लेखन-शैली पर ही निर्भर करता है ।

8.4.1 समीक्षा लेखन का माध्यम

समीक्षा के लिए सर्वप्रथम यह ध्यान रखना आवश्यक है कि वह किस माध्यम के लिए की जा रही है अर्थात् वह दैनिक समाचारपत्र के लिए है या साप्ताहिक अथवा मासिक पत्र के लिए । समीक्षा यदि रेडियो के लिए है तो उसे रेडियो की आवश्यकताओं के अनुरूप लिखा जाएगा । दैनिक समाचारपत्रों में सामान्यत: रविवार को समीक्षाओं का प्रकाशन किया जाता है । समीक्षा से पूर्व यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि समाचारपत्र विशेष साधारणत: समीक्षा के लिए कितना स्थान निर्धारित करते हैं । सीमित स्थान होने पर आवश्यक है कि कम शब्दों में ही समीक्षा का मूल कथ्य प्रकट कर दिया जाए ।

साप्ताहिक एवं मासिक पत्रों हेतु समीक्षा के लिए भी समाचारपत्रों की नीति का पूर्व ज्ञान आवश्यक है । रेडियो एवं टेलीविजन के लिए समीक्षा हेतु प्राय: दस मिनट का समय दिया जाता है, जिसमें एक से तीन पुस्तकों की समीक्षा कराई जाती है । यदि समीक्षा हेतु तीन पुस्तकें हैं तो महत्त्वपूर्ण पुस्तक की समीक्षा पहले की जानी चाहिए तथा उसे अधिकतम पाँच मिनट तक का समय दिया जा सकता है । इलेक्ट्रॉनिक तथा मुद्रित माध्यमों की समीक्षा-पद्धति में विशेष अंतर होता है । इस अंतर को भी समीक्षक को ध्यान में रखना चाहिए । समीक्षा करते समय यह भी ध्यान रखा जाना चाहिए कि हम किस समूह या वर्ग के लिए समीक्षा लिख रहे हैं ।

8.4.2 समीक्षा लेखन की प्रक्रिया

समीक्षा करते समय हमें वर्तमानकालीन परिवेश को ध्यान में रखते हुए कृति विशेष के रचना-काल पर विचार करना चाहिए । सामान्यत: पुस्तक पढ़ते समय आवश्यक नोट्स अलग से एक कागज पर लिख लेने चाहिए ताकि पुस्तक को बार-बार पढ़ने की आवश्यकता न पड़े । पुस्तक पढ़ते समय उसके मूल कथ्य को पकड़ने या खोजने

का प्रयत्न करना चाहिए । पुस्तक जिन उद्देश्यों को लेखर लिखी गई है, उसके निर्वाह में लेखक की सफलता किस सीमा तक रही है, यह भी महत्त्वपूर्ण पक्ष है । यही बात नाटक एवं फिल्म समीक्षा करते समय ध्यान में रखना चाहिए ।

लेखक के विचारों के अन्तर्विरोध, नवीन प्रयोग, उसकी व्यावहारिकता, भाषागत प्रवाह, अभिव्यक्ति, अर्थ-बोध आदि पक्षों पर विचार करते हुए समीक्षक को कृति का मूल्यांकन करना चाहिए । स्पष्टत: समीक्षा का क्षेत्र अत्यन्त व्यापक है तथा समीक्षक का कार्य बहुत दातियत्वपूर्ण है । किसी कृति की अन्तर्निहित मूल चेतना समीक्षक द्वारा उद्घाटित होती है ।

8.5 समीक्षा लेखन के प्रकार

डॉ श्यामसुन्दर दास के शब्दों में "साहित्य जब अपने स्वरूप का विश्लेषण करने लगता है तब समीक्षा का जन्म होता है ।" समीक्षा की अनेक पद्धतियां संस्कृत की साहित्यिक परम्परा में देखने को मिलती है । इनमें आचार्य-पद्धति, टीका-पद्धति, शास्त्रार्थ-पद्धति, सूक्ति-पद्धति, खंडन-पद्धति, लोचन-पद्धति आदि प्रमुख है । समीक्षा लेखन को हम दो भागों में बांट सकते है-पहला सैद्धान्तिक तथा दूसरा व्यावहारिक । सैद्धांतिक समीक्षा साहित्यिक सिद्धांतों पर आधारित होती है, जिसमें भारतीय काव्यशास्त्र के प्रमुख सिद्धांत यथा अलंकार-सिद्धांत, वक्रोक्ति-सिद्धांत, रीति-सिद्धांत, औचित्य-सिद्धांत, ध्वनि-सिद्धांत आदि प्रमुख है । व्यावहारिक समीक्षा में समीक्ष्य रचना के विषय-स्वरूप, जीवन-दृष्टि, उद्देश्य, मौलिकता, देशकाल, रचनाकार की जीवनी, काव्य का कला-पक्ष एवं भाव-पक्ष आदि विविध पक्षों की विवेचना की जाती है । इसमें समालोचना की ऐतिहासिक, जीवनचरित्रमूलक, मनोवैज्ञानिक, समाजशास्त्रीय, प्रभावाभिव्यंजक आदि समीक्षा-पद्धतियां आती हैं ।

संक्षेप में कुछ प्रमुख समीक्षा लेखन पद्धतियां इस प्रकार है-

8.5.1 व्याख्यात्मक समीक्षा

सभी प्रकार की समालोचना-पद्धतियों के विकास का मूल व्याख्या ही रही है । व्याख्या द्वारा ही आलोचक सामान्य सिद्धांत निर्धारित करते है और व्याख्या द्वारा ही निर्धारित सिद्धांतों की कसौटी पर किसी कृति का मूल्यांकन करते हैं । इस प्रकार की समीक्षा में आलोचक न्यायाधीश की भांति कार्य न कर एक अन्वेषक की भांति कार्य करता है तथा कलाकार द्वारा कृति विशेष में व्यक्त तथ्यों को स्पष्ट करता चलता है ।

8.5.2 ऐतिहासिक समीक्षा

साहित्यकार के समाज-निरपेक्ष तथा एकान्तिक व्यक्तित्व की कल्पना नहीं की जा सकती । क्योंकि उसकी मनोभावनाओं के निर्माण में देश की तत्कालीन सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक और सांस्कृतिक परिस्थितियों तथा वातावरण का योग रहता है । अंग्रेजी इतिहास- लेखन टेन ने यह माना है कि जाति, परिस्थिति और विशिष्ट

युग की चेतना से प्रेरित होकर साहित्यकार अपने सृजन-संसार में प्रवेश करता है । विभिन्न समयों में लेखनों के रचना-विधान में वैविध्य का कारण विभिन्न युग-चेतनाएँ ही हैं । टेन की यह दृष्टि ऐतिहासिक समीक्षा-पद्धति की मूल भित्ति है ।

8.5.3 आत्मचरितमूलक समीक्षा

डॉ. जानसन ने आलोक्कय कवियों के जीवन का समय कृतियों के साथ जोड़ा है । सेन्टब्यूव ने कहा कि जिस प्रकार फल पेड़ के मूल का विस्तार है, उसी प्रकार कृति भी उसके रचयिता की मानसिकता का मूर्त स्वरूप है । अत: यह समीक्षा-पद्धति इस तथ्य को स्वीकार करती है कि जब तक लेखक की जीवनी का अध्ययन नहीं किया जाता तब तक कृति की समीक्षा के साथ न्याय नहीं हो सकता । आत्मचरित-मूलक समीक्षा लेखक के उस जीवन-क्रम को समझाने में सहायक होती है, जिससे कृति विशेष की रचना संभव हो सकी है ।

8.5.4 मनोविश्लेषणात्मक समीक्षा

मनोविज्ञान के आधार पर आलोचकों ने कृतिकार और उसके चरित्रों का विश्लेषण करने का प्रयास किया है । इस आधार पर उन्होंने उन तथ्यों की खोज की है जिनसे प्रेरित होकर लेखक ऐसे साहित्य का सृजन करने में सक्षम होता है । इस पद्धति के आलोचक फ्रायड की विचारधारा से विशेष प्रभावित हैं' ।

8.5.5 प्रभाववादी समीक्षा

इस पद्धति में आलोचक समीक्ष्य कृति के अपने मानस पर पड़े प्रभाव को अभिव्यक्ति देने लगता है । कृति के बाह्य एवं आन्तरिक स्परूप पर उसका विशेष ध्यान केन्द्रित नहीं होता है ।

8.5.6 समाजशास्त्रीय समीक्षा

मार्क्सवाद से हमारा जीवन काफी प्रभावित हुआ है । साहित्य का मूल्यांकन भी जब मार्क्सवादी धाराओं के परिप्रेक्ष्य में होने लगा तो इस समीक्षा-पद्धति का विकास हुआ।

8.5.7 सौंदर्यान्वेषी समीक्षा

किसी रचना के सौंदर्य से प्रभावित होकर सौंदर्यशास्त्र के नियमानुसार उसका मूल्यांकन इस पद्धति के अंतर्गत किया जाता है ।

8.6 मीडिया में समीक्षा लेखन

प्रिंट मीडिया एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में समीक्षा लेखन को व्यापक स्थान मिलने लगा है । आज पाठक समीक्षा लेखन के महत्त्व को जानने लगा है । समीक्षा जीवन तथा सृजन के सत्य का साक्षात्कार है । उसका क्षेत्र उतना ही व्यापक है जितना जीवन का । जीवन की भांति समीक्षा निरन्तर गतिशील रहती है और देश तथा काल के अनुसार उसका रूप बदलता रहता है । सृजन और समीक्षा के मूल्य परस्पर टकराहट के साथ विकसित और संशोधित होते रहते हैं । जैसे-जैसे

समाज और राजनीति बदलती है अथवा ज्ञान-विज्ञान का समाजशास्त्र और अर्थशास्त्र बदलता है, वैसे-वैसे समीक्षा दृष्टि भी बदलती रहती है । समीक्षा लेखन का सामान्य अर्थ है किसी वस्तु, व्यक्ति, कृति, घटना, समस्या, प्रश्न, विशिष्ट साहित्य आदि पर सोचना, समझना, देखना, परखना, निर्णय करना, आस्वादन करना और मूल्य निर्धारण । इस प्रकार समीक्षा लेखन में तीन महत्त्वपूर्ण बाते हैं-

1. कलाकृति का आस्वादन
2. विवेचन-विश्लेषण की गहनता
3. मूल्य निर्धारण की क्षमता

हम यहाँ पर समीक्षा लेखन के अंतर्गत मीडिया में विशेष रूप से प्रचलित पुस्तक समीक्षा, नाटक समीक्षा, फिल्म समीक्षा और कला समीक्षा पर ही विवेचना करेंगे ।

8.6.1 पुस्तक समीक्षा

पुस्तक समीक्षा के अंतर्गत किसी पुस्तक की सम्यक परीक्षा और विश्लेषण किया जाता है । इससे पाठक को पुस्तक विशेष के बारे में जानकारी प्राप्त होती है । पुस्तक समीक्षा का आशय केवल पुस्तक का परिचय या उसकी विषय-वस्तु का सार मात्र नहीं है । उसमें समीक्षक की आलोचनात्मक दृष्टि भी होती है । तत्व विशेष के आधार पर पुस्तक समीक्षा के अनेक प्रकार हो सकते हैं- 1. परिचयात्मक, 2. मूल्यांकनपरक, 3. विश्लेषणात्मक, 4. संक्षिप्त या विस्तृत, 5. मीडिया के आधार पर ।

1. परिचयात्मक पुस्तक समीक्षा- पुस्तक-समीक्षा की यह सरल और लोकप्रिय पद्धति है । इसमें पुस्तक का परिचय ही मुख्य रूप से दिया जाता है । आलोचना और मूल्यांकन पर अधिक बल नहीं दिया जाता । वैसे संक्षिप्त पुस्तक-परिचय तो सभी प्रकार की पुस्तक-समीक्षाओं में रहता है, परन्तु इस प्रकार की समीक्षा में यही तत्व मुख्यत: होता है । अत: इस प्रकार की समीक्षा को परिचयात्मक पुस्तक-समीक्षा कहते हैं ।
2. विश्लेषणात्मक पुस्तक समीक्षा- इसमें पुस्तक के संक्षिप्त के साथ वर्णित विषय, प्रस्तुतीकरण और भाषा-शैली को लेकर विश्लेषण प्रस्तुत किया जाता है । इस प्रकार की समीक्षा द्वारा पुस्तक की विस्तृत जानकारी दी जाती है । समीक्षक इस प्रकार की समीक्षा में पुस्तक की विशेषताओं और उसकी सीमाओं का भी रेखांकन करता है । विश्लेषण करते समय वह अपनी स्वयं की जानकारी का भी उपयोग करता है ।
3. मूल्यांकनपरक पुस्तक समीक्षा- इस प्रकार की समीक्षा में संक्षिप्त पुस्तक-परिचय एवं संक्षिप्त विश्लेषण के साथ मुख्यत: पुस्तक का मूल्यांकन हो सकता है, परंतु वहाँ वह मुख्य तत्व के रूप में नहीं होता । मूल्यांकन का अर्थ यह नहीं है कि समीक्षक न्यायाधीश की तरह अपना निर्णय दे दे । मूल्यांकन के अंतर्गत वह तर्क पूर्ण विवेचन प्रस्तुत करता है ।

4. संक्षिप्त या विस्तृत समीक्षा पुस्तक- समीक्षा आकार की संक्षिप्त भी हो सकती है और विस्तृत भी । आकार के आधार पर वह संक्षिप्त या विस्तृत पुस्तक समीक्षा कहलाएगी ।
5. मीडिया के आधार पर पुस्तक समीक्षा- पुस्तक-समीक्षा यदि पत्र-पत्रिका में प्रकाशन हेतु तैयार की जाती है तो वह प्रकाशनार्थ समीक्षा होती है और प्रकाशित हो जाने पर 'प्रकाशित समीक्षा' कहलाती है । दूरदर्शन और आकाशवाणी पर पुस्तक-समीक्षा का प्रसारण किया जाता है । अत: वह 'प्रसारित समीक्षा' होती है ।

एक अच्छी और सफल पुस्तक समीक्षा में निम्नांकित विशेषताओं का होना अपेक्षित है- 1. तटस्थता, 2. वस्तुनिष्ठता, 3. केंद्र बिन्दु, 4. प्रासंगिकता, 5. भाषा शैली, 6. सौहर्द्रता और 7. निजता ।

1. तटस्थता- एक अच्छी पुस्तक समीक्षा में तटस्थता का होना आवश्यक है । उस पर समीक्षक की विशेष विचारधारा एवं पूर्वाग्रह का प्रभाव नहीं होना चाहिए ।
2. वस्तुनिष्ठता- पुस्तक समीक्षा में वस्तुनिष्ठा ही होना आवश्यक है । समीक्षा का केंद्र-बिन्दु पुस्तक को होना चाहिए । ऐसा न हो कि समीक्षक आलोचना शास्त्र, तर्कजाल, स्व-विद्वता, लेखक की निन्दा-स्तुति आदि के बियावान में भटक कर रह जाए ।
3. केंद्र-बिन्दु- समीक्षक पुस्तक के केंद्र-बिन्दु पर ध्यान रखे । उसे इस केंद्र-बिन्दु से बहुत दूर नहीं चले जाना चाहिए । केंद्र-बिन्दु को उभारने का लगातार प्रयास उसे करना चाहिए ।
4. प्रासंगिकता- समीक्षा का प्रासंगिक होना वांछित है । बहुत पुरानी किताबों की समीक्षा प्राय: नहीं करनी चाहिए नई किताब की समीक्षा भी यदि देर से प्रकाशित या प्रसारित होती है तो पाठकों की उसमें अपेक्षित रुचि नहीं रहती ।
5. भाषा शैली- पुस्तक समीक्षा सरल, परंतु स्तरीय भाषा-शैली में प्रस्तुत की जानी चाहिए । सामान्य पाठक, श्रोता, दर्शक उसे सहज की समझ सके, इस बात का ध्यान रखा जाना चाहिए ।
6. सौहर्द्रता- पुस्तक समीक्षा में सौहर्द्रयता का होना अपेक्षित है । पुस्तक समीक्षा के प्रभाव में आकर ही कोई उस पुस्तक को पढ़ने या न पढ़ने की सोचना है । अत: समीक्षा में सौहर्द्रयता का गुण होना चाहिए ।
7. निजता- हर समीक्षक की लेखन शैली, समीक्षा-पद्धति, दृष्टिकोण, विश्लेषण का तरीका भिन्न होता है । यही समीक्षक की अपनी निजता होती है । नए समीक्षक को अपने आप में इस गुण को विकसित करना चाहिए ।

   एक योग्य और कुशल पुस्तक समीक्षक बनने के लिए उसमें कतिपय गुणों या विशेषताओं का होना जरूरी है । निम्नलिखित गुणों को निरन्तर अध्ययन, अभ्यास, निरीक्षण, विचार-विमर्श आदि के माध्यम से विकसित किया जा सकता है- 1.

विशेषज्ञता, 2. सामान्य ज्ञान संपन्नता, 3. तटस्थता, 4. रचनात्मक दृष्टिकोण, 5. वस्तुनिष्ठ मूल्यांकन, 6. तकनीक का ज्ञान ।

अधिकांश समाचारपत्र-पत्रिकाओं में समीक्षा का यह सामान्य नियम है कि समीक्ष्य पुस्तक की दो प्रतियाँ पत्र के कार्यालय में प्रेषित की जाएँ । साधारणत: पुस्तक की एक प्रति कार्यालय के पुस्तकालय हेतु रखी जाती है तथा दूसरी समीक्षक के पास भेजी जाती है । कुछ प्रतिष्ठित पत्रों की नीति भिन्न प्रकार की है । ये पत्र समीक्षा हेतु पुस्तकें आमंत्रित नहीं करते वरन् समय-समय पर स्वयं श्रेष्ठ पुस्तकों का चयन करके उनकी समीक्षा करवाने का प्रबंध करते हैं । समीक्षा का स्वरूप भी भिन्न-भिन्न पत्रिकाओं में भिन्न-भिन्न होता है । कहीं-कहीं समीक्षा काफी संक्षिप्त दी जाती है (दैनिक पत्रों में विशेष रूप से) तो कहीं विस्तारपूर्वक आलोचनात्मक परीक्षण किया जाता है । इस क्षेत्र में आकाशवाणी की भूमिका भी उल्लेखनीय है । नई कृतियों की समीक्षा का प्रसारण करने की व्यवस्था आकाशवाणी के अनेक केंद्रों पर है ।

'समीक्षा-स्तम्भ' पृष्ठ की सज्जा भी विभिन्न रूपों में देखने को मिलती है । कुछ पत्रिकाओं में समीक्ष्य पुस्तक का विवरण- जैसे पुस्तक का नाम, संपादक या लेखक का नाम, प्रकाशक, मूल्य, पृष्ठ-संख्या आदि पृष्ठ के नीचे दिया जाता है तो कहीं समीक्षा-सामग्री के मध्य में भी दो समानान्तर रेखाएँ खींचकर यह प्रस्तुत किया जाता है । सज्जा की प्रभावोत्पादकता के अनुरूप इसका स्थान निर्धारित किया जा सकता है । कहीं-कहीं समीक्ष्य पुस्तक का संक्षिप्त ब्लाक भी प्रकाशित किया जाता है । समीक्षा करते समय समीक्ष्य पुस्तक की मूल संवेदना का व्यंजक शीर्षक भी कभी-कभी दे दिया जाता है ।

वर्तमान युग में समाचारपत्र-पत्रिकाओं के प्रकाशन की बाढ़ सी आ गई है । लगभग सभी प्रमुख दैनिक समाचारपत्र- साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक, त्रैमासिक आदि पत्रिकाएं समीक्षा के नए परिवर्तित तेवर प्रस्तुत कर रही है । राजस्थान की विशिष्ट समीक्षात्मक पत्रिकाओं में 'मधुमती', 'लहर', 'शोध-पत्रिका', 'वरदा', 'मरुभारती', 'राजस्थान भारती' आदि का अपना विशिष्ट स्थान है । वही राष्ट्रीय पत्र-पत्रिकाओं में दैनिक हिन्दुस्तान, हिन्दुस्तान टाइम्स, नवभारत टाइम्स, जनसत्ता, राजस्थान पत्रिका, टाइम्स ऑफ इंडिया, इंडियन एक्सप्रेस आदि के रविवारीय एवं अन्य विशेष संस्करण तथा ज्ञानोदय, हंस, इंडिया टुडे, अहा! जिंदगी, आलोचना, नवनीत, साक्षात्कार, आजकल, कादम्बिनी आदि पत्रिकाएँ समीक्षा-साहित्य को विकसित, प्रोत्साहित एवं प्रेरित करती हुई और महत्वपूर्ण दायित्व निभाती हुई सत्साहित्य-निर्माण के मार्ग को प्रशस्त कर रही है । 'प्रकर' आदि कुछ पत्रिकाएँ तो मात्र समीक्षाओं का ही प्रकाशन करती हैं ।

8.6.2 फिल्म समीक्षा

फिल्म मीडिया का एक सशक्त माध्यम है । आज केबल के द्वारा टेलीविजन घर-घर में पहुँच गया है, फिर भी फिल्मों की लोकप्रियता में कोई कमी नहीं आई है । फिल्म

समीक्षा का महत्व दर्शक की रुचि को परिष्कृत करने में भी है और वह जानकारी देने का भी एक प्रमुख स्त्रोत है । बहुत से लोग फिल्म समीक्षा को प्रचार माध्यम से जोड़ देते हैं । समीक्षक को प्रचारक मानकर उस पर दबाव डाले जाते हैं ।

फिल्म समीक्षा के लिए निम्न तत्वों को ध्यान में रखना आवश्यक है । ये हैं- 1. कथा विचार (Theme of the Story), 2. कथा सार (Short Story), 3. पात्र (Character), 4. पटकथा (Script), 5. संवाद (Dialogrie) । फिल्म-मीडिया में इंटरव्यू विधा का मुख्य स्थान है । एक सफल मीडियाकर्मी वही है, जो फिल्म विधा के विभिन्न पक्षों से जुड़े लोगों का इंटरव्यू ले सके । फिल्म समीक्षा भी इंटरव्यू विधा से समृद्ध होती है । फिल्म जगत् में इंटरव्यू लेना एक चुनौतीपूर्ण कार्य है । अधिकांश अभिनेता इंटरव्यू देते रहते हैं ताकि उन्हें प्रचार मिले ।

फिल्म समीक्षक बक्कचन श्रीवास्तव के शब्दों में "एक जागरुक फिल्म समीक्षक को फिल्म इतिहास के साथ-साथ साहित्य, कला, संगीत, चित्रकला, नाटक, जन-जीवन आदि का भी अच्छा ज्ञान होना चाहिए । फिल्म कैसे बनती है? इसका भी ज्ञान होना अनिवार्य है । उसे कथा और पटकथा का अंतर पता होना चाहिए । उसे ज्ञात होना चाहिए कि आउटडोर शूटिंग और इनडोर शूटिंग में क्या अंतर है? क्लोज अप और लांग शाट किसे कहते हैं? भारतीय भाषाओं में बन रही फिल्म बनाने वालों की आर्थिक स्थिति, कलात्मक रुझान, पृष्ठभूमि आदि की आवश्यक जानकारी होनी चाहिए ।" इधर गासिप फिल्मी लेखन का प्रचार-प्रसार अधिक हो रहा है । गासिप का अर्थ है-गप्प । विश्वभर में फिल्म जगत् के बारे में सबसे अनर्गल लिखा जाता है । लोग इसे चाव से पढ़ते हैं। एक अच्छे फिल्म पत्रकार को गासिप लेखन और समीक्षा से बचना चाहिए।

8.6.3 नाट्य समीक्षा

भरत मुनि द्वारा नाट्य शास्त्र में दी गई नाटक की परिभाषा के अनुसार समस्त अंगों, उपांगों और गतियों को कम से व्यवस्थित कर जिसका अभिनय किया जाए वही नाटक है । भारतेन्दु हरिश्चंद्र के अनुसार नाटक शब्द का अर्थ है- "नट लोगों की क्रिया, जिसे अभिनय कहते हैं ।" बाबू गुलाबराय के अनुसार, "नाटक जीवन की शब्दगत अनुकृति है जिसे सजीव पात्रों के माध्यम से एक चलते-फिरते सप्राणरूप में प्रस्तुत किया जाता है ।" आधुनिक धारणा के अनुसार नाटक जीवन की व्याख्या है, जो हमारी समस्याओं और उनके हलों को हमारे सम्मुख प्रस्तुत करता है । नाटक मानवीय अभिव्यक्ति का श्रेष्ठ साधन है ।

भारतीय धारणा के अनुसार नाटक के निम्न मूल तत्व हैं-

1. विषय वस्तु
2. कथानक
3. चरित्र-चित्रण
4. देश-काल
5. कथोपकथन

(अ) नाट्य भाषा एवं (ब) संवाद

6. शैली

नाट्य समीक्षक किसी भी नाटक की समीक्षा करते समय नाटक के उपर्युक्त मूल तत्वों को ही दृष्टिगत रखते हुए अपनी समीक्षा के परिणाम पर पहुँचता है तथा लगभग इन्हीं तत्वों को अपनी समीक्षा का आधार बनाता है । नाट्य समीक्षा के लिए नाट्य लेखन एवं रंगमंच की जानकारी जरूरी है । समीक्षक का मन संवेदनशील होना चाहिए तथा तर्क क्षमता के साथ उसे नाट्य कला का व्यापक ज्ञान तथा उसकी पृष्ठभूमि की जानकारी होनी चाहिए । नाट्य रचना के विविध तत्वों और रूपों का स्वयं पठन अथवा दर्शन कर दूसरों के लिए उसे दृष्टव्य बनाना ही समीक्षक का कर्म है । समीक्षक को अपनी दृष्टि में निष्पक्ष होना चाहिए ।

समीक्षा का अर्थ है- सम्यक् ईक्षा अर्थात् अच्छी तरह देखना अथवा पड़ताल करना । किसी कला, रचना या विषय के संबंध में प्रतिपादित सिद्धांतों के आधार पर प्रत्येक तत्व का विवेचन करना अर्थात् विभिन्न पहलुओं से उसकी पड़ताल यानी समीक्षा करना । जब नाटक के संबंध में उसकी रचना, उसके स्वरूप, उसके विभिन्न तत्वों, गुण-दोष तथा शिल्प आदि का विवेचन किया जाता है, तो उसे नाट्य समीक्षा कहते हैं । नाट्य समीक्षक के लिए नाट्य लेखन एवं रंगमंच की जानकारी जरूरी है । समीक्षक का मन संवेदनशील होना चाहिए तथा तर्क-क्षमता के साथ उसे नाट्य कला का व्यापक ज्ञान तथा उसकी पृष्ठभूमि की जानकारी होनी चाहिए । नाट्य रचना के विविध तत्वों और रूपों का स्वयं पठन अथवा दर्शन कर दूसरों के लिए उसे दृष्टव्य बनाना ही समीक्षक का कर्म है । समीक्षक को अपनी दृष्टि में निष्पक्ष होना चाहिए।

नाट्य समीक्षा सिद्धांत- डॉ रीतारानी पालीवाल ने नाट्य समीक्षा के सिद्धांतों को इस प्रकार रेखांकित किया है-

नाट्य समीक्षा के सिद्धांतों का आधार मुख्यत: नाटक के मूल तत्व अर्थात् विषय वस्तु, कथानक, चरित्र चित्रण, देश, काल, कथोपकथन तथा शैली हैं ।

नाटक की समीक्षा दो दृष्टि से की जानी चाहिए-

1. नाट्य-रचना, और
2. नाट्य प्रयोग

नाट्य-रचना की समीक्षा में हमें इन प्रश्नों का उत्तर देना चाहिए-

1. नाटककार ने किस उद्देश्य से नाटक की रचना की है तथा नाटक के विषय के चुनाव के पीछे उसकी दृष्टि?
2. उस उद्देश्य की पूर्ति के लिए नाटककार ने किस प्रकार का कथनाक बुना या गढ़ा है; किस प्रकार के कितने पात्रों और घटनाओं का समावेश किया है?
3. किस प्रकार नाटककार ने घटनाओं और पात्रों के संयोजन में कुतूहल का निर्वाह करते हुए पात्रों और घटनाओं का सामंजस्य स्थापित किया है?
4. कितने पात्रों का प्रयोग किया गया है? उनमें से कितने ऐसे हैं जिनका संयोजन अनिवार्य है?

5. कितने पात्र ऐसे हैं जिनके बिना भी नाट्य-व्यापार सरलता और सुचारु रूप से संचालित किया जा सकता है?
6. कितनी घटनाएं ऐसी हैं, जो पात्रों के चरित्र-विकास और कथा-प्रवाह के संवर्धन की दृष्टि से उचित और अपरिहार्य थीं?
7. उनमें से कितनी घटनाएं सम्भव, स्वाभाविक और आवश्यक हैं?
8. नाटककार ने जो परिणाम निकाला है, वह उसके उद्देश्य की दृष्टि से कहाँ तक संगत है?
9. उस घटना के परिणाम को किसी दूसरे रूप में प्रस्तुत करने से उस उद्देश्य की सिद्धि हो सकती थी या नहीं?
10. स्वाभाविक होते हुए भी वह परिणाम कहाँ तक वांछनीय और घटनाओं के प्रवाह में अनुकूल हैं?

विभिन्न पात्रों के चरित्र-चित्रण के लिए प्रयुक्त भाषा-शैली का भली भाँति परीक्षण करते हुए नाट्य-समीक्षक को यह देखना चाहिए कि-

1. विभिन्न श्रेणी के पात्र किसी भाषा का प्रयोग करते हैं; वह भाषा उक्त श्रेणी के पात्र की मर्यादा के अनुकूल है या नहीं?
2. भाषा के प्रयोग में संभावना और आवश्यकता के साथ-साथ स्वाभाविकता तथा औचित्य का भी विचार किया गया है या नहीं? औचित्य से तात्पर्य यह कि संवादों में परस्पर जोड़-तोड़, उत्तर-प्रत्युत्तर की संगति और क्रम ठीक है या नहीं?
3. उसका कितना अंश कथा-प्रवाह को आगे बढ़ाने तथा पात्रों का चरित्र स्पष्ट करने के लिए आवश्यक है?
4. कितना भाग ऐसा है जिसे निकाल देने से नाटक के सौन्दर्य और कथा-प्रवाह में किसी प्रकार की कोई त्रुटि उपस्थित नहीं होगी?
5. नाटक के संवादों को सुनकर दर्शक सरलता से उन्हें समझ सकेंगे या नहीं?

दर्शक को नाटक का आनंद लेने में सबसे अधिक सहायता उसके संवादों से मिलती है । अत: समीक्षक द्वारा संवादों का परीक्षण इसी दृष्टि से करना चाहिए । इसके अतिरिक्त यह भी देखना चाहिए कि गीत, नृत्य और वाद्य आदि का संयोजन कहाँ तक उचित, उपयुक्त और आवश्यक हुआ है?

प्रयोग-दृष्टि से नाटक की समीक्षा करते समय यह देखना चाहिए कि-

1. नाटककार ने दृश्य-विधान इस क्रम से रखा है या नहीं कि नाटक की कथा- धारा का क्रम निर्बाध बना रहे?
2. नाटककार ने जो रंग निर्देश दिए हैं, वे असंभव तथा अस्वाभाविक तो नहीं हैं?
3. रंग-निर्देशों में रंगदीपन तथा अभिनेता के लिए स्पष्ट निर्देश हैं या नहीं?
4. नाटककार ने अभिनेता के वाचिक, आंगिक और सात्विक अभिनय के लिए पर्याप्त अवसर दिए हैं या नहीं?

5. समीक्षक को निष्पक्ष भाव से यह देखना चाहिए कि नाटक जिन दर्शकों के लिए लिखा गया है, उनकी समझ में आ सकेगा या नहीं?
6. नाटक का कथा-क्रम ऐसा तो नहीं है कि दर्शक को उसके समझने में कठिनाई हो?
7. दृश्य-विधान दुरूह तो नहीं है कि नाट्य-प्रयोक्ता उसे प्रस्तुत ही नहीं कर सके?
8. पात्र-विधान जटिल तो नहीं है?
9. संवाद-विधान कठिन तो नहीं है कि अभिनेता उसमें अभिनय की संभावनाएं ही न पा सके? नाटक जिस रंगमंच के लिए लिखा गया है, उसके लिए उपयुक्त भी है अथवा नहीं? दर्शकों पर नाटक का क्या प्रभाव पड़ता है? क्या नाटककार अपने उद्देश्य में सफल हुआ?
10. उपरोक्त सभी प्रश्नों का उत्तर देने पर ही नाट्य-समीक्षा पूर्ण होती है ।

8.6.4 कला समीक्षा

कला समीक्षा में किसी कला विद्या या कला से संबंधित आयोजन या घटना या कला पुस्तक का सम्यक विश्लेषण किया जाता है अथवा कला के विभिन्न पक्षों पर सम्मति दी जाती है । कला समीक्षा वास्तव में कला की विभिन्न अवधारणाओं के संदर्भ में किसी भी कला से संबंधित प्रदर्शन, आयोजन, अभिव्यक्ति आदि की छानबीन करने की एक प्रक्रिया है । इस प्रक्रिया में कला के विभिन्न पक्षों की आलोचना, उसकी कमियां या अच्छाइयाँ, पूर्णता या अपूर्णता का मूल्यांकन भी शामिल है । इस प्रकार समीक्षक कला विषय पर अपनी सम्मति या राय व्यक्त करता है ।

वरिष्ठ जनसंपर्ककर्मी रामकुमार ने कला समीक्षक के लिए निम्न गुणों को अनिवार्य बताया है । उनकी मान्यता है इन्हीं बिन्दुओं के आधार पर एक अच्छी समीक्षा की जा सकती है । ये हैं- 1. विषय विशेषज्ञता, 2. विस्तृत सामान्य ज्ञान, 3. पूर्वाग्रह मुक्त, 4. दृष्टि संपन्न, 5. वस्तुनिष्ठ, 6. संतुलित लेखन, 7. सामाजिक दायित्व बोध, 8. भाषा एवं शैलीगत विशेषताएं ।

1. **विषय विशेषज्ञता**- एक अच्छे और योग्य समीक्षक के लिए पहली शर्त यह है कि वह उसी विधा की समीक्षा करे जिससे वह भली भांति परिचित हो । हर विधा के अपने-अपने विविध पक्ष होते हैं और विधा विशेष में पारंगत न भी हो तो उसके प्रत्येक पक्ष की गहराई तक पहुँचने की एक समीक्षक में योग्यता और क्षमता होनी चाहिए । संगीत, नाट्य, शिल्प, स्थापत्य, चित्रकला आदि विभिन्न कला-विधाओं की समीक्षा के परिप्रेक्ष्य में यह भी आवश्यक है कि एक विधा विशेष के बारे में जानकारी के साथ इन विविध विधाओं के आपसी रिश्तों और इनकी सृजन-प्रक्रिया या प्रदर्शनात्मक, प्रस्तुति आदि पक्षों का भी ज्ञान होना चाहिए।
2. **विस्तृत सामान्य ज्ञान**- किसी विशेष कला-विधा में निपुणता के साथ समीक्षक से यह भी अपेक्षा की जाती है कि उसका सामान्य ज्ञान भी विस्तृत हो । समसामयिक कला के बारे में पुख्ता जानकारी के साथ सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक एवं सांस्कृतिक परिवेश एवं सामाजिक सोच के बारे में भी सामान्य ज्ञान

होना आवश्यक है, क्योंकि इससे समीक्षा समृद्ध होती है । कला और जीवन का आपस का निकट संबंध है । इसलिए कला के विभिन्न क्षेत्र में एक-दूसरे पर परस्पर निर्भर होते हैं ।

3. **पूर्वाग्रह मुक्तता**- संतुलित एवं वैज्ञानिक आधार पर समीक्षा लेखन के लिए समीक्षक का पूर्वाग्रह से मुक्त होना आवश्यक है । पूर्वाग्रह व्यक्तिगत भी हो सकता है और विषय से संबंधित भी । समीक्षा कर्म में व्यक्तिगत पूर्वाग्रह सर्वथा त्याज्य है । समीक्षक को अपने आप में एक निर्लिप्त भाव और सोच विकसित करने का पूरा प्रयास करना चाहिए जहाँ उसके लिए न कोई मित्र है और न ही कोई शत्रु । पूर्वग्रहों का त्याग किए बिना समीक्षक के रूप में सफलता पाना कठिन है ।
4. **दृष्टि-संपन्नता**- समीक्षक की दृष्टि खुली होनी चाहिए, दृष्टिगत संकीर्णता समीक्षा को दुर्बल बनाती है । दृष्टिगत संकीर्णता के मुख्य दो कारण होते हैं- अज्ञान और किसी मत या वाद विशेष के प्रति आग्रहशील होना । अज्ञानता किसी व्यक्ति के दृष्टिकोण को स्वभावत: संकीर्ण बना देती है । दूसरी ओर अगर कोई व्यक्ति किसी विशेष विचारधारा में विश्वास रखता है और अपनी विचारधारा के अलावा किसी अन्य विचारधारा का सम्मान नहीं करता तो उसके लेखन में वैचारिक पूर्वाग्रह पैदा हो जाता है ।
5. **वस्तुनिष्ठता**- कला समीक्षक को पूर्वाग्रहों तथा दुराग्रहों को छोड़कर, तटस्थता के साथ किसी भी कला विद्या का वस्तुनिष्ठ मूल्यांकन करना चाहिए । राग-द्वेष से रहित होकर विद्या-विशेष का निरपेक्ष रूप से विवेचन करना ही समीक्षक का दायित्व है । इसके अतिरिक्त कला समीक्षक को जिस कला के आयोजन, प्रदर्शन या प्रस्तुत की समीक्षा करनी है उसको सही परिप्रेक्ष्य में रखकर जांचना चाहिए । समीक्षक को आत्मनिष्ठ नहीं होना चाहिए । वस्तुनिष्ठता अपना लेने से आत्मनिष्ठता एवं पूर्वग्रह के खतरों को टालना संभव है ।
6. **संतुलित लेखन**- समीक्षा में संतुलित लेखन का विशेष महत्व है । इसका संबंध पूर्वाग्रह मुक्तता, दृष्टि संपन्नता और वस्तुनिष्ठता से है । किसी भी विधा की अनावश्यक निंदा या बुराई करने का काम समीक्षा-कर्म में बाधा उत्पन्न करता है । निष्पक्षता के साथ, तर्कपूर्ण एवं शिष्टता शैली में किसी भी कला के दुर्बल या सबल पत्रों की आलोचना या प्रशंसा संतुलित ढंग से करनी चाहिए । सम्यक् मूल्यांकन, संतुलित भाषा, तर्क-संगत ढंग और सही परिप्रेक्ष्य के साथ की गई समीक्षा, लेखन की सबलता के साथ समीक्षक के संतुलित रूप में लेखन करने के गुणों का भी परिचय देती है ।
7. **सामाजिक दायित्व बोध**- समीक्षक समाज का एक अंग है । समाज के प्रति उसका एक उत्तरदायित्व है । कला की विविध धाराओं, विधाओं और कलाकर्म से आम प्रेक्षक, पाठक या लोगों को परिचित करवाना और कलाकर्म एवं कला के प्रति सम्मान रखने वालों के बीच एक संवाद की स्थिति पैदा करना, समीक्षक का

सामाजिक कार्य है । कला के साथ जुड़ने और कला हलचल में आम जनता को प्रेरित करने की दिशा में समीक्षक की महत्वपूर्ण भूमिका होती है । समीक्षक का कार्य समाज को कला के माध्यम से उत्कृष्ट वातावरण तैयार करने की ओर भी उत्पेरित करना है ।

8. **भाषा एवं शैलीगत विशेषताएं-** कला समीक्षक की भाषा सरल, सहज, और सम्प्रेक्ष्य होनी चाहिए । कला के तकनीकी मुहावरों या कलाकर्म से संबंधित शब्दों का प्रयोग करते समय यह ध्यान रखना आवश्यक है कि प्रत्येक पाठक की समझ में आने वाले शब्द और भाषा का प्रयोग किया गया है । भाषा एवं शैली रोचक और दृश्यात्मक हो ताकि पाठक के मस्तिष्क में कला की कोई भी घटना या प्रस्तुति चित्र की तरह सजीव हो उठे । समीक्षा पढ़ने में उसका रूझान बड़े । कला विधा के अनुरूप शब्द और भाषा होनी चाहिए । सारांश में कहा जा सकता है कि सहज और सरल होकर गंभीर बात करना, उसमें रोचकता पैदा करना, समीक्षक का जहाँ गुण है, वहाँ यह समीक्षा की विशेषता है ।

बोध प्रश्न-

1. समीक्षा का अर्थ क्या है?

   ……

   ……

2. समाजशास्त्रीय समीक्षा क्या है?

   ……

   ……

3. समीक्षकसे मुख्य अपेक्षा क्या है?

   ……

   ……

4. अच्छी समीक्षा के क्या गुण है?

   ……

   ……

8.7 सारांश

समीक्षा चाहे कला की हो, साहित्य कृति की हो या किसी अन्य वस्तु की उसमें एक प्रकार की वस्तुनिष्ठता और गतिशीलता का होना आवश्यक है । समीक्षक के सामने समय और बदलाव की तेज गति ने अनेक चुनौतियां पैदा कर दी है हैं । अत: समीक्षक को अपनी जड़ों को पकड़े रहने के साथ-साथ समय की गति के साथ गतिशील होकर एक विस्तृत परिवेश और व्यापक ढांचे में समीक्षा कर्म करने और समय के तेवर को समझने की चुनौती का सामना करने के लिए तैयार रहना चाहिए ।

मीडिया में पुस्तक समीक्षा, फिल्म समीक्षा, नाट्य समीक्षा और कला समीक्षा लोकप्रिय और अधिक प्रचलित है । पुस्तक समीक्षा पत्रकारिता और साहित्य का एक अनिवार्य अंग है । पत्रकारों और लेखकों को उसका ज्ञान होना आवश्यक है । फिल्म समीक्षक की आंखों के जरिए सिने दर्शक फिल्म को देखना सीखते हैं । फिल्म न समाज को बदल सकती है, न क्रांति ला सकती है लेकिन वह समाज के एक बहुत बड़े वर्ग में वैचारिक क्रांति के बीज अवश्य बो सकती है । नाट्य समीक्षा का अर्थ है- नाटक और रंगमंच की समीक्षा, सैद्धांतिक और व्यावहारिक सौंदर्यशास्त्र का निर्धारण, आंकलन और मूल्यांकन । नाट्य समीक्षा में कलात्मक दृष्टि अथवा आग्रह प्रस्तुत होना चाहिए व्यक्तिगत पक्षपात अथवा पूर्वाग्रह नहीं । नाट्य समीक्षा सार्थक और मूल्लपरक होनी चाहिए । कला समीक्षा में कला की परख करना और उसका विश्लेषण करना, एक आसान कार्य नहीं है । कला की विविधता एवं शैलियां आदि का फलक अत्यन्त ही व्यापक है । कला की गहराइयों में जाने की प्रक्रिया, समुद्र में डुबकी लगाने के समान है।

8.8 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. प्रिंट मीडिया लेखन - प्रो. रमेश जैन, मंगलदीप पब्लिकेशन्स, जयपुर
2. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन - प्रो. रमेश जैन, मंगलदीप पब्लिकेशन्स जयपुर
3. जनसंचार विश्वकोश - प्रो. रमेश जैन, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर एवं दिल्ली
4. रेडियो लेखन- डा. मधुकर गंगाधर
5. टेलीविजन लेखन- असगर वजाहत, प्रभात रंजन, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली
6. भारतीय नाट्य परम्परा - नेमिचंद्र जैन
7. पटकथा लेखन - मनोहर श्याम जोशी, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली

8.9अभ्यासार्थ प्रश्न

1. 'समीक्षा लेखन' से आप क्या समझते हैं?
2. समीक्षा करते समय समीक्षक से क्या अपेक्षाएं करनी चाहिए ।
3. समीक्षा लेखन का माध्यम और प्रक्रिया पर अपने विचार व्यक्त कीजिए ।
4. समीक्षा के विभिन्न प्रकारों का संक्षिप्त में उल्लेख कीजिए ।
5. संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए-
   (अ) पुस्तक समीक्षा
   (ब) नाट्य समीक्षा
   (स) कला समीक्षा
   (द) फिल्म समीक्षा

इकाई-9

रेडियो समाचार लेखन

इकाई की रूपरेखा

9.0 उद्देश्य

9.1 प्रस्तावना

9.2 समाचार की परिभाषा

9.3 रेडियो समाचार

9.3.1 रेडियो समाचारों की विशिष्टता

9.4 रेडियो समाचार यात्रा

9.4.1 विदेश समाचार

9.4.2 क्षेत्रीय समाचार

9.4.3 अन्य समाचार

9.4.4 समसामयिक कार्यक्रम

9.5 आकाशवाणी का समाचार तंत्र

9.5.1 समाचार सेवा प्रभाग

9.5.2 समाचार कक्ष (जी.एन.आर)

9.5.3 पूल व्यवस्था

9.5.4 हिंदी पूल

9.6 समाचारों के स्रोत

9.7 रेडियो समाचारों का लेखन व संपादन

9.7.1 श्रव्यता

9.7.2 निष्पक्षता और सरलता

9.7.3 मर्यादा

9.7.4 समाचार की संरचना

9.8 रेडियो समाचारों की भाषा

9.8.1 शब्द चयन

9.8.2 वाक्य रचना

9.8.3 अनुवाद की चुनौती

9.9 सारांश

9.10 कुछ उपयोगी पुस्तकें

9.11 अभ्यासार्थ प्रश्न

9.0 उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप :

- देश में समाचारों के प्रसारण की शुरूआत और उसके बदलते रूप की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।
- समाचार की परिभाषा और रेडियो के महत्व को समझ सकेंगे ।
- समाचार कक्ष की कार्यप्रणाली को जान सकेंगे ।
- समाचार संकलन के स्रोतों से परिचित हो जाएंगे ।
- समाचारों के लेखन और संपादन का शिल्प सीख सकेंगे ।
- आकाशवाणी के समाचार सेवा प्रभाग की गतिविधियों की जानकारी हासिल कर सकेंगे।
- समाचारों की भाषा और उनके अनुवाद के विभिन्न पहलुओं को जान सकेंगे ।

9.1 प्रस्तावना

हमारे देश में इस समय टेलीविजन के नए-नए समाचार चैनल खुल रहे हैं । एक विकासशील देश में इतनी बड़ी संख्या में टी.वी. समाचार चैनल होना सचमुच एक अभूतपूर्व घटना है । लेकिन टेलीविजन के अग्रज इलेक्ट्रॉनिक माध्यम रेडियो समाचार का केवल एक ही प्रसारण संगठन है और वह है आकाशवाणी । आकाशवाणी का समाचार सेवा प्रभाग प्रतिदिन समूचे देश और विदेशों में 500 से अधिक समाचार बुलेटिन प्रसारित कर रहा है । ये बुलेटिन हिंदी और अंग्रेजी के अलावा प्रमुख भारतीय भाषाओं, बोलियों और विदेशी भाषाओं में होते हैं । भारत में समाचार प्रसारण उतना ही पुराना है जितना खुद रेडियो प्रसारण क्योंकि 1923 में रेडियो प्रसारण की शुरूआत ही समाचार सुनाने के उद्देश्य से हुई थी । वर्ष1936 को समाचार प्रसारण का महत्वपूर्ण पड़ाव माना जाता है जब दिल्ली केंद्र ने काम करना शुरू किया । इससे पहले मुंबई से एक अंग्रेजी और एक हिंदुस्तानी में और कलकत्ता से एक बंगला बुलेटिन ही प्रसारित किया जाता था । द्वितीय विश्वयुद्ध छिड़ने के बाद सरकार को अपनी बात लोगों तथा सैनिकों तक पहुंचाने की आवश्यकता महसूस हुई जिसके फलस्वरूप रेडियो के विस्तार का सिलसिला चल पड़ा ।

समाचार प्रसारण को वास्तविक बढ़ावा आजादी के बाद ही मिला, जब रेडियो प्रसारण का उद्देश्य राजनीतिक और सैनिक न रहकर राष्ट्रीय और सामाजिक हो गया । आजादी के पश्चात् चला विस्तार अभियान आज तक जारी है । इस दौरान टेलीविजन के आगमन से रेडियो प्रसारण तक प्रतिद्वंद्वी मिला लेकिन रेडियो समाचार के संचालक संगठन समाचार सेवा प्रभाग ने हिम्मत नहीं हारी और समाचार बुलेटिनों में विविधता व रोचकता लाने और उन्हें अधिक आकर्षक तथा प्रभावकारी बनाने के उपाय करके इस चुनौती का सफलतापूर्वक मुकाबला किया । एफ.एम. टेक्नोलोजी अपना लिए जाने से इन प्रयासों को बल मिला और निजी टी.वी. चैनलों तथा देश भर में खुल रहे समाचार चैनलों की जोरदार बाढ़ के बावजूद रेडियो समाचार के पांव नहीं उखड़े । अब रेडियो समाचार ने काफी हद तक अपनी पुरानी गरिमा फिर से प्राप्त कर ली है । अत्याधुनिक सूचना टेक्नोलोजी के उपकरणों और कम्प्यूटरीकरण की मदद से श्रोताओं को रेडियो समाचारों के साथ जोड़ने की कोशिशें रंग ला रही हैं और गंभीर समाचारों में रूचि लेने वाले श्रोता रेडियो के समाचारों को ही विश्वसनीय मानने लगे हैं । बड़ी संख्या में एफ.एम. स्टेशन चालू हो जाने से रेडियो फिर से आम जीवन का अंग बन गया है । रेडियो की लोकप्रियता का एक कारण यह भी है कि इसके समाचारों में सरल और आम भाषा का इस्तेमाल किया

जाता है और इसकी रचना भी सरल और सरल शैली में ही की जाती है ताकि हर वर्ग के लोग इन्हें आसानी से समझ सकें । रेडियो समाचार लेखन अखबारों के समाचारों से अलग होता है । निजी एफ.एम चैनलों को अभी समाचार प्रसारण की अनुमति नहीं है । इस बारे में की जा रही जोरदार मांग मान लिए जाने पर रेडियो समाचार की लोकप्रियता कई गुना बढ़ जाएगी । इस तरह रेडियो समाचार इक्कीसवीं सदी में अपनी उल्लेखनीय भूमिका निभाने को पूरी तरह कटिबद्ध दिखाई दे रहा है ।

9.2 समाचार की परिभाषा

रेडियो समाचारों के संकलन, लेखन और संपादन के बारे में जानने से पहले समाचार क्या है, उसके बारे में जानना आवश्यक है । अनेक विद्वानों, लेखकों और पत्रकारों ने इसकी भिन्न-भिन्न परिभाषा दी है । समाचार को अंग्रेजी भाषा में 'न्यूज' (NEWS) कहते हैं । न्यूज के चारों अक्षर चार दिशाओं North (उत्तर), East (पूर्व), West (पश्चिम), South (दक्षिण) के सूचक हैं । मतलब यह हुआ कि जो बात चारों दिशाओं का बोध कराए वह समाचार है । जार्ज एच. मोरिस ने "समाचार को जल्दी में लिखा गया इतिहास" बताया है । यह कथन समाचार की तात्कालिकता की ओर इशारा करता है ।

जे.जे. सिग्लर ने समाचार की परिभाषा इस प्रकार दी है, "'पर्याप्त संख्या में मनुष्य जिसे जानना चाहे वह समाचार है । शर्त यह है कि वह सुरूचि तथा प्रतिष्ठा के नियमों का उल्लंघन नहीं करे ।"

विलियम एम.माल्सवाई ने कहा है, "किसी समय होने वाली महत्वपूर्ण घटनाओं का सही और पक्षपातरहित विवरण समाचार है ।"

इन सभी परिभाषाओं में समाचार की कुछ विशेषताओं का ही वर्णन है । सच तो यह है कि समाचार की कोई सर्वमान्य परिभाषा नहीं हो सकती । जैसा कि एम.वी.कामथ ने लिखा है कि "समाचार की कोई भौगोलिक सीमा नहीं होती । समाचार सदा कुछ व्यक्त करता है । व्यक्तियों की रूचि समाचार है । समाचार तो बस समाचार है ।"

9.3 रेडियो समाचार

जो समाचार, समाचारपत्रों के लिए उपयोगी हो सकता है, आवश्यक नहीं कि वह रेडियो के लिए भी उतना ही उपयोगी हो । समाचारपत्रों में प्रकाशित होने वाला प्रत्येक समाचार रेडियो पर नहीं दिया जा सकता क्योंकि रेडियो पर प्रसारित समाचार का असर शीघ्र होता है । अत: रेडियो पर हिंसा, लूटपाट, बलात्कार, हत्या आदि के समाचार बहुत सोच समझ कर दिये जाते हैं । वैसे भी, रेडियो पर प्रसारित समाचारों की अवधि कम होती है, जिसकी वजह से एक बुलेटिन में शामिल किये जाने वाले समाचारों की पंक्तियाँ व शब्द अपेक्षाकृत बहुत कम होते हैं ।

9.3.1 रेडियो समाचारों की विशिष्टता

भारत जैसे देश में जहां लगभग 70 प्रतिशत लोग गाँवों में रहते हैं और साक्षरता की दर काफी कम है, रेडियो समाचारों का महत्व और अधिक बढ़ जाता है । पढ़ना तो कम लोग ही जानते हैं, लेकिन सुन सभी सकते हैं । दूर-दराज के क्षेत्रों में जहां

समाचारपत्र तीन-चार दिन देरी से पहुंचते हैं, ताजा समाचारों के लिए रेडियो ही एकमात्र माध्यम है । रेडियो सस्ता भी है सर्वसुलभ भी । इसलिए यह सबसे अधिक लोकप्रिय है ।

दुनिया में आज जिस गति से परिवर्तन हो रहे हैं, और हर क्षण जो नई-नई घटनाएं हो रही हैं, ऐसी स्थिति में रेडियो एक ऐसा माध्यम है जो लोग खास कर अनपढ़ और दूरदराज के इलाकों के लोगों को सभी प्रकार की जानकारी तुरन्त उपलब्ध कराके लोगों की समाचार जानने की उत्कंठा का समाधान कर सकता है, समाचारपत्र, रेडियो और टेलीविजन वर्तमान युग के समाचार तथा सूचना देने के प्रमुख साधन हैं । तुरन्त सूचना देने के लिये रेडियो सबसे महत्वपूर्ण है । कहीं भी कोई खतरा या संकट हो, रेडियो के माध्यम से लोगों को फौरन चेतावनी देकर सावधान किया जा सकता है । उसके संचार का क्षेत्र भी समाचार-पत्र की अपेक्षा विस्तृत होता है । उपग्रहों की सहायता से रेडियो प्रसारणों की पहुंच और भी अधिक विस्तृत हो गई है । आप घर में, दफ्तर में, कारखाने में, दुकान में या खेत-खलिहान में कोई भी काम कर रहे हों और आपका रेडियो चलता रह सकता है । रेडियो द्वारा संसार भर की सूचनाएं आप तक पहुँच जाती हैं । इस इलेक्ट्रॉनिक माध्यम की यह बहुत बड़ी विशिष्टता है कि इसका लाभ उठाने के लिये आपको अपने हाथ का काम छोड़ने की आवश्यकता नहीं । आप चाहे कहीं भी हों, सड़क पर हों, बाहर खुले मैदान में, रेल में हैं या बस में, कार्यालय में या कारखाने में, आप रेडियो सुन सकते हैं और समाचार बुलेटिनों के जरिए विभिन्न घटनाओं की तुरन्त जानकारी प्राप्त कर सकते हैं । डी.टी.एच. सेवा से समाचार प्रसारण की व्यापकता और बढ़ गई है ।

9.4 रेडियो समाचार यात्रा

जैसा कि पहले बताया गया है कि भारत में रेडियो समाचार का जन्म रेडियो प्रसारण के श्रीगणेश के साथ ही हो गया था । किंतु समाचार प्रसारण को वास्तविक और अर्थपूर्ण स्वरूप 1936 में मिला जब मुंबई और कोलकाता के बाद दिल्ली में प्रसारण केंद्र खुला । 1936 में ही प्रसारण संगठन को आल इंडिया रेडियो नाम मिला । इससे पहले रेडियो प्रसारण इंडिया ब्राडकास्टिंग कंपनी के नाम से होता था । एक अगस्त 1937 को समाचारों की देखरेख के लिए आल इंडिया रेडियो में सेंट्रल न्यूज आर्गेनाइज का गठन किया गया जो बाद में समाचार सेवा प्रभाग बन गया । मार्च 1939 तक बुलेटिनों की संख्या 3 से बढ़कर 15 हो गई ।

दूसरा विश्वयुद्ध छिड़ने पर नए समाचार बुलेटिन शुरू किए गए । 1939 में अंग्रेजी, हिन्दुस्तानी और बंगाली के अलावा अन्य भाषाओं- तमिल, गुजराती, तेलुगु, मराठी, पश्तू आदि में बुलेटिन प्रसारित किए जाने लगे । बाद में अन्य भाषाओं में भी समाचारों का प्रसारण होने लगा । इस समय दिल्ली से 14 भारतीय भाषाओं में राष्ट्रीय समाचार रिले किए जाते हैं । तीन भाषाओं- सिंधी, कन्नड़ और तेलुगु की इकाइयां क्षेत्रीय केंद्रों में स्थानांतरित की जा चुकी हैं । कुछ अन्य इकाइयों को भी क्रमश: क्षेत्रीय केंद्रों को भेजने का प्रस्ताव है । नवम्बर 1939 में मानीटरिंग सेवा आरंभ की गई जो विदेशी प्रसारण संगठनों के समाचार ग्रहण करती थी । आजादी के

बाद आकाशवाणी के केंद्रों के साथ-साथ समाचार बुलेटिनों की संख्या में तेजी से बढ़ोतरी हुई । इस समय आकाशवाणी का समाचार सेवा प्रभाग 82 भारतीय भाषाओं/बोलियों तथा विदेशी भाषाओं में 52 घंटों की अवधि के 509 बुलेटिन प्रसारित करता है । एफ.एम. चैनलों पर भी विभिन्न अवधियों के समाचार बुलेटिन प्रसारित होते हैं ।

9.4.1 विदेश समाचार

विदेश समाचार बुलेटिन दूसरे महायुद्ध के कारण आरंभ किए गए । शुरू में विदेश प्रसारण समाचार संगठन का ही हिस्सा था । 1948 में स्वतंत्र विदेश सेवा प्रभाग का गठन हो गया । किंतु विदेश सेवा में प्रसारित होने वाले समाचार बुलेटिन मूल रूप से आज तक समाचार सेवा प्रभाग बनाता है । पहला विदेश समाचार बुलेटिन 4 दिसंबर 1939 को फारसी भाषा में प्रसारित हुआ । बाद में अन्य भाषाओं में भी बुलेटिन शुरू होते गए । 15 अगस्त 1947 को 31 विदेश बुलेटिन प्रसारित हो रहे थे । धीरे-धीरे इनमें अन्य भाषाओं के बुलेटिन जुड़ते गए और इस समय विदेश सेवा के तहत 26 भारतीय और विदेशी भाषाओं में 9 घंटे की अवधि के 65 समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं ।

9.4.2 क्षेत्रीय समाचार

जैसा कि पहले पढ़ चुके हैं आजादी के समय तीन नगरों दिल्ली, मुंबई और कोलकाता से सिर्फ तीन भाषाओं में समाचार सुनाए जाते थे । किंतु 1950 के दशक में विभिन्न केंद्रों पर क्षेत्रीय समाचार इकाइयां स्थापित की गई जहां से स्थानीय भाषाओं में बुलेटिनों का प्रसारण शुरू किया गया । इस अभियान की शुरुआत 1953 में लखनऊ और नागपुर से हुई । अगले साल कोलकता, मुंबई और चेन्नई से भी क्षेत्रीय समाचार बुलेटिन प्रसारित होने लगे । इस समय 44 क्षेत्रीय समाचार इकाइयां स्थानीय भाषाओं, बोलियों में खबरें प्रसारित करती हैं । कुछ केंद्रों से विदेश बुलेटिन भी प्रसारित किए जाते हैं । लगभग सभी राज्यों और केंद्र शासित प्रदेशों से बुलेटिन प्रसारित हो रहे हैं ।

9.4.3 अन्य समाचार

समाचार प्रसारण की घरेलू सेवा में सामान्य बुलेटिनों के साथ-साथ विशिष्ट श्रोताओं के लिए तथा खास अवसरों पर विशिष्ट बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं । दिल्ली से प्रतिदिन शाम को अंग्रेजी और हिंदी में खेल समाचार प्रसारित किए जाते हैं । इसी तरह युववाणी चैनल पर युवा वर्ग की रूचि और महत्व के समाचारों के युवा बुलेटिन का प्रसारण होता है । एफ.एम. गोल्ड पर खेल प्रेमियों के लिए 15 मिनट का स्पोर्ट्स्कैन और व्यापारिक मामलों में दिलचस्पी रखने वाले श्रोताओं के लिए 15 मिनट का मार्केट मंत्र कार्यक्रम होता है । इनमें समाचारों के साथ-साथ विशेषज्ञों से बातचीत होती है और फोन लाइन पर श्रोताओं से सीधे संपर्क किया जाता है । ये दोनों बुलेटिन एफ.एम. गोल्ड के अत्यंत लोकप्रिय कार्यक्रमों में शुमार हैं ।

इनके अलावा बजट पेश होने और लोकसभा व विधानसभाओं के चुनावों के मौके पर विशेष बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं । संसद के अधिवेशन के दौरान नई दिल्ली से संसद-समीक्षा और राज्य विधानसभाओं के सत्रों के दौरान संबंधित क्षेत्रीय इकाइयों द्वारा विधानमंडल समीक्षा प्रसारित होती है । प्राकृतिक आपदा के दौरान पीड़ित लोगों के लिए विशेष बुलेटिन पेश किए जाते हैं । सार्क देशों के लिए दिल्ली से हर रविवार को विशेष सार्क बुलेटिन प्रसारित किया जाता है ।

9.4.4 समसामयिक कार्यक्रम

समाचार सेवा प्रभाग समाचारों के साथ-साथ उन पर आधारित वार्ताएं, टिप्पणियां, अंग के रूप में भी हो सकती हैं और स्वतंत्र कार्यक्रम के रूप में भी । सवेरे के मुख्य बुलेटिनों में समाचार-पत्रों की सुर्खियां प्रसारित की जाती हैं तो दोपहर और शाम के बुलेटिनों में समाचार फीचर या वार्ताएं शामिल की जाती हैं । स्वतंत्र रूप से 'सामयिकी और स्पाटलाइट वार्ताएं', प्रतिदिन और 'चर्चा का विषय है तथा करेंट अफेयर्स' कार्यक्रम साप्ताहिक आधार पर प्रसारित किए जाते हैं । चुनाव जैसे अवसरों पर विशेष परिचर्चाओं और लाइव रेडियो ब्रिज कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है । विदेश बुलेटिनों और कुछ भाषाई बुलेटिनों में भी कमेंटरी का प्रसारण होता है ।

बोध प्रश्न - 1

1. रेडियो समाचार के महत्व को स्पष्ट कीजिए ।

   ……

   ……

2. आकाशवाणी से प्रसारित होने वाले समाचारों का संक्षेप में वर्गीकरण कीजिए ।

   ……

   ……

3. क्षेत्रीय बुलेटिन कब शुरू हुए और उनकी क्या उपयोगिता है?

   ……

   ……

4. आकाशवाणी के समसामयिक कार्यक्रमों पर टिप्पणी लिखिए ।

   ……

   ……

9.5 आकाशवाणी का समाचार तंत्र

आपने अब तक जाना कि आकाशवाणी का समाचार तंत्र लगभग 60 साल से नवीनतम घटनाओं की खबरें और उन पर वैचारिक प्रतिक्रियाएं और विश्लेषण देश-विदेश के श्रोताओं तक पहुंचा रहा है । आपने यह भी पढ़ा कि देशभर में फैली क्षेत्रीय समाचार इकाइयों से स्थानीय भाषाओं में क्षेत्रीय महत्व के समाचार प्रसारित किए जाते हैं । इन सभी समाचार बुलेटिनों तथा वार्ता कार्यक्रमों के संयोजन, संकलन, लेखन व संपादन का विराट कार्य जो संगठन संभालता है,

वह है समाचार सेवा प्रभाग । जब हम समाचार लेखन की बात करते हैं तो उसमें समाचार प्राप्त करना, उसकी स्क्रिप्ट बनाना, उसका संपादन करना, रिकार्डिग करना, वायस ओवर करना आदि प्रक्रियाएं शामिल हैं । समाचारों के लेखन, संकलन, संपादन को समझने के लिए समाचार सेवा प्रभाग के स्वरूप तथा उसकी कार्य पद्धति को जानना आवश्यक

9.5.1 समाचार सेवा प्रभाग

समाचार सेवा प्रभाग आकाशवाणी का एक स्वतंत्र विभाग है जो महानिदेशक (समाचार) के निर्देशन में काम करता है । यह आजादी से पहले ही एक अलग विभाग के रूप में कार्यरत है । हिंदी, अंग्रेजी और भारतीय व विदेशी भाषाओं के लिए सभी तरह के समाचारों का संकलन, संपादन इसी प्रभाग के संपादक करते हैं । क्षेत्रीय समाचार इकाइयां भी इसी प्रभाग के निर्देशन में काम करती हैं । विदेश प्रसारण सेवा के अन्तर्गत प्रसारित होने वाले समाचार बुलेटिन भी समाचार सेवा प्रभाग तैयार करता है । विशेष अवसरों पर विशेष बुलेटिन भी इसी प्रभाग द्वारा प्रसारित किए जाते हैं । 1937 में सेंट्रल न्यूज आर्गेनाइजेशन बना जो बाद में समाचार सेवा प्रभाग में बदल गया ।

समाचार प्रसारण की प्रक्रिया मोटे तौर पर तीन स्तरों पर चलती हैं । ये हैं समाचारों का संकलन, संपादन और प्रसारण या प्रस्तुतीकरण । इन सभी क्रियाओं की धुरी है समाचार कक्ष ।

9.5.2 समाचार कक्ष (जी.एन.आर.)

आकाशवाणी से प्रसारण सभी बुलेटिनों का केन्द्र जनरल न्यूज रूम(जी.एन.आर.) है । यह आकाशवाणी के समाचार तंत्र की धुरी है । चौबीस घंटे काम करने वाले इस कक्ष के बारे में कहा जाता है कि इसकी ट्यूबलाइटें पिछले लगभग 65 साल से कभी बुझी नहीं हैं ।

9.5.3 पूल व्यवस्था

यहां पर चार पारियों में काम होता है और हर पारी को समाचारों का एक पूल तैयार करती है । जैसे प्रात:पूल, दोपहर पूल, सायं पूल और रात्रि पूल । इसके बाद पूल बुलेटिनों के समाचारों का स्रोत होता है जो समाचार पूल में शामिल कर लिए जाते हैं केवल वही समाचार विभिन्न बुलेटिनों के संपादकों द्वारा अपने-अपने बुलेटिनों की आवश्यकता के अनुरूप इस्तेमाल किए जा सकते हैं । जी.एन.आर. में पूल व्यवस्था 1947 में शुरू हुई । पूल के लिए समाचारों का चयन करते समय यह ध्यान रखा जाता है कि समाचार निष्पक्ष और दलगत विचारों से रहित होना चाहिये । इसमें तथ्यात्मक और वर्णनात्मक विवरण हो न कि उत्तेजक । रेडियो सनसनीखेज खबरें प्रसारित करके दहशत और सनसनी फैलाने से सदा बचता है । इसलिये रेडियो संवाददाता को अपराध, यौन जनित और व्यर्थ के विवादों से दूर रहना चाहिए । राष्ट्रीय महत्व को ध्यान में रखते हुए उसे सांस्कृतिक, सामाजिक और साहित्यिक क्षेत्र में

विस्तृत गवेषणा का प्रयास करना चाहिये । समाचार संक्षिप्त, साधारण और दिलचस्प हो । विषय इतना स्पष्ट हो कि श्रोता सुनकर असमंजस में न पड़े ।

समाचारों में ऐसे विवरणों की पूर्ण उपेक्षा की जानी चाहिये जो तुच्छ, अनुपयुक्त, गैर-जिम्मेदार, खतरनाक और द्विअर्थी हों । पुराने, घटिया प्रकार के तथा प्रचारात्मक और विज्ञापनपरक समाचारों को रेडियो पर देने से पूर्ण रूप से बचना चाहिए ।

आकाशवाणी आचार संहिता और दिशा-निर्देशों का पालन करते हुए, रेडियो समाचारों में मित्र देशों की आलोचना, किसी धर्म या जाति पर प्रहार नहीं किया जाना चाहिये, जिससे किसी जाति विशेष या समुदाय के व्यक्तियों में उग्रता या वैमनस्य उत्पन्न हो । कोई आपत्तिजनक, मानहानिपूर्ण कटुता पैदा करने वाला या कानून की व्यवस्था भंग करने वाला अथवा न्यायालय की मान-हानि करने वाला,

राष्ट्रपति, राज्यपाल और न्यायपालिका पर लांछन लगाने वाला अथवा किसी विशिष्ट राजनीतिक दल पर प्रहार करने वाला समाचार नहीं होना चाहिये । व्यक्ति विशेष, संस्था विशेष अथवा व्यावसायिक संस्था के प्रचारात्मक समाचार को महत्व देना भी बिलकुल उचित नहीं है । इसका अर्थ यह नहीं कि इस प्रकार की घटनाओं को समाचार बुलेटिनों में सम्मिलित ही न किया जाये, किन्तु यह आवश्यक है कि इनमें सावधानी एवं संयम से काम लिया जाये ।

9.5.4 हिंदी पूल

जी.एन.आर. के विस्तार के रूप में हिंदी समाचार कक्ष और भारतीय भाषा समाचार इकाइयां हैं । हिंदी समाचार कक्ष भी जी.एन.आर. की तरह चार पारियों में काम करता है और यहां जी.एन.आर. से प्राप्त समाचारों तथा संवाददाताओं व हिंदी संवाद समितियों के प्राप्त समाचारों के आधार पर स्वतंत्र हिंदी पूल तैयार होता है । इसी पूल में शामिल आइटम हिंदी के विभिन्न बुलेटिनों में लिए जाते हैं । हिंदी में पूल व्यवस्था वर्ष 1993 में प्रारंभ हुई ।

भारतीय भाषाओं के बुलेटिन पहले अंग्रेजी में जी.एन.आर. में तैयार होते हैं और विभिन्न भाषाओं के समाचार वाचक अपनी भाषा में उनका अनुवाद करके उन्हें प्रसारित करते हैं । इनमें हिंदी पूल के आइटम भी इस्तेमाल किए जाते हैं ।

समसामयिक कार्यक्रमों के लिए समाचार वार्ता एकांश है जो अंग्रेजी व हिंदी में सम सामयिक कार्यक्रमों का संयोजन, संपादन, रिकार्डिंग आदि का काम देखती हैं ।

9.6 समाचारों के स्रोत

समाचारों के कई स्रोत हैं । केन्द्र सरकार का पत्र सूचना कार्यालय, राज्य सरकारों के सूचना एवं जनसंपर्क विभाग, अन्य सरकारी विभाग, प्रमुख संगठनों द्वारा जारी की जाने वाली विज्ञप्तियां आदि समाचारों के स्रोत हैं । विभिन्न विभागों और राजनीतिक तथा गैर राजनीतिक संगठनों द्वारा आयोजित पत्रकार सम्मेलनों और प्रेस ब्रीफिंग से विभिन्न गतिविधियों की जानकारी दी जाती है । पुलिस नियंत्रण कक्ष, न्यायालयों आदि से निश्चित प्रकार के समाचार

प्राप्त किये जा सकते हैं । संसद और विधानसभाओं के अधिवेशन, श्रमिक संगठन, औद्योगिक प्रतिष्ठान, समाज सेवी संस्थाएं और साहित्यिक-सांस्कृतिक संस्थाएं आदि भी समाचारों के स्रोत हैं ।

इसके अलावा देश और विदेशों की प्रमुख समाचार एजेंसियां समाचार की बहुत बड़ी स्रोत हैं । समाचार कक्ष पी.टी.आई, भाषा, यू.एन.आई., यूनीवार्ता जैसी संवाद समितियों का भरपूर इस्तेमाल करता है ।

आकाशवाणी के अपने संवाददाता सबसे विश्वसनीय और सुदृढ़ स्रोत हैं । समाचार सेवा प्रभाग के देश भर में लगभग 90 नियमित संवाददाताओं के अलावा लगभग 400 अंशकालिक संवाददाता ताजा घटनाओं की सूचनाएं भेजते रहते हैं । मुख्यालय में अलग से रिपोर्टिंग इकाई काम करती है । विदेशों में भी आकाशवाणी के संवाददाता नियुक्त हैं ।

एक जिम्मेदार समाचार संगठन के प्रतिनिधि के नाते संवाददाताओं को कई सावधानियां बरतनी पड़ती हैं । संवाददाता को समाचार की विश्वसनीयता की जांच करने के उपरान्त ही समाचार देना चाहिए । प्राकृतिक आपदाओं जैसे सूखा, बाढ़ आदि के समाचार इस प्रकार दिये जाएं जिससे लोगों का मनोबल नहीं गिरे तथा उनको राहत संबंधी कार्यो आदि की पूरी जानकारी मिले । मृत्यु संबंधी समाचार के साथ उस व्यक्ति की, संक्षिप्त जीवनी देना भी जरूरी है । समाचार संकलन करते समय प्रसारण संगठन की नीति और आचार संहिता का पालन आवश्यक है । आकाशवाणी समाचारों की भूमिका तटस्थ और रचनात्मक रहनी चाहिए ।

9.7 रेडियो समाचारों का लेखन व संपादन

समाचारों का संकलन और लेखन एक दूसरे से जुड़ा हुआ है । इस प्रक्रिया में यह ध्यान रखना जरूरी है कि समाचार सुनने योग्य होने चाहिए न कि पढ़ने योग्य । रेडियो पर प्रसारित समाचार एक बार सुनने में ही समझ में आ जाए क्योंकि समाचारपत्र में प्रकाशित समाचार को कई बार पढ़ा जा सकता है । लेकिन रेडियो पर प्रसारित समाचार पर यह बात लागू नहीं होती । समाचार की प्रस्तुति इस प्रकार होनी चाहिए कि श्रोता यह अनुभव कर सके कि घटना उसके सामने घट रही है ।

9.7.1 श्रव्यता

रेडियो एक अदृश्य समाचारपत्र के समान है और उसका संपादक ऐसे विषय के समाचारों का चयन करता है जो कि अधिकाधिक सुनने वालों का ध्यान आकर्षित करे । रेडियो के समाचार एक ही स्थान पर कई लोग सुन सकते हैं, जिनमें बूढ़े और युवा, बालक और बालिकाएं, पढ़े-लिखे और अनपढ़ सभी प्रकार के लोग हो सकते हैं । संपादक को ऐसे सभी श्रोताओं की समझ तथा दिलचस्पी को ध्यान में रखना पड़ता है । अगर कोई समाचार किसी पुराने समाचार पर आधारित हो तो पूर्व घटित घटना की पृष्ठभूमि को ध्यान में रखना आवश्यक है ।

रेडियो के समाचार लेखक को शब्द बोलने व लिखने में जो अन्तर है, उसका ध्यान रखना पड़ता है । उसमें उलझे हुए मामलों को श्रोताओं के लिए आसान रूप में प्रस्तुत

करने की क्षमता होनी चाहिए । रेडियो में समाचार कानों के लिए लिखना होता है न कि आखों के लिये ।

समाचार लिखने से पहले उसकी पृष्ठभूमि को जानना आवश्यक है । साथ ही, समाचार में रेडियो के श्रोता के लायक समाचार तत्व की पहचान करना महत्वपूर्ण है । समाचार लेखन एक विशिष्ट कला है । श्रेष्ठ समाचार वही हो सकता है जो सूचनात्मक हो तथा उसमें तथ्यों को इस तरह संकलित किया गया हो कि पाठक घटित घटना का विवरण, सही परिप्रेक्ष्य में समझ सके । समाचार लेखक अपनी विशेष पत्रकारीय तकनीक का प्रयोग कर उसे रोचक तथा प्रभावी बना देता है । अत: समाचार लिखने के लिये समाचार तत्व के अतिरिक्त संवेदनशीलता, कल्पनाशीलता, रचनात्मकता जैसे गुणों का होना आवश्यक है ।

9.7.2 निष्पक्षता और सरलता

रेडियो संवाददाता और संपादक को अपने क्षेत्र की गहन जानकारी तो होनी ही चाहिए, साथ ही उसके लिए सामाजिक परिवर्तन के दौर में मनोवैज्ञानिक आधार और मनुष्य की प्रकृति को जानना और समझना अनिवार्य है । उसमें शीघ्र और सही निष्कर्ष निकालने की योग्यता यानी प्रत्युत्पन्नमति होना जरूरी है । साथ ही सूचना देने वालों द्वारा दी गई सूचना की जांच करने की क्षमता भी होनी चाहिए । उसमें अफवाहों को पहचानने की भी समझ होनी चाहिए । यह भी आवश्यक है कि वस्तुपरकता, सत्यता, स्पष्टता और सुरूचि को भी ध्यान में रखा जाए । समाचारों में सच्चाई हो, किसी पूर्वाग्रह या पक्षपात से समाचार नहीं लिखा जाए । समाचार को समझने में श्रोताओं को कठिनाई नहीं होनी चाहिए । समाचार में तारतम्य बनाए रखना भी बहुत आवश्यक है । समाचार लिखते समय क्या, कहां, कब, कौन और कैसे, (Five W's and H) का पारंपरिक नियम भी ध्यान में रखना आवश्यक है । रेडियो समाचारों में समय की कमी के कारण समाचार संक्षिप्त रूप में देना होता है ।

9.7.3 मर्यादा

संसदीय और विधानसभा के समाचारों के लेखन और संपादन में बहुत सावधानी बरतने की आवश्यकता है । समाचार इस प्रकार दिया जाए जिससे संसद या विधानसभा या विधान परिषद की मर्यादा का उल्लंघन नहीं हो । समाचार में ऐसी कोई बात नहीं हो जिससे, सदस्यों के विशेषाधिकार का हनन हो । संसद और विधानसभाओं की कार्यवाही का समाचार लिखते समय निष्पक्षता की ओर विशेष ध्यान देना आवश्यक है । इसी तरह की सावधानी रक्षा और विदेश मंत्रालय तथा अदालती कार्रवाई से जुड़ी खबरों में बरतनी पड़ती है । संविधान की मर्यादाओं का ध्यान रखना भी आवश्यक है ।

9.7.4 समाचार की संरचना

समाचार मुख्यतया तीन भागों में बंटा होता है- आमुख (इंट्रो या लीड), मध्य तथा अंत भाग । इनमें सबसे महत्वपूर्ण इंट्रो है । इंट्रो संक्षिप्त लेकिन सारपूर्ण होना चाहिए । इंट्रो समाचार का पूर्वाभास कराता है, अत: यह इस प्रकार लिखा जाए कि श्रोता पूरा समाचार सुनना चाहे । समाचारों के मध्य भाग में श्रोता को समाचार विशेष की मुख्य-मुख्य घटनाओं, तथ्यों आदि की संक्षिप्त जानकारी कराई जानी चाहिए । समाचार के अंत में सबसे कम महत्व की बात हो, जिससे अगर वह अंश समयाभाव के कारण पढ़ा नहीं जा सके तब भी श्रोता को समाचार अधूरा नहीं लगे और पूरी बात समझ में आ जाए ।

बोध-प्रश्न-2

1. आकाशबाणी के समाचार कक्ष का क्या कार्य है?

   ……

   ……

2. समाचार के स्रोत कौन-कौन से हैं?

   ……

   ……

3. रेडियो समाचारों के लेखन में किन बातों का ध्यान रखना आवश्यक है?

   ……

   ……

4. पूल व्यवस्था का क्या उद्देश्य है?

   ……

   ……

5. समाचार की संरचना का वर्णन कीजिए ।

   ……

   ……

9.8 रेडियो समाचारों की भाषा

जैसा कि आप पढ़ चुके हैं कि रेडियो समाचारों को कम पढ़े तथा एकदम निरक्षर लोग भी सुन सकते हैं, इसलिए इनमें भाषा का बहुत महत्व है । यदि भाषा जटिल और बोझिल होगी तो कौन उसे ध्यान से सुनेगा । इसलिए समाचारों की भाषा सरल और सब तरह के श्रोताओं को समझ में आने वाली होनी चाहिए । सरल भाषा को सामान्य तथा विद्वान, निरक्षर तथा साक्षर और बच्चे व बड़े समान रूप से समझ लेते हैं । प्रसारित समाचार मुद्रित सामग्री की भांति नहीं होता, जिसका कोई अंश समझ न आने पर पिछले पृष्ठ को पलट कर संदर्भ जोड़ सकते हैं अथवा कठिन शब्द का अर्थ जानने के लिए शब्दकोश के पृष्ठ उलट सकते हैं । न ही श्रोता इस स्थिति में होता है कि किसी विद्वान या ज्ञानी व्यक्ति से परामर्श कर सके । एक बार

जो वाक्य अथवा शब्द प्रसारित हो गया, वह हवा के झोंके की भांति आगे निकल जाता है । इसलिए सफल समाचार प्रसारण की बुनियादी आवश्यकता है भाषा की सरलता ।

9.8.1 शब्द चयन

अब प्रश्न यह है कि सरल भाषा का स्वरूप क्या हो? हिन्दी को ही लें । एक मत यह है कि उर्दू के वक्त, फिक्र, महसूस, मौजूद, कसम, अफसोस, खुशी, सदी, सिलसिला, कर्ज, खास, जोखिम, तालीम, दावत, चीज, फिजूल जैसे शब्दों का हिन्दी के समाचारों या वार्ताओं में प्रयोग किया जाए । दूसरा पक्ष यह है कि हिन्दी क्योंकि संस्कृत से निकली है तथा अन्य भारतीय भाषाएं भी संस्कृत के निकट हैं, अत: संस्कृतनिष्ट शब्द यथा उन्मूलन, मानचित्र, प्रोत्साहन, यथावश्यक, वस्तुस्थिति, सर्वेक्षण, प्रावधान, विश्वसनीय, परिस्थिति, शताब्दि, उपस्थित, क्रमश: निमन्त्रण, स्वतंत्रता, प्रकोष्ठ, परिवर्तन, सर्वाधिक, विश्लेषण तथा इसी प्रकार के शब्द प्रयोग किए जाएं । वास्तव में दोनों पक्ष अपनी-अपनी जगह सही हैं । किन्तु भाषा की सरलता और श्रव्यता का मापदण्ड है उसका अधिक से अधिक लोगों द्वारा बोला व समझा जाना और बोलचाल में प्रयुक्त किया जाना । इसलिए उर्दू के जो शब्द हिन्दी में बोलचाल के अंग बन गए हैं, उनका प्रयोग करना यथेष्ट है तथा संस्कृत के जो शब्द लम्बे समय से प्रयोग में आ रहे हैं, उन्हें लेना हितकर है ।

उदाहरण के लिए "प्रोत्साहन", और "बढ़ावा", "विशेष" और "खास", "भाग लिया", तथा "हिस्सा लिया", "उपस्थित" तथा "हाजिर", "उत्तर" तथा "जवाब", "प्रयास" तथा "कोशिश", "प्रसन्नता" तथा "खुशी" दोनों प्रकार के शब्दों का प्रयोग किया जा सकता है । आधार है शब्द का प्रचलित होना । समाचार के लेखक और संपादक से यह अपेक्षित है कि उसे इस बात का ज्ञान हो कि कौन से शब्द सामान्य व्यक्ति द्वारा समझे जा सकते हैं । यही कारण है कि आकाशवाणी में "किन्तु", "अपितु", "'एवं" "अन्यथा" "यद्यपि" "यदि" "तथापि" की बजाय क्रमश: लेकिन, बल्कि, और नहीं तो, हालांकि, "अगर", "तो भी" आदि का प्रयोग अधिक होता है । इसी प्रकार "उपरांत," "'पश्चात्", "'पूर्व", "सम्मुख", पुन: के स्थान पर "बाद", "पहले", "सामने", "फिर" शब्दों के प्रयोग को बेहतर माना जाता है । शब्दों का चयन करते समय यह भी ध्यान रखा जाता है कि इन्हें बोलने के लिए वाणी को प्राणायाम न करना पड़े । उदाहरण के लिए पुनरोत्थान, प्रणय, विशिष्टता जैसे शब्दों से बचा जाना चाहिए ।

ऐसी ही समस्या अंग्रेजी शब्दों को लेकर पैदा होती है । कसौटी अंग्रेजी शब्दों के बारे में भी यही है कि अधिक से अधिक लोग समझ सकें तथा भाषा की आत्मा भी नष्ट न हो । बटन, टेलीफोन, रेल, कम्प्यूटर, पुलिस, साईकिल, बस, कार, स्कूटर, कापी, पेंसिल, पेन, रेडियो, टेलीविजन, बजट, फोटो जैसे अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग समाचारों में सहज रूप से किया जा सकता है । लेकिन कभी-कभी अंग्रेजी शब्दों के अंधाधुंध प्रयोग से अपनी भाषा को पहचानना मुश्किल हो जाता है । ऊपर हमने अनेक अंग्रेजी

शब्दों का उल्लेख किया है जो बोलचाल में हिन्दी शब्दों के अपने शब्द बन चुके हैं । दूसरी ओर ऐसे शब्द भी हैं, जो अंग्रेजी तथा हिन्दी शब्दों को मिलाकर बने हैं । न वे पूरी तरह अंग्रेजी शब्द हैं और न ही तद्भव हैं । यह हैं, रेलगाड़ी, टेलीफोन केन्द्र, बस अड्डा, डाक टिकट आदि । यहां यह ध्यान रखने की बात है कि एक भी समाचार या बुलेटिन में किसी शब्द का बार-बार प्रयोग करना रोचकता में बाधक होता है । इसलिए किसी अर्थ में एक बार हिन्दी शब्द और दूसरी बार उसका प्रचलित अंग्रेजी पर्याय इस्तेमाल कर लिया जाता है । उदाहरण के लिए थाना और पुलिस स्टेशन, स्कूल तथा विद्यालय, कालेज और महाविद्यालय, प्रेस और समाचारपत्र, बिल और विधेयक, समिति और कमेटी, इकाई और यूनिट, बेझिझक प्रयोग किए जाते हैं । किन्तु इसका मतलब यह नहीं कि विश्वविद्यालय के स्थान पर यूनिवर्सिटी, कर्मचारी के लिए एम्प्लाई, सदस्य के लिए मेम्बर, अस्वीकार की बजाय रिजेक्ट, खिलाड़ी की जगह प्लेयर या पुलिस चौकी के स्थान पर पुलिस पोस्ट शब्द भी इस्तेमाल किए जा सकते हैं । समस्या तब आती है जब ऐसे अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग करना हो जिनका अपनी भाषा में कोई पर्याय प्रचलित ही न हो । उस शब्द की संक्षिप्त व्याख्या सहित मूल शब्द भी साथ में बोलना चाहिए ताकि श्रोता अर्थ भी समझ ले और नए शब्द से भी परिचित हो जाए ।

9.8.2 वाक्य रचना

शब्द भाषा की मूल इकाई है, परन्तु वाक्यों से पृथक उनका कोई अस्तित्व नहीं होता । इसलिए वाक्य ऐसे लिखे जाएं, जो सीधे श्रोता की समझ रूपी झोली में चले जाएं । श्रोता को वाक्य का अर्थ निकालने के लिए बौद्धिक कसरत न करनी पड़े । वाक्य यदि जटिल होंगे तो सरल शब्दों की नियति कीचड़ में गिरे फूलों से अधिक नहीं होगी । इसके लिए सबसे बड़ी आवश्यकता है वाक्यों का छोटा होना । लम्बे वाक्यों में उलझा देने से श्रोता अर्थ का अनर्थ समझ लेगा तथा प्रसारण का लक्ष्य ही विफल हो जाएगा । जिस बात को मुद्रित या लिखित माध्यम में एक वाक्य में कह कर चमत्कार उत्पन्न करने का प्रयास किया जाता है, उसे सरल और सुबोध बनाने के लिए प्रसारण माध्यम में दो या तीन वाक्यों में कहा जा सकता है । इसका उदाहरण देखें, "राष्ट्रपति ने आज पटना विश्वविद्यालय के दीक्षांत समारोह में युवकों से समय की चुनौती का डटकर मुकाबला करने का आह्वान किया तथा लोगों को अलगाववादी शक्तियों से सावधान रहने की चेतावनी दी ।" संवाद समिति द्वारा लिखित इस वाक्य में व्याकरण की दृष्टि से कोई त्रुटि नहीं है और न ही इसमें बहुत कठिन शब्दों का प्रयोग किया गया है । परन्तु यह वाक्य प्रसारण के लिए ठीक नहीं है । आकाशवाणी का संपादक इस समाचार को इस प्रकार बनाएगा, "राष्ट्रपति ने लोगों से कहा है कि वे अलगाववादी शक्तियों से सावधान रहें । वे आज पटना विश्वविद्यालय के दीक्षान्त समारोह में बोल रहे थे । उन्होंने युवकों को समय की चुनौती का डटकर मुकाबला करने का भी आह्वान किया ।"

कई बार वाक्य छोटे तो होते हैं, किन्तु उनकी रचना इतनी जटिल होती है कि समझने के लिए मस्तिष्क पर दबाव डालना पड़ता है । किसी समाचारपत्र में छपा यह वाक्य सही लगता है वित्तमंत्री श्री चिदम्बरम् के बजट ने कर सुधारों के युग का सूत्रपात करके अर्थव्यवस्था को नई दिशा दी है, जो तीन दशकों से बनी हुई उस "'स्थिति के विपरीत" है, जिसकी समाजवाद के विरोधी "परमिट कोटा राज" कह कर निन्दा करते रहे हैं ।

यह वाक्य बहुत बड़ा नहीं है, किन्तु जटिल होने के कारण सुनने पर तत्काल समझ में नहीं आता । इसे सरल बनाने के लिए दो वाक्यों में तोड़ना हितकर है । हालांकि कम समय में अधिक बात कहना प्रसारण का मूल सिद्धान्त है किन्तु अस्पष्ट तथा अबूझ बात कहना तो समय की ही बर्बादी है । इसलिए समाचार को सुबोध बनाने के लिए यदि कुछ सैकिंड अधिक खर्च करने पड़ें तो संकोच नहीं करना चाहिए । इस वाक्य को रेडियो संपादक यों कहेगा; श्री चिदंबरम के बजट से अर्थव्यवस्था में कर सुधारों के युग का सूत्रपात हुआ है । यह नई दिशा पिछले तीन दशकों से चले आ रहे परमिट कोटा राज के विपरीत है ।

9.8.3 अनुवाद की चुनौती

आकाशवाणी को समाचार समितियों तथा अन्य स्रोतों से सूचनाएं अंग्रेजी में भी मिलती हैं । अंग्रेजी में प्राप्त समाचारों का हिन्दी में अनुवाद करना होता है । अनुवाद करते समय यह बात ध्यान रखने योग्य है कि प्रत्येक भाषा की एक स्वतंत्र प्रकृति तथा शैली होती है और उसमें भाव व्यंजना की कुछ विशिष्ट प्रणालियां होती हैं । अनुवाद वस्तुत: वही अच्छा होता है, जिसमें मूल की सब बातें ज्यों की त्यों आ जाएं । अनुवाद में, दूसरा गुण यह होना चाहिए कि वह कहीं से अनुवाद न जान पड़े । सब प्रकार से मूल का आनन्द दे । वाक्य रचना को अंग्रेजी के प्रभाव से बचाना चाहिए । उक्त दोनों गुणों में से पहला गुण उस भाषा के ठीक-ठीक ज्ञान पर आश्रित है जिससे अनुवाद किया जाता है, और दूसरा गुण इस भाषा की प्रकृति या स्वरूप के उत्कृष्ट ज्ञान से प्राप्त होता है जिसमें अनुवाद किया जाता है । अनुवाद करते समय शब्दार्थों की ओर अधिक ध्यान न देकर भावार्थ की ओर अधिक ध्यान देना चाहिए ।

9.9 सारांश

इस पाठ में हमने आपको समाचारों के व्यापक रूप तथा रेडियो समाचारों की विशिष्टता और महत्व के बारे में बताया । आपने यह भी जाना कि भारत में साक्षरता दर कम है इसलिए रेडियो लोगों को विभिन्न घटनाओं, योजनाओं, नीतियों, कार्यक्रमों, की तुरन्त और सही जानकारी का मुख्य माध्यम है ।

आकाशवाणी के समाचार सेवा प्रभाग का संक्षिप्त विवरण देते हुए बताने का प्रयास किया गया कि समाचारों का संकलन कैसे किया जाता है तथा उसके लेखन और सम्पादक की मूलभूत आवश्यकताएं क्या है? रेडियो समाचारों में ऐसी बातें नहीं आनी चाहिए जिससे संविधान प्रदत्त

संस्थाओं और संवैधानिक पदों की मर्यादा को ठेस पहुंचे । रेडियो में सनसनीखेज और भड़काने वाले समाचार प्रसारित नहीं किये जाने चाहिए ।

रेडियो की भाषा सरल और आसानी से समझ में आने वाली होनी चाहिए । रेडियो समाचार श्रवण योग्य होने चाहिये क्योंकि वे कानों के लिये लिखे जाते हैं न कि आखों के लिये । भाषा शुद्ध हो और इसमें व्याकरण की कोई गलती नहीं हो, अनुवाद करते समय भाषा को कृत्रिम और दुरूह होने से बचाना चाहिए । बोलचाल की भाषा ही रेडियो की भाषा है ।

9.10 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया - डॉ. देवव्रत सिंह, प्रभात प्रकाशन, दिल्ली, 2007
2. समाचार : अवधारणा और लेखन प्रक्रिया - प्रोफेसर सुभाष धूलिया एवं आनंद प्रधान, सम्पा.
3. भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली, 2004
4. रेडियो प्रसारण - कौशल शर्मा, प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली, 2004
5. प्रसारण पत्रकारिता - डा. सुरेश यादव, मध्यप्रदेश हिन्दी ग्रंथ अकादमी, भोपाल, 2004
6. क्राइम रिपोर्टर - हर्षदेव, भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली, 2005
7. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन - प्रोफेसर रमेश जैन, मंगल दीप पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली, 2004

9.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. रेडियो समाचारों के महत्व पर एक सारगर्भित टिप्पणी लिखिए ।
2. रेडियो समाचारों के लेखन व संपादन के मुख्य पहलुओं पर प्रकाश डालिए ।
3. रेडियो समाचारों के लेखन में किन मर्यादाओं को ध्यान में रखना आवश्यक है?
4. समाचार कक्ष की कार्य प्रणाली का वर्णन कीजिए ।
5. रेडियो समाचारों की भाषा पर संक्षिप्त लेख लिखिए ।

इकाई-10

रेडियो लेखन के सिद्धांत

इकाई की रूपरेखा

10.0 उद्देश्य

10.1 प्रस्तावना

10.2 रेडियो प्रसारण के उद्देश्य

10.3 रेडियो की विशिष्टता

10.4 रेडियो लेखन की सीमाएं और संभावनाएं

- 10.4.1 रेडियो लेखन की परंपरा
- 10.4.2 रेडियो की भाषा
- 10.4.3 आचार संहिता

10.5 रेडियो लेखन के आयाम

- 10.5.1 समाचार
- 10.5.2 वार्ता
- 10.5.3 परिचर्चा
- 10.5.4 साहित्यिक रचनाएं
  - 10.5.4.1 कहानी
  - 10.5.4.2 कविता
- 10.5.5 प्रहसन
- 10.5.6 रेडियो रूपक
- 10.5.7 रेडियो नाटक

10.6 संगीत के लिए लेखन

- 10.6.1 गीतमाला 1
- 10.6.2 गीतों भरी कहानी
- 10.6.3 संगीत सभाएं

10.7 उद्घोषणाएं

- 10.7.1 सूचनाएं
- 10.7.2 संदेश
- 10.7.3 स्लोगन/प्रोमो

10.8 सारांश

10.9 कुछ उपयोगी पुस्तकें

10.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

10.1 उद्देश्य

इस पाठ में रेडियो की विभिन्न विधाओं के लिए लेखन से जुड़े पहलुओं की चर्चा की जाएगी। इसके अध्ययन के बाद आप -

- रेडियो प्रसारण के उद्देश्य के बारे में जानकारी प्राप्त कर सकेंगे ।
- रेडियो तथा अन्य माध्यमों के लिए लेखन में अंतर को समझ सकेंगे ।
- रेडियो की विभिन्न विधाओं के लिए लेखन करते हुए ध्यान में रखी जाने वाली बातों के बारे में जान सकेंगे ।
- रेडियो की आचार संहिता का ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे ।
- रेडियो लेखन की परंपरा से अवगत हो सकेंगे ।
- नाटक, रूपक जैसे कार्यक्रमों के लिए लेखन की शैली की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे ।
- समाचार लेखन और संपादन के विविध पहलुओं को समझ सकेंगे ।
- संगीत में लेखन की संभावनाओं और उनसे जुड़े तत्वों को पहचान सकेंगे ।

10.1 प्रस्तावना

रेडियो जनसंचार का एक प्रमुख माध्यम है जो अन्य माध्यमों, टेलीविजन और मुद्रित माध्यम यानि पत्र-पत्रिकाओं से कई मायनों में भिन्न है । यह श्रव्य माध्यम है इसलिए शिक्षित-अशिक्षित सभी वर्गो के लिए सुलभ और बोधगम्य है । रेडियो सस्ता तो है ही अब एफ.एम. टेक्नोलोजी के इस्तेमाल के बाद इसकी ध्वन्यात्मक गुणवत्ता भी बेहतर हो गई है । एफ.एम. प्रसारण के निजीकरण करने के सरकार के फैसले के फलस्वरूप बड़ी संख्या में एफ.एम. चैनल खुल रहे हैं जो स्थानीय प्रतिभा का उपयोग करके क्षेत्रीय भाषाओं या बोलियों में कार्यक्रम प्रसारित करके बड़े पैमाने पर श्रोताओं को रेडियो श्रवण से जोड़ रहे हैं ।

आप पिछले पृष्ठों में पढ़ चुके हैं कि भारत में रेडियो प्रसारण का मुख्य संगठन आकाशवाणी है जो समूचे देश में फैले अपने प्रसारण तंत्र के जरिए हिंदी, अंग्रेजी और प्रमुख भारतीय और विदेशी भाषाओं में कार्यक्रम प्रसारित करके देश के विकास और राष्ट्रीय एकता की दिशा में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है । 1927 में शुरू हुआ रेडियो प्रसारण शुरू के दो चार वर्षो को छोड़कर सरकारी नियंत्रण में ही रहा है । ब्रिटिश काल में रेडियो को सरकार ने अपने साम्राज्यवाद को सुदृढ़ करने के साधन की तरह इस्तेमाल किया किंतु स्वतंत्र भारत की सरकारों ने नियंत्रण के बावजूद रेडियो को देश के विकास, जन-जागरण, मनोरंजन और लोकतंत्र का एक मजबूत स्तंभ मानते हुए जहां इसके संरचनात्मक तंत्र का तेजी से विस्तार किया वहीं देश की विविध संस्कृति और बहुभाषायी स्वरूप के अनुरूप गीत, संगीत, साहित्य, समाचार, शिक्षा, कृषि, उद्योग, रोजगार से संबंधित जानकारी देने वाले तरह-तरह के रोचक और ज्ञानवर्धक कार्यक्रम शुरू किए । आकाशवाणी अपने 225 केन्द्रों की मदद से लगभग 99 प्रतिशत क्षेत्र तथा 91 प्रतिशत आबादी तक अपने कार्यक्रम पहुँचा सकने की क्षमता प्राप्त कर चुका है । 1980 के बाद दूरदर्शन की लोकप्रियता बढ़ जाने और बाद में निजी टेलीविजन चैनलों के सक्रिय होने पर आकाशवाणी के श्रोताओं की संख्या शहरी क्षेत्रों में कम होने लगी लेकिन आकाशवाणी के कार्यक्रमों के रंग-रूप में बदलाव आने और एफ.एम. चैनलों के निजीकरण के फलस्वरूप लोग

फिर से रेडियो की ओर लौटने लगे हैं और रेडियो आज भारत में जनसंचार के सबसे प्रभावशाली माध्यम के रूप में नई ऊँचाइयाँ छूने की ओर बढ़ रहा है ।

10.2 रेडियो प्रसारण के उद्देश्य

भारत की भौगोलिक विशालता, तथा सांस्कृतिक विविधता और साक्षरता व आर्थिक संपन्नता के अभाव में पत्र-पत्रिकाएं पढ़ पाने में अधिसंख्य जनसंख्या की असमर्थता के चलते रेडियो सबसे सुलभ, सस्ता और प्रभावशाली माध्यम है । रेडियो प्रसारण मोटे तौर पर किसी भी अन्य मीडिया की तरह ही तीन उद्देश्यों को लेकर चलता है । ये हैं सूचना, शिक्षण और मनोरंजन । सूचना से अभिप्राय है श्रोताओं को इतिहास, भूगोल, धर्म, अध्यात्म, कला, साहित्य जैसे जीवनोपयोगी विषयों और देश-विदेश में घटने वाली घटनाओं से बराबर अवगत कराते रहना । इसके लिए समाचार, समसामयिक कार्यक्रम तथा ज्ञान-विज्ञान पर चर्चाएं, परिचर्चाएं आदि प्रसारित की जाती हैं । शिक्षण का मतलब लोगों को इस लायक बनाना है कि वे अपने, परिवार, समाज, देश और मानव मात्र के लिए अच्छे-बुरे का फैसला कर सकें । इसके लिए कला, साहित्य, नैतिकता तथा अन्य मानवीय गुणों की जानकारी देने तथा अच्छे कार्यो की प्रेरणा देने वाले कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं । मनोरंजन के अन्तर्गत गीत, संगीत, नाटक, प्रहसन, रूपक आदि कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं । मनोरंजन का मानव-जीवन में बहुत महत्व है क्योंकि मनोरंजन हमारे तन-मन से बोरियत और तनाव हटाकर हमें फिर से तरोताजा, सक्रिय और चुस्त बनाता है । रेडियो के सभी कार्यक्रम इस तरह लिखे और तैयार किए जाते हैं कि मानव-विकास के इन तीनों उद्देश्यों को प्राप्त किया जा सके ।

10.3 रेडियो की विशिष्टता

रेडियो के कार्यक्रम तैयार करना एक चुनौती है क्योंकि एक माध्यम के रूप में यह अन्य संचार माध्यम से काफी भिन्न है । इसमें शब्द और उच्चारण के माध्यम से ही पूरी बात संप्रेषित करनी होती है । यह टेलीविजन और अखबार की तरह नहीं जिन्हें व्यक्ति एकाग्र और समर्पित होकर देखता या पढ़ता है । रेडियो आप अन्य काम करते हुए सुन सकते हैं और फिर इसे किसान, रिक्शेवाला, दतर का बाबू मजदूर, गृहिणी, व्यापारी, छात्र, प्रोफेसर, वैज्ञानिक सभी वर्गो के लोग एक साथ सुनते हैं । ट्रांजिस्टर और कार रेडियो के माध्यम से रेडियो के संदेश यात्रा करते हुए, सैर-सपाटे के दौरान और ड्राइव करते हुए भी सुने जा सकते हैं । इस प्रकार श्रोताओं के स्तर तथा विषयों के चयन और उनकी प्रस्तुति सभी दृष्टियों से रेडियो विशिष्ट माध्यम है । अखबार केवल शिक्षित लोग पढ़ते हैं और टेलीविजन में अधिक महत्व विजुअल यानी चित्रों का होता है । चित्रों के जरिए किसी विषय को समझना आसान हो जाता है । किंतु रेडियो में केवल सुनकर विषय ग्रहण किया जा सकता है ।

10.4 रेडियो लेखन की सीमाएं और संभावनाएं

आपने पढ़ा कि रेडियो एक सरल, सुलभ और सस्ता माध्यम है जिसकी प्रेषण प्रक्रिया अन्य माध्यमों टेलीविजन और अखबारों से भिन्न है । इसी कारण रेडियो लेखन चुनौतीपूर्ण हो जाता है । जब हम रेडियो के लिए लेखन की बात करते हैं तो उससे अभिप्राय: केवल ऐसे लेखन

से नहीं होता जैसा प्रकाशन के लिए कोई लेख, कहानी या कविता लिखी जाती है । रेडियो एक उच्चरित माध्यम है । इसमें सभी कार्यक्रम पूर्व लिखित रूप में तैयार नहीं होते । बहुत से कार्यक्रम बातचीत या साक्षात्कार रूप में सीधे बोलकर रिकार्ड या प्रसारित किए जाते हैं । अत: रेडियो लेखन में वह सब सामग्री भी शामिल है जिसे एक्टेंपोर अर्थात् बिना तैयारी के सीधे बोला जाता है । जो कार्यक्रम पहले लिखित रूप में तैयार किए जाते हैं उनकी भाषा और प्रस्तुतीकरण की शैली को भी बोलचाल के लायक बनाया जाता है ताकि श्रोताओं को उन्हें समझने में कठिनाई न हो और एक बार सुनकर ही वे विषय को ग्रहण कर लें । इसलिए रेडियो कार्यक्रमों की भाषा के साथ-साथ विषय के प्रस्तुतिकरण को भी सरल, स्पष्ट और रोचक रखना जरूरी होता है । रेडियो में समाचार से लेकर संगीत तक विविध प्रकार के कार्यक्रमों का प्रसारण होता है और प्रत्येक विधा के लेखन और प्रस्तुतिकरण में अलग तरह की शैली अपनाई जाती है । शब्दों और वाक्यों का चयन करते हुए यह भी देखना होता है कि उन्हें बोलना सरल हो और वे कर्णमधु तथा असरदार भी हों क्योंकि रेडियो में समूचा प्रेषण शब्दों व ध्वनियों और उनकी प्रस्तुति के जरिए ही किया जाता है । रेडियो लेखन एक कला है जिसके लिए लेखन में विषय और विधा विशेष की सम्यक जानकारी, बोलचाल की भाषा की समझ और श्रोताओं की रुचियों की पूरी पहचान होनी चाहिए । रेडियो लेखन करने वाले को समय के साथ श्रोताओं की बदलती अभिरुचियों, भाषा के नए रूप और प्रस्तुतिकरण की नई टेक्नोलोजी और शैलियों के प्रति सजग और संवेदनशील होना चाहिए । उदाहरण के लिए किसी राजनीतिक या आर्थिक घटना पर किसी वार्ता और किसी एफ.एम. चैनल पर फिल्मी गाने के लिए की जाने वाली उद्घोषणा की भाषा और स्वरूप में दिन-रात का अंतर होगा । रेडियो के कार्यक्रमों के बदलते स्वरूप के साथ-साथ रेडियो लेखन की शैली, अंदाज और भाषा में भी परिवर्तन होता रहा है।

10.4.1 रेडियो लेखन की परंपरा

देश में रेडियो प्रसारण के प्रारंभिक दौर में रेडियो का उद्देश्य औपनिवेशिक सत्ता को मजबूत बनाने के प्रयास करना था और श्रोता मुख्यतया अंग्रेज या अंग्रेजी जानने वाले भारतीय बाबू होते थे इसलिए उस समय रेडियो कार्यक्रमों की भाषा मुख्यतया अंग्रेजी थी और लेखन शैली एकदम औपचारिक होती थी । उसका तेवर आदेशात्मक होता था क्योंकि तब रेडियो शासकों का मुखयंत्र था । कार्यक्रम भी बहुधा राजनीतिक और शासकीय किस्म के होते थे । सरकारी निर्णयों और आदेशों की सूचना देने वाले समाचार प्रसारित किए जाते थे । उनकी भाषा पूरी तरह सधी हुई और सपाट होती थी । हिंदुस्तानी में समाचार बुलेटिन शुरू हुए तो उनकी भाषा भी कठोर और अरबी-फारसी की शासकीय शब्दावली से परिपूर्ण होती थी । उस दौर में भारतीय साहित्यकारों, कलाकारों और बुद्धिजीवियों का रेडियो के साथ बहुत कम जुड़ाव था । इसलिए रेडियो कार्यक्रमों में भारतीय पक्ष, संस्कृति और तेवरों की मौजूदगी नगण्य सी थी । मनोरंजन के लिए पश्चिमी संगीत ही परोसा जाता था ।

स्वतंत्रता के पश्चात् इस माध्यम को सांस्कृतिक विरासत से जोड़ा गया । डॉ0 केसकर, बालकृष्ण राव एवं जगदीश चन्द्र माथुर जैसे कलाधर्मी और रचनाधर्मी जब रेडियो

की प्रशासनिक सेवा में आये तो रेडियो में नया माहौल बना । तब प्रत्येक भाषा के श्रेष्ठ साहित्यकार, कवि, संगीतकार, नाटककार, गायक, कलाकार रेडियो से जुड़ गए । रेडियो में अखिल भारतीय साहित्य समारोह आयोजित किए गए । सर्वभाषा कवि सम्मेलनों की परम्परा चल पड़ी । रेडियो के माध्यम से रचनाधर्मियों को महत्वपूर्ण ढंग से प्रस्तुत किया जाने लगा । भारतीय शास्त्रीय संगीत और फिल्मी संगीत रेडियो पर सुनाई देने लगा ।

1967 में 'विविध भारती' के नाम से अखिल भारतीय कार्यक्रम प्रारंभ किया गया । समय के साथ युवा पीढ़ी बदलता मानस जो रेडियो सीलोन के लोकप्रिय फिल्म संगीत में रमने लगा था, उसे पुन: आकाशवाणी की ओर आकृष्ट करने के लिए यह कार्यक्रम शुरू किया गया । इसमें ऐसे जनप्रिय कार्यक्रमों की श्रोताओं की पसंद भी शामिल की गई । ऐसे जनप्रिय कार्यक्रमों की भाषा स्वभावत: सरल और अपेक्षाकृत अनौपचारिक रहती थी ।

1970 के आस-पास नई पीढ़ी के कलाकार और लेखक रेडियो से जुड़ने लगे तो रेडियो की भाषा और शैली में और परिवर्तन आने लगा । साहित्यिक और तकनीकी विषयों के कार्यक्रमों में भले ही धीर-गंभीर शैली और शब्दावली का चलन होता रहा लेकिन अन्य कार्यक्रमों में धीरे-धीरे लचीलापन आता गया । 1990 के दशक के बाद रेडियो कार्यक्रमों के स्वरूप और तेवर में आमूल परिवर्तन आ गया और एफ.एम. चैनलों ने तो रेडियो की भाषा और लेखन या प्रस्तुतिकरण को एकदम नया रूप दे दिया । यहां तक कि समाचारों की प्रस्तुति और संपादन ने नई करवट ली और एफ.एम. गोल्ड पर प्रसारित होने वाले समाचार बुलेटिनों का स्वरूप अनौपचारिक और बातचीत जैसा हो गया । समाचारों पर आधारित वार्ताएं जो पहले लिखकर समाचार वाचकों द्वारा पढ़ी जाती थी वे धीरे-धीरे इंटरेक्टिव यानी संवाद रूप में परिवर्तित हो गई और स्वत: ही उनमें बोलचाल की भाषा और शैली का पर्दापण हो गया । जब कोई कार्यक्रम सोच-सोच कर लिखा जाता है तो उसमें न चाहते हुए भी भाषा का लिखित रूप झलक आता है किंतु जब आप पूरा कार्यक्रम ही बातचीत की शैली में प्रस्तुत करेंगे तो भाषा का स्वरूप और शब्दावली स्वत: ही सरल, स्वाभाविक और प्रभावकारी बन जाती है । इस प्रकार समय के साथ आकाशवाणी के कार्यक्रमों के स्वरूप में बदलाव के अनुरूप भाषा और प्रस्तुति यानि लेखन में परिवर्तन की प्रक्रिया भी जारी रहती है ।

10.4.2 रेडियो की भाषा

आप पढ़ चुके हैं कि रेडियो श्रव्य माध्यम है और इसके सभी कार्यक्रम सुनकर ग्रहण किए जाते हैं और शब्द ही प्रेषण प्रक्रिया का मुख्य तत्व हैं । इसलिए रेडियो में भाषा का सबसे अधिक महत्व है । यह तो बताया ही गया है कि रेडियो लेखन में भाषा सरल और बोधगम्य होनी चाहिए । वाक्य छोटे हों और नए विषयों का प्रवर्तन करते हुए अपेक्षाकृत अज्ञात और तकनीकी शब्दावली का ज्यों का त्यों प्रयोग करने से बचना चाहिए । नए और अप्रचलित शब्दों का प्रयोग श्रव्य माध्यम में वर्जनीय होता है क्योंकि एक तो रेडियो के श्रोताओं के निरक्षर और कम पढ़े-लिखे भी होते हैं और दूसरा शब्द

एक बार निकल गया तो उसे समझने के लिए कार्यक्रम को रिवाइंड करके फिर से नहीं सुना जा सकता । इसके अलावा भाषा का स्तर कार्यक्रम के विषय के अनुरूप होना चाहिए । विशिष्ट विषयों या विशेष श्रोता वर्ग को संबोधित कार्यक्रमों में कठिन या तकनीकी शब्दों का ज्यों का त्यों इस्तेमाल किया जा सकता है क्योंकि उसके श्रोता उस विषय के जानकार होते हैं किंतु समाचारों वार्ताओं, मनोरंजन प्रधान या सामान्य श्रोताओं के लिए प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों में किसी नई अवधारणा या विचार को खोल कर और सरल भाषा में समझा कर लिखा या बताया जाना चाहिए ।

भाषा के स्वरूप को लेकर किसी तरह की दुविधा नहीं होनी चाहिए । रेडियो की आदर्श भाषा का एक ही मापदंड है कि वो सामान्य श्रोताओं को समझ में आनी चाहिए । इसमें उर्दू अंग्रेजी या स्थानीय शब्दों या उक्तियों का यथासंभव प्रयोग किया जा सकता है । अंग्रेजी या उर्दू-फारसी, पंजाबी, मराठी, बंगाली, गुजराती जैसी भाषाओं या हिंदी की उपभाषाओं और बोलियों के जो शब्द हमारे साहित्य पत्र-पत्रिकाओं और बोलचाल में प्रयोग होने लगे हैं और सामान्य लोग उन्हें समझ लेते हैं उनके प्रयोग को बढ़ावा देना चाहिए । रेडियो का मूल धर्म है विषय का प्रेषण । रेडियो का प्रसारक न तो भाषा वैज्ञानिक है न ही वैयाकरण । उसके लिए भाषा का वही रूप स्वीकार्य है जो सीधे जनता तक जाता है । पहले गांधी जी की विचारधारा के लिए गांधीवाद शब्द का प्रयोग होता था । एक फिल्म के जरिए 'गांधीगिरी शब्द लोगों की जुबान पर आ गया तो उसके प्रयोग में हिचक नहीं होनी चाहिए । बल्कि यह शब्द नई पीढ़ी को अधिक अपील करने वाला है । एक और उदाहरण ले सकते हैं । पहले अंग्रेजी के Accused शब्द के लिए हिंदी में 'अभियुक्त' शब्द प्रयोग होता था । पिछले कुछ वर्षो से अखबार और टी.वी. चैनल इसके लिए 'आरोपी' शब्द का इस्तेमाल करने लगे हैं और आम लोगों ने इसे अपना लिया है तो रेडियो के समाचारों और अन्य कार्यक्रमों में इसका इस्तेमाल किया जाने लगा है । विविध भारती कार्यक्रमों से भाषा में लचीलापन और अनौपचारिकता का पुट आने लगा था किन्तु जब एफ.एम. चैनलों के एंकरों या आर.जे. लोगों ने नए अंदाज में कार्यक्रम प्रस्तुत करने शुरू किए तो उनके सामने विविध भारती की भाषा और अंदाज अब औपचारिक लगने लगे हैं । विषय और कार्यक्रम के स्वरूप के अनुरूप ही उसकी भाषा और प्रस्तुति में बदलाव लाकर ही हम प्रसारण को जीवित रख सकते हैं । इस संदर्भ में अक्सर यह पंक्ति उद्धृत की जाती है : "जिस तरह तू बोलता है उस तरह तू लिख ।"

रेडियो लेखन या प्रसारण की भाषा और शैली के संदर्भ में यह पंक्ति दीप स्तंभ की तरह हमारा मार्ग दर्शन करती रहेगी ।

10.4.3 आधार संहिता

आप जान चुके हैं कि भारत में रेडियो का मुख्य संगठन आकाशवाणी सरकारी नियंत्रण में है और उसे लोक प्रसारक का दर्जा मिला हुआ है । वह संसद और देश की जनता के प्रति जवाबदेह है । उसे अपने कार्यक्रमों का निर्माण और प्रसारण करते हुए विशेष दायित्व और मर्यादाओं को ध्यान में रखना पड़ता है । यों तो सभी प्रसारण संगठनों

के लिए कुछ नैतिक और व्यवसाय से जुड़े नियमों व मर्यादाओं का पालन करना आवश्यक है, किंतु आकाशवाणी को इस दिशा में विशेष रूप से सावधान रहने की जरूरत है । इस संबंध में आचार संहिता निर्धारित है जिसका ज्ञान होना रेडियो के लिए लिखने और कार्यक्रमों का संपादन और प्रसारण करने वालों के लिए आवश्यक है । आकाशवाणी के लिए लेखन में निम्नलिखित बातों से परहेज रखना जरूरी है-

- मित्र देश की आलोचना
- किसी धर्म या सम्प्रदाय विशेष पर आक्षेप
- कुछ भी अश्लील तथा मानहानि योग्य
- हिंसा को प्रोत्साहन या ऐसा कुछ जो कानून और व्यवस्था के खिलाफ हो ।
- ऐसा कुछ, जिससे न्यायालय की अवमानना होती हो ।
- ऐसा कुछ, जो राष्ट्रपति, सरकार एवं न्यायालय की मर्यादा के प्रतिकूल हो ।
- राजनैतिक दलों पर नाम लेकर आक्षेप ।
- किसी राज्य अथवा केन्द्र की आक्रामक आलोचना ।
- ऐसा कुछ भी जो संविधान के प्रति अमर्यादा दिखलाता हो ।

रेडियो लेखन में समय का नियंत्रण बहुत महत्वपूर्ण है । आलेख निश्चित समय के लिए तैयार किया जाता है अत: समय की सीमा में अपनी बात पूर्णता के साथ कह जाना आलेख की सफलता है । एक ही शब्द की बार-बार पुनरावृत्ति से बचना चाहिए । यह भी आवश्यक है कि विषय का तारतम्य न टूट पाये ।

बोध-प्रश्न - 1

1. रेडियो अन्य जनसंचार माध्यमों से किस प्रकार भिन्न है?

   ……

   ……

2. रेडियो लेखन में किन बातों का ध्यान रखना आवश्यक है?

   ……

   ……

3. रेडियो कार्यक्रमों की भाषा पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए ।

   ……

   ……

10.5 रेडियो लेखन के आयाम

रेडियो से करोड़ों श्रोताओं के लिए कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं जिनकी रुचियां विविध और अलग-अलग होती हैं । श्रोता गंभीर कार्यक्रम चाहते हैं तो कुछ दिलचस्पी हल्के-फुल्के मनोरंजन प्रधान प्रोग्रामों में भी होती है । कई श्रोता संगीत को अधिक तरजीह देते हैं तो अन्य श्रोताओं को खेल कार्यक्रम या फिल्मी कार्यक्रम पसंद आते हैं । कुछ श्रोताओं को धर्म, अध्यात्म, दर्शन की चर्चा अच्छी लगती है तो कुछ लोग चुटकुले, हास्य प्रसंग या प्रहसन सुनकर आनंदित होते हैं । इसी प्रकार श्रोता कभी समाचार सुनने के इच्छुक होते हैं तो कभी साहित्यिक कार्यक्रमों

के लिए रेडियो ऑन करते हैं । इन विविध रुचियों वाले श्रोताओं को संतुष्ट करने के लिए रेडियो को उनकी पसंद के कार्यक्रम प्रसारित करने पड़ते हैं । इन सभी कार्यक्रमों का स्वरूप, भाषा या प्रस्तुतिकरण की शैली एक समान नहीं हो सकती । सभी विधाओं के लेखन, संपादन या प्रस्तुतिकरण में विशिष्ट श्रोता वर्ग की अपेक्षाओं को ध्यान में रखा जाता है । अब हम रेडियो से प्रसारित प्रमुख विधाओं के कार्यक्रमों के लिए लेखन प्रक्रिया का विश्लेषण करेंगे ।

10.5.1 समाचार

समाचार किसी भी प्रसारण संगठन का महत्वपूर्ण अंग होता है । आकाशवाणी के कार्यक्रमों में लोकप्रियता के हिसाब से संगीत के बाद समाचारों का ही स्थान है । आकाशवाणी के प्राइमरी चैनलों तथा एफ.एम. चैनलों पर प्रति घंटे हिंदी या अंग्रेजी में छोटे-बड़े समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं । प्रादेशिक केन्द्रों से क्षेत्रीय भाषाओं में और विदेशों के लिए हिंदी तथा अंग्रेजी के अलावा कुछ भारतीय भाषाओं और विदेशी भाषाओं के समाचार बुलेटिन और समाचारों पर आधारित वार्ता कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं । समाचारों के बारे में उल्लेखनीय बात यह है कि कुछ अपवादों को छोड़कर इनका प्रसारण लाइव यानी सीधे स्टूडियो से होता है और इनमें रिकॉर्डिड सामग्री बहुत कम होती है जबकि अन्य कार्यक्रम अधिकांशत: रिकॉर्डिड होते हैं । इसलिए समाचार लेखन सबसे अधिक चुनौतीभरा काम है क्योंकि इन्हें तत्काल प्रसारित करना होता है । कई बार तो लिखने के बाद इन्हें दोबारा पढ़ने का समय नहीं रहता ।

समाचार प्राप्ति के लिए रेडियो अपने संवाददाताओं, समाचार समितियों तथा अन्य स्रोतों पर निर्भर करता है । समाचार कक्ष में टेलिप्रिंटर, टेलीफोन, कम्प्यूटर, फैक्स आदि पर समाचार प्राप्त होते रहते हैं । इन प्राप्त समाचारों में से संपादक महत्वपूर्ण समाचारों का चयन कर समाचार बुलेटिन का आलेख तैयार करते हैं, जिसे समाचार-वाचक पढ़ते हैं । समाचार की भाषा के संदर्भ में कुछ ध्यान रखने योग्य बातें निम्नलिखित हैं :

1. भाषा सरल और आम आदमी के लिए बोधगम्य हो
2. वाक्य छोटे होने के साथ अभिव्यक्ति उलझन भरी न हो
3. प्रचलित मुहावरों का प्रयोग किया जाना चाहिए
4. भाषा में नाटकीय उतार-चढ़ाव नहीं बल्कि सहजता अपेक्षित है

समाचार प्रसारण की अवधि निश्चित होती है जैसे एक, पांच, दस, पन्द्रह या तीस मिनट । ऐसी स्थिति में समाचारों का चयन करना और चयनित समाचारों में से यह तय करना कि समाचारों को प्रमुखता के आधार पर क्या क्रम दिया जाए यह सब संपादक के विवेक पर निर्भर करता है ।

अब समाचारों में विशेषज्ञों, नेताओं तथा किसी घटना से प्रभावित लोगों के साउंड बाइट भी शामिल किए जाते हैं, जिन पर समाचार कक्ष का अपना नियंत्रण नहीं होता । हाँ उनका आवश्यक संपादन किया जाता है । इन साउंड बाइट्स की भाषा संबंधित

लोगों की अपनी होती है जिनमें कभी-कभी उच्चारण दोष या अंग्रेजी का प्रयोग खलता है किंतु इससे समाचार की विश्वसनीयता बढ़ती है क्योंकि हम घटना की सच्चाई या उसके प्रभाव की जानकारी संबंधित व्यक्ति के अपने मुँह से प्राप्त करते हैं ।

इसी प्रकार समाचार बुलेटिनों में घटना को कवर करने वाले संवाददाता की अपनी आवाज में वायस डिस्पैच लिए जाते हैं । वायस डिस्पैच क्योंकि संवाददाता स्वयं तैयार करता और बोलता है इसलिए उनमें सरल और बोलचाल की भाषा रहती है । कभी-कभी स्टूडियो में बैठा एंकर या समाचार वाचक सीधे घटनास्थल पर मौजूद संवाददाता से घटना के बारे में फोन पर बात करता है जो समाचार के साथ तत्काल प्रसारित हो जाती है । ऐसी बातचीत की भाषा भी सरल तथा बोलचाल की होती है । इन नए तत्वों के इस्तेमाल से रेडियो के समाचार बुलेटिन बनाना जटिल अवश्य हो गया है किंतु वे सरल, बोधगम्य और अधिक विश्वसनीय बन गए हैं ।

10.5.2 वार्ता

वार्ता रेडियो प्रसारण की विशिष्ट विधा है । ये समाचार आधारित भी होती है और साहित्यिक, सांस्कृतिक, वैज्ञानिक व आर्थिक विषयों की भी हो सकती है । समाचारों पर आधारित वार्ता के साथ साथ अब डायलाग या संवाद का प्रसारण भी होता है जिसमें एक विशेषज्ञ से समाचार संपादक अथवा संवाददाता किसी तात्कालिक विषय पर अपनी बात करके उनसे विस्तृत जानकारी लेने का प्रयास करता है । कभी-कभी दो विशेषज्ञ आपस में बातचीत के जरिए विषय के विभिन्न पहलुओं का विश्लेषण करके श्रोताओं तक नई जानकारी पहुंचाते हैं ।

किसी भी वार्ता के दो पक्ष होते हैं- वक्ता और श्रोता । वार्ताकार के पास अभिव्यक्ति के लिए मात्र वाणी है और श्रोता के पास श्रवण । एक अच्छी वार्ता के लिए वार्ता को श्रोताओं से तादात्मय स्थापित करना पड़ता है । श्रोताओं की मानसिकता को अपने साथ बाँध लेना ही वार्ताकार की सफलता है । रेडियो वार्ता को बोधगम्य बनाने के संदर्भ में निम्नलिखित बातें आवश्यक हैं :-

- विषय का रोचक होना
- पुस्तकीय गद्य-शैली की अपेक्षा सहज और सजीव शैली
- विचारों को दृष्टांतों से समझाना
- वार्ता का विकास तर्कसंगत रीति से करना
- मुख्य-मुख्य बातों पर विशेष जोर देना
- कठिन शब्दावली से बचना
- संयुक्त और मिश्र वाक्यों से परहेज करना
- बोलने की गति सामान्य रखना

वार्ता लिखना और प्रस्तुत करना एक कला है । लेखन बहुत अच्छा हो और उसे प्रस्तुत करने की शैली ठीक न हो तो अच्छा लेख भी असरदार नहीं हो पाता है । इसी तरह कभी कभी मामूली से आलेख को भी वाचक असरदार बना देता है । अत: लेखन और

वाचन दोनों मिलकर वार्ता को सजीव बनाते हैं । वार्ताकार को श्रोताओं के साथ निकटता का भाव उत्पन्न करना पड़ता है ।

वार्ताओं के कई प्रकार हैं । कुछ वार्तायें कार्यक्रम विशेष के लिए तैयार की जाती हैं- जैसे युवाओं के लिए, महिलाओं के लिए, बच्चों के लिए, विद्यार्थियों के लिए, किसानों के लिए । इसके अलावा संस्मरणात्मक और आत्मकथात्मक वार्ताएं भी होती हैं । ऐसी वार्ताओं में कथातत्व भी होता है जो श्रोताओं को बाँधता है ।

10.5.3 परिचर्चा

परिचर्चा में किसी विषय पर बहुपक्षीय चर्चा होती है । अत परिचर्चा विचार-विमर्श है । परिचर्चा का नियामक विषय और प्रतिभागियों का परिचय देकर विषयगत किसी एक प्रश्न को एक प्रतिभागी पर उछाल देता है और इस तरह परिचर्चा आरम्भ हो जाती है । यदि अन्य प्रतिभागी आवश्यक समझे तो वे बीच में हस्तक्षेप कर अपनी बात रख सकते हैं । हां, नियामक परिचर्चा को आगे बढ़ाने में एक कड़ी का कार्य करता है । वह दूसरा प्रश्न अन्य प्रतिभागी के समक्ष रखता जाता है । इसमें तीन से पांच प्रतिभागी भाग ले सकते हैं । इससे अधिक प्रतिभागी होने पर श्रोताओं के भ्रमित हो जाने की आशंका रहती है ।

परिचर्चा में विषय से भटक जाने की गुंजाइश भी रहती है । अत: विषय को सम्पूर्णता से प्रस्तुत करने एवं विचारों का सिलसिला बनाये रखने के लिए प्रतिभागियों और नियामक को नोट्स बना लेने चाहिए । यदि प्रतिभागियों में सरलता और अभिव्यक्ति में पैनापन नहीं हुआ तो परिचर्चा बेजान और नीरस हो जाएगी ।

10.5.4 साहित्यिक रचनाएं

आकाशवाणी साहित्य के प्रसारण को प्रारंभ से ही महत्व देता रहा है । साहित्य मनुष्य को संस्कारित करता है और उनमें उदात्त चेतना का संचार करता है । यह सही है कि अधिकतर श्रोता हल्के-फुल्के कार्यक्रम सुनना पसंद करते हैं लेकिन बड़ी संख्या में ऐसे श्रोता भी हैं जो साहित्यिक रचनाएं सुनने को उत्सुक रहते हैं। रेडियो से मुख्यत: कविता और कहानी का प्रसारण होता है ।

10.5.4.1 कहानी

साहित्य में कहानी का जो रूप प्रचलित है वैसा ही रेडियो पर भी स्वीकृत है । रेडियो कहानी में आचार संहिता का ध्यान रखा जाता है । कहानी में वर्णित घटना, स्थान, व्यक्ति विवादास्पद न हों । व्यावसायिक वस्तुओं के नाम आदि से भी बचा जाए । जैसे कहानी का नायक यदि किसी वस्तु का उपयोग करता है तो उस वस्तु का नाम किसी ट्रेड-नेम के रूप में न लिखा जाए । चूंकि रेडियो कहानी का श्रवण बहुसंख्यक श्रोताओं द्वारा होता है और एक ही परिवार के बच्चे, बूढ़े, जवान, महिलाएं एक साथ रेडियो कहानी सुन सकते हैं, अत: रेडियो कहानी में अश्लीलता या उद्दीप्त वासना की कतई गुंजाइश नहीं होती ।

रेडियो कहानी सरल और सुबोध भाषा की अपेक्षा रखती है । कहानीकार अपनी बात सीधे, सरल और रोचक ढंग से कहे न कि घुमा फिराकर नहीं तो श्रोता बोधगम्यता और रोचकता के अभाव में वक्ता के साथ तादोत्मय नहीं कर पाएंगे । हाँ उसमें नाटकीयता अवश्य होनी चाहिए तभी वह सुनने में रोचक हो सकेगी ।

10.5.4.2 कविता

साहित्य में कविता का प्रमुख स्थान है । रेडियो उसकी अभिव्यक्ति का सशक्त माध्यम रहा है । सन् 1954 के बाद जब सुमित्रानंदन पंत, हरिवंश राय बच्चन, अज्ञेय, दिनकर जी और नागार्जुन जैसी महान् विभूतियां रेडियो से जुड़ीं तो साहित्य की गरिमा से भरा कविताओं का एक सैलाब प्रसार के रूप में बहा जो आज भी बहता रहता है । इसके साथ रेडियो समय-समय पर कविताओं के लिए नए कवियों को भी आमंत्रित करता है । काव्यपाठ और कवि गोष्ठी के रूप में कविताओं का प्रसारण होता है । गणतंत्र दिवस पर सर्वभाषा कवि सम्मेलन आयोजित किया जाता है जिसकी रिकॉर्डिंग आकाशवाणी के सभी केंद्र रिले करते हैं ।

प्राय: देखा जाता है कि कवि सम्मेलनों में पढ़ी गई कविता जो मंच पर रिकॉर्ड की जाती है उसका बड़ा अंश सम्पादित होकर ही प्रसारित हो पाता है । यही कारण है कि अनेक विवादों के कारण दस में से चार कविताएं ही छंटकर रेडियो में पढ़ने लायक होती हैं । प्रसारणकर्ता का साहित्य ज्ञान से सम्पन्न होना अपेक्षित है ।

10.5.5 प्रहसन

प्रहसन या झलकी हास्य-व्यंग्य प्रधान विधा है । यदि रेडियो की वर्जनाओं को ध्यान में रखते हुए हास्यव्यंग्य वार्ता का लेखन किया जाए तो निश्चित ही यह रेडियो की असरदार शैली है । रेडियो के लिए लिखे जाने वाले हास्य-व्यंग्य के लिए निम्नलिखित बातें ध्यान देने योग्य हैं :-

- विषय ऐसा चुना जाए जिससे किसी जाति, व्यक्ति सम्प्रदाय आदि की भावनाओं को चोट न पहुंचे ।
- भाषा और मुहावरों के प्रयोग में अश्लीलता और फूहड़पन से बचा जाए
- विषय ऐसा हो, जिसका आनन्द समाज का विशाल वर्ग ले सके
- उपमा और रूपक इस प्रकार व्यवहार में लाये जाएं कि उन्हें सर्वसाधारण जल्दी और अच्छी तरह समझ सके
- सामयिक विषयों पर हास्य-व्यंग्य अधिक कारगर होता है ।

झलकी लेखन में कथावस्तु, चरित्र एवं संवाद का बहुत महत्व है । कथा वस्तु के लिए लेखकों को कहीं भटकना नहीं पड़ता न ही पोथियों में डुबकियां लगानी पड़ती हैं । वह तो रोजमर्रा के जीवन में अपने आसपास मिल सकती है । समाज में आपको पग-पग पर विदूषक मिल सकते हैं और उनके अटपटे कार्यकलाप अब भी चलते हैं।

झलकी में संवाद बड़े पैने और चुस्त होते हैं । संवादों में हास्य-व्यंग्य का पुट हो जिससे श्रोताओं का भरपूर मनोरंजन हो सके । इतना सब होते हुए भी झलकी उद्देश्य रहित नहीं होती, वह समाज में फैली कुरीतियों पर चोट करती है ।

10.5.6 रेडियो रूपक

रूपक रेडियो की अपनी विधा है । पहली बार जॉन गियर्सन ने 1926 ई. में डाक्यूमेंट्री शब्द का प्रयोग रूपक के साथ किया था जिसे हिन्दी में आलेख-रूपक कहा जाता है । जॉन गियर्सन के अनुसार 'यह जीवन्त दृश्य और जीवित तथ्य का फोटोग्राफ है।' समाचारपत्र एवं पत्रिकाओं में प्रकाशित होने वाले रूपक से रेडियो रूपक बिलकुल भिन्न है । यह वार्ता तथा नाटक से भी भिन्न है । वार्ता में सपाट बयानी होती हैं, रूपक में सपाट बयानी के साथ नाटकीयता भी होती है । नाटक में मात्र नाटकीयता होती है, रूपक में नाटकीयता के साथ सपाट बयानी होती है । रूपक तथ्याधारित होता है, नाटक कल्पना-आधारित । रूपक की तथ्यपरकता श्रोता के तर्कों को बाँधती है और उसमें प्रयुक्त नाटक के तत्व संवेदना को ।

रेडियो रूपक में तथ्यों की कथा-जरूरी है जो श्रोता को बाँधती है, किन्तु इस कथा-तत्व का प्रयोग बड़े कलात्मक ढंग से किया जाना चाहिए । विषय चयन तो कुछ भी हो सकता है ।

रूपक की भाषा अत्यन्त सधी हुई सरल सुकोमल भाव से सम्पन्न, गरिमामयी व प्रसंगानुसार होनी चाहिए । रूपक में ध्वनि और संगीत का बड़ा महत्व है जिससे भाव और वातावरण निर्मित होते हैं । रेडियो रूपक का क्षेत्र विस्तृत है । रूपक आलेख वाचन के लिए प्राय: दो नेरेटर लिए जाते हैं एक नारी स्वर, दूसरा पुरूष स्वर । इससे रूपक में एकरसता नहीं आती तथा रोचकता बनी रहती है । नाट्य अंश या किसी अनुगूंजित स्वर के लिए अन्य आवाजों का भी इस्तेमाल किया जाता है ।

10.5.7 रेडियो नाटक

रेडियो नाटक प्रसारण की एक सशक्त विधा है । इसके अंतर्गत मंचीय और साहित्यिक नाटकों को रेडियो नाटक में रूपांतरण भी किया जा सकता है और स्वतंत्र रूप से रेडियो नाटक भी लिखे जाते हैं । दूसरी विधा का प्रसारण सरल और अधिक प्रभावकारी माना गया है ।

रेडियो नाटक की कुछ सीमाएं भी हैं । पहली सीमा यह है कि वह केवल माइक पर निर्भर करता है । माइक ही उसे जीवन देता है । दूसरी सीमा यह है कि यह केवल शब्दों को माध्यम बनाता है । श्रोताओं को बाँधने के लिए यहाँ पर दृश्य केवल श्रवण करने के लिए शब्द हैं । तीसरी सीमा यह कि रेडियो का श्रोता एकाग्रचित होकर नहीं बैठता न ही कोई बैठकर उसका इन्तजार करता है । अन्य कार्यो में लगे रहकर ही प्राय: श्रोता रेडियो सुनते हैं ।

यदि रेडियो की संभावनाओं पर गौर करें तो इसने स्थान काल आदि की सीमाएं लांघ डाली हैं । एक ही पात्र अनेक स्थान, भिन्न-भिन्न समय में संवाद बोलता हुआ प्रस्तुत

किया जा सकता है । रेडियो नाटक अधिकतर समस्या मूलक होते हैं जो आज समाज में व्याप्त कुरीतियों, विकृतियों का पर्दाफाश करते हैं ।

10.6 संगीत के लिए लेखन

संगीत रेडियो की सबसे सरल और लोकप्रिय विधा है । आकाशवाणी ने भारत के शास्त्रीय संगीत को जीवित रखने और उसे जन-जन तक पहुंचाने में उल्लेखनीय भूमिका निभायी है । सुगम संगीत और फिल्मी संगीत के श्रोता भी करोड़ों की संख्या में हैं । आकाशवाणी के कुल प्रसारण समय का सबसे अधिक हिस्सा संगीत को समर्पित है । एफ.एम. चैनल तो पूरी तरह संगीत का ही, विशेषकर फिल्मी संगीत का प्रसारण करते हैं ।

संगीत, सुरों और वाद्यों का खेल है इसलिए इसमें लेखन की गुंजाइश बहुत कम रहती है । केवल संगीत के कार्यक्रमों की प्रस्तुति और संगीत के घरानों, रागों या संगीतकारों के परिचय आदि के लिए लेखन होता है । इसके अलावा संगीत के विशेष कार्यक्रमों गीतमाला, संगीत प्रतियोगिताओं, अंत्याक्षरी कार्यक्रमों आदि के लिए एंकर और प्रस्तुतकर्ता को आलेख तैयार करने पड़ते हैं या मौखिक रूप से प्रस्तुति देनी होती है ।

10.6.1 गीतमाला

किसी विशेष कार्यक्रम में किसी खास विषय, अवसर या राग के गीतों की प्रस्तुति गीतमाला कहलाती है । इस तरह के कार्यक्रम रेडियो के सभी चैनलों से प्रसारित होते हैं और ये बहुत लोकप्रिय हैं क्योंकि इसमें गीत बिखरे हुए न होकर एक सूत्र में बंधे रहते हैं । इसमें विभिन्न गीतों का परिचय देने और उन्हें परस्पर जोड़ने तथा पूरे कार्यक्रम को समन्वित रूप से एक इकाई के रूप में प्रस्तुत करने के लिए आलेख तैयार किया जाता है । ये आलेख नैरेशन के रूप में भी हो सकते हैं और कथा रूप में भी । इसके लिए संगीत के गहन ज्ञान के साथ-साथ भाषा का अच्छा अधिकार होना जरूरी है । ऐसे सरस आलेखों में कुछ अंश नाट्य अंश के रूप में भी रहता है । किसी विशेष भाव को चरम सीमा तक अनुभूत कराने के लिए बीच बीच में फिल्मी गीत सुनवाए जाते हैं । ये गीत भी उसी भाव भूमि पर आधारित होते हैं जिन भावों को आलेख में पिरोया गया है ।

ऐसे कार्यक्रम जीवन के मधुर भावपक्ष को प्रकट करते हैं, अत: इनकी भाषा बड़ी सरस और चिताकर्षक होना जरूरी है । युवा वर्ग के श्रोताओं में यह विधा बहुत लोकप्रिय है ।

10.6.2 गीतों भरी कहानी

गीतों भरी कहानी वस्तुत: रेडियो कहानी ही है, फर्क केवल इसके प्रस्तुतीकरण में निहित है । रेडियो कहानी की प्रस्तुति में जब ये अनुभव किया गया कि कभी-कभी श्रोता कुछ सीमित विषयों पर कहानी सुनते-सुनते अपना मानस बोझिल महसूस करने लगते हैं तो खासकर युवा मानस को इस विधा के साथ रोचकता के ढंग से जोड़ने का प्रयास किया गया ।

गीतों भरी कहानी के कथानक में बीच-बीच में किसी भाव को प्रभावी बनाने के लिए कोई फिल्मी गीत बजा दिया जाता है । इस तरह गीत सुनवाए जाते हैं और साथ ही कथानक भी चलता रहता है । गीतों के चयन में सावधानी अवश्य चाहिए क्योंकि भाव विशेष से गीत का गहरा संबंध हैं । कथानक की भावभूमि और गीतों की भावभूमि एक ही हो जिससे भाव श्रोता के मन को गहराई तक छुए ।

इस कार्यक्रम की भाषा बहुत मधुर और सहज अभिव्यक्ति भरी होनी चाहिए । कोई भी श्रोता संगीत की फुहार में भीगने के बाद नीरस आलेख की अभिव्यक्ति स्वीकार नहीं कर पाएगा । वस्तुत: यहां संगीत के साथ भाषा की चुनौती लेखक को स्वीकार करनी पड़ती है । वाक्य सीधे और सरल हों कोई बात घुमा फिरा कर न कही जाए, नहीं तो श्रोता का भाव-तादात्मय टूट सकता है ।

इसमें नाट्य अंश का भी प्रयोग किया जा सकता है । जैसे कथानक में दो पात्रों की कथा बढ़ती है तब नाट्य अंश के रूप में उन दो पात्रों की थोड़ी सी झलक देने के लिए प्रस्तुत कर दिया जाता है ताकि भाव विशेष पात्र और संवादों के साथ जीवंत एवं प्रभावी बन सकें ।

10.6.3 संगीत सभाएं

आकाशवाणी केंद्रों के तत्वावधान में समय-समय पर संगीत सभाओं का आयोजन किया जाता है । इस आयोजन के मुख्यत: दो उद्देश्य होते हैं- पहला यह कि श्रोता रेडियो कार्यक्रम से प्रत्यक्ष रूप से जुड़कर आनन्द का अनुभव करे और रेडियो के प्रति उसका अपनत्व जाग्रत हो । दूसरा इन सभाओं में भिन्न-भिन्न आचलिक संस्कृतियों का संगम होता है । देश के भिन्न-भिन्न केंद्रों से यहां कलाकार आमंत्रित किए जाते हैं, जो क्षेत्रीय भाषा में भजन, लोकगीत, गजल आदि प्रस्तुत करते हैं । कला और संस्कृतियों के इस सरस समागम में श्रोता भारत की राष्ट्रीय एकता का दर्शन करते हैं ।

ये आयोजन अवसर विशेष के अनुकूल होते हैं जिसे सावनी संध्या, होली संगीत सभा, लोक भजनों की संगीत सभा, सुगम संगीत सभा, शामे गजल या कव्वाली आदि । इन संगीत सभाओं का संचालन बड़े ही कलात्मक और सरस ढंग से किया जाता है ताकि उपस्थित श्रोता मंत्रमुग्ध होते हुए कार्यक्रम प्रस्तुति से जुड़ सकें । इसके लिए विधिवत आलेख तैयार किया जाता है । आरम्भ में कार्यक्रम का परिचय और आगन्तुक श्रोताओं का अभिनन्दन किया जाता है । इसके बाद संगीत सभा की परिचयात्मक भूमिका, अतिथि कलाकारों का परिचय दिया जाता है ।

प्रत्येक गीत गायन से पहले गीत की भावभूमि और कलाकारों का परिचय दिया जाता है । बीच-बीच में संगीत प्रस्तुतियों और कलाकारों की विशेषताएं बताते हुए श्रोताओं के साथ तादात्मय बनाए रखना होता है । ऐसे आलेख के लेखन व प्रस्तुतिकरण के लिए संगीत की अच्छी समझ और भाषा पर पकड़ की आवश्यकता है ।

10.7 उद्घोषणाएं

रेडियो में उद्घोषणा और कार्यक्रम का अभिन्न संबंध हैं । कार्यक्रम सुनने की रुचि श्रोताओं में उद्घोषणा सुनकर ही जागृत होती है । उद्घोषणा जितने रोचक ढंग से की जायेगी श्रोता उतने ही सुनने के लिए आकुल हो जाएंगे । एक ही बात को अलग-अलग उद्घोषक अपनी शैली से असरदार बना देते हैं । अत: उद्घोषणा के लिए अच्छा स्वर, सधे हुए अर्थपूर्ण शब्द और साफ-साफ उच्चारण होना आवश्यक है । उद्घोषणा में कुछ बातें जरूरी होती हैं जैसे- कौन सा केन्द्र है, कार्यक्रम कौन सा है, समय के साथ यदि कोई विशेष सूचना है । एक अच्छी उद्घोषणा में सूचना, उत्सुकता और रोचकता तीन गुण पाए जाते हैं । उद्घोषक या उद्घोषणा लेखक इन तीन बातों को कुछ वाक्यों में पिरो लेता है ।

10.7.1 सूचनाएं

रेडियो पर सूचनाएं निर्धारित कार्यक्रम के बीच में किसी भी समय प्रसारित कर दी जाती हैं । आपने कभी-कभी रेडियो पर सुना होगा- अगले कार्यक्रम सुनने से पहले एक सूचना सुनिए । प्राय: किसी न किसी कार्यक्रम के बाद में एकाध मिनट शेष बच ही जाता है, इस समय का सदुपयोग महत्वपूर्ण सूचनाओं के रूप में होता है । ये सूचनाएं कभी कार्यक्रम संबंधी होती हैं तो कभी किसी विशेष घटना के संबंध में और कभी खोए हुए व्यक्ति के संबंध में । यदि प्रधानमंत्री या राष्ट्रपति का संदेश राष्ट्र के नाम प्रसारित होने वाला है तो सूचित किया जाएगा- आज रात्रि आठ बजे राष्ट्र के नाम प्रधानमंत्री का संदेश प्रसारित किया जाएगा । एफ.एम. चैनलों पर मौसम, ट्रैफिक, परीक्षा परिणामों, सांस्कृतिक आयोजनों आदि की ताजा सूचनाएं सुनाई जाती हैं ।

इन सूचनाओं में जिस बात की जानकारी दी जाती है, उसका स्पष्ट वर्णन और उद्देश्य संक्षिप्त में लिखा जाता है । आलेख की भाषा ऐसी होती है जो आम आदमी के लिए बोधगम्य है । किसी केन्द्र से जब कोई नया कार्यक्रम प्रारम्भ किया जाता है तो उसकी भी पूर्व सूचना श्रोताओं को दी जाती है । ऐसी सूचनाओं में कार्यक्रम का संक्षिप्त परिचय भी होता है । कभी-कभी सीधे माइक पर ही जाना होता है और लिखित आलेख तैयार नहीं हो पाता । इसकी भाषा सरल और आम बोलचाल की होनी चाहिए ।

10.7.2 संदेश

विशेष अवसरों पर देश के गणमान्य व्यक्ति समाज और राष्ट्र को सम्बोधित करने के लिए अपने संदेश प्रसारित किया करते हैं । ऐसे प्रसारण राष्ट्रीय संकट या राष्ट्रीय पर्वो के अवसरों पर भी किए जाते हैं । ये संदेश सभी वर्गो के लोगों के लिए होते हैं । आम आदमी इससे सम्बद्ध होता है ।

संदेश में बातें संक्षेप में कारगर ढंग से कही जाती है । संकटकाल की स्थिति में संबोधन की भाषा भावनात्मक, सांत्वना भरी, अपनत्व से ओतप्रोत होना जरूरी है । इसका ध्येय जन मन में साहस का संचार करना होता है । लेकिन राष्ट्रीय अवसरों पर संदेश

उल्लासपूर्ण भावना से भरे होते है । हाँ, संदेशदाता को समयानुसार संदेश की भाषा को स्वरों में ढालना होता है । भावनाओं को न छू पाने की स्थिति में संदेश बेजान हो जाता है । यह कार्य कठिन अवश्य है । इसमें बड़ी सावधानी की आवश्यकता है । उपरोक्त बातों को ध्यान में रखते हुए जब आलेख तैयार किए जाएं तो संदेशदाता के व्यक्तित्व की गरिमा को भी ध्यान में रखना होगा ।

10.7.3 स्लोगन प्रोमो

प्रसारण में समय का बहुत बड़ा महत्व होता है । यही कारण है कि अलग-अलग कार्यक्रमों का समय और क्रम निश्चित होता है । समय के इस निर्धारण को 'चैक' कहा जाता है । यदि किसी कार्यक्रम के लिए दस मिनिट समय निर्धारित होता है तो कार्यक्रम नौ मिनिट का रिकार्ड किया जाता है क्योंकि उद्घोषणा के लिए एक मिनिट छोड़ दिया जाता है । फिर भी पहले से रिकार्ड कर लिये कार्यक्रम कभी-कभी टेप डेक में स्पीड-वेरिएशन होने के कारण निश्चित समय से कम हो जाता है या बढ़ जाता है तब बचे हुए समय की पूर्ति के लिए स्लोगन या नारों का प्रयोग बहुत उपयोगी होता है ।

जरा सोचिए आप कार्यक्रम सुन रहे हों और कार्यक्रम के समापन की उद्घोषणा के बाद पांच दस सेकण्ड का पाज आये तो निश्चित ही आपको यह खालीपन अखरेगा । यदि इस खाली समय को भरने के लिए म्यूजिक, फिलर का इस्तेमाल किया जाए जैसा कि कभी-कभी किया जाता है तो भी वह निरर्थक प्रयोग है । अत: स्लोगन का इस्तेमाल सोद्देश्य और सार्थक होता है । नारा इतना सहज और बोधगम्य हो कि सुनते ही श्रोता को याद हो जाए । इसमें बोल-चाल की भाषा अधिक कारगर सिद्ध होती है । एक छोटा सा नारा यदि असरदार है तो लम्बे भाषण से ज्यादा अपील करेगा । यही कारण है कि एक नारा हमारी सम्पूर्ण विचारधारा, योजना, उद्देश्य आदि को व्यक्त कर देता है ।

स्लोगन की तरह प्रोमो भी कभी-कभी फिलर की तरह और कभी-कभी योजनाबद्ध तरीके से प्रसारित किए जाते हैं । प्रोमो एक तरह का आंतरिक विज्ञापन होता है जिसमें चैनल या केंद्र के अपने किसी कार्यक्रम या स्वयं चैनल का परिचय और विशेषताएं प्रचारात्मक ढंग से रिकार्ड रहती है । इसे अर्थपूर्ण शब्दों, संगीत और ध्वनि के मिश्रण से रोचक और प्रभावशाली बनाया जाता है । निजी चैनलों में प्रोमो धड़ल्ले से बजाए जाते हैं । इनमें यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि ये तथ्यों से परे और अतिश्योक्तिपूर्ण न हों ।

बोध-प्रश्न -2

1. समाचार लेखन में क्या-क्या सावधानियां बरतना आवश्यक है?

   ……

   ……

2. रेडियो आचार संहिता क्या है?

……

……

3. रेडियो नाटक के मुख्य तत्वों को स्पष्ट करें ।

……

……

4. आकाशवाणी के संगीत कार्यक्रमों में लेखन के महत्व पर प्रकाश डालिए ।

……

……

10.8 सारांश

इस पाठ में हमने आपको रेडियो प्रसारण के उद्देश्यों को स्पष्ट करते हुए रेडियो की विभिन्न विधाओं के लिए लेखन और प्रस्तुतीकरण से जुड़े पहलुओं की जानकारी दी । आकाशवाणी लोक प्रसारण संगठन है इसलिए इसके कार्यक्रमों के लेखन में अनेक मर्यादाओं का पालन करते हुए कई तरह की सावधानियां बरतनी पड़ती हैं । श्रव्य माध्यम होने के कारण कार्यक्रमों की भाषा सरल, बोधगम्य और तुरन्त समझ में आ जाने वाली होनी चाहिए । यह भी बताया गया है कि समाचार लिखना सबसे चुनौतीपूर्ण कार्य है ।

10.9 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया - डॉ. देवदत्त सिंह, प्रभात प्रकाशन, दिल्ली, 2007
2. समाचार : अवधारणा और लेखन प्रक्रिया - सुभाष धूलिया एवं आनंद प्रधान, सम्पा. भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली, 2004
3. रेडियो प्रसारण - कौशल शर्मा, प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली, 2004
4. प्रसारण पत्रकारिता - डॉ. सुरेश यादव, मध्यप्रदेश हिन्दी ग्रंथ अकादमी, भोपाल, 2004
5. क्राइम रिपोर्टर - हर्षदेव, भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली, 2005
6. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन - प्रो. रमेश जैन, मालदीप पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली, 2004

10.10अभ्यासार्थ प्रश्न

1. जनसंचार माध्यम के रूप में रेडियो की विशिष्टता का विश्लेषण कीजिए ।
2. रेडियो लेखन के विविध आयामों तथा परंपरा का वर्णन कीजिए ।
3. 'रेडियो की विभिन्न विधाओं में समाचार लेखन सबसे चुनौतीपूर्ण कार्य है' इस कथन की समीक्षा कीजिए ।
4. रेडियो नाटक और रेडियो रूपक में अंतर स्पष्ट कीजिए ।
5. रेडियो लेखन में भाषा के महत्व पर संक्षिप्त निबंध लिखिए ।
6. साहित्यिक रचनाओं की रेडियो प्रस्तुति पर प्रकाश डालिए ।
7. रेडियो प्रसारण में संगीत के महत्व को रेखांकित करते हुए इसके कार्यक्रम लेखन और प्रस्तुतिकरण की संभावनाओं का विवेचन कीजिए ।

इकाई-11

टेलीविजन समाचार लेखन

इकाई की रूपरेखा

11.0 उद्देश्य

11.1 प्रस्तावना

11.2 टेलीविजन समाचार का महत्व

11.3 भारत में टेलीविजन समाचार का इतिहास

- 11.3.1 दूरदर्शन समाचार
- 11.3.2 निजी समाचार चैनल

11.4 टेलीविजन समाचार लेखन

- 11.4.1 समाचार की संरचना
- 11.4.2 घटनाक्रम
- 11.4.3 चित्रात्मकता
- 11.4.4 संक्षिप्तता
- 11.4.5 भाषा की सरलता
- 11.4.6 अनुवाद

11.5 टेलीविजन समाचार बुलेटिन

- 11.5.1 स्वरूप और प्रक्रिया
- 11.5.2 क्रम निर्धारण
- 11.5.3 मुख्य समाचार
- 11.5.4 लैश
- 11.5.5 पूरक समाचार

11.6 टेलीविजन समाचार के दृश्यात्मक तत्त्व

- 11.6.1 मूवी चित्र
- 11.6.2 लाइब्रेरी/फाइल चित्र
- 11.6.3 स्टिल फोटो
- 11.6.4 सी.जी. (करैक्टर जेनरेशन)
- 11.6.5 ग्राफिक्स और एनीमेशन
- 11.6.6 लॉगो

11.7 ध्वन्यात्मक तत्व

- 11.7.1 साउंड बाइट
- 11.7.2 वायसकास्ट
- 11.7.3 लाइव डिस्पैच
- 11.7.4 फोन-इन
- 11.7.5 पीस टू कैमरा

11.8 सारांश
11.9 उपयोगी पुस्तकें
11.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

11.0 उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप :

- आज के युग में टेलीविजन समाचार के महत्व और भारत में टेलीविजन समाचार के इतिहास की जानकारी पा सकेंगे।
- टेलीविजन समाचार लेखन की प्रक्रिया और उसके विभिन्न पक्षों को समझ सकेंगे ।
- टेलीविजन समाचार की संरचना और उसकी बुनियादी विशेषताओं के बारे में जान सकेंगे ।
- समाचार बुलेटिन के स्वरूप की जानकारी पा सकेंगे ।
- टेलीविजन समाचार के चित्रात्मक और ध्वन्यात्मक तत्त्वों को समझ सकेंगे ।
- टेलीविजन समाचार की मौजूदा चुनौतियों के बारे में जान सकेंगे ।

11.1 प्रस्तावना

समूचे विश्व में संचार माध्यमों के क्षेत्र में अभूतपूर्व प्रगति और क्रांति के इस दौर में सूचना एक शक्ति के रूप में उभरी है । जनसंचार माध्यम समग्र सामाजिक और आर्थिक विकास के अनिवार्य साधन और मापदंड बन चुके हैं । जनसंचार माध्यम के रूप में सबसे पहले प्रिंट मीडिया यानी पत्र-पत्रिकाओं का पदार्पण हुआ, लेकिन पिछली सदी के पूर्वार्ध में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के उदय के उपरांत दुनिया करीब आ गई है । उपग्रह संचार प्रणाली ने तो टेलीविजन और रेडियो संदेशों को एकदम सर्वसुलभ बना दिया है । इंटरनेट ने ज्ञान और सूचना प्रणाली का स्वरूप ही बदल दिया है । टेलीविजन यों तो मुख्यतया मनोरंजन का माध्यम रहा है किंतु सूचना और समाचार के माध्यम के रूप में भी इसकी भूमिका कम उपयोगी नहीं है । 24 घंटे के समाचार चैनल तो किसी भी महत्वपूर्ण घटना के न केवल तथ्यों को बल्कि उससे जुड़े अन्य पहलुओं तथा उसके अतीत के साथ-साथ उसके संभावित परिणामों के अनुमान भी हमारे सामने तत्काल प्रस्तुत कर देते हैं । आतंकवादी घटना हो या किसी उपग्रह या अंतरिक्ष यान को छोड़ना, समुद्र के गर्भ में होने वाला पनडुब्बी युद्ध हो या आकाश की ऊँचाइयों में हो रहा हवाई युद्ध, संकट में फंसे किसी व्यक्ति या बच्चे की सहायता का अभियान हो अथवा क्रूरता के घृणित दृश्य ये सभी तथ्य सचित्र रूप में तत्काल हम तक पहुंच जाते हैं । टेलीविजन समाचार प्रसारण इतना आगे बढ़ आया है कि हमारे देश में भी, जहाँ टेलीविजन और टेलीविजन समाचार की यात्रा इतनी लंबी नहीं है, समाचारों के स्वरूप, प्रामाणिकता और सामाजिक औचित्य पर प्रश्न उठने लगे हैं । निजी समाचार चैनलों के बीच बढ़ती होड़ के कारण समाचार भी बिकाऊ वस्तु का रूप लेता जा रहा है । हिंदी के अधिकतर टी.वी. समाचार चैनलों पर विज्ञापन लोलुपता और धन कमाने तथा एक दूसरे से आगे बढ़ने की अंधी होड़ में समाचार की मर्यादाओं का उल्लंघन करने के आरोप लगने लगे हैं । यहां तक कि उनके नियंत्रण और नियमन के लिए किसी तरह की कानूनी या आंतरिक नियमन व्यवस्था तक ही मांग होने लगी है । यह स्थिति टेलीविजन समाचार की लोकप्रियता और महत्व की भी परिचायक है । इसलिए टेलीविजन

समाचार के लेखन और प्रस्तुति के सैद्धांतिक और व्यावहारिक पक्षों का गहन विवेचन और विश्लेषण आवश्यक हो गया है ।

11.2 टेलीविजन समाचार का महत्व

आपने पढ़ा कि टेलीविजन आज के युग में सूचना और समाचार का एक सशक्त माध्यम है । आप यह भी कह सकते हैं कि टेलीविजन सूचना का सबसे अधिक प्रभावशाली माध्यम है । इसका सबसे बड़ा कारण यह है कि दृश्य और श्रव्य माध्यम होने के कारण भारत जैसे देश में, जहां अब भी करोड़ों लोग निरक्षर या कम पढ़े-लिखे हैं, यह माध्यम सबसे अधिक प्रभावकारी है । इसे देखने के लिए शिक्षित या साक्षर होने की आवश्यकता नहीं है । फिर हर खबर चित्रों और शाब्दिक ब्यौरे के साथ उपलव्य होने के कारण इसे समझना सरल होता है । साथ ही टेलीविजन समाचार रेडियो से प्रसारित या अखबारों में छपी खबरों की तुलना में अधिक रोचक और आकर्षक होते हैं । टेलीविजन सिग्नल उपग्रह के जरिए प्राप्त होने से इनकी गुणवत्ता काफी अच्छी रहती है । उपग्रह संचार प्रणाली की कृपा से विश्व के किसी भी हिस्से में होने वाली घटना के चित्र क्षणों में उपलब्ध हो जाते हैं । भारत में टेलीविजन के अधिकतर चैनल निजी प्रसारकों या कंपनियों द्वारा संचालित होते हैं, इसलिए इनके समाचारों का चयन और प्रस्तुतीकरण दूरदर्शन से भिन्न है । केबल नेटवर्क और डायरेक्ट दू होम यानी डी.टी.एच. टेक्नोलोजी की बदौलत उपभोक्ता चाहे जितने चैनल अपने टी.वी. सैट पर देख सकते हैं जिससे दर्शकों के पास विकल्प मौजूद हैं । इंटरनेट पर उपलब्ध हो जाने से किसी भी चैनल के समाचार जब चाहे देखे-सुने जा सकते हैं । इन सभी पहलुओं के चलते टेलीविजन समाचार रेडियो और अखबारों के मुकाबले अधिक रोचक, आकर्षक और प्रभावशाली हैं तथा अधिक त्वरित रूप से दर्शकों तक पहुंचते हैं ।

11.3 भारत में टेलीविजन समाचार का इतिहास

एक माध्यम के रूप में टेलीविजन का अवतरण अमरीका और यूरोप में 20वीं शताब्दी के पूर्वार्ध में हो गया था लेकिन भारत में टेलीविजन की शुरूआत बहुत छोटे स्तर पर15 सितंबर 1959 को हुई । उस समय केवल एक घंटे का कार्यक्रम दिल्ली और उसके आसपास के क्षेत्र के लिए प्रसारित किया जाता था और टेलीविजन आकाशवाणी का ही एक अंग था । दूरदर्शन के नाम से अलग से टेलीविजन संगठन 1976 में बना । टेलीविजन समाचारों के प्रसारण की शुरूआत 1965 में हुई । तब रात को केवल 10 मिनट का एक हिंदी बुलेटिन प्रस्तुत किया जाता था, जो आकाशवाणी में ही तैयार होता था । 1972 में मुम्बई और उसके बाद कोलकाता तथा अन्य शहरों में टेलीविजन केन्द्र खुलने से क्षेत्रीय भाषाओं में भी समाचार दिए जाने लगे । दूरदर्शन सूचना और प्रसारण मंत्रालय के अंग के रूप में काम करता है, इसलिए इस पर आरोप लगता रहा है कि इसमें केवल वही समाचार दिखाए जाते हैं जो शासक पक्ष या सरकार को पसंद हैं । समय-समय पर इसे निगम का रूप देकर स्वायत्त बनाने के भी प्रयास हुए किन्तु मोटे तौर पर दूरदर्शन सरकार का ही माध्यम बना रहा । 1991 में देश में आर्थिक सुधारों तथा उदारीकरण की हवा चली तो टेलीविजन के क्षेत्र में भी निजीकरण आया और कुछ संगठनों को दूरदर्शन पर अपने समाचार बुलेटिन तथा सम सामयिक विषयों के कार्यक्रम प्रसारित करने की अनुमति

दी गई । केबल टी.वी. आने के बाद निजी संगठनों को भी अपने चैनल चलाने और समाचार प्रसारित करने की छूट मिली । 1995 के बाद अलग से समाचार चैनल भी काम करने लगे । इस समय दूरदर्शन के समाचार चैनलों और अनेक क्षेत्रीय समाचार इकाइयों के साथ-साथ लगभग 75 निजी समाचार चैनल चल रहे हैं, जो हिंदी, अंग्रेजी और क्षेत्रीय भाषाओं में खबरें और समाचारों पर आधारित कार्यक्रम प्रसारित कर रहे हैं ।

11.3.1 दूरदर्शन समाचार

आपने पढ़ा कि दूरदर्शन के समाचारों का प्रसारण 1965 में प्रारंभ हुआ । उस समय 10 मिनट का केवल एक समाचार बुलेटिन हिंदी में प्रसारित होता था । तब समाचारों में दृश्य सामग्री बहुत कम रहती थी । असल में टी.वी. बुलेटिन पूरी तरह रेडियो बुलेटिन की ही तरह बनाए जाते थे और जिन समाचारों के बारे में विजुअल यानी फिल्म क्लिपिंग उपलब्ध होती थी, उनके साथ फिल्म संपादित करके दिखा दी जाती थी । आज की तरह साउंड बाइड, वायसकास्ट तथा अन्य सुविधाएं नहीं थीं । समाचार वाचक बुलेटिन पढ़ता था और दो-तीन समाचारों के लिए फिल्म या स्टिल फोटो दिखा दिए जाते थे । दूरदर्शन समाचार में वास्तविक निखार 1982 में आया जब टेलीविजन रंगीन हो गया और राष्ट्रीय चैनल का सूत्रपात हुआ । तब दिल्ली से हिंदी और अंग्रेजी में 20-20 मिनट के राष्ट्रीय समाचार बुलेटिनों का प्रसारण शुरू हुआ, जिन्हें अन्य केन्द्र भी प्रसारित करते थे । कुछ केंद्रों से प्रादेशिक समाचार भी प्रसारित होने लगे । यह भारत में टी.वी. समाचार की पहली अंगड़ाई थी । तभी टेलीविजन समाचार बुलेटिन का स्वरूप भी बदला और उसमें रोचकता, विविधता और गंभीरता का समावेश हुआ । 1987 तक दूरदर्शन से रात को ही समाचार प्रसारित किए जाते थे । 23 फरवरी 1987 को प्रातःकालीन राष्ट्रीय बुलेटिन और 26 जनवरी 1989 को दोपहर का समाचार बुलेटिन शुरू हो गया । ये दोनों बुलेटिन हिंदी और अंग्रेजी में थे और इनकी अवधि 10 मिनट थी । इनके अलावा संसद के अधिवेशन के दिनों में संसद समाचार भी प्रसारित किए जाने लगे ।

3 नवम्बर 2003 को दूरदर्शन से 24 घंटे के समाचार चैनल का शुभारंभ हो जाने के बाद से सुबह से शाम तक 5, 10, 15 और 30 मिनट के बुलेटिन प्रसारित होते रहते हैं । इसके अलावा आर्थिक समाचार, खेल समाचार, संसद समाचार तथा कभी-कभी विशेष बुलेटिन और वार्ताएं भी प्रसारित की जाती हैं । बीच-बीच में सामयिक विषयों पर चर्चाओं और भेंटवार्ताओं का भी प्रसारण होता रहता है । इस प्रकार 1965 से 1981 तक दूरदर्शन समाचार का निष्क्रिय काल था तो 1982 से 1995 तक का समय उसका सक्रिय या स्वर्ण युग था ।

11.3.2 निजी समाचार चैनल

आपने पढ़ा कि पिछली सदी के अंतिम दशक में उदारीकरण की प्रक्रिया के सूत्रपात के बाद अर्थव्यवस्था की तरह जनसंचार के क्षेत्र में भी खुलापन और उदार वातावरण

छाने लगा । इसका प्रभाव समाचार प्रसारण पर भी पड़ा । जैसा कि आपने पढ़ा प्रारंभ में निजी प्रसारक दूरदर्शन से ही अपने समाचार कार्यक्रम प्रसारित करते थे । आज के 'एन डी टी वी' और 'आज तक' चैनलों ने अपनी आखें दूरदर्शन की गोद में ही खोली थीं । धीरे-धीरे अन्य उपग्रह चैनलों से आंशिक रूप से समाचारों का प्रसारण होने लगा । बीसवीं सदी के अंतिम वर्षो में स्वतंत्र समाचार चैनल अस्तित्व में आ गए जो केवल खबरों और समाचार आधारित कार्यक्रमों के प्रसारण को समर्पित हैं । इससे हिंदी समाचारों की लोकप्रियता बढ़ने लगी और समाचारों और समाचार बुलेटिनों के स्वरूप, उद्देश्य और संरचना में तेजी से बदलाव आ गया । दूरदर्शन के समाचारों के स्वरूप में भी तदनुरूप परिवर्तन आया किंतु उसे वो आजादी और खुलापन उपलव्य नहीं है, जो निजी उपग्रह चैनलों के पास है । दूरदर्शन क्योंकि लोक प्रसारक की भूमिका भी निभाता है इसलिए उसे सनसनीखेज और उत्तेजक समाचारों से बचना पड़ता है और अपने सामाजिक, संवैधानिक और राजनीतिक सरोकारों की भी चिंता करनी पड़ती है ।

दूसरी ओर तकनीकी और प्रस्तुतीकरण की श्रेष्ठ शैलियां अपनाने के बावजूद 75 से अधिक उपग्रह टी.वी. समाचार चैनल अपनी प्रोफेशनल जिम्मेदारियों और मर्यादाओं की उपेक्षा करते हुए केवल शहरी और संपन्न वर्गो के हितों और रुचि के अनुरूप समाचार प्रसारित करने लगे हैं और समाचार संगठन के रूप में अपने दायित्व निभाने की राह से भटक गए हैं । यह स्थिति आदर्श समाचार प्रसारण की दृष्टि से सोचनीय है । ये चैनल वास्तविक समाचार चैनल न रहकर टी.आर.पी. बढ़ाने के उद्देश्य से नकारात्मक, मनोरंजक, फूहड़ और सस्ते कार्यक्रमों के प्रसारण पर उतर आए हैं । ये समाचारों के नाम पर तंत्र-मंत्र और जादू-टोने की खबरें, पारिवारिक कलह के किस्से, लतीफे-चुटकुले और फिल्मी किस्से-कहानियों व अर्धनग्न व फूहड़ नाच-गानों पर आधारित कार्यक्रम परोसकर समाचार की गरिमा गिरा रहे हैं ।

बोध प्रश्न - 1

1. टेलीविजन समाचारों का क्या महत्व है?

   ……

   ……

2. भारत में टेलीविजन समाचार की यात्रा का संक्षिप्त ब्यौरा दीजिए ।

   ……

   ……

3. दूरदर्शन और निजी चैनलों के समाचारों में क्या अंतर है?

   ……

   ……

11.4 टेलीविजन समाचार लेखन

आपने पढ़ा कि टेलीविजन माध्यम के अखबारों और रेडियो से भिन्न होने के कारण इसके समाचारों का स्वरूप और संरचना भी इन दोनों माध्यमों के समाचारों से भिन्न होती है । दृश्य माध्यम होने के चलते जहां इसमें शब्दों की भूमिका अपेक्षाकृत कम है, वहीं भाषा को सरल और सुबोध रखना आवश्यक है, क्योंकि इसे निरक्षर और अल्पशिक्षित लोग भी देखते-सुनते हैं । समाचारों का मुख्य स्रोत संवाद एजेंसियां हैं, जो प्राय: अखबारों की आवश्यकता को ध्यान में रखकर समाचार तैयार करती हैं । इन समाचारों को टेलीविजन पर प्रसारण योग्य बनाने के लिए इनका व्यापक संपादन किया जाता है और इन्हें उपलब्ध चित्रों और ध्वनि सामग्री के अनुरूप ढाला जाता है ।

यहां यह स्पष्ट कर देना जरूरी है कि टेलीविजन के लिए समाचार लेखन से तात्पर्य केवल आलेख लिखने से नहीं, बल्कि समूचा समाचार यानी न्यूज आइटम तैयार करने से है । हम इसे समाचार लेखन की बजाय समाचार रचना भी कह सकते हैं । इसके अंग हैं आलेख, यानी भाषा, चित्र और ध्वनि । इन तीनों में सार्थक और रोचक समन्वय और संतुलन ही टेलीविजन समाचार का सार है । यहीं आकर टेलीविजन समाचार संपादन की कला सामान्य समाचार संपादन से भिन्न हो जाती है ।

11.4.1 समाचार की संरचना

जैसा कि हम ऊपर बता आए हैं कि वहीं संपादक या पत्रकार टेलीविजन के लिए सफल संवाद रचना कर सकते हैं, जिन्हें भाषा, शैली पर अधिकार के साथ-साथ उपलब्ध दृश्य सामग्री तथा तथ्यों की क्रमबद्धता की सैद्धांतिक जानकारी, व्यावहारिक अनुभव एवं आत्म विश्वास होगा । आप जो कुछ चित्रों के माध्यम से दिखाना चाहते हैं, वही आपको शब्दों के माध्यम से कहना भी होगा । समाचार का आमुख घटना के क्रमवार ब्यौरे तथा अन्य संबंधित जानकारी को चित्रों के क्रम के मुताबिक लिखा जाता है । इसी प्रकार चित्र को समाचार की मांग के हिसाब से संपादित किया जाता है । चित्र और शब्द दोनों में जितना अधिक समन्वय होगा, समाचार उतना ही प्रभावशाली होगा।

टेलीविजन में किसी घटना के पूरे समाचार को 'पैकेज' कहा जाता है । इससे आशय यह है कि इस पैकेज में सबसे पहले तो एंकर समाचार को 'ब्रैक' करता या करती है । इसके बाद वाइस ओवर के साथ विजुअल्स आते हैं, लोगों भी बाइट्स होती है और संवाददाता स्वयं घटनास्थल से रिपोर्ट देता है जिसे पीस-टू-कैमरा कहते हैं ।

11.4.2 घटनाक्रम

अखबार या रेडियो के लिये समाचार लिखते समय यह सुनिश्चित करना आवश्यक नहीं होता कि किसी घटना को उसी क्रम में लिपिबद्ध किया जाए जिस क्रम में वह घटी है । परंतु टी.वी. के लिए समाचार बनाते समय ऐसा करना सामान्यतया आवश्यक होता है । बाद की बात को पहले दिखाना अजीब लगता है । उदाहरण के लिए किसी

की मृत्यु हो जाने पर अंतिम संस्कार को पहले तथा पार्थिव शरीर पर पुष्प मालायें चढ़ाने का दृश्य बाद में नहीं दिखाया जा सकता । इसी प्रकार किसी नेता या मंत्री को भाषण देते हुए पहले दिखाकर उसे कार्यक्रम के उद्घाटन के लिए दीप प्रज्जवलित करते हुए बाद में दिखाना अटपटा लगेगा । भाव यह है कि समाचार का वर्णन क्रमशः होता है, जबकि रेडियो, अखबार में महत्व के अनुसार घटना का क्रम रखा जा सकता है ।

संक्षेप में कह सकते हैं टेलीविजन समाचार 'क्या हुआ, 'कैसे हुआ और 'आगे क्या होने जा रहा है' यही टेलीविजन समाचार की संरचना है ।

11.4.3 चित्रात्मकता

यह विशेषता टी.वी. समाचारों को अन्य माध्यमों से एकदम पृथक स्वरूप प्रदान करती है । जहां अन्य माध्यमों के समाचार में आवश्यक सूचनाओं को उनके महत्व के आधार पर शामिल करना आवश्यक है, वहां टी.वी समाचार में शब्दों का कम से कम इस्तेमाल करके 'चित्रों को बोलने' का अवसर देना अच्छी संपादन कला का लक्षण है । इसलिए समाचार लिखते समय उसके उन अंशों को अधिक उजागर किया जाता है, जिनमें चित्र का इस्तेमाल करने की संभावनाएं हों । टेलीविजन समाचार में चित्र का प्रमुख स्थान है, जबकि शब्द सहायक भूमिका निभाते हैं । यदि किसी रिपोर्ट या मात्र भाषण आदि का ऐसा समाचार हो जिसके बारे में कोई प्रभावशाली फिल्म अथवा कैमरा कवरेज उपलब्ध न हो तो उस घटना की पृष्ठभूमि से संबंधित किसी पुरानी फिल्म का इस्तेमाल करके शुष्क समाचार को चित्रमय बना दिया जाता है । यही नहीं, जब किसी घटना का चित्र तत्काल उपलब्ध न हो सके तो उस व्यक्ति या घटना' का कोई आर्काइव चित्र दिखाकर उसे चित्रात्मकता प्रदान की जा सकती है । उदाहरण के लिए ऊर्जा से जुड़े सम्मेलन का समाचार दिखाते हुए ऊर्जा के उत्पादन, वितरण तथा उपयोग से संबंधित चित्र दिखाए जा सकते हैं । इन्हें फाइल या लाइब्रेरी चित्र भी कहा जाता है।

11.4.4 संक्षिप्तता

जैसा कि ऊपर बताया गया है टेलीविजन के समाचार में चित्र बोलते हैं, अतः समाचारों के आलेख एकदम संक्षिप्त होने चाहिये, क्योंकि अधिक शब्द कभी-कभी चित्रात्मक अभिव्यक्ति में बाधक सिद्ध होने लगते हैं । घटना का विस्तृत विवरण देना आवश्यक नहीं है क्योंकि दर्शक पूरी घटना को चित्र के रूप में स्वयं ही देखकर सब कुछ समझ लेता है । कभी-कभी केवल एक-दो वाक्यों के आलेख और समाचार से संबंधित वायसकास्ट और साउंडबाइट की प्रस्तुति से पूर्ण समाचार दर्शकों तक पहुंचाया जा सकता है । उदाहरण के लिए स्वतंत्रता दिवस पर प्रधानमंत्री के एक घंटे का भाषण केवल 10-15 वाक्यों के आलेख के माध्यम से प्रसारित हो सकता है क्योंकि हर वाक्य के बाद हम उनका विषय से जुड़ा साउंडबाइट यानी उनके भाषण का अंश शामिल कर सकते हैं । साथ ही समारोह के चित्र जैसे कि लाल किले की प्राचीर, उपस्थित

जनसमूह, महत्वपूर्ण व्यक्ति या भाषण के विषयों से संबंधित फाइल चित्र दिखाकर समाचार को रोचक और प्रभावशाली बनाया जा सकता है । आलेख को संक्षिप्त रखने की क्षमता अच्छे संपादक का अनिवार्य गुण है ।

11.4.5 भाषा की सरलता

जैसा कि आप पढ़ चुके हैं कि भाषा की सरलता टी.वी. समाचार का आवश्यक गुण है क्योंकि हमारे देश में इसके दर्शकों, खासकर हिंदी समाचारों के दर्शकों में कम पढे-लिखे लोग भी शामिल हैं । भाषा का लिखित या मुद्रित रूप बदलकर उसे मौखिक यानी स्पोकन रूप देना होता है । जैसा कि समाचार की संरचना अनुभाग में भी बताया गया है कि चित्र अपने आप बोलता है । अत: कम से कम शब्दों में अधिक से अधिक जानकारी व्यक्त करने की कला ही अच्छे टी.वी. समाचार संपादक की मुख्य विशेषता है । टी.वी. समाचारों की भाषा की कुछ मुख्य बातें इस प्रकार हैं :-

- वाक्य सरल और संक्षिप्त होने चाहिये ।
- प्रयास यह किया जाये कि एक वाक्य में एक ही बात कही जाए ।
- जटिल वाक्यों का यभासंभव कम से कम प्रयोग करना वांछनीय है ।
- बोलचाल के शब्द तथा मुहावरे प्रयोग किए जाने चाहिए ताकि सभी स्तरों व वर्गो के लोग समझ सकें ।
- हिन्दी समाचार तैयार करते हुए अंग्रेजी के प्रचलित शब्दों, यथा-स्टेशन, इंजीनियर, स्कूल, टेलीफोन, बस, कार, पेंसिल, कापी, पैन, रेल, कम्प्यूटर तथा इसी प्रकार के अन्य शब्दों व अन्य भारतीय भाषाओं, विशेषकर उर्दू के सहज प्रयोग में आने वाले शब्दों को अपनाने में संकोच नहीं करना चाहिए ।
- जिन शब्दों के उच्चारण के लिए वाचक को प्राणायाम करना पड़े, उनकी बजाय उनके सरल वैकल्पिक शब्दों का प्रयोग करना बेहतर है ।
- चिकित्सा, इंजीनियरी, उद्योगों तथा अन्य विशिष्ट व्यवसायों से संबंधित तकनीकी अंग्रेजी शब्दों के अप्रचलित कठिन हिन्दी पर्याय इस्तेमाल करने के लोभ का संवरण करना चाहिए ।
- शब्दों में विविधता रहनी चाहिये । एक ही समाचार में किसी एक शब्द का बार-बार प्रयोग अखरता है । कोई नाम भी बार-बार नहीं बोला जाना चाहिए ।
- समाचार लिख लेने के पश्चात् यदि समय हो तो उसे दोबारा पढ़कर भाषा को परिमार्जित करना चाहिए ।
- समाचार लिखते हुए नामों, संख्याओं, स्थानों, तिथियों, पदनामों की विशेष रूप से जांच कर लेनी चाहिए ।

11.4.6 अनुवाद

हिन्दी तथा अन्य भारतीय भाषाओं की पत्रकारिता की एक विवशता यह है कि उसे अनुवाद का काफी आश्रय लेना पड़ता है । टेलीविजन के समाचार प्राय: जल्दी में तैयार किए जाते हैं । अत: अनुवाद के बंधन का दबाव इन पर अधिक होता है । फिर भी

यदि शाब्दिक अनुवाद से बचते हुए भावानुवाद पर बल दिया जाए तो जटिलता एवं कृत्रिमता से कुछ हद तक मुक्ति पाई जा सकती है । अंग्रेजी की वाक्य रचना जटिल है और उसमें एक ही वाक्य में योजक शब्दों की सहायता से कई बातें शामिल कर ली जाती हैं । इस प्रकार के वाक्यों को दो या तीन लघु और सरल वाक्यों में तोड़ कर लिखा जाना चाहिए । इस प्रकार अंग्रेजी के मुहावरों को ज्यों का त्यों हिन्दी में रूपांतरित कर देने से भाषा की स्वाभाविकता पर आंच आती है । किंतु ऐसा करते समय चित्रों की अनुरूपता और समय सीमा का ध्यान भी रखना आवश्यक है । निजी समाचार चैनलों की भाषा दूरदर्शन समाचारों की भाषा के मुकाबले अधिक सरल, सुबोध और लचीली होती है । इन चैनलों में आम बोलचाल की भाषा इस्तेमाल होती है । अंग्रेजी शब्दों और वाक्यों तक का खुलकर प्रयोग किया जाता है । कुछ आलोचकों की शिकायत है निजी समाचार चैनल समाचार के स्वरूप के साथ-साथ समाचारों की भाषा को भी प्रदूषित कर रहे हैं । लेकिन समाचारों की भाषा जितनी सरल व लचीली होगी, समाचार उतने ही आकर्षक और ग्राह्य होंगे ।

11.5 टेलीविजन समाचार बुलेटिन

कोई भी समाचार अकेले या स्वतंत्र रूप से प्रस्तुत नहीं किया जाता । समाचार 5, 10, 15 या 30 मिनट के बुलेटिन के अंतर्गत ही प्रसारित होते हैं । अनेक समाचारों का गुलदस्ता ही बुलेटिन कहलाता है । जिस तरह टेलीविजन समाचार की रचना एक प्रकार की विशिष्टता की मांग करती है, उसी प्रकार समाचार बुलेटिन के संपादन, प्रसारण के लिए विशिष्ट कला और निपुणता की आवश्यकता होती है । समाचार बुलेटिन अपने आप में एक इकाई होनी चाहिए जिसमें उस समय तक के सभी रंगों व प्रकारों के समाचारों को सम्मिलित किया जाना चाहिए । असल में टी.वी. समाचार बुलेटिन के स्वरूप में तेजी से बदलाव आता जा रहा है । साथ ही संपादक की अवधारणा भी धूमिल होती जा रही है । अलग-अलग समाचार चैनल अपने बुलेटिनों के रोचक और आकर्षक, नाम रखकर उनके लिए अलग-अलग प्रक्रिया, अपना रहे हैं । हम यहां समाचार बुलेटिन या समाचार कार्यक्रम के मुख्य संचालक की दृष्टि से एक परंपरागत प्रक्रिया का ब्यौरा दे रहे हैं । त्वरित परिवर्तन के दौर में कोई निश्चित फारमेट अपनाना अब संभव नहीं रह गया है ।

11.5.1 स्वरूप और प्रक्रिया

बुलेटिन संपादक का सबसे पहला काम है उपलब्ध और अपेक्षित समाचारों तथा उपलब्ध चित्रात्मक सामग्री यानी फिल्मों, कैमरा कवरेज आदि और संभावित सामग्री को ध्यान में रखते हुए अपने बुलेटिन की रुपरेखा तैयार करना । वह यह भी देखता है कि पिछले दिन और उससे पिछले बुलेटिन में क्या-क्या प्रसारित हो चुका है । यह बुलेटिन में शामिल किये जाने वाले समाचारों के महत्व के अनुसार उनका क्रम निर्धारित करता है और उसी के अनुरूप चित्रात्मक और ध्वन्यात्मक सामग्री का क्रम तय करता है । संपादक चित्रात्मक सामग्री देखने के बाद उसमें समाचार के मुताबिक कांट-छांट यानी संपादन करने का परामर्श देता है और यह भी संकेत देता है कि

समाचार विशेष के लिए कितनी अवधि के चित्र या अन्य सामग्री अपेक्षित है । बुलेटिन का प्रस्तुतकर्ता यानी प्रोड्यूसर, संपादक के परामर्श के अनुसार चित्रों का संपादन करता है । संपादक चित्रों के अनुसार समाचार लिखता है तथा पृष्ठ संख्या अंकित करके समाचार वाचक या एंकर को देता है । अब तो संपादक स्वयं एंकर भी बन रहे हैं । यह सारा काम कम्प्यूटर पर ही होता है । कम्प्यूटर से ही टेलीप्रोम्पटर की मदद से एंकर समाचार पढ़ता है । हर समाचार पर आवश्यक संकेत या निर्देश अंकित रहते हैं । इसके अलावा जब बुलेटिन पढ़ने वाले दो व्यक्ति हों तो प्रत्येक पृष्ठ पर एंकर या वाचक का नाम भी अंकित किया जाता है । कम्प्यूटर प्रत्येक आइटम की अवधि स्वत: सूचित कर देता है जिससे बुलेटिन की निश्चित अवधि के अनुसार ही आइटम तैयार करना सरल रहता है । प्रसारण के समय प्रस्तुतकर्ता की मुख्य भूमिका रहती है । वह पैनल पर बैठकर माइक से स्टूडियो में लोर मैनेजर के माध्यम से समाचार वाचकों/एंकरों, कैमरामैनों तथा अन्य दृश्य/ध्वनि सामग्री के प्रदर्शन के संबंध में कमांड देता है ।

11.5.2 क्रम निर्धारण

यों तो बुलेटिन में समाचार का क्रम निर्धारण उनके महत्व के अनुसार किया जाता है किन्तु यदि सभी समाचार चित्रमय न हों तो यह ध्यान रखा जाता है कि एक साथ कई शुष्क समाचार लगातार न रखे जाएं, बल्कि चित्रमय समाचारों के बीच-बीच में उन्हें रखा जाये । यह इसलिए किया जाता है ताकि शुष्क समाचार अधिक देर तक लगातार प्रसारित होने से बुलेटिन अरुचिकर न बन जाए । जहां तक समाचार के विषय के अनुसार क्रम का प्रश्न है, यह अब हर चैनल अलग-अलग आधार पर तय करता है ।

बुलेटिन को निर्धारित समय से अधिक चलाना यानी 'ओवर कैरी' अथवा समय से पहले समाप्त करना यानी 'अंडर कैरी' करना समाचार संपादक का दोष माना जाता है । परन्तु कई बार बीच में किसी महत्वपूर्ण 'गैर चित्रमय' समाचार को लेना अत्यंत आवश्यक हो जाता है । इसे देखते हुए बुलेटिन के अंत में प्राय: कम महत्वपूर्ण समाचारों को रखा जाता है ताकि यदि उन्हें न पढ़ा जाये अर्थात् वे 'क्राउड आउट' हो जाएं तो विशेष अंतर न पड़े । समाचारों के प्रसारण के दौरान भी कम्प्यूटर पर संपादक क्रम बदल सकता है या कोई समाचार ऐड या डिलीट कर सकता है । यह बात चित्र और ध्वनि पर भी लागू होती है ।

11.5.3 मुख्य समाचार (हेड लाइन)

बुलेटिन अथवा समाचार कार्यक्रम के प्रारंभ तथा अंत में उसके प्रमुख समाचार दिए जाते हैं । यद्यपि ये सबसे पहले प्रस्तुत किए जाते हैं किन्तु इन्हें तैयार करने का काम आमतौर पर बुलेटिन पूरा होने से कुछ समय पहले किया जाता है ताकि सभी उपलब्ध समाचारों में से मुख्य समाचारों का चयन किया जा सके । मुख्य समाचारों को अति संक्षिप्त, चुस्त और सुबोध बनाया जाता है । किसी बुलेटिन में तीन से आठ

तक मुख्य समाचार बनाने की परंपरा है । बजट बुलेटिन जैसे विशेष समाचार बुलेटिनों में इससे अधिक मुख्य समाचार भी रखे जाते हैं । यदि कोई महत्वपूर्ण समाचार बुलेटिन के प्रसारण के दौरान प्राप्त होने पर लैश के रूप में शामिल किया जाता है तो उसे अंत में दोबारा पढ़े जाने वाले मुख्य समाचारों में उसके महत्व के अनुसार क्रम पर रखकर पढ़ाया जाता है । कभी-कभी यह नया समाचार अंत में दुबारा पढ़े जाने वाले मुख्य समाचारों का 'लीड' समाचार भी बन जाता है । मुख्य समाचारों के साथ संबंधित चित्र भी दिए जाने चाहिए । ये आमतौर पर रिकॉर्ड कर लिए जाते हैं ताकि आलेख और चित्रों का समन्वय भली प्रकार हो जाए ।

11.5.4 लैश

जब बुलेटिन का प्रसारण प्रारंभ हो जाने के बाद कोई ऐसा महत्वपूर्ण समाचार आ जाता है जो पहले दिए गए किसी समाचार की अगली कड़ी है या बुलेटिन में प्रसारित हो चुके समाचार का खंडन करता है तो उसे 'लैश' या 'अभी-अभी मिले समाचार' के रूप में बुलेटिन में स्थान दिया जाता है ताकि श्रोताओं/दर्शकों को मालूम हो जाए कि यह समाचार बाद में आया है । इसके अलावा कोई नया अति महत्वपूर्ण समाचार आने पर भी उसे लैश के रूप में प्रसारित किया जा सकता है ।

11.5.5 पूरक समाचार

टेलीविजन के समाचार संपादक पर समय की पाबंदी की तलवार हमेशा लटकी रहती है । 5, 10, 15 और 30 मिनट की निश्चित अवधि के बुलेटिन के लिए उसे सभी समाचार नाप-तोल कर बनाने होते हैं । कभी-कभी तकनीकी कारणों से चित्र न चल पाने अथवा प्रणाली के असफल हो जाने से निर्धारित समय से पहले बुलेटिन पूरा हो जाने की स्थिति बन जाती है । ऐसी हालत से निपटने के उद्देश्य से पूरक समाचार तैयार रखना उचित रहता है । दो या तीन ऐसे समाचार, जो अपेक्षाकृत कम महत्वपूर्ण हों वैकल्पिक उपयोग के लिए रन डाउन या क्रम में शामिल रखने चाहिये । इन्हें पूरक आइटम कहा जाता है ।

बोध-प्रश्न -2

1. टेलीविजन समाचार लेखन की प्रक्रिया का वर्णन कीजिए ।

   ……

   ……

2. टेलीविजन समाचार लेखन की मुख्य विशेषताएं क्या हैं?

   ……

   ……

3. टी.वी. समाचार बुलेटिन में मुख्य समाचारों और क्रम निर्धारण का क्या महत्व है?

   ……

   ……

4. समाचारों के आलेख की भाषा कैसी होनी चाहिए?

……

……

11.6 टेलीविजन समाचार के दृश्यात्मक तत्व

ऊपर स्पष्ट किया गया है कि चित्रात्मकता या दृश्यात्मकता टेलीविजन समाचार का प्राण है । यही वह तत्व है जो टी.वी. समाचार को विशिष्ट और अन्य माध्यमों के समाचारों से भिन्न तथा अधिक रोचक व प्रभावकारी बनाता है । यह दृश्यात्मकता कई साधनों से लाई जा सकती है ।

11.6.1 मूवी चित्र

टेलीविजन समाचारों का सबसे आवश्यक व महत्वपूर्ण तत्व है मूवी फोटोग्राफी । यह सजीव और स्थल चित्र पूरी घटना को विश्वसनीय और प्रामाणिक रूप से दर्शक के सम्मुख पेश कर देते हैं । इनमें घटना के स्थान, व्यक्ति, आस-पास का माहौल सभी कुछ प्रत्यक्ष प्रस्तुत हो जाता है । समाचार की आवश्यकता, अवधि आदि के अनुरूप इनका संपादन किया जाता है । इन चित्रों में मौके की ध्वनियां, संवाद और संबंधित पक्षों से अलग से लिए गए साक्षात्कार भी शामिल रहते हैं जिससे टी.वी. समाचार अखबारों के समाचारों की तुलना में अधिक विश्वसनीय और सही लगते हैं ।

11.6.2 लाइब्रेरी/फाइल चित्र

जैसा कि आपने पहले पढ़ा कि समाचार को चित्रात्मक बनाने के लिए फाइल चित्रों का भी आश्रय लिया जाता है । प्रत्येक टी.वी. समाचार माध्यम में एक फिल्म लाइब्रेरी होती है जिसमें विभिन्न विषयों, प्रमुख व्यक्तियों, संस्थाओं आदि से संबंधित मूवी चित्रों का संग्रह, वी.सी.आर, सीडी., डी.वी.डी. आदि के रूप में किया जाता है । ताजा घटना के मूवी चित्र उपलब्ध न हो पाने की स्थिति में और घटना की पृष्ठभूमि प्रस्तुत करने के उद्देश्य से इन लाइब्रेरी चित्रों को दिखाया जाता है जिससे दर्शक के सामने यह स्पष्ट हो जाता है कि इससे पहले कब-कब और किस प्रकार घटना घट चुकी है । उदाहरण के लिए रेल-दुर्घटना या आतंकवादी हमला होने पर पिछली घटनाओं का ब्यौरा देते हुए फाइल चित्र दिखाए जा सकते हैं । किन्तु टी.वी. स्क्रीन पर यह संकेत देना आवश्यक है कि ये चित्र पुराने हैं, नहीं तो समाचारों की विश्वसनीयता और चैनल की छवि आहत होगी ।

11.6.3 स्टिल फोटो

किसी घटना की मूवी फोटोग्राफी तत्काल उपलब्ध न हो पाने या उसकी गुणवत्ता सही न होने की स्थिति में उस अवसर पर खींचे गए स्टिल चित्र दिखाना उपयोगी होता है । ये चित्र एक या उससे अधिक हो सकते हैं । घटना के विकास-क्रम के अनुसार चित्र बदल कर या कोलाज रूप में दिखाए जा सकते हैं । किसी व्यक्ति के बारे में

कोई समाचार देते हुए उस व्यक्ति का चित्र स्क्रीन पर आने से समाचार की संप्रेषणीयता बढ़ जाती है । व्यक्ति की किसी उपलब्धि, बयान, मृत्यु आदि की खबर देते हुए भी इन चित्रों का उपयोग किया जाता है । इसके अतिरिक्त भवनों जैसे कि संसद भवन, उच्चतम न्यायालय, विधानसभा भवन, निर्वाचन आयोग आदि के स्टिल चित्रों से उनसे संबंधित समाचारों को प्रासंगिकता प्रदान की जाती है । स्टिल चित्रों को इंटरनेट या अन्य स्रोतों से डाउन लोड करके अपने कम्प्यूटर में संकलित कर लिया जाता है ।

11.6.4 सीजी (कैरेक्टर जनरेशन)

इस तकनीक में समाचार के महत्वपूर्ण अंश को, विशेषकर संख्याओं व नामों को स्क्रीन पर सुपर किया जाता है । कई बार दर्शक आकड़ों को ध्यान से नहीं सुन सकता या भ्रमित हो सकता है । इसीलिए जब वे सुनने के साथ-साथ उसे लिखित और अंकित रूप में देखते भी हैं तो उस अंश की संप्रेषणीयता दुगुनी हो जाती है । आर्थिक समाचारों, खेलों के स्कोर, चुनाव और सदनों में मतविभाजन के समय विभिन्न पक्षों की स्थिति को दर्शाने के लिए कैरेक्टर जेनरेशन यानी सी.जी. तकनीक का पर्याप्त इस्तेमाल किया जाता है । यह तकनीक कम्प्यूटरीकृत है । इस तकनीक की एक महत्वपूर्ण उपयोगिता यह भी है कि जब कोई व्यक्ति किसी भिन्न भाषा में बोल रहा हो तो बुलेटिन की भाषा में उसका रूपांतरण संक्षिप्त रूप में सी.जी. करके दर्शकों तक वह भाषण संप्रेषित किया जा सकता है । समाचारों के दौरान किसी संबंधित व्यक्ति, संवाददाता और समाचार वाचक का नाम सुपर करने के लिए सी.जी. पद्धति को काम में लिया जाता है । इस तकनीक का इस्तेमाल स्ट्रिप-न्यूज यानी पट्टिका समाचार में भी किया जाता है । मुख्य समाचार देखने के साथ-साथ दर्शक पट्टिका में लिखित रूप में अन्य या नए समाचार भी देख सकते हैं ।

11.6.5 ग्राफिक्स और एनीमेशन

जिस स्थान, जिला, प्रांत, देश आदि के संबंधित समाचार दिया जा रहा हो, उसका मानचित्र दिखाने से घटना और स्थान के बीच संबंध जोड़ने में सरलता हो जाती है । एनीमेशन शिल्प की मदद से मानचित्र में यह भी दिखाया जा सकता है कि घटनाक्रम किस स्थान से प्रारंभ होकर कहाँ तक पहुंचा । उदाहरण के लिए विमान अपहरण का समाचार देते हुए एशिया मानचित्र में विमान के चित्र तथा तीर की मदद से यह दिखाया जा सकता है कि विमान का अपहरण अमृतसर में हुआ, वहाँ से विमान लाहौर ले जाया गया और वहां से काबुल होता हुआ वह दिल्ली में उतरा । यह पूरा मार्ग एनीमेशन के जरिए स्क्रीन पर अंकित हो जाता है । मौसम की जानकारी देते हुए वर्षा, ओलावृष्टि, बादल आदि के स्थानों व गति को दिखाने के लिए यही विधि अपनाई जाती है । कई बार कार्टून या एनीमेशन से तैयार चित्रों या जंगल, सड़क, रेलगाड़ी,

विमान आदि के चित्र बनाकर घटना को साकार कर दिया जाता है । सारी प्रक्रिया कम्प्यूटरीकृत होने के कारण तत्काल उपयोग में लाई जा सकती है ।

11.6.6 लॉगो

किसी संस्था, प्रतियोगिता, कार्यक्रम अथवा आयोजन के 'लॉगो' या प्रतीक चिन्ह का प्रयोग भी समाचार को चित्रात्मक बनाने की एक विधि है । उदाहरण के लिए ओलंपिक खेलों का निश्चित "लॉगो" या शुभंकर दिखा देने से दर्शक को पता रहता है कि वह ओलंपिक खेलों से संबंधित समाचार देख रहा है । इसी प्रकार अलग-अलग खेलों हॉकी, क्रिकेट, फुटबॉल, बॉक्सिंग, कुश्ती, टेनिस आदि के प्रतीक के रूप में स्टिल अथवा वी.सी.आर. "लॉगो" तैयार करके उन्हें कम्प्यूटर में डाल दिया जाता है और आवश्यकता पड़ने पर उनका इस्तेमाल किया जाता है । विभिन्न संस्थाओं के अलग-अलग "लोगों" हैं, जिनका इस्तेमाल समाचार प्रसारण में किया जाता है ।

11.7 ध्वन्यात्मक तत्व

आप पढ़ चुके हैं कि टेलीविजन सबसे अधिक प्रभावशाली और रोचक माध्यम इसीलिए है कि यह दृश्यात्मक, ध्वन्यात्मक, और मुद्रित एक साथ हो सकता है । आप चित्रों और मुद्रित या लिखित रूप में सूचना प्रसारण की सी.जी. पद्धति के बारे में पढ़ चुके हैं । अब हम उन तत्त्वों का अध्ययन करेंगे जो ध्वन्यात्मक हैं और कभी-कभी दृश्यों के साथ मिलकर चित्र व ध्वनि दोनों का मिश्रित प्रभाव छोड़ते हैं । ध्वनि से यहां अभिप्राय समाचार के उस उच्चरित अंश से है जो वाचक या एंकर द्वारा बोले गए शब्दों से अलग होता है ।

11.7.1 साउंड बाइट

समाचार में चित्र के साथ-साथ ध्वनि का कलात्मक उपयोग इसे अधिक विश्वसनीय, सुबोध और रोचक बनाता है । प्रदर्शनी या पर्व त्यौहार जैसे समाचारों में चित्र के साथ-साथ संगीत की स्वरलहरियों को सुनाने अथवा कार्यक्रम के स्थान पर बजाए गए यंत्रों की ध्वनि का इस्तेमाल करके समाचार में चार चाँद लगाए जा सकते हैं । इसी प्रकार यदि किसी गोष्ठी और भाषण से संबंधित समाचार हो तो वक्ता के संभाषण के महत्वपूर्ण व संगत अंश को सुना देना चाहिये । इसे साउंड बाइट कहते हैं । इसमें किसी घटना विशेष पर किसी विशेषज्ञ या घटना से प्रभावित लोगों के कथन भी शामिल हैं । समाचार वाचक की बजाय घटना से प्रभावित या संबंधित व्यक्ति के अपने मुख से कहा गया अंश दर्शक के लिए निश्चय ही अधिक विश्वसनीय होता है । इससे बुलेटिन में विविधता और रोचकता भी आती है ।

11.7.2 वायसकास्ट

समाचार को वायसकास्ट रूप में प्रस्तुत करना भी उसे रोचक और विश्वसनीय बनाता है । इस शैली के अन्तर्गत किसी समाचार को उसकी पृष्ठभूमि तथा अन्य पहलुओं के साथ चित्रमय रूप में संवाददाता अथवा किसी अन्य व्यक्ति की आवाज में प्रस्तुत किया जाता है । इसमें कम समय तथा कम शब्दों में अधिक सामग्री व जानकारी

प्रेषित की जा सकती है । टी.वी. समाचारों की लोकप्रियता का प्रमुख कारण यह भी है कि इनमें समाचार वाचक बहुत कम बोलते हैं और अधिकतर समाचार संवाददाताओं की अपनी आवाज में सुनाए व दिखाये जाते हैं । वायसकास्ट में साउंडबाइट भी शामिल किए जाते हैं ।

11.7.3 लाइव डिस्पैच

इसमें किसी घटना या कार्यक्रम की मौके पर किसी संवाददाता द्वारा रिपोर्ट पेश की जाती है । यह तकनीक टी.वी. समाचार प्रसारण की सबसे अधिक प्रामाणिक विधि है । इसमें एंकर घटना के स्थान पर मौजूद संवाददाता या किसी विशेषज्ञ से सीधे वार्तालाप करता है और संवाददाता का विवरण अथवा विशेषज्ञ की टिप्पणी का सीधा प्रसारण समाचार के हिस्से के रूप में होता रहता है । इसमें घटना के चित्र और संवाददाता/विशेषज्ञ की आवाज साथ-साथ दर्शक तक पहुंचते हैं और उसे घटना या कार्यक्रम का प्रामाणिक ब्यौरा मिल जाता है ।

11.7.4 फोन-इन

जब किसी घटना का चित्रात्मक ब्यौरा उपलब्ध न हो तो संवाददाता से फोन पर घटना का ब्यौरा लिया जाता है और स्क्रीन पर उसका फोटो और नाम दिखाकर समाचार के भाग के रूप में सुनाया जाता है । यह मूलत: रेडियो समाचार प्रसारण की शैली है किन्तु टेलीविजन समाचार प्रसारण में भी इसका खूब इस्तेमाल होता है । विशेषज्ञों की टिप्पणियां या घटना से जुड़े व्यक्तियों के कथन भी फोन-इन से प्रसारित किए जाते हैं । यह लाइव होता है इसलिए इससे समाचार की प्रामाणिकता बढ़ती है ।

11.7.5 पीस टू कैमरा

यह विशुद्ध रूप से टेलीविजन की तकनीक है । जब कोई संवाददाता किसी स्थान से रिकॉर्डिड वायस डिस्पैच देता है तो उसमें उस घटना के चित्र या अन्य दृश्य सामग्री प्रदर्शित की जाती है । किंतु घटना के प्रारंभ, बीच या अंत में जब रिपोर्ट का कुछ अंश वह अपनी आवाज में कैमरे पर पेश करता है तो उसे पीस टू कैमरा कहते हैं । इससे यह पता चलता है कि संवाददाता घटना स्थल से ही अपनी रिपोर्ट दे रहा है । इसमें संवाददाता ऐसे स्थान पर बैठकर या खड़े होकर रिपोर्ट करता है जो घटना या कार्यक्रम की पहचान स्थापित कर सकता है । उदाहरण के लिए संयुक्त राष्ट्र के बाहर लगे नाम पट्ट के सामने खड़े होकर पीस टू कैमरा देने से दर्शक समझ जाएंगे कि संवाददाता संयुक्त राष्ट्र के मुख्यालय से ही बोल रहा है । यह ध्यान रखा जाए कि पीस टू कैमरा बहुत लंबा न हो । इससे दर्शक बोर हो सकते हैं ।

बोध प्रश्न - 3

1. टेलीविजन समाचार के दृश्यात्मक तत्त्वों का संक्षिप्त ब्यौरा दीजिए ।

   ……

   ……

2. ग्राफिक्स और एनीमेशन का टेलीविजन समाचार प्रसारण में क्या महत्व है?

……

……

3. साउंड बाइट और वायसकास्ट में क्या अंतर है?

……

……

11.8 सारांश

इस पाठ में आपको आज के युग में टेलीविजन समाचार की सार्थकता, महत्व और चुनौतियों के बारे में बताया गया । आपको टेलीविजन के लिए लिखे जाने वाले समाचारों की संरचना से अवगत कराते हुए टी.वी. समाचार बुलेटिन के स्वरूप तथा उसकी प्रक्रिया समझाने का प्रयास किया गया । कैमरा शूटिंग से प्राप्त चित्रों के अलावा लिखित समाचार को दृश्यात्मक रूप प्रदान करने के अन्य सहायक तत्त्वों का भी विवरण दिया गया । टी.वी. समाचारों के ध्वन्यात्मक पक्ष पर प्रकाश डालते हुए यह बताया गया कि टी.वी. समाचारों की भाषा को कैसे सरल और सुबोध बनाया जा सकता है तथा अनुवाद की स्थिति में उसे कृत्रिमता तथा जटिलता जैसे दोषों से कैसे बचाया जा सकता है । संरचना के हिसाब से टेलीविजन समाचार एक 'पैकेज' होता है जिसमें एंकर लिंक, वॉइस ओवर, बाइट्स और रिपोर्टर के पीस-टू-कैमरा का समावेश होता है ।

11.9 उपयोगी पुस्तकें

1. जनमाध्यम और पत्रकारिता - प्रवीण दीक्षित, सहयोगी साहित्य संस्थान, कानपुर
2. भारतीय प्रसारण विविध आयाम - मधुकर गंगाधर, प्रवीण प्रकाशन, नई दिल्ली
3. दूरदर्शन: स्वायत्तता और स्वतंत्रता- सुधीश पचौरी, सचिन प्रकाशन, नई दिल्ली

11.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. टेलीविजन प्रसारण में समाचारों का क्या स्थान है?
2. समाचार की संरचना पर संक्षिप्त निबंध लिखिए ।
3. टेलीविजन समाचार, अखबारों तथा रेडियो समाचारों से किस तरह भिन्न है?
4. समाचार को चित्रात्मक बनाने के सहायक साधनों का ब्यौरा दीजिए ।
5. टेलीविजन समाचार के धवन्यात्मक तत्त्वों का विवेचन कीजिए ।
6. 'टेलीविजन समाचारों की भाषा' विषय पर निबंध लिखिए ।
7. इस समय भारत में टेलीविजन समाचार के सामने क्या-क्या चुनौतियां हैं?
8. दूरदर्शन और निजी चैनलों के समाचारों की तुलना कीजिए ।
9. "निजी समाचार चैनल खबरों के नाम पर सस्ता मनोरंजन परोस कर समाचार की गरिमा कम कर रहे हैं ।" इस कथन का विश्लेषण कीजिए ।
10. निम्नलिखित पर टिप्पणियां लिखिए

- लैश
- वायसकास्ट
- साउंड बाइट
- फोन-इन
- पीस टू कैमरा

इकाई - 12

टेलीविजन के लिए पटकथा लेखन

इकाई की रूपरेखा

12.0 उद्देश्य

12.1 प्रस्तावना

12.2 पटकथा का अर्थ

12.3 पटकथा का इतिहास

12.4 पटकथा की परिभाषा

12.5 आलेखों के प्रकार

12.6 पटकथा लेखन

12.7 पटकथा लिखने का प्रारुप

12.8 पटकथा के नमूने

12.9 निर्देशक का आलेख

12.10 सारांश

12.11 स्व-मूल्यांकन

12.12 शब्दावली

12.13 कुछ उपयोगी पुस्तकें

12.14 अभ्यासार्थ प्रश्न

12.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप यह जान पायेंगे-

- पटकथा क्या है?
- पटकथा कैसे लिखी जाती है?
- अलग- अलग कार्यक्रमों की 'पटकथा' में क्या अन्तर होता है?
- टेलिविजन की 'भाषा' क्या होती है?
- टेलिविजन में प्रयुक्त होने वाले विभिन्न आलेख अन्य माध्यमों से अलग कैसे और क्यों है?
- 'पटकथा' लिखने का प्रारुप और शैली ।
- निर्देशक का आलेख ।
- टेलिविजन में प्रयुक्त तकनीकी शब्दावली का अध्ययन ।
- नमूने की पटकथा के आधार पर पटकथा लिखने की क्षमता का निर्माण ।

12.1 प्रस्तावना

कोई भी निर्माण कार्य आरंभ करने से पूर्व उसकी नियोजित रुपरेखा बनाना आवश्यक होता है । ठीक इसी प्रकार दूरदर्शन अथवा टेलीविजन में भी प्रत्येक कार्यक्रम निर्मित (Production)

किसी न किसी प्रकार आलेख (Script) पर निर्भर करती है । टेलीविजन में प्रत्येक कार्यक्रम का अपना अलग 'प्रारुप' (Format) होता है, इसलिए उसके आलेख अथवा Script का स्वरुप भी भिन्नता लिए होता है ।

यूं तो, किसी भी कार्यक्रम निर्माण से पूर्व उसका आलेख अथवा निर्माण संबंधी 'रुपरेखा' निर्माता (Producer) के मस्तिष्क में ही निहित होती है । अक्सर यह कहा जाता है कि कोई भी कार्यक्रम निर्माण से पहले ही वह 'निर्माता' (Producer) के मस्तिष्क में आकार ले चुका होता है । इसलिये कई बार, कई कार्यक्रमों के 'आलेख' औपचारिक रुप से लिखे ही नहीं जाते । लेकिन इसका यह तात्पर्य कदापि नहीं है कि टेलीविजन में 'आलेखों' का महत्व कम है । इसके विपरीत जितना महत्व, उपयोगिता और आलेखों की विविधता टेलीविजन में दृष्टिगत होती है, उतनी अन्यत्र शायद ही कही हो ।

टेलीविजन में विभिन्न प्रकार के आलेख कार्यक्रमों की विभिन्न 'प्रकृति' (Nature) के अनुसार उपयोग में लाये जाते हैं । कुछ संक्षिप्त होते हैं, तो कुछ सविस्तार, लेकिन होते अवश्य हैं। भले ही कोई लेखक हो, या ना हो मगर 'प्रोडक्शन टीम' के प्रत्येक सदस्य से इतनी उम्मीद अवश्य की जाती है कि वे कार्यक्रम के 'प्रारुप' (Format) और विषय वस्तु (Content) और उसकी निर्माण प्रक्रिया संबंधी विविध बातों की जानकारी अवश्य रखता हो । अथवा किसी लिखित आलेख को टी.वी. प्रोग्राम में रुपान्तरित (Translate) करने में मददगार साबित हो सकें।

'पटकथा' लेखन एक अलग प्रक्रिया है । इसे लेखन के लिए विशेष प्रावीण्य अथवा कौशल्य की आवश्यकता होती है । 'पटकथा' में मुख्यत: किसी 'प्रसंग' विशेष (Situation) को विस्तार देने (Develop करने) कहानी के अनुसार चरित्र (Characters) अथवा पात्रों को कम अधिक करने, नये निर्माण करने ओर पात्रानुरूप संवाद लिखने, उनकी गतिविधियों को रेखांकित करने आदि अनेक महत्वपूर्ण तत्व सम्मिलित होते हैं । इन सभी तत्वों को एक साथ 'गूंथकर' एक सफल कार्यक्रम निर्माण करने के लिये भी अनुभव और कौशल्य अनिवार्य होता है । कुछ सेकंड्स की विज्ञापन फिल्म से लेकर तीन साढ़े तीन घंटे की फिल्म तक की पटकथा, अपने विषय ओर विस्तार के कारण अलग अलग होती है ।

'पटकथा' वास्तव में एक ऐसा 'स्केलेटन' या 'ढाँचा' होता है, जिसमें फिल्मकार धीरे-धीरे प्राण फूँकता है । उसको मानवीय रुप में रुपायित करता है । और फिर मानवीय संवेदनाओं- जैसे, हास्य, विषाद, हर्ष. आदि से परिपूर्ण हँसती, गाती, बोलती, नाचती फिल्म तैयार करता है ।

12.2 पटकथा का अर्थ

'पटकथा' क्या है? कैसे लिखी जानी चाहिए? टेलीविजन और फीचर फिल्मों की 'पटकथा' में क्या कोई बुनियादी अन्तर होता है? आदि प्रश्नों पर विचार करने से पहले यह जान लेना आवश्यक है कि जिसे आज हम 'पटकथा' अर्थात अंग्रेजी में Screen Play कहते हैं, उसकी पूर्व पीठिका क्या है?

'पट' यानि 'परदा' और 'कथा' का अर्थ तो आप सभी जानते ही है । इससे यही स्पष्ट होता है कि 'पटकथा' यानि 'परदे' की कथा । यह तो हुआ इसका साधारण स्वरुप विवेचन ।

12.3 पटकथा का इतिहास

हमारा देश लोककलाओं का महासागर है । यहां हरेक दूसरी जाति, सम्प्रदाय, गाँव, ढाणी, प्रदेश की अपनी-अपनी विभिन्न कला शैलियाँ है । यहाँ केवल दो प्रदेशों की केवल एक लोककला का उल्लेख करना चाहूंगा ।

फिल्मों के आने से पहले से ही हमारे देश में 'पटकथाओं' का प्रचलनन था और आज भी है । आपको यह जानकर और भी आश्चर्य होगा कि इन 'पटकथाओं ' का प्रस्तुतिकरण लगभग आधुनिक फिल्मी शैली से मिलता जुलता था और है । अपनी बात और अधिक स्पष्ट करने के लिये प्रस्तुत है, ये उदाहरण -

आपने राजस्थानी फड वाचन को तो देखा ही होगा । इस विधा को हमारे राजस्थान के लोकदेवता 'पाबूजी' के नाम से भी जाना जाता है, जैसे 'पाबूजी की फड' ।

आपने देखा होगा, एक लम्बे कैनवास पर चित्रित विभिन्न चित्रों की चित्र श्रंखला के सामने जलते हुए दीपक के प्रकाश में, 'भोपा' अपने हाथों में 'रावण हत्था' लिये एक एक चित्र के आगे रुक-रुक कर 'कहानी' सुनाता है, नाचता है, गाता है और दीये की रोशनी में कहानी को आगे बढ़ाता है । इस कार्य में 'भोपी' भी उसका साथ देती है ।

अब इसी दृश्य को फिल्मी नजरिये से देखें-

दृश्य नं. 1 (फड पर अंकित चित्र) पर रोशनी (दीवट का प्रकाश)

पार्श्व में संगीत - रावणहत्था

गीत - भोपा- भोपी का गायन

अभिनय - नृत्य

फिल्मों में भी तो यही होता है-

लाईट (Light)

साउंड (Sound)

कैमरा (Camera)

एक्शन (Action)

फडवाचन और फिल्मों में सिर्फ इतना सा ह्री फर्क है कि 'फडवाचन' में जिस चित्र पर रोशनी डाली जाती है, वह निर्जीव होता है और फिल्मों में जो 'दृष्य' फिल्माया जाता है, वह जीवित होता है । बाँकी 'तकनीक' तो एक सी ही होती है ।

दूसरा उदाहरण 'बंगाल' का है । बंगाल में भी 'पटकथा' पठन की प्राचीन परम्परा है । यहाँ इसे 'पटकथा' ही कहते हैं ।

इस 'पटकथा' का एक बड़ा सा 'रोल' तैयार किया जाता है । जैसे कम्प्यूटर से आने से पहले जन्म-कुंडलियां बनती थी । 'रोल' की हुई अथवा राजा महाराजाओं के दरबार में भेजे जाने वाले 'पत्र' 'रोल' किये हुए होते थे । ठीक इसी तरह बंगाली 'पटकथा' का भी 'रोल' होता था ।

सिनेमाघर में 'प्रोजेक्टनिस्ट' पूरी फिल्म प्रोजेक्टर द्वारा 'प्रोजेक्ट' करता है अर्थात् हॉल में बैठे हुए दर्शकों को दिखाता है । इसी तरह बंगाली 'पटकथा' में एक आदमी 'पूरा रोल' संभालता है ओर नीचे बैठा हुआ एक आदमी चित्र श्रंखला के आधार पर (ठीक फड वाचन की तरह) कथावाचन करता है ।

ये 'रोल' कब 'रील' में बदल गये पता ही नहीं चला । लेकिन यह परम्परा हमारे देश में प्राचीन काल से ही विद्यमान रही है । इसी 'पटकथा' अथवा फड शैली का परिमार्जित स्वरुप हम फिल्मी पटकथा में रुपान्तरित होता हुआ देख सकते हैं ।

12.4 पटकथा की परिभाषा

'पटकथा' की कोई एक परिभाषा करना कठिन कार्य है । क्योंकि 'पटकथा' को लेखनीय कार्य मानते हुए भी यह निर्देशक के हाथों की कठपुतली होती है । कई बार खराब पटकथा पर भी बहुत अच्छी फिल्म निर्देशक की कुशलता का परिचय देती हैं, तो कई बार एक अच्छी पटकथा भी कच्चे निर्देशक के हाथों खराब फिल्म के रुप में सामने आती है । दरअसल 'पटकथा' कागज पर उतारा हुआ वह 'प्लान' है, जो निर्देशक के द्वारा परदे पर 'संजीव' किया जाता है ।

पटकथा में 'कथावस्तु' का महत्वपूर्ण स्थान होता है । बिना 'कथावस्तु' के पटकथा का लिखा जाना असंभव होता है । लेकिन, 'पटकथा' अपने आप में फिल्म नहीं होती । पटकथा के फिल्म बन जाने तक 'पटकथा' के प्रारुप में कई बार परिवर्तन की गुंजाईश रहती है । कई बार 'दृश्य' की माँग के अनुसार परिवर्तन किया जाता है, तो कई बार तकनीकी कारणों से । जैसे-ब्राह्य चित्रांकन के समय 'प्रकाश' । कहते हैं श्री राजकपूर को अपनी फिल्म 'सत्यम् शिवम् सुन्दरम्' के एक 'दृश्य' के चित्रांकन के लिये कई दिनों तक प्रतीक्षा करनी पड़ी थी । क्योंकि वे जब तक 'लोकेशन' पर पहुँचते, 'सूर्य' या तो बादलों से ढँका मिलता या बहुत उपर चढ़ आया होता, 'भोर' के उस दृश्य के लिये जिस 'प्रकाश' की उन्हें जरुरत थी वह कई दिनों के परिश्रम के बाद उन्हें मिल सका ।

किसी भी 'पटकथा' में परिवर्तन केवल समय की बाध्यता और धन के अपव्यय से बचने के लिये किया जाता है । फिर भी एक 'चुस्त' पटकथा, किसी भी फिल्म के लिये अनिवार्य होती है । 'पटकथा' चाहे किसी भी विषय या कथावस्तु पर लिखी गई हो, उसमें मुख्यत: निम्न बातों पर अवश्य विचार किया जाता है -

1. मूल विचार (Concept)
2. कथा वस्तु (Story Line)
3. सांकेतिक (One line order of the sequences)
4. पटकथा (Screen Play)

बाद में संवाद और शूटिंग (Script) लिखी जाती है । पटकथा के 'संवाद' आते ही वह बोलने लगती है । एक-एक पात्र अपने-अपने 'चरित्र' के अनुसार 'बतियाने' लगते हैं ।

कई पटकथाकार यह मानते हैं कि पटकथा में कट, फेड इन, फेड आऊट, डिसॉल्व आदि फिल्म सम्पादन (Editing) की तकनीक का प्रयोग अनिवार्य नहीं होता, यह निर्देशक और सम्पादक

का कार्य है । फिर भी यदि पटकथाकार इन बातों का उल्लेख अपनी पटकथा में करता है तो फिल्म की अवधि (Duration) का पूर्वानुमान लगाना आसान हो जाता है ।

प्रत्येक पटकथाकार को 'कथावस्तु' के आधार पर 'पटकथा' लिखने की कुछ स्वतंत्रता होती है । 'कुछ' इसलिए कि अधिकांश कहानियों में कई नये पात्र गढ़ने पड़ते हैं । कई बार अनावश्यक 'कथा विस्तार' की काट-छॉट करनी पड़ती है । और पटकथा में ऐसा 'पंच' या 'तनाव' निर्माण (Create) करना पड़ता है, कि दर्शक स्तब्ध होकर फिल्म को देखे और आगे 'क्या होगा?' की चिंता करने लगे । कई बार ऐसी Situation निर्देशक के साथ चर्चा करके भी Create की जाती है । पटकथा लेखन को किसी साहित्यिक विधा के रुप में भले ही मान्यता न मिली हो, फिर भी पटकथा लेखन शून्य से आरंभ होकर एक नई दुनिया का सृजन करती है, इसलिए लेखकीय कौशल तो होता ही है, लेखक की जीवन दृष्टि, दूरदृष्टि, अनुभव और सामाजिक चेतना का परिचय तो अवश्य होता है ।

पटकथा लेखन को किसी 'विधा' का नाम न देने के कारण इसका कोई 'विधान' भी सर्वसम्मत नहीं है । फिर भी 'कथानक' के अनुसार प्रत्येक दृश्य में घटित होने वाली घटनाओं का क्रमवार उल्लेख ही पटकथा की श्रेणी में आता है । पटकथा को 'सीनेरियों' भी कहा जाता है ।

उपरोक्त विश्लेषण के पश्चात् संक्षेप में हम कह सकते हैं कि (पटकथा) का अर्थ हैं मूल कथा का गतिशील विकास, मूल विचार की रक्षा तथा भटकाव से बचाकर रचना को अपने हेतु तक पहुँचाना । इसी बात को अगर हम दूसरे शब्दों में कहना चाहें तो कह सकते हैं कि- 'कहानी सुनाने के लिये आवश्यक भौतिक, दृश्यात्मक, पात्रानुरूप और संवादात्मक तत्वों को जो एक साथ संकलित करती है, उसे 'पटकथा' कहते हैं ।

12.5 आलेखों के प्रकार

टेलीविजन जैसा कि आप सभी जानते हैं, एक दृश्य (Visual) माध्यम है । इसलिये इसकी भाषा, दृश्य संरचना और प्रारुप अन्य माध्यमों से भिन्न होते हैं । यही कारण कि टेलीविजन के लिये लिखना 'प्रिन्ट मिडिया' के लिये लिखने जैसा कार्य नहीं है । इसलिये टेलीविजन आलेखों के प्रकार भी कार्यक्रमों के अलग-अलग रूपों के अनुसार अलग-अलग वर्गो में वर्गीकृत किये जा सकते हैं । जैसे-

12.5.1 नाटकीय आलेख (Dramatic Script)

इस तरह के आलेखों में नाटक, किसी कहानी का नाट्य-रुपान्तर, पटकथा एवं धारावाहिकों के लिए लिखे जाने वाले आलेख आदि आते हैं ।

12.5.2 विज्ञापन आलेख (Commercial Script)

विज्ञापन फिल्मों की 'पटकथा' भी ठीक उसी तरह की हो सकती हैं, जैसे अन्य पटकथायें लिखी जाती हैं, लेकिन चूंकि, कुछ सेकंड्स के 'स्पॉट' में एक विशिष्ट संदेश

दर्शकों तक पहुँचाना होता है इसलिये विज्ञापन फिल्म की पटकथा अत्यंत 'चुस्त' एवं संक्षिप्त होते हुए भी 'संपूर्ण' होती है ।

12.5.3 समाचार आलेख News Script)

टेलीविजन में 'समाचार बुलेटिन' वह आलेख होता है, जो प्रतिदिन लिखा जाता है । समाचारों का आलेख शीघ्र एवं पत्रकारिता की कसौटी पर कसकर लिखा जाता है । उसमें कल्पना के बजाय तथ्यात्मक विवरण होता है ।

इसके अलावा समाचार प्रस्तुतकर्ता के पास एक अलग आलेख या Script होती है । जिसे टेलिविजन की भाषा में 'वी.सी.आर.-ऑर्डर' कहा जाता है । जिसके आधार पर प्रस्तुतकर्ता (Producer) समाचारों दिखाए जाने वाले 'दृश्यों' (Visual) का क्रम निश्चित करता है । इस तरह समाचार वाचक और प्रस्तुतकर्ता के बीच 'संवाद' स्थापित होता है ।

12.5.4 साक्षात्कार आलेख (Interview Script)

टेलीविजन में प्रत्येक कार्यक्रम की एक अवधि (Duration) निश्चित होती है । इसलिए साक्षात्कार कर्त्ता (Interviewer) को अपनी Script बहुत पहले से ही तैयार रखनी पड़ती है, क्योंकि अवांछित बातों के लिए टेलीविजन में समय का अभाव होता है । दूसरी ओर महत्वपूर्ण बात दर्शकों की रुचि बनाए रखना भी होती है ।

इसलिये 'टॉक-शो' आदि की पूर्व तैयारी तथा आलेख इस तरह से तैयार किया जाता है कि दर्शकों की रुचि निरंतर बनी रहें ।

12.5.5 शैक्षणिक प्रसारण आलेख (Educational Broadcast Script)

शैक्षणिक प्रसारणों के आलेख विषय-विशेषज्ञ (Subject-experts) के साथ बैठकर लिखे जाते हैं । किस प्रकार के विषय के अनुसार कैसे दृश्य होने चाहिये आदि पहले से ही निर्धारित किया जाता है ।

12.5.6 नाटकीय आलेख का विश्लेषण

अब नाटकीय (Dramatic) आलेख का सविस्तार विश्लेषण करते हैं -

1. नाटककार नाटक लिखता है । अर्थात् नाटक में केवल 'संवाद' होते हैं ।
2. टी.वी. पर प्रस्तुतीकरण करते समय उसमें 'परिवर्तन' करना आवश्यक होता है । जैसे

2.1 सेट पर उपस्थित चरित्रों/पात्रों की 'ब्लाकिंग'

2.2 कौन सा पात्र कहाँ (खड़ा/बैठा) रहेगा, कैसे पोजिशन लेगा, कहाँ से संवाद बोलेगा, कैसा अभिनय करेगा-आदि पहले से ही निर्धारित करना पड़ता है ।

2.3 क्योंकि, टेलीविजन में प्रत्येक पात्र के अनुरुप प्रकाश (Light) एवं ध्वनि (Sound) का विशेष ध्यान रखना पड़ता है ।

2.4 किस 'पात्र' की कितनी 'दूरी' से कितनी हाई स्पीच होगी, यह पहले ही तय करना पड़ता है।

2.5 फिर आता है, कैमरा! वैसे तो फिल्म निर्माण के समय भी इन्ही अधिकांश बातों का ध्यान रखा जाता है, लेकिन अधिकांश फिल्में 'एक कैमरा सैटअप' होती है । कई बार युद्ध-प्रसंगों आदि को फिल्माने के लिये एक से अधिक कैमरों के उपयोग में लाये जाने के भी उल्लेख मिलते हैं ।

लेकिन, टेलीविजन स्टूडियो में एक से अधिक 'कैमरा सैटअप' होने के कारण इस बात का ध्यान रखना जरुरी होता है कि, कौनसा पात्र किस कैमरे की ओर देख कर संवाद बोलेगा । और कौनसा कैमरा किस पात्र का 'रि-एक्शन-टेक' करेगा ।

2.6 इसके बाद की सारी जिम्मेदारी आरंभ होती है निर्माता (Producer) की । क्योंकि यहाँ से आरंभ होती है टेलीविजन की भाषा ।

2.7 टेलीविजन की भाषा केवल मौखिक शब्दावली ही नहीं होती, इसके अलावा भी, इस भाषा के कई रूप होते हैं । जैसे - कैमरे की भाषा,

2.8 कौनसा कैमरा, 'शॉट', किस 'एंगल' से लेगा, यह 'कमांड' उसे (अर्थात् कैमरामैन को) निर्माता देता है ।

2.9 कैमरे के बाद ध्वनि (Sound) एवं ध्वनि प्रभाव (Sound effects)

2.10 ग्राफिक्स अथवा विशेष प्रभाव

12.6 पटकथा लेखन

टेलीविजन मे प्रयुक्त होने वाले आलेखों से आपका परिचय तो हो ही गया होगा । आइए अब कुछ आलेखों (Scripts) की लेखन प्रक्रिया संबंधी बातें करें ।

वृत्तचित्र (Documentary) का आलेख लिखने का प्रारुप (Format) टेलीविजन के लिए लिखे जाने वाले प्रारुप से बिल्कुल भिन्न होता है ।

वृत्तचित्र के लिये सबसे पहले आता है - विषय (Subject) । किस विषय पर वृत्तचित्र बनाया जाये । फिर उसके संशोधन (Research) किया जाता है । जिसमें मुख्यत चित्रिकरण (Shooting) के स्थलों/विभिन्न लोकेशन्स/उसकी विशेषतायें आदि का विवरण होता है । विषय से संबंधित जानकारी देनेवाले विद्वान आदि मोटी-मोटी बातों की एक संक्षिप्त रुपरेखा तैयार करने के बाद Shooting की जाती है । Shooting के बाद सविस्तार (Detailed Script) लिखी जाती है जो बाद में किसी अच्छे उद्घोषक की आवाज में रिकॉर्ड करके दृश्यों के समानान्तर और पार्श्व में दी जाती है । जिसे निवेदन (Narration) या (Voice-over) कहते हैं ।

उदाहरण के लिए एक 'वृत्तचित्र' की संक्षिप्त रूपरेखा प्रस्तुत है-

1. शीर्षक - 'या देवि सर्व भूतेषु...'

(राजस्थान के प्रमुख शक्ति स्थलों पर आधारित वृत्तचित्र)

2. शूटिंग स्थल

1. शाकम्भरी देवी का मंदिर (उदयपुरवाटिका, झुंझुनू)
2. शीला देवी का मंदिर (आमेर, जयपुर)
3. राजस्थान के प्रमुख देवी मंदिर
4. विभिन्न देवी मण्डप
5. शहर के विभिन्न देवी मंदिर
6. .....के पुजारी से बातचीत
7. .....के भक्तों से बातचीत
8. .....भजन (रिकार्ड स्थल मंदिर प्रांगण)

इसके ठीक विपरीत टेली फिल्म के लिये लिखते समय निम्न बातों का ध्यान रखना पड़ता है ।

1. शीर्षक (Title)
2. अवधि (Duration)
3. पटकथा (Screen Play)
4. शूटिंग स्क्रिप्ट (इसे Director's Script भी कहते हैं)
   टेलीविजन की पटकथा के साथ निम्न सूचियाँ अलग-अलग पृष्ठों पर अवश्य संलग्र की जानी चाहिये ।

1. कलाकार तथा पात्र-परिचय
   (अ) मुख्य कलाकार
   (ब) सहयोगी कलाकार
   (स) कोरस अथवा भीड़ के कलाकार
2. वेशभूषा - पात्रों के चरित्र के अनुसार, उनकी पोशाकें/उनके रंग/दाढ़ी मूछें/उनकी साईज/स्टाईल/दाढ़ी मुछों के रंग/भौंहें इत्यादि ।
3. मेकअप - मेकअप कितने प्रकार का है । साधारण है या चरित्र के अनुसार (Characteristic) है । इसकी संपूर्ण जानकारी ।
4. प्रोपर्टी - 1. आउटडोर-बाह्य चित्रांकन स्थल (Location) होने पर क्या-क्या अनिवार्य प्रोपर्टी की आवश्यकता होगी । 2. इनडोर पर क्या-क्या अनिवार्य प्रोपर्टी की आवश्यकता होगी । इन सभी बातों का सविस्तार वर्णन
5. रूप सज्जा - हेअर स्टाईल इत्यादि ।
6. लोकेशन्स - कहानी एवं पटकथा के अनुसार लोकेशन्स का चयन किया जाता है ।

12.7 पटकथा लिखने का प्रारुप

शीर्षक.....			पृष्ट संख्या.....	
अनुक्रम	दृश्य	संवाद	ध्वनि प्रभाव	विशेष

12.8 पटकथा के नमूने

यहाँ प्रस्तुत है, पटकथा के दो नमूने-

एक धारावाहिक की पटकथा है, तो दूसरी एक 'टॉक-शो' का 'नमूना' है । इन 'पटकथाओं' को अंतिम न समझें । प्रत्येक पटकाथाकार का अनुभव, जीवन दृष्टि (Ideology) शैली एवं भाषा ज्ञान पर निर्भर करता है कि वह किस 'दृश्य' को किस रुप में देखकर, उस पर अपनी कैसी प्रतिक्रिया (React) व्यक्त करता है ।

12.8.1 आज की शाम आपके नाम (टॉक-शो)

ऐपिसोड- 1

निवेदक - हमारे सभी दर्शकों को नमस्कार, सलाम, आदाब । पेश है आज की यह खूबसूरत रंगीन शाम बतौर खास आपके नाम । हमें उम्मीद है

निवेदिका - उम्मीद से और आप?

निवेदक इतनी बड़ी उम्मीद से नहीं। हमें आपसे उम्मीद है ।

निवेदिका - हमसे? ये कैसे संभव है?

निवेदक - आप इसी तरह हिलती रही, तो दर्शकों की यह शाम, जो हमने उनके ही नाम कर दी..है..हो जाएगी ना

निवेदिका - हराम । तो दर्शकों माफ कीजिए-दर्शकों

निवेदक - दर्शकों....दर्शकों

निवेदिका - हाँ-हाँ हम भी जानते हैं-जैसे, दर्शकों कहते हैं, जैसे फर्श को कहते हैं,

- उसी तरह दर्शकों कहते हैं-जो आदर्श का.. वो क्या कहते है ना

कुछ लगता है ।

निवेदक - क्षमा कीजिए । ये आज कुछ.... खैर छोड़िये.....

- मुझे एक शेर याद आ रहा है - अर्ज किया है.....

निवेदिका - शेर अर्जी भी देता है? हमने तो सुना है कि शेर.....

निवेदक - शेर सुनाने से पहले ऐसे ही कहते हैं....

निवेदिका - कौन कहते हैं?

निवेदक - शायर..... यानि जो शायरी करते हैं ।

निवेदिका - तुम्हें कैसे पता? तुम शायर तो हो ही नहीं सकते.....

निवेदक - (गुस्से में) किसी और के शेर तो पढ़ कर सुना ही सकता हूँ?

निवेदिका - अच्छा । अब समझी । आप चोरी भी करते हैं ।

निवेदक - ये चोरी नहीं कहलाती ।

निवेदिका - अच्छा! सीनाजोरी कहलाती है?

निवेदक - (झुंझलाकर).... किस उल्लू के पट्ठे ने आपको यहाँ बुलाया है?

निवेदिका - मैं क्या जानूं..? वैसे प्रोड्यूसर की पी.ए. का फोन आया था-

निवेदक - बुलाओ उस प्रोड्यूसर को.....?

निवेदिका - मैं क्यों बुलाऊं? तुम बुलाने जाओ....

निवेदक - F.M. Please, Producer को यहाँ बुलाईये । ये लड़की सारा प्रोग्राम चौपट किए जा रही है ।

F.M. - ओ.के. सर

निवेदक - जब तक प्रोड्यूसर नहीं आते आप ऐसा करें (दर्शकों की ओर देखते हुए) आप यह सीन देख लें..... ....Cut....

12.8.2 एक काल्पनिक धारावाहिक की पटकथा का नमूना

शीर्षक - भैंसपति की विपत्ति

ऐपिसोड नं. - 2

स्थान - यमपुरी

समय - यहाँ कोई समय नहीं होता, सारे कार्य असमय ही होते हैं ।

क्र.सं	दृश्य	संवाद	ध्वनि प्रभाव	विशेष
1.	यमराज का संगीत दरबार लगा है ।			
2.	यमराज का काला और भारी भरकम शरीर -		नगाड़ों का विशेष ध्वनि प्रभाव	
3.	मोटी-मोटी मूंछे - खून सनी लाल लाल आँखें,			
4.	हाथ में, एक मोटा सा			

	"फरसा"			
5.	दोनों तरफ भैंसों की कतारें - कुछ खूबसूरत लड़कियाँ बैठी, लेटी विभिन्न मुद्राओं में- बाल खुले और बिखरे हुए ...			
6.	एम.डी. का प्रवेश			
	यमराज	मि. एम.डी. आजकल अपनी ड्यूटी ठीक तरह से नहीं दे रहे हैं ।	बादलों के गरजने की आवाज और बिजलियों के कड़कड़ाने की आवाजें आँधी और तूफान का प्रभाव	
	एम.डी.	(सिर झुकाये खड़े हैं ।)		
	यमराज	कहाँ रहे इतने दिन.... क्या "शो कॉज' नोटिस जारी करना पड़ेगा । दो महीने से एक भी केस अप्रूवल करके नहीं भेजा....।		
	एम.डी. -	सर. कैसे करता । हिसाब रखते-रखते सारा स्टाफ बीमार हो गया सर.. उफ् हद होती है पैदा करने की भी! एक-एक के तेरा-तेरा मुझे तो लगता		

		है सर, लोग मरने से इंकार न कर दे .... भारत का एक किस्सा हो तो बयान करें-वहाँ तो सारा ही गड़बड़झाला है । जाति, धरम और पता नहीं किस किस के नाम पर पैदा किए जा रहे हैं....		

	यमराज -	तुम्हें अपना कार्य तेजी से करना चाहिए - चाहो तो कुछ कैज़्यूवल स्टाफ रख लो अपने साथ		
	एम.डी. -	सर, कैज़्यूवल स्टाफ से काम नहीं चलने वाला । हमें अपना वाहन भी बदल देना चाहिए, हमारी सवारी है ये - Cut to भैंसा और उनके पास हैं स्कूटरें, मोटरें - कारें .... (Cut to धरतीeith traffic जाम shot) और तो और इधर सुना है कि उन्होंने तो चाँद पर भी चढ़ाई कर डी है, उनकी दौड़ में हम		

		शामिल नहीं हो सकते सर... वे दौड़ जाते हैं ओलम्पिक और हमारा वाहन उसके सामने क्या बीन और क्या अक्शर...		
	यमराज -	ओह येस It is very serious Matter हम अपना वाहन तो change नहीं कर सकते क्योंकि, भैसा हमारा राष्ट्रीय पशु है । कितने ही थोर - थोर पुरुषों ने हमारे इस राष्ट्रीय पशु को अपने आचरण में शामिल कर लिया है । कितने ही नेताओं के चरित्र प्रतीक में कतई अन्तर दिखाई नहीं देता ।		
	एम.डी. -	You are right sir….		
	यमराज -	हंड्रेड एंड वन परसेंन्टेज की बात बोला ... तुम ऐसा करो अपना भेष बदल कर धरती के घरों में घुसपैठ करो ... कोई तुम्हें पहचानेगा भी नहीं और भाग भी नहीं सकेगा ।		
	एम.डी. -	ओ.के. सर, थैंक्यू...		
	यमराज -	यू केन गो नाऊ .....!		
		(एम.डी. का प्रस्थान)		
	यमराज -	दरबार की कार्यवाही जारी रहेगी । संगीत		

		एक और दूत ताली बजता है		
	(नाचने वाली लड़कियों का प्रवेश । विशिष्ट मुद्राओं वाला नृत्य - प्रदर्शन)			
		...Cut...		

12.9 निर्देशक का आलेख

शूटिंग का एक नमूना

यह भी निर्देशकीय (Director) सूझबूझ, स्वभाव एवं अनुभव पर निर्भर करता है कि वह किस तरह किस दृश्य को फिल्माना चाहता है । 'रियलिस्टिक' अथवा 'प्रतीकात्मक' तरीके से । क्योंकि, प्रत्येक 'शॉट' (Shot) जो फीचर फिल्म अथवा टेली फिल्म में उपयोग में लिया जाता है, उसका एक 'अर्थ' होता है । उस 'शॉट' के माध्यम से निर्देशक कुछ कहना चाहता है । इसलिये कुछ 'शॉट' प्रतीकात्मक होते हैं और कुछ 'रियलिस्टिक' । उदाहरण के लिए-

1. फूल पर मँडराने वाले भौंरे का Shot - प्रतीकात्मक
2. आग या बाढ़ के दृश्य - रियलिस्टिक

12.9.1 शीर्षक - "भैंसपति की विपत्ति"

सीन - नं. 1

अ.न.	दृश्य		
1.	यमराज का दरबार लगा है	-	E.L.S.(establishing shot)
2.	यमराज का काला और भारी भरकम शरीर	-	L.S.
3.	मोटी मोटी मूँछे - E.C.U.		
4.	खून सनी लाल - लाल आँखें	-	E.C.U.
5.	हाथ में मोटा सा 'फरशा'	-	M.S.
6.	दोनों तरफ भैंसों की कतारें	-	Planning L to R
7.	कुछ खूबसूरत लड़कियाँ	-	L.S.
	अ. बैठी	-	L.S.
	ब. लेटी	-	M.S.
	स. विभिन्न मुद्राओं में (प्रत्येक मुद्रा का)	-	C.U.
	द. बाल खुले	-	C.U.
	य. बिखरे हुए बाल	-	C.U.

पटकथा के अनुसार 'सीन' में 'संवाद' आरंभ होने से पहले, Shorts को इस तरह विभाजित किया जाता

है । कृपया यह ध्यान रखें, यह केवल 'नमूना' (Sample)है अंतिम 'ड्राफ्ट' (Draft) नहीं है।

12.10 सारांश

इस इकाई में हमने पटकथा का अर्थ, उसकी परिभाषा, आलेखों के प्रकार, पटकथा लिखने की तकनीक, पटकथा लिखने का प्रारूप, नमूने की पटकथाओं के माध्यम से विषय-विश्लेषण, निर्देशक का आलेख आदि का अध्ययन किया है । साथ ही पटकथा के इतिहास के माध्यम से लोक जीवन में प्रचलित लोक विधाओं का भी विश्लेषण किया हे ।

इस इकाई के अध्ययन के पश्चात् आप भी 'पटकथा' लेखन में कौशल्य प्राप्त कर सकते हैं।

बोध प्रश्न- 1

1. आलेख कितने प्रकार के होते हैं?

   .....

   .....

2. समाचार के आलेख और वृत्त चित्र के आलेख में क्या अन्तर है?

   .....

   .....

3. 'पटकथा' का क्या तात्पर्य है?

   .....

   .....

4. 'पटकथा' का लोकजीवन से क्या सम्बन्ध है?

   .....

   .....

बोध प्रश्न-2

1. किसी एक 'वृत्तचित्र' की 'पटकथा' लिखें ।

   .....

   .....

2. किसी भी कहानी के किसी एक 'दृश्य' को 'पटकथा' के प्रारूप के अनुसार प्रस्तुत करें।

   .....

   .....

3. टेलिफिल्म की 'पटकथा' के साथ कौन-कौन सी सूचियाँ संलग्र की जाती हैं?

   .....

   .....

4. 'मेकअप' कितने प्रकार का होता है? सोदाहरण स्पष्ट करें ।

   .....

   .....

बोध प्रश्न- 3

1. नाटकीय आलेख को प्रस्तुत करते समय किन-किन बातों का ध्यान रखा जाता है ।

.....

.....

2. 'टेलिविजन की भाषा केवल 'मौखिक' नहीं होती ।' इस उद्धरण को स्पष्ट करें ।

.....

.....

3. निम्न शब्दों के पूर्ण रूप लिखें -LS, MS, ECU, CU, b.g.

.....

.....

12.11 स्व-मूल्यांकन

आप इस इकाई का ध्यानपूर्वक पठन करें, मनन और चिन्तन करें । ऐसा करने से आप स्वयं यह जान पायेंगे कि पटकथा क्या है, कैसी लिखी जाती है, निर्देशक का आलेख क्या होता है । पटकथा में किस तरह किसी प्रसंग विशेष अथवा कहानी को परिवर्तित किया जा सकता है ।

12.12 शब्दावली

वैसे तो अधिकांश शब्दों के अर्थ हिन्दी और अंग्रेजी में दिये गये हैं फिर भी कुछ शब्द ऐसे हैं, जिनका विश्लेषण अनिवार्य है -

1. ELS- Extreme Long shot
2. LS- Long Shot
3. ECU- Extreme Close-up
4. MS- Medium Shot
5. Panning L to R- Panning Left to Right
   Or R to L- Right to Left
6. CU- Close up
7. b.g.- Background
8. f.g.- Foreground
9. F.M.- Floor Manager

12.13 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. Film Script Writing. A Practical Manual- by Dwight V.Swain.N.Y. Hastings House Publication, 1976.
2. Script Writing for Short Films. by James A.Beveridge. Paris Unesco, 1969.
3. Scripting for Video and Audio-visual Media - by Dwight V.Swain. Landon. Focal Press, 1981.

4. Visual Scriptinged - by John Halas London, Focal Press, 1976.
5. Film, Complete Scenerio, Illustrations Production shots with an essay on Directing Films
   - by Samual Backelt. London - Faber, 1972.
6. पटकथा का सच - प्रभुनाथसिंह आजमी, मेघा बुक्स, दिल्ली - 2006.
7. बॉबी (फिल्म स्क्रीन प्ले) - स्टार पॉकेट बुक्स, नई दिल्ली ।

12.14 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. 'पटकथा' क्या है? पटकथा का परिचय देते हुए इसकी अनिवार्यता पर प्रकाश डालें ।
2. टेलिविजन में प्रयुक्त होने वाले विभिन्न आलेखों के प्रकार तथा उनकी लेखन पद्धति का विश्लेषण करें।
3. निर्देशक का आलेख और पटकथा में क्या अन्तर होता है । सोदाहरण स्पष्ट करें ।

इकाई - 13

साइबर मीडिया के लिए लेखन

इकाई की रूपरेखा

13.0 उद्देश्य
13.1 प्रस्तावना
13.2 साइबर मीडिया के लिए लेखन
13.3 साइबर लेखन की विशेषताएं
13.4 साइबर लेखन के प्रकार
13.5 भारत में साइबर लेखन की स्थिति
13.6 भारत में साइबर लेखन का महत्व एवं संभावनाएँ
13.7 सारांश
13.8 स्व-मूल्यांकन
13.9 शब्दावली
13.10 कुछ उपयोगी पुस्तकें
13.11 अभ्यासार्थ प्रश्न

13.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप जान पाएंगे कि -

- साइबर मीडिया के लिए लेखन क्या और कैसा है?
- साइबर लेखन की विशेषताएं क्या हैं?
- साइबर मीडिया कितने प्रकार का होता है?
- भारत में साइबर लेखन की क्या स्थिति है?
- भारत में इस प्रकार के माध्यम लेखन के विकास की क्या संभावनाएं हैं?

13.1 प्रस्तावना

पिछली सदी विभिन्न प्रकार के संचार माध्यमों की ईजाद की सदी रही है । यही वजह है कि लेखन और संभाषण के जितने प्रकार लोगों ने पिछली सदी में सीखे उतने इससे पहले कभी नहीं सीखे । मौखिक और लिखित अभिव्यक्तियों का प्रशिक्षण लम्बे समय से होता आ रहा था लेकिन पिछली सदी में रेडियो, फिल्म, टेलीविजन और इंटरनेट जैसे माध्यमों के सतत् विकास की वजह से इन्हीं दो प्राथमिक अभिव्यक्तियों के विभिन्न प्रकारों का विकास हुआ और लोगों को उनमें बाकायदा प्रशिक्षण लेना पड़ा । इस इकाई में हम साइबर माध्यम के लिए लेखन के प्रकार की विभिन्न विशेषताओं और प्रकारों का विश्लेषण करेंगे और उन्हें सीखने का प्रयास करेंगे ।

13.2 साइबर मीडिया के लिए लेखन

कम्प्यूटर, दूरसंचार और सेटेलाइट के संबंद्ध होने से साइबर मीडिया अस्तित्व में आया । साइबर मीडिया की वाहक प्रौद्योगिकी इंटरनेट है जिसके माध्यम से दुनियाभर में संपर्क किया जा सकता है और तमाम तरह की जानकारियां हासिल की जा सकती हैं ।

सार्वजनिक साइबर कैफे जैसे स्थानों पर बैठे-बैठै विश्वभर की सूचनाएं प्राप्त कर सकते हैं या विश्व में कहीं भी बैठे अपने मित्र और रिश्तेदारों से संपर्क कर सकते हैं । इंटरनेट पहले केवल लिखी हुई भाषा के पाठ पर आधारित था । आज तेजी से बदलते हुए परिदृश्य में विश्वव्यापी संजाल (World Wide Web - www) कहलाता है जो लिखित पाठ के अतिरिक्त दृश्य, ध्वनियाँ और चलचित्र या एनिमेशन के माध्यम से सूचनाओं के प्रसारण का एक सशक्त माध्यम बन गया है । विश्व में अनेक छोटे-बड़े संगठनों की अपनी वेबसाइट होती है और इनमें उनके बारे में तमाम तरह की जानकारी और आलेख होते हैं । इसके अलावा साइबर लेखन किसी एक व्यक्ति का लिखा हुआ ब्लॉग भी हो सकता है, किसी विज्ञापन एजेंसी का वेब पर दिया गया विज्ञापन भी हो सकता है और किसी समाचारपत्र का ऑन लाइन संस्करण भी हो सकता है । उन सभी प्रकारों के लेखन की अपनी विशेषताएं हैं जिनकी चर्चा हम इस इकाई में आगे करेंगे ।

13.3 साइबर लेखन की विशेषताएं

साइबर लेखन के दो प्रमुख प्रकार हैं । पहला तो वह जो केवल लिखित भाषा के माध्यम से विचारों को अभिव्यक्त करता है और दूसरा बहुमाध्यम आधारित लेखन है जो अपनी अभिव्यक्ति के लिए पाठ, दृश्य, भव्य एवं चलचित्रों का उपयोग करता है । भाषा का वास्तविक स्वरूप डिजिटल है जिसमें बातों को एक विशेष क्रम में रखा जाता है । भाषा के रेखीय क्रम व्यवस्था ने इसमें मौलिकता की अपार संभावनाएं पैदा की लेकिन इंटरनेट के वेब पृष्ठों की व्यवस्था ने हाइपर लिंक की जो सुविधा प्रदान की उसने भाषा के इस रेखीय क्रम को कुछ हद तक तोड़ा और इस नव लेखन पद्धति ने मौलिकता को एक और नया आयाम दिया । इसी पद्धति के विकास के स्वरुप जिस भाषा में हम वेब के लिए लेखन करते हैं उसे एचटीएमएल (हाईपर टेक्स्ट लेंग्वेज) कहते हैं ।

उधर दूसरी तरफ इंटरनेट के लोकप्रिय होने से पहले कंप्यूटर के क्षेत्र में जो विकास हुए थे, उनमें बहुमाध्यम कंप्यूटर (multimedia Computers) का विकास एक महत्वपूर्ण कड़ी था । इन कंप्यूटरों ने आरंभिक दिनों में चित्रों, रेखांकनों, ध्वनियों, शब्दों और चलचित्रों के माध्यम से पाठ को और अधिक आकर्षक बनाने का काम किया । बाद में डिजिटल ऑडियो, विडियो और एनिमेशन को लिखित पाठ से स्वायत्तता मिली और लोगों ने अनेक ऐसे कार्यक्रम बनाए जिनमें से पाठ लगभग नदारद था । यही बहुमाध्यम प्रौद्योगिकी आने वाले दिनों में वर्ल्ड वाइड वेब की आधार बनी और जिन वेब पोर्टलों या साइटों का आज हम अवलोकन करते हैं उनमें अनेक प्रकार के तत्व होते हैं जो कुछ दृश्य आधारित होते हैं तो कुछ श्रव्य आधारित होते हैं ।

इसी बीच विभिन्न माध्यमों के कन्वर्जेंस की वजह से वेब आधारित संचार के कुछ नए आयाम भी उभर कर आए जिनमें वेब रेडियो और वेब टेलीविजन प्रमुख हैं । इस प्रकार कइ वेब प्रसारण में भाषा के नए आयाम खोजने की आवश्यकता नहीं है, क्योंकि वह तो पारंपरिक रेडियो या टेलीविजन के ही विस्तार हैं ।

वेब के लिये या साइबर लेखन की विशेषताएं यह हैं कि पहले तो इसमें किसी भी समाचार को सिर्फ शीर्षक और संक्षिप्त रूप से दिया जा सकता है और लिंक के माध्यम से पूरे समाचार को पढ़ा जा सकता है । इसलिए संक्षेप में समाचार लिखने की कला साइबर लेखन के लिए सबसे महत्वपूर्ण है । जैसा कि पहले बताया गया है साइबर मीडिया एक मल्टीमीडिया है जिसमें ध्वनि, चित्र ग्राफिक्स आदि सभी का प्रयोग होता है । साइबर लेखन को प्रभावशाली बनाने के लिए इस मल्टीमीडिया पैकेज में सभी तत्वों की समझ होनी चाहिए । यह भी ध्यान रखना जरूरी है कि इस लेखन को दुनिया भर में कोई किसी भी समय पढ़ता है- इसे पढ़ने, देखने या सुनने वालों का कोई निर्धारित समूह नहीं होता । इस दृष्टि से भी लेखन शैली को ढालना होता है ।

13.4 साइबर लेखन के प्रकार

साइबर मीडिया के अनेक रूप हैं । इन दिनों जिसकी सबसे अधिक चर्चा है उसे हम ब्लॉग के नाम से जानते हैं । कुछ हिन्दी में ब्लॉग लिखने वालों ने इसे एक हिन्दी नाम भी दिया है । वह इसे चिट्ठा कह रहे हैं । ब्लॉग वेब लाग का संक्षिप्त रूप है । वेब लॉग से तात्पर्य यह है कि आप किसी ऐसी वेब साइट पर जाइए जो आपको अपने यहाँ लिखने की सुविधा प्रदान करती है और फिर जो कुछ आप कहना चाहते हों उसे उस साइट पर दी गई जगह पर लिख दीजिए । कुछ साइट ऐसी होती है जिनमें आपको अपने को पंजीकृत कराना होता है जिसके बाद आप अपने लिए एक पासवर्ड तय करते हैं । इस पासवर्ड की मदद से आप उस साइट पर लॉग इन करते हैं । कुछ वेब साइट ऐसी भी होती हैं जिनमें आपको लॉग इन करने की भी आवश्यकता नहीं होती । ऐसे स्थलों पर लिखने के लिए आपको लिखकर अभिव्यक्त करना तो आना ही चाहिए मगर आपको उसे कुंजीपटल की मदद से टंकित करना भी आना चाहिए । साइबर लेखन का यह सबसे लोकप्रिय प्रकार और सबसे सरल तरीका है ।

साइबर लेखन के लिए इसके बाद जिस कठिन प्रकार की हम चर्चा करेंगे वह वेब पेज बनाना है । वेब पेज तैयार करना एक विशेष प्रकार का लेखन है जिसके लिए आपको अपने लिखे हुए को एचटीएमएल में निबद्ध करना ही नहीं आना चाहिए बल्कि वेब पर दिखने वाले पूरे पृष्ठ की रुप सज्जा । उसमें प्रयुक्त होने वाले दृश्यों का स्थान तय करने और आवश्यकता पड़ने पर विजुअल बेसिक और 'सी' भाषा जैसी कंप्यूटर की भाषाओं का भी ज्ञान होना चाहिए । इसके अलावा वेब पेज बनाने वालों को लिखित पाठ, दृश्यों और श्रव्य सामग्री के विभिन्न फारमेट का ज्ञान भी होना चाहिए । उदाहरण के लिए एक फोटोग्राफ का हम सामान्यतया जे.पी.जी. फारमेट में संरक्षित करते हैं । फोटोग्राफ खींचते समय अगर हमने उसके रिजोल्यूशन को अधिक रखा तो वह अधिक जगह घेरेगा । फोटो के रिजोल्यूशन 96 पिक्सेल से लेकर 10 मेगापिक्सेल या उससे भी ज्यादा हो सकता हैं । इसी तरह टिफ (TIFE) फारमेट में संरक्षित किए गए चित्र को भी अधिक जगह चाहिए । सबसे कम जगह जिफ (JIF) में संरक्षित चित्र

लेते हैं । अत: वेब पेज की संकल्पना करने वाले को इस बात का भी ध्यान रखना पड़ता है कि उसका पेज पाठक के कंप्यूटर में जल्दी से जल्दी प्रस्तुत हो सके अर्थात् डाउन लोड को सके ।

वेब पेज वेब साइट का एक हिस्सा मात्र होता है । सामान्य तौर पर लोग वेब पर सामग्री देने के लिए एक आध पेज बनाते हैं लेकिन यदि सामग्री बहुत अधिक है तो उन्हें एक पूरी वेब साइट बनानी पड़ती है जिसमें अनेक वेब पेज होते हैं । ऐसी स्थिति में सभी पेज हाइपर लिंक की मदद से एक

दूसरे से जोड़ दिए जाते हैं । हाइपर लिंक का इस्तेमाल करके दो विभिन्न वेबसाइटों के पृष्ठों को भी एक दूसरे से जोड़ा जा सकता है । वेब पर दी जाने वाली सामग्री जब एक सीमा से अधिक हो जाती है तो हम वेब पोर्टल बनाने की कल्पना करने लगते हैं ।

13.5 भारत में साइबर लेखन की स्थिति

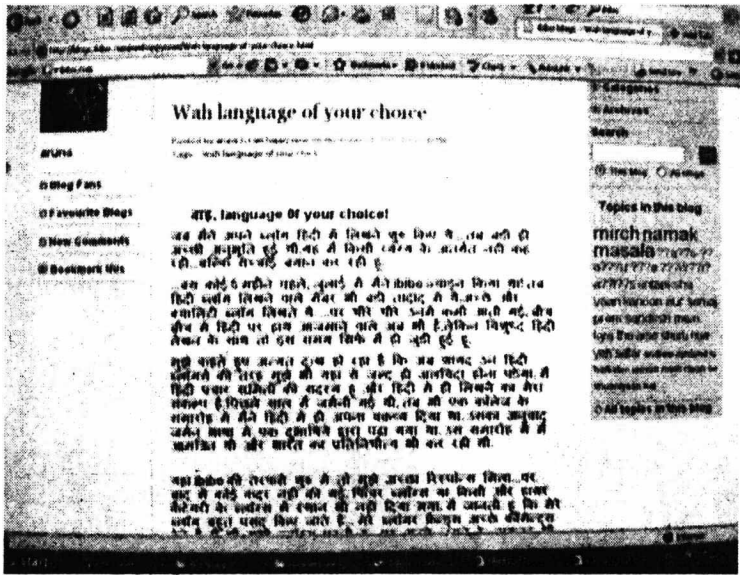
इन दिनों प्रौद्योगिकी के और अधिक प्रयोक्ता आधारित होते जाने का ही परिणाम है कि इन दिनों वेब ब्लॉगिंग की बाढ़ आई हुई है । वेब ब्लॉगिंग विशिष्ट से लेकर आम व्यक्ति को भी अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता प्रदान करता है क्योंकि साधारण और आम व्यक्ति भी इस प्रौद्योगिकी के जरिए अपने विचार नेट पर लोगों के पढ़ने के लिए रख पाने का सुख भोग रहा है ।

आरंभिक दिनों में केवल बड़े अखबारों ने ही अपने अखबारों के संस्करण वेब पर डालने आरंभ किए थे । इनके लिए वेब पर काम करने के लिए प्रशिक्षित पत्रकारों की सेवा ही ली जाती थी, लेकिन जैसे ही वेब लागिंग की सुविधा लोगों को मिलनी आरंभ हुई वैसे ही भारत में पत्रकारों, साहित्यकारों के अलावा उन सभी के ब्लॉग लिखने आरंभ कर दिए जिन्हें हिन्दी में टंकण के साथ-साथ कंप्यूटर एवं इंटरनेट पर काम करना आना था ।

आज इंटरनेट पर उपलब्ध हिन्दी के ब्लॉग में लोगों की निजी डायरी से लेकर कविता, कहानी, टिप्पणियाँ, चित्र एवं विचार सभी कुछ मौजूद है । उधर समाचारपत्रों ई अखबार का स्वरूप भी मुद्रित समाचारपत्र की डिजिटल प्रतिलिपि से बहल कर अधिकाधिक ऑनलाइन हो गई है और कई लोग तो अपनी रचनाएं, विचार आदि पुस्तकाकार ई-बुक में भी दर्ज कर रहे हैं । अधिकांश ब्लॉग लेखक आज अपने लेखन को अधिक से अधिक सुरुचि प्रधान एवं पठनीय बनाने के लिए ऐसे कई तत्वों को अपने लेखन में ला रहे हैं जो आज से कुछ ही वर्ष पहले मल्टीमीडिया में ही हो सकता था । ऐसे अनेक ब्लॉग लेखक हैं जो अपने लेखन में न केवल चित्र बल्कि वीडियो ओर ऑडियो सामग्री भी इस्तेमाल कर रहे हैं ।

13.6 भारत में साइबर लेखन का महत्व एवं संभावनाएं

हालांकि हमारे देश में अभी कम्प्यूटर और इंटरनेट का प्रसार सीमित है, पर इसका तेजी से विस्तार हो रहा है । छोटे-छोटे नगरों-कस्बों में साइबर कैफे खुल रहे हैं और इसके उपभोक्ताओं की संख्या बढ़ रही है । समाचारपत्र संस्थानों ने अपने अखबार नेट पर डालने आरंभ किए हैं और विशेष कर जिस तरह



बुद्धिजीवियों ने ब्लॉग अपना कर साइबर लेखन आरंभ किया है वह उस बात का द्योतक है कि आने वाले दिनों में जैसे-जैसे इंटरनेट की सुविधा आम लोगों तक पहुँचेगी वैसेवैसे साइबर लेखन का महत्व बढ़ेगा और उसकी पहुँच भी विस्तृत होगी ।

साइबर लेखन की संभावना भी उसके प्रसार की तरह अनंत हैं । वेबसाइट से लेकर ई-पुस्तक तक अनेक स्वरूपों में यह लोगों को उपलब्ध होगा । जिस तरह डाकघर आश्रित चिट्ठियों की जगह दिनों-दिन ई-मेल का प्रयोग बढ़ रहा है उसी तरह आने वाले दिनों में साइबर लेखन का प्रयोग भी बढ़ेगा ।

13.7 सारांश

स्पष्ट है कि साइबर लेखन ने अपने को एक स्वतंत्र लेखन विधा की तरह स्थापित कर लिया है और इसके स्वरुप एवं प्रचार-प्रसार में दिनों-दिन नए प्रयोग, नई तकनीकों और नए कथ्य की संभावनाएं बढ़ रही हैं । ट्रेडिंग, ई-मेल, ई-पुस्तक, वेब अखबार, ब्लॉग और यहाँ तक कि एस.एम.एस. भी साइबर लेखन के विभिन्न प्रकार हैं ।

भारत में इस प्रकार का लेखन आरंभिक दिनों में केवल अंग्रेजी तक सीमित रहा लेकिन बाद के दिनों में जैसे-जैसे भारतीय भाषाओं का समन्वयन इंटरनेट में हुआ है वैसे-वैसे साइबर प्रकाशन में भारतीय भाषाओं की हिस्से दारी भी बढ़ी है । भारत सरकार की ई-प्रशासन की नीतियों ने भी साइबर लेखन को बढ़ावा दिया है । ई-शिक्षा, ई-स्वास्थ्य एवं ई-कृषि की भी यही माँग है कि अधिकाधिक लोग साइबर लेखन को अपनाएं एवं नेट पर अधिकाधिक सामग्री उपलब्ध हो सके ।

बोध प्रश्न-

1. साइबर क्या है?

.....

.....

2. वेबसाइट क्या है?

.....

.....

3. ब्लॉग क्या है?

.....

. .....

13.8 स्व मूल्यांकन

इस इकाई को पढ़ कर आप ने जाना होगा कि साइबर माध्यमों के लिए किस प्रकार का लेखन किया जा रहा है । इस विषय के बारे में अपना ज्ञान और अधिक बढ़ाने के लिए आपको चाहिए कि आप इंटरनेट पर जाकर उस प्रकार की जिनकी अधिक वेब साइट देखें ताकि आपको प्रत्यक्ष ज्ञान प्राप्त हो कि इंटरनेट पर किस प्रकार का लेखन किया जा रहा है । आप ने इस इकाई से क्या कुछ सीखा है यह जानने के लिए एवं अपना मूल्यांकन स्वयं करने के लिए आपको सलाह दी जाती है कि इकाई के अंत में दी गई पुस्तकों को पढ़ने का प्रयास कीजिए एवं दिए प्रश्नों को ध्यान से हल कीजिए ।

13.9 शब्दावली

मल्टीमीडिया	ऐसा कंप्यूटर जिसमें लिखित पाठ, दृश्य, श्रव्य चलचित्र एवं एनिमेशन का प्रयोग किया जाता है।
एच.टी.टी.पी.	हाइपर टेक्स्ट ट्रांसमिशन प्रोटोकॉल वह पद्धति है जिससे वेब पृष्ठों का प्रेषण एवं प्राप्त करना संभव होता है ।
एच.टी.एम.एल.	हाइपर टेक्स्ट मेनटेनेंस लेंग्वेज वह भाषा है जिसके माध्यम से वेब पर लिखे जाने वाले पृष्ठों के विभिन्न तत्वों को समायोजित किया जा सकता है ।
हाइपर लिंक	किस वेब पृष्ठ को अन्य पृष्ठों या अन्य वेब साइटों से जोड़ा जा सकता है ।
जेपीजी	डिजिटल स्वरुप में चित्रों का संकलित एवं प्रसारित करने की एक पद्धति ।
टिफ	चित्रों एवं एनिमेशन के नेट पर डालने का एक विशेष फार्मेट ।
जिफ	प्रयोक्ता के लिए बनाया गया दृश्यात्मक इंटरफेस ।
ब्लॉग	वेब लागिंग अर्थात् निर्धारित वेब साइट पर जाकर पंजीकरण कराने के पश्चात किया जाने वाला लेखन ।
ई-बुक	डिजिटल तरीके से तैयार की गई पुस्तक जिसे इंटरनेट के अलावा मोबाइल फोन या ई-बुक रीडर आदि में पढ़ा जा सके ।

13.10 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. जगदीश चक्रवर्ती (2003) साइबर मीडिया जर्नलिज्म : इमर्जिंग टेक्नोलॉजी, फायरवाल मीडिया, दरियागंज, नई दिल्ली
2. कुर्ट रोहर (1998) : मार्केटिंग इन द साइबर एज, जे विली
3. हेरिक डेनिस, (2003) : मीडिया मैनेजमेंट इन द एज ऑफ जाएंटस, ब्लेकवेल पब्लिशिंग, न्यूयॉर्क
4. Om Gupta and Ajay S. Jasra (2002) : Internet Journalism in India, Kanishka Publisher, New Delhi

13.11 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. वेब पेज के उद्भव और विकास पर एक संक्षिप्त लेख लिखिए ।
2. हाइपर टेक्स्ट भाषा और वेब पेज लेखन के संबंधों का विवेचन कीजिए।
3. भारत में साइबर मीडिया लेखन के विकास और उसकी उपयोगिता की चर्चा कीजिए ।

ISBN - 13/978-81-8496-275-8