खण्ड - 3

जनमाध्यमों के लिए लेखन

It is hard news that catches readers.

– Lord Northcliffe

❖❖❖

A good sub-editor is a creative artist.

– F.J. Mansfield

❖❖❖

The facts we see depends on where we are plaed and the habits of our eyes.

– Walter Lippmann

❖❖❖

इकाई–1 समाचार–लेखन के मूल तत्त्व

इकाई की रूपरेखा

1.0 उद्देश्य
1.1 प्रस्तावना
1.2 समाचार के स्वरूप
1.3 समाचार चयन के आधार
1.3.1 जनाकर्षण
1.3.2 जनरुचि
1.3.3 तथ्यों की पवित्रता
1.3.4 लीड
1.4 समाचारों की प्रस्तुति
1.4.1 आमुख
1.4.2 समाचारों की भाषा शैली
1.5 शीर्षक लेखन
1.5.1 शीर्षक संरचना
1.5.2 इलेक्ट्रानिक माध्यम में शीर्षक
1.6 समाचारपत्र कार्यालय की कार्यप्रणाली
1.7 बाक्स तथा इनसेट
1.8 सारांश
1.9 शब्दावली
1.10 सन्दर्भ ग्रन्थ
1.11 प्रश्नावली

1.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप जान पायेंगे कि –

- समाचार क्या है और उसका महत्त्व क्या है?
- समाचारों का कैसे चयन करके कैसे बनायेंगे?
- समाचारों को कैसे चुनेंगे और उन्हें किस पृष्ठ पर स्थान देंगे?
- समाचार के इन्ट्रो और शीर्षक कैसे लिखें?

1.1 प्रस्तावना

पत्रकारिता-जगत में समाचार को 'कथा' भी कहते हैं। समाचार को कथा के रूप में रसीला, नशीला, चुटीला और दिलचस्प बनाकर प्रस्तुत करना एक सफल कलाकार की क्षमता

पर निर्भर है। समाचार लिखते समय इन बातों पर ध्यान रखने की जरूरत है कि कोई भी कथा कम से कम सत्य प्रतीत होनी चाहिए, सुसंगत होनी चाहिए, अच्छे ढंग से कही जानी चाहिए, संक्षिप्त और नयी होनी चाहिए। जब कभी इन नियमों का उल्लंघन होगा, बुद्धिमान मनुष्य उसे छोड़कर सो जाएगा। इसीलिए समाचार लेखन के लिए समग्र तथ्यों की सत्य जाँच परख कर, योजना बनाकर लिखा जाता है, ताकि समाचार (घटना) की जानकारी सभी को हो जाये।

1.2 समाचार के स्वरूप

पत्रकारिता का प्राण तत्त्व है समाचार। मानव की ज्ञान पिपासा तब शांत होती है, जब वह समाचार सुन लेता है। श्री रामकृष्ण रघुनाथ खाडिलकर के अनुसार, "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।"

सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है, जिसमें बहुसंख्यकों की अधिकतम रुचि हो। इसीलिए समाचार की व्याख्या करते समय कुछ विशेष बातों का ध्यान रखा जाता है –

नूतनता – समाचार में नवीनता हो। मन्तव्य यही है कि ताजा से ताजा समाचार पाठकों ओ आकर्षित करता है।

सत्यता – किसी घटना का सत्य, परिशुद्ध एवं संतुलित विवरण समाचार को मूल्यवान बनाता है।

सामीप्य – निकटस्थ घटित घटना दूरस्थ की बड़ी दुर्घटना से अधिक महत्त्वपूर्ण होती है।

सुरुचिपूर्णता – पाठकों की रुचि को प्रभावित करने वाले समाचार अधिक पठनीय होते हैं।

वैयक्तिकता – उच्च पदस्थ व्यक्तियों का भाषण समाचार बन जाता है।

संख्या और आकार– अधिक संख्या में मृत और घायल यात्रियों से सम्बद्ध भयंकर रेल दुर्घटना महत्त्वपूर्ण होगी, जबकि मामूली चोट वाली घटना समाचार की दृष्टि से गौण है।

संशय और रहस्य– संशय और रहस्य से परिपूर्ण समाचारों की ओर पाठकों की अधिक जिज्ञासा होती है। सीधे, सत्य, समाचार का महत्त्व होता है। पाठक उस पर विश्वास करता है। सीधा समाचार सरल तथा सुस्पष्ट विधि से घटनाओं का सही-सही तथ्यात्मक विवरण देता है। इसमें तथ्यों को तोड़ा-मरोड़ा नहीं जाता। ऐसे समाचार में आरोप लगाने, निष्कर्ष निकालने एवं सम्मति देने का प्रयास नहीं होता। आजकल के अति व्यस्त पाठकों के पास समाचार की जटिलता और रहस्यमयता से जूझने की फुर्सत नहीं है। अत: समग्र तथ्यों की व्याख्या द्वारा समाचार को सुग्राह्य बना दिया जाता है। ऐसे समाचारों का अधिक महत्त्व होता है।

1.3 समाचार चयन के आधार

समाचार पत्र के संपादक को 'सारं गृहणन्ति पंडिता' के अनुरूप समाचार चयन का महत्त्वपूर्ण कार्य करना पड़ता है। संवाद समितियों एवं अन्य स्रोतों से प्राप्त समाचारों के अम्बार से किसी समाचार के चयन के सन्दर्भ में जूलियस साल्टर इलियास का सुझाव द्रष्टव्य है–"हम अपने पत्र में ऐसे समाचार दें, जिससे पाठक मुस्कुराए और उत्साहित हो। प्रत्येक पृष्ठ पर ऐसे समाचारों को स्थान मिले, जिनसे पाठकों का मन प्रसन्न हो।'

बोर्ड परीक्षा के लिए डेढ़ सौ केंद्र व्यवस्थापक बने

वाराणसी। उत्तर प्रदेश माध्यमिक शिक्षा परिषद (यूपी बोर्ड) की अगले महीने होने वाली दसवीं और बारहवीं की परीक्षाओं के लिए डेढ़ सौ केंद्र व्यवस्थापक बनाए गए हैं। भी केंद्र व्यवस्थापकों से 28 फरवरी तक कक्ष निरीक्षकों के लिए आवश्यकता अनुसार मांग पत्र देने का निर्देश दिया गया है। केंद्र व्यवस्थापकों की सूची बोर्ड को भी भेजी जाएगी।

वाराणसी में बोर्ड परीक्षा के लिए 150 परीक्षा केंद्र बनाए गए हैं। सभी केंद्र व्यवस्थापकों की सूची बना दी गई है। केंद्र व्यवस्थापकों को परीक्षाएं सुचारु रूप से कराने की जिम्मेदारी सौंपी गई है। स्वकेंद्र परीक्षा प्रणाली होने की वजह से सभी परीक्षा केंद्रों पर 90 फीसदी कक्ष निरीक्षक बाहरी तैनात करने का निर्देश है। सिर्फ दस फीसदी ही कक्ष निरीक्षक उसी विद्यालय के हो सकते हैं। जिला विद्यालय निरीक्षक ओंकार शुक्ल न कहा है कि सभी विद्यालयों को सूचित किया गया है कि विद्यालय में कार्यरत शिक्षक (वित्तपोषित, वित्तविहीन व विषय विशेषज्ञ) की सूची व कक्ष निरीक्षकों के लिए मांग पत्र 28 फरवरी तक हर हालत में उपलब्ध करा दें।

रेल कैटरिंग में कमजोर तबकों को आरक्षण

नई दिल्ली। रेलवे मंत्री लालू प्रसाद यादव ने रेलवे स्टेशनों पर विभिन्न श्रेणियों की कैटरिंग (खानपान सेवा) का लाइसेंस देने में एससी/एसटी समेत विभिन्न कमजोर तबकों को 25 से 49 फीसदी आरक्षण का प्रावधान किया है।

लोकसभा में शनिवार को रेल बजट पेश करते हुए रेल मंत्री लालू ने ऐलान किया कि इस आरक्षण का लाभ उठाने वालों में अनुसूचित जाति, अनुसूचित जनजाति, पिछड़ा वर्ग, अल्पसंख्यक, युद्ध में शहीद हुए सैनिकों की विधवाएं, रेल कर्मियों की विधवाएं, स्वतंत्रता सेनानी व अन्य कमजोर वर्ग के लोग शामिल होंगे।

रेलवे की खानपान सेवा की नई नीति के तहत आरक्षण का आधार स्टेशन की ए, बी, सी श्रेणी के मुताबिक 25 फीसदी आरक्षण और अन्य श्रेणियों में 49 फीसदी आरक्षण होगा।

सूचना-भण्डार से मुद्रण द्वार तक की यात्रा में समाचारों को रोके जाने, छोड़े जाने, आगे बढ़ाये जाने की नियन्त्रण प्रक्रिया को 'गेटकीपिंग' (Gatekeeping) कहा जाता है। Selection, Filter, Screening से सभी शब्द इस 'गेटकीपिंग' से मिलते जुलते शब्द हैं। प्रकाश्य समाचारों के चयनकर्ता को गेटकीपर कहा जाता है, जो प्राय: उपसम्पादक होता है।

Individual or groups who decide what will be printed or broadcast. They select and reject news item out of a host of such item available at their disposal.

वस्तुत: समाचार-चयनकर्त्ता पत्रकारिता का प्रमुख उपस्थापक है।

1.3.1- जनाकर्षण

किसी भी समाचार की सामयिकता, सामीप्य, आकार-प्रकार तथा महत्त्व इन चार विशेषताओं से परिपूर्ण समाचार आकर्षक होते हैं जिनके चयन पर बल दिया जाता है।

'फास्टफूड से पैदा हो रहीं नई बीमारियाँ'

संवाददाता

वाराणसी। लखनऊ स्थित संजय गांधी आयुर्विज्ञान संस्थान के निदेशक प्रो० करतार सिंह ने कहा कि असंयमित खानपान की वजह से लीवर की नई-नई बीमारियां पैदा हो रही हैं। पिज्जा आदि फास्टफूड खाकर लोग रोगी बन रहे हैं। वे काशी हिंदू विश्वविद्यालय में आयोजित एक समारोह में बोल रहे थे।

चिकित्सा विज्ञान संस्थान के के० एन० उडुप्पा प्रेक्षागृह में आयोजित इंडियन गैस्ट्रोइंटेरोलाजी के वार्षिक अधिवेशन में उन्होंने कहा कि खाने में सफाई की कमी की वजह से पेट के रोगों बढ़ रहे हैं। पेस्टिसाइड व मक्खियों के संक्रमण से भी नए रोग पनप रहे हैं। उन्होंने कहा कि फास्ट फूड और जंक फूड से मोटापा बढ़ रहा है। उन्होंने बताया कि जंक फूड में कार्बोहाइड्रेड व वसा की मात्रा ज्यादा होने के कारण लोग मोटापे के शिकार हो रहे हैं। सामान्य तौर पर आम आदमी का भोजन में 60 फीसदी कार्बोहाइड्रेड, 15 फीसदी प्रोटीन व 25 फीसदी वसा की मात्रा लेनी चाहिए। अमेरिका में तो अभी हाल ही में फास्ट फूड के खिलाफ लोगों ने प्रदर्शन भी किया है।

उन्होंने कहा कि लीवर के लिए जितना घातक अल्कोहल है, इस प्रकार के खाद्य पदार्थ भी उतने ही हानिकारक लीवर की नैश (नान अल्कोहलिक स्टीयटिक हेपेटाइटिस) रोगों के लिए अल्कोहल की जगह ऐसे खाद्य पदार्थ ही जिम्मेदार हैं। इंडिया गैस्ट्रोइंटेरोलाजी सोसायटी के अध्यक्ष प्रो० एस० पी० त्यागी ने कहा कि स्वास्थ्य सेवाओं में जैसे-जैसे बढ़ोत्तरी हो रही है वैसे-वैसे नए-नए रोग पनपते जा रहे हैं।

विशिष्ट अतिथि प्रो० गजेन्द्र सिंह ने कहा कि हमें विकास के साथ-साथ अपना खानपान भी सुधारना होगा। भारत में लोगों का आर्थिक स्तर जैसे जैसे बढ़ रहा है वैसे-वैसे लोग खानपान के मामले में अनियंत्रित होते जा रहे हैं। कार्यक्रम में आई०एम०एस० के गैस्ट्रोइंटेरोलाजी विभाग के संस्थापक डा० जे०पी० गुप्ता को सम्मानित किया गया। सोसायटी की वार्षिक रिपोर्ट डा० अरुण खंडूरी ने पेश की। स्वागत भाषण प्रो० ए० के० जैन, संचालन डा० आलोक मिश्रा तथा धन्यवाद ज्ञापन डा० वी० के० दीक्षित ने किया।

1.3.2 जनरुचि

जनरुचि, जातिरुचि और समूह रुचि को तुष्ट करने वाले समाचार वरेण्य होते हैं। लोक-नाड़ी को परख कर उसके अनुरूप समाचारों का प्रकाशन होना चाहिए, परन्तु यहीं एक कठिनाई है। हत्या, डकैती, पॉकेटमारी, जालसाजी, धोखाधड़ी और बलात्कार सम्बन्धी लोकरुचि के घिनौने अंशों को प्रस्तुत कर पाठकों की रुचि को विकृत भी किया जा सकता है। आदर्श सम्पादक सत्य को न छुपाने की मजबूरी में रहते हुए भी शालीनता के परिधान में आवेष्टित कर ऐसे समाचारों को प्रकाशित करते हैं।

अश्लीलता के गढ़ बनते जा रहे हैं साइबर कैफे

विजय विनीत

- दस साल कैद और दो लाख जुर्माने का प्रावधान
- धड़ल्ले से उड़ाई जा रही हैं कानून की धज्जियाँ
- सूचीबद्ध भी नहीं किए गए जिले के साइबर कैफे

वाराणसी। साइबर कैफे को अश्लीलता का गढ़ बनने से प्रशासन नहीं रोक पा रहा है। अश्लीलता रोकने के लिए शासन ने पिछले महीने साइबर कैफे की आंतरिक सज्जा में आमूलचूल परिवर्तन का निर्देश दिया था। अब तक एक भी साइबर कैफे को चिन्हित नहीं किया जा सका है, जबकि कैफे के मालिक स भी कानून की धज्जियाँ उड़ा रहे हैं। इन्हें अब तक सूचीबद्ध नहीं किया जा सका है।

वाराणसी महानगर में साइबर कैफे की संख्या सात सौ से अधिक है। प्रतिस्पर्धा के चलते कई कैफे के मालिकों ने वी-सेट कनेक्शन ले रखा है। लेकिन अधिकांश साइबर कैफे में केबिन है और दस से पंद्रह रुपये प्रति घंटे की दर पर लोगों को सर्फिंग की सुविधा मुहैया कराई जाती है। साइबर कैफे के मालिक इस बात से इनकार करते हैं कि उनके यहाँ अश्लील वेबसाइटें नहीं खोली जातीं। लेकिन सच इसके उलट है। तमाम साइबर कैफे में मनमाने ढंग से अश्लील वेबसाइटों की सर्फिंग हो रही है। आईटी एवं इलेक्ट्रानिक विभाग के मुख्य सचिव नवीन चंद्र वाजपेयी ने पिछले महीने जिलाधिकारियों को साइबर कैफे में बढ़ती अश्लीलता की रोकथाम के लिए साइबर कैफे का निरीक्षण करने और दोषी लोगों के खिलाफ प्रभावी दंडात्मक कार्रवाई करने का निर्देश दिया था। प्रशासन ने इस आदेश का अनुपालन नहीं किया। साइबर कैफे में बढ़ती अश्लीलता रोकने के लिए सूचना प्रौद्योगिकी एक्ट 2000 की धारा 67 में दंड का प्रावधान किया गया है। इसके मुताबिक पहली बार अपराध करने पर पाँच साल कारावास और एक लाख रुपये जुर्माने का प्रावधान है। दूसरी और तीसरी मर्तबा अपराध करने पर दस साल की सजा और दो लाख रुपये तक जुर्माना हो सकता है। श्री वाजपेयी का मानना है कि कड़े कानून और शासनादेश के बावजूद साइबर कैफे में अश्लीलता एवं आपराधिक गतिविधियों पर प्रभावी नियंत्रण नहीं हो सका है। निर्देश दिया है कि साइबर कैफे के मालिकों और उपभोक्ताओं को इस बात के लिए प्रोत्साहित किया जाए कि वह कंप्यूटर और हार्डवेयर को इस तरह से स्थापित करें कि उनकी वीडियो डिस्प्ले स्क्रीन पर हाल में मौजूद नियंत्रक की नजर में रहे। प्रमुख सचिव ने निर्देश दिया है कि अब नए साइबर कैफे के कंप्यूटर हार्डवेयर की स्थापना बिना केबिन, बिना पार्टीशन एवं बिना दरवाजा और यथासंभव खुले हाल या बड़े कमरे में की जाए। उन्होंने जिले में स्थापित साइबर कैफे का नियमित निरीक्षण करने का निर्देश देते हुए इनकी गतिविधियों पर नजर रखने का आदेश दिया है।

1.3.3 तथ्यों की पवित्रता

तथ्य पवित्र है और सत्य ही प्रकाश्य है। कभी-कभी चयन प्रक्रिया में धर्म संकट की स्थिति आ जाती है जैसे–सूचना विभाग द्वारा हड़ताल की सफलता सम्बन्धी विज्ञप्तियों के ढेर के साथ ही विविध सूत्रों द्वारा हड़ताल की असफलता के समाचार प्राप्त होते हैं। ऐसी परिस्थिति में राष्ट्रहित तथा पत्रकारिता की न्यायोचित माँग के अनुरूप बड़ी ईमानदारी से उभय पक्ष के तथ्यों को पाठकों के समक्ष रख दिया जाता है।

1.3.4 लीड

'लीड' शब्द अंग्रेजी के लीडर का लघु रूप है। जैसे लीडर (नेता) नेतृत्व करता है, उसी प्रकार 'लीड' समाचार सब समाचारों का मुखिया होता है। प्रथम स्थान पाने वाले समाचार को पृष्ठ का 'लीड' बनाया जाता है। समाचारों में जो समाचार सबसे प्रमुख होता है, वही 'लीड' बनता है।

अब समस्या आती है कि समाचारों के अपार भण्डार से प्रथम पृष्ठ और अन्दर के पृष्ठों का समाचार कैसे चुनें? कौन सा समाचार प्रथम पृष्ठ पर दिया जाय कौन सा भीतर के अन्य पृष्ठों पर। पृष्ठों का वर्गीकरण तो केवल सुविधा के लिए है। प्रथम पृष्ठ पर सभी प्रकार के अति

महत्त्वपूर्ण समाचार दिए जा सकते हैं। समाचार पत्र के सभी पृष्ठ महत्त्वपूर्ण है, पर प्रथम पृष्ठ अपना विशेष महत्त्व और आकर्षण रखता है। समाचार पत्र के प्रथम पृष्ठ पर किसी संस्करण के प्रकाशन समय तक का अति महत्त्वपूर्ण समाचारों को स्थान दिया जाना चाहिए। समाचारों के भी दो भाग किए जा सकते हैं –

(1) स्वतन्त्र अस्तित्व रखने वाले समाचार

(2) प्रथम पृष्ठ पर या अन्य पृष्ठ पर जाने वाले समाचार से सम्बन्धित।

पृष्ठ की आवश्यकता और सज्जा को ध्यान में रखते हुए महत्त्व के अनुसार खबरों को दो कालम अथवा एक कालम बनाया जाता है। प्रथम स्थान वाले समाचार पर सबसे मोटे टाइप का शीर्षक होता है।

उदाहरण–

चिदंबरम की बहार, सपनों की भरमार

वेतनभोगियों के लिए राहत, आयकर छूट सीमा एक लाख

प्रथम कोटि के समाचार को पत्रकारी भाषा में प्रथम 'लीड' कहा जाता है। उदाहरण– 'कांग्रेस ने ठुकराया पासवान का फार्मूला' लीड खबर है।

हिन्दुस्तान

कांग्रेस ने ठुकराया पासवान का फार्मूला

जदयू के सहारे कोई सरकार मंजूर नहीं

लालू ने फिर ललकारा पासवान ने नकारा

चित्र–कांग्रेस ने ठुकराया पासवान का फार्मूला

यदि प्रथम लीड पृष्ठ के वाम भाग में दिया जाता है तो उस समाचार की तुलना में कुछ कम महत्त्व के समाचार को द्वितीय लीड के रूप में प्रथम लीड से कुछ हल्के टाइप में दाहिनी ओर देते हैं। यह भी कोई जरूरी नहीं कि द्वितीय लीड दी ही जाय। सजावट और महत्त्व की दृष्टि से यदि प्रथम लीड को छोड़कर अन्य दो चार महत्त्व के समाचारों को सामान्य दो-या तीन कालम का शीर्षक दिया जा सकता है। प्रथम पृष्ठ पर अधिक महत्त्व के समाचार को जगह दी जाती है और कम महत्त्व के समाचारों को अन्दर के पृष्ठों पर जगह दी जाती है। हर पृष्ठ पर

उस महत्त्वपूर्ण खबरों को लीड बनाया जाता है। प्रथम पृष्ठ पर राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय खबर महत्त्वपूर्ण होती है जब कि अन्दर के पृष्ठों पर क्षेत्रीय महत्त्वपूर्ण की खबर उस पृष्ठ की लीड बनती है।

लीड के अतिरिक्त जो अधिक रोचक जान पड़ते हैं, उन्हें प्रथम पृष्ठ के लिए चुन लिया जाता है। अनेक ऐसी खबरें भी होती हैं, जिन्हें 'स्वतंत्र' कहा जा सकता है और कुछ ऐसे होते हैं, जिनका आपस में सम्बन्ध होता है। उन्हें एक दूसरे के आस-पास, ऊपर-नीचे इस प्रकार सम्पादित करना होता है, मानो उनका आपसे सम्बन्ध हो। एक का मैटर दूसरे के शीर्षक से मिला दिया जाता है।

1.4 समाचारों की प्रस्तुति

समाचारों की प्रस्तुति वैज्ञानिक कला है। यह बड़ी सहजता, कल्पना, व्यवस्था एवं सुरुचि की माँग करती है क्योंकि इस क्षेत्र में इतना वैविध्य है कि इनके लिए एकरूपता निर्धारित करना अत्यन्त कठिन है। वैसे तो मध्यम, विशेष/समाचार पत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन के अनुसार प्रस्तुति का स्वरूप बदलता ही है, किन्तु एक ही माध्यम के लिए विभिन्न विषयों के समाचार लिखते समय भाषा शैली, शीर्षक रचना, आमुख पंक्ति तथा आकार सीमा बदल जाती है। यह परिवर्तन इतने सूक्ष्म और अनुभव आधारित होते हैं कि इनकी प्रस्तुति के लिए सर्वमान्य सिद्धान्तों को आरोपित करके सन्तुष्ट होना कठिन है, किन्तु विद्वानों द्वारा सृजित सर्वमान्य सिद्धान्तों को प्रारंभिक स्तर पर सीखने हेतु प्रयोग में लाया जा सकता है।

समाचार प्रस्तुति के तीन प्रमुख घटक हैं–चयन, लेखन, सज्जा। चयन के संदर्भ में पूर्व अध्याय में विचार किया जा चुका है और सज्जा का दायित्व सम्पादक का है। अत: प्रस्तुत पाठ में समाचार लेखन ही हमारा अभीष्ट है।

समाचार लेखन–समाचार लेखन के संदर्भ में यह प्रश्न उठता रहा है कि समाचार लेखन 'विज्ञान है या 'कला'? इस संदर्भ में विद्वानों के अलग-अलग मत हैं, किन्तु व्यावहारिक पहलू पर ध्यान केन्द्रित करने से एक बात स्पष्ट हो जाती है कि समाचार लेखन में उपर्युक्त दोनों तथ्य परस्पर पूरकता का निर्वाह करते हुए प्रयुक्त होते हैं। अर्थात् समाचार लेखन को प्रभावशाली ढंग से प्रस्तुत करने के लिए लेखक को विविध विषयों की जानकारी, भाषा पर अधिकार और काल्पनिकता आदि के गुण से परिपूर्ण होना अनिवार्य है, तभी वह रोचक उत्सुकतापूर्ण, कुतुहलमय एवं पठनीय प्रस्तुति में सफल होगा। इस आधार पर लेखन, कला का स्वरूप ग्रहण कर लेता है, वहीं दूसरी ओर समाचार के विभिन्न प्रभागों शीर्षक, सूत्रोल्लेख, आमुख, व्याख्या निष्कर्ष आदि का एक निश्चित क्रम होता है, जिसकी प्रस्तुति अत्यंत व्यवस्थित होती है। इस कारण समाचार लेखन को विज्ञान भी माना जाता है किन्तु यह निर्विवाद है कि दोनों स्वरूप एक दूसरे के पूरक हैं।

अच्छे लेखन के लिए चार **सकारों**–सामयिकता, सत्यता, स्पष्टता तथा संक्षेपण और छ: **ककारों**–क्या, कहाँ, कब, कैसे, क्यों, कौन का विशेष महत्त्व है। प्रसिद्ध पाश्चात्य विद्वान रूडियर्ड किपलिंग ने इन्हें 5–डब्ल्यू और 1–एच के रूप में उल्लखित किया हैं अर्थात् What, where, when, who, why and how.

उपर्युक्त आधारों पर केन्द्रित समाचार के लेखन प्रारूप को विद्वानों ने स्तूपाकार, विलोम स्तूपाकार तथा बहुआयामी (डायमण्डाकार) तीन स्वरूपों में स्पष्ट किया है। इन पर स्वतंत्र रूप से विचार किया जाएगा। यहाँ हम रिपोर्ट को समाचार विधा में ढालने की प्रक्रिया को स्पष्ट करेंगें।

प्रसिद्ध पाश्चात्य विद्वान एल० के० डिकर के अनुसार एक अच्छे समाचार में सूचना (Information), उद्देश्य (Intention), प्रक्रिया (Method), पृष्ठभूमि, एवं प्रबंध (Administration) और पारस्परिक संचार (Inter Communication) होना अनिवार्य है। इस प्रक्रिया को

I. I. M. A. I. के रूप में भी जाना जाता है।

पूर्वोल्लिखित है कि समाचार का स्वरूप पाँच प्रभागों में विभाजित होता है। इसको यह भी कह सकते हैं कि समाचार की काया (बॉडी) के पाँच भाग हैं। व्यवस्थित समाचार प्रस्तुति में यह अपेक्षा की जाती है कि सर्वप्रथम शीर्षक प्रस्तुत किया जाये, फिर सूत्रोल्लेख, आमुख, व्याख्या और निष्कर्ष क्रमवत लिखे जायें।

❑ **शीर्षक** – समाचार को विस्तृत रूप में पढ़ने, सुनने, देखने से पूर्व, पाठक की दृष्टि उसके शीर्ष अथवा, हेडिंग या मुख्य समाचार पर केन्द्रित होती है। इसलिए शीर्षक को 'समाचार का झरोखा' कहा जाता है। संभवतः दूरदर्शन पर मुख्य हेडिंग के साथ की गई चित्रों की क्लिपिंग का यही लक्ष्य शीर्षक पढ़ने/देखने/सुनने पर यदि समाचार विस्तार से पढ़ने की ललक उत्पन्न नहीं हुई तो सारा परिश्रम व्यर्थ जाता है। शीर्षक निर्धारण प्रक्रिया पर हम स्वतंत्र अध्याय में विचार करेंगें।

❑ **सूत्रोल्लेख** – शीर्षक के पश्चात् समाचार का स्रोत उल्लिखित किया जाना चाहिए। यह स्रोत समाचार समिति, न्यूज ब्यूरो, विशेष प्रतिनिधि, अथवा व्यक्तिगत संवाददाता के रूप में उल्लिखित होता है। जैसे

सात औद्योगिक गलियारे विकसित करेगी सरकार

नई दिल्ली 18 अगस्त/उत्तर प्रदेश सरकार ....

❑ **फिजी में लोकतंत्र बहाली के लिए अंतरराष्ट्रीय दबाव बने–अटल**

नयी दिल्ली; 18 अगस्त (वार्ता)।

❑ **भारती मामले की सुनवाई 21 को**

इलाहाबाद कार्यालय

❑ **विधान परिषद उपचुनाव को लेकर संकट**

दूरदर्शन और रेडियो पर समय सीमा के कारण सूत्रोल्लेख अनिवार्य नहीं है। हालाँकि अधिकांशतः सूत्रोल्लेख कम ही किया जाता है। इन माध्यमों में संवाददाता से सीधा साक्षात्कार कराने की प्रक्रिया विश्वसनीयता को बढ़ाती है। दूरदर्शन पर घटना का विवरण, शब्दों के अतिरिक्त सीधे/रिकार्डिंग प्रसारण द्वारा प्रस्तुत किया जाता है। आवश्यकता होने पर सूत्रोल्लेख होता है, अगर उच्चारण में नहीं तो कैप्सन रूप में।

1.4.1 आमुख

आमुख – समाचार प्रस्तुति में शीर्षक या हेडलाईन अथवा मुख्य समाचार के बाद आमुख (Intro) का विशेष महत्त्व है। यह सम्पूर्ण समाचार का प्राण तत्त्व है। आमुख को समाचार की भूमिका भी कह सकते हैं। 'Intro' शब्द अंग्रेजी के Introduction शब्द का संक्षिप्त रूप है। उर्दू में इसे 'मुखड़ा' कहा जाता है। अमरीकी पत्रकारिता में इसे लीड (Lead) कहा जाता है। डा० अर्जुन तिवारी कहते हैं कि 1880 ई० से पूर्व पत्रों में कालक्रम से घटना का विवरण दे दिया जाता था। सर्वप्रथम एडविन एल० शूमैन ने आमुख द्वारा आकर्षक समाचार रचना पर ध्यान दिया। समाचार का पहला अनुच्छेद जिसमें संवाद का सार-सर्वस्व निहित हो, आमुख होता है। आमुख तो समाचार दुर्ग का प्रवेश द्वार है।

आमुख की विशेषताओं पर प्रकाश डालते हुए डा० श्री एन० सी० पंत लिखतें हैं "समाचार का प्राण समाचार के मध्य में न होकर उसके आरंभ में तथा पहले वाक्य में होता है। समाचार के शीर्षक और उसके आरंभिक अंश को पढ़ने तथा देखने से ही सम्पूर्ण समाचार की स्थिति घटना चक्र तथा निष्कर्ष का पता चल जाता है।"

डॉ. अर्जुन तिवारी का अभिमत है कि–''यह प्रथम अनुच्छेद जो मूलत: समाचार के सार रूप अथवा मुख्य तथ्य को उद्‌घाटित करता है, प्रभावी और आकर्षक होना चाहिए। इन्ट्रो का प्रभावीपन ही पाठक को समाचार पढ़ने के लिए प्रेरित करता है।''

प्रसिद्ध पत्रकार श्री रंगास्वामी पारसार्थी के अनुसार अच्छे इन्ट्रो में चार विशेषताएँ होनी चाहिए –

1. **यह पाठक को तुरन्त पकड़े।**
2. **यह कुछ न कुछ अवश्य कहे।**
3. **यह कार्य वह तुरन्त करे।**
4. **यह कार्य ईमानदारी से करे।**

उपर्युक्त विचारों से स्पष्ट है कि आमुख समाचार का प्राण तत्त्व है। इसमें लेखक से अपेक्षित है कि वह अपना सम्पूर्ण कला-कौशल प्रदर्शित करके इसे सूचनाप्रद एवं सुरुचिपूर्ण बनाये। इसके लिए आवश्यक है कि इसमें रिपोर्ट का सार दो या तीन पंक्तियों में इस प्रकार प्रस्तुत कर दिया जाये कि प्रमुख घटना/सूचना का आभास हो जाये और विवरण जानने की उत्सुकता बढ़े। विद्वानों का मत है कि समाचारों के प्रमुख छ: 'ककारों' में से कम से कम प्रथम तीन ककारों का उल्लेख आमुख में अवश्य होना चाहिए।

1. **आमुख के प्रकार** – आमुख का वर्गीकरण करना अत्यंत कठिन कार्य है, क्योंकि जितने प्रकार के समाचार होते हैं, उतने ही प्रकार के आमुख भी। फिर, संवाददाता अथवा सम्पादक का पूर्वाग्रह अथवा दृष्टि भी विविधत इसके लिए उत्तरदायी है। श्री एन० सी० पंत ने सामान्य रूप से इन्ट्रो के दो प्रमुख प्रकारों की चर्चा की है–एक भावनात्मक इण्ट्रो, दूसरा तथ्यात्मक इण्ट्रो। भावनात्मक इण्ट्रो हार्ड न्यूज और घटना की प्रामाणिकता के लिए सार्थक होता है। डॉ० अर्जुन तिवारी ने समाचारों की प्रकृति के अनुरूप आमुख के निम्नलिखित रूप प्रस्तुत किए हैं –

   (i) **सारांश आमुख** (Summary Lead) – इसमें समाचार का मूलभाव संक्षेप में प्रस्तुत किया जाता है।

   (ii) **विस्तृत आमुख** (Comprehensive Lead) – इसमें घटना से सम्बद्ध सभी प्रमुख बातों का उल्लेख किया जाता है। इस प्रकार के आमुख में एक अनुच्छेद में समस्त तथ्य आने की अनिवार्यता नहीं रहती।

   (iii) **दुर्घटना आमुख** (Accident Lead) – इस प्रकार के आमुख में विवरण के साथ, प्रभावित व्यक्तियों के नामों का उल्लेख सविस्तार किया जाता है।

   (iv) **पंच आमुख** (Punch Lead) – रिपोर्ट को क्रमवत प्रस्तुत किया जाता है।

   (v) **आश्चर्यजनक आमुख** (Astonisher Lead) – बिना विस्मयादिबोधक चिह्न का प्रयोग किए ही आश्चर्यजनक तथ्यों को प्रस्तुत करना।

   (vi) **कारतूस आमुख** (Cartridge Lead) – बड़ी घटना को सीधे वाक्य में लिखा जाता है। इसका प्रथम अनुच्छेद प्राय: शीर्षक सदृश प्रतीत होता है।

   (vii) **उद्धरण आमुख** (Quote Lead) – इस प्रकार के आमुख सभाओं और गोष्ठियों में व्यक्त विचारों को समाचार के रूप में प्रस्तुत करते समय लिए जाते हैं।

   (viii) **आलंकारिक आमुख** (Figurative Lead) – इसमें काव्यमय, आलंकारिक शैली का प्रयोग होता है।

   (ix) **सूक्ति आमुख** (Epigram Lead) – सार्वभौम सत्य को सूक्ति आमुख के रूप में रखते हैं।

❑ **विवरण** – शीर्षक, सूत्रोल्लेख तथा आमुख के बाद समाचार का मुख्य अंश विवरण आता है। जिसमें समाचार का सम्पूर्ण विवरण विस्तार के साथ प्रस्तुत किया जाता है। यह विस्तार समय और स्थान पर आधारित होता है। यह विस्मृत नहीं होना चाहिए। समाचार की आवश्यकता एवं विषयानुसार इसे एक, दो या तीन अथवा उससे अधिक अनुच्छेद में प्रस्तुत किया जा सकता है। लेखक से अपेक्षा होती है कि अनुच्छेद तथा वाक्य संरचना संक्षिप्त हो, क्योंकि बड़े-बड़े अनुच्छेद तारतम्य में व्यवधान उपस्थित करने के साथ-साथ नीरसता भी उत्पन्न करते हैं, जबकि रोचकता और स्पष्टता समाचार लेखन की अपेक्षित अनिवार्यता है।

❑ **निष्कर्ष** – समाचार के निष्कर्ष, उपसंहार में अपेक्षा की जाती है कि समाचार लेखक/संपादक पूर्ण घटनाचक्र के संबंध में अपनी टिप्पणी अथवा राय प्रस्तुत करें। ध्यान रहे कि यह राय पूर्वाग्रह-ग्रस्त नहीं होती, अपितु आगामी प्रभावों को परिलक्षित करती हुई अथवा संभावनाओं को दर्शाती हुई, श्रेयस्कर मानी जाती है।

1.4.2 समाचारों की भाषा-शैली

❑ **समाचारों की भाषा शैली** – ऊपर समाचार बताने और जताने का ढंग प्रस्तुत किया गया है। अब प्रश्न यह उपस्थित होता है कि समाचारों की संप्रेषणीयता के लिए किस प्रकार की भाषा शैली अपेक्षित है। इस संबंध में अकबर इलाहाबादी का शेर उद्धृत किया जा सकता है–**''जुबां ऐसी कि सब समझें, बयाँ ऐसा कि सब मानें''** अर्थात् भाषा में वह सहजता, स्वाभाविकता एवं संप्रेषणीयता होनी चाहिए, जो सर्वग्राह्य हो। यह कैसे संभव है? इसके लिए आवश्यकता है कि बोलने और लिखने की भाषा एक सी हो। इसलिए विराट साधना की आवश्यकता है। वरिष्ठ पत्रकार श्री अखिलेश मिश्र का मानना है कि इस गुण को हाशिल करने के लिए **''समाचार लिखते समय अपनी और पाठक की दैहिक भाषा के प्रभावों की कल्पना करके उन प्रभावों को लिखित भाषा में उतारने का प्रयास जरूरी होता है। ....कल्पना और वास्तविकता के बीच की दूरी जिस हद तक घटाई जा सके, उतनी ही सफलता समाचार लिखने में मिलेगी।''**[1]

विदित है कि सम्प्रेषणीयता एवं सुपाठ्यता के लिए भाषा में सहजता और स्वाभाविकता के साथ कसाव भी होना चाहिए। कसी भाषा के कुछ गुर निम्नवत् हो सकते हैं–

1. लम्बे, जटिल वाक्यों एवं बड़े पैराग्राफों का प्रयोग न किया जाय।
2. जहाँ तक संभव हो पुनरुक्ति से बचें। निरन्तर नवीनता रमणीयता उपस्थित करती है।
3. जब तक बहुत आवश्यक न हो, तब तक विशेषणों से बचना चाहिए।
4. निष्प्रयोजन विभक्तियाँ अर्थ ग्रहण में बाधा उत्पन्न करती हैं। अत: इनसे बचना चाहिए।
5. 'कहने का तात्पर्य यह है', 'मतलब यह है', 'ध्यान रहे', 'ज्ञातव्य है' और इसी तरह के अन्य प्रयोगों से बचना चाहिए क्योंकि यह असमर्थ भाषा के लक्षण हैं। अखिलेश मिश्र लिखते हैं कि ''मतलब बताना पड़े, ध्यान दिलाना पड़े, यानि काव्य में रस बताना पड़े तो रसास्वाद में बाधा आती है अर्थात् दोष माना जाता है। इन दोषों से बचना चाहिए।
6. हिन्दी में दोहरी-तिहरी क्रियायें, जैसे–'बेच डाला, बंद कर दिया, लेट गया' आदि, बोलने का चलन है। इसके स्थान पर क्रिया इकहरी रखने से भाषा में कसाव आता है।
7. समाचारों में लाक्षणिक एवं आलंकारिक भाषा का प्रयोग नहीं करना चाहिए।
8. संकेताक्षरों के स्थान पर पूर्ण नाम उल्लिखित करना चाहिए। जो संकेताक्षर आम प्रचलन में आ गए हैं, उनका प्रयोग उचित है। जैसे उत्तर प्रदेश के लिए उ०प्र०,

1. डॉ० त्रिपाठी डॉ० अग्रवाल–मीडिया लेखन।

सेन्ट्रल इन्टेलीजेन्स ब्यूरो के लिए सी०बी०आई० आदि।

9. संख्याएँ अंकों में न लिखकर शब्दों में लिखना चाहिए।

10. संस्कृतनिष्ठ शब्दावली के स्थान पर सहज एवं आम बोलचाल की शब्दावली प्रयोग करनी चाहिए किन्तु आर्थिक जगत् खेलकूद आदि विषयक समाचार लिखते समय तत्सम्बन्धी पारिभाषिकों का प्रयोग अनुचित नहीं होता। साथ ही क्षेत्र विशेष अथवा प्रबंधन रीति के कारण संस्कृत अथवा उर्दू, संस्कृत मिली, हिन्दुस्तानी भाषा का प्रयोग भी उचित है। जैसे–पंजाब केसरी अथवा डेलीट्रिब्यून।

❑ **दृश्य श्रव्य माध्यम : समाचार प्रस्तुति –** दृश्य-श्रव्य माध्यमों पर समाचार प्रस्तुति के लिए संवाददाता या रिपोर्टर, सकारों तथा ककारों का प्रयोग तो करता ही है। लेकिन विलोमस्तूपी प्रारूप के स्थान पर यहाँ आयताकार और षट्कोणीय प्रारूप चला करते हैं। रेडियो; टी० वी० पर पहले शीर्षकों की झड़ी उसके बाद तीन-चार वाक्यों के 8-10 समाचार प्रस्तुत किये जाते हैं। इन समाचारों को सुनकर यह अहसास होता है कि प्रिन्ट मीडिया के अंतर्गत पत्र में उल्लिखित समाचार की हेडिंग और इन्ट्रो को लेकर रेडियो और टी० वी० पर काम चल सकता है।

दृश्य-श्रव्य माध्यम के लिए लेखन करने वाले समाचार लेखक को इन माध्यमों की सीमाओं का बोध अत्यन्त आवश्यक है। इन माध्यमों पर एक-एक सेकण्ड का उपयोग होता है। अतः समाचार लेखक को समाचार बुलेटिन की निर्धारित अवधि के अनुसार लिखने पड़ते हैं। सामान्यतः यह माना जाता है कि अधिकांश वाचक 110 से 125 शब्द प्रति मिनट वाचन करते हैं। अतः 10 मिनट के समाचार बुलेटिन में 1200 से 1350 तक शब्द लिखे जाते हैं। इसके साथ-साथ समाचार लेखन को कैप्शन, मोन्टाज, स्ट्रिंगर, फ्लैश के साथ-साथ संवाददाता से सीधी बातचीत अथवा रिपोर्ट तथा विज्ञापन आदि के लिए आवश्यक समय निर्धारित कर लेना चाहिए।

संक्षेप में दृश्य-श्रव्य माध्यम के लिए समाचार लेखन करते समय निम्नलिखित अपेक्षाएँ लेखक से हैं–

1. शब्दावली सरल तथा बोधगम्य हो। जैसे कि अगर सायं को घटित किसी घटना का उल्लेख करना है तो समाचार लिखते समय **गोधूलि बेला, संध्या** आदि परिनिष्ठित एवं आलंकारिक शब्दावली के स्थान पर **आज शाम, सायंकाल** शब्द का प्रयोग उचित होगा।

2. जहाँ तक संभव हो तृतीय पुरुष के कथनों का उल्लेख करें। जैसे **उन्होंने कहा था, विभिन्न सूत्रों के अनुसार** आदि।

3. सकर्मक क्रियाएँ श्रोता को बाँधने में सहायक होती हैं। द्विअर्थी शब्दों के प्रयोग से बचना चाहिए। संयुक्ताक्षर के स्थान पर सरल शब्द चुनना चाहिए।

4. संख्या लेखन में विशेष सावधानी अपेक्षित है जैसे–दशमलव के बदले **तीन चौथाई, साढ़े आठ** आदि शब्दों का प्रयोग करना चाहिए। इसी प्रकार **999 से ऊपर की संख्या** को उनके उचित गणकों जैसे–**सौ, हजार, लाख, दस लाख** आदि। उदाहरणार्थ अगर 3876 लिखना है तो उसे तीन हजार आठ सौ छिहत्तर लिखना अधिक उचित है। इसी तरह 63,22,210 को 63 लाख, 22 हजार, 210 लिखना द्रुत पाठन के लिए उचित है।

5. लेखन में केवल उन्हीं संकेताक्षरों का प्रयोग करें जो रूढ़ हो गये हों। जैसे **भारतीय जनता पार्टी के लिए भाजपा, सेन्ट्रल इन्टेलीजेन्स ब्यूरो** के लिए **सी०बी०आई०** आदि।

6. जहाँ तक संभव हो व्यक्ति को पूर्ण अथवा मुख्य नाम की पुनरावृत्ति से बचना चाहिये। एक बार पूर्ण नाम लेने के बाद अंतिम नाम तथा पदनाम से काम चलाना चाहिये। जैसे-**आज भारत के प्रधानमंत्री श्री अटल बिहारी बाजपेयी जी अमेरिका पहुँचे। वहाँ पहुँचने पर भारतीय प्रधानमंत्री का स्वागत जोरशोर से किया गया। अमेरिकी नागरिकों का अभिनंदन स्वीकार करते हुए बाजपेयी जी ने कहा कि ''....................................''।**

भाषा के साथ-साथ प्रारूप तैयार करने में निम्नलिखित **सावधानियाँ** अपेक्षित हैं –

(i) सामान्यत: **ए-4 आकार** का कागज प्रयोग किया जाना चाहिये और कागज पर केवल **एक ओर लिखना** चाहिये।

(ii) कागज के प्रत्येक पृष्ठ पर केवल **एक ओर** समाचार लिखना उपयुक्त होता है। यदि पृष्ठ बढ़ाना है तो उसकी सूचना प्रथम पृष्ठ पर **और या More** चिह्नित करके देनी चाहिये और कागज पर आईटम संख्या का उल्लेख करते हुए, उपभाग लिखना चाहिये जैसे-5ए, 5बी आदि।

(iii) सम्पूर्ण समाचारों को कागज पर ऊपर से ढाई इंच तथा दोनों किनारों से एक-एक इंच का हाशिया छोड़कर **दोहरे अन्तराल (डबल स्पेस) में टंकित** किया जाना चाहिये।

(iv) वाक्य छोटे छोटे होने चाहिये। सामान्यत: दस शब्दों का वाक्य उचित समझा जाता है।

(v) अनुच्छेदों के बीच **पाँच अंतराल का अंत: हासिया** छोड़ना उपयुक्त समझा जाता है।

(vi) मुख पृष्ठ पर समाचार का समय, वाचक, संवाददाता, संपादक का नाम तथा दिनांक आदि यथोचित स्थान पर टंकित किया जाना चाहिये। इसके पश्चात् समाचारों का क्रमवत विवरण देते हुए समाचार वाचक को बीच-बीच में प्रयोग होने वाली जीवन्त रिपोर्ट, फिल्म, कैप्शन की अवधि एवं स्थान का स्पष्ट संकेत करना चाहिये।

(vii) प्रस्तुति से सम्बन्धित संकेत चिह्नों को वृत्त में कर देना चाहिए, जिससे उन्हें अलग से पहचाना जा सके।

(viii) प्रश्न वाचक वाक्य से समाचार प्रारंभ करना रेडियो/दूरदर्शन पर उचित नहीं माना जाता।

(ix) समाचारों के सम्बन्ध में अपनी राय नहीं देनी चाहिए। अर्थात् खबर अच्छी है, बुरी है, लाभदायक अथवा हानिकारक है, सबका निर्णय श्रोता-दर्शक समूह पर छोड़ देना चाहिए।

(x) सूचनाओं में नयापन बनाये रखने के लिए ''आज'', आज सुबह, आज दोपहर, आज सायं/शाम शब्दों का प्रयोग उपयुक्त लगता है।

(xi) धर्म, नैतिकता, रंगभेद, सम्प्रदाय और यौन सम्बन्धी समाचारों में भाषिक संतुलन रखना अनिवार्य है।

निश्चित रूप से उपर्युक्त सुझावों का ध्यान रखते हुए लेखन करने से समाचारों के प्रस्तुतीकरण को सुधारा जा सकता है।

उपर्युक्त प्रस्तुति से परिचित होने के बाद भी यह समझ लेना चाहिए कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की कुछ ऐसी सुविधायें हैं जो प्रिन्ट मीडिया को नहीं मिल सकतीं। वहीं दूसरी ओर कुछ मजबूरियाँ भी हैं। जैसे कि तात्कालिकता। अर्थात् किसी भी कारण के चलते कार्यक्रम को

रोककर, त्वरित विशेष सूचना को प्रसारित करना तथा प्रतिपल घटित होने वाली घटनाओं को प्रसारित करते चलना, इलेक्ट्रॉनिक माध्यम का गुण एवं विशेषता है, वहीं एक बार समाचार पत्र छप जाने पर, अगला समाचार, नए अंक में ही प्रकाशित होता है। प्रिन्ट मीडिया के पास यह सुविधा नहीं है कि समाचार, फीचर पढ़ते-पढ़ते, पाठक को बीच में रोककर तात्कालिक घटित घटना से परिचित कराया जा सके। लेकिन समाचार पत्रों में घटना विशेष के आधार पर जो विशेषांक निकाला जाता है वह इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों की अपेक्षा, अधिक संग्रहणीय बनकर पाठक की स्थायी संपत्ति हो जाती है।

1.5 शीर्षक लेखन

आम व्यक्ति जब सरसरी दृष्टि से समाचारपत्र का अवलोकन करता है तो समाचारों का शीर्षक देखकर मन ही मन, खाका बनाता चला जाता है कि उसे किस समाचार को पढ़ना है? किसको छोड़ना है? वैसे तो समाचार को पढ़ना या छोड़ना पाठक की निजी रुचि और समय पर निर्भर होता है, किन्तु एक बात और, उसे न चाहते हुए भी, समाचार पढ़ने के लिए विवश कर देती है। वह है समाचार का शीर्षक। इन शीर्षकों को प्रसिद्ध पत्रकार श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी 'समाचार का प्राण, उसके सार का ज्ञापक और समाचार पत्र की मनोभावना का प्रतिबिम्ब मानते हैं।' समाचार प्रस्तुति में शीर्षक का महत्त्व निर्विवाद है। इसे Show Window भी कहते हैं। इसी महत्त्व को इंगित करते हुए डॉ० अर्जुन तिवारी लिखते हैं कि–"समाचार के शीर्षक बड़े मुखर होते हैं। वे पाठक को पुकारते हैं। बार-बार यही दोहराते हैं–मैं महत्त्वपूर्ण हूँ, मैं आकर्षक हूँ। ये आँखों को विश्राम देते हैं, ये पत्र के विज्ञापन जैसे होते हैं जो पाठक को पत्र खरीदने हेतु प्रेरित करते हैं। अर्थात् समाचार के शीर्षक में आकर्षण का वह तत्त्व निहित होता है जो पाठक को आकर्षित करके समाचार पत्र खरीदने, समाचार पढ़ने के लिए विवश करता है और रुचि के समाचार चुनने में सहयोग करता है।

अब प्रश्न यह उपस्थित होता है कि समाचार का शीर्षक कैसे लिखा जाता है? कैसे आकर्षक बनाया जाता है? इसके लिए हमें दो बिन्दुओं पर ध्यान देना होगा। एक-शीर्षक लेखन की प्रक्रिया और दूसरा-मुद्रण कला। मुद्रण कला का दायित्व सम्पादक अथवा पृष्ठ सज्जाकार का होता है, किन्तु लेखन एवं प्रस्तुति का समाचार लेख का हम इसको बिन्दुसार देखेंगे।

❑ **शीर्षक का उद्देश्य** – सर्वप्रथम हमारे सामने प्रश्न उपस्थित होता है कि शीर्षक का क्या उद्देश्य है। पूर्वोल्लिखित है कि शीर्षक, पाठक को समाचार पत्र खरीदकर, समाचार पढ़ने के लिए विवश कर देते हैं। अत: इनमें निम्नलिखित तत्त्व अपेक्षित हैं–

1. समाचार के मूल भाव की अभिव्यक्ति करना,
2. पाठक को रुचि अनुसार चयन का अवसर देना,
3. समाचार को आकर्षक बनाना,
4. प्रभावपूर्ण पृष्ठ सज्जा करना,
5. समाचार पत्र के क्रय के लिए ग्राहक को प्रभावित करना।

❑ **अच्छे शीर्षक के गुण** – शीर्षक से अपेक्षा होती है कि वह समाचार का संपूर्ण सार, घटना का परिणाम तथा स्थिति की सूचना देने वाला हो। इसके लिए लेखक को अत्यंत सचेत, सजग और मुद्रण तकनीक का ज्ञाता होना चाहिए। मुद्रण तकनीक का ज्ञाता होने का परिणाम यह होगा कि सम्पादक को बिना समय और श्रम व्यर्थ किए शीघ्र लक्ष्य की प्राप्ति हो जायेगी। विदित है कि कोई छोटा बड़ा समाचार पत्र 3-4 कॉलम से लेकर 7-8 कॉलम तक का होता है। अत: शीर्षक ऐसा दिया जाता है, जो इच्छित कॉलम में शब्दश: समा जाये। मुद्रण में 10 और 12 प्वाइंट के टाइप समाचार देने के काम आते हैं। अन्य बड़े टाइपों से शीर्षक दिये

जाते हैं। हालांकि कम्प्यूटर के आगमन से, मैटर और शीर्षक कम्पोज, करने की प्रक्रिया में, कॉलम की चौड़ाई का ध्यान रखना, आवश्यक नहीं रह गया है क्योंकि कम्प्यूटर की सुविधाओं का लाभ उठाकर, विशेष आग्रह पर दोनों की चौड़ाई छोटी-बड़ी की जा सकती है। टाईप के आकार के संदर्भ में कहा गया है कि–"टाइप का आकार पत्र का स्वर होता है। यह जितना बड़ा होगा उसका स्वर उतना ही ऊँचा होगा।"

इस तकनीक से परिचित होने के पश्चात् हमें एक अच्छे शीर्षक में अपेक्षित तत्त्वों से भी परिचित होना अनिवार्य है।

एक अच्छा समाचार लेखक एक ऐसा शीर्षक तैयार करता है, जो आकर्षक होने के साथ-साथ उत्प्रेरक एवं विश्वसनीय लगे। इसके लिए लेखक को निम्नलिखित बिन्दुओं का ध्यान रखना चाहिए–

1. शीर्षक में समाचार का मूल भाव निहित होना चाहिए।
2. शीर्षक में 'विशेषण' अथवा 'अभिमत' प्रकट न हो। सम्मति प्रकट होने पर, पक्षपात न दिखाई पड़े।
3. शीर्षक–आमुख में तारतम्य हो।
4. शीर्षक पढ़कर सरलता से तत्त्व-बोध हो जाये।
5. शीर्षक भूतकाल में न लिखा जाए।
6. शीर्षक द्वयर्थक न हो।
7. शीर्षक में मात्र सुविख्यात व्यक्ति के 'नाम' या 'उपनाम' का प्रयोग हो।
8. शीर्षक के आश्रित उपवाक्यों को किसी संयोजक के द्वारा न जोड़कर, अर्द्धविराम का योग किया जाय। जैसे–दोबारा गिरफ्तारी अवैध, अभियुक्त को छोड़ने का आदेश।
9. अकर्मक क्रिया का प्रयोग यथासंभव कम हो।
10. शब्दों, विचारों को पुनः न दोहराया जाय।
11. रोचकता एवं उत्कंठा निहित हो।
12. यदि समाचार के दो या तीन शीर्षक देने हो तो ध्यान रहे कि वह यथासंभव स्वतंत्र हों, किन्तु गठन तारतम्यता पूर्ण हो, पढ़ने पर दोनों परस्पर विरोधी न लगें।
13. यथासंभव संख्या को अंकों के स्थान पर शब्दों में लिखा जाय।
14. टेलीग्राफिक वाक्यों का निर्माण किया जाय।
15. शेषांश का शीर्षक लगाते समय ध्यान रहे कि मूल शीर्षक और शेषांश के शीर्षक में ऐसा संबंध हो कि पाठक आसानी से पहचान ले। यदि प्रधान शीर्षक का कोई विशेष शब्द शेषांश में आ जाता है, तो उसे पहचानने में सुविधा होगी। जैसे –

    मूल शीर्षक–

    उत्तरांचल अंतरिम विस गठन प्रक्रिया में शुरू से ही भूल चूक

    शेषांश शीर्षक–

    गठन की प्रक्रिया में शुरू से ही भूल चूक

16. बाक्स समाचारों के शीर्षक कवित्वपूर्ण दिए जा सकते हैं।

1.5.1 शीर्षक संरचना

☐ **शीर्षक संरचना** – समाचारपत्रों में शीर्षक तैयार करने के लिए कई विधियाँ प्रचलित हैं। डॉ० अर्जुन तिवारी ने सर्वग्राह्य लगभग बारह विधियों का उल्लेख किया है।

जो निम्नवत् है–

1. **क्रास लाइन**–समाचार पत्र के एक कॉलम या मध्य भाग में रखे गये, केवल एक पंक्ति के लघु शीर्षक को क्रास लाइन शीर्षक के नाम से जाना जाता है। इसे 'की' लाइन भी कहते हैं–

फ्लाइ ओवर स्थल बदलने की माँग

2. **ड्राप लाइन** – इसमें दो या कभी-कभी तीन पंक्तियाँ होती हैं। जिन्हें बायीं ओर से दाईं ओर बढ़ाकर; एक के बाद एक शब्द लिखे जाते हैं। देखने में यह विधि सीढ़ीनुमा प्रतीत होती है। इसे 'स्टेप हर्ड' के नाम से भी पहचाना जाता है। सम्प्रति, इसका उपयोग मात्र स्थान भरने के लिए रह गया है।

पी०जी० कक्षाओं के लिए ....

काउंसलिंग के दिन ....

जमा होगी फीस ....

3. **विलोम सोपानी** – यह सम्प्रति प्रयुक्त होने वाली बहुप्रचलित पद्धति है। इसमें भी बाईं से दाईं ओर लिखा जाता है किन्तु प्रत्येक अगली पंक्ति पहली के प्रथम अक्षर के समानांतर शुरू होती है, किन्तु दाहिनी और समांतर न रहकर छोटी हो जाती है। इसे 'विलोम सोपानी' शीर्षक कहते हैं।

पी०जी० कक्षाओं के लिए ....

काउंसलिंग के दिन ....

फीस जमा होगी ....

4. **पूर्ण पाती** – इस शीर्ष में एक कॉलम के अन्दर समा जाने वाले शब्द, एक ही पंक्ति में रखना चाहिए–

'सूरत में कर्फ्यू हटा'

5. **फ्लश लेफ्ट** – इसमें भी पंक्ति बांई ओर से प्रारंभ होती है किन्तु दूसरी तीसरी का कोई निश्चित क्रम नहीं होता–

''कोर्ट का हस्तक्षेप, ...

नौ माह बाद लिखी गई ....

हत्या की रिपोर्ट ....

6. **विलोम स्तूपी** – इस शीर्षक में पहली पंक्ति पूरे कॉलम की चौड़ाई में तथा दूसरी एवं तीसरी पंक्ति में, क्रमवार दोनों ओर स्थान छोड़ा जाता है।

पी०जी० कक्षाओं के लिए ....

काउंसलिंग के दिन ....

जमा होगी फीस ....

7. **हैंगिंग इण्डेशन** – इस शीर्षक में पहली पंक्ति पूरे कॉलम की चौड़ाई में तथा दूसरी एवं तीसरी पंक्ति में, क्रमवार बाईं ओर स्थान छोड़ा जाता है।

पी०जी० कक्षाओं के लिए ....
काउंसलिंग के दिन ....
जमा होगी फीस ....

8. **स्क्वायर इण्डेंशन** – पूरे कॉलम में फैले तीन या चार पंक्तियों वाले शीर्षक को स्क्वायर इण्डेंशन कहते हैं।

पी.जी. कक्षाओं के लिए
काउंसलिंग के दिन भी
जमा की जायेगी फीस

9. **कटि शीर्षक** –इस शीर्षक में पहली और तीसरी पंक्ति समानांतर होती है, किन्तु मध्य पंक्ति दोनों ओर से छोटी।

पी०जी० कक्षाओं के लिए ....
काउंसलिंग के दिन ....
जमा की जायेगी फीस ....

10. **कपाली शीर्षक** – मुख्य शीर्षक के ऊपर छोटे टाइप में दिए जाने वाले शीर्षक को कपाली शीर्षक कहा जाता है। इसके नीचे सीधा रूल डाल दिया जाता है।

पी०जी० कक्षाओं में प्रवेश शुरू

काऊँसलिंग के दिन जमा होगी फीस

11. **पताका शीर्षक** – नामपट्टी के नीचे पूरी चौड़ाई में सबसे मोटे टाइप में दिया जाने वाला शीर्षक पताका (बैनर) या **स्ट्रीमर शीर्षक** कहलाता है।

दो कम्पनियों के साथ पन्द्रह हजार करोड़ के समझौते

12. **गगन रेखा** – इसका प्रयोग विशेष स्थिति में होता है। समाचार पत्र के नामपट्ट के ऊपर सर्वाधिक मोटे टाइप में लिखा जाता है।

13. **डेक** –डेक एक पूर्ण एवं स्पष्ट शीर्षक होता है, जो एक से अधिक पंक्तियों में हो सकता है। एक ही टाइप में तीन चार पंक्तियों तक का डेक माना जाता है, जैसे–

उत्तर प्रदेश समेत कई राज्यों
में बाढ़ से खतरा

14. **डबल डेक** – यदि दो-दो पंक्तियों में दो प्रकार के शीर्षक दिए गए हैं तो यह दो डेक या डबल डेक शीर्षक कहलाएगा। जैसे–

उ० प्र० समेत कई राज्यों
में बाढ़ से खतरा
सेना सतर्क

15. **उद्धरण शीर्षक** – प्रमुख अथवा विशिष्ट व्यक्तियों के वक्तव्य के नाम के साथ प्रस्तुत किया जाता है।

भारत को कोई खतरा नहीं : आडवानी

शीर्षकों के विविध रूप

न नाज न लाज

अपराध तय करना संसद नहीं, कोर्ट का काम : अटल

- दोषियों को सजा मिले, निर्दोष रिहा हों
- अयोध्या मुद्दे पर वाजपेयी की दलील

स्वामी करपात्री जी समय से बहुत आगे थे- विद्या निवास मिश्र

'तुम मुझे यूं भुला ना पाओगे'

गर्भपात करा लेती तो बच जाती मधुमिता

मौसम की मार खाये किसानों की लगान माफी पर विचार

फूल के अवैध कारोबारियों की धर-पकड़ आज से

अब मंत्रिमंडल में जगह पाने की आपाधापी

अंग प्रदर्शन से परहेज

अराउण्ड द वर्ल्ड

मंगल ग्रह पर जीवन का संकेत देते गर्म धब्बे

प्रणाम

इस बार ऐश का चुंबन से इनकार नहीं

अंग-प्रदर्शन आज की मांग है

शीतल पेयों के गुणवत्ता मानकों में संशोधन की कवायद

प्याज, टमाटर व अनार डॉक्टर से रखे दूर

1.5.2 इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में शीर्षक

❑ **इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में शीर्षक** – इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में विशेष रूप से आकाशवाणी एवं दूरदर्शन के समाचार अत्यधिक लोकप्रिय हैं। आकाशवाणी तथा दूरदर्शन पर प्रसारित समाचारों में, समाचार-पत्र के शीर्षक के समकक्ष, इन माध्यमों पर प्रसारित 'मुख्य समाचारों' को रखा जा सकता है। मुख्य समाचार में समस्त समाचारों का निचोड़ होता है।

पूर्वोल्लिखित है कि आकाशवाणी और दूरदर्शन पर समाचार पत्र के कॉलम के स्थान पर, समय का महत्त्व होता है। सामान्यत: यह देखा गया है कि दस मिनट के समाचारों के लिए 4 से 6 पंक्तियाँ, शीर्ष समाचार के लिए उपयोगी होती हैं। इन्हें लगभग 50 सेकेन्ड में प्रस्तुत किया जाता है। इसमें लगभग 100 से 110 शब्द प्रयुक्त होते हैं। आकाशवाणी पर लिखित सामग्री का महत्त्व नहीं होता, किन्तु दूरदर्शन पर समाचारपत्र में प्रयुक्त की जाने वाली विभिन्न विधियाँ प्रयोग में लायी जाती हैं। बस इसमें नियम यह है कि शब्दावली सरल हो, सुग्राह्य हो और वाक्य संक्षिप्त हों। दूरदर्शन पर सम्पादक का दायित्त्व अधिक बढ़ जाता है, क्योंकि कभी-कभी मुख्य समाचार के उच्चारण के साथ क्लिपिंग दिखाई जाती हैं।

उपर्युक्त समस्त सिद्धान्त अथवा प्रक्रिया शीर्षक लेखन एवं संरचना से संबंधित है। एक बात विस्मृत नहीं करना चाहिए कि इनको अधिक आकर्षक बनाने में माध्यमानुरूप मूद्रण कला, कैमरे एवं वाचक का विशेष महत्त्व है।

1.6 समाचार पत्र कार्यालय की कार्यप्रणाली

समाचार विभिन्न स्रोतों से प्राप्त होते हैं। समाचार पत्र कार्यालय में उन्हें एकत्रित करके, प्रबंध समिति की नीति एवं समाचार पत्र की आवश्यकता अनुरूप चयनित करके, संपादित किया जाता है। प्रबंध संपादक इसके लिए एक व्यवस्थित नेटवर्क तैयार करता है। उसके मुख्य सहयोगियों में समाचार सम्पादक का स्थान महत्वपूर्ण है, क्योंकि उसके ऊपर प्रबंध समिति की समस्त नीतियों को क्रियान्वित करके, विभिन्न इकाईयों में संतुलन बना, समाचार पत्र को सही रूप में प्रस्तुत करने की जिम्मेदारी होती है। इसके लिए वह अपने सहयोगियों की एक विशेष टीम गठित करता है, जिसके सदस्य समाचार के प्रत्येक स्रोत से सीधा सम्पर्क बनाये रखते हैं। एक दृष्टि में यह टीम निम्नवत हो सकती है। हालाँकि प्रत्येक पत्र-कार्यालय की इस संबंध में अपनी आंतरिक नीति है।

समाचार सम्पादक
↓
मुख्य उप सम्पादक — सहायक समाचार सम्पादक

मुख्य उप सम्पादक
↓
उप-सम्पादक
↓
मुख्य संवाददाता, विशेष संवाददाता, वरिष्ठ संवाददाता,
'कब' समाचारदाता, लाइनर, स्ट्रिंगर आदि

1.7 बॉक्स तथा इनसेट

चुटीले, रसीले, भीषण और अप्रत्याशित समाचारों को बॉक्स के अन्दर प्रकाशित किया जाता है जिस पर पाठक का ध्यान बरबस चला जाता है। बॉक्स बनाने के लिए कभी शीर्षक बाक्स से बाहर रखते हैं तो कभी शीर्षक और काया को पूर्णरूपेण आवृत्त कर देते हैं। कई बार रंगीन बॉक्स बना देते हैं और कभी-कभी अलंकारिक। एक ही खबर से जुड़े कई पहलुओं को इनसेट में डाल कर सुन्दर बनाया जाता है।

उर्मिला ने बीएचयू में सुना फिजिक्स का लेक्चर

■ अस्मित के गायन के कायल हुए मास्टर

■ फिल्म बनारस की शूटिंग का चौथा दिन

1.8– सारांश

समाचार एक कला है, रिपोर्ट है अथवा विवरण। यह व्यक्ति से व्यक्ति या समाचार माध्यमों द्वारा सम्प्रेषित की जा सकती है। मूल रूप से इसे न्यूज कहा जाता है। संचार प्रक्रिया में समाचार एक सन्देश है और सन्देश भेजने वाला रिपोर्टर। रिपोर्टर सन्देश, विचार, तथ्य या समस्या को व्यक्त करने के लिए शब्दों चित्रों का सहारा लेता है। उसकी सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि प्राप्तकर्ता ने उसे सन्देश को कितनी सूक्ष्मता से समझा है। इसे व्यक्त करने का एक नियम, तरीका होता है। व्यक्ति जो देखता और महसूस करता है उसे व्यक्त करता है। वह अपनी बात कितने आकर्षक ढंग से चुटीले रसीले और प्रभावशाली तरीके से कैसे व्यक्त करे इस इकाई में इसी पर विस्तृत चर्चा की गयी है समाचार का स्वरूप अत्यन्त व्यापक और विशुद्ध है आवश्यकता है, समाचार के मूल्य को समझ कर प्रभावशाली और आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करने की।

1.9 शब्दावली

समाचार – समाचार विचारों, घटनाओं, यथार्थ और समस्याओं का विवरण है।

रिपोर्टर – यह स्थलों पर जाकर समाचार संग्रह कर पत्र के पास भेजता है।

संवाददाता – समाचार पत्र के पाठक के नेत्र होते हैं जिनके माध्यम से वह विश्व रंगमंच की घटनाओं को देखता है।

इन्ट्रो – समाचार का पहला अनुच्छेद इन्ट्रो या आमुख कहलाता है।

रिपोर्ट – पत्रकारिता की दृष्टि से रिपोर्ट घटना या दृश्य का विवरण है।

जनरुचि – ऐसी घटनाएँ या समाचार जिसे जन-जन पसन्द करें।

1.10 सन्दर्भ ग्रन्थ

डॉ० अर्जुन तिवारी – आधुनिक पत्रकारिता

प्रवीण दीक्षित – जनमाध्यम और पत्रकारिता

डा० नन्द किशोर त्रिखा – समाचार संकलन और लेखन

संजीव मानावत – समाचार लेखन के सिद्धान्त और तकनीक

K. M. Shrivastava – News reporting and Editing

James M. Neal and Suzanne S. Browh – News writing and Reporting

डा० त्रिपाठी और डा० अग्रवाल – मीडिया लेखन

एन० सी० पंत – पत्रकारिता एवं सम्पादन कला

आर० पारसर्थी – बेसिक जर्नलिज्म

1.11 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

(1) समाचार की परिभाषा लिखें

(2) समाचार की व्याख्या करते समय किन बिन्दुओं पर ध्यान देना चाहिए।

(3) इण्ट्रो किसे कहते हैं?

(4) लीड क्या है?

(5) रिपोर्टर क्या है?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

(1) इण्ट्रो कितने प्रकार के होते हैं।

(2) समाचार चयन की व्याख्या करें।

(3) शीर्षक संरचना की चर्चा करें।

(4) समाचार पर बेलन समझाएँ।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(1) इण्ट्रो क्या है?

(क) इसमें केवल घटना का वर्णन करते हैं।

(ख) यह कथा का विस्तृत वर्णन है।

(ग) इण्ट्रो समाचार से नहीं चुनते।

(घ) इण्ट्रो समाचार के अनुरूप सारपूर्ण होता है।

(2) समाचार कैसे लिखें?

(क) एक कहानी की तरह लिखें।

(ख) कविता की तरह लिखें।

(ग) समाचार ऐसा लिखें जिसमें पाठकीय अभिरुचि, तथ्य, मानवीय रुचि पर ध्यान देते हैं।

(घ) भावविह्वल होकर अति उत्साह में लिखते हैं।

(3) शीर्षक

(क) एक चित्र है।

(ख) यह एक कला है।

(ग) यह पूरा समाचार है।

(घ) यह समाचार सार है।

(4) आलंकारिक आमुख में

(क) गोष्ठियों का वर्णन होता है।

(ख) सीधी, तीखी शब्दावली का प्रयोग करते हैं।

(ग) समाचार का सारांश प्रस्तुत करते हैं।

(घ) काव्यमय आलंकारिक शब्दावली का प्रयोग होता है।

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

(1) घ

(2) ग

(3) घ

(4) घ

RIL-110

इकाई 2 फीचर लेखन

इकाई की रूपरेखा

2.0 प्रस्तावना
2.1 उद्देश्य
2.2.1 फीचर की परिभाषा
2.2.2 फीचर के प्रमुख तत्व
2.2.3 फीचर और समाचार
2.2.4 फीचर और निबन्ध
2.2.5 फीचर और कहानी
2.3 फीचर के प्रकार
2.3.1 मानव रुचि आधारित फीचर
2.3.2 व्यक्तित्वपरक फीचर
2.3.3 वैज्ञानिक फीचर
2.3.4 पर्यटन फीचर
2.3.5 ऐतिहासिक फीचर
2.3.6 व्यंग्यात्मक फीचर
2.3.7 चित्रात्मक फीचर
2.3.8 सांस्कृतिक एवं त्योहारों पर आधारित फीचर
2.3.9 समाचार फीचर
2.4 फीचर लेखन की कला
2.4.1 फीचर लेखन की विशेषता
2.4.2 फीचर की प्रभावोत्पादकता
2.4.3 फीचर लेखक की योग्यताएँ
2.5 फीचर सामग्री का चयन
2.6 सारांश
2.7 शब्दावली
2.8 संदर्भ ग्रन्थ
2.9 प्रश्नावली

2.0 प्रस्तावना

समाचार पत्र केवल समाचारों का पुलिन्दा नहीं होता। समाचार अखबार की रीढ़ है तथा फीचर समाचार पत्र की आत्मा है। रहस्य रोमांच से युक्त विषय का मनोरम और विशद प्रस्तुतीकरण ही फीचर है। इसमें दैनिक समाचार और सामयिक अथवा बहुसंख्यक पाठकों की रुचि वाले विषयों की चर्चा होती है। इसका लक्ष्य मनोरंजन करना, सूचना देना तथा जनता को कार्य करने का व्यावहारिक निर्देशन प्रदान करना है।

2.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के पश्चात आप –

- समाचारपत्र में फीचर का महत्त्व जान लेंगे।
- फीचर लेखन की कला से परिचित हो जायेंगे।
- फीचर का समाचार और निबंध से तुलना कर पायेंगे।
- विषय का गहराई, सच्चाई, विशिष्टता को जान पायेंगे।
- अच्छा फीचर लेखक बन जायेंगे।

2.2.1 फीचर की परिभाषा

फीचर की परिभाषा – फीचर को हिन्दी के विद्वान 'रूपक' नाम से भी जानते पहचानते हैं हालाँकि इसका प्रचलित नाम फीचर ही है।

फीचर की परिभाषा करने का प्रयास अनेक पत्रकारों ने किया है। पंजाब विश्वविद्यालय के **पृथ्वीपाल सिंह** का कहना है कि "किसी रोचक विषय का मनोरंजक शैली में विस्तृत विवेचन फीचर है।"

पी० डी० टण्डन ने कहा है कि "फीचर एक प्रकार का गद्य गीत है, जो नीरस, लम्बा और गंभीर नहीं हो सकता।"

कृष्णचन्द्र शर्मा के अनुसार "फीचर किसी विचार, घटना, व्यक्ति आदि का ऐसा त्रिविध शाब्दिक चित्रण है जिसे स्थाई रूप दे दिया गया हो।"

नील कोपिल का मत है कि "फीचरीकरण अथवा मानवीकरण गहन, संवादन का एक औजार या उपकरण है।"

मैकिनी के अनुसार "सामान्य समाचार के आधारभूत क्षेत्र, कौन, क्या, कब, कहाँ, क्यूँ और कैसे (छह ककार) बाहर अथवा परे हटकर संघात करने वाला लेखन फीचर है।"

डा० अर्जुन तिवारी के अनुसार "सचित्र वृत्तात्मक रचना रूपक है। मानवीय अभिव्यक्ति के साथ मिश्रित समाचार जब चटपटा सचित्र संक्षिप्त लेख बन जाता है तो फीचर है।

ऊपर दी गयी फीचर की परिभाषाएँ कुछ न कुछ भिन्नता लिए हुए हैं। यदि गहराई से उन्हें देखें तो उनमें कुछ तत्त्व ऐसे हैं, जो समान हैं। कहने के ढंग से विचारों में कुछ उलट फेर हो सकता है। यदि समन्वय की दृष्टि से देखा जाए तो समस्त परिभाषाओं का सार इस रूप में प्रकट किया जा सकता है –

"फीचर समाचार मूलक यथार्थ भावना प्रधान और सहज कल्पना वाली रसमय एवं संतुलित **गद्यात्मक अथवा** दृश्यात्मक **समस्या आदि के रहस्य की विशेष जानकारी के साथ-साथ आत्मीयता, भावना और विवेचना का भी समावेश करता है।"**

श्री खाडिलकर का विचार है कि, "फीचर वे लेख हैं, जो पाठकों को यह बताते हैं कि यह घटना क्यों घटी और उसका परिणाम क्या होगा?

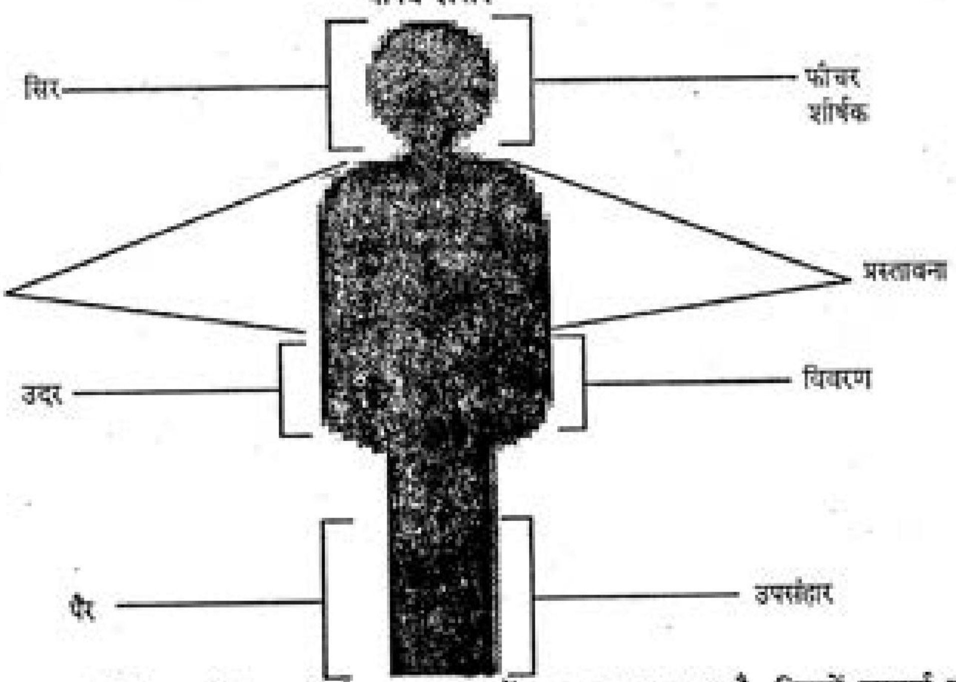
2.2.2– फीचर के प्रमुख तत्त्व

फीचर लेखन एक महत्त्वपूर्ण तथा रसमय कार्य है। हर व्यक्ति फीचर लेखक नहीं हो सकता। फीचर लेखक होने के लिए फीचर की संरचना की जानकारी होना बेहद जरूरी है, ताकि फीचर तुरंत प्रकाशन के लिए भेज सके।

यहाँ फीचर के प्रमुख अंगों का वर्णन करेंगे। फीचर के प्रमुख चार तत्व है–

(1) शीर्षक
(2) प्रस्तावना
(3) विवरण या मुख्य कलेवर
(4) उपसंहार।

फीचर की तुलना मानव शरीर से की जा सकती है। फीचर का शीर्षक मानव के सिर की भाँति महत्त्वपूर्ण है और प्रस्तावना गरदन से लेकर कमर तक के हिस्से की भाँति समझा जा सकता है। उदर वाले भाग को मुख्य कलेवर और पैरों को उपसंहार मानना चाहिए।



(1) शीर्षक (लीड) – शीर्षक अल्प शब्दों का वह समुच्चय है, जिसमें सम्पूर्ण फीचर का मूल कथ्य या भाव हमारे समक्ष प्रकट हो जाता है। शीर्षक स्वयं में सम्पूर्ण फीचर की विषय वस्तु को सँजोए रखता है। सामयिकता अच्छे फीचर का प्रमुख गुण है। शीर्षक का नयापन उसकी ताजगी एवं आकर्षक फीचर के सौन्दर्य की अभिव्यक्ति में विशेष सहायक होता है। **श्री विद्यावाचस्पति के शब्दों में –**

'सम्पादकीय विचारों को प्रकट करने का एक उपाय शीर्षक है।'

शीर्षक का प्रारम्भ केवल आलेख का विषय सूचित करने के लिए ही हुआ था, परन्तु धीरे-धीरे वह पाठकों का ध्यान आकृष्ट करने, रुचि बढ़ाने और सम्मति द्वारा परोक्ष रूप से लोकमत को प्रभावित करने के काम में आने लगा है। अब तो शीर्षक बनाना एक हुनर बन गया है। शीर्षक लिखते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि उसमें पूर्णता हो। फीचर एवं समाचार के शीर्षक में विशेष भेद नहीं होता समाचार का शीर्षक बनाते समय समाचार के महत्व, काया, किस पृष्ठ और किस कॉलम में दिया गया है, उसे ध्यान रखने के साथ-साथ यह भी ध्यान में रखा जाता है कि उस समाचार का अन्य समाचार से क्या संबंध है, जबकि फीचर के शीर्षक बड़े, आकर्षक व विषय के अनुरूप होते हैं। शीर्षक लेखन कई तरह के होते हैं–

(क) एक शब्द का शीर्षक	–	उदाहरण	–	'मंगलाचरण'
(ख) प्रश्नवाचक शीर्षक	–	उदाहरण	–	'कौन बनेगा प्रधानमंत्री'
(ग) आश्चर्य बोध शीर्षक	–	उदाहरण	–	'साठ वर्षीय महिला मां बनी'
(घ) तुलनात्मक शीर्षक	–	उदाहरण	–	'बापू और नेहरू'
(ङ) समाचारी शीर्षक	–	उदाहरण	–	'सुनामी भूकंप से तबाही'

(च) सामान्य शीर्षक – उदाहरण – हिन्दी दिवस मनाया गया

(छ) भावनात्मक शीर्षक – उदाहरण – हमारे बीच नहीं रहे राजीव

(ज) सनसनीखेज शीर्षक – उदाहरण – संसद में बम

(झ) लम्बे शीर्षक – इसमें शीर्षक लम्बे होते हैं।

2. प्रस्तावना – प्रस्तावना में पाठक को फीचर का संक्षिप्त परिचय दिया जाता है ताकि पाठक आगे के फीचर को पढ़ने के लिए प्रेरित हो सके। एक अच्छा फीचर लेखक वही है, जो पाठक को फीचर की पहली पंक्ति से ही आकर्षित कर लेता है तथा उसे सम्मोहित कर अंत तक पढ़ने के लिए मजबूर कर देता है। प्रस्तावना को निम्नलिखित भागों में बाँटा जा सकता है –

(क) **चित्रात्मक प्रस्तावना**–इस प्रकार की प्रस्तावना में आकर्षक रूप से तथा शब्दों के जाल में बाँध कर पाठकों के समक्ष किसी महत्त्वपूर्ण व्यक्ति, असाधारण वस्तु तथा मनोरम स्थल की झलक प्रस्तुत की जाती है।

(ख) **घटनात्मक प्रस्तावना**–किसी भी घटना को शब्दों का ऐसा जामा पहनाकर प्रस्तावना लिखी जाती है जो पाठक को घटना की संपूर्ण जानकारी प्राप्त करने के लिए बाध्य करती है।

(ग) **प्रश्नात्मक प्रस्तावना**–इस प्रकार की प्रस्तावना में कुछ प्रश्न पाठकों के समक्ष रखे जाते हैं। उनके उत्तर जानने के लिए पाठक को आगे का लेख पढ़ने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।

(घ) **सादृश्य मूलक प्रस्तावना**–इस प्रकार की प्रस्तावना में लेखक पाठकों के सामने घटना विशेष का दृश्य इस प्रकार उपस्थित करता है जैसे घटना सामने ही घटित हो रही हो साथ ही उस घटना से संबंधित दूसरी घटना से प्रस्तावना शुरू की जाती है।

(ङ) **विरोधात्मक प्रस्तावना**–पाठक की जानने की इच्छा जगाने के लिये दो विरोधी स्थितियों का चित्रण या विवरण देते हुए प्रस्तावना लिखी जाती है, ताकि पाठक वास्तविकता जानने की उत्सुकता में सारा लेख पढ़ लें।

(च) **लघु वाक्यांश प्रस्तावना**–इस प्रकार की प्रस्तावना का आरम्भ फीचर के सबसे महत्त्वपूर्ण वाक्य या शब्द से किया जाता है।

(छ) **उद्धरण प्रस्तावना**–इस प्रकार की प्रस्तावना किसी समकालीन प्रासंगिक तथा उपयुक्त उद्धरण के साथ लिखी जाती है, ताकि पाठक दोनों का सहसबंध जानने की उत्सुकता संग फीचर का पूर्ण अध्ययन करें।

3. विवरण या मुख्य कलेवर – शीर्षक देख कर बढ़ी उत्सुकता प्रस्तावना पढ़ने के बाद अपनी चरम सीमा पर पहुँच जाती है, जिसे एक फीचर लेखक को विवरण या मुख्य कलेवा में दिये जाने वाले विभिन्न अनुच्छेदों में शान्त करना होता है। इंट्रो में दिये गये विशिष्ट मुद्दों का जवाब या कथा का विकास फीचर के इसी भाग में पूरा होता है। इसमें फीचर लेखक स्वयं के अनुभवों तथा अन्य लोगों से प्राप्त जानकारी को क्रमबद्ध, व्यवस्थित एवं संतुलित शब्दों की माला में पिरोकर पाठकों के समक्ष उपस्थित करता है। फीचर के इस भाग को लिखते समय लेखक को भावातिरेक या भावशून्य की स्थिति से बचना चाहिए और फीचर को बोझिल होने से बचाने का प्रयास करना चाहिए।

(4) उपसंहार – फीचर के इस भाग पर संपूर्ण फीचर खड़ा होता है, अर्थात् निर्भर होता है, क्योंकि इस भाग में सम्पूर्ण फीचर का निचोड़ या सारांश होता है। यह भाग फीचर के अन्तिम अनुच्छेद के रूप में सामने आता है। यह लेखक पर निर्भर करता है कि वह पाठकों को संपूर्ण फीचर का सार देना चाहता है। या अनुत्तरित प्रश्न पाठक के लिए छोड़ना चाहता है। पाठक की जिज्ञासा को बढ़ाने का प्रयास करना चाहता है या उसे किसी निर्णय पर पहुँचाने की कोशिश

करना चाहता है लेखक पाठकों को हास्य के सागर में डुबकियाँ लगाने के लिए छोड़ना चाहता है या उसे दुःख व करुणा की भूमि पर छोड़ कर जाना चाहता है। लेकिन किसी भी फीचर का उपसंहार भी उसके शीर्षक की तरह महत्त्वपूर्ण होता है। अत: उसके लेखन में पर्याप्त सावधानी बरती जानी चाहिए।

2.2.3 फीचर एवं समाचार

समाचार घटना का विवरण है। घटना स्वयं में समाचार नहीं है। 'हाउ टू राइट स्पेशल फीचर आर्टिकिल्स' के लेखक विलियम जी० ब्लेयर का कहना है कि सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है जिसमें बहुसंख्यकों की अधिकतम रुचि हो। फीचर का आधार समाचार है, पर फीचर समाचार नहीं है। समाचार में 'कब का' महत्त्व है। यह कब फीचर लेखक का सिरदर्द नहीं होता। समाचार में छह ककारों का 'क्या', कब, कहाँ, क्यों, कौन और कैसे का महत्त्व है। 'क्या' का समाधान तो समाचार के प्रथम अंग में ही आ जाना अनिवार्य है। अन्य ककारों के क्रम के बारे में मान्य नियम यही है कि अति महत्त्व के तथ्य या परिणाम को सबसे पहले दिया जाय। समाचार दने की इस पद्धति को 'विलोम स्तूपी' नाम दिया गया है। किन्तु ऐसा क्रम फीचर में नहीं होता है। फीचर लेखक अपनी शैली, पद्धति का निर्धारण करने में स्वतंत्र है। फीचर लेखन की शैली में अधिक विविधता लाना संभव है जबकि समाचार लेखन में विविधता नहीं के बराबर होती है। कह सकते हैं कि एक मुक्त है तो दूसरी बँधी और कसी हुई। फीचर लेखक अधिक विमर्शक होता है तो समाचार लेखक अधिक वर्णनात्मक। 'द मास मीडिया' के लेखक विलियम एल० रिवर्स का मानना है कि फीचर समाचार से बड़ा होता है। फीचर लेखक पठनीय अनुभव प्रस्तुत करता है। उसमें सूचना को उतना महत्त्व नहीं दिया जाता जितनी शैली लालित्य और विनोद को।

2.2.4 फीचर और निबंध

निबन्ध ('ऐसे') का अर्थ किसी विषय या विचार से सम्बन्धित सामग्री को एकत्र करना है। निबन्ध मुक्त या स्वच्छन्द रचना है। निबन्ध लेखन केवल शब्दों का खेल नहीं है। यह वह गद्य है, जिसमें अभिव्यक्ति की ऐसी सिद्धि नहीं है। यह वह गद्य है, जिसमें अभिव्यक्ति की ऐसी सिद्धि और ऐसा कलात्मक संप्रेषण है, जिसमें लेखक अपने जीवनानुभवों और उपलब्धियों को जाने अनजाने में इस प्रकार रखता है कि पाठक भी उसी भाव भूमि पर संचरण करने लगता है। मोहन कृष्ण बोहरा का मत है कि 'निबन्ध में लेखक का अपनापन अधिक प्रकट होता है, जबकि फीचर तो अधिकतर घटनाक्रम और लोक प्रतिक्रिया पर केन्द्रित रहता है। निबन्ध को 'अपनेपन' या 'मैं पन' से नहीं बचाया जा सकता है। वह निबन्ध में रहता अवश्य है चाहे प्रत्यक्ष हो या परोक्ष।

कह सकते हैं कि निबन्ध और फीचर दोनों में श्रेष्ठ गद्य के दर्शन होते हैं। दोनों ही स्थायी साहित्य की कोटि में पहुँचने की कोशिश में रहते हैं। दोनों के आधारभूत विषय चयन की कोई सीमा नहीं। निबंध में 'मैं' किसी न किसी रूप में झलकता है किन्तु फीचर में 'मैं' होता ही नहीं। निबन्ध में पांडित्य की झलक मिलती है किन्तु फीचर में पांडित्य का प्रदर्शन लेशमात्र नहीं होता।

2.2.5 फीचर और कहानी

फीचर और कहानी में काफी भेद है। फीचर तथ्यों पर आधारित है, पर कहानी कल्पना पर। फीचर विश्वसनीय है, पर कहानी नहीं। कई बार कहानियाँ सच्ची घटनाओं पर लिखी जाती हैं पर उसे तोड़ा-मरोड़ा भी जाता है। उसे रोचक साहित्यिक बनाने के लिए काल्पनिक पुट भी दिया जाता है, जिससे कहानी न तो इतिहास रहती है न ही फीचर। फीचर में कहानी की तरह

कभी-कभी कल्पना की कुछ झलक प्रसंगत: आ सकती है, किन्तु वह फीचर के रोचक व प्रभावी बनाने के लिए किया जाता है। उदाहरण के लिए जैसे मुख के सौन्दर्य एक दो तिल बढ़ा देता है। वैसे ही कभी-कभी कहानी विधा का संक्षिप्त प्रयोग फीचर की शोभा बढ़ा सकता है, किन्तु अधिक प्रयोग फीचर की विशिष्टता तथा प्रभावोत्पादकता नष्ट कर देता है।

2.3 फीचर के प्रकार

फीचर लेखन के विषय असीम हैं। शायद ही कोई ऐसा विषय होता है, जिस पर फीचर लिखा न जा सके। अस्पताल में काम पर एक नर्स, व्यस्त सड़क को पार करने का प्रयास करता एक बालक, फेरी वाला आपकी गली में आदि। वास्तव में किसी भी विषय पर फीचर लिखा जा सकता है। फीचर की विशिष्ट लम्बाई नहीं होती। यह चार पैरा ग्राफ का भी हो सकता है। उससे अधिक का भी।

फीचर विभिन्न प्रकार के होते हैं –

2.3.1 मानव रुचि आधारित फीचर

मानवीय पहलू पर लिखे गये फीचर आज विशेष लोकप्रिय हो रहे हैं। विलियम रिवर्स के अनुसार 'मानवीय रुचि को फीचर वे हैं जिसे पाठ्य भावनात्मक रूप से जुड़ा हो।'

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

उदाहरण –"ट्यूरिन विश्वविद्यालय (इटली) के रेडियोलॉजी विशेषज्ञ मारियो पोंजियो ने मानवता की सेवा में अपनी काया की आहुति दे दी। वह कैंसर के इलाज की खोज के लिए रेडियम किरणों के प्रभाव का अध्ययन कर रहे थे। घातक किरणों ने उनके सारे शरीर को छेद डाला। उनकी दशा देखकर मित्रों ने उन्हें रेडियम से दूर रहने की सलाह दी। तब उन्होंने शान्त स्वर में कहा, 'हमें अपने जीवन के प्रत्येक क्षण का पूरा लाभ उठाना चाहिए। प्रयोग किये बिना मेरे लिए कोई विकल्प नहीं है।"

2.3.2 व्यक्तित्त्व परक फीचर

प्रत्येक युग में ऐसे महान पुरुषों ने जन्म लिया है, जिन्होंने क्षेत्र विशेष में महत्त्वपूर्ण उपलब्धियाँ प्राप्त की हैं। साहित्य, संगीत, चित्रकला, खेल जगत, राजनीति, विज्ञान आदि क्षेत्रों में समाज को नेतृत्त्व प्रदान करने वाले व्यक्तियों पर विशेष अवसरों पर लिखे गये लेख 'व्यक्तित्त्व फीचर' की कोटि में आते हैं। उदाहरण – "आजादी के इतिहास में महारानी लक्ष्मी बाई एक ऐसी अग्नि शिखा हैं, जो दीपक की लौ बन कर रह गयी हैं। अंग्रेजों की अधीनता न स्वीकार करने वाली वे एक ऐसी स्वतन्त्र रानी हैं, जिसे हम दुर्गा का अवतार कह सकते हैं। वे जब देखती थीं तो बिजलियाँ छिप जाती थीं, वे जब बोलती थीं तो तोप और बन्दूकों की आवाज मर जाती थी, वे जब चलती थीं तो तूफान साथ चलते थे। वे एक शक्ति थीं, शक्ति।"

2.3.3 वैज्ञानिक फीचर

वैज्ञानिक फीचर से तात्पर्य है वैज्ञानिक विषयों से जुड़े फीचर को सरल भाषा में इस तरह लिखा जाये कि सामान्य पाठक भी उसे समझ सके।

उदाहरण –'ऑक्सफोर्ड और नाटिंघम यूनिवर्सिटी के शोध कर्त्ताओं ने संसार की सबसे छोटी परखनली का निर्माण किया है। इस कार्य के लिए इनका नाम 'गिनीज बुक' ऑफ वर्ल्ड रिकार्ड्स ने भी अपने संस्करण में दर्ज किया है। कार्बन अणुओं से बनी इस परखनली को 'नैनो ट्यूब' नाम दिया गया है।'

2.3.4 पर्यटन फीचर

अनेक लोग विभिन्न जगहों पर पर्यटन करते हैं। वह अपने अपने यात्रा वृत्तान्त को आकर्षक ढंग से फीचर के रूप में व्यक्त करते हैं। जिसे पढ़कर उन स्थलों पर न जाने वालों को भी आनन्द आता है और वह स्वयं को वहाँ पाते हैं। ऐसे फीचर पर्यटन या यात्रा फीचर कहलाते हैं।

उदाहरण – दुनिया का सबसे बेहतरीन शहर है सिडनी। आप भी आस्ट्रेलिया के इस महानगर की सैर करोगे तो कह उठोगे सिडनी जैसा कोई नहीं। अमरीकी पत्रिका 'ट्रेवल एंड लेयर' ने पिछले दस सालों में आठ बार सिडनी को 'वर्ल्ड बेस्ट सिटी' करार दिया है। इसकी खूबसूरती लुभावने ब्रिज, स्वादिष्ट खाना, जरदस्त लाइफ, आर्ट और कल्चर हैं।

2.3.5 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।

उदाहरण – संसार का सबसे बड़ा विजय तोरण वह बुलन्द दरवाजा, छाती निकाले दक्षिण की ओर देख रहा है। इसने उन मुगल योद्धाओं की ओर देखा होगा जो सर्वप्रथम मुगल साम्राज्य के विस्तार के लिए दक्षिण की ओर बढ़े थे। इसने विद्रोही औरंगजेब की उमड़ती हुई सेना को घूरा होगा और पास ही पराजित दारा के स्वरूप में अकबर के आदर्शों का पतन भी दिख पड़ा होगा।

2.3.6 व्यंग्यात्मक फीचर

सामाजिक, राजनैतिक परिवेश 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 में शुद्धता हेतु किए जाते हैं।

2.3.7 चित्रात्मक फीचर

चित्रों के माध्यम से अपनी बात कहने की प्रवृत्ति आज पाठकों में काफी लोकप्रिय हो रही है। ऐसे फीचरों में चित्र या फोटो अपनी बात कहते हैं। के० पी० नारायणन के शब्दों में 'चित्रात्मक फीचर का विकास हो रहा है और इसके लिखने का ढंग भी बदल रहा है।' इस तरह के फीचर में चित्रों के नीचे एक या दो पंक्तियाँ लिख दी जाती हैं। चित्रों का चयन इस प्रकार किया जाता है कि वह अपनी पूरी बात कह देते हैं।

2.3.8 सांस्कृतिक और त्योहारों पर फीचर

इस श्रेणी में सांस्कृतिक कार्यक्रमों और त्योहारों से सम्बन्धित फीचर लिखे जाते हैं। इस तरह के फीचर में सांस्कृतिक पुट होता है।

उदाहरण – लो, होली का आगमन हो गया, प्रकृति के अपार वैभव एवं ऐश्वर्य के साथ। सर्दी का कँपा देने वाला प्रभाव समाप्त हो चुका है। फूलों पर मंडराते भौरों की मधुर गुंजार, भीनी-भीनी सुगन्ध से महकती आम्र मंजरिया, बाग-बगीचों में कूकती कोयल की संगीतमय स्वर लहरियाँ किसे न मदमस्त बनाएँगी?

2.3.9 समाचार फीचर

ऐसे फीचर का मूल भाव समाचार ही होता है। ये फीचर कथात्मक गठन के कारण पूर्ण लोकप्रियता अर्जित करते हैं। घटित घटना का पूर्ण विवेचन-विश्लेषण इसके अन्तर्गत किया जाता है।

उदाहरण –''भारत समारोह के लिए विशाल स्तर पर तैयारियाँ पूरी कर ली गयी हैं। समारोह का शुभारम्भ 22 मार्च को लन्दन के रायल फेस्टिवल हाल की छत से एक साथ 500 फाख्ता उड़ा कर किया जायेगा। इस छत के विशाल सभागार में श्रीमती इंदिरा गांधी, ब्रिटेन की प्रधानमंत्री श्रीमती मार्गरेट थैचर, युवराज चार्ल्स की उपस्थिति में संगीत गोष्ठी होगी।''

2.4 फीचर लेखन की कला

फीचर लेखन एक कला है। जिस प्रकार प्रत्येक कला में दक्षता पाने के लिए कुछ मूलभूत सिद्धान्तों का ज्ञान प्राप्त कर उसका सतत अभ्यास करना जरूरी होता है, इसी प्रकार लेखन कला में पटुता पाने के लिए भी कुछ सिद्धान्त की बातों पर ध्यान रखना होगा। जिस विधा के हम लेखक बनना चाहते हैं, उसी विधा की कृतियों का हमें सतत अध्ययन करना चाहिए।

फीचर लेखन की जब बात करते हैं तो हमारा सबसे पहला ध्यान उसके चार मूलभूत आधारों पर जाता है। यह मूल आधार हैं – सत्य, जिज्ञासा, विश्वास और योग्यता। फीचर सत्य पर आधारित हो और ऐसे लिखा जाना चाहिए कि प्रथम वाक्य से ही पाठक के मन में उत्तरोत्तर जिज्ञासा उत्पन्न हो। फीचर पाठक में जानकारी की प्यास पैदा करे और उसे बुझाता भी रहे।

फीचर लिखते समय लेखकों को कालिदास के ग्रंथों के टीकाकार मल्लिनाथ का कथन याद रखना चाहिए–'नामूलं लिख्यते किंचित्' अर्थात् जिस बात का आधार न हो उसे नहीं लिखना चाहिए।

फीचर लेखन की कला में लेखक के स्वाध्याय, तथ्यों के प्रेषण और शैली के हृदयग्राही स्वरूप के साथ-साथ लेखक की योग्यता समाहित है। फीचर के प्रति विश्वास लेखक और पाठक दोनों के लिए जरूरी है। आत्मविश्वास से लिखा गया फीचर पाठक के मन में विश्वास उत्पन्न करेगा। श्रेष्ठ फीचर वही है जो सत्य पर आधारित हो। जिसे पढ़कर पाठक को नयी जानकारी प्राप्त हो और वह सन्तुष्ट हो सके।

फीचर लेखन में लेखक के व्यक्तित्व का प्रदर्शन नहीं होता, किन्तु उसकी अपनी विशेषता और शैली होनी चाहिए। यदि हमारे लेखन में अपनी कोई विशेषता नहीं होगी तो हम में सृजन का आत्मविश्वास नहीं होगा। **आचार्य सीताराम चतुर्वेदी** का विचार है कि 'लेखन की अच्छी शैली वही है, जो लोक प्रयोगों से समन्वित हो। वह अपनी और अपने देश की जान पड़े, जिसमें शब्दों का प्रयोग शिष्ट और प्रभावोत्पादक हो, पाठक जिसे भली प्रकार समझ सकें।''

फीचर लेखन की शैली के बारे में **श्री के० पी० नारायणन** का मत है कि 'वह छोटी नदी के एक प्रवाह जैसी होनी चाहिए। फीचर के लिए भावात्मक शैली का प्रयोग अधिक उपयुक्त हो।''

शैली के आवश्यक गुण हैं–सरलता, स्पष्टता, सजीवता, मर्मस्पर्शिता और प्रभावोत्पादकता। इसके साथ ही विनोद का पुट भी होने से 'सोने में सुहागा' जैसा प्रभाव होगा। श्री भारतीय (सत्य जीवन वर्मा) का कहना है कि यदि हमारी रचनाओं में शैली नहीं तो कोई विशेषता नहीं पाई जा सकती। यदि लेखन के क्षेत्र में चमकना है तो अपनी शैली बनानी होगी।

आप पूछेंगे शैली क्या है?– हमारे विचार व्यक्त करने की शक्ति ही शैली है। रामचन्द्र वर्मा के अनुसार, ''शैली का एक गुण यह भी माना गया है कि कथन या लेख में शब्द तो थोड़े हों पर उनमें अर्थ या भाव अधिक हो।'' फीचर लिखने की भाषा वही अच्छी मानी जाती है जो

बोलचाल की भाषा हो। जिस वाक्य में 'अर्थात' की की जरूरत पड़ता है, उसकी सरल भाषा में लिखने वाले पसन्द नहीं करते। पाठक भी ऐसे लेख पढ़ना नहीं चाहता। कहा जा सकता है कि अच्छा फीचर लिखने के लिए शैली के साथ साथ भाषा भी शुद्ध, सरल और हृदयग्राही हो।

2.4.1 फीचर लेखन की विशेषता

फीचर आधुनिक पत्रकारिता के क्षेत्र में लेखन की वह विधा है जो मनोरंजक ढंग से समाचार की वर्तमान भूमि पर खड़ी होकर भूत पर दृष्टि डालती हुई, भविष्य की उड़ान भरने में सक्षम हो। फीचर न रेखाचित्र है, न रूपक और न ही गद्यगीत। फीचर फीचर है। फीचर किसी समाचार के व्यापक प्रभाव का दर्शन और मूल्यांकन है।

फीचर लेखक को फीचर की उन विशेषताओं की जानकारी अवश्य होनी चाहिए जिन्हें जानने व अपनाने के बाद उसका फीचर तुरंत प्रकाशित होने के लिए पात्रता अर्जित कर ले।

इसकी विशेषताएँ निम्नलिखित हैं –

- एक अच्छे फीचर को नवीनतम जानकारी से परिपूर्ण होना चाहिए।
- फीचर में भाव प्रधानता का गुण होना चाहिए। नीरस फीचर कोई पढ़ना नहीं चाहता।
- फीचर मात्र छोटे दायरे के लिए न होकर बड़े दायरे के लिये हो, क्योंकि पत्र दूर-दूर तक जाते हैं।
- फीचर ऐसा हो, जिसे आवश्यकता पड़ने पर तर्क की कसौटी पर कसा जा सके।
- फीचर में कुछ नयापन होना चाहिए। घिसा-पिटा लेखन किसी को पसंद नहीं आता।
- फीचर को जरूरत से ज्यादा नाटकीय नहीं बनाया जाना चाहिए।
- फीचर में सम्मोहनता का गुण होना चाहिए।
- फीचर पाठकों की मानसिक योग्यता एवं शैक्षिक पृष्ठभूमि को ध्यान में रखते हुए लिखा जाये तो अच्छा रहता है।
- फीचर लेखक को अपनी निष्पक्ष राय फीचर में प्रकट करनी चाहिए ताकि पाठकों को अपनी बात मनवाने की बाध्यता उत्पन्न की जा सके।
- फीचर लोगों की आँखों के रास्ते दिल में उतरने वाला होना चाहिए।
- फीचर सीधी तरह के वाक्यों से प्रस्तुत करें। घुमा-फिरा कर बात लिखने से फीचर का आकर्षण समाप्त हो जाता है।
- फीचर ऐसा हो, जिसे तर्क की कसौटी पर कसा जा सके।
- प्रसिद्ध व्यक्तियों, कथनों, उदाहरणों, लोकोक्तियों और मुहावरों का यथास्थान प्रयोग करना चाहिए।
- फीचर में पाठकों की राय जानने का भी प्रचलन है। अत: प्रश्नोत्तर विधा का भी प्रयोग किया जा सकता है।
- रोज की घटनाओं को भी फीचर में यथास्थान प्रयोग किया जाना चाहिए।
- समय विशेष पर लिखे फीचर पाठकों को आकर्षित करते हैं, जैसे छुट्टियों में सैर सपाटे पर लिखे फीचर पसन्द किये जाते हैं।
- फीचर में कहीं भी जबरदस्ती के आरोप-प्रत्यारोप से बचना चाहिए।
- फीचर में सम्मोहकता का गुण होना चाहिए।
- यदि फीचर के साथ संबंधित चित्र, कार्टून या फोटो लगाया जाय तो फीचर की खूबसूरती में चार चाँद लग सकते हैं।

- फीचर में किसी एक शब्द का अधिक प्रयोग फीचर की गुणवत्ता को बिगाड़ देता है।
- फीचर में यदि किसी व्यक्ति या घटना विशेष का उदाहरण दिया गया है तो उसकी संक्षिप्त जानकारी प्रदान करनी चाहिए।
- अच्छे फीचर में लेखक की स्वास्थ्य की प्रवृत्ति तथा कल्पनाशीलता का संतुलित नजारा देखने को मिलना चाहिए।
- जरूरत से अधिक आदर्शात्मक एवं उपदेशात्मक फीचर पाठकों के मन में ऊब पैदा कर देते हैं।
- मानवीय या संवेदनात्मक फीचर लिखते समय फीचर के साथ पक्षपात नहीं करना चाहिए।
- फीचर की प्रमुख विशेषता है संवेदना। फीचर पाठक की भावनाओं पर जितना अधिक प्रभाव डालने की शक्ति रखेगा, वही पाठक को सन्तुष्ट करेगा।
- ब्रायन निकोलस का कहना है कि–मनोभाव ही तो फीचर की कुंजी है। फीचर में क्रोध, घृणा, हास्य-व्यंग्य का प्रदर्शन हो सकता है। कह सकते हैं कि फीचर में कुछ न कुछ प्रकट होना चाहिए।
- फीचर की विशेषता उसकी पैठ, चमक और भावना में है। फीचर में नाटकीय अतिरंजना जितनी कम हो, उतना अच्छा है।
- फीचर समाचार का प्राण है। इससे पत्र का व्यक्तित्व बनता है।
- फीचर केवल शुष्क विवरण ही नहीं है, अपितु समीक्षा, विश्लेषण और दिशा निर्देश आदि तथ्यों से परिपूर्ण होना चाहिए।
- फीचर का मूल आधार समाचार है, पर समाचार नहीं। लेखक समाचार के रहस्यों, उसके सत्य तारतम्य, दुर्घटनाओं एवं स्वप्नों का तालमेल मनोरंजक ढंग से प्रस्तुत करता है तो वह फीचर हृदय को छू लेता है।
- फीचर समाचार को आच्छादित कर लेता है। खोजी और व्याख्यात्मक समाचारों पर भी फीचर छा जाता है। समाचार पत्रों में भी समाचार की तुलना में फीचर को अधिक महत्त्व दिया जाता है।
- डी० एस० मेहता के अनुसार, 'समाचार तथ्यपरक है, फीचर उस समाचार को नया आयाम ही नहीं देता, उसकी परीक्षा और शल्य क्रिया भी कर डालता है। दोनों की लेखन शैली और प्रस्तुतीकरण में भेद होता है। फीचर लेखन की विशेषता यह भी है कि इसमें विविधता के दर्शन होते हैं। इसमें 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 वह शाश्वत समाचार की क्षण भंगुरता को लाँघने वाला होता है। फीचर में लेखक के अनुभव शैली लालित्य और विनोद के भी दर्शन होते हैं।

2.4.2 फीचर की प्रभावोत्पादकता

फीचर लेखन की प्रभावोत्पादक शैली के लिए लेखन में आवश्यक गुण होने चाहिए।

- तुलसीदास के कथनानुसार–'अरथु अमित आखर अतिथोरे'।
- साहित्यिक पुट लिए हुए ओजपूर्ण भाषा।
- प्रसाद गुण जो आसानी से समझ में आ जाये।
- शब्दों, वाक्यों और विचारों की पुनरावृत्ति न हो।
- वाक्यों का गठन सरल हो, पर ढीलापन लिए हुए नहीं।

- मुहावरे, कहावतों और सूक्तियों का सही प्रयोग हो।
- कहने का अपनापन जो नवीन, चटकीला, सटीक और मनोरंजक हो।
- भाव और भाषा में उलझन न पड़े।
- फीचर में अनावश्यक कुछ न हो, न भाव और न वाक्य।
- विषय के अनुरूप कथन का प्रारंभ हो।
- तकनीकी और दुरूह वाक्यावली तथा शब्दों का कम से कम प्रयोग किया जाये।
- फीचर की लम्बाई पर विशेष ध्यान दिया जाय, फीचर छोटा, संतुलित और सुगठित हो।
- ग्रामीण शब्दों का प्रयोग न किया जाय तो अच्छा। प्रसंगानुसार कहीं उनका प्रयोग कर भी दिया जाय तो बुरा नहीं।

2.4.3 फीचर लेखक की योग्यताएँ

फीचर लेखन श्रम साध्य कार्य है। इसके लिए प्रतिभा, परिश्रम और अनुभव की विशेष आवश्यकता है। अच्छे फीचर लेखक में निम्न विशेषताएँ अवश्य होनी चाहिए –

- फीचर लेखक का भाषा पर पूर्ण अधिकार होना चाहिए। यदि भाषा लेखक के इशारे पर थिरकती रहेगी तो फीचर में लालित्य और सरलता का समावेश हो सकेगा।
- फीचर को प्रभावकारी तथा मनोरंजक बनाने के लिए आवश्यक है कि फीचर लेखक के पास कवि का हृदय, समीक्षक जैसा प्रौढ़ चिन्तन, वैज्ञानिक की सी तार्किकता, समाजबोध, इतिहासबोध तथा युगद्रष्टा की भाँति भविष्य को परखने की शक्ति हो।
- फीचर लेखक का ज्ञान बहुआयामी होना चाहिए। धर्म, दर्शन, संस्कृति, समाज, इतिहास आदि का ज्ञान फीचर को पूर्ण तथा तर्कसंगत बनाता है।
- फीचर लेखक को अध्ययन की आदत डालनी होगी।
- आधुनिक फीचर कला में चित्रकला और फोटोग्राफी का विशेष स्थान है। अतः फीचर लेखक को रेखांकन तथा छाया-चित्रों की गहरी पकड़ भी होनी चाहिए।
- फीचर लेखक को परिवेश के प्रति सजग तथा समसामयिक परिस्थितियों के प्रति जागरूक भी होना चाहिए। ताकि वह उन विविध विषयों को अपनी सूक्ष्म दृष्टि से देख सके, जिन पर रोचक फीचर लिखे जा सकते हों।
- फीचर लेखक को अपनी आन्तरिक प्रवृत्ति, ज्ञान और अनुभव पर विश्वास होना चाहिए। उसे अपनी आँखों, अपने कानों पर विश्वास रखते हुए भावों, अनुभूतियों, मनोवेगों एवं निरीक्षण शक्ति का सहारा लेकर फीचर तैयार करना चाहिए।

2.5 फीचर सामग्री का चयन

एक अच्छा फीचर लेखक तभी सफल होता है जब विषय वस्तु के घटनाक्रम का चयन भी सोच समझ कर करे। लेखक को विषय वस्तु के साथ-साथ प्रभावी प्रस्तुतीकरण के गुणों का भी ज्ञान होना चाहिए। एक फीचर लेखक दो स्रोतों से तथ्य अर्जित कर सकते हैं–

(i) प्राथमिक स्रोत

(ii) द्वितीयक स्रोत।

प्राथमिक स्रोत में व्यक्तियों से मिलकर या स्वयं के अनुभव से प्राप्त होते हैं।

द्वितीयक स्रोत में विभिन्न पुस्तकों, पत्र-पत्रिकाओं, आत्मकथाओं सरकारी व गैर सरकारी कार्यालयों किम्वदंतियों आदि से भी फीचर के लिए विषय का चयन किया जा सकता है।

फीचर लेखक को फीचर का विषय चयन करते समय निम्न बातों का ध्यान रखना चाहिए–

- फीचर सरल भाषा में लिखें।
- फीचर समसामयिक विषय से जुड़ा हो।
- आजकल यों तो हर तरह के फीचर्स की माँग है लेकिन महिलाओं व बच्चों पर लिखने वाले फीचर लेखकों की कमी सदैव बनी रहती है।
- अच्छे फीचर के विषय की तलाश करने के लिए स्वाध्यायी और अच्छी स्मरण शक्ति का मालिक होना चाहिए।
- एक फीचर को नवीनतम रूप देकर उसकी प्रासंगिकता को बढ़ाया जा सकता है।
- फीचर चयन के लिए फीचर एजेंसियों, अखबार के सम्पादकों से भी टाई रूप किया जा सकता है। फीचर एजेंसियाँ आपको समयानुकूल विषय भी बता देंगी तथा उसे छपवाने की प्रक्रिया में भी मददगार साबित होंगी।
- फीचर का चुनाव करते समय पत्र या पत्रिका के स्वरूप का ध्यान रखना चाहिए। अगर प्रकाशन संस्थान बड़ा है तो 1500-2000 शब्दों का फीचर लिखना उचित रहेगा। छोटे स्वरूप के संस्थान में 900-1000 शब्दों का फीचर ठीक रहता है।
- एक फीचर चयन करते समय संबंधित उदाहरणों, उद्धरणों, व्यक्तियों एवं विचारों की रूपरेखा अपने दिमाग में बनाना तथा जरूरी बातें लिख लेना अधिक अच्छा रहता है।
- फीचर के विषय के चयन के साथ-साथ यह भी निर्धारित कर लेना चाहिए कि लेखक विषय से संबंधित जगह पर जाना चाहेगा या अपने पूर्वानुभवों एवं कल्पनाशीलता के आधार पर फीचर का निर्माण करेगा।

2.6 सारांश

'फीचर' पत्रकारिता का अभिन्न अंग है। आधुनिक पत्रकारिता का यह अनिवार्य आग्रह भी है। अच्छे फीचर पत्र-पत्रिकाओं की लोकप्रियता बढ़ाने में सक्षम है। फीचर का विषय निश्चित और संकुचित होता है। यह अनौपचारिक ढंग से लिखा जाता है। लेखक अपनी राय प्रक्षिप्त रूप में प्रकट करता है। आलोचना करने का उसका तरीका सीधा न होकर अप्रत्यक्ष होता है। फीचर की भाषा शैली, तथ्यपरक, और विशेष सामग्री को रोचक ढंग से प्रस्तुत करने की शैली के चलते पाठक लेखक को पढ़ना चाहते हैं। इसलिए पत्र-पत्रिकाओं में फीचर लेखन का महत्त्व बढ़ रहा है। इसकी खपत भी बढ़ रहा है। सुन्दर उपयोगी फीचर का प्रकाशन होता है। श्रेष्ठ लेखकों के फीचर से समाचार पत्र की मांग बढ़ती है। फीचर प्रकाशन की व्यावहारिकता के दो मोटे तरीके हैं। एक तो व्यक्तिगत प्रयास और दूसरा एजेंसी का माध्यम। व्यक्तिगत प्रयास से सुन्दर फीचरों को खपाने में कठिनाई नहीं होती सम्पादक की आवश्यकता पर ध्यान देकर लिखे गये फीचर की खपत होती है। इस इकाई के अध्ययन से फीचर लेखन में सहायता मिलेगी।

2.7 शब्दावली

फीचर	–	रंगीन, चित्रात्मक, चटपटा लेखन
पाँच ककार	–	कब, क्यों, कहाँ, कैसे, कौन?
समाचार	–	घटना का सरस सामाजिक विवरण
निबंध	–	गम्भीर विषय विवेचन
शीर्षक	–	समाचार के प्रमुख तत्त्वों का कैप्सूल

2.8 संदर्भ ग्रन्थ

1. संजीव भानावत : 'समाचार लेखन के सिद्धान्त और तकनीक
   यूनिवर्सिटी पब्लिकेशन्स, जयपुर
2. पी० डी० टंडन : "भारतीय पत्रकार कला"
   ज्ञान मंडल, वाराणसी
3. प्रेमनाथ चतुर्वेदी : 'फीचर लेखन'
   सूचना और प्रसारण मंत्रालय
4. डा० वेद प्रकाश वैदिक : हिन्दी पत्रकारिता : विविध आयाम
   हिन्दी बुक सेन्टर, नयी दिल्ली
5. डा० अर्जुन तिवारी : आधुनिक पत्रकारिता
   विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी
6. के० पी० नारायणन : रूपक लेखन
7. विष्णु दत्त शुक्ल : पत्रकार कला

2.9 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. फीचर के प्रमुख तत्वों का वर्णन कीजिए।
2. फीचर और समाचार में अंतर बताइए।
3. फीचर के कितने प्रकार होते हैं।
4. वैज्ञानिक फीचर का वर्णन कीजिए।

निबन्धात्मक प्रश्न

1. किसी राजनीतिक या साहित्यिक विषय पर एक फीचर लिखिए?
2. किसी त्योहार पर एक फीचर लिखिए?

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. फीचर है–
   क एक लघु उपन्यास
   ख एक सारगर्भित निबन्ध
   ग सचित्र, मनोरम, दिलचस्प लेख
   घ साहित्य की एक विधा
2. व्यक्तित्व परक फीचर होता है–
   क वृहद जीवनी
   ख व्यक्तित्व की अनुकरणीय विशिष्टता
   ग आत्मकथा
   घ इनमें से कोई नहीं

2.9.4 उत्तर

1. (ग), 2. (ख)

इकाई 3 सम्पादकीय पृष्ठ एवं स्तम्भ लेखन

इकाई की रूपरेखा

3.0 उद्देश्य

3.1 प्रस्तावना

3.2 सम्पादकीय पृष्ठ की संरचना

3.2.1 सम्पादकीय पृष्ठ में क्या होता है?

3.3 सम्पादकीय / अग्रलेख / संपादकीय टिप्पणियाँ

3.4 सामयिक लेख

3.5 संपादक के नाम पत्र

3.6 व्यंग-विनोदात्मक स्तम्भ

3.7 संपादकीय पृष्ठ का लेखन एवं संपादन

3.8 संपादकीय पृष्ठ का महत्त्व एवं प्रभाव

3.9 सारांश

3.10 शब्दावली

3.11 सन्दर्भ ग्रन्थ

3.12 प्रश्नावली

3.0 उद्देश्य

संपादकीय पृष्ठ समाचारपत्र की आत्मा है। बिना संपादकीय के पत्र ऐसे ही हैं जैसे आत्मा-विहीन शरीर। संपादकीय पृष्ठ न केवल संपादक के व्यक्तित्व का द्योतक होता है प्रत्युत समस्त समाचार-पत्र के व्यक्तित्व की झाँकी भी प्रस्तुत करता है।

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप :

- सम्पादकीय पृष्ठ की संरचना समझ सकेंगे।
- सामयिक लेखों के महत्व को जान लेंगे।
- 'सम्पादक के नाम पत्र' के विविध रूपों को समझ लेंगे।
- अग्र लेख लेखन की प्रक्रिया को समझ लेंगे।

3.1 प्रस्तावना

किसी भी समाचारपत्र में संपादकीय पृष्ठ वस्तुत: आत्मा होता है। बिना संपादकीय के अखबार ऐसे ही हैं। जैसे आत्मा-विहीन शरीर। पत्रिकाओं में भी संपादकीय का अपना महत्त्व है। ऐसी पत्रिकाओं में संपादकीय का विकल्प अन्य प्रकार के लेख भी बन जाते हैं। फिर भी सभी प्रतिष्ठित पत्रिकाएँ संपादकीय का समावेश अवश्य करती हैं। संपादकीय के महत्त्व का अनुमान इसी बात से लगाया जा सकता है कि रेडियो और टेलीविजन जैसे माध्यम उल्लेख करते हैं कि इस विषय पर किस पत्र के संपादकीय में क्या विचार व्यक्त किए गए हैं।

इस तरह समाचार पत्र में संपादकीय और संपादकीय पृष्ठ का महत्त्व प्रथम पृष्ठ और उसकी प्रथम खबर से भी कहीं अधिक है। विशेषकर प्रबुद्ध पाठकों की अभिरुचि के अनेक नमूनो

के सर्वेक्षणों से भी इस तथ्य की पुष्टि हुई है कि ऐसे अधिकांश पाठक प्रथम पृष्ठ के शीर्षक देखने के तत्काल पश्चात् संपादकीय पृष्ठ पर नजर दौड़ाने का लोभ संवरण नहीं कर पाते। वस्तुतः संपादकीय पृष्ठ ही वह आधार है, जिसने 'प्रेस' को प्रजातन्त्र के चौथे स्तम्भ की मान्यता दिलाई है। इसका मुख्य कारण यह है कि जहाँ समाचार पत्र समाचारों से अवगत कराता है। वहाँ संपादकीय पृष्ठ विभिन्न समाचारों, घटनाओं, गतिविधियों, मुद्दों पर विचारों से अवगत कराता है। जनमत को जाग्रत करना, दिशा देना और जनता की राय कायम करने में संपादकीय पृष्ठ की ही भूमिका सबसे महत्त्वपूर्ण रहती है और लोकतन्त्र के सुस्वास्थ्य के लिए यह एक अनिवार्य शर्त है। जिन देशों में लोकतन्त्र नहीं है, उनमें भी संपादकीय पृष्ठ का महत्त्व इतना ही है, क्योंकि सत्ता के दृष्टिकोण को जनता तक पहुँचाने का कार्य संपादकीय पृष्ठ से होता है।

3.2 संपादकीय पृष्ठ की संरचना

भारत के प्रमुख समाचारपत्रों में, जिनमें सभी भाषाओं के समाचारपत्र सम्मिलित हैं, में संपादकीय पृष्ठ का रंग-ढंग लगभग एक जैसा होता है। सामान्यतः संपादकीय पृष्ठ को चार भागों में विभक्त किया जा सकता है –

1. संपादकीय
2. सामयिक लेख
3. संपादक के नाम पत्र
4. अन्य स्तम्भ
5. व्यंग्य-विनोदात्मक स्तम्भ

3.2.1 संपादकीय पृष्ठ में क्या होता है?

संपादकीय पृष्ठ में केवल अग्रलेख नहीं होता। उसमें पाठकों के पत्र होते हैं, अतिविशिष्ट स्तंभलेखकों और राजनीति समीक्षकों के लेख होते हैं, विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं के लेखों के सार-संक्षेप और संक्षिप्त उद्धरण होते हैं और कभी-कभी कुछ गवेषणापूर्ण लेख भी होते हैं। स्थानीय या राष्ट्रीय हितों के संपादकीय विभाग के सदस्यों द्वारा तैयार किये गये लेख भी होते हैं।

संपादकीय पृष्ठ के वैविध्य को बनाये रखने के लिए हरेक बड़े समाचार-पत्र ने कुछ अपनी अलग परंपराएँ कायम कर रखी हैं। जैसे, कुछ पत्र विभिन्न राज्यों की गतिविधियों से संबद्ध 'अमुक राज्य की चिट्ठी के रूप में अपने संवाददाताओं द्वारा भेजी गई उस राज्य की गतिविधियों की रिपोर्ट प्रकाशित करते हैं। ये चिट्ठियाँ केवल भारत के राज्यों के संबंध में नहीं, अपितु नेपाल, बर्मा, पाकिस्तान, श्रीलंका जैसे पड़ौसी देशों के संबंध में भी होती है। मारीशस, फीजी, थाईलैण्ड, जापान, हांगकांग, इंडोनेशिया और इनके अलावा सुदूर मास्को, लंदन, वाशिंगटन तक की सामाजिक सांस्कृतिक और राजनीतिक गतिविधियों की सूचना देने वाली चिट्ठियाँ हिंदी के पत्रों में छपती हैं।

कुछ पत्रों ने सप्ताह में छह दिन के लिए (सातवें दिन तो प्रायः रविवारीय संस्करण निकलते हैं) दिन के अलग-अलग विषय नियत कर रखे हैं। एक दिन कृषि के संबंध में लेख आयेगा, तो दूसरे दिन विज्ञान के संबंध में, तीसरे दिन स्वास्थ्य के संबंध में, चौथे दिन शिक्षा और संस्कृति के संबंध में आदि। राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय समस्याओं के संबंध में भी अमूमन संपादकीय पृष्ठ पर लेख आते रहते हैं। अक्सर देखने में आया है कि अंग्रेजी के समाचार-पत्रों में जहाँ अंतर्राष्ट्रीय विषयों पर अधिक जोर दिया जाता है, वहाँ भाषाई पत्रों में राष्ट्रीय विषयों पर। तात्कालिक और स्थानीय समस्याओं पर प्रकाश डालने वाले लेखों का अभाव कभी-कभी

अखरता है। शायद इसका कारण यह हो कि बड़े पत्रों के बड़े संपादकों को हवा में उड़ने की इतनी आदत हो जाती है कि उन्हें धरती की या अपनी नाक तले की चीज नजर नहीं आती या अंतरराष्ट्रीय के चक्कर में उन्हें स्थानीय समस्या महत्त्वहीन प्रतीत होती है।

3.3 संपादकीय/अग्रलेख/संपादकीय टिप्पणियाँ

सामान्य भाषा में संपादकीय का अर्थ है संपादक की राय। इसे अग्रलेख भी कहते हैं किसी भी समाचारपत्र में संपादकीय का होना अनिवार्य है। अनेक राज्य सरकारों ने तो ऐसे नियम भी बना रखे हैं जिनके अनुसार विज्ञापन देने के लिए मान्यता प्रदान करते समय यह देखा जाता है कि अखबार में संपादकीय छपता है अथवा नहीं। संपादकीय लेखों की हमारे स्वाधीनता संग्राम में भी उल्लेखनीय भूमिका रही है। स्वर्गीय गणेश शंकर विद्यार्थी, महात्मा गांधी और राजगोपालाचारी के संपादकीय देश की जनता को दिशा प्रदान करने वाले हुआ करते थे। राजनीति ही नही आर्थिक और सामाजिक धरातल पर भी संपादकीय लेखन का विशेष महत्त्व रहा है।

वस्तुतः संपादकीय का अर्थ है किसी भी घटना, गतिविधि अथवा विषय पर समाचारपत्र की राय। इसलिए संपादकीय की पहली आवश्यकता है निष्पक्षता, निर्भीकता और निर्लिप्तता। किसी भी मसले पर गहराई से अध्ययन करने के बाद अपनी राय की अभिव्यक्ति ही संपादकीय है। यही वजह है कि बड़े समाचारपत्रों में संपादकीय लिखने वालों की एक टीम होती है अर्थात् विभिन्न विषयों पर संपादकीय लिखने वाले पृथक् लोग होते, जैसे राजनीति, आर्थिक मामले, अंतर्राष्ट्रीय मामलात, सामाजिक विषय इत्यादि। ये लेखक अपने विषय के गहन ज्ञाता तो होते ही हैं, साथ ही इनकी सहायता के लिए एक पूरा पुस्तकालय और उसमें संदर्भ अनुभाग होता है। संदर्भ अनुभाग के लोग जरूरत पड़ने पर सम्बद्ध विषय के बारे में अधिकतम जानकारी उपलब्ध कराते हैं ताकि विषय का सूक्ष्म विवेचन किया जा सके।

संपादकीय का विषय सामान्यतः नवीनतम घटना, गतिविधि अथवा ज्वलन्त प्रश्न ही होता है। यह पूर्व निर्धारित नहीं किया जा सकता कि अमुक विषय पर ही संपादकीय लिखा जाएगा। जैसे-जैसे अखबार बड़ा होता जाता है और साधन बढ़ते जाते हैं अक्सर संपादकीय

पत्रकारिता के इतिहास के आरम्भिक दौर में, जबकि जनसंपर्क के अन्य साधन विकसित नहीं थे, समाचारपत्र उनके संपादकों के विचारों और अन्य प्रमुख व्यक्तियों के विचारों तथा वक्तव्यों के लिए बिका करते थे। उनमें खबरों का अंश कम होता था और खबरें दी जाती थीं, वे खबर लाने वाले व्यक्ति के हवाले से छापी जाती थीं। स्थानीय पत्रों के पाठक यह जानने के लिए उत्सुक रहते थे कि विभिन्न समस्याओं तथा मुद्दों पर समाचारपत्रों की राय क्या है? बहुधा समाचारपत्र की राय ही उन मुद्दों पर राज्य तथा नगर की जनता के बहुमत की राय मानी जाती थी और संपादक द्वारा उठाई गई माँग को जनता के एक वर्ग की माँग माना जाता था। अक्सर ही नगर परिषदों, राज्यों की सरकारों और राष्ट्रीय सरकारों को वह माँग माननी पड़ जाती थी।

लोकतन्त्रीय शासन-व्यवस्था में संपादकों या समाचारपत्रों की इस शक्ति का मूल यह है कि समाचारपत्र पाठकों तथा गैर-पाठकों के जनमत का प्रतिनिधित्व करते हैं। संपादक की व्यक्तिगत राय की भी कद्र इसलिए की जाती है कि वे अखबार की विस्तृत पाठक संख्या के कारण अपनी राय के पक्ष में जनमत बनाने की क्षमता रखते हैं और किसी समस्या पर जनमत या संपादक का मत समाचारपत्रों के संपादकीय लेखों तथा संपादकीय टिप्पणियों में प्रकट होता है। हमारे देश में संसदीय लोकतन्त्र है, जिसके चार स्तम्भों में से एक प्रेस है। देश में संवाद तथा विचार प्रकाशित करने की पूर्ण स्वतंत्रता है। लोकतन्त्रीय शासन व्यवस्था में जनता के विचारों और मत का प्रकटीकरण अत्यन्त महत्त्वपूर्ण है। अतः समाचारपत्रों में उनकी आवश्यकता और उपयोगिता स्पष्ट है।

मानवीय स्वतंत्रता और मौलिक मानव अधिकारों में आस्था रखने वाले संसदीय लोकतन्त्र में समर्थक बुद्धिवादियों तथा विचारों का मत है कि किसी भी देश में वास्तविक लोकतन्त्र के लिए लोकतन्त्रीय ढाँचा ही होना काफी नहीं है। सच्चा लोकतन्त्र वहाँ ही माना जाता है, जहाँ प्रकाशन के सब स्तरों पर निर्णय जनता के बहुमत और आकांक्षा के अनुरूप लिए जाते हैं। लोक प्रशासन जनता की राय के मुताबिक चल रहा है, यह सब क्षेत्रों में प्रकट होना भी चाहिए।

जनता के विभिन्न वर्गों की राय उसके निर्वाचित प्रतिनिधियों के अलावा समाचार पत्र तथा पत्रिकाओं के माध्यम से ही प्रकट होती है। जिस देश में लोकतन्त्र की जड़ें जितनी गहरी हैं और प्रेस जितना विकसित है, उतना ही महत्त्व उस देश की सरकार और नागरिकों द्वारा संपादकीय विचारों को दिया जाता है। जाहिर है, संपादकीय लेखों या अग्रलेखों और संपादकीय टिप्पणियों के बिना समाचारपत्र और पत्रिकाएँ अपना दायित्व पूरी तरह नहीं निभा सकते और उनके अभाव में उन समाचारपत्रों का व्यक्तित्व भी अधूरा रहेगा। अतः वे पाठकों की नजर में भी कुछ ओछे अधूरे साबित होंगे। महात्मा गांधी द्वारा संपादित 'इंडियन ओपिनियन' तथा 'हरिजन' और स्व० चक्रवर्ती राजगोपालाचार्य द्वारा संपादित 'स्वराज' दैनिक समाचार-पत्र नहीं थे। पाठक, शासन और यहाँ तक कि अन्य समाचारपत्रों के संपादक समकालीन समस्याओं तथा प्रश्नों पर उनके विचार जानने के लिए उनके अंकों की प्रतीक्षा करते थे। उनके विचार अन्य अखबारों तथा सरकारी रिपोर्टों में उद्धृत भी किए जाते थे। यह कहा जा सकता है कि समाचारपत्र और संपादक दोनों के व्यक्तित्व से अग्रलेखों की गरिमा बढ़ती है।

विषय चयन

संपादकीय लेखों तथा टिप्पणियों की विविधता की कोई सीमा नहीं है। विषयों का चयन संपादक की सूझ-बूझ तथा इस बात पर निर्भर करता है कि वह किन समस्याओं तथा विषयों को प्राथमिकता देता है। कोई समस्या या विषय तो वर्ष भर में एक बार संपादकीय लेख का विषय बन सकता है, तो किसी ज्वलंत समस्या पर थोड़े समय में कई संपीदकीय लेख भी लिखे

जा सकते हैं। अक्सर संपादकीय लेख राष्ट्रीय समस्याओं, सामाजिक एवं आर्थिक प्रश्नों, अन्तर्राष्ट्रीय स्थिति और जनता को प्रभावित करने वाली अन्य बातों अथवा घटनाओं पर लिखे जाते हैं। आज लेख के विषयों का चयन करते समय यह ध्यान रखना होता है कि पाठकों की रुचि किस विषय में अपेक्षाकृत अधिक होगी। वे तात्कालिक घटनाओं, आकस्मिक विपदाओं तथा सुखद घटनाओं से प्रभावित होते हैं।

भाषा और सामग्री

संपादकीय लेख गम्भीर चिन्तन, तथ्यात्मक अन्वेषण के उपरांत शालीन परन्तु यथासंभव प्रभावशाली भाषा एवं शैली में पाठकों को संबोधित करके लिखे जाते हैं। सरकार, किसी नेता, दल या व्यक्ति-समूह को संबोधित करके लिखे जाने वाले अग्रलेखों का पाठकों पर अच्छा असर नहीं पड़ता। असल में समाचारपत्रों तथा अग्रलेखों की उपयोगिता पाठकों को प्रबुद्ध जानकार एवं जागरूक बनाने में निहित है। अग्रलेख अनावश्यक रूप से लम्बे नहीं होने चाहिए और न उन्हें समाचार का विकल्प बनाना ठीक होता है।

स्थान एवं संरचना

संपादकीय पृष्ठ प्रत्येक पत्र-पत्रिका में निश्चित होता है। उसे पत्रिकाओं के आरमभ में और दैनिक समाचारपत्रों के मध्य में रहने की परम्परा है। उसकी अदल-बदल अत्यन्त आवश्यक होने पर ही की जाती है। संपादकीय पृष्ठ की सामग्री या उसकी संरचना की भी संसार भर में प्राय: समान परम्परा है। पत्रिकाएँ अक्सर एक विषय पर और दैनिक पत्र प्रत्येक अंक में एक, दो या तीन विषयों पर संपादकीय लेख अथवा टिप्पणियाँ प्रकाशित करते हैं। छोटे अग्रलेख संपादकीय टिप्पणी कहलाते हैं। आर्थिक तथा फिल्मी पत्र-पत्रिकाएँ अग्रलेखों के विषय सामान्यत: अपने विषय तक ही सीमित रखती हैं। वैसे संपादक के लिए यह बाध्यता नहीं है।

संपादकीय लेख (या अग्रलेख) संपादकीय पृष्ठ का सब से महत्वपूर्ण अंग है, जिसके साथ संपादक का सीधा संबंध है। यों तो समाचारपत्र में जो कुछ छपता है, उन सभी के लिए संपादक जिम्मेदार होता है, पर संपादकीय लेख तो अक्षरश: संपादक और समाचार-पत्र के विचारों तथा नीति का दर्पण होता है। यह संभव है कि अमुक संपादकीय लेख स्वयं संपादक की कलम से न निकला हो। आधुनिक युग का संपादक सप्ताह में (या महीने में) एक अग्रलेख भी लिख दे तो उसके संपादकत्व में कमी नहीं आती। सभी बड़े पत्रों में अग्रलेख लिखने के लिए एकाधिक व्यक्ति सह संपादक के रूप में नियुक्त रहते हैं। इतना अवश्य है कि वे संपादक के परामर्श के बिना कभी कुछ नहीं लिखते, क्योंकि वे जो कुछ भी लिखते हैं, उनके लिये जिम्मेदार संपादक ही समझा जाता है, समाचारपत्रों के कार्यालय में अग्रलेख-लेखन बहुत गौरवपूर्ण कार्य समझा जाता है, इसलिए कभी किसी नौसिखिये को यह काम नहीं दिया जाता-कार्यालय के वरिष्ठतम पत्रकार ही इस काम के उपयुक्त समझे जाते हैं।

क्षुरस्य धारा

संपादक (या अग्रलेख-लेखक) के समक्ष बड़ी विषम परिस्थिति होती है। प्रत्येक राष्ट्र में दो वर्ग होते हैं–एक शासक और दूसरा शासित। संपादक मुख्य रूप से जनता के प्रति उत्तरदायी होता है। सरकारें बदल सकती हैं, पर जनता नहीं बदलती। शासन की प्रणाली चाहे कोई भी क्यों न हो, सरकार को जनता पर शासन करने के लिए कुछ कायदे-कानून बनाने पड़ते हैं। यह ठीक है कि जनतंत्र में जनता के प्रतिनिधि ही संविधान का निर्माण करते हैं और जनता के प्रतिनिधि ही विधान-सभाओं में या लोकसभा में जाते हैं और जनता के प्रतिनिधि ही मंत्री आदि चुने जाते हैं, पर जो भी कायदे-कानून बने हैं वे संविधान के अनुकूल हैं या नहीं, स्वयं सरकारी अधिकारी

RIL-110

भी उनका पालन करते हैं या नहीं, चुनावों में निष्पक्षता बरती जाती है या नहीं, कहीं प्रच्छन्न रूप से व्यक्तिगत स्वार्थों की खातिर किसी स्तर पर भ्रष्टाचार को प्रश्रय तो नहीं दिया जाता– इत्यादि बातों के निर्णय के लिए न्यायालय हैं, या उन्हें सबके सामने लाने के लिए समाचारपत्र हैं। जनतंत्र में अभिव्यक्ति के स्वातंत्र्य का महत्त्व सब से अधिक है और अभिव्यक्ति के स्वातंत्र्य का अर्थ है–प्रेस की स्वाधीनता। समाचारपत्र ही जनता के न्यायालय हैं जिनके द्वार जनता-जनार्दन के लिए सदा खुले रहने चाहिए।

जहाँ समाचारपत्रों का इतना महत्त्व है वहाँ उनका नैतिक कर्त्तव्य भी अत्यन्त महान है। बड़े समाचारपत्र बिना पूँजी के नहीं निकल सकते। पूँजी अर्थात् पूँजीपति। पूँजीपति अर्थात् आर्थिक नियंत्रण और निहित स्वार्थ। भारत के प्राय: सभी बड़े अखबार पूंजीपतियों से संबद्ध हैं। जब देश से गरीबी हटाने के लिए या पिछड़े वर्गों को उन्नति के समान अवसर प्रदान करने के लिए या अत्यधिक आर्थिक विषमता को दूर करन के लिए सरकार कुछ अंकुश लगाती है, तब निहित स्वार्थों का बौखलाना भी स्वाभाविक है। ऐसे समय संपादक की बड़ी कड़ी परीक्षा होती है। वह सरकार का पक्ष ले, या अपने मालिकों का पक्ष ले, यह जनता-जनार्दन का पक्ष लें? जनता तो बेचारी निरीह है, वह तो पूँजीपति और सरकार दोनों के शोषण का समान रूप से शिकार होती है। जनता के मन में संपादक की तस्वीर ऐसी है कि वह समझती है कि जब और कहीं सुनवाई नहीं होगी तब यहाँ तो होगी ही।

संपादक इस प्रकार तीन ओर के दबावों से घिरा होता है–किसी एक का पक्ष लेता है तो बाकी दोनों पक्ष उससे नाराज होते हैं। इस परीक्षा में उत्तीर्ण होना आसान नहीं। संस्कृत के कवि ने कहा है–

नरपति हितकर्ता द्वेष्यतां याति लोके
जनपदहितकर्ता त्यज्यते पार्थिवेन्द्रै:।
इति महति विरोधे वर्तमाने समाने
नृपति जनपदानां दुर्लभ: कार्यकर्ता।।

–अर्थात्, "जो राजा का पक्ष लेता है, प्रजा उससे द्वेष करने लगती है, जो प्रजा के हित की बात करता है वह राजाओं की नजरों से गिर जाता है। इस प्रकार जब दोनों ओर समान रूप से विरोधी परिस्थिति हो तब ऐसा व्यक्ति बहुत दुर्लभ है जो राजा और प्रजा दोनों का काम करने वाला हो और दोनों का संमान भाजन हो।" संपादक एक ऐसा ही दुर्लभ प्राणी है।

ऐसे समय संपादक को स्वयं अपने लिए कुछ मानदंड निर्धारित करने चाहिए। वह जनता के हित को सर्वोपरि स्थान दे–यही उसके गौरवपूर्ण पद का तकाजा है। उसे सदा सत्य का पक्ष लेना है। यद्यपि पत्र के स्वामी पूँजीपति को और सर्वसत्ताधीश सरकार को अप्रसन्न करना उसकी कुर्सी के लिए संकट उपस्थित कर सकता है, पर वह ऐसी भाषा का प्रयोग तो कर ही सकता है जिससे जन-हित भी सुरक्षित रहे और सरकार और पत्र-स्वामी भी अप्रसन्न न हों। उसकी सारी कुशलता तीन घोड़ों-की सवारी की जिमनास्टिक में ही छिपी है।

संपादक का काम तलवार की धार पर चलना है। उपनिषद् में कहा है–"क्षुरस्य धारा निशिता दुरत्यया दुर्गं पथस्तत्कवयो वदंति" वही बात संपादक के साथ है। सबको प्रसन्न कोई कर नहीं सकता और संपादक के पद पर रहते हुए वह आलोचना से बच नहीं सकता–आलोचना करने से भी और आलोचना सुनने से भी। पर आलोचना करते हुए इतना ध्यान अवश्य रखा जा सकता है कि आलोचना विध्वंसात्मक न होकर रचनात्मक हो।

दो टूक शैली में सम्पादकीय लेखन का उदाहरण द्रष्टव्य है –

पंजाब केशरी

3 मार्च, 2005 दिल्ली, वीरवार (संपादकीय)

जनसेवक का जीवन पारदर्शी होना चाहिए – महात्मा गाँधी

झारखंड – राज्यपाल की ज्यादती

पिछले दो दिनों से लोकसभा व राज्यसभा शोर-शराबे में स्थगित हो रही हैं। 1 मार्च को संसद में गोवा के राज्यपाल एस. जमीर द्वारा भाजपा की मनोहर पारीकर सरकार को बर्खास्त किये जाने पर हंगामा हुआ वहीं 2 मार्च को झारखण्ड के राज्यपाल द्वारा राजग के साथ किए गए व्यवहार को लेकर भारी शोर-शराबा हुआ।

4 वर्ष पूर्व बने झारखंड की 81 सदस्यीय विधानसभा में भाजपा व जद (यू) की 52 सीटें थीं तथा वहां भाजपा नेतृत्व में पहले बाबू लाल मरांडी की सरकार बनी और फिर अर्जुन मुंडा की। यहां पहली बार हुए चुनावों में राजग के घटकों भाजपा-जद (यू) ने मिलकर चुनाव लड़ा तथा उन्हें 36 सीटें प्राप्त हुई, झामुमो व कांग्रेस को क्रमश: 16 व 9 तथा राजद को 8 और निर्दलीयों व अन्य को 12 सीटें मिलीं।

त्रिशंकु विधानसभा आने के कारण पिछले 2 दिनों से राजग व यू०पी०ए० द्वारा बहुमत के लिए जोड़-तोड़ शुरू हुई। राजग ने कार्यकारी मुख्यमंत्री अर्जुन मुंडा को पुन: विधायक दल का नेता चुनकर अपने 36 तथा 5 निर्दलीय विधायकों के समर्थन की सूची राज्यपाल सिब्ते रजी को सौंपी तथा सरकार बनाने का दावा किया।

राज्यपाल ने राजग को सरकार बनाने के लिए तत्काल आमंत्रित करने की बजाय पहले सभी निर्दलीय विधायकों से अलग-अलग बात करने का फैसला किया। उनसे पांच निर्दलीय विधायक मिले तो राजग को समर्थन की पुष्टि भी कर दी।

भाजपा व राजग नेताओं ने राज्यपाल के टालमटोल के रवैए का विरोध किया। राजग कार्यकर्त्ताओं ने राजभवन के समक्ष धरना दे दिया। नई दिल्ली में राजग नेताओं ने बैठक कर फैसला किया कि राज्यपाल जब तक राजग को सरकार बनाने के लिए आमंत्रित नहीं करेंगे तब तक वे संसद की कार्यवाही नहीं चलने देंगे और वे राष्ट्रपति से भी मिले।

इसी मध्य एक अप्रत्याशित घटनाक्रम में राज्यपाल ने शिबू सोरेन को सरकार बनाने के लिए आमंत्रित कर लिया तथा शाम 4.45 बजे मुख्यमंत्री पद की शपथ भी दिला दी और उन्हें विधानसभा में 21 मार्च तक बहुमत सिद्ध करने को कहा।

राज्यपाल के इस कदम को असंवैधानिक, पक्षपातपूर्ण तथा लोकतंत्र की हत्या बताते हुए राजग ने आज झारखंड बंद का आह्वान किया है। रांची में विरोध प्रदर्शन के साथ ही राज्यपाल का पुतला जलाया गया। राजग व झामुमों समर्थकों में मारपीट की नौबत तक भी आई।

जब राजग ने अर्जुन मुंडा के नेतृत्व में 41 विधायकों की लिखित सूची, उनकी सहमति तथा उन्हें राज्यपाल के समक्ष प्रस्तुत कर दिया तो श्री मुंडा को सरकार बनाने के लिए आमंत्रित क्यों नहीं किया गया। लोकतांत्रिक व संवैधानिक परम्परा तो यही थी कि श्री मुंडा को मुख्यमंत्री पद की शपथ दिलाई जाती और उन्हें विधानसभा में अपना बहुमत सिद्ध करने के लिए कहा जाता। यदि वह ऐसा न कर पाते तो फिर यू०पी०ए० नेता शिबू सोरेन को आमंत्रित किया जाता।

लोकतंत्र में इस प्रकार की जो कुपरम्पराएँ कायम हो रही हैं उसका दुष्परिणाम सभी को आखिर भुगतना पड़ेगा। इनकी वजह से हमारे लोकतंत्र का रूप विकृत तथा राजनीति का अपराधीकरण होता जा रहा है और चनावों में हिंसा व गड़बड़ी बढ़ती जा रही है।

हम इस बात के पक्षधर नहीं हैं कि विपक्ष द्वारा संसद का काम न चलने दिया जाए लेकिन इसके साथ ही यह भी अनुभव करते हैं कि झारखंड के राज्यपाल की भूमिका उचित नहीं थी।

राज्यपालों के ऐसे व्यवहार के कारण उनके पद समाप्त करने की मांग की जाती रहती है। केन्द्र में सत्ताधारी दल द्वारा जिस तरह अपनी पार्टी के लोगों को राज्यपाल नियुक्त किया जाता है उससे उन पर पक्षपात के आरोप लगते हैं। स्वतंत्र व्यक्ति भी इस पद से जुड़ी जो सुख-सुविधाएँ हैं उन्हें देखते हुए केन्द्र सरकार की इच्छा के विरुद्ध नहीं जातें।

लोकतांत्रिक व्यवस्था व राजनीति में जिस तरह की गिरावट आ रही है उसे दूर.करने के लिए सभी बड़े नेताओं को दलगत राजनीति से ऊपर उठ कर स्वस्थ परम्पराएँ लाने के लिए गंभीरता से विचार करना चाहिए।

झारखंड में राज्यपाल ने शिबू सोरेन को जिस प्रकार सरकार बनाने के लिए आमंत्रित किया तथा उन्हें 20 दिन विश्वास मत के लिए दिए, उससे झारखंड में विधायकों की खरीद-फरोख्त बढ़ेगी तथा आया राम गया राम की संस्कृति जोर पकड़ेगी। राजनीतिक अनिश्चितता बढ़ेगी तथा राज्यपाल शासन या पुनः चुनाव की संभावनाएँ ही बनेंगी।

– विजय

संपादकीय लेखक

वैसे तो पत्रकारिता एवं जनसंचार के क्षेत्र में पदार्पण करने वाले प्रत्येक शिक्षार्थी को भारत के इतिहास और भूगोल का अच्छा ज्ञान होना चाहिए, परंतु संपादकीय लिखने के आकांक्षी पत्रकारों के लिए तो यह बहुत ही आश्यक है। यह भी आवश्यक है कि भारत का इतिहास और भूगोल अंग्रेजी इतिहास-भूगोल की पुस्तकों से न पढ़ा जाये, प्रत्युत भारतीय दृष्टि से पढ़ा जाए।

संपादकीय लेख का लेखन विचारों की दुनिया में रहता है। पर उसे पता होना चाहिए कि दुनिया में कहाँ क्या हो रहा है। विशेषज्ञता और टैक्नोलाजी के इस युग में उसे इस बात की पहचान होनी चाहिए कि मानवीय आकांक्षाएँ और दुर्बलताएँ क्या हैं। उसे यह ज्ञात होना चाहिए कि कोई भी घटना उसी अनुपात में बड़ी होती है, जिस अनुपात में वह मानवों को प्रभावित करती है। इसके लिए कोरा ज्ञान उतना जरूरी नहीं है, जितना कि संवेदनशील एवं बुद्धिमान होना। अणुयुद्ध का जनता पर क्या असर होगा यह जानने के लिए भौतिकीविद् होना जरूरी नहीं है, पर संवेदनशील होना जरूरी है। अन्य व्यवसायों में लोग कम से कम चीजों के बारे में अधिक से अधिक जानते हैं, पर यहाँ इससे उलटा है अर्थात् उसे अधिक से अधिक चीजों के बारे में न्यूनातिन्यून जानना ही चाहिए। इसीलिए पत्रकार बनने की पहली सीढ़ी पर कदम रखते ही बताया जाता है कि किसी एक विषय के विशेषज्ञ बनो और अन्य अनेक विषयों को थोड़ा-बहुत जानो।

कर्त्तव्य

अन्य व्यवसायों की तरह अब पत्रकारिता भी व्यवसाय बन गई है, पर अग्रलेख-लेखक को अपने निम्नलिखित कर्त्तव्यों का ध्यान रखना आवश्यक है–

1. वह तथ्यों को ईमानदारी से पेश करे और पाठकों को कभी पथभ्रष्ट करने का प्रयत्न न करें।
2. वर्णित तथ्यों से निष्कर्ष निकालने में सदा निष्पक्ष रहें।
3. व्यक्तिगत स्वार्थों से दूर रहे और कभी भ्रष्टाचार में लिप्त न हों।
4. अपनी भूल की ओर इंगित करने वाले या अपने मत से विपरीत मत रखने वाले लोगों का उचित आदर करें।

5. नयी जानकारी के आधार पर अपने निष्कर्षों पर पुनर्विचार करने को सदा तत्पर रहे।
6. जीवन की जनतंत्रीय विचारधारा में उसकी आस्था हो और अपने विचारों में वह सदा दृढ़ रहे।
7. पत्रकारिता के स्तर को उन्नत रखने में सदा अपने सहयोगियों की सहायता करे और सदा यह ध्यान रखे कि सहयोगियों की प्रतिष्ठा में ही उसकी अपनी और समाचार पत्र की प्रतिष्ठा है।

पत्रकार-प्रवर पुलिट्ज़र सदा तीन बातों पर जोर दिया करता था–

1. संक्षेप,
2. सीधापन
   शैली।

कभी-कभी अग्रलेख इतने लंबे हो जाते हैं कि पाठक का मन उन्हें पढ़ने का नहीं होता। यदि 500 शब्द लिखना चाहते हों तो थोड़ा ठहर कर सोचें कि क्या इससे आधे से काम नहीं चल सकती। अग्रलेख की सफलता इसी बात में है कि उसका लेखक जो कुछ कहना चाहता था उसे वह सही ढंग से कह सका या नहीं? वह पाठक की दृष्टि से सुसंगत है या नहीं? पाठक के मन में जो प्रतिक्रिया और विचार-शृंखला वह पैदा करना चाहता था, वह कर सका या नहीं? और इस दृष्टि से अच्छे अग्रलेख की उसी तरह कोई कीमत नहीं आंकी जा सकती जैसे किसी अच्छी कविता की।

अग्रलेख-लेखक का काम इतना ही है कि वह किसी केंद्रीभूत विचार पर अपना ध्यान केन्द्रित करे और उसे पाठक के मन पर उतार दे। पाठक सहज ही जो बात अनुभव करता है, अग्रलेख उसके लिए उसे युक्तियाँ देता है। जनता अग्रलेख को अपने मत के समर्थन में तर्क जुटाने के लिए पढ़ती है। अच्छा अग्रलेख पाठक को चिंतन के लिए प्रेरित करता है। संपादक की निष्पक्षता पर यदि पाठक को विश्वास हो तो वह संपादक के मत से सहमत भी होता है। पर केवल एक संपादकीय से पाठक का मत-परिवर्तन करना संभव नहीं। वास्तव में तो संपाकीय लेख का मुख्य कार्य पाठक को विचार करने के लिए प्रेरित करना है। किसी दल, वर्ग या संप्रदाय का समर्थन या विरोध संपादक का काम नहीं। हमेशा समाधान देना या 'सही' होने का गर्व भी इष्ट नहीं। यह संभव है कि किसी राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय मुद्दे पर कभी वह ऐसा प्रबल संघर्ष करे, मानो धर्मयुद्ध कर रहा हो, पर ऐसे अवसर हमेशा नहीं आते। जो संपादक चाहता है कि सार्वजनिक हितों के विषयों पर तर्कसम्मत और निष्पक्ष विचार-विनिमय हो, उसे वैसी परिस्थितियों के निर्माण के लिए सदा तत्पर रहना चाहिए।

कांतासम्मत

अग्रलेख संबंधी कुछ अन्य दोष भी हैं जिनसे संपादक को सदा बचना चाहिए। जैसे बिना गंतव्य स्थान का निश्चय किये बिना चल पड़ने से पथिक कभी मंजिल पर नहीं पहुँच सकता, वैसे ही संपादक को भी लिखने से पहले लेख का उद्देश्य मन में निर्धारित कर लेना चाहिए– इस सीमा तक कि अग्रलेख का सार एक वाक्य में बताया जा सके। अपर्याप्त तथ्यों के आधार पर अपनी लेखनी से कतिपय निष्कर्षों की घोषणा किसी भी संपादक को शोभा नहीं देती। जो भी अग्रलेख लिखा जाय, उसमें साहित्यिक पुट रहना चाहिए, असाहित्यिक लेखन को कोई भी पाठक पसंद नहीं करता। अग्रलेख कभी लापरवाही से न लिखा जाए, लिखने में पूरी सावधानी बरती जाए। परम अतिशयता-बोधक (सुपरलेटिव डिग्री) वाक्यों के प्रयोग से सदा बचना चाहिए। अधूरे वाक्य, अपरिचित और अप्रचलित शब्दों का प्रयोग, गलत वर्तनी, संज्ञा का विशेषण की तरह प्रयोग और मध्यम पुरुष का प्रयोग भी पाठक के मन में संपादक की योग्यता के प्रति शंका पैदा करते हैं। हीनोपमा, या शब्दालंकारों और अर्थालंकारों का पंगु प्रयोग भी

संपादक का मान घटाता है। लंबे-लंबे वाक्य या सुदीर्घ पैरेग्राफ और बहुत लंबा (या बहुत छोटा) अग्रलेख भी पाठक के लिये रुचिवर्द्धक नहीं हो सकता।

संपादक सर्वज्ञ नहीं होता। उसके मन में भी संदेह और शंकाएँ होती हैं। इन संदेहों और शंकाओं को छिपाने के लिये या विवाद से बचने के लिए या अपनी निष्पक्षता प्रकट करने के लिए कुछ खास ढंग से वाक्य-खंड प्रयुक्त होते हैं। जैसे–'जरूरी प्रतीत होता है', 'ऐसा हो सकता है', 'यह देखना शेष है', 'एक तरह से', 'एक रास्ता यह भी है', 'यह जानना कठिन है', 'आशा के सबल आधार', 'स्थापना सही प्रतीत होती है', 'यह स्पष्ट लगता है', 'किसी कदर'–इत्यादि वाक्य खंडों के प्रयोग से लेखक के युक्तियुक्त होने का आभास होता है, कम से कम यह तो लगता ही है कि लेखक में दुराग्रह नहीं है। पर इन वाक्य खंडों के बारंबार प्रयोग से लेखक का अज्ञान ही सामने आता है। यों अपने अज्ञान को छिपाने के लिए भी संपादक लोगों ने खास ढंग की एक शब्दावली बना रखी है। जरा उसका भी मुलाहिजा लें–'सावधानीपूर्वक अध्ययन की आवश्यकता है', 'सही दिशा में एक कदम है', 'उसके बारे में कुछ न कुछ किया जाना चाहिए', 'इसकी जिम्मेदारी सीधी उन कंधों (जो कंधे सब से निकट नजर आयें) पर है, यह चेतावनीपूर्ण स्थिति है', 'शाश्वत जागरूकता आवश्यक है', 'कटु वास्तविकताएँ', 'नग्न तथ्य', 'दोषपूर्ण चिन्तन', 'हम कहने का साहस करते हैं', आदि।

अच्छा संपादीय लिखने में समय लगता है। कभी-कभी ऐसे संपादकीय लेख पढ़ने को मिलते हैं, जिन्हें देखकर लगता है कि अच्छे-भले विषय को भी चक्की के दो पाटों के बीच में रखकर पीस दिया गया हो, उसका कचूमर निकाल दिया गया हो, या जैसे किसी कसाई के छुरे के नीचे रखकर उसे जिबह कर दिया गया हो। इसे देहाती भाषा में गंध काटना या घास काटना कह सकते हैं। एक बार मध्यप्रदेश के एक प्रमुख पत्र के संपादक दस पंद्रह दिन के लिए दिल्ली आए, तो उन्होंने बड़े गर्व के साथ कहा–"मैं तो आगामी 15 दिन के लिए सब अग्रलेख पहले से ही लिखकर यहाँ आया हूँ।' ऐसे अग्रलेखों की क्या कीमत होगी और उनके पीछे कितना चिंतन तथा पाठकों का मार्गदर्शन होगा, यह स्वत: सिद्ध है। अपने पाठकों पर उद्देश्यहीन, तर्कहीन और असंगत वाक्यों की बौछार व्यर्थ है। अच्छा गद्य वह है, जिसमें पद्य की सी लय हो। जब तक संपादकीय लेख में अर्थ गांभीर्य, वाग्-वैदग्ध्य और कुछ चमत्कार न हो, तब तक पाठक को उसमें आनंद नहीं आता।

संपादकीय लेखन की प्रक्रिया

विमान चालन के लिए कोई कह सकता है–उसमें क्या रखा है, विमान में बैठो और उसे उड़ाना शुरू कर दो। उचित प्रशिक्षण पाकर विमान चालक बन जाने के पश्चात् यह काम इतना ही आसान हो सकता है, पर बिना प्रशिक्षण-प्राप्त किए किसी नौसिखिये के लिए विमान चलाना संभव नहीं है। यही बात अग्रलेख के लेखक के साथ है। यहाँ 'पंडित सोई जो गाल बजावा' या 'ढाई आखर प्रेम का पढ़े सो पंडित होय' वाली कहावत लागू नहीं होती। अग्रलेख-लेखन के लिए भी उचित प्रशिक्षण, पर्याप्त अनुभव और अभ्यास अपेक्षित है।

समाचारपत्र कार्यालयों में यह काम प्राय: मुख्य संपादक करता है। प्रतिदिन निश्चित समय पर वह अपने सहयोगी अग्रलेख-लेखकों की बैठक बुलाता है। उनसे उस दिन के घटनाचक्र के विषय में विचार-विनिमय करता है और फिर यह निश्चय करता है कि अमुक घटना-विकास के बारे में हमारे समाचारपत्र को क्या विचार-दिशा अपनानी चाहिए और उसके बाद अपने सहयोगियों को उनकी रुचि और योग्यता के अनुसार विषय बाँट देता है कि अमुक-अमुक विषय पर अमुक-अमुक व्यक्ति अग्रलेख लिखेगा।

पुस्तकालय में रखे संदर्भ-ग्रन्थों और समाचार-पत्रों की विषयवार संचित कतरनों की सहायता से वह उस विषय के संबंध में अधिकतम और नवीनतम जानकारी हासिल करता है। साथ ही ताजा समाचारों पर भी पैनी नजर डालता है क्योंकि घटना-प्रवाह इतनी तेजी से

परिवर्तित होता है कि लिखते-लिखते ही अकस्मात् सारा लिखा हुआ असंगत और कालातीत बन सकता है। फिर जो कुछ लिखना होता है, उसकी रूपरेखा वह अपने मस्तिष्क में तैयार करता है और उसके बाद लिखना प्रारंभ करता है। पहले विषय-प्रवेश, फिर उसका क्रमिक विस्तार और अंत में निष्कर्ष इस प्रकार प्रत्येक सामान्य अग्रलेख में प्राय: तीन अनुच्छेद (पैराग्राफ) होते हैं।

अग्रलेख-लेखक प्राय: आपस में एक-दूसरे के लिखे हुए को पढ़ते हैं ताकि प्रमाद या अनवधानता के कारण कहीं कोई लेखनी-स्खलन (पेन-स्लिप) न रह जाए। अंत में संपादक सब अग्रलेखों को स्वयं देखता है और उसमें यथोचित संशोधन, परिवर्तन और परिवर्धन करता है। उसके बाद वे अग्रलेख कंपोज होने के लिए प्रेस में भेज दिए जाते हैं। कभी-कभी घटनाचक्र में आकस्मिक परिवर्तन हो जाने से अखबार के छपते-छपते मशीन रुकवाकर भी मैटर में आवश्यक परिवर्तन किये जाते हैं। जो संपादक इतनी निगरानी नहीं रखते, वे कभी-कभी विद्रूप के शिकार हो जाते हैं। मान लीजिए कि कोई मान्य और लोकप्रिय नेता बीमार है, समाचार आया कि उसके स्वास्थ्य में सुधार हो रहा है। राष्ट्र के लिए उस नेता के जीवन की उपयोगिता समझते हुए आपने उसके स्वास्थ्य और चिर-जीवन की कामना करते हुए अग्रलेख लिख दिया। अकस्मात् आधी रात के पश्चात् उस नेता का स्वर्गवास हो गया। अगले दिन प्रात: समाचारपत्र के प्रथम पृष्ठ पर उस नेता के स्वर्गवास का समाचार प्रमुख स्थान पर जा रहा होगा जब कि समाचार के संपादकीय पृष्ठ पर अग्रलेख में आप उस नेता के स्वास्थ्य की कामना कर रहे हैं। इस प्रकार की असंगतियों से बचने के लिए ही जब किसी बड़े नेता की गंभीर दशा का समाचार मिलता है तब संपादकगण उसकी जीवनी और राष्ट्र के लिए किये गए उसके कार्यों का सचित्र विवरण तथा अन्य सामग्री पहले से ही तैयार रखते हैं, ताकि अवसर आने पर वे पिछड़ न जाएँ।

शीर्षक और प्रथम वाक्य

अग्रलेख के शीर्षक और पहले वाक्य का भी बहुत महत्त्व होता है। शीर्षक की तुलना तो 'शो-विंडो' से की जाती है, जो दूर से ही ग्राहक को आकर्षित कर अपने पास बुलाती है। प्रथम वाक्य ऐसा जायकेदार लुकमा होता है कि उसके मुँह में आते ही थाली में परोसा सारा भोजन चट कर जाने को जी चाहता है। यदि पाठक ने सहज भाव से रुचिपूर्वक सारा अग्रलेख पढ़ लिया तो लेखक का श्रम सार्थक हो गया। पाठक उस अग्रलेख से सहमत होता है या असहमत, यह बाद की बात है। उसकी प्रमुख सफलता इसी बात में है कि वह अधिक से अधिक पाठकों द्वारा पढ़ा जाए। अग्रलेखों को वैसे ही सब लोग नहीं पढ़ते। जो अपेक्षाकृत अधिक जिज्ञासु लोग होते हैं – वही पढ़ते भी हैं, उनके पल्ले यदि बारंबार बोरियत ही पड़े, तो वे भी पढ़ना छोड़ देंगे। अग्रलेख में प्रथम वाक्य का क्या महत्त्व है। यह इस बात से भी स्पष्ट हो जाएगा कि एक सुयोग्य साथी वर्षों से अग्रलेख लिखते आ रहे हैं, परंतु 'अग्रलेख का प्रथम वाक्य क्या हो'–इस विषय पर प्रतिदिन वे अपने साथियों से अवश्य परामर्श करते हैं।

अग्रलेख-लेखकों का भी अपना मन और रुझान होता है, पर कभी-कभी उन्हें मन मारकर ऐसे विषयों पर भी अग्रलेख लिखने पड़ते हैं जिनमें स्वयं उनको भी रस नहीं आता। किसी राजनीतिक दल के समर्थन में, या नागरिक समस्याओं के संबंध में या नैतिकता संबंधी या, किसी दूरस्थ घटना के संबंध में अग्रलेख लिखना प्राय: अरुचिकर कार्य समझा जाता है। उसी अनुपात में महत्त्वपूर्ण राष्ट्रीय मामलों पर, या ललित-कलाओं के संबंध में, या किसी को श्रद्धांजलि अर्पित करने, या संपादक के अपने निजी अनुभव एवं चिंतन से प्रसूत विनोदात्मक अग्रलेख लिखने वाले का मन भी खूब रमता है।

संपादकीय के प्रकार

कुछ प्रमुख पत्रों ने अग्रलेखों की सामान्य दैनिक परंपरा से हटकर रविवार के दिन गैर-राजनीतिक या ग्रामीण जनता संबंधी, या हल्के-फुल्के अग्रलेख देने प्रारंभ किये हैं। उनमें एक प्रकार उद्धरण-प्रधान लेखों का भी है। साहित्यिक पुट अधिक होने के कारण शिक्षित और बुद्धिजीवी लोगों में ऐसे उद्धरण-प्रधान अग्रलेख लोकप्रिय भी हैं। आम तौर पर तो पाठक इसी बात से चकित होता है कि संपादक का ज्ञान कितना गहरा है, कितनी भाषाओं का वह पंडित है, और संस्कृत के कितने श्लोक, उर्दू और फारसी के कितने शेर, कुरान की कितनी आयतें, रवि बाबू के कितने गीत, तुकाराम के कितने अभंग, कबीर की कितनी साखियाँ और तिरवल्लुवर के कितने पद तथा अन्य अनेक कितनी सूक्तियाँ उसे कंठस्थ हैं। पर पाठक को क्या पता कि आजकल सब प्रकार के उद्धरणों के संकलनों की पुस्तकें तैयार हैं। अलबत्ता उन उद्धरणों के यथास्थान प्रयोग के लिए अक्ल चाहिए। पर उद्धरणों की अधिकता से अग्रलेख उधार लिया हुआ-सा लगता है। यों ऐसे अग्रलेखों में श्रम भी बचता है, क्योंकि स्थान तुरंत भरता जाता है। यदि उद्धरण-प्रधान अग्रलेखों में किसी एक केंद्रीय विचार को सामने रखकर उसका विस्तार करते हुए इस प्रकार ताना-बाना बुना जाय कि लेख की समाप्ति पर वृत्त पूरा होता लगे, तो उस सुसंगत-सुगठित लेख को पढ़कर पाठक जितना आनंदविभोर होगा, उतना ही वह बोर होगा असंगत, बेतुके, ऊटपटांग उद्धरणों की भरमार से।

सामान्यतया समाज की सहायता के लिए जो अग्रलेख लिखे जाते हैं उनमें कुछ तो कर्त्तव्य-बोधक होते हैं–जैसे बाढ़, अकाल या भूकंप की विभीषिका के उपस्थित होने पर विपद्ग्रस्त लोगों की सहायता के लिए जनता को प्रेरित किया जाता है। कुछ उत्साहवर्धक अग्रलेख होते हैं–जैसे भारत-चीन या भारत-पाक संघर्ष के समय जनता का मनोबल ऊँचा रखने के लिए प्रायः लिखे जाते हैं। कुछ अग्रलेख पक्ष-समर्थक होते हैं–खास तौर से राजनीतिक दलों की ओर से प्रकाशित होने वाले दलीय पत्रों में ऐसे अग्रलेख पक्ष-समर्थक होते हैं कुछ जिहादी अग्रलेख होते हैं–जैसे हिंदी के समर्थक पत्र हिंदी के बारे में और अंग्रेजी समर्थक पत्र अंग्रेजी के बारे में प्रायः लिखते हैं। या संप्रदाय विशेष के पत्र अपने संप्रदाय के समर्थन में और दूसरे संप्रदाय के विरोध में ऐसे लेख लिखते हैं। कुछ अग्रलेख होली-दीवाली-विजयादशमी आदि पर्वों पर तथा स्वतंत्रता-दिवस और गणराज्य-दिवस पर भी लिखे जाते हैं। कुछ अग्रलेख मौसम संबंधी भी होते हैं–जैसे बसंत, ग्रीष्म, हेमंत आदि पर। हिंदी के समाचार-पत्रों में ऐसे अग्रलेख प्रायः कम होते हैं, जबकि विदेशों के पत्रों में मौसम संबंधी अग्रलेखों का भी अच्छा चयन है और वहाँ के लोग उन्हें चाव से पढ़ते हैं। अग्रलेखों के विषयों के उक्त सामान्य क्षेत्र के अलावा एक विशिष्ट क्षेत्र भी है और वह क्षेत्र है, 1. राजनीतिक, 2. शिक्षा, 3. श्रमिक और 4. अपराध का। इन चारों विषयों से संबद्ध समस्याओं पर लेखनी उठाते हुए संपादक का मुख्य लक्ष्य केवल जन-हित होना चाहिए, वर्ग-हित में नहीं।

3.4 सामयिक लेख

संपादकीय पृष्ठ पर संपादकीय के अलावा भी बहुत कुछ होता है। इसमें सर्वप्रथम है सामयिक लेख। जिस प्रकार संपादकीय में अखबार की राय होती है ठीक उसी प्रकार सामयिक लेख में विशिष्ट विषय पर विशिष्ट व्यक्ति की राय और विश्लेषण होता है। बहुधा यह व्यक्ति अपने विषय का पारंगत होता है। सामयिक लेख के लिए विषयों का विभाजन भी किया जा

सकता है। जैसे राजनीतिक, आर्थिक, अन्तरराष्ट्रीय, राष्ट्रीय और प्रादेशिक इत्यादि। इन दिनों और विषयों के अपने स्तम्भ भी बन जाते हैं। उदाहरण के लिए कुलदीप नायर, खुशवन्त सिंह और बलराज मेहता जैसे पत्रकार आजकल विभिन्न समाचार पत्रों में लिखते हैं। उनका एक ही लेख अनेक समाचार पत्रों में एक साथ प्रकाशित होता है। ऐसा प्रयास किया जाता है कि इस प्रकार के सामयिक लेख लिखने वाला न केवल प्रतिष्ठित हो बल्कि अपने विषय का पारंगत भी हो। संपादकीय की ही तरह यह लेख भी जनमत जाग्रत करने, जनमत को दिशा देने और जनता को राय बनाने में मदद देता है।

3.5 संपादक के नाम पत्र

संपादक की राय और विशेषज्ञ की राय के पश्चात् सबसे महत्वपूर्ण है पाठक की राय। संपादकीय पृष्ठ पर ही संपादक के नाम पत्र के लिए भी निश्चय ही एक स्थान सुरक्षित रहता है। किसी भी अखबार की लोकप्रियता का मापदण्ड उसके यहाँ आने वाले पाठकों के पत्र ही हैं। यही वजह है कि पाठकों के अधिकाधिक पत्रों को प्रकाशित करने का प्रयास किया जाता है।

पाठकों के पत्र में संपादकीय की ही तरह किसी भी विषय पर पाठक की अपनी राय हो सकती है। पाठक अखबार की प्रशंसा भी कर सकता है तथा किसी खबर, रीति-नीति और यहाँ तक कि संपादकीय की आलोचना भी कर सकता है। आलोचना पाठकों के पत्र छापना समाचार पत्र के लिए बहुत जरूरी है। क्योंकि समाचारपत्रों को अक्सर आलोचना करनी ही पड़ती है। ऐसी स्थिति में अपनी आलोचना को स्थान देना भी एक स्वस्थ प्रक्रिया है। इससे अखबार की लोकप्रियता भी बढ़ती है। पाठकों के पत्र भी जनमत को भी प्रतिबिम्बित करते हैं इसलिए जितना महत्त्व संपादकीय अथवा विशेषज्ञों के सामयिक लेखों का है। उससे कम महत्त्व पाठकों के पत्र का नहीं है।

प्राय: प्रत्येक समाचार-पत्र ने इस स्तंभ के नाम अलग-अलग रखे हुए हैं। 'लोकवाणी' ('हिन्दुस्तान', दिल्ली), 'जनवाणी' ('राष्ट्रदूत', जयपुर), 'आपने लिखा है' ('आर्यावर्त' पटना), 'नजर अपनी-अपनी', ('नवभारत टाइम्स'), 'जनता की आवाज' ('विश्वमित्र बंबई), आदि। पर सबका अभिप्राय एक ही है। जितने पाठक 'संपादक के नाम पत्र' स्तभं के होते हैं, उतने अग्रलेख के नहीं होते। कारण यह है कि अग्रलेख केवल किसी एक व्यक्ति के विचारों का, संपादक या संपादकीय मंडल के विचारों का प्रतिनिधित्व करता है, जबकि यह स्तंभ जनता के विचारों का प्रतिनिधित्व करता है। जनता के द्वारा लिखे गए संपादक के नाम ये छोटे-छोटे पत्र एक तरह से जनता के अग्रलेख होते हैं।

इस स्तंभ की एक और विशेषता होती है। पाठक अधिक ईमानदारी से लिख सकता है। यह स्तंभ एक खुला जनमंच का सब से बढ़िया माध्यम है। स्वतंत्र देश के नागरिक प्रत्येक विषय में अपनी राय दें, यह अच्छी बात है और स्वतंत्र जनतंत्र के विकास के लिए उपयोगी भी है। स्तंभ से सरकार को यह पता चलता रहता है कि अमुक कदम की जनता पर क्या प्रतिक्रिया हुई है? जो सही नीति-निर्धारण में सहायक होता है। फिर समाचारपत्र के अन्य स्थान तो नेताओं के भाषणों या अन्य समाचारों से भरे रहते हैं, ले-देकर यही एक स्तंभ जन-सामान्य के लिए बचता है। इस स्तंभ में पत्र लेखक अपने मन की बात कह सकता है। वह अशिक्षित जनता के विचारों को भी प्रकाश में ला सकता है। इसलिए 'संपादक के नाम पत्र' का लेखक आदर का पात्र है, उपेक्षा का नहीं।

यह पत्र-लेखक कौन है? जो लोग आपसे सहमत होते हैं, वे सामान्यत: पत्र कम लिखते हैं। जो असहमत होते हैं, अधिकतर वे ही पत्र लिखते हैं। इसलिए उन पत्रों को छापने की संपादक की एक नैतिक जिम्मेदारी होती है। चूँकि पत्र-लेखन के विचार संपादक से भिन्न होते

हैं, इसलिए उन्हें प्रकाशित करने के लिए मानसिक साहस की आवश्यकता होती है। कुछ समाचारपत्र इतने उदार नहीं होते। वे सदा अपने मंतव्य के समर्थक पत्र ही छापते हैं। खास तौर से दलीय पत्र इस रोग से अधिक ग्रस्त होते हैं। समाचारपत्र की महत्ता इस बात में है कि वह निष्पक्ष रहे और मानवीय दृष्टि से जितना संभव हो निष्पक्ष रह कर अपने मंतव्य के कटु आलोचकों के पत्रों को भी प्रकाशित करे। हाँ, पत्रों की भाषा में शिष्टता और शालीनता का ध्यान तो होना ही चाहिए।

जब तक अग्रलेख निर्जीव होंगे, तब तक संपादकीय पृष्ठ भी निर्जीव रहेगा और निर्जीव संपादकीय पृष्ठ में 'संपादक के नाम पत्र' वाला स्तंभ कभी सजीव नहीं हो सकता। कभी-कभी इस स्तंभ को जीवंत बनाने के लिए संपादकीय विभाग के लोग ही किसी ऐसे विषय पर अपनी ओर से चर्चा का श्रीगणेश करते हैं, जिस पर जनता का ध्यान तुरंत जाता है और पक्ष-विपक्ष में पत्र आने शुरू हो जाते हैं।

पाठकों के ये पत्र अधिकतर किन विषयों पर होते हैं? प्राय: संपादकीय नीति के पक्ष या विपक्ष में ही सामान्य जन अपने विचार प्रकट करते हैं। जो पत्र इस स्तंभ में प्रकाशित होते हैं उनके समर्थन या विरोध में भी पाठकों के पत्र आते हैं। समाचार पत्र में प्रकाशित लेखों के बारे में भी पत्र आते हैं। अनेक बार किसी सामान्य या असामान्य समाचार के संबंध में पाठक अपनी प्रतिक्रिया व्यक्त करते हैं। कभी-कभी किसी दार्शनिक या साहित्यिक विषय पर भी इसी स्तंभ में वाद-विवाद चलता है।

शिकायती पत्र

हिंदी के समाचारपत्रों में सबसे अधिक पत्र होते हैं–व्यक्तिगत शिकायतों के। इससे हिन्दी-भाषी समाज की आर्थिक और सामाजिक दशा का भी अपने आप बोध हो जाता है। अन्य प्रादेशिक भाषाएँ बोलने वाले लोगों की भी स्थिति संभवत: हिंदी-भाषी समाज से बेहतर नहीं है, पर अंग्रेजी भाषा के समाचारपत्रों में व्यक्तिगत शिकायतों के पत्रों की न्यूनता इस बात का संकेत तो है ही कि भारत का आंग्ल भाषा-भाषी, समाज उतना अभावग्रस्त, शोषित और पीड़ित नहीं है, जितना गैर-आंग्ल भाषा-भाषी समाज है। ये व्यक्तिगत शिकायतें भी बड़ी विविध ढंग की होती हैं। किसी को भविष्य-निधि का पैसा नहीं मिला, विधवा को उसके स्वर्गीय पति की पेंशन नहीं मिली, डाकखाने से मनीआर्डर गायब हो गया, विद्यार्थी को उसका परीक्षा-परिणाम या रोल नंबर नहीं मिला, किसी डाकखाने में लिफाफे या पोस्टकार्ड ही खत्म हो गए, कोई अध्यापक या नगर निगम का चतुर्थ श्रेणी का कर्मचारी तीन मास से वेतन न मिलने से परेशान है, कहीं बस-सर्विस ठीक नहीं है, कहीं यात्रियों से कंडक्टर के दुर्व्यवहार की शिकायत है, दिल्ली दुग्ध-योजना के अंतर्गत बने दुग्धकेंद्रों पर अव्यवस्था की शिकायत है, सड़कें टूटी होने और नालियों की सफाई न होने की शिकायत है। ऊपर की मंजिल पर पानी न चढ़ने और चाहे जब बिजली गुल हो जाने की शिकायत तो आम है। यातायात-नियमों के उल्लंघन और पुलिस की ज्यादती की शिकायत भी आम है, कहीं इसी सरकारी विभाग की धाँधली की शिकायत है। कहीं किसी सरकारी अफसर की रिश्वत और भ्रष्टाचार की शिकायत है। रेलों में कुलियों और आरक्षण संबंधी शिकायतों की भी कमी नहीं होती–इस प्रकार दैनिक जीवन में सामान्य नागरिक को जिन-जिन परेशानियों से गुजरना पड़ता है, उन सबकी शिकायत वह पत्र लिखकर अखबार में छपवाना चाहता है।

प्रश्न यह है कि अखबार में छपे इन शिकायती पत्रों का कुछ प्रभाव भी होता है या नहीं? इसका उत्तर यह है कि जो समाचारपत्र जितना अधिक प्रतिष्ठित होता है और जिसका जितना अधिक प्रसार होता है, उसमें छपे पत्र का उतने ही बड़े पैमाने पर असर होता है। शायद छोटे-मोटे अखबारों में प्रकाशित शिकायती-पत्रों का उतना असर नहीं भी हो। इसीलिए बड़े अखबारों के कार्यालयों में संपादक के नाम भेजे गए शिकायती पत्रों की भरमार रहती है। कभी-कभी पाठक

किसी सरकारी अधिकारी की, थानेदार की, मंत्री को, प्रधानमंत्री को या राष्ट्रपति को भेजे अपने व्यक्तिगत शिकायती-पत्र की प्रतिलिपि संपादक के पास भेजते हैं, परंतु कोई संपादक प्रतिलिपि वाले पत्रों को छापना पसंद नहीं करता।

कभी-कभी इस स्तंभ में व्यक्तिगत राग-द्वेष से प्रेरित पत्र भी छप जाते हैं। किसी बेनाम नाम स या किसी अन्य व्यक्ति के नाम से भी पत्र भेजने से लोग नहीं चूकते और ऐसे पत्र छप भी जाते हैं। पर इसमें संपादक का कोई दोष नहीं होता, क्योंकि पाठक से अपरिचित होने या दूरस्थ होने के कारण संपादक पाठक की ईमानदारी की परख नहीं कर सकता। वह अपनी सहज उदारता या नैतिक जिम्मेदारी की भावना से उस पत्र को प्रकाशित कर देता है। जब अदालत की मार्फत उसे किसी व्यक्ति की मानहानि की नोटिस मिलती है तो पेशियाँ भुगताने में परेशान उसी को होना पड़ता है, क्योंकि कानून की दृष्टि से पत्र या लेखक उस मानहानि के मामले की पकड़ में नहीं आता, पर उस पत्र को प्रकाशित करके जनता के समक्ष लाने वाला संपादक कानून के शिकंजे से नहीं बच पाता। इससे यह भी स्पष्ट है कि इस स्तंभ का संपादन करने वाले व्यक्ति की कितनी अधिक जिम्मेदारी होती है।

समाचारपत्र मूल रूप से जनता-जनार्दन की सेवा के लिए है, इसलिए होना तो यह चाहिए कि शिकायती पत्र प्राप्त होने पर उसकी प्रतिलिपि संपादक की ओर से उस संबद्ध अधिकारी को भेजी जाए, जिसके विरुद्ध शिकायत की गई है। फिर उसका जो उत्तर आए उस उत्तर के साथ यह शिकायती पत्र अखबार में प्रकाशित किया जाए। परंतु समाचारपत्र कार्यालय का काल इससे बहुत बढ़ जाएगा। अंग्रेजी का 'स्टेट्समैन' कुछ अर्से से इस प्रकार की परंपरा चला रहा है, परंतु हिंदी के किसी समाचारपत्र द्वारा अभी तक इस प्रकार की किसी नियमित कार्रवाई की सूचना देखने-सुनने में नहीं आई।

ये शिकायती पत्र स्वयं पत्र-लेखक की दृष्टि में जितने महत्त्वपूर्ण होते हैं उतने महत्त्वपूर्ण अन्य पाठकों की दृष्टि में नहीं होते। यदि संपादक के नाम पत्र वाले स्तंभ में ऐसे शिकायती-पत्रों की ही भरमार हो तो अन्य पाठक 'बोर' हो सकते हैं और स्तंभ का स्तर भी गिरता है, परंतु इन शिकायती पत्रों से सर्वथा किनारा कर लेना भी उचित नहीं होगा। इसलिए अच्छा यह है कि सप्ताह में एक या दो दिन निश्चित कर दिये जाएँ जब इस स्तंभ में केवल शिकायती पत्र ही प्रकाशित हों और शेष अन्य दिनों में शिकायती पत्र न देकर ऐसे पत्र प्रकाशित किये जायें जो अधिक से अधिक जनता की विविध समस्याओं को समाविष्ट करने वाले हों या विचारोत्तेजक हों और जिनमें बुद्धिजीवी लोग भी रुचि ले सकें।

कभी-कभी किसी पत्र के संबंध में संपादक की पाद-टिप्पणी आवश्यक होती है, जिसमें संपादक की ओर से किसी प्रश्न का उत्तर या सफाई दी गयी होती है। कभी ऐसा अवसर भी आता है जब संपादक को किसी पत्र के प्रकाशन के लिए खेद-प्रकाश करना पड़ जाता है। वह स्थिति निस्संदेह प्रिय नहीं होती। पर इससे घबराना क्यों? जनसेवा की यह भी एक अनिवार्य स्थिति है। जब कभी ऐसा करना जरूरी हो तब शालीनता और विनम्रता के साथ खेद-प्रकाश में भी संकोच नहीं करना चाहिए। सार्वजनिक रूप से जिन पत्रों का जवाब देना जरूरी हो, वह भी दिया ही जाना चाहिए। 'संपादक के नाम पत्र' स्तंभ में बारंबार एक ही विषय के पक्ष-विपक्ष में पत्रों के प्रकाशन से वह विषय जनता में आंदोलन का रूप ग्रहण कर लेता है। वह आंदोलन उग्र भी हो सकता है। यह जरूरी नहीं है कि वह आंदोलन समाचारपत्र के दृष्टिकोण के समर्थन में ही हो। जनता प्राय: भावुक अधिक होती है, तर्कशील कम। इसलिए आंदोलन के अवांछनीय रूप ग्रहण करने की संभावना उपस्थित होते ही उस प्रकार के पत्रों का प्रकाशन बंद कर दिया जाना चाहिए। इस संबंध में यहाँ एक उदाहरण याद आ रहा है। 'हिंदुस्तान' के रविवारीय संस्करण में कुछ वर्ष पहले 'वंदे मातरम्' गीत के प्रणेता और भारतीय साहित्य में नवयुग के

सूत्रधार स्व० श्री बंकिमचन्द्र चट्टोपाध्याय की रामायण के संबंध में एक व्यंग्य-प्रधान रम्य रचना छपी। स्वयं 'हिंदुस्तान' ने ही अपने लोकवाणी स्तंभ में उस रचना के पक्ष-विपक्ष में पत्र देने प्रारंभ किए। धीरे-धीरे आंदोलन इतना तूल पकड़ गया कि उसने साहित्यिक स्तर से हटकर राजनीतिक रूप ग्रहण कर लिया। उस समय दिल्ली में जनसंघ का प्रशासन था। प्रशासन भी भावना की रौ में बह गया। बड़ी कठिनाई से वह मामला शांत हो सका। इसी प्रकार विश्व हिंदी सम्मेलन को लेकर 'नवभारत टाइम्स' में छपे एक संपादकीय 'हिंदी मेला : आगे क्या?' को लेकर सम्मेलन के एक कार्यकर्त्ता ने उसके विरुद्ध जब एक पत्र आग्रहपूर्वक छपवा दिया तो उस पत्र के विरुद्ध सैकड़ों पाठकों ने इतने आक्रोशपूर्ण पत्र लिखे कि उस विषय को तुरंत विश्राम देना पड़ा। कहने का भाव इतना ही है कि 'संपादक के नाम पत्र' स्तंभ में किसी वाद-विवाद को प्रारंभ करना तो समाचार पत्र की लोकप्रियता में सहायक हो सकता है, पर उस वाद-विवाद को किस स्तर तक लाकर समाप्त कर देना चाहिए, यह जानना अत्यंत आवश्यक है।

अन्य स्तंभ

संपादकीय पृष्ठ पर विभिन्न स्तम्भों की भी परम्परा है जो कि नियमित भी होते हैं और समयबद्ध भी। इन स्तम्भों को पाठकों की अभिरुचि, आवश्यकता के अनुरूप निर्धारित किया जाता है। जैसे आकाशवाणी और दूरदर्शन की समीक्षा के स्तंभ। आम पाठक की रुचि को बनाए रखना तथा उसे पढ़ने के लिए ललचाना ही इन स्तम्भों की सफलता है। इन स्तम्भों से भी लगभग वही बात कही जाती है जो संपादकीय आदि के माध्यम से कही जाती है। यह स्तंभ ज्ञानवर्द्धक भी होता है।

3.6 व्यंग्य-विनोदात्मक स्तम्भ

इन्हीं स्तम्भों में अक्सर एक स्तम्भ होता है–हास्य अथवा व्यंग्य का स्तम्भ। सभी समाचार पत्र नियमित अथवा जब तब हास्य व्यंग्य का स्तम्भ जरूर चलाते हैं। इसका उद्देश्य होता है पाठक को गुदगुदाना। अन्य ठोस और गम्भीर सामग्री के बीच एक कोने में यह ऐसा स्तम्भ होता है जैसे गरिष्ठ भोजन के थाल में एक तरफ रखी चटनी जिसमें खट्टा, मीठा, कसैला और चरपरा सभी तरह का स्वाद होता है, जो कि जायका बदल देता है।

संपादकीय पृष्ठ के प्रति जनता की रुचि जागृत करने के लिए प्राय: हिंदी के पत्र उसी पृष्ठ पर एक हास्य-व्यंग्य का विनोदात्मक ढंग से लिखा स्तंभ प्रकाशित करने लगे हैं। सार्वजनिक न होने पर भी यह परंपरा उसी तरह वृद्धि पर है जैसे कवि-सम्मेलनों में हास्य-रस की कविताओं का पाठ। इससे संपादकीय पृष्ठ की नीरसता को कम करने में सहायता मिलती है। ऐसे स्तंभ के पाठकों की संख्या अग्रलेख के पाठकों की संख्या से अधिक होती है, क्योंकि इस में बात ऐसे ढंग से कही जाती है कि बुद्धि पर जोर नहीं पड़ता। जिस चीज के पढ़ने से बुद्धि पर जितना अधिक जोर पड़ता है, पाठक उससे उतना ही अधिक बिदकता है।

यद्यपि 'चौबेजी का चिट्ठा' या 'भंग की तरंग में' की यह परंपरा काफी पुरानी है। पर तीस-चालीस साल पहले तक इस प्रकार के स्तंभ की आवश्यकता केवल मासिक पत्रिकाओं में ही समझी जाती थी। शायद दैनिक पत्रों में इस प्रकार के स्तंभ की शुरुआत पं० इंद्र विद्यावाचस्पति ने 'अर्जुन' में 'गांडीव के तीर' और 'नारद की वीणा' से की थी। अब तो ऐसा लगता है कि जिन पत्रों में इस प्रकार का स्तंभ नहीं होता वे लोकप्रियता में एक सीढ़ी नीचे ही रह जाते हैं।

जब तक ऐसे स्तंभों के लेखन का उत्तरदायित्व किसी एक लेखक पर न हो तब तक उनमें एकरूपता संभव नहीं है, फिर भी ऐसे स्तंभों की लोकप्रियता का प्रमाण यह है कि जिस किसी

पत्र में भी ऐसा स्तंभ होता है उस पत्र में वही स्तंभ सबसे अधिक पढ़ा जाता है।

इस प्रकार के स्तंभ में प्राय: दैनिक घटनाओं की व्यंग्यपूर्ण चर्चा होती है। उसमें राजनीतिक चर्चा के साथ साहित्यिक पुट भी रहता है। एक तरह से वह साहित्यिक रचना की ही कोटि में आता है। यद्यपि सामयिक घटना पर आधारित होने के कारण उसमें उतना स्थायित्व नहीं होता। इस प्रकार के कुछ स्तंभों में नेताओं की उक्तियों या वक्तव्यों के किन्हीं अंशों या फुटकर छोटी खबरों पर एक-दो वाक्य में ही चुटकी ली जाती है। पाठक को तो उसमें रस आएगा ही।

इस प्रकार के स्तंभों का लेखन उतना आसान नहीं होता, जितना समझा जाता है। फिर रोज-रोज लिखना तो और मुश्किल होता है। जब किसी एक ही व्यक्ति को यह काम रोज करना पड़े तो पाठक को भले ही उसमें आनंद आए, पर लेखक के लिए तो यह निरानंद का विषय रहता है–ठीक वैसे ही जैसे भोजन में उपस्थित षड्रस व्यंजनों के उपभोग में खाने वाले को तो आनंद आ सकता है, पर रसोइए के लिए तो वह श्रम-साध्य ही होता है। यह भी संभव है कि जिस व्यक्ति को समाचारपत्र के कार्यालय में इस प्रकार का स्तंभ लिखने का काम सौंपा जाता है, उसे कार्यालय संबंधी अन्य कामों का दायित्व भी निभाना पड़ता हो और जब अन्य काम में वह थक कर चूर हो जाय तब उसे पाठकों के मनोरंजनार्थ यह 'स्पेशल डिश' या चटपटी चाट तैयार करनी पड़ती हो। ऐसा करने के लिए लेखक को इन स्तंभों में कभी-कभी व्यर्थ की 'लफ्फाजी' या 'बकवास' मात्र का सहारा लेना पड़ता है। पाठक इससे संतुष्ट नहीं होता, उसे लेखक की मनोदशा से क्या मतलब। उसे तो रोज मेज पर गरमागरम, ताजा और स्वादिष्ट भोजन चाहिए।

पत्रों के विविध स्तम्भ

प्रेरक प्रसंग

प्रार्थनासे ऊंची सेवा

अपराधोंके लिए क्षमायाचना

यही है जिन्दगी

काम का हमसफर

काम की बातें

ये हैं सारे मुंह की बीमारी

चाणक्य ने कहा है

अमूल्य धरोहर

मेरे आदर्श

अमिताभ बच्चन

महाप्राण निराला

शब्द को जब अनुभूति का स्पर्श मिलता है तो वह जीवंत हो उठता

इसके पश्चात् निराला जी ने आध्यात्मिकता का सहारा लिया और रामकृष्ण मिशन संस्था से जुड़ गये। जहाँ उन्होंने श्री रामकृष्णवचनामृत का तीन खण्डों में बँगला से हिन्दी में अनुवाद किया। साथ ही मिशन की पत्रिका समन्वय का उन्होंने सन् 1922 में सम्पादन किया। इसके बाद उन्हें मतवाला में सम्पादक नियुक्त किया गया, जो कलकत्ता से ही निकलता था। इनके जन्म के विषय में कहा जाता है कि चूँकि बंगाल में वसंत पंचमी के दिन सरस्वती पूजन होता है, अत: इसी को आधार मानकर निरालाजी ने वसंत पंचमी को ही अपना जन्म निर्धारित किया। निराला जी ने अपनी रचनाओं के विषयवस्तु के लिए नये आयाम बनाये और आध्यात्मिकता के साथ-साथ समसामयिकता को भी स्थान दिया। राम की शक्तिपूजा, भवानी पूजा, जूही की कली, वह तोड़ती पत्थर, भिखारी, गुलाब जैसी कविताओं में लोगों ने प्रगतिवादी और साम्यवाद के दर्शन किये। निराला जी ने लिली, सुकुल की बीवी, सखी की कहानियाँ, बिल्लेसुर बकरिहा, जैसे सामान्य चरित्रों को अपने लेखन का विषय बनाया। निराला जी की संवेदनशीलता केवल कविता रचना तक ही सीमित नहीं थी, वरन् वे मजदूरों और भिखारियों के प्रति भी दयार्द्र होकर अभिभूत हो उठते थे। वे जरूरतमन्दों की सहायता करने के लिए सदैव तत्पर रहते थे।

उन्होंने तमाम विद्यार्थियों को फीस व पुस्तकें खरीदने के लिए धन दिया। वे बहुत उदार थे, अपने पास के वस्त्र व भोजन देने में कतई सोच विचार नहीं करते थे। कीमती शाल व कपड़े जो उन्हें मिलते थे उन्हें जरूरतमन्दों को देने में उन्हें सुख का अनुभव होता था। ऐसे उदारमना थे निराला जी, जिनका महाप्रयाण सन् 1961 में हुआ था। निराला जी की संवेदनशीलता भारतीय संस्कृति के प्रति निष्ठा और बंधनों तथा रूढ़ियों को त्यागने की प्रकृति जैसी थी। नवीन उद्भावनाओं के सृजन उनके व्यक्तित्व और कृतित्व के मुखर स्वर थे। निराला जी पौरुषेय, आशावादी, युगप्रवर्तक रचनाकार थे जिनसे कवि कर्म धन्य बन जाता है।

3.7 संपादकीय पृष्ठ लेखन और संपादन

संपादकीय पृष्ठ की सामग्री का लेखन और संपादन अपेक्षाकृत अधिक महत्त्वपूर्ण माना जाता है। संपादकीय लेख का लेखन संपादन या संपादक-मण्डल के वरिष्ठ सदस्य (सहायक संपादक) करते हैं। उनके विषयों का चुनाव करना संपादक का विशेष अधिकार होता है।

अग्रलेखों का लेखन गम्भीर चिंतन और विषयों की विशिष्ट जानकारी प्राप्त करके ही किया जा सकता है। लेखन के लिए समाचार पत्रों के पुस्तकालयों में उपलब्ध विषयवार जानकारी की सहायता ली जाती है। लेकिन विचार संपादक या सहायक के अपने होते हैं।

संपादकीय लेख ही किसी भी समाचारपत्र की नीति को प्रकट करते हैं। अत: संपादकीय लेख विभिन्न विषयों तथा राजनीतिक एवं अन्तरराष्ट्रीय समस्याओं पर पत्र की नीति के अनुसार ही लिखे जाते हैं। पत्र की नीति संपादक समाचार-पत्र मालिकों की सहमति से निर्धारित करते हैं। अग्रलेख संपादक मंडल के किसी भी सदस्य ने क्यों न लिखा हो, वह संपादक द्वारा लिखित ही माना जाता है और इसलिए उसके छपने से पूर्व उसमें परिवर्तन करने का विशेषाधिआर होता है। कोई अग्रलेख पत्र की नीति के अनुसार है या नहीं है, इस बारे में बहस की तनिक भी गुंजाइश नहीं होती। संपादक का निर्णय अन्तिम होता है।

अग्रलेख लिखने के लिए अनुभव के अलावा गहरा अध्ययन, चिंतन एवं लेखन की योग्यता प्राप्त करना आवश्यक होता है। बड़े पत्रों मे सहायक-संपादकों में विभिन्न विषयों के विशेषज्ञ होते हैं। अग्रलेख लेखन के लिए सब तरह के समाचार, विचार तथा पुस्तकें पढ़ते रहना आवश्यक होता है। स्वाध्याय की प्रवृत्ति के बिना अग्रलेखों का लेखन कठिन होता है। लेखक की भाषा शिष्ट, मंजी हुई और प्रभावशाली होनी चाहिए।

व्यंग्य-लेखन सबसे कठिन कार्य है। जब तक किसी व्यक्ति में हास्य व्यंग्य लेखन की विशेष प्रतिभा न हो या इस तरह के लेखन का विशेष अभ्यास न किया जाए तब तक हास्य-

व्यंग्य लेखन कठिन होता है। लगातार कालम का स्तंभ चलाना तो और भी दुष्कर होता है। इसलिए बहुधा ऐसे कालम बाहर के लेखकों से लिखवाए जाते हैं या व्यंग्यकार लेखकों को अनुबन्धित कर लिया जाता है। सामान्यत: सब भाषाओं के व्यंग्यकारों की और विशेष रूप से पत्रकार-व्यंग्यकारों की व्यवसाय में बहुत कमी हो रही है।

संपादकीय पृष्ठ के अन्य नियमित कालमों (स्तंभों) को लगातार लिखने के लिए भी विशेष रुझान और प्रतिभा की आवश्यकता पड़ती है। अगर कालम या उसके अंश बाहर से लेखकों या फ्रीलांस पत्रकारों से लिखवाए जाते हैं तो उनका संपादन करते समय यह ध्यान रखना होता है कि वे स्तंभ के 'साँचे-ढाँचे' से भिन्न न हो जाएँ। विषय या संपादन की शैली बदल जाने से स्तम्भ का स्वरूप तो बिगड़ता ही है, उसके नियमित पाठकों के लिए उसका आकर्षण भी कम हो जाता है।

'व्यक्तिगत या हस्ताक्षरयुक्त' कालम की सामग्री की अधिक काँट-छाँट नहीं की जाती है क्योंकि वे स्तम्भ-लेखक द्वारा उपस्थित सामग्री तथा उसकी लेखन-शैली की विशिष्टता के लिए ही पढ़े जाते हैं। इसलिए उनका संपादन सावधानी से करना होता है। यह भी कह सकते हैं कि हस्ताक्षरयुक्त स्तम्भों की सामग्री में अधिक संपादन (बदलने-कांटने-छांटने) की बहुत कम गुंजाइश होती है।

पाठकों के पत्रों का चयन और उनका संपादन सबसे सहज होता है। यह आम धारणा गलत है। यह बहुत सावधानी का काम है। अत: सभी दैनिक समाचारपत्रों में यह काम वरिष्ठ पत्रकारों को ही सौंपा जाता है। पत्रों के चयन और संपादन के अनेक मापदण्ड होते हैं, जिनमें से एक की भी उपेक्षा करने से 'पाठकों के पत्र' स्तम्भ की पठनीयता कम हो जाती है।

पाठकों के पत्रों में से सामयिक विषयों के पत्रों, गम्भीर शिकायतों और सामाजिक समस्याओं पर विचार वाले पत्रों का चयन उनकी पठनीयता देखकर और यह समझकर किया जाना चाहिए कि उसे ज्यादा-से-ज्यादा पाठक पढ़ना चाहेंगे। अधिक लोगों से सम्बन्ध रखने वाले पत्रों को प्राथमिकता दी जानी चाहिए। सरकार तथा सरकारी विभागों तथा उनके अधिकारों के खिलाफ आम शिकायतें छपना उचित होता, लेकिन उनमें अधिकारियों के नाम नहीं छापे जाने चाहिए। गुमनाम पत्र तथा ज्ञापन आदि भी इस स्तम्भ से बाहर रखने की परम्परा है। अपीलों तथा व्यक्तिगत प्रशंसा चाहने वालों के पत्र न छापे जाएँ तो अच्छा रहता है। पत्र के नीचे पत्र-लेखक का नाम छापने से संपादक, प्रकाशक और मुद्रक उस पत्र के प्रकाशन से होने वाली किसी भी क्षति की जिम्मेदारी से मुक्त नहीं होते। पत्रों में अग्रलेखों तथा लेखों की अनुकूल तथा विपरीत प्रतिक्रिया भी आती है। सराहना के पत्र एक बार छोड़े जा सकते हैं, लेकिन आलोचना के पत्र छापना समाचार-पत्र का नैतिक कर्तव्य हो जाता है। पत्रों के संपादन के दौरान अनावश्यक भाग काटकर केवल वह अंश छोड़ा जाना चाहिए, जिसमें पाठक ने अपने विचार प्रकट किए हों।

संपादकीय पृष्ठ के सामयिक लेख संबंधित विषय पर यथासंभव अधिक से अधिक जानकारी प्राप्त करके उपलब्ध स्थान के अनुसार संक्षिप्त लिखे जाते हैं। बाहर के लेखकों की नई जानकारी तथा विचारों से पूर्ण संक्षिप्त लेख ही स्वीकार भी किए जाते हैं। अत: संपादकीय पृष्ठ का सामयिक लेख लिखने का प्रयास करने से पूर्व लेखक को पूरी तैयारी कर लेनी चाहिए। संपादकीय पृष्ठ के लेखों का संपादन भी इस प्रकार करना होता है कि विषय सम्बन्धी जानकारी तथा लेखक के विचार उसमें अवश्य रहें।

अत: संपादकीय पृष्ठ की सामग्री में से कुछ भी लिखने के लिए यह आवश्यक है कि पत्रकार विषय की सामयिकता का ध्यान रखते हुए पूरे अध्ययन तथा चिंतन के बाद ही लेखन आरम्भ करे। संपादकीय पृष्ठ के लेखन में अधकचरापन स्वीकार्य नहीं होता।

3.8 संपादकीय पृष्ठ का महत्त्व एवं प्रभाव

गोस्वामी तुलसीदास ने कहा है :

जिय बिनु देह नदी बिनु बारी।

तैसेहिं नाथ पुरुष बिनु नारी।।

– इसी तरह की बात समाचारपत्र के संपादकीय पृष्ठ के लिए कही जा सकती है। जैसे बिना मेरुदंड के मनुष्य, वैसे ही बिना संपादकीय पृष्ठ के समाचार-पत्र। संपादकीय पृष्ठ न केवल संपादक के व्यक्तित्त्व का द्योतक होता है, प्रत्युत समस्त समाचारपत्र के व्यक्तित्त्व की झांकी प्रस्तुत करता है। कुछ पत्र केवल समाचारों को महत्त्व देते हैं, अग्रलेख या संपादकीय पृष्ठ को नहीं। निःसंदेह समाचारपत्र में सर्वाधिक महत्त्व समाचारों का होता है और इसीलिए सब समाचारपत्रों में ताजा से ताजा और अधिक से अधिक समाचार देने की होड़ लगी रहती है। समाचार जुटाने के लिए समाचार दाताओं, संवाददाताओं, विशेष संवाददाताओं और प्रतिनिधियों की भरमार रहती है और इन पर भरपूर व्यय भी किया जाता है। पर किसी भी समाचारपत्र के व्यक्तित्त्व का निर्माण केवल समाचारों के आधार पर नहीं होता। उसका निर्माण होता है मुख्यतः संपादकीय पृष्ठ से। संपादकीय पृष्ठ पत्र की अंतरात्मा है, वह उसकी अंतरात्मा की आवाज है। इसलिए कोई बड़ा समाचारपत्र बिना संपादकीय पृष्ठ के नहीं निकलता।

पाठक प्रत्येक समाचारपत्र का अलग व्यक्तित्त्व देखना चाहता है–उसमें कुछ पूरी विशेषता देखना चाहता है, जो उसे अन्य समाचारपत्र से अलग करती हो, जिस विशेषता के आधार पर वह उस पत्र की पहचान नियत कर सके। यह विशेषता समाचारपत्र के विचारों में,उसके दृष्टिकोण में परिलक्षित होती है, किंतु बिना संपादकीय पृष्ठ के समाचारपत्र के विचारों का पता नहीं लगता। यदि समाचारपत्र के कुछ विशिष्ट विचार हों, उन विचारों में दृढ़ता हो और बारंबार उन्हीं विचारों का समर्थन हो तो पाठक उन विचारों से असहमत होते हुए भी उस समाचार का मन में आदर करता है। मेरुदंडहीन व्यक्ति को कौन पूछेगा?

किसी समाचार-पत्र का संपादकीय पृष्ठ इतना नीरस होता है कि उसे पढ़ना भी एक सजा जैसा लगता है। संपादकीय पृष्ठ की नीरसता संपादक के व्यक्तित्त्व की नीरसता की निशानी है, क्योंकि वह संपादक का अपना निजी पृष्ठ समझा जाता है। इसमें शक नहीं कि जितनी उत्सुकता से और जितनी अधिक संख्या में लोग समाचारों को पढ़ते हैं, उतनी उत्सुकता से और उतनी अधिक संख्या में संपादकीय पृष्ठ या अग्रलेख को नहीं पढ़ते। पर जितने भी सुशिक्षित और प्रबुद्ध पाठक होते हैं उन सबकी प्रत्येक विषय में अपनी कुछ राय होती है, अपने कुछ विचार होते हैं और वे संपादक की राय जानना चाहते हैं। संपादकीय पृष्ठ का एक ही लक्ष्य है–वह यह कि सामान्य पाठकों से अधिक प्रबुद्ध पाठकों को वह अपनी विशिष्ट सुविचारित पाठ्य सामग्री से प्रभावित करे। केवल खबरें छापने से और उन खबरों के संबंध में अपनी ओर से कोई टिप्पणी या कोई विचार न देने से सुविज्ञ पाठकों की दृष्टि में पत्र का महत्त्व घट जाता है।

सामान्य नागरिक के पास समयाभाव रहता है, इसलिए संपादक अपने पाठकों के लिए घटनाओं की पृष्ठभूमि प्रस्तुत करता है, जो तथ्य स्पष्ट नहीं हैं, उनको स्पष्ट करके उभारता है और खबरों का मूल्यांकन करता है। समझदार पाठक यही चाहता है। इस परिवर्तनशील संसार में घटनाओं का प्रवाह इतना तीव्र होता है कि पाठक उनका तारतम्य स्मरण नहीं रख पाता। समय-समय पर आने वाली खबरों को जोड़ कर पाठक अपने मन में कोई एक चित्र नहीं बना पाता, क्योंकि या तो वह उस विषय में बहुत कम जानता है या उसे सारे तथ्य याद नहीं रहते। बड़ी-बड़ी राजनीतिक घटनाओं में कार्य-कारण संबंध स्थापित करना उसके वश की बात नहीं होती, न ही वह पूर्वापर प्रसंगों की शृंखला जोड़ पाता है। संपादक अपनी विचारपूर्ण टिप्पणियों से और शांतचित्त रह कर किये गये विश्लेषण से घटनाओं को सही परिप्रेक्ष्य में समझने की सामर्थ्य पाठक को देता है। सब घटनाओं का एक समन्वित और समझ में आने योग्य चित्र

उपस्थित करने के लिए कल, परसों, सप्ताह-भर पहले और उससे भी पहले क्या-क्या घटित हुआ और क्या घटित हो सकता था या भविष्य में क्या-क्या घटित होना संभव है? यह सब बताना संपादक का काम है। एक वाक्य में कहना हो तो कह सकते हैं कि प्रतिक्षण परिवर्तनशील वर्तमान को स्पष्ट करना और भविष्य को बुद्धिमतापूर्वक इंगित करना संपादक का काम है। और यह सब काम वह संपादकीय पृष्ठ के माध्यम से ही कर सकता है। इसीलिए उस पृष्ठ का इतना महत्त्व है।

3.9 सारांश

इस इकाई में संपादकीय पृष्ठ के बारे में विस्तार से पढ़ा। हिंदी के समाचारपत्रों में एक पूर्व निश्चित पृष्ठ सामान्यत: संपादकीय पृष्ठ होता है।

संपादकीय पृष्ठ का समाचारपत्र में अपना अलग महत्त्व होता है। यह पृष्ठ पत्र की नीतियों का प्रतीक होता है। सामयिक विषयों पर संपादकीय टिप्पणियों के अतिरिक्त आर्थिक, सामाजिक, राजनैतिक आदि घटनाओं का विश्लेषण करने वाले विचारोत्तेजक लेख भी इसी पृष्ठ में रहते हैं। पाठकों के पत्र तथा व्यंग्य एवं हास-परिहास के स्तंभ भी इसी में होते हैं।

3.10 शब्दावली

कॉलम	:	पृष्ठ का लम्बवत् विभाजन, इसे कॉलम स्तम्भ भी कहा जाता है यथा ग्रंथ समीक्षा
एसाइनमेंट	:	संवाददाताओं को सौंपा गया कार्य
रपट	:	रिपोर्ट का तद्भव रूप
संस्करण	:	पत्र-पत्रिका का एक बार का मुद्रण

3.11 संदर्भ ग्रन्थ

हिंदी पत्रकारिता : विविध आयाम संपादक	–	डॉ० वेदप्रताप वैदिक (द्रष्टव्य-संपादकीय पृष्ठ लेखक क्षितीश वेदालंकार)
समाचार संपादन	–	प्रेमनाथ चतुर्वेदी
पत्रकार कला	–	विष्णुदत्त शुक्ल
भारतीय पत्रकार कला	–	पोलैण्ड ई० वूलसले
संपादन कला	–	के० पी० नारायणन्
संपादन के सिद्धांत	–	डॉ० रामचन्द्र तिवारी
समाचार संपादक एवं पृष्ठ सज्जा	–	डॉ० रमेश जैन
आधुनिक पत्रकारिता	–	डॉ० अर्जुन तिवारी
समाचारपत्र कला	–	पं० अम्बिका प्रसाद वाजपेयी
News Editing	–	Bruce Westly
Sub-Editing	–	F. J. Mansfield
News Reporting and Editing	–	K. M. Shrivastava

3.12 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. "दैनिक समाचारपत्र के सभी स्तम्भों में से संपादकीय पृष्ठ सबसे कम पढ़ा जाता है।" इस कथन पर समीक्षात्मक टिप्पणी कीजिए।

2. 'संपादकीय' का समाचारपत्र में क्या महत्व है?
3. 'संपादकीय किसी भी समाचारपत्र की नीति का घोषणा पत्र होता है। उसके लेखन में गहन अध्ययन, विश्लेषण की आवश्यकता होती है।'' उदाहरण देकर एक अच्छे संपादकीय का विवेचन कीजिए।

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. संपादक के नाम पत्र से आप क्या समझते हैं? इसके महत्व पर प्रकाश डालिए।
2. संपादकीय पृष्ठ की संरचना को स्पष्ट कीजिए।
3. व्यंग-विनोदात्मक स्तम्भ से क्या समझते हैं?
4. सम्पादकीय लेखक को किन-किन बातों से बचना चाहिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(क) संपादक के नाम पत्र लिखे जाते हैं–
- (i) संपादक द्वारा
- (ii) पत्रकार द्वारा
- (iii) पत्र के स्टाफ द्वारा
- (iv) पाठक या जनता द्वारा

(ख) सम्पादकीय प्रकाशित होता है –
- (i) प्रथम पृष्ठ पर
- (ii) सम्पादकीय पृष्ठ पर
- (iii) अंतिम पृष्ठ पर
- (iv) शहर के पृष्ठ पर

(ग) सम्पादकीय लिखा जाता है–
- (i) पाठक द्वारा
- (ii) सम्पादक द्वारा
- (iii) उप सम्पादक द्वारा
- (iv) प्रूफ रीडर द्वारा

(घ) सम्पादकीय पृष्ठ होता है –
- (i) विचारों का
- (ii) समाचारों का
- (iii) मनोरंजन का
- (iv) सूचना का

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

(क) (iv) (ख) (ii) (ग) (ii) (घ) (i)

इकाई 4 स्वतन्त्र पत्रकारिता और पत्रिका लेखन

इकाई की रूपरेखा

4.1 उद्देश्य

4.2 प्रस्तावना

4.3 स्वतन्त्र लेखन

4.3.1 स्वतंत्र लेखन का क्षेत्र

4.3.2 स्वतंत्र लेखन की विधाएँ

4.3.3 स्वतंत्र लेखन की विशेषताएँ

4.3.4 लेखक की उपयोगिता

4.3.5 लेखन के मार्ग में कठिनाइयाँ

4.3.6 स्वतंत्र पत्रकारिता की विशिष्टता

4.3.7 फीचर समितियाँ

4.3.8 सफल स्वतंत्र लेखन

4.4 पत्रिका लेखन

4.4.1 पत्रिका लेखन की भाषा शैली एवं प्रस्तुति

4.4.2 पत्रिका में फीचर का प्रस्तुतिकरण

4.5 सारांश

4.6 शब्दावली

4.7 संदर्भ ग्रंथ

4.8 प्रश्नावली

4.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप-

- स्वतंत्र पत्रकार और पूर्ण कालिक पत्रकार, श्रमजीवी पत्रकार और स्टाफ पत्रकार में अंतर कर सकते हैं।
- सफल स्वतंत्र पत्रकार के गुणों की व्याख्या कर सकते हैं।
- समाचार पत्र, पत्रिका की विशेषता का उल्लेख कर सकते हैं।
- स्वतंत्र पत्रकार और मैगजीन लेखक के बीच अंतर कर सकते हैं।

4.2 प्रस्तावना

समाचार पत्रों, मैगजीन, रेडियो, टेलीविजन में स्वतनत्र पत्रकारों और लेखकों की जरूरत होती है। समाचार पत्र जगत में किसी विषय पर लिखा गया लेख व्यक्ति के चिन्तन, विचार, घटनाओं, समस्याओं और उसके निराकरण का सम्मिश्रण होता है। इस इकाई में स्वतन्त्र पत्रकार एवं लेखक कैसे कार्य करें? इस पर चर्चा की जायेगी। स्वतंत्र लेखकों के लिए यह जानना आवश्यक है कि पत्र-पत्रिकाओं और रेडियो, टेलीविजन के लिए किस तरह की सामग्री की

जरूरत है, उसी की माँग के अनुरूप सामग्री तैयार करनी होगी।

4.3.1 स्वतन्त्र लेखन

यदि आप नियमित रूप से समाचारपत्र, और विभिन्न पत्रिकाएँ पढ़ते होंगे तो आपने देखा होगा बहुत से लोग इन पत्र-पत्रिकाओं में फीचर, लेख, समीक्षा निबन्ध आदि लिखते हैं। उन लेखकों में से कुछ लेखक या पत्रकार विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में नियमित पत्रकार होते हैं तो कुछ स्वतंत्र पत्रकार या लेखक होते हैं। अधिकांश पत्र-पत्रिकाओं के लेखक स्वतंत्र लेखक ही होते हैं। यह उन समाचार पत्रों के नियमित वैतनिक कर्मचारी नहीं होते हैं। ऐसे लोगों को स्वतंत्र लेखक कहा जाता है। यह लेखक विभिन्न दैनिक समाचारपत्र या साप्ताहिक, पाक्षिक या मासिक पत्र-पत्रिकाओं में स्वतंत्र लेखन का ही कार्य करते हैं। साधारणत: स्वतंत्र लेखक स्वतंत्र पत्रकारिता करते हैं। वह किसी समाचार पत्र या पत्रिका के साथ जुड़े नहीं होते। बहुत सी पत्र-पत्रिकाएँ इन स्वतंत्र लेखकों के ऊपर ही आधारित रहते हैं।

दैनिक समाचारपत्र में रिपोर्टर और उपसम्पादक नियुक्त किये जाते हैं, क्योंकि उन्हें नियमित समाचार पत्र निकालने होते हैं। मासिक, पाक्षिक और साप्ताहिक पत्रिकाओं में कुछ नियमित पत्रकार रखे जाते हैं किन्तु इनमें अधिकांश कार्य स्वतंत्र लेखकों के द्वारा किया जाता है। इनमें अधिक पूर्णकालिक पत्रकार की जरूरत महसूस नहीं किया जाता इसीलिए इन पत्रिकाओं के संपादक स्वतंत्र पत्रकार या लेखकों के ऊपर ही आधारित रहते हैं। स्वतन्त्र पत्रकार किसी एक पत्र-पत्रिका से जुड़े नहीं रहते। वह चाहे तो विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में एक साथ लिख सकते हैं। उन पर किसी सम्पादक का दबाव भी नहीं होता।

वर्तमान समय में स्वतन्त्र लेखक की माँग बढ़ रही है। स्वतन्त्र पत्रकारों की माँग समाचार पत्रों के साथ-साथ आकाशवाणी और दूरदर्शन में भी है। मैगजीन पत्रकारिता और समाचार पत्रकारिता में अधिक अंतर नहीं है, किन्तु रेडियो और इलेक्ट्रानिक पत्रकारिता में भिन्नता है। रेडियो और इलेक्ट्रानिक पत्रकारिता के लिए स्वतन्त्र पत्रकारिता की जरूरत होती है वहाँ भी विभिन्न विषयों पर विचारवान लेख, क्षेत्रीय कार्यालयों से प्राप्त किये जाते हैं। चूँकि देश के सभी भागों में स्टूडियो, कर्मचारी, ट्रांसमीटर आदि की सुविधाएँ पर्याप्त नहीं हैं इसलिए विभिन्न एजेन्सियों से इसके लिए मदद ली जाती है। इसके लिए स्वतन्त्र पत्रकारों की जरूरत पड़ती है। स्वतंत्र पत्रकारों को उनके द्वारा संकलित लेख या पारिश्रमिक दिया जाता है।

आकाशवाणी व समाचार पत्रों से इस माध्यम के समाचार व लेख को स्पष्ट करते हुए श्री प्रवीण दीक्षित ने लिखा है–टेलीविजन में न तो समाचार पत्रों की तरह विलोमी स्तूपी संरचना पर विशेष जोर दिया जाता है और न रेडियो के समान। पत्र-पत्रिका रेडियो व टेलीविजन में वही पत्रकार सफल होते हैं जिनका भाषा शैली पर अधिकार होता है और आत्मविश्वास के साथ प्रस्तुत करने का गुण भी होता है।

समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं में लेखन कार्य करने वाले लोग पत्रकार कहलाते हैं। यदि किसी अन्य व्यवसाय में लगे रहकर अपनी मरजी से विभिन्न विषयों पर लेखन कार्य करने वाले तथा विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं को अपने खर्चे पर तथा उचित पारिश्रमिक की एवज में लेखन सामग्री भेजने वाले लेखक स्वतन्त्र पत्रकारों की श्रेणी में आते हैं। ये स्वतन्त्र पत्रकार किसी फीचर एजेंसी से सम्पर्क करके उनके माध्यम से भी अपनी लेखन सामग्री उचित जगह प्रेषित करवाते हैं।

लेखन को अपना शौक मानने वाले लोगों के लिए किसी अन्य व्यवसाय से सम्बद्ध रहकर भी लेखन कार्य करना आत्मसंतोष तो देता ही है, उन्हें सम्मान भी मिलता है। हालांकि स्वतन्त्र लेखन के लिए छपना ज्यादा मुश्किल होता है, लेकिन अपनी गुणवत्तापूर्ण एवं लेखन के गुर जानने वाली शैली के कारण कई स्वतंत्र लेखक नाम, शोहरत तथा धन तीनों प्राप्त कर चुके हैं, जिनमें से कुछ प्रमुख हैं– खुशवंत सिंह, सत्यमित्र दूबे, दीनानाथ मिश्र, राजीव शुक्ला, सुभाषिनी अली, लवलीन सिंह, भानुप्रताप शुक्ल, आशारानी व्होरा, आदि।

अधिकांश समाचार पत्र या पत्रिकाएँ भारी संख्या में पत्रकार रख नहीं पाते हैं। वह फीचर्स एवं समाचार के लिए स्वतन्त्र पत्रकारों की मदद लेते हैं। स्वतन्त्र लेखक विभिन्न तिथियों एवं विषयों को ध्यान में रखकर प्रकाशित होने के समय से पूर्व ही फीचर संबंधित समाचार पत्र-पत्रिका को भेज देते हैं। स्वतन्त्र पत्रकार या लेखक चूँकि शौकिया लेखन कार्य करते हैं, अत: गुणवत्ता एवं विशिष्टता का ये विशेष रूप से ध्यान रखते हैं। स्वतन्त्र लेखक अपनी तरफ से बेबाक होकर लेखन कार्य करते हैं। हालांकि यह एक श्रमसाध्य एवं कठिनाई पूर्ण कार्य है, लेकिन समाचार पत्र या पत्रिका में छपे अपने नाम को देखकर जो सुखद गर्वानुभूति होती है, वह अपने आप में विलक्षण एवं उत्साहवर्द्धक होती है। वर्तमान समय में महिलाओं, बालकों, बागवानी, राजनीति, अर्थ संबंधी, बीमारियों, स्वास्थ्य, योग, व्यायाम आदि विषयों पर स्वतंत्र लेखकों की काफी माँग रहती है।

4.3.2 स्वतंत्र लेखन की विधाएँ

(1) **आत्मकथा –** स्वतन्त्र लेखन में अनेक विधाएँ सम्मिलित हैं। आत्मकथा एक महत्त्वपूर्ण विधा है। इस विधा को जीवनी के नाम से जाना जाता है। संसार के राजनीतिक, साहित्यिक या आर्थिक या किसी भी क्षेत्र में महत्त्वपूर्ण उपलब्धियाँ प्राप्त करने वाले व्यक्ति के ऊपर लिखी गई रचना को आत्मकथा कहते हैं। यह रचना व्यक्ति के जीवन का एक आईना होती है। इसमें व्यक्ति की अच्छाई-बुराई, हार-जीत, संस्कार, शिक्षा, व्यवसाय आदि के संबंध में पूरी जानकारी दी जाती है। जैसे गांधी जी, नेहरू जी, इंदिरा गांधी, भगत सिंह आदि पर लिखी गयी रचना।

(2) **अनुवाद**–वर्तमान समय में एक ही भाषा के जानकार या लेखक होना सफलता की चरम सीमा नहीं माना जा सकता। विभिन्न भाषाओं की पुस्तकों एवं रचनाओं का स्थानीय भाषाओं में रूपांतरण 'अनुवाद' कहलाता है। अनुवादक का कार्य भी किसी लेखक के कार्य से कम महत्त्वपूर्ण नहीं होता। यह एक चुनौतीपूर्ण एवं समझ व श्रम की माँग करने वाला कार्य है। क्योंकि अनुवादक को स्रोत भाषा (जिसमें लेख लिखा हुआ है) तथा अनुवाद की लक्ष्य भाषा (जिसमें लेख तब्दील करना है) की जानकारी अच्छी तरह होना चाहिए।

(3) हिन्दी में कहानी के नाम से, बंगला में गल्प के नाम से तथा अंग्रेजी में शार्ट स्टोरी (लघु कथा) के नाम से कहानी लिखी जाती है। खुशवंत सिंह ने लिखा है कि, 'एक अच्छी कहानी बीस लेख लिखने के बराबर है।' कहानी के प्रमुख तत्त्व–कथानक, पात्र, देश-काल और परिस्थितियाँ होती हैं। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में कहानी के प्रकाशन की व्यवस्था होती है।

(4) **एकांकी**–नाटक के किसी एक अंक को लेकर लिखा गया लेख एकांकी कहलाता है। इसमें मुख्यत: किसी एक घटना, चरित्र या क्षण विशेष पर ध्यान केन्द्रित किया जाता है। इस विधा में विस्तार से लिखने का समय एवं स्थान नहीं होता। एकांकी श्रमसाध्य और रुचिकर शिल्प एवं आकर्षक शैली का संगम है। वर्तमान समय में एकांकी का प्रचलन साहित्यिक पत्रिकाओं, रेडियो एवं टेलिविजन पर बरकरार है।

(5) **लेख**–विभिन्न विषयों पर सूचनात्मक, विश्लेषणात्मक, समसामयिक, ज्ञानवर्द्धक एवं

प्रवाहमयी लेखन को लेख के रूप में जाना जाता है। इसके अन्तर्गत संपादकीय, अग्रलेख, टिप्पणी, स्वतंत्र-लेख, साप्ताहिक भविष्य, महिला एवं बाल विषयक चिंतनशील सामग्री आदि आती है। इसकी विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में विशेष माँग होती है। दर्पण, नमस्कार, स्वागत (तीनों एयरलाइंस की पत्रिकाएँ हैं) गृहलक्ष्मी, सरिता, सहेली, मुक्ता गृहशोभा, मनोहर कहानियाँ, मनोरमा, महकता आँचल, माया, सुमन सौरभ, चंपक, मधुर कथाएँ, प्रतियोगिता दर्पण, मेरी सहेली आदि ऐसी अनेक पत्रिकाएँ हैं, जिसमें लेख, कविता एवं कहानियों को विशेष स्थान दिया जाता है। यह स्वतंत्र पत्रकारों के लिए ही कार्य कर रही है।

(6) **समीक्षा** – किसी पुस्तक, लेख या रचना की स्वस्थ आलोचना समीक्षा कहलाती है। इस तरह की समीक्षाओं में नव प्रकाशित पुस्तकों, की समीक्षा की जाती है। वहाँ लेखक के महत्त्व का ध्यान नहीं रखा जाता। आज ऐसे कई समीक्षक हैं जो स्वतंत्र लेखन में माहिर हैं।

(7) **यात्रा वृत्तांत**–यात्रा करना और अपने अनुभवों को दूसरों के साथ बाँटना मनुष्य का स्वभाव है। ऐसे अनुभव को यदि रोचक बनाकर पाठक के समक्ष रखा जाये तो पाठक भी उस स्थल का आनन्द उठा सकते हैं। पत्र-पत्रिकाओं में ऐसे लेखों की माँग होती है।

(8) **रेखाचित्र**–रेखाचित्र को अंग्रेजी में स्केच कहा जाता है। इसमें मुख्यतः व्यक्ति-वस्तु क्रिया पर अपना ध्यान केन्द्रित करना होता है। किसी भी विषय को लेकर वर्णनात्मक, संस्मरणात्मक, मनोवैज्ञानिक दृश्यात्मक, व्यंग्यात्मक, विवरणात्मक आदि रूप में ढालकर लेखन कार्य रेखाचित्र के अन्तर्गत आता है।

(9) **व्यंग्य**–फीचर, निबंध, नाटक, कविता, लेख, कहानी किसी भी विधा में व्यंग्य को शामिल किया जा सकता है व्यंग्य ऐसी विधा है, जिसके द्वारा बातों-बातों में एवं मजाक के द्वारा व्यक्ति, कार्य, वस्तु, स्थान विशेष की कमियों को बताकर उसके सुधार के रास्ते खोल दिये जाते हैं। इस विधा में हरिशंकर परसाई, शरदजोशी आदि प्रसिद्ध व्यंग्य लेखक रहे हैं। व्यंग्य एक समृद्ध एवं प्रसिद्ध विधा है, लेकिन इसका उद्देश्य किसी का अपमान करना नहीं है।

(10) **फीचर**–सूचना-प्रधान, तथ्य परक, मनोरंजक, आकर्षक सत्यता से परिपूर्ण लेखन फीचर के अन्तर्गत आता है। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में इस तरह के विभिन्न विषयों की तलाश रहती है जो कि फीचर का रूप धारण कर सके।

(11) **रिपोर्ताज**–इसमें किसी सामयिक घटना, दृश्य आदि का विवरण सूक्ष्म जानकारी एवं तथ्यों को प्रस्तुत किया जाता है। यह एक उद्देश्यपूर्ण एवं सामयिक रचना होती है। रांगेय राघव, धर्मवीर भारती, अमृत राय आदि ऐसे ही रिपोर्ताज लेखक हैं जो इस विधा में सफल हुए हैं।

4.3.3 स्वतंत्र लेखन की विशेषताएँ

स्वतंत्र रूप से लिखे गये स्वतंत्र लेखन में कुछ विशेषताएँ देखने को मिलती हैं –

- प्रत्येक वर्ग को ध्यान में रखकर किया गया लेखन
- दबाव रहित लेखन
- लेखन में परिश्रम एवं रुचि
- विभिन्न सामाजिक एवं मानवीय पक्षों से जुड़ा लेखन कार्य
- विशिष्टता और विभिन्नता
- अनुभवी लेखन
- मौसमानुकूल एवं समयानुकूल लेखन
- स्पष्ट एवं स्वच्छ लेखन

- शौकिया लेखन
- समय सीमा से पहले ही लेखन सामग्री का संबंधित पत्र-पत्रिकाओं का पहुँचना आदि।

4.3.4 स्वतन्त्र पत्रकारिता की उपयोगिता

लेखन में जिनकी रुचि है और वे किन्हीं कारणों से पत्रकारिता से पूर्णकालिक रूप से जुड़ नहीं पा रहे हैं तो वे स्वतंत्र पत्रकार के रूप में जुड़ सकते हैं। आप इसे अपने पूर्णकालिक नौकरी या व्यवसाय या अन्य कार्य के साथ साइड बिजनेस या 'पार्ट टाइम जाब' के रूप में अपना सकते हैं। यदि आप की रुचि किसी विशेष क्षेत्र में हो (उदाहरण–किसी खेल, संगीत, कुकिंग, बच्चों के लिए लेखन, विज्ञान, बिजनेस, फिल्म, धार्मिक स्थलों की सैर आदि) तो आप किसी मैगजीन या समाचार पत्र के लिए उस विशेष क्षेत्र में फीचर या रिपोर्ट लिख सकते हैं। समय-समय पर रोचक लेख या फीचर प्रस्तुत करते रहने से उस क्षेत्र में आपकी पहचान तो बन ही सकती है, आपको इन लेखों का पारिश्रमिक भी मिल सकता है। यह सच है कि स्वतंत्र पत्रकार नियमित आय के हकदार नहीं होते। उन्हें समय-समय पर किये गये कार्यों का पारिश्रमिक मिलता रहता है। यह कार्य आप अपने खाली समय का सदुपयोग करके पूरा कर सकते हैं। जरूरत आपकी न्यूज सेन्स की है। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में कुछ विशेष कॉलम भी निकलते रहते हैं। यदि उसमें आपकी रुचि हो तो आप उसमें लिख सकते हैं। स्वतन्त्र पत्रकारिता में लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक होता है। स्वतंत्र लेखक पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, इलेक्ट्रानिक मीडिया में कॉलम, निबन्ध, लेख, कहानी, कविता या अन्य विषयों पर लेखन कर सकते हैं। जरूरत है उन्हें अपनी आँखें खुली रखने की। पाठकों की रुचि जानने की।

- यदि आप किसी अन्य व्यवसाय से जुड़े हैं तो स्वतंत्र लेखन अतिरिक्त आय का साधन बन सकता है।
- स्वतंत्र लेखन से रचनात्मकता बनी रहती है।
- लेखन का शौक पूरा करने का उचित साधन है।
- रचना के प्रकाशन से शोहरत एवं संतुष्टि मिलती है।
- मजबूरी या दबाव की बजाय मेहनत, लगन, ज्ञान एवं विशिष्ट गुणवत्ता का प्रयोग करके लेखों को छापने के लिए भेजा जा सकता है।
- किसी एक क्षेत्र में फीचर लेखन की महारत हासिल की जा सकती है।
- यदि लेखन में आपकी पकड़ बन जाये तो यह अतिरिक्त आय का अच्छा साधन है।
- स्वतंत्र लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक होता है। स्वतंत्र लेखकों को समाज में आदर की दृष्टि से देखा जाता है। कुछ लोग स्वतंत्र लेखकों को सही सूचना भी दे देते हैं।

स्वतंत्र लेखन सम्बन्धी उदाहरण के लिए 'हिन्दुस्तान' के ३० मार्च २००५ के अंक में प्रकाशित लेख प्रस्तुत हैं-

स्वतंत्र लेखन से भी कर सकते हैं कमाई

डा. प्रभा रानी

यदि आप को लेखन में में रुचि हो तो आप स्वतंत्र लेखन कर कमाई कर सकते हैं। इसके लिए आवश्यक नहीं कि आप किसी पत्र-पत्रिका से पूर्णकालिक रूप से जुड़े हों। आप कोई भी नौकरी कर रहे हों या व्यापार में लगे हों या शिक्षा ग्रहण कर रहे हों तो भी आप स्वतंत्र लेखक के रूप में लेखन कार्य से जुड़ सकते हैं और आप इसे अपने पूर्णकालिक नौकरी या व्यवसाय या अन्य कार्य के साथ साइड बिजनेस या पार्ट टाइम जॉब के रूप में अपना सकते हैं। यदि आप की रुचि किसी विशेष क्षेत्र में हो उदाहरण : किसी खेल, संगीत,कुकिंग, बच्चों के लिए लेखन, विज्ञान, बिजनेस, फिल्म, धार्मिक स्थलों की सैर या अन्य तो आप किसी पत्रिकाओं या समाचार पत्र के

लिए उस विशेष क्षेत्र में अपनी पसन्द के फीचर या रिपोर्ट लिख सकते हैं। समय-समय पर फीचर प्रस्तुत करते रहने से आपकी उस क्षेत्र में पहचान तो बन ही सकती है आप को इन लेखों का पारिश्रमिक भी मिल सकता है। यह सच है कि स्वतंत्र पत्रकार नियमित आय के हकदार नहीं होते उन्हें समय-समय पर किये गये कार्यों का ही पारिश्रमिक मिलता है। यह कार्य आप अपने खाली समय का सदुपयोग कर के पूरा कर सकते हैं। जरूरत आपकी न्यूज सेन्स की है।

स्वतंत्र लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक होता है। आप विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, इलेक्ट्रानिक मीडिया में स्वतंत्र पत्रकार या लेखक के रूप में अपनी प्रतिभा दिखा सकते हैं। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में कुछ विशेष कॉलम भी निकलते रहते हैं। यदि उसमें आपकी रुचि हो तो आप उसमें लिख सकते हैं। इसमें लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक है। उदाहरण – आपके शहर आने वाले किसी विशेष व्यक्ति का साक्षात्कार, किसी उत्सव या महोत्सव, किसी व्रत त्योहार, किसी उभरती प्रतिभा आदि अनेक विषय हैं जिस पर लिखा जा सकता है। पत्रिकाओं, समाचार पत्रों में ऐसे लेखों के लिए कुछ स्थान होता है किन्तु यह याद रखना चाहिए कि ऐसे विषयों के लिए बाजार सीमित होता है। इसलिए स्वतंत्र लेखन में अन्य विषयों पर भी ध्यान देने की जरूरत है। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं द्वारा विभिन्न अवसरों पर किसी विषय विशेष पर सामग्री की मांग की जाती है। यह विषय स्वतंत्र पत्रकारों के लिए होते हैं। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं को स्वतंत्र लेखकों की जरूरत होती है। इसके लिए किसी संस्थान में प्रशिक्षण लेने की जरूरत नहीं होती। सामान्यतः लोग लेखन से तात्पर्य मात्र लेख लिखने से ही लगा बैठते हैं जबकि स्वतंत्र लेखन की अनेक विधाएं हैं। उदाहरण संस्मरण, अनुवाद, लेख, समीक्षा, यात्रा वृतांत, रेखाचित्र, व्यंग्य, फीचर और रिपोर्ताज। इनमें से किसी एक विधा में भी महारत हासिल कर आप आय अर्जित कर सकते हैं।

गुणों और विशेषता के आधार पर फीचर को निम्न भागों में विभक्त किया जा सकता है–

साक्षात्कार, चित्रात्मक, सिनेमा, खेल, चिकित्सा, लोक संस्कृति, यात्रा, विज्ञान, प्रेरणात्मक, परिचयात्मक फीचर, सूचना प्रधान, वन्य जीवन पर आधारित कृषि संबंधी, व्यंग्य, बागवानी, ऐतिहासिक एवं पुरातात्विक, औद्योगिक, ज्योतिष एवं वास्तुशास्त्र संबंधी आदि।

लाभ–

- स्वतंत्र लेखन अतिरिक्त आय का साधन तो है ही रचना प्रकाशित होने पर शोहरत एवं संतुष्टि भी मिलती है।
- रचनात्मकता बनी रहती है। लेखन का शौक पूरा करने का यह उचित साधन भी है।
- इस का कार्य क्षेत्र काफी व्यापक है रचना के लिए आप कई लोगों से मिलते हैं तो आप का ज्ञानऔर पहचान भी बढ़ती है।

लेखन सामग्री का चुनाव–

एक स्वतंत्र लेखक तभी सफल होता है जब वह विषय वस्तु के घटनाक्रम का चयन भी सोच समझ कर करें। उन्हें सामग्री दो स्रोतों से मिल सकती हैं।

समाचार समितियां और फीचर एजेंसियां –

समाचार समितियों और फीचर एजेंसियों को जनसंचार की रीढ़ माना जाता है। इन समितियों के पास हर विषय पर उचित दर में फीचर प्राप्त होते हैं यह रजिस्टर्ड संस्था होती है जिसमें नियमानुसार संपादक, उपसंपादक, सहसंपादक ,फोटोग्राफर, संवाददाता और फीचर लेखक होते हैं। पत्र-पत्रिकाओं, आकाशवाणी और इलेक्ट्रानिक मीडिया भी इनसे फीचर लेते हैं।

फीचर प्रकाशन के दो तरीके हैं।

- व्यक्तिगत प्रयास
- एजेंसी के माध्यम से

स्वतंत्र लेखक पत्र-पत्रिकाओं के संपादक से मिल कर उनके पत्र-पत्रिका की आवश्यकतानुसार फीचर तैयार कर प्रेषित कर सकते हैं। दूसरा लेखक पत्र-पत्रिकाओं के साथ-साथ इन समितियों के पास भी फीचर भेज सकते हैं। यह एजेंसियां फीचर को छपाने का भी कार्य करती हैं और लेखक को पारिश्रमिक भेज देती है।

देश की प्रमुख एजेन्सियां–

- हिन्दुस्तान समाचार, इंडियन न्यूज एंड एलायड फीचर,इंडिया प्रेस एजेंसी, पब्लिकेशन सिंडिकेट, यू.एन.आई.,न्यूज फीचर ऑफ इंडिया, यूनाइटेड प्रेस ऑफ अमेरिका, आवास, सत्य समाचार, पी.टी.आई., एसोसियेटेड न्यूज एंड फीचर, प्रेस इंडिया इंटरनेशनल, फीचर सिंडीकेट, अदिति फीचर्स,एशिया फीचर, उर्वशी फीचर्स, प्रेम वार्ता फीचर्स, मीडिया फीचर्स ऑफ इंडिया आदि।

4.3.5 स्वतंत्र लेखन के दौरान आने वाली कठिनाइयाँ

स्वतंत्र लेखन का कार्य आसान कार्य नहीं है। पूरी तरह एकाग्रचित होकर लेखन का ताना-बाना बुनना पड़ता है। इस क्षेत्र में सफलता के मार्ग में कई तरह की कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है –

- मेहनत से लिखी गयी रचना प्रकाशित होगी या नहीं यह आशंका बनी रहती है।
- पुरुष-महिला लेखकों में भेद किया जाता है।
- सही पते का अभाव रहता है।
- उचित पारिश्रमिक का न मिलना।
- बिना जान पहचान के प्रकाशन संभव भी नहीं होता।
- फीचर एजेंसियों के माध्यम से भेजने पर एजेन्सी को भी कमीशन देना पड़ता है।
- सारा खर्च लेखक को ही उठान पड़ता है। कई पत्र-पत्रिकाएँ समय से पारिश्रमिक भी नहीं देती हैं।
- स्वतंत्र लेखकों का आपस में कोई तालमेल नहीं होता।
- समय से अस्वीकृत रचनाओं की वापसी का अभाव।
- रचना देने और पारिश्रमिक लेने के लिए अधिकांश पत्र-पत्रिकाओं में स्वतन्त्र लेखकों को जाना पड़ता है।
- एकांतता एवं एकाग्रचितता का अभाव होना।
- प्रेस मंत्रालय द्वारा मान्यता प्रदान न करना तथा पहचानपत्र (आई कार्ड) न देना। फलस्वरूप महत्त्वपूर्ण जानकारी प्राप्त करने में कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है।

4.3.6 स्वतन्त्र लेखन करते समय ध्यान रखने योग्य बातें

स्वतंत्र लेखकों को पत्र-पत्रिका की मानसिकता की जानकारी कम ही होती है और उनका कोई परिचय भी नहीं होता है। इसलिए स्वतंत्र लेखन करने वाले लेखकों के लिए यह जरूरी हो जाता है कि वह निम्न बातों की ओर ध्यान दें –

- उन्हें विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं के नाम पते तथा उनकी फीचर की विशिष्टता को डायरी में नोट कर लेना चाहिए।
- फीचर्स या लेख का विषय समयानुकूल और पत्र पत्रिका के हिसाब से सूचनाप्रद होना चाहिए।
- रचना साफ, सुपाठ्य एवं सुन्दर लिखावट में प्रस्तुत करें।
- किसी दूसरे लेखक की शैली की नकल करने से बचना चाहिए।
- कागज के एक तरफ ही लिखना चाहिए और एक ही साइज के कागज का प्रयोग करना अच्छा रहता है।
- लेखन के साथ-साथ अध्ययन एवं संकलन को भी लेखन के साथ-साथ अपना शौक बनाना चाहिए।
- भाषा शैली का प्रयोग पत्र-पत्रिका की मर्यादानुसार लेकिन अपनी विशिष्टता बनाए हुए करना चाहिए।
- रचना के साथ-साथ कवरिंग लेटर, स्वनाम पता व टिकट लगा लिफाफा और प्राप्ति की स्वीकृति का पोर्टकार्ड भेजना चाहिए।

- यदि पत्र पत्रिका कार्यालय में संपादक से मिलकर पहले ही विषय पर विचार विमर्श कर लिया जाय या स्वीकृति मिलने पर रचना का निर्माण किया जाये तो अधिक अच्छा रहता है।
- लेखन सामग्री को अधिक तोड़-मोड़कर लिफाफे में नहीं रखना चाहिए। पृष्ठों की संख्या एवं साइज के हिसाब से लिफाफे का चयन करना चाहिए।

स्वतन्त्र पत्रकारों या लेखकों के लिए लिखने के विषय अनेक हैं, जिन पर वह लिख सकते हैं। जरूरत उनकी दृष्टि की है। वह फीचर, लेख, समीक्षा, विश्लेषण, समालोचन कर सकते हैं।

उदाहरण – यदि आपको विभिन्न स्थलों में घूमने का शौक (रुचि) है तो आप उस स्थल को विशेष दृष्टि से देखें और दर्शनीय स्थल पर लेख लिखकर पाठकों तक पहुँचाएँ। स्वतन्त्र लेखकों को ऐसे विषय पर लिखना चाहिए जो पठनीय और संग्रहणीय भी हो। हमारे परिवेश के चारों ओर अनेक विषय बिखरे पड़े हैं। आवश्यकता है, अपने मस्तिष्क और नेत्रों को खुला रखने और उचित तथा लोकप्रिय विषय के चयन की।

उदाहरण – श्री पुरुषोत्तम दास टंडन ने अनेक फीचर लिखे हैं। एक बार वह एक नाई से बाल कटवा रहे थे। सामने एक तस्वीर टँगी थी, जिसमें नाई महात्मा गांधी की हजामत बना रहा था। श्री टंडन ने नाई से तस्वीर के बारे में पूरी जानकारी ली और एक फीचर लिख दिया, जो पठनीय रहा। कोई भी अपने परिवेश के प्रति सजग रहते हुए नवीन और मनोरंजक विषयों पर पठनीय फीचर लिख सकता है।

एक और उदाहरण देखें–श्रीमती विजय लक्ष्मी पंडित जब रूस गयी हुई थीं, उनके साथ रसोइया भी गया था। वह श्रीमती पंडित का खाना बनाता था। वहाँ से लौटने के बाद उसने रोचक फीचर लिखा। शीर्षक था–'रूस से लौटा हुआ रसोइया।' इस प्रकार लिखने के लिए जरूरत है दिल, दिमाग का उपयोग करने की तथा दृष्टि खुली रखने की।

पत्र-पत्रिकाओं में लेखन कई तरह से किये जा सकते हैं। श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने इसके प्रमुख दो भेद किए हैं–

1. समाचारी लेख
2. विशिष्ट लेख।

समाचारी लेख– विभिन्न सत्य घटनाओं पर समाचारी लेख लिखे जाते हैं। ऐसे लेख अधिकांशत: विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं के नियमित पत्रकार लिखते हैं। विभिन्न परिस्थितियों में स्वतंत्र पत्रकारों को यह जिम्मेदारी सौंपी जाती है।

विशिष्ट लेख– इसके अन्तर्गत वह लेख या फीचर आते हैं जो नियमित समाचार या समाचारी फीचर से हटकर हों। इनके अन्तर्गत व्यक्तित्व, त्योहार फीचर, चित्रात्मक फीचर, व्यंग्यात्मक फीचर, यात्रा, ऐतिहासिक फीचर, मानवीय रुचि विषयक फीचर आदि समाहित हैं। विशिष्ट लेख अधिकांशत: स्वतंत्र लेखक ही लिखते हैं।

स्वतन्त्र लेखन की तैयारी–किसी भी तरह के लेख लिखने से पहले अपनी रुचि के विषय का चुनाव कर लें। फीचर या लेख लिखते समय निम्नलिखित तथ्यों पर ध्यान रखना चाहिए –

1. विषय चयन
2. शीर्षक
3. प्रस्तावना
4. विश्लेषण

5. उपसंहार
6. चित्रांकन।

4.3.6 स्वतंत्र पत्रकारिता की विशिष्टता

लेखन में रुचि रखने वाले कोई भी स्वतंत्र पत्रकार या लेखक बन सकते हैं। स्वतन्त्र पत्रकार किसी पत्र-पत्रिका से जुड़ा नहीं होता, न ही वह नियमित वेतनभोगी होता है। समाचार पत्रों और मैगजीन के वेतनभोगी पत्रकारों को विभिन्न विभागों पर नजर रखने और विशेष खबरें निकालने की जिम्मेदारी सौंपी जाती है। उन्हें स्वयं ही कार्य करते रहना पड़ता है, ताकि विभाग की खबरें छूटे नहीं। नियमित पत्रकारों को विभिन्न विभागों पर नजर रखकर अपने विवेक से विशेष खबरें निकालनी पड़ती हैं। स्वतंत्र लेखकों पर ऐसी कोई जिम्मेदारी नहीं होती। वह विषय स्वयं भी अपनी रुचि के अनुकूल चुन सकते हैं या पत्र-पत्रिकाओं को यह समझ होनी चाहिए कि सम्पादक उनसे किस तरह की सामग्री चाहता है। यदि स्वतंत्र पत्रकार स्वयं ही विषय चुनता है तो उस रचना को किसी भी पत्र-पत्रिका में भेजने के लिए स्वतंत्र हैं। रेडियो, दूरदर्शन में भी स्वतंत्र पत्रकारों की माँग है, किन्तु इसमें रचना को पढ़ा जाता है। रेडियो, दूरदर्शन में कार्यक्रम अधिशासी स्वतंत्र पत्रकार से स्वयं विषय का निर्णय कर के कार्य करवाते हैं और उस सामग्री को प्रसारित करते हैं। जो लेखक स्वतंत्र रूप से पत्रकारिता से जुड़ना चाहते हैं उन्हें पहले बाजार तलाश करने और फिर तैयार रचना को खपाने की व्यवहारिक तरीकों की जानकारी प्राप्त करने की जरूरत है। स्वतंत्र पत्रकार के लिए फीचर लेख या समाचार के प्रकाशन की व्यवहारिकता के दो प्रमुख तरीके होते हैं –

(1) व्यक्तिगत प्रयास

(2) एजेन्सी का माध्यम।

व्यक्तिगत प्रयास– स्वतंत्र लेखकों को अपनी रचना प्रकाशित कराने की समस्या सामने आती है। यदि सम्पादक की आवश्यकतानुसार फीचर तैयार किया जाता है तो उसकी खपत आसानी से हो जाती है। स्वतंत्र लेखक व्यक्तिगत सम्पर्क करके अपनी रचना भेज सकते हैं। इसके लिए पहले यह जानना आवश्यक है कि किस पत्र के लिए लिखना है या फीचर तैयार करना है। फिर उस पत्र या पत्रिका के सम्पादक से सम्पर्क स्थापित करके विषय का विवेचन कर लें इससे स्वतंत्र लेखक अच्छा फीचर कर पायेंगे और उसे प्रकाशित कराने की समस्या भी सामने नहीं आयेगी।

एजेन्सी– प्रकाशन का दूसरा माध्यम है एजेन्सी। अनेक एजेन्सियाँ फीचर लेकर समाचार पत्रों को भेजती हैं। यदि फीचर छप जाता है तो एजेन्सी लेखक को पारिश्रमिक देती है। इसमें भी एक समस्या है। कई पत्र-पत्रिकाएँ लेख या फीचर को एजेन्सी के नाम से प्रकाशित करती हैं। इससे लेखक को रचना का पारिश्रमिक मिल जाता है, पर उसे नाम नहीं मिल पाता। एजेन्सियाँ लेख या फीचर का पारिश्रमिक कम देती हैं, क्योंकि लेखों को भेजने की व्यवस्था करनी पड़ती है और प्रकाशित होने के बाद प्रकाशित सामग्री को एकत्र करनी पड़ती है। यदि किसी लेखक के फीचर विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित होते हैं तो एजेन्सियां उनसे फीचर की माँग करती रहती हैं। उस माँग को स्थायी बनाये रखने के लिए भी यह जरूरी है कि उक्त एजेन्सी के सम्पादक से किसी न किसी तरह संपर्क कायम रखा जाये। यह सम्पर्क विचार विनिमय व बाजार की माँग के स्वरूप को जानने एवं कमियों को दूर करने का अच्छा अवसर है।

स्वतन्त्र लेखकों के लिए जरूरत होती है, बस एक बार किसी लेखन शैली को पकड़ने की। इसमें फीचर एजेंसियाँ वरदान का काम करती हैं –

4.3.7 विभिन्न फीचर समितियाँ

जब से लोगों में फीचर पाठन की प्रवृति बढ़ी है तब से फीचर समितियों की स्थिति में काफी सुधार आया है और उनकी संख्या में भी निरन्तर वृद्धि हो रही है। भारत में प्रमुख फीचर समितियाँ इस प्रकार हैं –

1. **यूनाइटेड प्रेस ऑफ अमेरिका**–1907 में स्थापित यह संस्था व्यापार, खेल, फिल्म, संस्कृति, कला, सामाजिक क्रियाकलापों से सम्बन्धित समाचार संकलन एवं प्रेषण का कार्य कर रही है। यह फीचर सप्लाई करने का भी कार्य करती है।
2. **आवास**–सन् 1835 में स्थापित यह समिति संदर्भ लेख और पृष्ठभूमि सामग्री विभिन्न समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं को भेजने का कार्य करती है।
3. **इंडियन न्यूज एण्ड फीचर एलायंस (INEA)**–वर्ष 1959 से यह समिति विभिन्न पत्र पत्रिकाओं को लेख, फीचर, आदि हिन्दी और अंग्रेजी भाषा में भेजती है।
4. **न्यूज फीचर्स ऑफ इंडिया**–यह मुंबई की संस्था है। यह संस्था भी विभिन्न विषयों पर फीचर्स, फोटो, समाचार एवं मानचित्र प्रेषित करती है। इसके द्वारा प्रेषित सामग्री का काफी महत्त्व है।
5. **इंडिया प्रेस एजेंसी**– सन् 1957 में स्थापित इसका कार्यालय दिल्ली में है। यह समिति विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं को समाचार और फीचर्स आदि भी सप्लाई करती है।
6. **पब्लिकेशन सिंडिकेट** – इसका कार्यालय भी दिल्ली में ही है। यह विशिष्ट प्रकृति के लेख एवं फीचर्स ही उपलब्ध कराती है।
7. **हिन्दुस्तान समाचार**– इस समिति का कार्यालय मुंबई में है। इसकी स्थापना 1948 में हुई थी। यह समिति भी समाचारों के साथ-साथ फीचर्स भी प्रेषित करती है।
8. **सत्य समाचार**– यह समिति ग्वालियर में तथा यह भी समाचार भेजने के साथ-साथ विभिन्न फीचर एवं लेख प्रेषित करती है।
9. **प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया**– हालांकि इस समिति की स्थापना 1949 में हो चुकी थी। पहले यह केवल समाचारों का प्रेषण करती थी, किन्तु 1980 से इस समिति ने फीचर सेवा भी आरम्भ कर दी है।
10. **अदिति फीचर्स**– यह समिति नई दिल्ली में स्थित है। यह सामयिक, अन्तरराष्ट्रीय आदि विषयों पर फीचर प्रेषित करती है।
11. **प्रेस एशिया इंटरनेशन**– इसका मुख्यालय भी नई दिल्ली में है। इस संस्था की विशेषता इसके पाकिस्तान संबंधी लेख हैं। इसके अतिरिक्त भी यह विभिन्न विषयों पर लेख एवं फीचर्स उपलब्ध कराती है।
12. **एशिया फीचर्स**– यह समिति नई दिल्ली में स्थित है। यह विभिन्न फीचर्स अंग्रेजी समाचार पत्रों को सप्लाई करती है।
13. **फीचर सिंडीकेट**– यह समिति आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक, धार्मिक, वार्षिक, वैज्ञानिक, मनोरंजनात्मक, पुण्यतिथि, खेलकूद बाजार भाव, निवेश, स्वास्थ्य, योग आदि पर लेख, फीचर, फोटो, चित्र और कार्टून विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं को उपलब्ध कराती है।
14. **उर्वशी फीचर्स**– यह समिति भी नई दिल्ली में कार्यरत है तथा महिलाओं, दांपत्य, फिल्म, स्वास्थ्य से संबंधित विशिष्ट सामग्री प्रेषित करती है।
15. **मीडिया फीचर्स ऑफ इंडिया**– यह भारत की एक प्रतिष्ठित फीचर एजेंसी है जिसका मुख्यालय दिल्ली में है तथा ब्यूरो कार्यालय मेरठ, शिमला, देहरादून, चंडीगढ़, जयपुर,

मुंबई में है। यह समाचारपत्रों और सेटेलाइट चैनल्स को अपनी सेवाए् देता ह। इन सबके अतिरिक्त एसोसिएटेड न्यूज एंड फीचर्स, प्रेस वार्त्ता फीचर्स, युगान्तर, किंग फीचर सिंडिकेट, शब्दार्थ, यूनीवार्त्ता, हिंदी फीचर सेवा, प्रेस ट्रस्ट फीचर सेवा, डैपप न्यूज, ऋचा फीचर्स, उत्थान सिंडिकेट, एसोसिएटेड प्रेस, महाराजा फीचर्स, युवराज फीचर्स, उत्थान सिंडिकेट, रंगरेखा फीचर्स, सर्वोदय प्रेस सर्विस बुलेटिन, हिन्दुस्तान फीचर सर्विस लि०, विचार आलेख सेवा, मंथ फीचर्स, प्रेस वैट, कुमार अनिल न्यूज एंड फीचर्स, हिन्दी वार्त्ता फीचर्स, राष्ट्रीय समाचार फीचर्स नेटवर्क, सवेरा समाचार फीचर सर्विस, सैलानी फीचर सर्विस, विनायक फीचर्स और फीचर सेवा आदि भी फीचर्स प्रेषित करते हैं।

तेजी से बढ़ते व्यवसायीकरण के इस दौड़ में समाचार पत्र-पत्रिकाएँ भी पीछे नहीं हैं। वह इन फीचर्स एजेन्सियों से फीचर एवं समाचार लेते हैं। इन एजेन्सियों के पास कुछ पत्रकार होते हैं अधिकांश कार्य स्वतन्त्र पत्रकार की मदद से करते हैं।

4.3.8 सफल स्वतंत्र लेखन

स्वतन्त्र लेखन में सफलता प्राप्त करने के लिए लेखकों को सजग रहने की जरूरत है। उन्हें जिस विषय पर लिखना है, उसकी जितनी अधिक जानकारी मिल सके उसे जुटा कर लिखना चाहिए।

- स्वतन्त्र लेखकों की सफलता में जनसम्पर्क मददगार होते हैं। सम्पादक (एडीटर) से मिल कर आप अपना लेख दिखा सकते हैं। अपनी गलतियों को सुधारा जा सकता है।
- लेखन में कई तरह की त्रुटियाँ हो सकती हैं। सम्पादक से मिलते रहने से त्रुटियों का सुधार तो हो ही जाता है, लिखने के लिए नये विषय भी सुझाये जा सकते हैं।
- स्वतन्त्र लेखकों को अध्ययन के साथ-साथ अपनी भाषा शैली का भी परिमार्जन करते रहना चाहिए।
- लेखकों का ज्ञान बहुआयामी भी होना चाहिए। धर्म, दर्शन, संस्कृति, समाज, इतिहास का ज्ञान फीचर या लेख को पूर्ण और तर्क संगत बनाएगा।
- स्वतन्त्र लेखकों को सफल होने के लिए जरूरी है कि उनके पास कवि का ह्दय, समीक्षक का सा प्रौढ़ चिन्तन, इतिहासकार या इतिहास बोध, वैज्ञानिक की सी तार्किकता, समाजशास्त्री का सा समाज बोध तथा युगद्रष्टा की भाँति भविष्य को परखने की शक्ति भी हो।
- आधुनिक फीचर कला में चित्रकला, फोटोग्राफी पर विशेष देना चाहिए। उन्हें छायाचित्रों के रेखांकन का भी ज्ञान होना चाहिए जिससे लेख को प्रभावशाली बना सकें।
- लेखकों को परिवेश के प्रति सजग तथा समसामयिक परिस्थितियों के प्रति जागरूक होना चाहिए, ताकि वह उन विषयों को अपनी दृष्टि से देख सकें और रोचक फीचर लिख सकें।
- स्वतन्त्र लेखन एक विशिष्ट कला है, जो सम्पादकों पाठकों की आशाओं के अनुरूप हो।
- स्वतंत्र लेखक वही सफल होते हैं, जो पत्र-पत्रिकाओं की माँग के अनुरूप लिखते हैं। उनकी लेखन शैली उनकी पहचान होती है। कावेट् का मत है कि जो तुमने सोचा है, उसे लिखने बैठ जाओ। बिना झिझक लिखो, जैसे विचार और शब्द आते हैं। शब्दों के चयन में न पड़े। उत्तम शैली के लिए स्वचेतना के प्रति सजग रहे। विषय वस्तु को सामने रखकर उसी पर लिखें।
- यदि स्वतन्त्र लेखकों ने पत्र-पत्रिका के स्टाइल और माँग के अनुरूप लिखा है तो रचना स्वीकार्य होती है।

- जो लेखक उस स्थल पर नहीं रहते हैं, जहाँ से पत्र पत्रिका प्रकाशित होती है। वह लेखक निराश न हो। डाक द्वारा रचना भेज सकते हैं। यदि पता लिखा एवं टिकट लगा लिफाफा भेंजेगे तो आपकी अस्वीकृत रचना लौटायी जा सकती है।
- स्वतन्त्र लेखकों का भविष्य पत्र-पत्रिका के प्रसारण पर निर्भर करता है। यदि पत्र पत्रिका की गुणवत्ता बेहतर है, जो प्रसार संख्या बढ़ेगी साथ ही लेखकों का भविष्य भी उज्जवल होगा।

स्वतन्त्र पत्रकार समाचार पत्र, पत्रिका, रेडियो, टीवी पर विभिन्न क्षेत्रों में लेखन कर सकते है। विभिन्न क्षेत्रों के पत्रकार उस क्षेत्र के विशेषज्ञ कहलाते हैं। इसके लेखकों के विविध क्षेत्र है–

1. साहित्यिक पत्रिका
2. लघु पत्रिका
3. बाल पत्रिका
4. खेल पत्रिका
5. फिल्मी पत्रिका
6. विज्ञान पत्रिका
7. राजनीतिक पत्रिका
8. हास्य व्यंग्य पत्रिका
9. धार्मिक-आध्यात्मिक पत्रिका
10. वाणिज्य या व्यावसायिक पत्रिका
11. सर्वोदय पत्रिका
12. रेडियो पत्रकारिता
13. टी०वी० पत्रकारिता

4.4. पत्रिका लेखन

पत्रिका लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक है। भारत में पत्रिकाएँ विभिन्न भाषाओं में छपती थी। समाचार पत्रिकाएँ भी छपने लगी जिनमें इलेस्ट्रेटेड वीकली ऑफ इण्डिया प्रमुख है। उसके बाद अनेक पत्रिकाएँ छपीं। वर्तमान में इण्डिया टुडे, सण्डे आब्जर्वर, फ्रन्ट लाइन, आउटलुक, द हिन्दू, आनन्द बाजार पत्रिका, फिल्म फेयर, स्पोर्ट्स वर्ल्ड, स्पोर्ट स्टार, बिजनेस इण्डिया, बिजनेस टूडे, बिजनेस वर्ल्ड आदि अनेक पत्रिकाएँ प्रकाशित हो रही हैं।

देश में पत्रिकाएँ स्वतंत्रता से पूर्व से ही निकल रही है। स्वतंत्रता से पूर्व हिन्दी पत्रकारिता का चरित्र प्रोटेस्ट का था। यह प्रोटेस्ट या विरोध का स्वर एक चुनौती के रूप में साधारण कागज पर मुद्रित होकर छापेखाने से बाहर आता था, जिसे पूरा-पूरा जन समर्थन मिला हुआ था। उन दिनों की पत्रकारिता चुनौती पूर्ण और जोखिम भरी थी। उस समय के पत्रकार भावुक होते थे। वे एक राह पकड़ते थे, उसी पर चलते थे। स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद व्यक्ति के सोचने की दिशा बदल गयी। स्वतन्त्रता ने ही व्यक्ति को कर्तव्य की कसौटी से एक कदम आगे बढ़ाकर 'अधिकार' की भूल भुलैया में भटका दिया। अधिकार पाने और सुख सुविधाओं को बटोरने के लिए अपने स्वार्थ को ऐसे शब्दों में सामने रखा जाय कि चुनौती का जामा पहन कर चमक उठे। स्वतंत्रता के कुछ वर्ष बाद ही इलाहाबाद में एक सेमीनार आयोजित किया गया। उसमें राज्याश्रय का प्रश्न उठा। यही वह समय था जब 'संगम' साप्ताहिक निकल रहा था। उसके सम्पादक इलाचन्द्र जोशी थे। वे बाद में नये हिन्दी साप्ताहिक 'धर्मयुग' के सम्पादक बन कर बम्बई पहुँच गये। इसके बाद एक नया साप्ताहिक सामने आया 'साप्ताहिक हिन्दुस्तान'। उन दिन केन्द्रीय

सरकार ने अपना मासिक पत्र 'आजकल' शुरू किया और इस तरह हिन्दी पत्रकारिता कई नामों में विभाजित हुई। जैसे व्यावसायिक पत्रकारिता और लघु पत्रकारिता। उन दिनों साहित्यकारों ने कई लघु पत्रिकाएँ निकालीं। उदाहरण 'नये पत्ते' विद्वान, नयी कविता, प्रतीक, कल्पना, नया साहित्य, नया पथ आदि प्रगतिशील लेखकों ने 'हंस' और 'संकेत' जैसी पत्रिका का प्रकाशन किया। बाद में यह पत्रिका भी प्रगतिशील न रहकर व्यावसायिक होती चली गयी। इसी खेमे में शामिल धर्मयुग और साप्ताहिक हिन्दुस्तान उस दौर में काफी लोकप्रिय हो गये। इसी दौर में 'कथा कहानी' नाम की लघु पत्रिका सामने आयी। पूँजीवाद का लघु पत्रिका की भूमि से यह पहला विरोध था।

अगला दस वर्ष हिन्दी पत्रिकाओं के लिए एक ठहराव था। पत्रकार मानसिक शिथिलता से घिरे रहे। धीरे-धीरे पत्रकारिता व्यावसायिक धरातल पर लोकप्रिय होने लगी। चमक-दमक वाली व्यावसायिक पत्रिकाओं को घोर व्यक्तिवादी और वामपंथी दोनों प्रकार के लेखकों का समर्थन प्राप्त हो चुका था। उन दिनों पत्रिकाएँ व्यक्ति की कुंठा, हीन भावना, पलायन की कहानी ही कह रही थी। राष्ट्रीय मुद्दे गौण होते जा रहे थे। उन दिनों मानसिक विलास आधुनिकता का प्रतीक हो गया और जीवन से जुड़े ज्वलंत प्रश्न भुला दिये गये थे। वर्ष 1969 में दिल्ली में लघु पत्रिका की प्रदर्शनी लगी। उन दिनों हिन्दी में 128 पत्रिकाएँ निकल रही थीं। इसके बाद कई तरह की पत्रिकाएँ निकलने लगी। साहित्यिक, राजनीतिक, व्यावसायिक फिल्मी, महिलाओं और बच्चों की आदि। आज लघु पत्रिका एक चुनौती के रूप में सामने आ रही है यह चुनौती ही समाज में परिवर्तन का वातावरण तैयार करती है।

4.4.1 पत्रिका लेखन की भाषा-शैली एवं प्रस्तुति

पत्रिका लेखन में स्वतन्त्र लेखकों के लिए फीचर या अन्य किसी तरह के लेखन के लिए वास्तव में ज्ञान, कौशल, लगन एवं सही समझ का होना बेहद जरूरी है। लेखकों के लिए लेखन में भाषा का प्रयोग करते समय इन बातों का ध्यान रखना चाहिए –

1. **सरलता–** लेखन में प्रयुक्त भाषा ऐसी होनी चाहिए जो आसानी से हर वर्ग के लोगों की समझ में आ जाए। अधिक क्लिष्ट शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिए।
2. **सौम्यता–** किसी भी शब्द का प्रयोग करते समय लेखक को अपनी फीचर और समाचार पत्र या पत्रिका की गरिमा का विशेष ध्यान रखना चाहिए। अतः सौम्य शब्दों का प्रयोग करना चाहिए।
3. **स्पष्टता–** द्विअर्थी संवादों एवं उलझनपूर्ण भाषा का प्रयोग फीचर लेखन में नहीं करना चाहिए। फीचर की गुणवत्ता को बरकरार रखने के लिए भाषा की स्पष्टता बेहद जरूरी है।
4. **स्थानीयता–** यदि फीचर स्थानीय पत्र-पत्रिका के लिए तैयार किया गया है तो वहाँ की स्थानीय भाषा या शब्दों का प्रयोग अवश्य होना चाहिए। इससे स्थानीय लोगों में इसे पढ़ने के लिए जिज्ञासा उत्पन्न होती है।
5. **सामान्यता–** सामान्य बोलचाल में प्रयुक्त अच्छे और सटीक शब्दों की भी फीचर में मांग रहती है।
6. **गुणवत्ता–** फीचर के लिए अश्लील और गाली गलौज युक्त भाषा का प्रयोग नहीं करना चाहिए। न ही ऐसी भाषा प्रयुक्त करनी चाहिए, जिससे किसी की मानहानि होती हो।
7. **भावात्मकता–** भाषा का प्रयोग भावनाओं को स्पष्ट एवं प्रदर्शित करने का वाला होना चाहिए।
8. **उद्देश्यपरक–** शब्दों का प्रयोग चुने गए शीर्षक, घटना एवं तथ्यों को समझाने की दृष्टि से किया जाना चाहिए।

9. **तकनीकी पक्ष**– तकनीकी शब्दों का प्रयोग काफी सोच-समझकर करना चाहिए। यदि संभव हो तो प्रचलित तकनीकी शब्द का ही प्रयोग किया जाए।

10. **गरिमायुक्त**– लेखक को उपदेशात्मक एवं नीरस शब्दों का ज्यादा प्रयोग नहीं करना चाहिए।

11. **शैली**– लेखकों को भाषा के साथ-साथ शैली पर भी ध्यान देने की जरूरत है। फीचर लेखकों को निम्नलिखित शैली में से किसी शैली को फीचर के लिए चुनने का प्रयास करना चाहिए–

    1. व्यंग्यात्मक
    2. सूचनापरक
    3. विवरणात्मक
    4. विवेचनात्मक
    5. कलात्मक
    6. कल्पनात्मक
    7. भावात्मक
    8. संस्मरणात्मक
    9. वैज्ञानिक एवं तकनीकी
    10. व्याख्यात्मक
    11. चित्रात्मक
    12. तुलनात्मक
    13. तथ्यात्मक आदि।

    भाषा शैली का उचित प्रयोग ही किसी फीचर की शान में इजाफा कर सकता है।

एक अच्छे फीचर के लिए चार पक्षों का सही समायोजन होना जरूरी है–शीर्षक, प्रस्तावना, मुख्य कलेवर और उपसंहार। फीचर को सही प्रस्तुतीकरण के लिए निम्नलिखित बातों पर ध्यान रखना चाहिए –

- सामग्री टाइप कराकर भेजनी चाहिए, साथ ही फुल स्केप पेपर के दाएं-बाएँ दोनों तरफ थोड़ी जगह छोड़कर लेखन कार्य किया जाना चाहिए।
- जहाँ चित्र का स्केच लगाना हो वहाँ पर चौकोर निशान बनाकर फोटो या चित्र का कैप्शन तथा संख्या लिख देनी चाहिए।
- कागज के ऊपरी भाग में बाईं तरफ विषय लिख देना चाहिए।
- फीचर की समाप्ति पर अपना नाम, पता और टेलीफोन नंबर लिखकर हस्ताक्षर कर देने चाहिए।
- फीचर के साथ संबंधित चित्र, फोटोग्राफ्स तथा कवरिंग लेटर लगा देना चाहिए, जिसमें संपादक के नाम एक सूचना होती है कि लेख किस सम्बन्ध में भेजा जा रहा है।
- फीचर के प्रारम्भ में शीर्षक, उपशीर्षक को बोल्ड या डार्क कर दिया जाता है।
- फीचर न अधिक लंबा लिखें न संक्षेप में।
- फीचर को पाठकों की रुचि और समय के अनुकूल हर वर्ग को ध्यान में रखकर लिखा जाना चाहिए।

- फीचर को संबंधित पत्र या पत्रिका को भेजते समय कवरिंग लेटर, स्वनाम पता लिखा लिफाफा, पत्र की स्वीकृति के लिए लिफाफे के ऊपर लगा पोस्टकार्ड (जिस पर लेखक का पता लिखा हो) अच्छी तरह पिनअप किए गए पृष्ठ, संबंधित चित्र एवं फोटो वापस भेजने का ध्यान रखना चाहिए।

पार्ट टाइम जॉब के रूप में अपनाएँ स्वतन्त्र लेखन

यदि आप की लेखन में रुचि है तो आप स्वतंत्र लेखन कर आय अर्जित कर सकते हैं। इसके लिए कोई आवश्यक नहीं कि आप किसी पत्र-पत्रिका या पत्रकारिता से पूर्णकालिक रूप से जुड़ें। आप कहीं भी नौकरी कर रहे हों या व्यापार में लगे हों या शिक्षा ग्रहण कर रहे हों या आप गृहणी हैं, तो भी आप स्वतंत्र पत्रकार के रूप में लेखन कार्यों से जुड़ सकते हैं और आप इसे अपने पूर्णकालिक नौकरी या व्यवसाय या अन्य कार्य के साथ साइड बिजनेस या पार्ट टाइम जॉब के रूप में अपना सकते हैं। यदि आप की रुचि किसी विशेष क्षेत्र में हो, उदाहरणार्थ : किसी खेल, संगीत, कुकिंग, बच्चों के लिए लेखन, विज्ञान, बिजनेस, फिल्म, धार्मिक स्थलों की सैर या अन्य तो आप किसी मैगजीन या समाचार पत्र के लिए उस विशेष क्षेत्र में अपनी पसन्द के फीचर या रिपोर्ट लिख सकते हैं। समय-समय पर फीचर प्रस्तुत करते रहने से आपकी उस क्षेत्र में पहचान तो बन ही सकती है, आप को इन लेखों का पारिश्रमिक भी मिल सकता है। यह सच है कि स्वतंत्र पत्रकार नियमित आय के हकदार नहीं होते। उन्हें समय-समय पर किये गये कार्यों का ही पारिश्रमिक मिलता है। यह कार्य आप अपने खाली समय का सदुपयोग कर के पूरा कर सकते हैं। जरूरत आपकी न्यूज सेन्स की है।

स्वतंत्र लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक होता है। आप विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, इलेक्ट्रानिक मीडिया में स्वतंत्र पत्रकार या लेखक के रूप में अपनी प्रतिभा दिखा सकते हैं। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में कुछ विशेष कॉलम भी निकलते रहते हैं। यदि उसमें आपकी रुचि हो तो आप उसमें लिख सकते हैं। इसमें लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक है। उदाहरणार्थ आपके शहर आने वाले किसी विशेष व्यक्ति का साक्षात्कार, किसी उत्सव या महोत्सव, किसी व्रत त्योहार, किसी उभरती प्रतिभा आदि अनेक विषय हैं, जिस पर लिखा जा सकता है। मैगजीन या समाचार पत्रों में ऐसे लेखों के लिए कुछ स्थान होता है, किन्तु यह याद रखना चाहिए कि ऐसे विषयों के लिए बाजार सीमित होता है। इसलिए स्वतंत्र लेखन में अन्य विषयों पर भी ध्यान देने की जरूरत है। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं द्वारा विभिन्न समस्याओं या किसी विषय विशेष पर सामग्री की मांग की जाती है। यह विषय स्वतंत्र पत्रकारों के लिए होते हैं। सामान्यतया अधिकांश नियमित पत्रकार इन विषयों के लिखने के योग्य नहीं होते या वे अपने रुटीन बीट या कार्यों पर इतने व्यस्त होते हैं कि वे विशेष सामग्री के लिए समय नहीं निकाल पाते। इसलिए विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं को स्वतंत्र लेखकों की जरूरत होती है।

इसके लिए किसी संस्थान में प्रशिक्षण लेने की जरूरत नहीं होती। सामान्यतः लोग लेखन से मात्र लेख लिखने का तात्पर्य ही लगा बैठते हैं। जबकि स्वतंत्र लेखन की अनेक विधाएँ हैं। उदाहरणार्थ आत्मकथा, अनुवाद, कहानी, एकांकी, लेख, समीक्षा, यात्रा वृत्तांत, रेखाचित्र, व्यंग्य, फीचर और रिपोर्ताज। इनमें से किसी एक विधा में भी महारत हासिल कर आप आय अर्जित कर सकते हैं।

गुणों और विशेषता के आधार पर फीचर को निम्नलिखित भागों में विभक्त किया जा सकता है – साक्षात्कार फीचर, चित्रात्मक फीचर, सिनेमा फीचर, व्यावहारिक फीचर, खेल चिकित्सा, लोक संस्कृति, यात्रा, विज्ञान, प्रेरणात्मक फीचर, परिचयात्मक फीचर, समाचारात्मक फीचर, जीव जंतुओं पर आधारित फीचर, कृषि संबंधी फीचर व्यंग्य फीचर, बागवानी फीचर, ऐतिहासिक एवं पुरातात्विक फीचर, औद्योगिक फीचर, ज्योतिष एवं वास्तुशास्त्र संबंधी फीचर आदि।

लाभ –

फीचर स्वतंत्र लेखन अतिरिक्त आय का साधन तो है ही रचना प्रकाशित होने पर शोहरत एवं संतुष्टि भी मिलती है।

- रचनात्मकता बनी रहती है। लेखन का शौक पूरा करने का यह उचित साधन भी है।
- इस का कार्य क्षेत्र काफी व्यापक है। रचना के लिए आप कई लोगों से मिलते हैं तो आप का ज्ञान और पहचान भी बढ़ती है।

लेखन सामग्री का चुनाव–

एक स्वतंत्र लेखक तभी सफल होता है जब वह विषय वस्तु के घटनाक्रम का चयन भी सोच समझ कर करे। उन्हें सामग्री दो स्रोतों से मिल सकती है।

- **प्राथमिक स्रोत** – व्यक्तियों से मिल कर या स्वयं के अनुभव से प्राप्त करते हैं।
- **द्वितीय स्रोत** – विभिन्न पुस्तकों, पत्र-पत्रिकाओं, आत्मकथाओं, सरकारी व ग़ैर सरकारी कार्यालयों, किंवदंतियों आदि से भी फीचर के लिए विषय का चयन किया जा सकता है।

समाचार समितियाँ और फीचर एजेंसियाँ–

समाचार समितियों और फीचर एजेंसियों को जनसंचार की रीढ़ माना जाता है। इन समितियों के पास हर विषय पर उचित दर में फीचर प्राप्त होते हैं। यह रजिस्टर्ड संस्था होती है जिसमें नियमानुसार संपादक, उपसंपादक, सहसंपादक, फोटोग्राफर, संवाददाता और फीचर लेखक होते हैं। पत्र-पत्रिकाओं, आकाशवाणी और इलेक्ट्रानिक मीडिया भी इनसे फीचर लेते हैं।

फीचर प्रकाशन के दो तरीके हैं।

- व्यक्तिगत प्रयास
- एजेंसी के माध्यम से

स्वतंत्र लेखक पत्र-पत्रिकाओं के संपादक से मिल कर उनके पत्र-पत्रिका की आवश्यकतानुसार फीचर तैयार कर प्रेषित कर सकते हैं।

4.5 सारांश

किसी संस्था से जुड़े बिना भी स्वतंत्र रूप से लेखन किया जा सकता है। यही स्वतन्त्र पत्रकारिता है। स्वतन्त्र लेखन का क्षेत्र काफी व्यापक होता है। वह विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, इलेक्ट्रानिक मीडिया में स्वतन्त्र पत्रकार के रूप में कार्य कर सकते हैं। इसके लिए लेखन की किसी विधा में विशिष्टता प्राप्त कर सफल हो सकते हैं। स्वतन्त्र पत्रकार पत्र-पत्रिकाओं, फीचर एजेन्सियों, आकाशवाणी तथा इलेक्ट्रानिक मीडिया में सम्पर्क कर सफल पत्रकार बन सकते हैं। यह एक अतिरिक्त आय का साधन तो है ही लेखक को प्रसिद्धि भी दिला सकता है। इस क्षेत्र में भी पत्रकार की तरह आखें खुली रखने, खबर सूँघने और पाठकों की रुचि पहचानने की जरूर है, साथ ही भाषा और शैली में भी अपनी विशेष पहचान बना कर विशिष्ट बन सकते हैं।

4.6 शब्दावली

स्वतंत्र पत्रकार – किसी संस्था से न जुड़कर मनोनुकूल लेखन करना।

फीचर – हिन्दी में रूपक कहा जाता है। सचित्र, चटपटी, छोटी रचना फीचर है।

आत्मकथा – अपनी जीवनी को अपने ही शब्दों में लिपिबद्ध करना।

फीचर एजेंसी – फीचर की आपूर्ति करने वाली संस्था।

4.7 संदर्भ ग्रन्थ

1. आधुनिक पत्रकारिता : डा० अर्जुन तिवारी
2. पत्रकार कला : विष्णुदत्त शुक्ल
3. हिन्दी पत्रकारिता : विविध आयाम – डा० वेद प्रताप वैदिक
4. रूपक लेखन : के०पी०नारायणन
5. फीचर लेखन : प्रेमनाथ चतुर्वेदी

4.8 प्रश्नावली

लघु प्रश्न

1. स्ट्रींगर कौन है?
2. फीचर और लेख की शिल्पगत तुलना कीजिए?
3. स्वतन्त्र पत्रकारिता के विविध क्षेत्र बताइए?
4. शैली के प्रमुख गुण बताइए?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. स्वतन्त्र पत्रकार की विशेषताएं लिखिए?
2. सुनामी तबाही पर फीचर लिखिए?
3. स्वतन्त्र लेखन की सफलता की चर्चा कीजिए?

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. स्वतन्त्र पत्रकार कौन है?
   (क) वेतन भोगी पत्रकार
   (ख) पूर्णकालिक पत्रकार
   (ग) बिना किसी दबाव के स्वतन्त्र कार्य करने वाला
   (घ) उपर्युक्त में कोई नहीं
2. लेख प्रकाशित कराने के तरीके है?
   (क) व्यक्तिगत प्रयास
   (ख) एजेन्सी द्वारा
   (ग) अखबार के कार्यालय के चक्कर द्वारा
   (घ) उपर्युक्त में कोई नहीं

3. स्वतन्त्र पत्रकारिता एक है –
   (क) पूर्णकालिक व्यवसाय
   (ख) साइड व्यवसाय
   (ग) वेतन भोगी व्यवसाय
   (घ) कोई भी नहीं
4. एक सफल स्वतन्त्र लेखक के गुण है -
   (क) तर्क संगत दृष्टिकोण
   (ख) व्यक्तियों की विशेष जानकारी
   (ग) गतिशील शैली
   (घ) उपर्युक्त सभी

उत्तर

1. (ग)
2. (क)
3. (ख)
4. (घ)

□□□

उत्तर प्रदेश
राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय
प्रयागराज

M.A (JMC) 103
समाचार- संकलन
लेखन एवं सम्पादन

खण्ड

4

रेडियो एवं टीवी के लिए लेखन

इकाई 1

रेडियो समाचार 241-251

इकाई 2

रेडियो के विविध कार्यक्रम 252-260

इकाई 3

टीवी चैनल्स 261-275

इकाई 4

टी वी प्रोडक्शन 276-289

इकाई 5

फोटो एवं फिल्म 290-304

237

परामर्श-समिति

प्रो० देवेन्द्र प्रताप सिंह	कुलपति-अध्यक्ष
डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल	वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक
डॉ० आर०के० बसलस	कुलसचिव - सचिव

विशेषज्ञ समिति

1. प्रो0 जे0 एस0 यादव, पूर्व निदेशक, भारतीय जनसंचार संस्थान, नयी दिल्ली
2. प्रो0 सूर्यप्रसाद दीक्षित, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ वि0वि0, लखनऊ
3. प्रो0 रामदेव शुक्ल, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं पत्रकारिता विभाग, गोरखपुर वि0वि0, गोरखपुर
4. प्रो0 श्यामसुन्दर शुक्ल, - अवकाशप्राप्त प्रोफेसर, भाषा विशेषज्ञ
   हिन्दी विभाग, काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, 33/71 रोहित नगर, नरिया, वाराणसी
5. डॉ0 रमेश चन्द्र त्रिपाठी, अध्यक्ष
   पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ
6. श्री सुरेश प्रताप, वरिष्ठ उपसम्पादक, दैनिक जागरण, वाराणसी

सम्पादक

डॉ० अर्जुन तिवारी, पूर्व पत्रकारिता विभागाध्यक्ष, म. गाँ. काशी विद्यापीठ, वाराणसी

लेखक मंडल

1. प्रो० राम मोहन पाठक, निदेशक, म.मो.मा. हिन्दी पत्रकारिता संस्थान, म.गां.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
2. डॉ० अरुण शर्मा, प्राध्यापक, पत्रकारिता विभाग, म.गां. काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
3. डॉ० धीरेन्द्र नाथ सिंह, अवकाश प्राप्त सम्पादक, 'आज', वाराणसी।
4. डॉ० सुमन दुबे, उप सम्पादक - 'आज', वाराणसी।
5. डॉ० जयंत शुक्ल, शोध सहायक, डी.एस. रिसर्च सेन्टर, वाराणसी।
6. श्री राघवेन्द्र मिश्र, पत्रकारिता विभाग, म.गाँ.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।

परामर्श-समिति

प्रो० केदार नाथ सिंह यादव	कुलपति-अध्यक्ष
डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल	वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक
डॉ० रत्नाकर शुक्ल	कुलसचिव - सचिव

© उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

सर्वाधिकार सुरक्षित। इस पाठ्य सामग्री का कोई भी अंश उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना मिमियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

खण्ड - परिचय

खण्ड – 4 'रेडियो एवं टीवी के लेखन' की निम्नलिखित इकाइयाँ है –

1. रेडियो समाचार

2. रेडियो के विविध कार्यक्रम

3. टीवी चैनल्स

4. टीवी प्रोडक्शन

5. फोटो एवं फिल्म

प्रथम दो इकाइयों में रेडियो समाचार और रेडियो के विविध उपयोगी कार्यक्रमों की महत्ता बतलायी गयी है और उनके लेखन पर प्रकाश डाला गया है। टीवी के विभिन्न चैनल और कार्यक्रमों के निर्माण सम्बन्धी तथ्यों की जानकारी प्रशिक्षु पत्रकारों के निमित्त आवश्यक है। फोटो, फोटोग्राफी तथा फिल्म-जगत की गतिविधियों का अवगाहन कर एक सफल पत्रकार बना जा सकता है।

खण्ड – 4

रेडियो एवं टीवी के लिए लेखन

रेडियो बिना कागज और बिना दूरी का समाचारपत्र है।

– लेनिन

❖❖❖

Radio news writing demands greater compression which call for greater skill.

Andrew C. Lang.

❖❖❖

"Television? the word is half Latin and half Greek. No good can come out of it."

– C. P. Scott.

❖❖❖

When television is good, nothing is better.

When television is bad, nothing is worse.

– Newton Minno.

❖❖❖

इकाई 1 रेडियो समाचार

इकाई की रूपरेखा

1.0 उद्देश्य
1.1 प्रस्तावना
1.2 रेडियो समाचार सेवा
1.3 रेडियो समाचार कक्ष
1.4 रेडियो समाचार बुलेटिन के प्रकार
1.4.1 विशेष समाचार कार्यक्रम
1.4.2 रेडियो समाचार की विशेषताएं
1.5 समाचार प्रस्तुतीकरण
1.5.1 समाचार का चयन
1.5.2 समाचार का गटन एवं शीर्षक निर्धारण
1.5.3 समाचार
1.5.4 समाचार की भाषा
1.5.5 संक्षिप्त नामों का प्रयोग
1.5.6 पद और नाम का प्रयोग
1.6 रेडियो समाचार: संकलन और सम्पादन
1.7 समाचार वाचन
1.8 रेडियो समाचारों का महत्व
1.9 सारांश
1.10 शब्दावली
1.11 संदर्भ ग्रंथ
1.12 प्रश्नावली

1.0 उद्देश्य

रेडियो जनसंचार का एक शक्तिशाली माध्यम है। अपनी पहुँच, सुलभता और सस्ती तकनीक के चलते यह आम लोगों के माध्यम के रूप में दर्शकों से अपनी पहचान बनाये हुए है। टीवी, कम्प्यूटर और इन्टरनेट तथा मल्टीमीडिया के धूम-धड़ाके के बीच भी रेडियो सूचना, शिक्षा और मनोरंजन का सर्वप्रिय माध्यम बना हुआ है। भारत में रेडियो समाचारों का एक विशाल पाठक वर्ग है जो करोड़ों की संख्या में है। प्रस्तुत पाठ में रेडियो समाचार पर प्रकाश डाला गया है। इस पाठ के अध्ययन के उपरान्त आप निम्नांकित तथ्यों से परिचित हो सकेंगे–

- रेडियो की समाचार सेवा, उसकी पहुँच तथा विस्तार।
- रेडियो समाचार कक्ष और समाचारों का प्रसारण।
- समाचार बुलेटिन के प्रकार।
- समाचार निर्माण प्रक्रिया।

- समाचार निर्माण के मूल तत्व।
- समाचारों का संपादन।
- समाचारों की उपयोगिता।

1.1 प्रस्तावना

रेडियो समाचार श्रोताओं के बीच अपनी निरन्तरता, सुलभता और विशिष्टता के चलते काफी लोकप्रिय हैं। समाचार निर्माण की कुछ बातें तो सभी माध्यमों के लिए लिखे जाने वाले समाचारों में समान होती हैं लेकिन माध्यमगत विशिष्टता के चलते रेडियो समाचारों के गठन का तरीका कुछ भिन्न होता है।

चूँकि रेडियो समाचार समय की सीमा से बँधे होते हैं और इनको दुहराना संभव नहीं होता अत: शब्द चयन, वाक्य की लम्बाई, लोकप्रिय नामों की लिखावट और समाचार वाचन का तरीका इनकी स्पष्टता के लिए महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाता है। प्रस्तुत इकाई में रेडियो समाचार से जुड़े सभी पक्षों का सारगर्भित रूप से विवेचन किया गया है।

1.2 रेडियो की समाचार सेवा

भारत में रेडियो (आकाशवाणी) का समाचार सेवा प्रभाग विश्व के सबसे बड़े समाचार प्रसारण संगठनों में से एक है। यह 1937 में 'सेन्ट्रल न्यूज ऑर्गनाइजेशन' के रूप में अस्तित्व में आया। श्री लियानेल फिल्डन द्वारा ऑल इण्डिया रेडियो के डायरेक्टर जनरल का पद सम्हालने (1935 में) से पहले कलकत्ता रेडियो स्टेशन से अंग्रेजी और बँग्ला में तथा बम्बई रेडियो स्टेशन से अंग्रेजी और हिन्दुस्तानी में समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते थे। 1949 में समाचारों की पूल प्रणाली आरम्भ की गयी। इससे पूर्व 1945 में विदेश समाचार प्रभाग द्वारा पश्तो, नेपाली, हिन्दी, अंग्रेजी, गुजराती, तमिल, बर्मी, जापानी औप चीनी भाषाओं में प्रसारण आरंभ किये गये।

रेडियो के कार्यक्रमों में समाचार प्रसारण कार्यक्रम सबसे संवेदनशील और प्रतिष्ठापूर्ण कार्यक्रम है। यह श्रोताओं को सवेरे 6 बजे से लेकर रात के 12 बजे तक समाचार सुनाता है। 1939-40 में भारत में रेडियो पर 27 समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते थे जबकि इस समय रोजाना 364 बुलेटिन प्रसारित होते हैं। इनकी कुल प्रसारण अवधि 43 घंटे 10 मिनट की है। इनमें से 84 बुलेटिन दिल्ली से घरेलू सेवा में प्रसारित होते हैं और 45 क्षेत्रिय समाचार यूनिटें प्रतिदिन 64 भाषाओं और बोलियों में 187 क्षेत्रीय समाचार बुलेटिन प्रसारित करती हैं। ए. आई. आर. एफ. एम. दिल्ली से हर घण्टे न्यूज हेडलाइन्स प्रसारित की जाती हैं। 'ए आई आर न्यूज आन फोन्स' की शुरुआत 1998 में की गयी। यह सेवा निर्दिष्ट फोन नम्बरों पर अंग्रेजी और हिन्दी में ताजा समाचार सुर्खियां उपलब्ध कराती है। चेन्नई केन्द्र से तमिल में 'न्यूज ऑन फोन्स' सेवा उपलब्ध है।

विदेश प्रसारण सेवा के तहत भारत में रेडियो पर 25 भाषाओं और बोलियों में कुल 17 घण्टे 56 मिनट अवधि के 139 समाचार बुलेटिन रोजाना प्रसारित किये जाते हैं। विदेश प्रसारण सेवा के तहत 25 भाषाओं (भारतीय और विदेशी) में कुल 8 घण्टे 47 मिनट अवधि के 64 समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते हैं। समाचार सेवा प्रभाग दिल्ली, मुम्बई, कोलकाता और चेन्नई से शुरु हुए एम एम दो चैनलों पर हर घण्टे समाचार बुलेटिन और समाचारों पर आधारित अन्य कार्यक्रम भी प्रसारित किये जाते हैं।

रेडियो के विशेष बुलेटिन जैसे खेल-कूद और युवाओं से संबन्धित बुलेटिन भी प्रसारित किये जाते हैं। दिल्ली से दो युवा बुलेटिन हिन्दी और अंग्रेजी में प्रसारित होते हैं। कोलकाता से

बंग्ला में युवाओं के लिए दो बुलेटिन प्रसारित होते हैं। हज यात्रा के दौरान दिल्ली से 5 मिनट का हज बुलेटिन जायरीन के लिए प्रसारित किया जाता है। इसके अलावा समाचार सेवा प्रभाग हिन्दी और अंग्रेजी में समाचारों पर आधारित कार्यक्रम और समीक्षाएँ भी प्रसारित करता है। हर रोज समाचारपत्रों की टिप्पणियों का कार्यक्रम प्रसारित किया जाता है। संसद के अधिवेशन के दौरान दोनों सदनों में हुई कार्रवाई के बारे में समीक्षा प्रसारित की जाती है। इसी तरह क्षेत्रीय समाचार इकाईयाँ राज्य विधानमण्डल की कार्रवाई की समीक्षा प्रसारित करती हैं।

समाचार सेवा प्रभाग का कार्य एक निदेशक की देख-रेख में होता है जो केन्द्रीय सूचना सेवा के वरिष्ठ प्रशासनिक वर्ग का एक सदस्य होता है। समाचार सेवा प्रभाग के निदेशक का पद उप-महानिदेशक पद के समकक्ष होता है। इसकी सहायता के लिए चार अतिरिक्त महानिदेशक एवं सात संयुक्त निदेशक स्तर के अधिकारी नियुक्त होते हैं। ये सामान्य समाचार कक्ष, समाचार संकलन इकाई, समसामयिक प्रसारण इकाई, भाषा इकाई, क्षेत्रिय, समाचार इकाई और अनुश्रवण इकाई का काम देखते हैं।

रेडियो के लिए अधिकांश समाचार देशभर में फैले उसके संवाददाताओं से प्राप्त होते हैं। भारत में 90 और विदेशों में विशेषत: कोलम्बो, ढाका, काठमाण्डू, हांगकांग, वाशिंगटन, दुबई और ब्रूसेल्स में सात नियमित संवाददाता है। आकाशवाणी के 246 अंशकालिक संवाददाता भी हैं जो महत्त्वपूर्ण जिला मुख्यालयों में स्थित हैं। देश के 500 से अधिक जिला मुख्यालयों पर अंशकालिक संवाददाता नियुक्त करने की कार्य योजना पर काम-चल रहा है।

1.3 रेडियो समाचार कक्ष

समाचार सेवा प्रभाग की गतिविधियों का मुख्य केंद्र एक केन्द्रीय समाचार कक्ष होता है जिसे 'जनरल न्यूज रूम' कहा जाता है। इस कक्ष का प्रभारी 'एडिटर-इन्चार्ज' होता है। उसके कामों में सहायता के लिए सहायक संपादकों की एक टीम होती है। यह टीम खबरों की पूल कापियाँ तैयार करने में मदद करती है। रोजाना उसे 4 लाख शब्द इससे प्राप्त होते हैं।

रेडियो न्यूज पूल में विविध स्रोतों से प्राप्त समाचारों को एकत्रित किया जाता है। इस प्रकार समाचारों के संग्रहकेन्द्र को पूल की संज्ञा दी जाती है। पूल से प्राप्त खबरों से पूल कॉपियाँ तैयार होती है। इन पूल कॉपियों के आधार पर आवश्यताओं, जनाकांक्षाओं और रुचियों को ध्यान में रखते हुए विभित्र क्षेत्रों के लिए समाचार बुलेटिन तैयार किये जाते हैं और उन्हें विभित्र भाषाओं में अनुवाद करने के लिए भेज दिया जाता है। परन्तु हिन्दी में पूल को आधार मानकर बुलेटिन प्राय: स्वतंत्र रूप से तैयार किये जाते हैं। समाचार सेवा प्रभाग में देश की लगभग सभी भाषाओं की बुलेटिनों का प्रसारण होता है। इसके लिए हर भाषा एकांश में समाचार वाचक और अनुवादक होते हैं।

केन्द्रीय बुलेटिनों के अलावा देश के प्राय: हर राज्य में क्षेत्रीय भाषाओं में प्रादेशिक समाचार प्रसारित किये जाते हैं। उन्हें केन्द्रीय सूचना सेवा का एक अधिकारी-सहायक समाचार संपादक (Asstt. News Editor) तैयार करता है। उसकी सहायता के लिए केन्द्रीय सूचना सेवा का ही एक संवाददाता होता है। कई अंशकालिक संवाददाता भी होते हैं जो राज्य के विभित्र जिलों में कार्यरत होते हैं और स्थानीय सूचनाएँ प्रादेशिक समाचार एककों को भेजते रहते हैं।

1.4 रेडियो समाचार बुलेटिन के प्रकार

भौगोलिक, समय और विषयवस्तु के आधार पर रेडियो समाचारों का वर्गीकरण किया जा सकता है। क्षेत्रीय आधार पर रेडियो समाचारों को –अन्तरर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय और क्षेत्रीय तीन वर्गों में बाँटा जा सकता है।

अंतर्राष्ट्रीय समाचारों के रूप में रेडियो से कुल 8 घण्टे 47 मिनट अवधि के 64 समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते हैं। विदेश प्रसारण सेवा हर शनिवार को संयुक्त राष्ट्र समाचार प्रसारित करता है। इसके अलावा सार्क देशों, मध्य-पूर्व व दक्षिण-पूर्व एशिया के लिए इसके प्रसारणों में रात 9 बजे अंग्रेजी का राष्ट्रीय समाचार बुलेटिन भी प्रसारित किया जाता है। राष्ट्रीय समाचार के रूप में ऑल इण्डिया रेडियो से नियमित समाचार बुलेटिन प्रसारित होते हैं। इनका प्रसारण सभी केन्द्रों द्वारा किया जाता है और देश भर में इनको सुना जा सकता है। क्षेत्रीय केन्द्रों द्वारा क्षेत्रीय भाषाओं और बोलियों में क्षेत्रीय समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते हैं।

समय के आधार पर भी रेडियो समाचारों का वर्गीकरण किया जाता है। इसका मानक प्रसारण समय (अवधि) होता है। प्रातः 6 बजे से लेकर रात के 12 बजे तक रेडियो पर समाचार प्रसारित किये जाते हैं। इनमें 25 मिनट के दीर्घावधि समाचारों से लेकर 2 –2-1/2 मिनट के मुख्य समाचारों का प्रसारण शामिल होता है। रेडियो पर 25 मिनट, 15 मिनट, 10 मिनट, 5मिनट के विभिन्न समाचार बुलेटिनों का प्रसारण किया जाता है। 25-25 मिनट के धीमी गति के समाचार छोटे समाचारपत्रों के लाभ की दृष्टि से प्रसारित किये जाते हैं।

1.4.1 विशेष समाचार कार्यक्रम –

विशेष समाचार कार्यक्रम के अन्तर्गत रेडियो पर खेल, युवा, संसदीय गतिविधियाँ, हज यात्रा, समाचारपत्र समीक्षा, न्यूज रील आदि विविध विषयों पर समाचार परक प्रसारण किये जाते हैं। दिल्ली से दो युवा बुलेटिन प्रसारित होते हैं। श्रोताओं को मनोरंजक और दिलचस्प खबरें देने के लिए 7 अगस्त 1977 से हिन्दी में लोकरुचि समाचार बुलेटिन शुरु किया गया है। समाचारपत्रों में छपी खबरों पर कार्यक्रम अंग्रेजी और हिन्दी में प्रसारित होता है। पत्रों की सम्पादकीय टिप्पणियों के आधार पर राउण्डअप कार्यक्रम का प्रसारण होता है। न्यूजरील अंग्रेजी में और हिन्दी में 'समाचार दर्शन' कार्यक्रम सप्ताह में तीन दिन प्रसारित होते हैं। सामयिक विषय पर आधारित 'स्पॉट लाइट' कार्यक्रम प्रतिदिन प्रसारित होता है। हिन्दी में इसी प्रकार का कार्यक्रम 'सामयिकी' प्रसारित होता है। हर रविवार 'करेंट अफेयर्स' अंग्रेजी में और हिन्दी में 'चर्चा का विषय है' सामयिक महत्व के विषयों पर आधारित कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। 'राज्यों की चिठ्ठियां' समाचार परक कार्यक्रम प्रतिदिन प्रसारित होती है। संसद के सत्र के दौरान दिल्ली से संसद की समीक्षा प्रसारित होती है। हज यात्रा के दौरान विशेष हज बुलेटिन का प्रसारण किया जाता है।

1.4.2 रेडियो समाचार की विशेषताएँ

भारत में रेडियो समाचार वस्तुनिष्ठता, सत्यता और निष्पक्षता के आदर्शों के साथ-साथ राष्ट्र निर्माण के उद्देश्यों से भी बँधे होते हैं। सरकार द्वारा जारी दिशा-निर्देशों के अनुरूप विकासपरक एवं सरकारी नीतियों को उजागर करने वाले समाचारो को वरीयता दी जाती है। यही कारण है कि रेडियो प्रसारित होने वाले समाचारों में मंत्रियों व मंत्रालयों से जुड़े समाचारों की अच्छी संख्या होती है। इस संदर्भ में रेडियो समाचार प्रसारण की अपनी नीति है जिसके अनुसार केवल दुख और आपदा की खबरें ही समाचार नहीं होती हैं। राष्ट्रीय विकास के कार्यक्रमों का वर्णन भी समाचार में होना चाहिए।

1.5 समाचार प्रस्तुतीकरण

रेडियो श्रव्य माध्यम है। इस पर प्रसारित होने वाले समाचारों का समय निर्धारित होता है। अधिकतम 25 मिनट के समाचार बुलेटिन में 14 से 18 समाचार ही औसतन होते हैं। 1500-1600 शब्दों में पूरा समाचार बुलेटिन समाहित होता है। संक्षिप्त बुलेटिन तो 2 से 2-1/2 मिनट के ही होते हैं जिनमें केवल संक्षिप्त रुप में प्रमुख समाचारों का प्रस्तुतिकरण होता है।

रेडियो की कुछ माध्यमगत विशेषताएँ होती हैं। इसमें दुहराव और संग्रह की सुविधा नहीं होती। श्रोता को समाचार एक ही बार में स्पष्ट हो जाना चाहिए। ऐसा नहीं होने पर समाचार बेकार हो जाता है। रेडियो के लिए समाचार तैयार करना सावधानी भरा काम है जिसमें माध्यम के वैशिष्ट्य का हर शब्द, हर पंक्ति में ध्यान रखना पड़ता है।

सुनने के लिए लिखना सहज कार्य नहीं है। सुनने के लिए ऐसी भाषा लिखी जाती है जैसी बोली जाती है। इस भाषा का व्याकरण, वाक्य-विन्यास और शैली लिखित भाषा के व्याकरण और वाक्य-विन्यास से भिन्न होती है। अखबार को हम जितनी बार चाहे पढ़ सकते हैं। लेकिन रेडियो प्रसारण को अगर हमने एक बार में नहीं समझा, ते फिर नहीं समझेंगे क्योंकि जो कुछ प्रसारित होता है हवा में मिल जाता है। इसलिए रेडियो प्रसारण की भाषा ऐसी होनी चाहिए जिसे श्रोता पहली बार में ही समझ सकें।

1.5.1समाचार का चयन

रेडियो समाचार बुलेटिन के लिए समाचारपत्रों के विपरीत अत्यन्त महत्त्वपूर्ण खबरें ही चयनित की जाती हैं। चयन का आधार समाचार में निहित उसका मूल्य या उसकी व्यापकता और विश्वसनीयता होता है। समाचार संपादक समाचारों का चयन करते समय यह ध्यान रखता है कि घटना व्यापक रूप से महत्त्वपूर्ण हो। इसके अतिरिक्त रेडियो से वही समाचार प्रसारित किये जाते हैं और जिनकी विश्वसनीयता असंदिग्ध होती है।

समाचार चयन का एक अन्य महत्त्वपूर्ण आधार बुलेटिन की थीम से जुड़ा होता है। सामान्य समाचार बुलेटिन में सभी प्रकार की खबरों को प्रसारित किया जाता है लेकिन अगर बुलेटिन विषय विशेष पर आधारित होता है तो खबरों के चयन का पैमाना भी बदल जाता है। जैसे खेल समाचार बुलेटिन में केवल खेल से जुड़े समाचारों का ही चयन होता है। इसी प्रकार अन्तरराष्ट्रीय प्रसारण के लिए ऐसे समाचारों का चयन किया जाता है जिसके प्रति विदेशी श्रोताओं की भी रुचि हो अथवा समाचार उनके लिए भी महत्त्वपूर्ण हो

विदेश नीतिं, आयात-निर्यात से जुड़ी सूचनाएँ, व्यापार नीति, आव्रजन नीति, कारपोरेट गतिविधियाँ, बड़ी घटनाएँ-दुर्घटनाएँ ऐसे समाचारों के रूप में चयनित की जाती हैं।

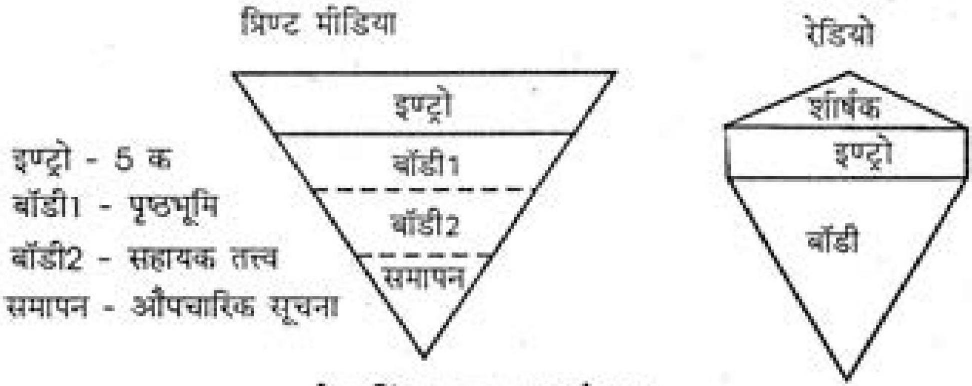
1.5.2 समाचार गठन एवं शीर्षक निर्धारण

रेडियो समाचार की संरचना प्रिण्ट मीडिया के समाचारों की संरचना से भिन्न होती है। प्रिण्ट मीडिया के समाचार में पारम्परिक शैली में विलोमी स्तूप संरचना का प्रयोग होता है। इसमें सर्वप्रथम समाचार का इण्ट्रो होता है जो समाचार का सबसे महत्त्वपूर्ण हिस्सा होता है। जिसमें

सहायक तत्त्वों (Supporting Facts)का समावेश किया जाता है।

रेडियो समाचारों में एक महत्त्वपूर्ण हिस्से के रूप में शीर्षक निर्धारण किया जाता है। दीर्घावधि बुलेटिनों में पहले शीर्षकों को प्रस्तुत किया जाता है और बाद में उन्हें थोड़ा विस्तार देकर दुहराया जाता है। सर्वप्रथम प्रमुख समाचार (Lead Story)दिया जाता है। उसके बाद अन्य खबरों को दिया जाता है। ऐसा करना श्रोताओं की दृष्टि से भी उपयोगी होता है क्योंकि यदि कोई श्रोता अपना रेडियो सेट समाचार बुलेटिन शुरू होने के बाद चालू करता है तो भी वह समाचारों को वह प्राप्त कर लेता है। बड़े बुलेटिन में अंत में भी समाचार शीर्षकों का पुन: वाचन किया जाता है।

प्रिण्ट मीडिया के परिप्रेक्ष्य में देखें तो रेडियो समाचार में मुख्य तत्त्व शीर्षक/यह इण्ट्रो का भी काम करता है। प्रिण्ट के समान इसमें विस्तार (Body) की गुंजाइश नहीं होती। विस्तार की बहुत व्यापक स्वतंत्रता रेडियो समाचारों में नहीं होती।



रेखाचित्र: समाचार संरचना

1.5.3 समाचार शैली

रेडियो समाचार बातचीत की शैली में लिखा जाना चाहिए। सरल और स्पष्ट रेडियो समाचार श्रोता को पूर्ण रूप से समझ में आते हैं। जटिल समाचारों को भी एक या दो मुख्य तत्त्व उभारकर सरल बनाया जाता है। समाचारों की लीड अत्यन्त संक्षिप्त होती है तथा जहाँ संभव हो 'वर्तमान काल' में ही वाक्यों की रचना की जाती है। समाचार के कारणों का शुरुआत में ही उल्लेख करते हैं जिससे श्रोता समाचार का मूल या श्रोत भी तुरन्त जान जाता है।

रेडियो समाचार लेखक जटिल तत्वों का सरलीकरण करता है। वह घटना के मुख्य तत्त्व तक सीधे पहुँच जाता है और कभी-कभी तो केवल मुख्य तत्त्व ही समाचार के तत्त्व के रूप में सम्मिलित होता है। रेडियो समाचारों के वाक्य संक्षिप्त होने चाहिए। लम्बे वाक्य न तो समाचार उद्घोषक ठीक से पढ़ पाता है और न ही श्रोता ठीक से समझ पाते हैं। औसतन रेडियो समाचार का एक वाक्य 13-14 शब्दों से ज्यादा नहीं होना चाहिए।

तालिका: वाक्य की लंबाई एवं श्रवणीयता

	औसत्त वाक्य लम्बाई	श्रवणीयता
1.	1 से 8 शब्दों तक	अत्यन्त आसानी से समझने योग्य
2.	9 से 11 शब्दों तक	आसानी से समझने योग्य
3.	12 से 14 शब्दों तक	समझने योग्य
4.	15 से 17 शब्दों तक	ठीक से सुनकर समझने योग्य
5.	18 से 21 शब्दों तक	समझने में भूल चूक की संभावना
6.	22 से 25 शब्दों तक	ज्यादा भूल-चूक की संभावना

7. 26 से 29 शब्दों तक चूक होना अवश्यम्भावी
8. 30 शब्दों तक समझना अत्यन्त मुश्किल

चूँकि रेडियो समाचार एक या दो मुख्य तत्वों को ही स्पष्ट करते हैं अत: उनकी शुरुआत प्राय: कर्ता (Subject), क्रिया (Verb), कर्म (Object)के प्रतिरूप का अनुसरण करते हुए होती है। ऐसा इसलिए भी होता है क्योंकि रेडियो समाचार में सीधे 'क्या हुआ?' और 'किसने किया या कहा' स्पष्ट कर दिया जाता है।

संक्षिप्तता का तुलनात्मक उदाहरण	
रेडियो समाचार	समाचारपत्र प्रस्तुति
पाकिस्तान क्रिकेट टीम ने आगामी भारत दौरे के तहत अहमदाबाद में टेस्ट मैच खेलने से मना कर दिया है। इस संदर्भ में पाकिस्तान टीम ने भारत से लिखित आग्रह भी किया है।	पाकिस्तान ने भारत के साथ अगले माह अहमदाबाद में क्रिकेट टेस्ट मैच खेलने से मना कर दिया है। पी सी बी के दल द्वारा सौंपी गयी रिपोर्ट के आधार पर पाक बोर्ड ने बी सी सी आई को लिखे एक पत्र में अहमदाबाद में खेलने पर ऐतराज जताया है।

उपर्युक्त समाचारों मे से एक रेडियो पर जारी हुआ है और दूसरा समाचारपत्र में छपा है। रेडियो समाचार में दो वाक्यों में समाचार को पूर्ण कर लिया गया है। रेडियो कॉपी में कुल 22 शब्द प्रयोग में आये है जबकि समाचारपत्र कॉपी में 32 शब्द प्रयुक्त हुए है

1.5.4 समाचार की भाषा

रेडियो समाचार में बोलचाल की भाषा का प्रयोग होना चाहिए। बातचीत की शैली और संक्षिप्त नामों का प्रयोग श्रोताओं द्वारा ग्रहणीय होता है। सही और सटीक शब्दों का प्रयोग करना चाहिए। रेडियो समाचारों में उन शब्दों का प्रयोग अच्छा होता है जो सर्वथा उचित हों, आम लोगों की भाषा के हों और उनका उच्चारण भी ऐसा हो जो अर्थ से मेल खाता हो। वाक्यों में शब्दों को इस ढंग से पिरोना चाहिए कि श्रोताओं के दीमाग में आप जो कहना चाहते हैं उसकी तस्वीर खिंच जाये।

शब्द का उपयोग संदर्भ के अनुकूल करना चाहिए। अनौपचारिक शब्दों का प्रयोग अच्छा होता है लेकिन फूहड़ और देहाती शब्दों का प्रयोग उचित नहीं। 'अ' स्वरयुक्त शब्दों के प्रयोग में सावधानी बरतनी चाहिए। इन शब्दों के दोषपूर्ण उच्चारण से अर्थ का अनर्थ होने की पूरी संभावना रहती है। अच्छा तो यही होता है कि इस प्रकार के शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए। यदि प्रयोग आवश्यक हो तो व्याकरण के बजाय सुविधा का ध्यान रखते हुए उन्हें निम्नांकित प्रकार से लिखना चाहिए –

शब्दों का सामान्य रूप	**रेडियो समाचार शैली**
असामान्य	अ- सामान्य
अस्थायी	अ- स्थायी
अस्थिर	अ-स्थिर

विशेषणों और क्रिया विशेषणों के बदले केवल संज्ञा या क्रिया का ही प्रयोग करना चाहिए। इससे अपनी बात ठीक से कही जा सकती है अन्यथा विशेषणों और क्रिया विशेषणों के प्रयोग से सही अर्थ श्रोता या दर्शक तक पहुँचाने में बाधा उत्पन्न होती है। कई शब्दों के समूह के बदले अगर काम चल जाये तो एक ही सहज शब्द का प्रयोग ज्यादा अच्छा होता है।

तकनीकी शब्दों का प्रयोग समाचार प्रसारण में तब तक नहीं किया जाना चाहिए जब तक उनका प्रयोग आम आदमी नहीं करते हों। समाचार लेखन में प्रत्येक शब्द का महत्व होता है। अनावश्यक शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिए। प्रत्येक शब्द ऐसा होना चाहिए कि अगर उसे उसके स्थान से हटा दिया जाय तो समाचार अधूरा लगने लगे।

अनुवाद के समय भाषा की प्रकृति के अनुरूप शब्दों का चयन करना चाहिए। अपराध से जुड़े समाचारों में आरोपियों के लिए 'कथित' (Alleged)शब्द का प्रयोग करना चाहिए। अंकों का प्रयोग कम से कम करना चाहिए। अर्धविरामों का प्रयोग नहीं करना चाहिए। सर्वनाम के बजाय संज्ञा को दुहराना ज्यादा अच्छा होता है।

1.5.5 संक्षिप्त नामों का प्रयोग

संक्षिप्त शब्दों का प्रयोग रेडियो समाचारों में सावधानीपूर्वक किया जाना चाहिए। संक्षिप्त नामों में से कुछ नाम आम लोगों में भी प्रचलित है जैसे- एन टी पी सी (NTPC), एस बी आई(SBI), सी बी आई(CBI)। इनका पूरा नाम और संक्षिप्त नाम दोनों ही लोगों को पता होता है। कुछ संक्षिप्त नाम ही लोकप्रिय होते हैं और उनके विस्तार से लोग परिचित नहीं होते, जैसे- सार्स, टी० बी०, एड्स, डी डी टी आदि।

ऐसे संक्षिप्त नामों का प्रयोग बिना उनकी व्याख्या के किया जा सकता है। ये सर्वप्रचलित और सर्वग्राह्य होते हैं। लेकिन ऐसे संक्षिप्त नामों का प्रयोग नहीं करना चाहिए जिनसे भ्रम की संभावना हो।

1.5.6 पद और नाम का प्रयोग

समाचारों में व्यक्तियों के पद आदि का उल्लेख उनके नाम के पहले करना चाहिए, जैसे- प्रधानमंत्री मनमोहन सिंह लिखना ठीक है – न कि मनमोहन सिंह प्रधानमंत्री। कभी-कभी समाचारों में व्यक्तियों के नाम पद सहित बहुत लम्बे हो जाते हैं अत: उनको संक्षिप्त करके लिखा जा सकता है, जैसे राष्ट्रपति ए०पी०जे० कलाम, पूर्व प्रधानमंत्री देवगौड़ा आदि।

इसी प्रकार वक्तव्य या भाषण देते समय उद्धरण का प्रयोग वक्ता के नाम के बाद होना चाहिए अन्यथा श्रोता को वक्तव्य का अंश संदर्भ सहित याद रखने में परेशानी होती है।

'सीमापार तनाव घटाने के लिए पाक से वार्ता होगी- प्रधानमंत्री ने कहा।'

यह गलत प्रयोग है।

सही प्रयोग- 'प्रधानमंत्री ने कहा है कि सीमापार तनाव घटाने के लिए पाक से वार्ता होगी।'

1.6 रेडियो समाचारः संकलन और संपादन

रेडियो समाचारों का सारा ताना-बाना रिपोर्टर और संपादक द्वारा ही बुना जाता है। रिपोर्टर ही पहला 'गेटकीपर' होता है जो किसी घटना का निर्धारण- 'समाचार है अथवा नहीं' के रूप में करता है। उसे रेडियो की अपेक्षाएँ और नियमावली का ज्ञान होता है तथा उसी के अनुरूप वह समाचारों का चयन करता है।

रिपोर्टर समाचारों को दो रूपों में भेजता है। कुछ सूचनाएँ तो वह लिखित रूप में प्रस्तुत करता है और कुछ सूचनाओं के लिए वह अपनी आवाज का प्रयोग करता है। आकाशवाणी संवाददाता द्वारा खबरों का प्रस्तुतिकरण हम अक्सर सुनते हैं। इससे बुलेटिन में जीवंतता आ जाती है और उसकी विश्वसनीयता भी मजबूत होती है।

संपादक 'रेडियो न्यूज पूल' में प्राप्त सूचनाओं का संपादन कर उसे प्रसारण के लिए तैयार करता है। रेडियो के 'न्यूज पूल' में रेडियो रिपोर्टर, संवाद समितियाँ, सरकारी विज्ञप्तियाँ, विविध अंतरराष्ट्रीय एजेंसियाँ, अनुश्रवण सेवा आदि से प्राप्त समाचार बनाने योग्य सूचनाएँ संग्रहीत होती हैं। यह संग्रह हजारों शब्दों में हो सकता है। इनमें से संपादक को 16-18 समाचारों का चयन अधिकतम करना होता है।

रेडियो समाचार के संपादक की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण होती है। समाचार का चयन, शीर्षकों का निर्धारण, वाक्य-विन्यास, शब्दों का चयन और समाचार का लेखन उसके उत्तरदायित्वों में सम्मिलित होते हैं। पूर्व में वर्णित नियमों के साथ-साथ

उसे दो बातों का हमेशा ध्यान रखना चाहिए कि वह समाचार सुनने के लिए तैयार कर रहा है और उसका लिखा समाचार दूसरे द्वारा पढ़ा जायेगा।

सरल, सुबोध, स्पष्ट और संक्षिप्त वाक्य-रचना वाली रेडियो स्क्रिप्ट समाचार वाचक के लिए सुविधा जनक होती है।

1.7 समाचार वाचन

रेडियो समाचार की सफलता के लिए उसका संतुलित वाचन भी महत्त्वपूर्ण होता है। रेडियो पर समाचार वाचन करने वाले व्यक्ति को समाचार वाचक (News Reader) कहा जाता है। समाचार वाचक में एक अच्छे उद्घोषक के सारे गुण मौजूद होने चाहिए। उसकी आवाज खनकदार हो जिसमें घरघराहट नहीं होनी चाहिए। उच्चारण की स्पष्टता और शब्दों को अलग-अलग करके उच्चारित करने की कला का उसे अभ्यस्त होना चाहिए। वाचन के समय आवाज में उतार-चढ़ाव की सटीकता से उसे परिचित होना चाहिए। यदि समाचार स्पष्ट नहीं होगा तो

श्रोता उसे नहीं समझ सकेगा।

1.8 रेडियो समाचारों का महत्त्व

रेडियो समाचार भारत में सर्वाधिक लोगों द्वारा सुने जाते हैं। लगभग शत-प्रतिशत जनसंख्या तक भारत में रेडियो प्रसारणों ने अपनी पहुँच बना ली है। ऐसे में लोगों को सम-सामयिक घटनाक्रमों से परिचित कराने की दृष्टि से इनकी उपयोगिता महत्वपूर्ण है। इसके अतिरिक्त रेडियो द्वारा पुष्ट श्रोतों से प्राप्त समाचारों का ही प्रसारण किया जाता है। इसकी खबरों में विकासात्मक गतिविधियों और विकास की तस्वीरों, नीतियों आदि का अच्छा वर्णन होता है। उनकी उपलब्धता और सर्वसुलभता के चलते लोगों तक पहुँच की दृष्टि से ये और भी महत्त्वपूर्ण हो जाते हैं।

1.9 सारांश

निष्कर्षत: कहा जा सकता है कि भारत में रेडियो एक महत्त्वपूर्ण और जनप्रिय जनसंचार माध्यम है। इसके समाचार कार्यक्रमों का एक विशाल पाठक वर्ग है रेडियो समाचारों की विशिष्ट संरचना होती है तथा समाचारों की रचना विशिष्ट सावधानियों की माँग करती है। स्पष्टता, सटीकता, सरलता, रेडियो समाचारों की जान होती है। रेडियो समाचारों के लिए एक विशाल संगठन काम करता है और यह सामूहिक कार्य का प्रतिफल होता है।

1.10 शब्दावली

रेडियो वार्ता	:	इसे रेडियो टॉक भी कहते हैं यह सम-सामयिक चर्चा है।
एड (Ad)	:	विज्ञापन का संक्षिप्त रूप
प्रसार	:	ब्राडकास्ट, फैलाना, चारों तरफ पहुँचाना

1.11 संदर्भ ग्रंथ

(1) ई-जर्नलिज्म – डॉ० अर्जुन तिवारी, संजय बुक सेन्टर, वाराणसी

(2) रेडियो और टेलीविजन समाचार कैसे लिखें, राम सागर शुक्ल, सनातन प्रकाशन, लखनऊ

(3) बेसिक न्यूज रायटिंग, मेल विन मेंचर, ब्राउन पब्लिशर्स, नयी दिल्ली

(4) आकाशवाणी,राम बिहारी विश्वकर्मा, प्रकाशन विभाग, नयी दिल्ली

(5) भारत (संदर्भ ग्रंथ), प्रकाशन विभाग, नयी दिल्ली

1.12 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

(1) रेडियो समाचार पूल क्या होता है?

(2) केन्द्रीय समाचार कक्ष की संरचना बताएँ।

(3) समाचार वाचक की भूमिका बताएँ।

(4) रेडियो समाचार का निर्माण कौन करता है?

दीर्घ उत्तरीय

(1) रेडियो समाचारों की निर्माण प्रक्रिया का वर्णन करें।

(2) रेडियो समाचार सेवा का परिचय देते हुए समाचार बुलेटिनों के प्रकार बताएँ।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(1) 'सेण्ट्रल न्यूज ऑर्गनाइजेशन' कब अस्तित्व में आया

(क) 1934 (ख) 1937

(ग) 1940 (घ) 1945

(2) भारत में रेडियो समाचार प्रसारित होते हैं-

(क) सुबह 6बजे से रात बारह बजे तक

(ख) सुबह 5.30से रात 11.30 बजे तक

(ग) सुबह 6बजे से रात 12.30बजे तक

(घ) इनमें से कोई नहीं।

(3) 'चर्चा का विषय है' कार्यक्रम आधारित है-

(क) खेल पर (ख) युवा मामलों पर

(ग) समसामयिक मुद्दों (घ) विषय पूर्व निर्धारित नहीं होता

(4) धीमी गति के समाचारों का लक्षित श्रोता वर्ग है-

(क) बड़े समाचारपत्र (ख) मंद बुद्धि व्यक्ति

(ग) छोटे समाचारपत्र (घ) कामकाजी महिलाएं

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1 ख

2 क

3 ग

4 ग

इकाई 2 : रेडियो के विविध कार्यक्रम

इकाई की रूपरेखा

2.0 उद्देश्य
2.1 प्रस्तावना
2.2 रेडियो जनसंचार का सशक्त माध्यम
- 2.2.1 सूचनात्मक माध्यम
- 2.2.2 शैक्षणिक माध्यम
- 2.2.3 मनोरंजन का माध्यम

2.3 रेडियो के विविध कार्यक्रम
- 2.3.1 संगीत
- 2.3.2 विविध भारती या विज्ञापन सेवा
- 2.3.3 वार्ता तथा परिचर्चा
- 2.3.4 नाटक
- 2.3.5 रेडियो रूपक
- 2.3.6 ग्रामीणों के लिए कार्यक्रम
- 2.3.7 महिला कार्यक्रम
- 2.3.8 बाल एवं युवा कार्यक्रम
- 2.3.9 शिक्षा कार्यक्रम
- 2.3.10 खेल कार्यक्रम
- 2.3.11 विशेष कार्यक्रम
- 2.3.12 समाचार एवं समसामयिक विषय पर आधारित सेवाएँ
- 2.3.13 विदेश सेवाएँ

2.4 रेडियो के चैनल
- 2.4.1 प्राथमिक चैनल
- 2.4.2 राष्ट्रीय चैनल
- 2.4.3 विविध भारती (विज्ञापन प्रसारण सेवा)
- 2.4.4 एफ०एम० चैनल
- 2.4.5 विदेश प्रसारण चैनल

2.5 रेडियो का ध्वनि अभिलेखागार
2.6 सारांश
2.7 शब्दावली
2.8 संदर्भ ग्रंथ
2.9 प्रश्नावली

2.0 उद्देश्य

रेडियो ने श्रोताओं को सूचना, मनोरंजन और ज्ञान पिपासा शान्ति के नये और बहुरंगी कार्यक्रम उपलब्ध कराये हैं। प्रस्तुत पाठ के अध्ययन के उपरांत आप निम्नांकित तथ्यों से परिचित हो सकेंगे–

- जनसंचार माध्यम के रूप में रेडियो
- रेडियो के विविध कार्यक्रम
- विशेष वर्गों के लिए रेडियो कार्यक्रम
- विशेष आयोजन परक कार्यक्रम

2.1 प्रस्तावना

23 जुलाई 1927 ई० से भारत में रेडियो प्रसारण का नियमित शुभारम्भ हुआ। हालांकि मद्रास प्रेसीडेंसी क्लब द्वारा 13 जुलाई 1924 से ही रेडियो प्रसारण की शुरुआत भारत में की जा चुकी थी। तब से रेडियो प्रसारण भारत में एक जनमाध्यम के रूप में लोकप्रियता की नयी ऊँचाइयों का लगातार स्पर्श कर रहे हैं। अपने कार्यक्रमों की बहुरंगी आभा से रेडियो भारतीय जनता को लगातार मनोरंजन सूचना एवं शिक्षा से ओतप्रोत कार्यक्रमों से सराबोर कर रहा है।

भारतीय आर्य ग्रंथों में 'नाद ब्रह्म' और 'शब्द ब्रह्म' का उल्लेख मिलता है। वेदों में वर्णित है कि ध्वनि से सृष्टि की रचना हुई। ध्वनि में ही ब्रहमाण्ड का विस्तार होता है तथा ध्वनि में ही वह विलीन होता है। ध्वनि से वाणी की उत्पत्ति हुई। वाणी मन का यथार्थ चित्र है। ध्वनि के संप्रेषक रेडियो से वस्तुत: वाणी का बहुत विकास हुआ है। रेडियो साक्षर-निरक्षर सभी के लिए समान रूप से उपयोगी है। रेडियो लोकतंत्र का संबल और विश्व में विचारों के संप्रेषक का एक श्रेष्ठ माध्यम है। रेडियो तो आकाशीय विद्यापीठ (School of the Air) है जिसके द्वारा विश्व का ज्ञान हो जाता है।

2.2 रेडियो जनसंचार का सशक्त माध्यम

रेडियो अपनी सर्वसुलभता, सस्ती तकनीक एवं सर्वग्राह्यता के चलते विश्व में जनसंचार के सशक्त माध्यम के रूप में आज भी लोकप्रिय है। समुद्री लहरों के सीने से लेकर बर्फीली चोटियों भारी पर्वत श्रृखलाओं तक, रेतीले धरातल से लेकर दलदली जमीनों तक भारत में रेडियो प्रसारण हर जगह उपलब्ध है। देश भर में फैली प्रसारण केंद्रों की व्यापक श्रृखला के माध्यम से भारत में रेडियो लोकरुचि, जनहित एवं जनजागरूकता से जुड़े कार्यक्रमों का नियमित प्रसारण करता है। महिला, बच्चे, किसान, युवा, सैनिक, कामगार, व्यवसायी सभी के लिए उपयोगी सूचनाएँ रेडियो के पास हर समय उपलब्ध रहती हैं।

जनता के माध्यम के रुप में रेडियो की भूमिका को हम निम्नांकित भागों में विभक्त कर अवलोकित कर सकते हैं –

2.2.1 सूचनात्मक माध्यम

रेडियो साक्षर हो या निरक्षर, सभी के लिए सूचना प्राप्ति का सशक्त जरिया है। प्रात: 6 बजे से रात के 12 बजे तक समाचारों का प्रसारण कर यह विश्वभर में घटने वाली घटनाओं से श्रोताओं को परिचित कराता है। वैविध्यपूर्ण रेडियो समाचारों को पर्याप्त जगह मिलती है। समाचारों के अतिरिक्त विविध जनोपयोगी सूचनाएँ भी रेडियो श्रोताओं को उपलब्ध रहती हैं।

रेडियो एवं टीवी के लिए लेखन

किसानों के लिए खेती से जुड़ी महत्त्वपूर्ण जानकारियाँ नियमित रूप से उपलब्ध रहती हैं।

यूनिट की स्थापना हुई व सुगम संगीत का प्रसारण किया जाने लगा। इसका उद्देश्य फिल्मी संगीत के अतिरिक्त अन्य संगीत को तैयार करना है। संगीत की शिक्षा देने के लिए संगीत पाठ का प्रसारण भी रेडियो पर होता है। पश्चिमी संगीत का भी रेडियो पर नियमित प्रसारण किया जाता है। प्रात: भक्तिपूरित भजन प्रसारित किये जाते हैं।

इसके अतिरिक्त फिल्म संगीत के जादू को जन-जन तक पहुँचाने का काम भी रेडियो ने किया है। फिल्म संगीत रेडियो पर सुना जाने वाला सर्वाधिक पसंदीदा कार्यक्रम है जिसके दिवाने पूरे देश में रेडियो पर फिल्म संगीत का आनन्द लेते हैं।

2.3.2 विविध भारती विज्ञापन सेवा

रेडियो के मनोरंजक चैनल 'विविध भारती सेवा' की शुरुआत अक्टूबर 1957 में हुई। उस समय लोकप्रिय फिल्म संगीत इसका मुख्य आकर्षक था। 1967 में 1 नवम्बर से इसपर व्यवसायिक प्रसारण शुरु हुए। विविध भारती सेवा 38 मीडियम वेव केन्द्रों और 4शार्टवेव केन्द्रों से दिन में 15 घण्टे मनोरंजन करती है। करीब 85 प्रतिशत कार्यक्रम संगीत पर आधारित होते हैं। इसके अतिरिक्त साक्षात्कार, नाट्य प्रस्तुतियाँ आदि भी प्रसारित की जाती है।

2.3.3 वार्ता तथा परिचर्चा

रेडियो के सभी केन्द्रों से वार्ताएँ तथा परिचर्चाएँ प्रसारित की जाती हैं। वार्ताओं तथा परिचर्चाओं का अखिल भारतीय कार्यक्रम 29 अप्रैल 1953 से शुरू हुआ। रेडियो वार्ता तथा परिचर्चा के मुख्य विषयों का निर्धारण तात्कालिक आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए किया जाता है। परिचर्चा के लिए प्राय: ऐसे विषयों को चुना जाता है जिनपर कई पहलुओं से विचार किया जा सके। ये विषय राष्ट्रीय-अन्तरराष्ट्रीय महत्त्व के हो सकते हैं। वार्ता में किसी खास विषय पर बातचीत होती है।

2.3.4 नाटक

रेडियो नाटकों का प्रसारण 1928 से ही शुरू हो गया था। नाटकों के अखिल भारतीय कार्यक्रम के अन्तर्गत पहला रेडियो नाटक 26 जुलाई 1956 को प्रसारित किया गया। शुरू में रेडियो नाटक भी रंगमंचीय नाटकों जैसे ही होते थे। राजनारायण मेहरा रे के नाटक 'नल दमयन्ती' को अधिकांश लोग हिन्दी का पहला रेडियो नाटक मानते हैं। यह 13नवम्बर 1936 को प्रसारित हुआ था।

रेडियो को उच्च स्तरीय नाटककारों की सेवाएँ प्राप्त होती रही हैं। सआदत हसन मण्टो, कृश्न चंदर, उपेन्द्र नाथ 'अश्क', डॉ रामकुमार वर्मा, उदय शंकर भट्ट, सेठ गोविन्द दास, चन्द्रगुप्त विद्यालंकार, विष्णु प्रभाकर, चिरंजीत, मोहन राकेश, राजाराम शास्त्री, धर्मवीर भारती आदि लब्ध प्रतिष्ठ नाटककारों के नाटक रेडियो पर प्रसारित होते रहे हैं। रेडियो पर प्रति वर्ष 5 हजार से ज्यादा नाटकों का प्रसारण होता है। रेडियो नाटकों का मुख्य उद्देश्य राष्ट्रीय एकता, साम्प्रदायिक सद्भाव, सामाजिक न्याय, परिवार-कल्याण, दहेज-प्रथा का उन्मूलन तथा अन्य सामाजिक बुराइयों को दूर करने जैसे सामाजिक उद्देश्यों पर नाटक के माध्यम से प्रकाश डालना है। लेकिन मनोरंजन ही रेडियो नाटकों का मूल उद्देश्य होता है। अन्धा जोगी (एफ०सी० माथुर), पूरन भगत (कृष्ण लाल प्रेम), मालती माधव (जे०एन०श्रीवास्तव), विश्वामित्र (सेठ गोविन्द दास), अंधायुग (धर्मवीर भारती), हम हिन्दुस्तानी (चिरंजीत), रंगीन रोशनदान (के०पी० सक्सेना), विद्रूप (मुद्राराक्षस) आदि रेडियो के कुछ चर्चित और लोकप्रिय नाटक रहे हैं।

2.3.5 रेडियो रूपक

रेडियो रूपकों का प्रमुख उद्देश्य लोगों को मनोरंजन के साथ-साथ जानकारी देना भी है।

रूपकों का अखिल भारतीय कार्यक्रम 15 अगस्त 1956 से शुरू किया गया। रूपकों के अखिल भारतीय कार्यक्रमों में प्राय: देश के सामाजिक तथा सांस्कृतिक पहलुओं और विकास आदि के बारे में कार्यक्रम प्रस्तुत किये जाते हैं। रेडियो रूपक शब्द चित्र होते हैं जिनकी सौन्दर्यानुभूति से श्रोताओं को आनन्द का अनुभव होता है। हास-परिहास, व्यंग्य, व्यक्ति-चित्रण, प्रकृति-चित्रण, उपयोगी विषय, यात्रा आदि रेडियो-रूपक के प्रमुख विषय होते है। सरल-सहज व चित्रात्मक शब्दावली एवं रुचिपूर्ण कौशल की मदद से रेडियो रूपकों को प्रसारित किया जाता है।

2.3.6 ग्रामीणों के लिए कार्यक्रम

ग्रामीण जनता एवं कृषि जगत के लिए रेडियो पर विशेष कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। भारत में ग्रामीण कार्यक्रमों का प्रसारण सर्वप्रथम उत्तर-पश्चिमी सीमान्त प्रान्त में 1935 में हुआ। उसी वर्ष इलाहाबाद (नैनी) कृषि विश्वविद्यालय में भी ग्रामीण प्रसारण शुरू किया गया।

कृषकों तथा ग्रामीण लोगों के लिए रेडियो के कुल प्रसारण समय का 7 से 8 प्रतिशत तक समय दिया जाता है। ग्रामीण कार्यक्रमों की अवधि प्राय: 30 से 75 मिनट की होती है। रेडियो ने ग्रामीण कार्यक्रमों को सटीक व उपयोगी बनाने के लिए ग्रामीण मंच की भी व्यवस्था की है जिसमें रेडियो से जुड़े लोग तथा प्रबुद्ध किसान शामिल होते हैं। खेती की तकनीकों ,उन्नत बीजों, बागवानी,पशुपालन, मछली व कुक्कुट पालन,कृषि विपणन, कृषि ऋण व कृषि बीमा, रोगों से फसलों का बचाव, शुष्क या बाढ़ क्षेत्रों में बचाव के उपाय फसल व फसल चक्र का चुनाव आदि विविध ग्रामीणोपयोगी तथा सूचनाप्रद कार्यक्रम रेडियो पर प्रसारित किये जाते हैं। इसके अतिरिक्त स्थानीय ग्रामीण संस्कृति व कलाओं को भी रेडियो कार्यक्रमों का विषय बनाया जाता है।

2.3.7 महिला कार्यक्रम

रेडियो महिलाओं के लिए भी विशेष कार्यक्रमों का प्रसारण करता है। लगभग 2 प्रतिशत समय महिला कार्यक्रमों के लिए भी दिया जाता है। सप्ताह में दो से तीन बार महिलाओं के लिए 20 से 30 मिनट के विशेष कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। श्रमजीवी और ग्रामीण महिलाओं के लिए अलग कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। कैरियर,घर-गृहस्थी, पाक कला, हस्त शिल्प, कानूनी जानकारी, गृह-उद्योग, महिलाओं की स्वास्थ्य समस्या आदि पर विशेष रूप से कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है।

2.3.8 बाल एवं युवा कार्यक्रम

बाल कार्यक्रम आकाशवाणी के सबसे लोकप्रिय कार्यक्रमों में से एक हैं। बाल कार्यक्रमों का मुख्य उद्देश्य बच्चों में रचनात्मकता का विकास और उनकी जिज्ञासा शान्ति तथा ज्ञान के स्तर में वृद्धि करना होता है।। रेडियो प्रसारणों के 20 प्रतिशत समय को बाल कार्यक्रमों पर खर्च किया जाता है। बाल कार्यक्रम में बच्चों के दो वर्ग– 3 से 6 वर्ष और 7 से 14 वर्ष के होते हैं। कार्यक्रम प्राय: क्षेत्रीय भाषाओं में प्रसारित किये जाते हैं। बाल कार्यक्रमों में कहानी, नाटक, स्क्रिप्ट, पहेली, कूट-प्रश्न (क्विज), लघु भेंट, वार्ता आदि का प्रसारण होता है।

युवा कार्यक्रम भी आकाशवाणी के लोकप्रिय कार्यक्रमों में से एक हैं। युववाणी कार्यक्रम रेडियो प्रसारित करता है। युवाओं की रचनात्मक क्षमता का विकास, राष्ट्रीय निर्माण के उद्देश्यों के प्रति उन्हें सचेत करने और राष्ट्र निर्माण में उनकी भागीदारी बढ़ाने के उद्देश्य से युववाणी कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। यह कार्यक्रम 15-30 आयुवर्ग के युवाओं को ध्यान में रखकर तैयार होते हैं। कविता-कहानी, पाठ, भेंटवार्ता, कैरियर सलाह,परिचर्चा, गीत-संगीत आदि कार्यक्रम के प्रमुख विषय होते हैं।

2.3.9 शिक्षा कार्यक्रम

लगभग 3.2 प्रतिशत समय रेडियो शैक्षणिक प्रसारणों के लिए देता है। देश में रेडियो पर

पहला स्कूली शिक्षा कार्यक्रम नवम्बर 1937 में कलकत्ता से शुरू किया गया था। रेडियो के शैक्षणिक कार्यक्रम विविध आयु वर्गों को ध्यान में रखकर बनाये जाते हैं। स्कूली बच्चों के लिए विशेष पाठ्यक्रम कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। दूरवर्ती शिक्षा प्रणाली के कार्यक्रम व विभिन्न विश्वविद्यालयों द्वारा तैयार कार्यक्रम भी प्रसारित किये जाते हैं। अध्यापकों को प्रशिक्षण देने के लिए भी कई राज्यों में कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं।

2.3.10 खेल कार्यक्रम में अग्रणी भूमिका निभाता

रेडियो महत्वपूर्ण राष्ट्रीय और अन्तराष्ट्रीय खेल प्रतियोगिताओं को व्यापक कवरेज देने में अग्रणी भूमिका निभाता है। दिल्ली से हिन्दी और अंग्रेजी में हर रोज खेल समाचार प्रसारित किये जाते हैं। वर्ष के दौरान कवर जाने वाली प्रमुख प्रतियोगिताएँ ग्रैण्ड स्लैम टेनिस आयोजन, क्रिकेट मैच शृंखलाएँ, फुटबाल लीग, थामस कप, उबेर कप, हॉकी शृंखलाएँ आदि हैं। आकाशवाणी खेल समीक्षा, आँखों देखा हाल, रेडियो रिपोर्ट आदि के माध्यमों से भी खेलों जैसे खो-खो, कबड्डी आदि पर रेडियो विशेष ध्यान देता है।

2.3.11 विशेष प्रसारण

रेडियों पर सैनिकों, औद्योगिक श्रमिकों, जनजातीय वर्गों के लिए विशेष कार्यक्रम प्रसारित किये जाते है। इनमें उनके मनोरंजन , पारगंत एवं वर्गगत विशेषताओं का ध्यान रखकर कार्यक्रम तैयार किये जाते हैं। सैनिकों के लिए 'जलमाला' लोकप्रिय कार्यक्रम है। सीमान्त क्षेत्रों में नियुक्त सैनिकों के लिए विशेष सैनिक सभाओं के कार्यक्रम भी प्रसारित किये जाते हैं। विविध भाषाओं में क्षेत्रीय केन्द्रों से भाषा पाठ्य प्रसारित किये जाते हैं। इसके अतिरिक्त स्मारक व्याख्यान मालाएँ संगोष्ठियों पर आधारित रपटें आदि भी विशेष कार्यक्रमों के रूप में प्रसारित होती है

2.3.12 समाचार एवं समसामयिक विषय आधारित सेवाएँ

रेडियो सुबह 6 बजे से लेकर रात 12 बजे तक समाचार प्रसारित करता है इसके अतिरिक्त सम सामयिक महत्व के विषयों पर वार्ता, समीक्षा परिचर्चा आदि कार्यक्रमों का नियमित प्रसारण होता है। इनका विस्तृत उल्लेख पूर्ववती इकाई में किया गया है।

2.3.13 विदेश सेवाएँ

इलेक्ट्रनिक राजदूतों के रूप में रेडियो का विदेश सेवा प्रभाग भारत और शेष विश्व के बीच महत्वपूर्ण संपर्क कायम करता है। दुनिया के विदेश रेडियो नेटवर्कों में पहुँच और कवरेज रेंज दोनों दृष्टियों से इसका स्थान बहुत ऊँचा है। इसके कार्यक्रम करीब सौ देशों में सुनाई देते हैं, जो 17 विदेशी और 10 भारतीय भाषाओं सहित कुल 27 भाषाओं में प्रसारित किये जाते हैं। विदेश प्रसारण के जरिये भारतीय रेडियो का लक्ष्य विदेशों में में बसे अपने श्रोताओं को भारतीय लोकाचार से जोडे रखना है। अंग्रजी, फ्रेंच ,तिब्बती नेपाली , बर्मी चीनी, थाई और इण्डोनेशियाई प्रसारण की प्रमुख विदेशी भाषाएँ है। प्रसारित कार्यक्रमों का स्वरूप मिलाजुला होता है और सामान्यतः समाचार, समसामयिक फीचर, भारतीय मीडिया की समीक्षा, खेल और साहित्य पर पत्रिका कार्यक्रम, वार्ताएँ और सामाजिक, सांस्कृतिक, राजनीतिक और ऐतिहासिक विषयों पर वार्तालाप कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। सभी प्रकार के संगीत कार्यक्रम भी पर्याप्त मात्रा में प्रसारित किये जाते हैं जिनमें भारतीय शास्त्रीय संगीत कार्यक्रमों पर विशेष ध्यान दिया जाता है।

2.4 रेडियो के चैनल

भारत में रेडियो की तीन स्तरीय प्रसारण प्रणाली- राष्ट्रीय, क्षेत्रीय और स्थानीय, प्रचलन में है। राष्ट्रीय चैनल अखिल भारतीय स्तर, क्षेत्रीय चैनल प्रादेशिक स्तर और स्थानीय चैनल क्षेत्र विशेष के श्रोताओं की जरूरतों को पूरा करते हैं। आकाशवाणी निम्नांकित चैनलों के जरिये

अपनी सेवाएँ संचालित करता है –

(1) प्राथमिक चैनल (2) राष्ट्रीय चैनल

(3) विज्ञापन प्रसारण सेवा (विविध भारती) (4) एफ०एम० चैनल

(5) विदेश प्रसारण चैनल

2.4.1 प्राथमिक चैनल

आकाशवाणी के सार्वजनिक सेवा प्रसारण चैनल अर्थात् प्राथमिक चैनल अपने श्रोताओं के लिए 'सूचना मनोरंजन' (Infotainment) आधारित कार्यक्रम प्रसारित करते हैं। प्राथमिक चैनल के कार्यक्रम ज्यादातर मीडियम वेव फ्रिक्वेंसी पर प्रसारित किये जाते हैं, इनमें मिले-जुले कार्यक्रम शामिल किये जाते हैं। ये चैनल भारतीय शास्त्रीय संगीतपर बल देते हुए कला और संस्कृति को भी प्रोत्साहित करते हैं। प्राथमिक चैनलों के कुल प्रसारण में करीब 40 प्रतिशत संगीत की हिस्सेदारी है। प्रसारण समय के अन्तर्गत 25 से 30 प्रतिशत हिस्सेदारी समाचारों और समसामयिक विषयों पर आधारित कार्यक्रमों की होती है। इन चैनलों की पहुँच रेडियो के सभी चैनलों से अधिक है इसलिए ये अपने अधिकतम श्रोताओं द्वारा समझी जाने वाली भाषा के माध्यम से प्रसारण करते हैं।

2.4.2 राष्ट्रीय चैनल

भारत में रेडियो का राष्ट्रीय चैनल 1988 से शुरू किया गया। यह रात्रिकालीन सेवा है जिसका प्रसारण शाम 6.50 बजे से अगले दिन प्रात:6.10 बजे तक होता है। इसका लक्ष्य फैक्टरी श्रमिकों, श्रमिकों, किसानों ड्राइवरों, सैनिकों और विद्यार्थियों जैसे श्रोताओं को विषम समय पर 'संपर्क और सूचना' आधारित कार्यक्रम उपलब्ध कराना है। राष्ट्रीय चैनल से हिन्दी, उर्दू और अंग्रेजी में कार्यक्रम प्रसारित होते हैं जिनमें हल्का और शास्त्रीय संगीत, समाचार, खेल और अन्य कार्यक्रम शामिल हैं। इसके कार्यक्रमों की पहुँच 76 प्रतिशत आबादी और 64 प्रतिशत क्षेत्र तक है।

2.4.3 विविध भारती (विज्ञापन प्रसारण सेवा)

यह आकाशवाणी का मनोरंजन चैनल है जिसकी शुरुआत 1957से हुई। पूर्व में इसका उल्लेख किया जा चुका है।

2.4.4 एफ एम चैनल

रेडियो दिल्ली, मुंबई, कोलकाता, चेन्नई, बंगलौर, पणजी, लखनऊ, कटक, और जालधंर से 9 एफ एम स्टूडियो चैनल संचालित करता है। इस सेवा का विस्तार अन्य शहरों तक किया जा रहा है। ये चैनल प्रस्तुतीकरण के लिए नये और ताजातरीन अंदाज के साथ शहरी श्रोताओं का भरपूर मनोरंजन करते हैं। हिन्दी, अंग्रेजी और क्षेत्रीय संगीत के अलावा एफ. एम. चैनलों पर हेल्पलाइन प्रोग्राम, चैट शो, फोन इन प्रोग्राम, लोकप्रिय लोगों के इण्टरव्यू आदि भी प्रसारित होते हैं। एफ एम चैनल से प्रसारित शहर के यातायात की स्थिति व शहर के मौसम की जानकारी श्रोताओं में काफी लोकप्रिय है।

समाचारों और मनोरंजन का मिला जुला चैनल एफ एम टू, 1 सितम्बर 2001 से शुरू किया गया है। इस चैनल पर हर रोज 18 घण्टे प्रसारण होता है। ए. आई. आर. एफ. एम. टू दिल्ली, मुंबई, कोलकाता और चेन्नई से सुना जाता है। हर घंटे हिन्दी और अंग्रेजी में प्रसारित होने वाले समाचार दिल्ली से संचालित होते हैं। शेष 3 चैनल संबद्ध क्षेत्रीय भाषा में समाचारों का प्रसारण करते हैं। एफ एम टू एक क्लासिक चैनल है, जिसके मनोरंजन कार्यक्रमों में स्वर्णिम पुराने गीत,गजलें और हल्का शास्त्रीय संगीत मुख्य रूप से छाया रहता है।

2.4.5 विदेश प्रसारण चैनल

भारतीय रेडियो 17 विदेशी और 10 भारतीय भाषाओं में विदेशों में प्रसारण करता है जो 100 देशों में सुने जाते हैं। इसका उल्लेख पूर्व में किया जा चुका है।

2.5 रेडियो का ध्वनि अभिलेखागार

भारतीय रेडियो का ध्वनि अभिलेखागार विश्व के उत्कृष्टतम रेडियो पुस्तकालयों में से एक है। राष्ट्रीय ध्वनि अभिलेखागार में संगीत के 12,500 टेप सहित विभिन्न स्वरूपों में लगभग 50 हजार टेप सुरक्षित हैं। दुर्लभ भाषण, संगीतकारों की रचनाएँ आदि इसमें संग्रहीत हैं अब इन ध्वनियों को कॉम्पैक्ट डिस्क के माध्यम से संग्रहीत किया जा रहा है।

2.6 सारांश

निष्कर्षत: हम कह सकते हैं कि भारत में रेडियों प्रसारण देश की सांस्कृतिक और भाषाई विविधता के अनुरुप कार्यक्रमों का प्रसारण कर जनता को शिक्षित करना, सूचित करना और मनोरंजन करना, तीन महती उद्देश्यों को पूरा करते हैं। इसके अतिरिक्त विदेशों में देश की छवि का निर्माण, राष्ट्रीय एकता को मजबूती और लोकतांत्रिक मूल्यों के विसरण (Diffunion) में भी रेडियो कार्यक्रम सशक्त उत्प्रेरक का कार्य करते हैं। बच्चे, जवान, बूढ़े, मजदूर, किसान, श्रमिक, महिलाएँ, शहरी व ग्रामीण जनता सभी के लिए रेडियो के पास विविध और अनूठे कार्यक्रम उपलब्ध हैं। रेडियो कार्यक्रम देश में 208 केन्द्रो की मदद से 24 भाषाओं और 146 बोलियों में अनवरत प्रसारण कर 90 प्रतिशत भारतीय भूभाग पर फैले 1 अरब से अधिक जनसंख्या तक पहुँचते हैं। 149 मीडियम वेव फ्रिक्वेंसी ट्रांसमीटर, 55 हाई फ्रिक्वेंसी शार्ट वेव ट्रांसमीटर और 130 फ्रिक्वेंसी मॉड्यूलेशन (एफ एम) ट्रांसमीटर के माध्यम से रेडियो कार्यक्रम भारतीय जनता को उपलब्ध हैं जिनमें से एफ एम सेवा उच्च स्तरीय प्रसारण के लिए विस्तृत बैंडविड्थ का इस्तेमाल करती है।

2.7 शब्दावली

फोन इन प्रोग्राम - फोन इन कार्यक्रमों में प्रस्तुतकर्ता सीधे संवाददाता या चुनिन्दा व्यक्ति से बात करता है जो बाहर (Field) में मौजूद होते हैं। इस प्रकार प्रसारण सजीवता का बोध कराता है। यह बातचीत फोन लाइन द्वारा होती है अत: इसे फोन इन कार्यक्रम कहते हैं।

स्पॉट (Spot) - रेडियो में विज्ञापन संबन्धी प्रसारण को स्पॉट कहा जाता है।

ओ०बी०वैन(O.B.Van) - इसे आउटडोर ब्रॉडकॉस्टिंग वैन कहते हैं। सजीव प्रसारण के लिए इसका प्रयोग किया जाता है। प्रसारण संबन्धी समस्त उपकरणों से यह वैन लैस होती है।

2.8 संदर्भ ग्रंथ

(1) ई-जर्नलिज्म, डॉ० अर्जुन तिवारी, संजय बुक सेंटर, वाराणसी,2002

(2) आकाशवाणी, राम बिहारी विश्वकर्मा, प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली,1987

(3) भारत (संदर्भ ग्रंथ), प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली, 2004

(4) आधुनिक पत्रकारिता, डॉ० अर्जुन तिवारी, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी, 2002

2.9 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

(1) एफ एम रेडियो क्या होता है?

(2) रेडियो के राष्ट्रीय चैनल से आप क्या समझते हैं?

(3) रेडियो पर प्रसारित कुछ प्रमुख नाटकों और नाटककारों के नाम लिखें?

विस्तृत उत्तरीय प्रश्न

(1) जन माध्यमों के रूप में भारत में रेडियो की भूमिका पर प्रकाश डालिए?

(2) विशेष वर्गों के लिए रेडियो द्वारा प्रसारित कार्यक्रमों पर एक निबंध लिखें?

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(1) रेडियो को कहते हैं-

(क) चमत्कारी तकनीक (ख) ज्ञान का खजाना

(ग) आकाशीय विद्यापीठ (घ) कोई नहीं

(2) विविध भारती सेवा की शुरुआत हुई-

(क) 1957 (ख) 1959

(ग) 1965 (घ) 1967

(3) रेडियो की विदेशी सेवा कुल कितना विदेशी भाषाओं में प्रसारित होती है-

(क) 17 (ख) 27

(ग) 10 (घ) 11

(4) रेडियो का प्रसारण प्रणाली है –

(क) द्वि स्तरीय (ख) त्रिस्तरीय

(ग) बहुस्तरीय (घ) उक्त आधार पर विभाजन नहीं

(5) एफ एम का विस्तारित रूप है –

(क) फ्रिक्वेंसी मॉड्यूलेशन (ख) फ्रिक्वेंसी मॉनीटरिंग

(ग) फ्रिक्वेंसी मीडियम वेव (घ) फ्रिक्वेंसी मेन्टेनेन्स

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1 ग

2 क

3 ग

4 ख

5 क

इकाई 3 टीवी चैनल्स

इकाई की रूपरेखा

3.0 उद्देश्य

3.1 प्रस्तावना

3.2 टीवी की व्यापकता

3.3 टीवी का आरम्भ

3.4 टीवी चैनल्स

- 3.4.1 दूरदर्शन के चैनल
- 3.4.2 निजी नेटवर्कों के चैनल
- 3.4.3 कुछ प्रमुख निजी प्रसारण नेटवर्क
- 3.4.4 जी नेटवर्क
- 3.4.5 स्टार समूह
- 3.4.6 सोनी समूह
- 3.4.7 टीवी टुडे समूह
- 3.4.8 सहारा समूह
- 3.4.9 इनाडु टीवी

3.5 चैनलों की प्रसारण व्यवस्था

- 3.5.1 सेटेलाइट टीवी प्रसारण
- 3.5.2 केबल प्रसारण व्यवस्था
- 3.5.3 डी टी एच (डायरेक्ट टू होम)
- 3.5.4 चैनलों की लोकप्रियता

3.6 चैनलों के लाभ

- 3.6.1 वैविध्यपूर्ण मनोरंजन
- 3.6.2 विशेषीकृत चैनलों की उपलब्धता
- 3.6.3 सही व सत्यापित सूचनाओं की प्राप्ति

3.7 चैनलों का हानिपक्ष

3.8 नई प्रसारण नीति और भारतीय प्रसारण व्यवस्था

3.9 सारांश

3.10 संदर्भ ग्रंथ

3.11 शब्दावली

3.12 सम्बंधित प्रश्न

3.0 उद्देश्य

प्रस्तुत पाठ के अध्ययन के उपरांत आप निम्नांकित तथ्यों से परिचित हो सकेंगे-

- ❑ टेलीविजन प्रसारण और चैनल।
- ❑ भारत में दूरदर्शन एवं निजी प्रसारकों के चैनल।
- ❑ चैनलों के प्रसारण की प्रक्रिया और लोकप्रियता।
- ❑ प्रसारण व्यवस्था की केबल नेटवर्किंग।
- ❑ सीधे घरों तक प्रसारण की व्यवस्था।
- ❑ चैनलों की अधिकता के सकारात्मक एवं नकारात्मक पक्ष।

3.1 प्रस्तावना

आधुनिक जनमाध्यमों में से टीवी सर्वाधिक स्वीकार्य, लोकप्रिय और व्यापक जनमाध्यम है। सूचना,शिक्षा और मनोरंजन के बहुआयामी उद्देश्यों के साथ यह भारतीय परिवारों की अनिवार्य आवश्यकता बन गया है। मध्यमवर्गिय परिवारों के लिए तो टीवी मनोरंजन का इकलौता माध्यम बन गया है। आज हर भारतीय का अपना पसंदीदा टीवी चैनल और टीवी कार्यक्रम है।

भारत में टेलीविजन की शुरुआत प्रायोगिक रूप से 1959 में हुई थी। प्रसारण के शुरुआती वर्षों में इसकी पहचान एक श्वेतश्याम माध्यम की थी। श्वेत-श्याम तस्वीरों के प्रसारण के साथ यह भारतीयों के लिए शिक्षा, सूचना और थोड़े से मनोरंजन का इकलौता घरेलू माध्यम था। यह दौर 1982 में बदला जब टीवी प्रसारण रंगीन हुए। इस समय तक टीवी के पास कुछ फिल्में और संक्षिप्त नाटक, गीत-संगीत, चर्चा-परिचर्चा और समाचार के कार्यक्रम होते थे।

1984 से भारतीय टीवी के मनोरंजन फलक का विस्तार हुआ और 'हम लोग' के रुप में प्रथम सोप ओपेरा भारतीय दर्शकों के लिए उपस्थित हुआ। 1984 से ही दिल्ली, मुम्बई, कोलकाता और मद्रास के दर्शकों के लिए 'मेट्रो चैनल' के रुप में भारतीय दर्शकों को नये टीवी चैनल की सुविधा उपलब्ध हुई। अब दो टीवी चैनल– डी डी राष्ट्रीय और डी डी मेट्रो हो गये थे।

1984 से 1990 तक का दौर भारतीय टीवी जगत में इन दोनों चैनलों के विस्तार और टेलीविजन प्रसारण सुविधा के विस्तार का काल था। डी. डी. राष्ट्रीय चैनल पर एक के बाद एक लोकप्रिय सीरियलों का दौर जारी था। हम लोग के बाद बुनियाद, तमस, अड़ोस-पड़ोस, विक्रम बैताल, ये जो है जिन्दगी, मुजरिम हाजिर, निर्मला, मैला-आँचल आदि अनेक सीरियलों ने भारतीय दर्शकों का निरन्तर मनोरंजन किया। लेकिन टीवी दर्शकों की संख्या में वृद्धि तथा दर्शक संख्या और आमदनी दोनो के लिहाज से दो सीरियलों ने नया इतिहास रचा। ये सीरियल थे रामानन्द सागर का 'रामायण' और बी०आर०चोपड़ा का 'महाभारत'। इन सीरियलों की लोकप्रियता ने करोड़ो लोगों का नया दर्शक वर्ग पैदा किया। भारतीय टीवी के इतिहास में सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण मोड़ प्रथम खाड़ी युद्ध 1991के दौरान आया। अमेरिका न्यूज नेटवर्क सी एन एन के सौजन्य से भारतीय दर्शकों ने आधुनिक युद्ध का जीवंत प्रसारण देखा। आकाश में स्कड और पेट्रियार मिसायलों की टक्कर के रोमांचकारी दृश्यों ने भारतीय आकाश में निजी व विदेशी चैनलों के लिए पहला रास्ता बनाया। इस समय तक देश की आर्थिक नीतियों में बदलाव हो चुका था और उदारीकृत व्यवस्था में बहुदेशीय उपग्रहीय चैनलों के प्रवेश में कोई खास अड़चन नहीं थी। 1991-92 के बाद से भारत में टीवी दर्शकों के लिए चैनलों की बहुतायत उपलब्ध होने लगी। आज 250 के लगभग विभिन्न स्थानीय से लेकर विदेशी चैनल भारतीय दर्शकों को सीधे अथवा केबल आपरेटरों की मदद से उपलब्ध हैं।

3.2 टीवी की व्यापकता

टेलीविजन ऐसा चमत्कारी माध्यम है जिसमें देखने और सुनने की बहुरंगी व्यवस्था उपलब्ध है। सूचना और मनोरंजन के सर्वाधिक लोकप्रिय साधन के रूप में यह अन्य इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों से मीलों आगे है। कुछ इतिहासकार एवं विशेषज्ञ आग के आविष्कार से भी ज्यादा जीवनोंपयोगी तथा पहिए के आविष्कार से भी ज्यादा गतिशील एवं मनोरंजक आविष्कार के रूप में टीवी का उल्लेख करते हैं।

3.3 टीवी का आरम्भ

पॉल निपकॉउ (Paul Nipkouc) 1884 में टीवी के मैकेनिकल स्कैनिंग सिस्टम की खोज की। यह एकल डिस्क स्पाइरल लेंसों की व्यवस्था थी जिसमें प्रत्येक लेंस टीवी पिक्चर की लाइन प्रेषित करता था। एक चक्कर में एक टीवी फ्रेम प्राप्त होता था। इसे निपकॉउ डिस्क के नाम से पुकारा गया। यह टीवी की महत्त्वपूर्ण प्रारम्भिक अवस्था थी। इस प्रयोग को आगे बढ़ाते हुए जनवरी 1926 में जे०एल०बेयर्ड ने विश्व का प्रथम वास्तविक टेलीविजन कार्यक्रम प्रसारित किया। प्रथम प्रयोग में बेयर्ड ने एक कक्ष से दूसरे कक्ष में टीवी सिग्नल भेजने में सफलता प्राप्त की थी। 1927 में वह टीवी सिग्नल लंदन से ग्लासगों भेजने में सफल हुआ यह काम टेलीविजन के तारों की मदद से किया गया था। 1928 में विश्व के पहले प्रायोगिक टेलीविजन स्टेशन की शुरुआत हुई।

बेयर्ड की तकनीक पर सन 1929 में पहली बार बी बी सी ने टीवी प्रसारण शुरू किया। 1932 से उसने नियमित मनोरंजक कार्यक्रम शुरू किये। 1936 में प्रसारण का यह व्यवस्था उच्च तकनीकी 'हाई रिसोल्यूशन' में बदली गयी। रंगीन टीवी सन 1941 में सामने आया। 1949 तक ब्रिटेन और अमेरिका में टीवी आम लोगों में प्रचलित हो चुका था। इस समय सी बी सी और एन बी सी अमेरिका में तथा बी बी सी यूरोप में प्रमुख चैनल प्रसारणकर्ता थे।

टीवी प्रसारण की तकनीकी प्रगति को हम निम्नांकित रूप से संक्षेपस में अवलोकित कर सकते हैं –

सन	विकास का चरण
1897	फर्डिनान्ड ब्रायन द्वारा कैथोड रे ट्यूब आविष्कृत
1907	टीवी चित्र हेतु कैथोड रे ट्यूब का प्रयोग।
1023	आइकोनोस्कोप का पंजीकरण (इसे आधुनिक टीवी पिक्चर ट्यूब का अग्रज कहा जाता है)
1925-30	अमेरिका में श्वेत-श्याम प्रसारण प्रयोग
1938	जॉर्ज बेलेन्सी ने रंगीन टीवी का प्रारूप प्रस्तुत किया
1949	क्रॉमिनेन्स व ल्यूमिनेन्स तकनीक का एक चैनल में प्रयोग
1975	सोनी कंम्पनी ने बीरामैक्स वी सी आर प्रस्तुत किया
1976	डॉल्वी ध्वनि व्यवस्था शुरु।
1978	फिलिप्स ने पहला विडियो लेजर डिस्क पेश किया।
1984	पहला उच्चीकृत वी सी आर आया।
1985	स्टीरियो टीवी की शुरुआत।
1994	एच डी टी वी की शुरुआत।

लगभग 100 वर्षों की अपनी संक्षिप्त जीवन यात्रा में टीवी ने पूरे विश्व पर अपना प्रभुत्व जमा लिया है। आज यह मनुष्य के दैनिक जीवन का महत्वपूर्ण हिस्सा हो गया है। मनोरंजन के साधन के रुप में इसकी विशिष्ट पहचान है। दुनिया भर में हजारों टीवी चैनल लोगो के लिए उच्चस्तरीय नियमित प्रसारण उपलब्ध करा रहे हैं।

भारत में भी टीवी की लोक प्रियता जनमाध्यमों में सर्वाधिक है। देश की 75%से ज्यादा आवादी नियमित रुप से टीवी प्रसारणों को देख रही है। समाचार, गीत-संगीत धारावाहिक फिल्म व फिल्म आधारिक कार्यक्रम, इतिहास भूगोल, ज्ञान-विज्ञान, इन्फोटेन्मेंट आदि से जुडे सैकडों चैनल भारत में नियमित रूप से दर्शकों को उबलब्ध है।

3.4 टीवी चैनल

भारतीय दर्शन के लिए टीवी व्यवस्था में आज सैकडों की संख्या में टीवी चैनल मौजूद है। चौबीसों घण्टे दर्शकों के लिए विविध चैनल द्वारा नियमित रूप से कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। रसायन और विशेषिकृत दो तरह के चैनल भारतीय आकाश में मौजूद है। सामान्य चैनल सूचना मनोरंजन (Infotainment) चैनल होते है। इन चैनलों के कार्यक्रम फूलों से सम्मिलित गुलदस्ते की तरह होते है जिनमें कई प्रकार के कार्यक्रमों का समावेश होता है। ये कार्यक्रम सूचना मनोरंजन आदि विषयों पर आधारित होते है। ऐसे चैनलों पर फिल्मे भी प्रसारित की जाती है और समाचार भी प्रसारित होते है। धारावाहिक चैट शें चर्चा परिचचा यात्रा, फीचर, साक्षात्कार, प्रोगो आदि के माध्यम से दर्शकों का संपूर्ण मनोरंजन दन चैनलों पर किया जाता है। विशेषीकृत चैनलों में वे चैनल शामिल होते है जो किसी विषय विशेष को अपने प्रसारण का आधार बनाते है। बाज किंचौबीस घण्टे को समाचार चैनल उपलब्ध है जो हर क्षण नये समाचार उपलब्ध रहती है। सूचनात्मक चैनल भी उपलब्ध है जिनमें इतिहास भूगोल विज्ञान के गूढ रहस्य और ब्रहमाण्ड में उपस्थित मतात तत्वो की जानकारियां उपलब्ध करायी जाती है धार्मिक चैनल लोगों की आस्था के अनुरूप गीत संगीत भजन कीर्तन कथा व्याख्यान जाननकारी आदि धार्मिक पक्षों का प्रसारण करते है

भारत में टीवी दर्शक के लिए उपलब्ध टीवी प्रसारणों की व्यवस्था को हम तीन स्तरों में विभाजित कर सकते हैं –

(1) दूरदर्शन के चैनल

(2) निजी प्रसारकों के उपग्रहीय चैनल

(3) केबल चैनल

3.4.1 दूरदर्शन के चैनल

दूरदर्शन विगत 45 वर्षों से निरन्तर भारतीय दर्शकों को प्रसारण सुविधा उपलब्ध करा रहा है। इसकी पहचान सरकार द्वारा निर्देशित चैनल की है। अपने प्रसारण के शुरूआती 25 वर्षो तक र डी.डी. वन या नेशनल इकलौता चैनल था दूरदर्शन के दूसरे चैनल की शुरूआत डी डी मैट्रो के रूप में 1984 में हुई। अपनी शुरुआत के कुछ समय तक मैटो केवल चार महानगरो तक उपलब्ध था लेकिन धीरे धी इसकी उपलब्धता राष्ट्र व्यापी होती गयी

आज दूरदर्शन के नेटवर्क में 23 चैनल उपलब्ध है जिनके माध्यम से उसके कार्यक्रम दर्शकों तक पहुचते है। यह चैनल अखित भारतीय चैनल क्षेत्रीय भाषा उपग्रह चैनल राज्य नेटवर्क और अंतरराष्ट्रीय चैनल के रूप में वर्गीकृत किये गये है

अखिल भारतीय चैनल के रुप में डी डी-1 राष्ट्रीय चैनल है। इसपर राष्ट्रीय स्तर पर सूचना एवं मनोरंजन से सम्बन्धित कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। दूसरा अखिल भारतीय

चैनल डी डी 2 या मैट्रो मनोरंजन चैनल है। अब इसे डी डी न्यूज के रुप में परिवर्तित कर दिया गया है। डी डी स्पोर्ट भी अखिल भारतीय चैनल है जिसपर खेल गतिविधियों से जुड़े कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। इसपर महत्त्वपूर्ण मैचों का सीधा प्रसारण, खेल समाचार, खेल आधारित फीचर, साक्षात्कार, टिप्पणी व परिचर्चा आदि दिखाये जाते हैं। डी डी भारती भी दूरदर्शन का मनोरंजन चैनल है। इसके अतिरिक्त दूरदर्शन एक अखिल भारतीय शैक्षणिक चैनल डी डी-ज्ञानदर्शन से भी प्रसारण करता है। यह चैनल भारत सरकार के मानव संसाधन विकास मंत्रालय के सहयोग से संचालित होता है जिसपर औपचारिक और अनौपचारिक शिक्षा से जुड़े कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। 'डी डी इण्डिया' भी मनोरंजन चैनल है।

क्षेत्रीय भाषाओं में प्रसारण सुविधा उपलब्ध कराने के उद्देश्य से दूरदर्शन क्षेत्रीय भाषा उपग्रह चैनल भी उपलब्ध कराता है। 10 प्रमुख स्थानीय भाषाओं में दूरदर्शन के विभिन्न चैनल मौजूद है। इसके अतिरिक्त एक अन्य भाषायी चैनल पूर्वोत्तर की प्रमुख भाषाओं में निर्मित कार्यक्रमों का प्रसारण करता है।

क्षेत्रीय भाषा उपग्रह चैनल	
चैनल	भाषा
डी डी – 4	मलयालम
डी डी-- 5	पोंडिगई-तमिल
डी डी-6	खोडिया
डी डी– 7	बंग्ला
डी डी– 8	तेलुगु
डी डी– 9	चंदना-कन्नड़
डी डी– 10	सहयाद्रि-मराठी
डी डी– 11	गुजराती
डी डी– 12	कश्मीरी
डी डी– 13	पूर्वोत्तर-पूर्वोत्तर की भाषायें
डी डी – 18	पंजाबी

दूरदर्शन चैनलों के राज्य नेटवर्क में डी डी 14 राजस्थान में, डी डी 15 मध्य प्रदेश में, डी डी 16 उत्तर प्रदेश में, डी डी 17 बिहार में, और डी डी 19 हिमाचल प्रदेश में प्रसारण करता है। इसके अतिरिक्त डी डी- वर्ल्ड दूरदर्शन का अन्तरराष्ट्रीय चैनल है जो अंतर्राष्ट्रीय दर्शकों को ध्यान में रखकर कार्यक्रमों का प्रसारण करता है। डी डी वर्ल्ड एशिया, यूरोप, अमेरिका, अफ्रीका, और कनाडा में उपलब्ध है। यह बहुभाषी चैनल है और इसपर हिन्दी तथा अंग्रेजी नेटवर्क के अतिरिक्त पंजाबी, उर्दू, तमिल, तेलुगु, मराठी, कन्नड़,मलयालम और गुजराती में भी कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं।

3.4.2 निजी नेटवर्कों के चैनल

प्रथम खाड़ी युद्ध 1991 के बाद से भारतीय आकाश में निजी चैनल उपलब्ध हो गये हैं। सी एन एन और बी बी सी इसके प्रारम्भिक चैनल रहे हैं। केबल न्यूज नेटवर्क (सी एन एन)

अमेरिका चैनल है और ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कारपोरेशन ब्रिटेन से संचालित होता है। 1992 में भारत में पहले गैर सरकारी निजी नेटवर्क जी टीवी की शुरुआत हुई। इसके बाद स्टार, सोनी आदि प्रमुख चैनलों का आगमन हुआ।

भारतीय दर्शकों ने तेजी से सेटेलाइट चैनलों का स्वागत किया। इससे उत्साहित अनेक भारतीय-विदेशी चैनलों का अस्तित्व सामने आया। ए टी एन, एम टीवी, वी म्यूजिक, सब टीवी, उदय, सन, ई-टीवी, डिस्कवरी, नेशनल,ज्योग्राफिक, टेन स्पोर्टस, अल्फा चैनल, तारा, सहारा टीवी आदि के प्रसारण भारतीय दर्शकों को सुलभ हुए।

भारतीय दर्शकों को आज अनेक प्रकार के चैनल उपलब्ध हैं, समाचारों के लिए अलग चैनल उपलब्ध हैं जो 24 घण्टे समाचार उपलब्ध कराते हैं। समाचार चैनलों के रुप में दर्शकों को डी डी-न्यूज, टीवी टुडे नेटवर्क के टीवी टुडे एवं आजतक, जी टीवी के जी न्यूज एवं जी बिजनेस न्यूज, स्टार टीवी का स्टार न्यूज, इण्डिया टीवी न्यूज चैनल, जैन टीवी न्यूज, जी एन बी सी, बी बी सी, सी एन एन, सहारा समूह का-सहारा राष्ट्रीय एवं सहारा क्षेत्रिय, एन डी टीवी का 24 x 7 हिन्दी व 24 x 7 अंग्रेजी में आदि समाचार पदक प्रमुख चैनल उपलब्ध हैं।

फिल्मों पर आधारित चैनल 24 घण्टे केवल फिल्म व फिल्म संबन्धी कार्यक्रम उपलब्ध कराते हैं। कुछ प्रमुख फिल्म आधारित चैनलों में जी सिनेमा, स्टार गोल्ड, जेड एम जेड, स्टार मूवीज, एच बी ओ, एक्शन सिनेमा, सेटमैक्स आदि हैं। गीत-संगीत और फिल्मी संगीत पर आधारित चैनलों में एम टीवी, वी म्यूजिक, ए टी एन, ई टी सी, ई टी सी पंजाबी आदि शामिल हैं। सूचना प्रधान चैनलों में नेशनल ज्योग्राफिक, डिस्कवरी, ज्ञानदर्शन, हीस्ट्री चैनल आदि हैं। फैशन और लाइफ स्टाइल पर एफ टीवी, ट्रेण्ड्ज टीवी, जूम आदि चैनल हैं।

इसके अतिरिक्त करोड़ों खेल प्रेमियों के लिए भी अनेक खेल आधारित चैनल हैं। टेन स्पोर्ट्स, स्टार समूह के स्टार स्पोर्ट्स एवं ई एस पी एन, दूरदर्शन का डी डी-स्पोर्ट्स तथा ऑस्ट्रेलियन चैनल-9 इनमें से प्रमुख हैं। धर्म आधारित चैनल में से आस्था, जागरण, क्यू टीवी आदि प्रमुख हैं। इसके अतिरिक्त भारतीय दर्शकों को सर्वाधिक आकर्षित करने वाले चैनल पारिवारिक मनोरंजन का पिटारा उपलब्ध कराते हैं। इन चैनलों को धारावाहिक चैनल का विशेषण भी दिया गया है क्योंकि निरन्तर प्रसारित होने वाले धारावाहिकों के जादू में आज नेशनल डी डी या डीडी वन के अतिरिक्त इनमें स्टार प्लस, जी टीवी, ई-टीवी, ए एक्स एन, हंगामा, सन, उदय, अल्फा आदि शामिल हैं। इनमें केवल सुविधायुक्त वर्ग में स्टार प्लस सर्वाधिक लोकप्रिय टीवी चैनल के रुप में उपस्थित है।

इन चैनलों ने पारिवारिक मनोरंजन को नया तेवर दिया है। इन पर प्रसारित धारावाहिकों ने एक विशाल दर्शक वर्ग खड़ा किया है। भारतीय टीवी जगत में दूरदर्शन के हमलोग (प्रथम भारतीय सोप ओपेरा), बुनियाद, रामायण, महाभारत, आदि कुछ प्रमुख आरम्भिक लोकप्रिय धारावाहिक रहे हैं। आज स्टार प्लस के क्योंकि सास भी कभी बहू थी, कहानी घर-घर की, कसौटी जिन्दगी की, सोनी का जस्सी जैसा कोई आदि ने लोकप्रियता की नई ऊँचाइयों को छुआ है। इस संदर्भ में अमिताभ बच्चन द्वारा प्रस्तुत 'कौन बनेगा करोड़पति' और शेखर सुमन का कार्यक्रम धारावाहिक इतर लोकप्रिय कार्यक्रम रहे हैं।

3.4.3 कुछ प्रमुख निजी प्रसारण नेटवर्क

आज भारतीय टीवी जगत में कई प्रमुख प्रसारण नेटवर्क अनेक चैनलों का प्रसारण करते हैं। इनमें दूरदर्शन के अतिरिक्त जी समूह, स्टार समूह, सोनी समूह, ई-टीवी समूह, सहारा समूह आदि प्रमुख हैं।

3.4.4 जी नेटवर्क

जी नेटवर्क या जी टेलीफिल्म्स लिमिटेड भारत का पहला गैर सरकारी सेटेलाइट चैनल माना जाता है। अक्टूबर 1992 में भारत में इसकी शुरुआत हुई और यह एशियासेट सेटेलाइट की मदद से अपने प्रसारण करता था। सुभाष चन्द्र (गोयल) जी टेलीफिल्मस के मुख्य कर्ता-धर्ता हैं। भारत में जी टीवी ने मनोरंजन का एक नया स्वरूप टीवी दर्शकों के सामने रखा। लोकप्रिय धारावाहिकों, फिल्म आधारित कार्यक्रमों, साक्षात्कार व चैट शो आदि के माध्यम से इसने भारतीय दर्शकों में तेजी से अपनी पैठ बनाई। शुरुआत में जी टीवी इस समूह का इकलौता ध्वजवाहक चैनल था। धीरे-धीरे इसके चैनलों का विस्तार हुआ और आज जी टीवी ग्रुप के जी टीवी, जी सिनेमा, एक्सन सिनेमा, जी न्यूज, जी विजनेस, जी एम जी एम, जी इंग्लिश, जी टीवी– गुजराती, मराठी, पंजाबी, बंग्ला, तमिल, तेलुगु, जेड एजुकेशन, जी प्रीमियर सिनेमा, जी म्यूजिक आदि विविध मनोरंजक कार्यक्रम भारतीय दर्शकों को उपलब्ध करा रहे है। आज कुल 20 चैनल यह समूह संचालित कर रहा है।

3.4.5 स्टार समूह

सेटेलाइट टेलीविजन एशिया रीजन यानि स्टार भारत के केबल सुविधायुक्त घरों में सर्वाधिक पसंदीदा चैनल समूह है जिसका 'फ्लैग चैनल' स्टार प्लस अपने नाटकीय धारावाहिकों से भारतीय जनता का भरपूर मनोरंजन कर रहा है। जनमाध्यमों की दुनिया के बेताज बादशाह कहे जाने वाले रूपर्ट मरडोक के चैनल समूह के रूपमें इसकी विशिष्ट पहचान है। 1992-93 से स्टार वर्ल्ड अंग्रेजी चैनल के माध्यम से भारतीय दर्शकों कों इस समूह का आगमन हुआ था। आज यह समूह दर्शकों को स्टार प्लस के रुप में इन्फ़ोंमेन्ट चैनल स्टार गोल्ड - हिन्दी फिल्म आधारित चैनल, स्टार वन धारावाहिक प्रधान चैनल, स्टार मूवीज अंग्रेजी फिल्मों का चैनल, स्टार स्पोर्ट्स व ई एस पी एन - खेल आधारित चैनल, स्टार न्यूज - समाचार चैनल आदि भारतीय दर्शकों को उपलब्ध कर रहा है।

3.4.6 सोनी समूह

सोनी की भारतीय दर्शकों को उपलब्ध प्रमुख चैनल समूह है जिसका आगमन जी और स्टार के बाद हुआ। सोनी टीवी इसका 'फ्लैग चैनल' है। इसके अतिरिक्त सेटमैक्स फिल्म आधारित चैनल है। जिसपर खेल प्रसारण भी होते हैं। डिस्कवरी-ज्ञान-विज्ञान पर आधारित उपयोगी, सूचनाप्रद एवं लोकप्रिय चैनल है। ए-एक्स एन पर अंग्रेजी में मनोरंजक कार्यक्रम व फिल्में दिखाई जाती हैं।

3.4.7 टीवी टुडे समूह

यह प्रतिष्ठित पत्रिका 'इंडिया टूडे' समूह का टीवी संस्करण है। हिन्दी में आजतक एवं अंग्रेजी में टीवी टुडे के माध्यम से यह भारतीय दर्शकों में सर्वाधिक लोकप्रिय समाचार प्रधान चैनल समूह है।

3.4.8 सहारा समूह

सहारा समूह मनोरंजन व समाचार परक चैनलों का संचालन करता है। सहारा वन मनोरंजन एवं सहारा समय प्रादेशिक तथा सहारा समय राष्ट्रीय इसके समाचार चैनल हैं।

3.4.9 इनाडु टीवी

इनाडु टीवी समूह विभिन्न भाषाओं में चैनल संचालित करता है। ईटीवी उत्तर प्रदेश, ई-टीवी बिहार इसके हिन्दी चैनल हैं। इसके अतिरिक्त उर्दू, तेलुगु, तमिल आदि भाषाओं में भी इसके चैनल उपलब्ध हैं।

इसके अतिरिक्त एनडी टीवी दो समाचार चैनल हिन्दी व अंग्रेजी में, अल्फा क्षेत्रीय भाषाओं मे ई टीवी म्यूजिक हिन्दी, पंजाबी आदि अन्य समूह हैं।

चैनलों की प्रसारण व्यवस्था

भारतीय दर्शकों को उनके टीवी पर मनपसंद चैनल सेटेलाइट प्रसारण व्यवस्था के तहत मुख्यत: प्राप्त होते हैं। विविध चैनलों का विभिन्न सेटेलाइटों के जरिये प्रसारण होता है। केबल ऑपरेटर को शुल्क देकर या डीटी एवं सेवा के जरिये इन चैनलों को देखा जा सकता है।

3.5.1 सेटेलाइट टीवी प्रसारण

विश्व में सत्तर के दशक में मानव निर्मित उपग्रहों का प्रक्षेपण आरम्भ हो गया था। 1975 में आर्यभट्ट के प्रक्षेपण के साथ भारत ने भी इस क्षेत्र में कदम रखा। मानव निर्मित उपग्रह मानव द्वारा अंतरिक्ष में प्रक्षेपित यह मशीन है जिसके माध्यम से पृथ्वी व अन्य निर्धारित क्षेत्रों की अद्यतन सूचना, चित्र, जानकारी आदि संकेतों के माध्यम से प्राप्त होती है। उपग्रह को अंतरिक्ष में रॉकेट की मदद से स्थापित किया जाता है और इसकी एक निर्धारित कक्षा होती है जिसमें वह पृथ्वी का चक्कर लगाता है तथा उपकरणों की मदद से सूचनाओं को पृथ्वी स्थित सूचना प्राप्ति या नियंत्रण केन्द्र पर प्रक्षेपित करता है।

इन उपग्रहों के निम्न प्रमुख क्षेत्र हैं –

(1) **दृश्य एवं श्रव्य संचार** – उपग्रहों की मदद से बाधा रहित, स्पष्ट तस्वीरें व रेडियो प्रसारण व्यवस्था संभव होती है।

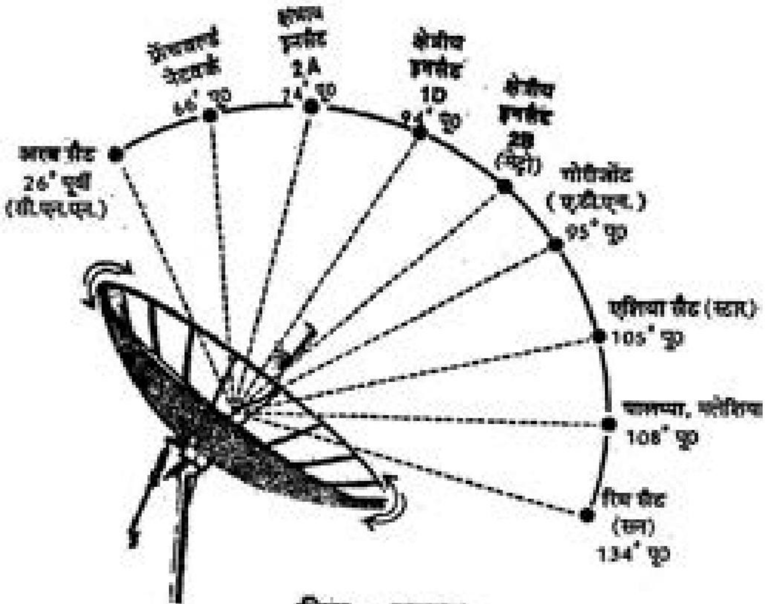
(2) **दूरसंचार** – उच्चस्तरीय संचार सुविधा टेलीफोन, टेलीग्राफ फैक्स आदि के लिए मिलती है।

(3) **मौसम संबंधी सूचनाएँ** – मौसम संबंधी विभिन्न सूचनाएँ जैसे – बादल, वर्षा, हिमपात, तूफान, चक्रवात, सुनामी, फला आदि की जानकारी मिलती है।

(4) **संसाधन खोज** – वन क्षेत्र, भूगर्भिक खनिज आदि की जानकारी प्राप्त की जाती है। जल स्रोतों, वनाच्छादन आदि का पता चलता है।

भारत में टीवी के विस्तार और विकास में सेटेलाइट प्रसारणों की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। इनसैट श्रेणी के उपग्रहों से दूरदर्शन के प्रसारण में मदद मिली है। 10 अप्रैल 1982 में इस श्रेणी का पहला बहुउद्देश्यीय उपग्रह इनसैट –1ए प्रक्षेपित हुआ था। तबसे इनसैट –1 श्रेणी के चार (A,B,C,D) व इनसैट 2 श्रेणी के पाँच (A, B, C, D, E) तथा इनसैट-3 श्रेणी के उपग्रह 3-A प्रक्षेपित हो चुके हैं।

भारत में प्रसारित होने वाले कुछ प्रमुख टीवी चैनलों और उनसे संबंधित उपग्रहों का विवरण निम्नवत चित्र में स्पष्ट किया गया है –



चित्र : उपग्रह

वस्तुत: बहुराष्ट्रीय टीवी चैनल सेटेलाइटों के माध्यम से ही भारतीय दर्शकों को उपलब्ध होते हैं। पैनमसैट सेटेलाइट द्वारा बीबीसी, सी एन एन, डिस्कवरी, ई एस पी एन, होम टीवी, एम टीवी, सोनी, टी एन टी व म्यूजिक एशिया प्रसारित होते हैं। इन्टेलसैट से इनाडु, विजय, जेमिनी, सन आदि तथा थाईकाम 2/3 सेटेलाइट द्वारा पंजाबीवर्ल्ड, राज, एटीएन आदि चैनल भारतीय आकाश में उपलब्ध होते हैं।

3.5.2 केबल प्रसारण व्यवस्था

भारत में व्यवहारिक रूप से अभी भी अधिकांश सेटेलाइट चैनल केबल द्वारा ही घरों में उपलब्ध होते हैं। स्थानीय रूप से केबल ऑपरेटर उपभोक्ताओं से बतौर शुल्क धनराशि लेकर उन्हें केबल की मदद से प्रसारण सुविधा उपलब्ध कराता है। इसके अतिरिक्त आज केबल प्रसारण व्यवस्था द्वारा अनेक स्थानीय चैनल भी प्रसारित किये जाते हैं। स्थानीय चैनलों के रूप में ये चैनल उपलब्ध केबल प्रसारण सुविधा की मदद से बिना सेटेलाइट लिंक के दर्शकों को उपलब्ध होते हैं। इन्हें केबल चैनल भी कहा जाता है।

केबल नेटवर्क की शुरुआत भारत में सेटेलाइट चैनलों के आगमन के पूर्व ही हो चुकी थी। पंच सितारा होटलों में केबल की मदद से वीडियो क्लिपिंग्स और फिल्में कमरों में ठहरे लोगों को दिखाई जाती थीं। मुंबई में स्थानीय रूप से मासिक शुल्क लेकर घरों में पायरेटेड कैसटों की मदद से फिल्में दिखाने का धन्धा काफी लोकप्रिय था।

सेटेलाइट चैनल भी भारत में केबल के जरिये ही घरों तक पहुँचे। स्थानीय आधार पर एक ही शहर में कई केबल ऑपरेटर डिश एण्टीना की मदद से लोगों को सेटेलाइट चैनल दिखाते थे। तकनीकी प्रगति और ग्राहक संख्या बढ़ने से केबल ऑपरेटरों ने भी अपनी क्षमता में वृद्धि कर ली और जी टीवी की मदद से सिटी केबल नेटवर्क का भारत में नगरीय क्षेत्रों में विस्तार हुआ। सिटी केबल सिस्टम में एक नगर में एक प्रधान प्रसारक होता है जो अनेक छोटे केबल ऑपरेटरों की मदद से प्रसारण की व्यवस्था करता है। वही सेटेलाइट पे चैनलों को भुगतान करता है और ग्राहक संख्या का रिकार्ड रखता है।

इस व्यवस्था से केबल चैनल का विकास हुआ है और स्थानीय स्तर पर कार्यक्रम निर्माण व प्रसारण संभव हुआ है। आज देश में जहाँ भी यह नेटवर्क कायम है वहाँ पर स्थानीय रूप से एक दो चैनल जरूर चलते हैं जो स्थानीय समाचार, सांस्कृतिक आयोजन, चैट शो, परिचर्चा, साक्षात्कार, गीत-संगीत आधारित कार्यक्रम और फिल्मों आदि का प्रसारण करते हैं।

सिटी केबल की प्रसारण व्यवस्था ने टीवी पर रेडियो की भाँति स्थानीयता का पुट लिए कार्यक्रमों के निर्माण और प्रसारण की संभावनाओं को सच्चाई में बदलकर टीवी को उपयोगी बना दिया है।

3.5.3 डी. टी. एच. (डायरेक्ट टू होम)

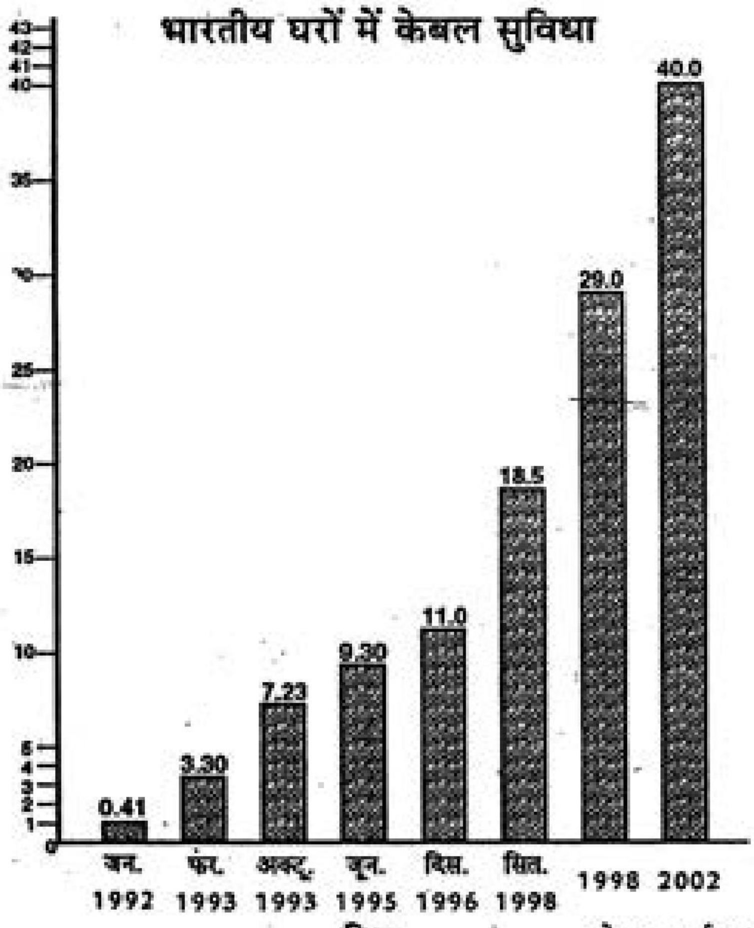
डी टी एच सेवा एक ऐसी सेवा है जिसके जरिये टीवी कार्यक्रमों / चैनलों को एक छोटी सी डिस्क और डिकोडर या सेट टॉप बॉक्स सिस्टम के माध्यम से उच्च फ्रिक्वेंसी के यू बैण्ड के जरिये सीधे दर्शक के घर तक पहुँचाया जा सकता है। 15 मार्च 2001 को डी टी एच के बारे में व्यापक दिशा-निर्देश जारी किये गये और यह क्षेत्र प्रसारकों के लिए भारतीय स्वामित्व की शर्तों के साथ खोल दिया गया है। डी टी एच सेवा का विकास अभी आरम्भिक अवस्था में है लेकिन यह तेजी से भारतीय दर्शकों में लोकप्रिय हो रहा है।

डी टी एच प्रसारण प्रणाली में के यू बैण्ड सेटेलाइट की मदद से भारत को स्थानीय आधार बनाकर देश में सुविधा दी जा सकती है। छत के ऊपर रखे 60 से 120 सेमी व्यास के डिश एण्टीना की मदद से उच्च स्तरीय डिजिटल टीवी प्राप्त होते हैं। प्रारम्भिक रूप से इसके लिए ब्रॉडकास्टर को के यू बैण्ड सेटेलाइट लिंक स्टेशन जमीन पर कायम करना होगा। घरों में लगे टीवी रिसीवर तक इस सिग्नल का पुनर्वितरण कर डी टी एच सुविधा घरों तक पहुँचायी जा सकती है।

डी टी एच सुविधा की मदद से स्थानीय केबल ऑपरेटरों के शोषण से उपभोक्ता को मुक्ति मिल जाती है और वह वाजिब शुल्क पर मनचाहे चैनलों को देख सकता है। उपभोक्ताओं को डी टी एच तकनीक अपनाने से ज्यादा चैनल देखने की सुविधा प्राप्त हो जाती है तथा अनेक विदेशी चैनलों को वह देख सकता है। भारत में टीवी प्रसारण के क्षेत्र में डी टी एच नयी तकनीक के रूप में विस्तार ले रहा है।

3.5.4 चैनलों की लोकप्रियता

भारत में टीवी चैनलों की लोकप्रियता में तेजी से इजाफा हुआ है। अपने शुरूआती वर्ष में मात्र चार लाख दर्शक जहाँ इनके पास थे, वहाँ आज लगभग पाँच करोड़ घरों में टेलीविजन ने अपनी पहुँच बना ली है। दूरदर्शन दर्शकों की गणना को छोड़कर यदि केवल केबल कनेक्शन के आँकड़े भी देखें तो लोकप्रियता का अंदाजा लगाया जा सकता है।



चित्र

स्रोत : आई आर एस वेबसाइट

RIL-110

3.6 चैनलों के लाभ

भारतीय दर्शकों के लिए टीवी चैनल्स से मनोरंजन, सूचना और शिक्षा के नये आयाम उपलब्ध हुए हैं। विश्व स्तरीय कार्यक्रम और विश्वभर के कार्यक्रम भारतीय टीवी स्क्रीनों पर उपलब्ध हुए हैं। अब दर्शक के पास यह विकल्प उपलब्ध है कि जो वह देखना चाहता है वही देखे। टीवी चैनल्स ने कार्यक्रम वैविध्य के माध्यम से दर्शकों को अनेक विकल्प उपलब्ध कराये हैं। हम संक्षेप में टीवी चैनल्स के लाभों को निम्नांकित शीर्षकों के तहत स्पष्ट कर सकते हैं –

3.6.1 वैविध्यपूर्ण मनोरंजन

चैनल्स के आगमन से भारतीय दर्शकों को ताजा और वैविध्यपूर्ण मनोरंजन उपलब्ध हुआ है। मनोरंजन को ध्यान में रखकर अनूठे अंदाज में तैयार कार्यक्रम काफी सफल भी साबित हुए हैं। धारावाहिकों की एकरसता के बीच इस तरह के कार्यक्रमों से लोगों को राहत मिली है। साक्षात्कार, चैट शो, अन्ताक्षरी, फीचर, क्लिपिंग, प्रतियोगिताएँ आदि अनेक आधारों पर नये मनोरंजक कार्यक्रम उपलब्ध हुए हैं। चौबीस घण्टे मनोरंजन की नयी परिभाषा भारतीय दर्शकों को मिली है। विशेषीकृत चैनलों के हास-परिहास, फिल्म आदि पर आधारित कार्यक्रम व सूचना मनोरंजन के विविध पक्ष दर्शकों को उपलब्ध हुए हैं। चौबीस घण्टे मनोरंजन की नयी परिभाषा मिली है। इसके अतिरिक्त भव्य धारावाहिकों ने भी भारतीय दर्शकों का भरपूर मनोरंजन किया है और अपना विशाल नया दर्शक वर्ग तैयार किया है।

वस्तुतः चैनलों के लिए मनोरंजन सर्वाधिक महत्वपूर्ण विषय बन गया है और हास-परिहास युक्त कार्यक्रमों के लिए सब टीवी व स्माइल टीवी, गीत-संगीत के लिए एम टीवी, वी टीवी, ए टी एन, ई टी सी, जी म्यूजिक, फिल्म आधारित मनोरंजन के लिए जी सिनेमा, स्टार गोल्ड, जी एम सी एम, एक्सन, स्टार मूवीज आदि, सूचना-मनोरंजन के लिए स्टार प्लस, सोनी, जी, ई टी वी, सहारा वन आदि चैनल उपलब्ध हुए हैं।

3.6.2 विशेषीकृत चैनलों की उपलब्धता

चैनलों की संख्या में इजाफे के साथ-साथ दर्शकों को विशेषीकृत चैनल भी उपलब्ध हो गये हैं। इससे दर्शक को अपनी इच्छा के अनुरूप कार्यक्रम देखने की आजादी मिली है और मनपसन्द टीवी कार्यक्रमों के लिए प्रसारण की तिथि व समय याद रखने की बजाय एक ही विषय पर अनेक कार्यक्रम उसके चुनाव के लिए चैनलों ने उपलब्ध कराये हैं। इस तथ्य को हम निम्नांकित तालिका की मदद से आसानी से स्पष्ट कर सकते हैं –

विशेषीकरण	चैनलों की सूची
(1) सूचना मनोरंजन	स्टार प्लस, सोनी, जी, सहारा वन, उदय, एन ई टीवी, ए एक्स एन, जी इंग्लिश आदि।
(2) बच्चों के लिए	कार्टून नेटवर्क, हंगामा, पोगो आदि,
(3) फिल्म संबंधी	जी सिनेमा, सेटमैक्स, स्टार गोल्ड, जी एम जी एम, स्टार मूवीज, एच बी ओ, एक्शन आदि,
(4) सूचना व ज्ञान	ज्ञानदर्शन, डिस्कवरी, नेशनल ज्योग्राफिक आदि,
(5) समाचार परक	आज तक, स्टार न्यूज, बी बी सी, सी एन एनस, डी डी न्यूज, एन डी टी वी, इण्डिया टीवी, सहारा समय, सी एन बी सी आदि।
(6) धर्म प्रधान	आस्था, जागरण, क्यू आदि
(7) खेल	स्टार स्पोर्ट्स, डीडी स्पोर्ट्स, ई एस पी एन, टेन स्पोर्ट्स आदि।

सत्यापित सूचनाओं की प्राप्ति

चैनलों की अधिकता से दर्शकों को जो महत्त्वपूर्ण फायदा हुआ है, वह यह है कि आज गलत सूचना देकर दर्शक को अंधेरे में नहीं रखा जा सकता। एक चैनल यदि गलत तथ्य प्रस्तुत करता है तो दूसरा चैनल सही स्थिति साफ कर देगा। इससे सूचनाओं को छिपाना भी आसान

'दैनिक हिन्दुस्तान' ने 20 फरवरी 2005 के अंक में लिखा -

रात में 'एडल्ट' हो जाएगा टीवी

नई दिल्ली (एजेंसी)। जल्द ही आप रात में अपने टीवी पर सभी एडल्ट कार्यक्रम देख सकेंगे, बशर्ते आपके बच्चे सो जाएं। भारतीय टेलीविजन भी अब निश्चित रूप से वयस्क हो गया है। इसके लिए सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय गंभीरतापूर्वक विचार करने में लगा है। सूचना प्रसारण मंत्री एस. जयपाल रेड्डी को अब इस संबंध में कोई आपत्ति नहीं है। उन्होंने कहा कि रात 10 बजे के बाद टीवी पर एडल्ट कार्यक्रम दिखाए जाने में कोई समस्या नहीं है। रेड्डी ने बताया कि अब तो 'ए' सर्टिफिकेट वाली फिल्में प्राइम टाइम में भी दिखाई जाती हैं। हम इसे नियमित करने का सोच रहे हैं और जल्द ही ऐसी फिल्में टेलीविजन पर किस समय दिखाई जाएँगी, हम इसके बारे में निर्णय ले लेंगे। यह व्यवस्था विदेशी टेलीविजन चैनलों के लिए भी लागू होगी।

प्रीतीश नन्दी के विचार को 'दैनिक भास्कर' (२८ मार्च २००५) ने प्रकाशित किया जिसे अविकल रूप में प्रस्तुत किया जा रहा है –

आखिर टीवी पर कैसे प्रोग्राम परोसे जाएं

यदि राजनीतिज्ञों, सैन्य अधिकारियों और नौकरशाहों की निजता को जनहित के नाम पर बलि नहीं चढ़ाया जाता है तब मूवी स्टार्स, टीवी होस्ट्स की निजता के साथ ऐसा क्यों हो?

प्रीतीश नंदी

टीवी चैनल्स

3.9 सारांश

आज भारतीय आकाश में 250 के लगभग चैनल उपलब्ध हैं। इनकी लोकप्रियता निरन्तर बढ़ती जा रही है। विविध कार्यक्रमों की उपलब्धता ने भारतीय दर्शकों को सूचना, शिक्षा एवं मनोरंजन के नये विकल्प प्रस्तुत किये हैं। इसके अतिरिक्त सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी तथा सेटेलाइट सुविधा में वृद्धि ने चैनलों के विकास और उनकी उपलब्धता में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है।

चैनलों का स्वामित्व निजी क्षेत्रों में होने से सरकारी नियंत्रण की समस्या से भी टीवी जगत को मुक्ति मिली है। इसके अतिरिक्त दूरदर्शन ने भी चैनलों की प्रतिस्पर्धा में प्रसार भारती (भारतीय प्रसारण निगम) के बैनर तले अनेक चैनलों के माध्यम से स्तरीय कार्यक्रम उपलब्ध कराने शुरू किये हैं। इससे भारतीय टीवी दर्शकों को प्रतिस्पर्धी, विश्वस्तरीय और उच्च गुणवत्तायुक्त कार्यक्रम देखने की सुविधा मिली है। लेकिन चैनल व्यावसायिकता की होड़ में अपसंस्कृति के वाहक भी बनते जा रहे हैं और अपराध, हिंसा, यौन विकृतियां तथा कभी-कभी तनाव को बढ़ावा दे रहे हैं। इससे खासकर बच्चों और युवाओं के दिग्भ्रमित होने का खतरा बढ़ता दिखाई दे रहा है।

टीवी चैनलों के कुछ सामाजिक उत्तरदायित्व भी होते हैं इसका उन्हें ध्यान रखना चाहिए और स्वस्थ मनोरंजन, निष्पक्ष सूचना तथा सही जानकारी लोगों को उपलब्ध करानी चाहिए।

3.10 संदर्भ ग्रंथ

- भारत संदर्भ ग्रंथ, प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली।2004
- सेटेलाइट इनवेजन इन इण्डिया, एस०सी० भट्ट, ज्ञान पब्लिशर्स, नई दिल्ली,1998
- मास कम्यूनिकेशन इन इण्डिया, केवल जे० कुमार, जयको पब्लिशर्स, नई दिल्ली 2001

3.11 शब्दावली

इन्फोटेनमेंट चैनल – वह चैनल जिसपर सूचना एवं मनोरंजन दोनों तथ्यों को ध्यान में रखकर कार्यक्रम तैयार और प्रसारित किये जाते हैं।

कन्डीशनल एक्सेस सिस्टम (कैस-CAS) – डी टी एच प्रणाली के उपभोक्ता के लिए टी वी सिग्नल प्रसारक से प्राप्त करने वाला उपकरण जो डिजिटल सिग्नलों को पारम्परिक इलेक्ट्रॉनिक सिग्नलों के रूप में परिवर्तित कर प्रसारण को संभव बनाता है।

केबल चैनल – वे चैनल जिनके प्रसारण में संचार उपग्रहों की कोई भूमिका नहीं होती और केबल के जरिये उनका प्रसारण होता है।

मीडिया मुगल – एक विशेषण जो स्टार समूह के कर्ता-धर्ता रुपर्ट मरडॉक के लिए प्रयुक्त किया जाता है क्योंकि पूरें विश्व में सर्वाधिक मीडिया इकाइयां उन्ही के एकछत्र नियंत्रण में हैं।

फ्लैग चैनल – किसी टीवी समूह का मुख्य चैनल। सामान्यत: यह इन्फोटेन्टेन्मेंट चैनल होता है। स्टार समूह का स्टार प्लस व जी समूह का जी टीवी फ्लैग चैनल हैं।

3.12 संबंधित प्रश्न

लघु उत्तरीय प्रश्न

(1) दूरदर्शन के राष्ट्रीय चैनलों का उल्लेख करें।

(2) केबल टीवी से आप क्या समझते हैं ?

(3) डी टी एच क्या है?

(4) मानव निर्मित उपग्रह क्या होता है?

विस्तृत उत्तरीय

(1) भारत में टीवी चैनल्स की विकास-यात्रा पर एक निबंध लिखें।

(2) टीवी चैनल्स की अधिकता के गुण-दोषों की समीक्षा करें।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(1) मैट्रो चैनल की शुरुआत हुई–

(क) 1982 (ख) 1984

(ग) 1986 (घ) 1989

(2) सेटमैक्स है –

(क) खेल चैनल (ख) इन्फोटेन्मेंट चैनल

(ग) फिल्म आधारित चैनल (घ) समाचार चैनल

(3) 'आज तक' चैनल का संबन्ध है–

(क) एन डी टी वी नेटवर्क (ख) जी नेटवर्क

(ग) टीवी टुडे नेटवर्क (घ) सहारा नेटवर्क

(4) डी टी यच की व्याख्या है–

(क) डायरेक्ट टू होम (ख) डायरेक्ट टीवी होम

(ग) डिलिवर्ड टू होम (घ) इनमें से कोई नहीं

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

(1) ख

(2) ग

(3) ग

(4) क

इकाई 4 टेलीविजन प्रोडक्शन

इकाई की रूपरेखा

4.0 उद्देश्य
4.1 भूमिका
4.2 स्टूडियो प्रोडक्शन टीम
4.3 टेलीविजन प्रोडक्शन टीम के सदस्य और उनके कार्य
 4.3.1 तैयारी टीम
 4.3.2 प्रोडक्शन टीम
 4.3.3 संपादन टीम
4.4 टेलीविजन प्रोडक्शन की आधारभूत बातें
 4.4.1 ऑडियो
 4.4.2 माइक्रोफोन के प्रकार
 4.4.3 उत्कृष्ट परिणाम के लिए स्टूडियो सेट-अप
4.5 प्रकाश-व्यवस्था
 4.5.1 स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश व्यवस्था
4.6 कमांड और क्यू
4.7 फिल्म: संचार का माध्यम
 4.7.1 फिल्म गतिशील चित्रों का संसार
 4.7.2 फिल्म समय को पार कर लेना है
4.8 सारांश
4.9 संदर्भ ग्रन्थ
4.10 शब्दावली
4.11 प्रश्नावली

4.0 उद्देश्य

इस अध्याय को पढ़ने के बाद के आप —

- टेलीविजन प्रोडक्शन की आधारभूत बातें समझ सकेंगे,
- टेलीविजन कार्यक्रम बनाने वाले लोगों और उनकी विशिष्ट जिम्मेदारियों से परिचित होंगे,
- टेलीविजन जैसे दृश्य-श्रव्य माध्यम में श्रव्य (ऑडियो) का महत्त्व जानेंगे,
- प्रकाश व्यवस्था की अहमियत समझेंगे,
- कार्यक्रम की शूटिंग के दौरान निर्देशक के विभिन्न कमांड और क्यू से परिचित होंगे।

4.1 भूमिका

टेलीविजन प्रोडक्शन एक टीम-प्रक्रिया है। अपनी-अपनी जिम्मेदारियों से परिचित और स्वानुशासित टीम के सदस्य मिलकर काम करते हैं। सभी सदस्यों पर कार्यक्रम निर्माण के एक विशेष हिस्से की जिम्मेदारी होती है। तैयारी टीम के सदस्य मिलकर कार्यक्रम की कल्पना को विकसित करते हैं, उसके निर्माण के लिए धन की व्यवस्था करते हैं, स्क्रिप्ट तैयार करते हैं और

शूटिंग कहाँ-कहाँ होगी, इसका निर्णय करते हैं। सेट और प्रकाश-व्यवस्था दुरुस्त किए जाते हैं और कुछ सदस्य कंप्यूटर और अन्य इलेक्ट्रानिक उपकरणों की मदद से टाइटल और ग्राफिक्स आदि तैयार करते हैं। पर कार्यक्रम निर्माण की प्रक्रिया शूटिंग के साथ ही खत्म नहीं हो जाती। रिकार्ड किए गये टेप को संपादन की जरुरत होती है। कभी-कभी उसमें अलग से संगीत या विशेष ध्वनि भी डाले जाते हैं। ये सारे काम संपादन टीम करती है। बड़े पैमाने पर तैयार होने वाले कार्यक्रमों में दर्जनों लोग लगे होते हैं।

4.2 स्टूडियो प्रोडक्शन टीम

टेलीविजन के लिए कार्यक्रम बनाने में सामान्यतः तीन टीमें मिल कर काम करती हैं – तैयारी टीम, प्रोडक्शन टीम और संपादन टीम। तैयारी टीम योजना बनाती है। वह कार्यक्रम की तैयारी करती है। प्रोडक्शन टीम कार्यक्रम बनाती है और संपादन टीम प्रोडक्शन टीम द्वारा रिकार्ड किए गए टेप में से अनावश्यक दृश्यों को हटाती है, उसमें जहाँ जरुरी हो, वहाँ संगीत, विशेष ध्वनि और टाइटल आदि डालती है। निर्देशक तीनों टीमों का मुख्य सदस्य होता है। छोटे पैमाने पर होने वाले प्रोडक्शन में सदस्यों को कई काम करने पड़ते हैं। कई बार चार सदस्यीय प्रोडक्शन टीम ही परिष्कृत कार्यक्रमों का निर्माण कर लेती है। छोटे प्रोडक्शन केन्द्रों में एक या दो पूर्णकालिक निर्माता-निर्देशक होते हैं और जरूरत पड़ने पर वे अंशकालिक सदस्यों की सहायता लेते हैं।

बड़े संगठनों में प्रोडक्शन टीम के सदस्यों के काम व्यवस्थित रूप से बँटे होते हैं। उनके पद भी विशिष्ट होते हैं। जैसे, तकनीकी रूप से ऑडियो निर्देशक का मतलब ऐसे 'रचनात्मक' व्यक्ति से है जो कार्यक्रम के मिजाज के मुताबिक संगीत का चुनाव या निर्माण करता है। ऑडियो इंजीनियर का काम माइक्रोफोन का उचित संयोजन और ऑडियो निर्देशक के निर्देश पर वीडियो टेप में संगीत या विशेष ध्वनि प्रभावों को डालना है। इसी तरह प्रकाश-निर्देशक प्रकाश-योजना तैयार करता है और कार्यक्रम का मिजाज तय करता है जबकि प्रकाश इंजीनियर उसके निर्देशों पर बल्बों को व्यवस्थित करता है। पर छोटे संगठनों में एक ही व्यक्ति दोनों काम करता है। उसे चाहे प्रकाश निर्देशक कह लें या प्रकाश इंजीनियर या लाइटमैन। इसी तरह वहाँ ऑडियो निर्देशक और इंजीनियर के काम भी एक ही व्यक्ति करता है।

4.3 टेलीविजन प्रोडक्शन टीम के सदस्य और उनके कार्य

4.3.1 तैयारी टीम

एक्जीक्युटिव प्रोड्यूसर (कार्यकारी निर्माता)	एक साथ कई कार्यक्रमों का समन्वय करता है। कार्यक्रम निर्माण के लिए धन की व्यवस्था करता है और बजट को अंतिम मंजूरी देता है।
प्रोड्यूसर (निर्माता)	कार्यक्रम विशेष का प्रभारी। कार्यक्रम की समय-सारिणी बनाता है। वह लेखक और निर्देशक भी हो सकता है।
निर्देशक	इस पर स्क्रिप्ट को अंतिम रूप से टेलीविजन कार्यक्रम में बदलने की जिम्मेदारी होती है। इसे स्क्रिप्ट की पूरी जानकारी होनी चाहिए।
लेखक	कार्यक्रम का दृश्य/श्रव्य स्क्रिप्ट तैयार करता है।
कला निर्देशक	सेट, ग्राफिक्स, टाइटल और अन्य रचनात्मक पहलुओं को निर्धारित करता है।

ग्राफिक कलाकार	इलेट्रॉनिक ग्राफिक, एनीमेशन और टाइटल आदि बनाता है।
तकनीकी निर्देशक	इस पर जटिल विशेष प्रभावों को बनाने की जिम्मेदारी होती है।
नृत्य निर्देशक	नर्तकों के कपड़े मेक-अप और सेट के मुताबिक उनकी गति आदि का संयोजन करता है।
सेट निर्माता	निर्देशक के निर्देश पर सेट तैयार करता है।
प्रकाश निर्देशक	मंच पर प्रकाश-व्यवस्था कैसी होगी, इसकी कल्पना करता है। प्रकाश-स्रोतों (बल्बों) का चयन और उनकी स्थिति व दिशा का निर्धारण करता है। शूटिंग के दौरान प्रकाश की तीव्रता को नियंत्रित करता है।
ऑडियो निर्देशक	जटिल कार्यक्रमों के ध्वनि ट्रैक का निर्धारण करता है।

4.3.2 प्रोडक्शन टीम

प्रोड्यूसर (निर्माता)	कार्यक्रम का प्रभारी। कार्यक्रम की समय-सारिणी बनाता है ताकि वह अबाध रूप से चले।
एसोशिएट प्रोड्यूसर (सहायक निर्माता)	प्रोड्यूसर की सहायता करता है।
प्रोडक्शन सहायक	रिहर्सल के दौरान निर्माता व निर्देशक की टिप्पणियों को नोट करता है ताकि शूटिंग से पहले कार्यक्रम की गुणवत्ता सुधारी जा सके। शूटिंग के दौरान निर्माता व निर्देशक की सहायता करता है।
निर्देशक	यह स्क्रिप्ट को टेलिविजन कार्यक्रम में बदलने के लिए अंतिम रूप से जिम्मेदार होता है। शूटिंग के दौरान वह कार्यक्रम के प्रतिभागियों, कलाकारों के साथ-साथ प्रोडक्शन टीम के सभी सदस्यों को निर्देश भी देता है।
सहायक निर्देशक	निर्देशक की सहायता करता है और समय-सारिणी का ध्यान रखता है।
प्रतिभागी/कलाकार/पात्र	कार्यक्रम में दिखते है या जिनकी आवाज सुनाई देती है, वे सभी प्रतिभागी/कलाकार/पात्र हैं।
कैमरामैन	निर्देशकों के निर्देश और स्वविवेक से कैमरे का इस्तेमाल करता है।
फ्लोर मैनेजर (मंच प्रबंधक)	स्टूडियो की गतिविधियों का समन्वय करता है। उपकरणों को यथास्थान व्यवस्थित करता है और प्रतिभागियो को उनकी निश्चित जगह पर बैठाता है। शूटिंग के दौरान वह निर्देशक के निर्देश प्रतिभागियों को देता है।
तकनीकी निर्देशक	रिकार्डिंग के दौरान निर्देशक के कहने पर वह विभिन्न कैमरों में से एक कैमरे के शॉट को रिकार्डिंग/प्रसारण के लिए चुनता है। चूँकि कैमरे स्थिर होते हैं इसलिए उसे शॉट निरंतर बदलने पड़ते हैं।

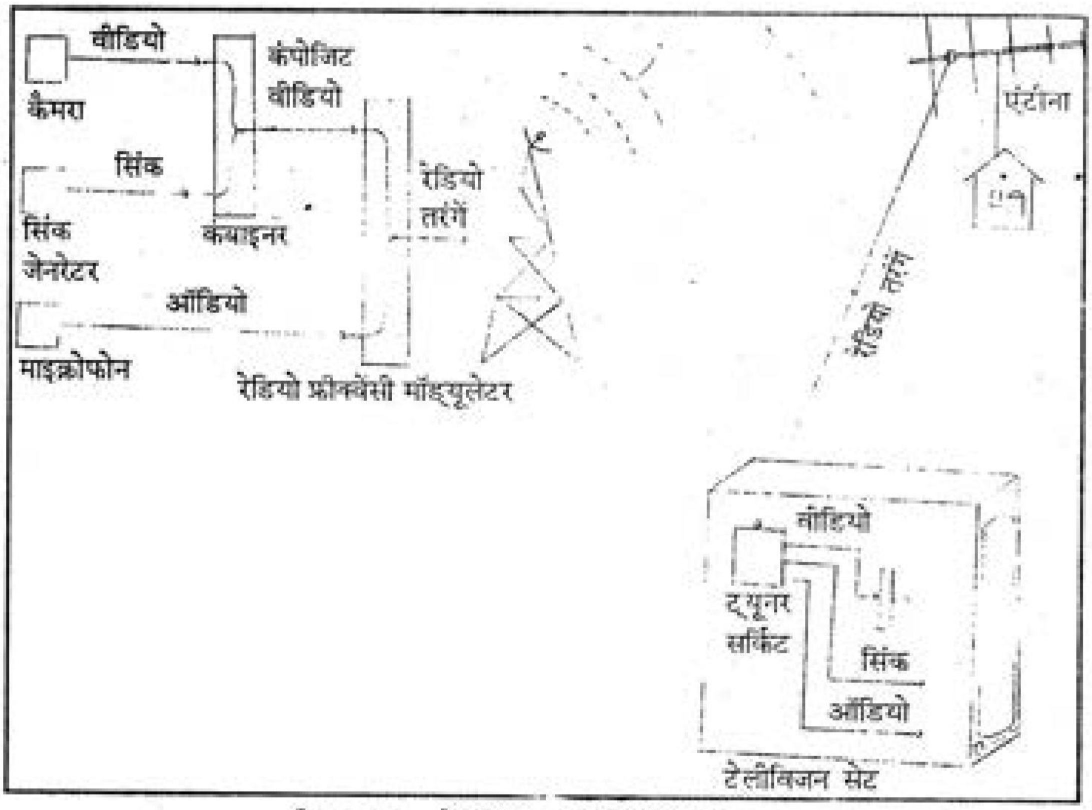
जेनरेटर ग्राफिक / कैरेक्टर आपरेटर	जटिल कार्यक्रमों में निर्देशक के कहने पर वह टेक्स्ट (सब-टाइटल, प्रतिभागियों के नाम या अन्य सूचनाएँ) और ग्राफिक्स आदि दिखाता है।
ऑडियोमैन	जीवंत/ सीधे प्रसारण के दौरान वह कार्यक्रम में पार्श्व संगीत या विशेष ध्वनि प्रभावों को शामिल करता है।
मेक-अप कलाकार	प्रतिभागियों/कलाकारों/पात्रों का मेक-अप करता है।
लाइट मैन	सेट डिजाइनर के सहयोग से सेट/मंच की प्रकाश व्यवस्था करता है। वह विशेष बल्बों का चुनाव करता है, उनके स्थान और उनकी दिशा आदि तय करता है। कार्यक्रम के दौरान वह प्रकाश की तीव्रता को भी नियंत्रित करता है।
इंजीनियर और तकनीशियन	उपकरणों के रख-रखाव के लिए जिम्मेदार
वीडियोटेप आपरेटर	रिकॉर्डिंग करता है।
भंडारी	स्टूडियो की सारी वस्तुओं और फर्नीचर वगैरह की देखभाल करता है।

4.3.3 संपादन टीम

निर्देशक	यह स्क्रिप्ट को टेलीविजन कार्यक्रम में बदलने के लिए अंतिम रूप से जिम्मेदार होता है। यह संपादक और ऑडियोमैन को निर्देश देता है। कार्यक्रम में पार्श्व संगीत डालता है ताकि कार्यक्रम का मिजाज विकसित हो। इसी मिजाज को और उभारने के लिए वह उचित प्रकाश व्यवस्था करता है। विशेष ध्वनि प्रभाव डालता है। दर्शकों का ध्यान कार्यक्रम की ओर केन्द्रित करने की कोशिश करता है।
संपादक	निर्देशक के निर्देश के मुताबिक विडियोटेप को संपादित करने वाले उपकरणों को चलाता है। कभी-कभी वह स्वविवेक से भी फैसले करता है। आमतौर पर वह ऑडियोमैन के साथ मिलकर काम करता है।
ऑडियोमैन	निर्देशक की माँग पर वह वीडियोटेप में अलग से कमेंट्री, पार्श्व संगीत या विशेष ध्वनि आदि डालता है और उनका संपादन करता है।
वाचक	वॉयस ओवर, कमेंट्री या मार्गदर्शक के रूप में अपनी आवाज देता है।

4.4 टेलीविजन प्रोडक्शन की आधारभूत बातें

किसी भी टेलीविजन कार्यक्रम, चाहे वह सजीव प्रसारण हो या वीडियोटेप रिकार्डिंग, में कैमरा तस्वीरें लेता है और उन्हें विद्युतीय संकेतों में बदल देता है। इन्हीं विद्युतीय संकेतों को 'वीडियो' कहा जाता है। माइक्रोफोन **ध्वनि को** पकड़ता है और उसे दूसरे विद्युतीय संकेतों में बदल देता है, जिन्हें 'ऑडियो' **कहा** जाता है। सिंक जेनरेटर नामक उपकरण तीसरी तरह के



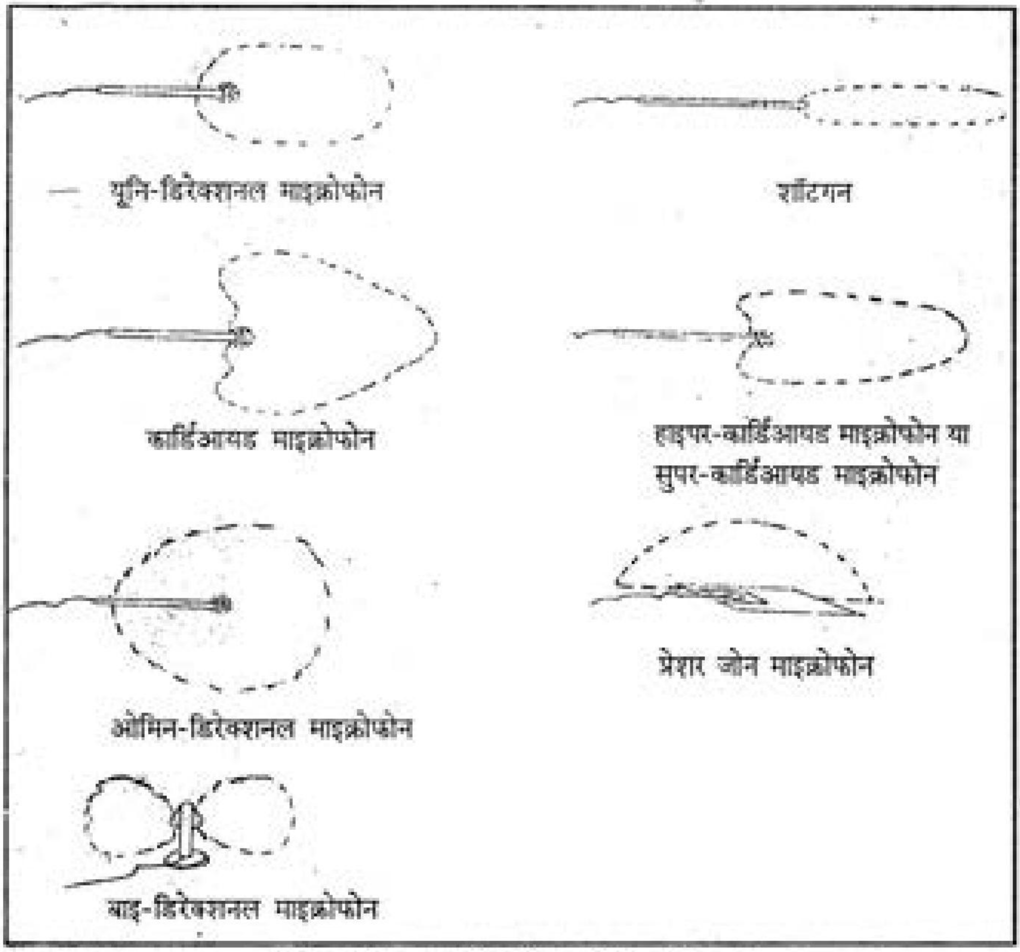
चित्र 4.1 टेलीविजन संकेतों की यात्रा

विद्युतीय संकेत करता है जो 'सिंक' कहलाता है। यह टेलीविजन स्क्रीन पर तस्वीरों को स्थिर रखने में सहायक होता है। इलेट्रॉनिक रूप से **'वीडियो'** और 'सिंक' से मिल जुल कर बने संकेतों को 'कम्पोजिट वीडियो' (सामान्य शब्दों में वीडियो भी) कहा जाता है। मॉड्यूलेटर की मदद से 'कम्पोजिट वीडियो' को 'ऑडियो' के साथ मिलाया जाता है। मॉड्यूलेटर उन संकेतों को रेडियो तरंगों में बदल देता है। रेडियो तरंगें आकाश में प्रसारित होकर घर-घर की छतों पर लगे एंटीना से टकराती हैं जिनमें लगे तारों के जरिए वे टेलीविजन सेटों तक पहुँचाती हैं। टेलीविजन सेटों में लगा ट्यूनर सर्किट रेडियो तरंगों को वीडियो, सिंक और ऑडियो में अलग-अलग कर देता है। वीडियो टीवी स्क्रीन पर चलता है। ऑडियो स्पीकर में जाता है और सिंक एक विशेष ऑडियो में पहुँचता है जो तस्वीरों को स्क्रीन पर स्थिर रखता है।

4.4.1 ऑडियो

किसी भी कार्यक्रम का आधा हिस्सा ऑडियो होते हैं, पर इस पर अपेक्षित ध्यान नहीं दिया जाता। आवाज तस्वीरों के बिना भी घटनाओं की अच्छी व्यख्या कर सकती है, लेकिन बिना आवाज के चलती फिरती तस्वीरें भी सिर खुजलाने को मजबूर कर सकती हैं। टेलीविजन में ऑडियो के उन्हीं उपकरणों और तकनीकों का इस्तेमाल होता है जिसका इस्तेमाल रेडियो में होता है। अन्तर यही है कि टेलीविजन ऑडियो थोड़ा जटिल होता है। कार्यक्रम के प्रतिभागियों /कलाकारों को वह सब याद करना पड़ता है जो उन्हें कैमरे के सामने छिपे माइक्रोफोन में बोलना होता है।

आमतौर पर कैमकार्डर (कैमरा रिकार्डर) में माइक्रोफोन लगे होते हैं और जैसे ही आप रिकार्डिंग शुरू करते हैं, वे आवाज को पकड़ने लगते हैं। हालाँकि ये माइक्रोफोन इस्तेमाल करने में आसान होते हैं पर उनमें एक खामी भी होती है। अगर कैमरा कलाकार से 2-3 मीटर दूर हो तो उसमें लगा माइक्रोफोन भी 2-3 मीटर दूर होगा। इसका परिणाम यह होता है कि माइक्रोफोन कलाकार की आवाज के साथ उसकी प्रतिध्वनि और स्टूडियो की दूसरी खट-पट को भी पकड़



चित्र 4.2 माइक्रोफोन : संवेदनशीलता

लेता है। इसलिए कैमरे से अलग माइक्रोफोन अक्सर एक बेहतर विकल्प साबित होता है। प्रतिभागी/कलाकार के मुँह के पास लगा माइक्रोफोन उसकी आवाज को स्पष्टता के साथ पकड़ता है और शॉट की विविधता के लिए कैमरामैन कैमरे को आवाज की चिंता किए बगैर बेफिक्र होकर आगे-पीछे दाएं-बाएं कर सकता है। हालाँकि कोई भी माइक्रोफोन किसी भी स्थिति में काम कर सकता है, पर कार्य के मुताबिक सही माइक्रोफोन का चुनाव ऑडियो की गुणवत्ता बढ़ा देता है।

4.4.2 माइक्रोफोन के प्रकार

माइक्रोफोन में एक छोटा डायफ्राम होता है। कलाकार की आवाज या संगीत की तरंगें जब डायफ्राम से टकराती है तो उसमें कंपन होता है। इस कंपन से विद्युतीय संकेत पैदा होते है जो माइक्रोफोन से जुड़े तार के जरिए रिकार्डर तक पहुँचते हैं और वहाँ दर्ज हो जाते हैं। विद्युतीय संकेतों के पैदा होने की तकनीक के आधार पर माइक्रोफोन को मुख्य रूप से तीन श्रेणियों में बाँटा जा सकता है। कँडेसर माइक्रोफोन, इलेक्ट्रेट कंडेसर का इस्तेमाल कर ध्वनि तरंगों से विद्युतीय संकेत पैदा किए जाते हैं। उच्च संवेदनशील और किसी भी तरह की आवाज को पकड़ लेने की क्षमता वाले इस माइक्रोफोन की खामी बस यही है कि इसके लिए अलग से बैटरी या बाहरी विद्युत सप्लाई की जरूरत होती है। इलेक्ट्रेट कंडेसर माइक्रोफोन कंडेसर माइक्रोफोन का उन्नत रूप है जिसमें छोटी-सी बैटरी की ही जरूरत होती है। डायनेमिक माइक्रोफोन में तारों की कुंडली और चुंबक की सहायता से विद्युतीय संकेत पैदा किए जाते हैं।

ओम्नि-डिरेक्शनल, कार्डिऑयड, यूनि-डिरेक्शनल और बाइ-डिरेक्शनल नामों से उन दिशाओं का पता चलता है जहाँ से आने वाली ध्वनियों को कोई माइक्रोफोन सबसे अच्छी तरह से सुन सकता है। ओम्नि-डिरेक्शनल या नान-डिरेक्शनल किसी भी दिशा से आने वाली ध्वनि तरंगों को पकड़ सकता है। कार्डिऑयड माइक्रोफोन सामने सामने से आ रही तरंगों को अच्छी तरह पकड़ता है। वैसे तो यह अलग-अलग दिशाओं से आने वाली आवाजों को भी सुन लेता है

RIL-110

पर पीछे से आ रही आवाजों को यह बिल्कुल नहीं सुन पाता। बाइ-डिरेक्शनल माइक्रोफोन दो दिशाओं-आगे और पीछे से आने वाली ध्वनि तरंगों का पकड़ कर उन्हें विद्युतीय संकेतों में बदल देता है जबकि यूनि-डिरेक्शनल केवल सामने से आने वाली ध्वनि तरंगों को ही बढ़िया से पकड़ सकता है। ध्वनि तरंगों को पकड़ने की दिशा के आधार पर माइक्रोफोन के ये चार मूल प्रकार हैं। पर, माइक्रोफोन के कुछ और प्रकार भी; जैसे- हाइपर (या सुपर-) कार्डिऑयड माइक्रोफोन, शॉटगन माइक्रोफोन और प्रेशर-जोन माइक्रोफोन। कार्डिऑयड माइक्रोफोन सामने से आ रही ध्वनियों को कहीं अच्छे से सुन सकता है जबकि अगल-बगल की ध्वनियों के प्रति यह कार्डिऑयड से कम संवेदनशील होता है। आप इसे यूनि-डिरेक्शनल और कार्डिऑयड का मिलाजुला-रूप मान सकते हैं। शॉटगन माइक्रोफोन यूनि-डिरेक्शनल माइक्रोफोन का ही विकसित रूप है जो सामने से आ रही तरंगों के अलावा सारी तरंगों को सुनने से नकार देता है। प्रेशर जोन माइक्रोफोन इन सबसे अलग तरह का होता है। चौरस आकार का यह माइक्रोफोन सिर्फ एक ओर की आवाज सुनता है। विभिन्न माइक्रोफोन किस दिशा से आने वाली ध्वनि तरंगों को पकड़ते हैं, इसे चित्र 4.2 में रेखाचित्र के जरिए दिखाया गया है।

लैवेलियर और लैपेल क्लिप

लैवेलियर छोटा ओम्नी डिरेक्शनल माइक्रोफोन होता है जिसे खास तौर पर टेलीविजन कार्यक्रम के कलाकारों/प्रतिभागियों के लिए बनाया गया है। इसे कपड़ों के भीतर छाती के पास लगाया जाता है। कलाकार के मुँह के नजदीक होने से यह उसकी आवाज को तो स्पष्टता के साथ ग्रहण करता है पर स्टूडियो की दूसरी आवाजों और प्रतिध्वनियों को नहीं पकड़ता इलेक्ट्रेट कंडेंसर की मदद से अब पेंसिल के दाग मिटाने वाले रबर के आकार का लैपेल क्लिप माइक्रोफोन बनने लगे हैं जिन्होंने लैवेलियर की जगह ले ली है। लैवेल क्लिप माइक्रोफोन को प्रतिभागी/कलाकार के कोट या टाई में लगाया जा सकता है और इसे सिगार के आकार की बैटरी से चलाया जा सकता है।

वायरलेस माइक्रोफोन

यह तार से विद्युतीय संकेत भेजने के बजाय रिसीवर तक रेडियो तरंगें भेजता है। रिसीवर उन रेडियो तरंगों को फिर विद्युतीय संकेतों में बदल देता है। इस माइक्रोफोन का इस्तेमाल वे कलाकार करते हैं जो कार्यक्रम की रिकार्डिंग के दौरान चलने-फिरने की आजादी चाहते हैं।

फ्रीक्वेंसी रिस्पांस

इससे तीव्र और कमजोर ध्वनि सुनने की माइक्रोफोन की क्षमता का पता चलता है। माइक्रोफोन का डायफ्राम प्रति सेकेंड जितने कंपन पैदा करता है, उसे उस माइक्रोफोन की फ्रीक्वेंसी कहा जाता है। किसी भी माइक्रोफोन का सर्वश्रेष्ठ फ्रिक्वेंसी रिस्पांस 20 हर्टज से लेकर 20 किलो हर्ट्ज तक होना चाहिए। मनुष्य के कान की श्रवण क्षमता भी यही है।

4.4.3 उत्कृष्ट परिणाम के लिए स्टूडियो सेट-अप

- स्टूडियों एकदम शांत होना चाहिए। मोटी दीवारों और वायुरुद्ध दरवाजों की मदद से बाहरी कोलाहल रोका जा सकता है।
- स्टूडियो को शांत रखने के लिए रिकार्डिंग के दौरान पंखों, वातानुकूल संयंत्रों और दूसरी मशीनों को बंद कर देना चाहिए।
- वी/आर को माइक्रोफोन से जितना दूर संभव हो, उतना दूर रखना चाहिए। अच्छा यह हो कि इसे दूसरे कमरे में रखा जाय।

- स्टूडियो की दीवारों से ध्वनि प्रतिध्वनित नहीं होनी चाहिए। दीवारों पर मोटे कंबल चिपका कर, खिड़कियों व दरवाजों पर पर्दे टांग कर फर्स पर कालीन बिछाकर आवाज की गूँज कम किया जा सकता है।

4.5 प्रकाश-व्यवस्था

मनुष्य की आँखें खराब से खराब स्थितियों में भी साफ देख सकती हैं और रंगों को पहचानने की उनकी क्षमता भी लाजवाब होती है। वे इतनी संवेदनशील होती हैं कि मोमबत्ती के प्रकाश में भी देख सकती है और कठोर स्थितियों के लिए वे इतनी कठोर भी होती है कि मरूस्थलों में दोपहर की तेज धूप में, जहाँ सूर्य के प्रकाश की तीव्रता मोमबत्ती के प्रकाश की तीव्रता से 20 हजार गुना ज्यादा होती है, भी काम कर सकती है। टेलीविजन कैमरा आँखों की तुलना में कहीं नहीं ठहरता। रंगों को पहचानने के लिए इसे प्रकाश की बेहतर व्यवस्था चाहिए पर ज्यादा रोशनी तश्वीर को गड्ड-मड्ड कर देती है और हरेक वस्तु की सतह दूसरे में डूबती नजर आती है। टेलीविजन कैमरे से ली गई त्रि-आयामी वस्तुओं की तस्वीरें आँखों की तुलना में सपाट दिखती हैं। आँखे एक नजर में जितनी चीजें देखती हैं, उनमें प्रकाश के 1000 स्तरों को अलग-अलग पहचान सकती हैं। फोटोग्राफिक फिल्म की क्षमता 100 स्तरों को पहचानने की होती है पर सर्वश्रेष्ठ टेलीविजन कैमरा सर्वोत्तम स्थितियों में भी प्रकाश के 30 स्तरों से ज्यादा की पहचान नहीं कर पाता।

प्रकाश-अनुपात

हालाँकि मनुष्य की आँखें एक ही दृश्य में दो ऐसी वस्तुओं को भी देख सकती हैं जो एक-दूसरे से 1000 गुना चमकदार या 1000 गुना मद्धिम होती हैं और फोटोग्राफिक फिल्म भी किसी दृश्य में एक दूसरे से 100 गुना चमकदार या 100 गुना मद्धिम वस्तुओं की पहचान कर सकती हैं पर अधिकतर टेलीविजन कैमरे उन्हीं परिस्थितियों में बेहतर काम कर पाते हैं जहाँ प्रकाश-अनुपात 30 से ज्यादा न हो। घरेलू कैमरों के लिए यह अनुपात 15 ही होती है। इसलिए किसी दृश्य के सबसे चमकदार हिस्से की चमक सबसे मद्धिम हिस्से की चमक से 30 गुनी से ज्यादा नहीं होनी चाहिए।

अगर कलाकार/प्रतिभागी की कमीज की चमक 60 FC (फुटकैंडल) हो और उसके काले बालों की चमक 2FC हो तो प्रकाश अनुपात 60/2 यानी 30 होगा।

4.5 स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश व्यवस्था

उचित रंग व तीव्रता का प्रकाश-स्रोत (बल्ब) यदि उपयुक्त स्थान पर लगा हो तो वह तीन उद्देश्यों को पूरा करता है–

1. वह दृश्य को प्रकाशित करता है जिससे कैमरा 'देख' पाता है।
2. वह दृश्य को उभारता है जिससे टेलीविजन पर्दे पर त्रि-आयामी तस्वीर बनती है।
3. वह कार्यक्रम/सेट/मंच का मिजाज तय करता है।

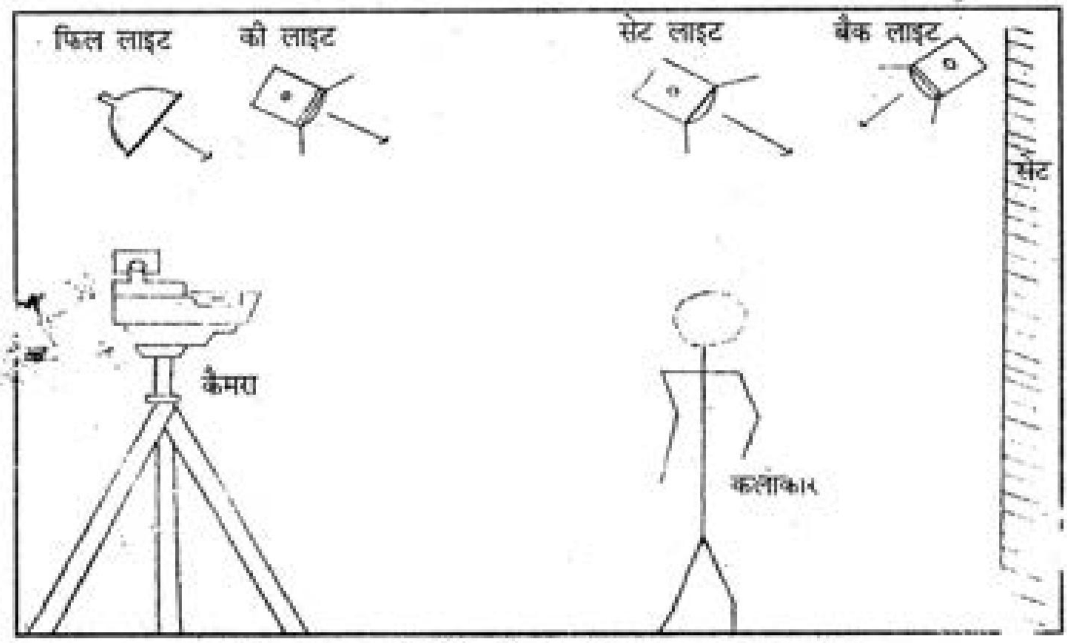
प्रकाश की ऐसी दुरुस्त व्यवस्था स्टूडियो में ही संभव है जहाँ यंत्रों और उनकी तीव्रता पर लाइटमैन का पूरा नियंत्रण होता है। आदर्श स्थिति में कोई खिड़की या दफ्तरों आदि में लगने वाले बल्ब नहीं होने चाहिए।

टेलीविजन (और फिल्म) रिकार्डिंग के लिए स्टूडियो की प्रकाश-व्यवस्था के चार प्रमुख भाग होते हैं-की लाइट, फिल लाइट, बैक लाइट और सेट लाइट। चित्र 4.3 में स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश व्यवस्था का एक सामान्यीकृत नमूना दिखाया गया है।

4.5 स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश व्यवस्था

की लाइट– यह दृश्य के मुख्य पात्रों और वस्तुओं को प्रकाशित करता है और उनकी छायाएँ बनाता है। ये छायाएँ दृश्य की गहराई और उनके आयाम को बनाने में मददगार होते हैं। की लाइट का इस्तेमाल परिवर्तनीय फोकस के साथ किया जा सकता है और जरूरत पड़ने पर इसके प्रकाश को पूरे दृश्य में फैलाया जा सकता है या किसी एक जगह केंद्रित भी किया जा सकता है।

फिल लाइट– यह की लाइट द्वारा उत्पन्न छायाओं और दृश्य में कहीं-कहीं पैदा हो गये अंधकार को भरता है। आमतौर पर 1000 से 2000 वाट के बल्ब को अर्धगोलाकार परावर्ती सतह के भीतर लगाकर फिल लाइट तैयार किया जाता है। सतह का क्षेत्र जितना ज्यादा होता है, प्रकाश उतना ही फैलता है और छायाएं हल्की होती हैं।



चित्र 4.3 स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश-व्यवस्था

बैक लाइट– यह स्टूडियो प्रकाश-व्यवस्था का तीसरा प्रमुख अंग है। यह मुख्य रूप से टेलीविजन तस्वीर के आयाम निर्धारण के लिए जिम्मेदार होता है यह पात्रों, वस्तुओं को पीछे से प्रकाशित करता है और उनके किनारों को तीखा बनाता है। इससे हर वस्तु एक दूसरे से अलग दिखती है, एक दूसरे पर चढ़ती नहीं।

सेट लाइट– यह सेट या पृष्ठभूमि को प्रकाशित करता है। सेट पर पड़ने वाली रोशनी पात्रों पर पड़ने वाली रोशनी से कम होनी चाहिए ताकि दर्शकों का ध्यान पात्रों पर रहे, पृष्ठभूमि पर नहीं। छोटे स्टूडियो में की लाइट और फिल लाइट का प्रकाश सेट को भी रौशन कर देता है, इसलिए अलग से सेट लाइट की जरूरत नहीं होती।

4.6 कमांड और क्यू

हालाँकि कैमरा तकनीक और दृश्य संयोजन सुनने से ऐसा लगता है कि ये पूरी तरह से कैमरा मैन के कार्य हैं और ध्वनि प्रभाव से यह आभास होता है कि इसके लिए ऑडियोमैन ही पूरी तरह जिम्मेदार है,पर टेलीविजन प्रोडक्शन के लगभग सभी पहलुओं के लिए निर्देशक जिम्मेदार होता है। रिकार्डिंग/जीवन्त प्रसारण के दौरान नियंत्रण कक्ष में बैठा निर्देशक वहाँ लगे कैमरा मानिटर पर निगाह रखते हुए टीम के सभी सदस्यों को निर्देश देता रहता है ताकि कार्यक्रम सफलता से चलता रहे। रिकार्डिंग से पहले वह टाकबैक सिस्टम (जिसमें नियंत्रण कक्ष

में माइक्रोफोन और स्टूडियो में स्पीकर लगा होता है) के जरिए टीम के सदस्यों को निर्देश दे सकता है और उन्हें रिकार्डिंग शुरू करने के लिए सतर्क कर सकता है।

निर्देशक को कार्यक्रम के स्क्रिप्ट से अच्छी तरह से परिचित होना चाहिए और टीम के सभी सदस्य भी उससे वाकिफ रहें, इसकी कोशिश करनी चाहिए। अगर प्रोडक्शन टीम के सभी सदस्य अपनी स्क्रिप्ट पढ़ लें और उन पर अपने मुताबिक निर्देश लिख लें तो रिकार्डिंग/जीवन्त प्रसारण के समय चीजें आसान हो जाती हैं। सभी को मालूम रहता है कि आगे क्या होने वाला है और वे खुद उसकी तैयारी कर लेते हैं। निर्देशक को कम 'निर्देश' देना पड़ता है। उसे बस यह ध्यान रखना पड़ता है कि खास निर्देश को पूरा करने के लिए सभी सदस्य एक ही समय सक्रिय हों यानी समय के मामले में प्रोडक्शन टीम के सदस्यों में तालमेल रहे।

वह कैमरामैन को तैयार रहने, मीडियम शॉट या क्लोज अप शॉट या क्यू शॉट लेने, कैमरा को टिल्ट अप या डाउन करने, जूम इन या आउट करने, पैन लेफ्ट या राइट करने या फोकस करने का निर्देश देता है। वह ऑडियोमैन को रिकार्डिंग शुरू करने, संगीत बजाने, रोक देने या धीमा करने, किसी खास माइक को चालू करने या उसे बंद करने का निर्देश देता है। कैरेक्टर जेनरेटर आपरेटर को वह टाइटल व क्रेडिट दिखाने या बदलने का निर्देश देता है। तकनीकी निर्देशक को वह कैमरा-एक या कैमरा-दो या कैमरा-तीन का शॉट लेने या एक से धीरे-धीरे दूसरे में जाने का निर्देश देता है। फ्लोर मैनेजर/मंच प्रबंधक को वह प्रतिभागियों/कलाकारों/पात्रों को 'क्यू' देने का निर्देश देता है।

स्टूडियो में मंच प्रबंधक निर्देशक का प्रतिनिधि होता है। रिकार्डिंग के दौरान वह प्रतिभागियों/कलाकारों/पात्रों को निर्देशक के निर्देश देता है। रिकार्डिंग के दौरान निर्देशक टाकबैक सिस्टम या पब्लिक अनाउंसमेंट सिस्टम के जरिए निर्देश नहीं दे सकता क्योंकि माइक्रोफोन उस आवाज को भी पकड़ लेंगे। इसलिए प्रतिभागी/कलाकार 'क्यू' के लिए मंच प्रबंधक पर निर्भर होते हैं। मंच प्रबंधक अपने सिर पर हेडसेट पहने रहता है जिससे वह निर्देशक के निर्देशों को सुन सकता है। कुछ अत्याधुनिक स्टूडियो में इंटरप्टेड फीड बैक सिस्टम (आई एफ बी) भी लगाए गए हैं जिनमें कलाकारों के कान के पीछे एक सूक्ष्म स्पीकर लगाया जाता है। इससे कार्यक्रम के दौरान भी निर्देशक उन्हें सीधे 'क्यू' दे सकता है। फिर भी नए कलाकारों/प्रतिभागियों के लिए तालमेल बिठाना आसान नहीं होता है।

हालांकि सभी निर्देशक/मंच प्रबंधक खुद अपने 'क्यू' विकसित करते हैं जिनसे वे कार्यक्रम के प्रतिभागियों/पात्रों को निर्देश देते हैं, पर वर्षों से इस्तेमाल होते-होते कुछ 'क्यू' मानक हो गये हैं। नीचे की तालिका में ऐसे कुछ 'क्यू' दिए गये हैं

तालिका—मंच प्रबंधक के क्यू

क्यू	हाथों के संकेत	अर्थ
स्टैंड बाई	तर्जनी को छत की ओर रखते हुए हाथ को सिर से ऊपर उठाना	रिकार्डिंग/कार्यक्रम शुरू होने वाला है
स्टार्ट	तर्जनी को प्रतिभागियों/कलाकारों की ओर करना	प्रदर्शन/कार्यक्रम शुरू करें।
स्पीड अप	तर्जनी को घड़ी की सुई की दिशा में घुमाना	तेजी लायें। आप धीमे चल रहे हैं
स्ट्रेच/ प्ले डाउन	हाथों को एक साथ लाकर उन्हें एक-दूसरे से दूर खींचना मानो रबर की डोरी खींच रहे हों	धीमे चलें। बहुत समय बाकी है। है।

क्यू	हाथों के संकेत	अर्थ
टाइम क्यू	मंच प्रबंधक बाकी बचे मिनटों की संख्या बताने के लिए उँगली दिखाता है। जैसे-एक मिनट के लिए एक उँगली, दो मिनट के लिए दो उँगली	कार्यक्रम/रिकार्डिंग खत्म होने वाला है। जल्द समाप्त करें।
कट	तर्जनी को गर्दन के सामने धीरे-धीरे ले जाना मानो गर्दन काटने के संकेत दे रहे हों	रिकार्डिंग खत्म हो रही है। तत्काल रुक जा।
वाक	तर्जनी और मध्यमा से पैदल चलने का उपक्रम करना	जिस दिशा में कहा जा रहा है, उधर चलें।
स्टाप	यातायात पुलिस की तरह हथेली दिखा कर रुकने का संकेत करना	आगे न जाएँ।
स्पीक अप	हथेली को गहरा कर कान के पास ले जाना	आपकी आवाज धीमी है। थोड़ा तेज बोलें।
क्लोज टू माइक	हथेली को होठों के पास लाना	आप माइक्रोफोन से दूर हैं। उसके पास जाएँ या उसे अपनी ओर खींचें।
लुक हेयर	कैमरे के लेंस की ओर उंगली दिखाना	कैमरे की ओर देखें।
स्माइल	मुस्कराना और मुँह की ओर इशारा करना	आप गंभीर दिख रहे हैं। थोड़ा मुस्कराइए।
रिलैक्स	मंच प्रबंधक अपने अँगूठों को कानों के पास ले जाकर हथेलियों को पक्षी के उड़ने की तरह हिलाता है, आँखों को गोल घुमाता है और जीभ बाहर निकालता है।	आराम से बैठें। इस क्यू का इस्तेमाल आम तौर पर रिकार्डिंग शुरू होने से पहले होता है।

4.7 फिल्म—जनसंचार का एक माध्यम

जनसंचार के माध्यम के रूप में फिल्म का इतिहास सौ साल से ज्यादा पुराना है। अपने नागरिकों को बेहतर जिंदगी मुहैया कराने और आर्थिक व सामाजिक बदलाव की प्रक्रिया तेज करने के लिए विकासशील देश संचार के परंपरागत माध्यमों को छोड़कर फिल्मों की ओर मुड़ रहे हैं। रेडियो टेलीविजन और अंतरिक्ष संचार के आविष्कार के बाद भी विकास में फिल्म के योगदान की संभावनाओं का दोहन अभी शुरू ही हुआ है।

विकासशील देशों में, जहाँ ज्यादातर लोग अब भी गाँवों में रहते हैं और यातायात एवं शिक्षा जैसी मूलभूत सुविधाओं से भी वंचित हैं लोगों को देश की विकास-प्रक्रिया में हिस्सेदार बनाने के लिए प्रभावी संचार जरूरी है। हालांकि ऐसी परिस्थितियों में रेडियो की सर्वश्रेष्ठता और सर्वानुकूलता साबित हो चुकी है, फिल्म देश के विकास में अहम भूमिका अदा कर सकता है। यहाँ तक कि टेलीविजन भी, जिसे फिल्म और रेडियो का समन्वित रूप माना जा सकता है और जो अब तक आविष्कृत संचार माध्यमों में सबसे ताकतवर है, अपने कार्यक्रमों के लिए फिल्म पर निर्भर है।

4.7.1 फिल्म : गतिशील चित्रों का संसार

फिल्म यानी गतिशील चित्र वास्तव में भ्रम है। इसमें गतिशील कर्त्ता के प्रति सेकेंड 24 स्थिर चित्र लाए जाते हैं, उन्हें फिल्म की पारदर्शी पट्टी (रील या फिल्म) पर क्रमिक रूप से सजाकर डेवलप किया जाता है और गतिशील पट्टी के पीछे प्रकाश स्रोत की सहायता से उन्हें

स्क्रीन पर प्रक्षेपित कर दिया जाता है। पट्टी के घूमने की गति ठीक इतनी रखी जाती है कि एक सेकेंड में 24 चित्र प्रक्षेपित हो जायें। नेत्र विशेषज्ञों का मानना है कि मनुष्य की आँखों की रेटिना पर कोई भी गतिशील चित्र एक सेकेंड के चौबीसवें हिस्से तक स्थिर रहता है। इसका अर्थ यह हुआ कि स्क्रीन पर प्रक्षेपित एक चित्र तब तक दर्शक के आँख की रेटिन पर बना रहेगा जब तक दूसरा चित्र प्रक्षेपित न हो जाए। चूंकि प्रक्षेपित चित्र एक क्रम में रखे जाते हैं और उनमें कर्त्ता की स्थिति में मामूली अंतर रहता है, इसलिए दर्शक को वह चलता हुआ लगता है।

प्रस्तर युग से ही कलाकार गति के भ्रम की सहायता से विचारों को संप्रेषित करने की कोशिश करते रहे हैं। इसका पहला उदाहरण एक सुअर का भित्ति चित्र है। उसके आठ पैर बनाए गये थे, जिनमें से चार आगे की ओर उठे हुए हैं। माना जाता है कि चित्रकार ने उसके गतिशील होने का आभास कराने के लिए ऐसा किया होगा। पर इस दिशा में वास्तविक प्रगति १९वीं सदी आखिरी वर्षों में होनी शुरू हुई। तब कई देशों के आविष्कारकों-तकनीशियनों ने अपने-अपने उपकरण प्रदर्शित किए। फ्रांस में ल्यूमियरे बंधुओं ने, ब्रिटेन में फ्राइज ग्रीन ने, अमेरिका में एडिसन ने इस दिशा में महत्वपूर्ण अवदान किया।

पर स्क्रीन पर गतिशील चित्र पाने के लिए जिस चीज की जरूरत थी वह यह कि कोई शीशे की बजाय मुलायम पारदर्शी प्लास्टिक की फिल्म (रील) पर फोटोग्राफिक लेप चढ़ाने का विचार लाए और रील के किनारों को छिद्रदार बनाए ताकि जब उसे मशीन पर चढ़ाया जाय तो वह एक समान गति से आगे बढ़े। यह काम किया अमेरिका के जॉर्ज ईस्टमैन ने। और यही गतिशील चित्र का, फिल्म का आधार बना। 19वीं सदी के अन्तिम वर्षों से लेकर आज तक मोटे तौर पर इसी आधार पर फिल्में बन रही हैं। फिल्मों में ध्वनि-प्रयोग सबसे पहले 1928 में आया। इसके लिए सेलुलॉयड बेस पर अंकित चित्रों के समानांतर साउंड ट्रैक बनाया गया जिस पर प्रकाश की तरंगे पड़ने पर ध्वनि तरंगों का निर्माण होता है।

4.7.2 फिल्म समय को पार कर लेता है

वास्तविक जीवन में किसी व्यक्ति का प्रत्येक अनुभव या अनुभवों की श्रृंखला निश्चित समय और स्थान के साथ जुड़ी होती है। एक व्यक्ति कुर्सी से उठता है और कमरे से बाहर निकल जाता है पर वह तुरंत गली में नहीं पहुँच सकता। उसे दरवाजा खोलना होगा, सीढ़ियों से नीचे उतरना होगा। वास्तविक जीवन में समय और स्थान के मामले में कोई शॉर्ट कट नहीं होता। समय और स्थान अविच्छिन्न होते हैं पर फिल्मों में ऐसा नहीं होता। समय की जिस अवधि को रिकार्ड किया गया है, उसके तुरंत बाद दूसरे स्थान की कोई अन्य घटना दिखाई जा सकती है। फिल्म में समय की निरंतरता के समान स्थान की निरंतरता को भी भंग किया जा सकता है। एक दृश्य में किसी गली को फिल्माया जा सकता है और उसके अगले ही दृश्य में गली के छोर पर स्थित मकान को दिखाया जा सकता है। किसी क्षण किसानों को खेतों में कोकोआ की खेती करते दिखाया जा सकता है। उसके अगले ही क्षण यह भी संभव है कि पश्चिम अफ्रीका के किसी बंदरगाह का दृश्य दिखाया जाए जिसमें मजदूर कोकोआ से भरी बोरियाँ जहाज पर लाद रहे हों। अगले क्षण दुनिया के दूसरे कोने में किसी बच्चे को कोकोआ से बने चाकलेट खाते दिखाया जा सकता है। इस तरह समय को पार करने के लिए बस इतना करना होता है कि जिन तीन फिल्म पट्टियों (रीलों) पर ये दृश्य अलग-अलग रिकार्ड किए गए हों, उन्हें एक दूसरे से जोड़ दिया जाय। यह काम कई तरीके से किया जा सकता है। नन-लिनिअर संपादन तकनीक ने तो इसे एकदम आसान बना दिया है। इसमें बस एक ही रुकावट (या अनुशासन) होती है। वह है फिल्म का कथानक। संपूर्ण तौर पर फिल्म में समय और स्थान की निरंतरता दिखनी चाहिए यानी जब दर्शक फिल्म देखे तो उसे अलग-अलग दृश्य एक-दूसरे से जुड़े लगें।

हालांकि फिल्म में भी अचल चित्रों और द्वि-आयामी दृश्य संयोजन का ही इस्तेमाल होता है पर इस स्तर से उसका विकास दृश्य संयोजन को गतिशील बनाने पर निर्भर करता है। फिल्म

चलती है। डिजाइन बदलती है। हर दृश्य के साथ प्रकाश-व्यवस्था भी बदलती है। फिल्म के पात्र ही गति नहीं करते, बल्कि हर दृश्य के साथ उसका दृष्टिबिंदु भी बदल सकता है। रिकार्डिंग के दौरान कैमरा भी गतिशील हो सकता है। किसी दृश्य को विस्तृत रूप से दिखाने के लिए वह अपने अक्ष पर क्षैतिज रूप से घूम सकता है या किसी गतिशील वस्तु या व्यक्ति के पीछे भाग सकता है। दृश्य के समूचे वातावरण को दिखाने के लिए वह पीछे जा सकता है और मनुष्य की आँख एक नजर में जितना देख सकती है, उतना क्षेत्र देख सकता है। किसी खास बिंदु को पास से दिखाने के लिए इससे क्लोज-अप शॉट या टाइट क्लोज-अप शॉट भी लिया जा सकता है। इसे पहिए पर रखकर भी चलाया जा सकता है और हाथों में भी उठाया जा सकता है। यह दर्शकों को दृश्य से इतना रूबरू करा सकता है कि वे खुद को उस दृश्य का पात्र समझने लगें।

हर चित्र का पूर्ववर्ती और आनेवाले चित्रों से एक रिश्ता होता है। अकेला चित्र शब्द की तरह है। जिस तरह शब्दों को एक खास क्रम में जोड़ने से अर्थपूर्ण वाक्य बनता है, उसी तरह चित्रों का संपादन कर और उन्हें क्रमवार सँजोकर गतिशील चित्र प्राप्त किए जाते हैं। इसलिए कोई फिल्म बस फिल्म (वह पट्टी जिस पर चित्र रिकार्ड किए जाते हैं) ही नहीं होती, बल्कि ह छोटे-छोटे दृश्यों का संयोजन होती है जिनमें से हरेक दृश्य को फिलमाने के लिए पहले उसकी कल्पना की जाती है और फिर उन्हें समय के सापेक्ष रिकार्ड कर लिया जाता है। इन दृश्यों की अंतरसंबंधित गति, उनका साहचर्य और संयोजन भावुक अनुभव उत्पन्न कर सकता है। फिल्म की यह खूबी, यह तकनीक प्रेरणादायक, सूचनाप्रद, शिक्षाप्रद और समयानुकूल हो सकती है।

4.8 सारांश

टेलीविजन प्रोडक्शन में विचार, कल्पना से अधिक तकनीक कला का अस्तित्व होता है। इस विधा में स्टूडियो प्रोडक्शन, प्रोडक्शन टीम के कार्य, संपादन टीम, आडियो, माइक्रोफोन, प्रकाश व्यवस्था और स्टूडियो की आंतरिक प्रकाश व्यवस्था से पूर्ण रूपेण परिचित होना पड़ता है। प्रोडक्शन तकनीक में कुशल प्रशिक्षु को जीविकोपार्जन के क्षेत्र में कभी भी असफलता नहीं मिलती। प्रोड्यूशर इन सभी तकनीकी प्रक्रियों से पूर्ण परिचित होता है।

4.9 संदर्भ ग्रन्थ

1. ई- जर्नलिज्म - डॉ. अर्जुन तिवारी
2. सेटेलाइट इनवेजन इन इण्डिया एस.सी. भट्ट, ज्ञान पब्लिशर्स, नई दिल्ली इण्डिया
3. टेलीविजन समाचार कैसे लिखें? रामसागर शुक्ल

4.10 शब्दावली

1. प्रोडक्शन टीम - अपनी-अपनी जिम्मेदारियों से परिचित और स्वानुशासित टीम
2. प्रकाशव्यवस्था - लाइट का उचित संयोजन
3. फ्लोर मैनेजर - स्टूडियो की गतिविधि का समन्वय करना
4. प्रोड्यूसर - कार्यक्रम की समय-सारणी निर्मित करनेवाला।

4.11 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

(1) टेलीविजन प्रोडक्शन का तात्पर्य क्या है?

(2) कमांड और क्यू से क्या तात्पर्य है?

(3) माइक्रोफोन के प्रकार का वर्णन कीजिए।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

(1) टेलीविजन कायक्रम निर्माण की प्रविधि को स्पष्ट कीजिए।

(2) प्रोडक्शन में प्रकाश व्यवस्था की महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है। इस कथन को सोदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. ग्राफिक कलाकार का तात्पर्य है

(क) फोटो संपादन

(ख) फोटो खींचना

(ग) फोटो प्रबंधन

(घ) इलेक्ट्रानिक ग्राफिक आदि का निर्माण करना

(2) वाचक का तात्पर्य है -

(क) वाचन करना

(ख) समाचार पढ़ना

(ग) समाचार पढ़ने की प्रक्रिया

(घ) वायस ओवर कमेन्ट्री या मार्ग दर्शक के रूप में आवाज

3. फिल लाइट है –

(क) अच्छी लाइट

(ख) लाइट की पूर्ति

(ग) लाइट द्वारा उत्पन्न छायाओं और दृश्य में पैदा हो गये अँधकार

(घ) लाइट छाया

4. टाइम क्यू का अर्थ है -

(क) मंच प्रबंधन

(ख) समय संकेत

(ग) संख्या बोध

(घ) कार्यक्रम/रिकार्डिंग की समाप्ति

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1. (घ)

2. (घ)

3. (ग)

4. (घ)

इकाई 5 फोटो एवं फिल्म

इकाई की रूपरेखा

5.0 उद्देश्य
5.1 प्रस्तावना
5.2 फोटो एवं फोटोग्राफी
5.2.1 स्वतंत्र फोटोग्राफी
5.2.2 समाचार फोटोग्राफी
5.2.3 फोटो पत्रकार
5.2.4 फोटो पत्रकारों के लिए चुनौतियाँ
5.2.5 फोटो संपादन
5.2.6 फोटो संपादक
5.3 फिल्म : चमत्कारी जनमाध्यम
5.3.1 फीचर फिल्म
5.3.2 वृत्तचित्र
5.3.3 न्यूजरील
5.3.4 अब्यु फिल्में
5.4 भारत में फिल्में
5.4.1 भारतीय फिल्मों का संक्षिप्त इतिहास
5.4.2 मुख्यधारा फिल्में
5.4.3 समानान्तर फिल्में
5.4.4 क्षेत्रीय फिल्में
5.5 फिल्म पत्रकारिता
5.5.1 फिल्म पत्रकारिता का विषय क्षेत्र
5.5.2 फिल्म पत्रकारिता की विधाएँ
5.5.3 फिल्म पत्रकार के लिए अपेक्षित योग्यताएँ
5.5.4 फिल्म समीक्षा
5.6 सारांश
5.7 संदर्भ ग्रंथावली
5.8 शब्दावली
5.9 प्रश्नावली

5.0 उद्देश्य

प्रस्तुत पाठ के अध्ययन के उपरांत आप निम्नांकित तथ्यों से परिचित हो सकेंगे –

- फोटो का अर्थ एवं फोटोग्राफी की कला।
- फोटो पत्रकारिता, फोटो संपादन।

- ❑ जनमाध्यम के रूप में फिल्म।
- ❑ फिल्म के विविध रूप एवं स्वरूप।
- ❑ भारतीय फिल्मों का विकास, क्रम एवं विस्तार।
- ❑ सेंसर व्यवस्था।
- ❑ फिल्म पत्रकारिता के विविध पक्ष।
- ❑ फिल्म पत्रकारिता की विविध विधाएँ।
- ❑ फिल्म समीक्षा।

5.1 प्रस्तावना

चित्र संप्रेषण का सशक्त माध्यम होते हैं। चित्रों की प्रामाणिकता को साबित नहीं करनी पड़ती। चित्र खुद-ब-खुद प्रमाण होते हैं। चित्र मानव की सौन्दर्यानुभूति की विशिष्ट प्रस्तुति भी होते हैं। प्राचीन काल से ही मनुष्य ने अपने गुण को चित्रों के माध्यम से अभिव्यक्त किया है। विविध प्रागैतिहासिक और प्राचिनकालीन गुफा तथा भितिचित्र इसके सशक्त उदाहरण हैं।

सिनेमा की पहचान पिछले 100 वर्षों से भी ज्यादा समय से एक सशक्त जनमाध्यम की रही है। उसने समाज के एक बड़े तबके को प्रभावित किया है और जनता को चमत्कारी छवियां दी हैं। फिल्मों का मानव व्यवहार को वह गहराई से प्रभावित करती हैं।

फिल्म पत्रकारिता एक विशिष्ट विधा के रूप में भारतीय पाठक और दर्शक वर्ग में लोकप्रिय है। अपनी रंगभरी विषय सामग्री, तिलस्मी छवियों से रूबरू कराने और दिलचस्प जीवन शैली को सामने लाने के चलते फिल्म पत्रकारिता सभी वर्गों में लोकप्रिय है।

5.2 फोटो एवं फोटोग्राफी

चित्र जनसंप्रेषण के विशिष्ट माध्यम होते हैं जिन्हे अपनी सत्यता का प्रमाण नहीं देना पड़ता। मनुष्य जीवन और प्रकृति से जुड़ी जिन उपस्थियों को देखता है और जो उसे आकर्षित करती हैं,उन्हें वह चित्रों के रूप में उतार लेता है। चित्रकारी मानव की मूल प्रवृत्ति रही है लेकिन सजीव फोटो उतारने का काम कैमरे की मदद से किया जाता है।

फोटो जीवन्त इतिहास होते हैं और मानव की सौन्दर्य अनुभूति को सहेजकर रखने का काम करते हैं। फोटो के शब्दों का विकल्प भी कहा गया है। एक फोटोग्राफ एक हजार शब्दो की व्याख्या कर देता है।

फोटोग्राफी विशिष्ट कलात्मक विधा है जो अतिरिक्त सतर्कता और त्वरित निर्णय क्षमता की माँग करती है। कैमरे के माध्यम से भावना को आंदोलित कर सकने वाले लक्षणों को कैद करना आसान काम नहीं है। फोटोग्राफी के लिए एकाग्रता और विषय की समझ आवश्यक होती है। एक सही फोटोग्राफ पाने के लिए अनेक चित्रों को खींचना पड़ता है, इन्तजार करना पड़ता है इसलिए फोटोग्राफर के लिए धैर्यवान होना अत्यन्त आवश्यक है। सही चित्र को उसके आकर्षक रूप में प्राप्त करने और प्रस्तुत करने के लिए तकनीकी दक्षता तथा रंग व प्रकाश का ज्ञान भी जरूरी है।

एक फोटोग्राफर के लिए आवश्यक है कि उसे फोटोग्राफी के तकनीकी पक्षों की अच्छी जानकारी हो। कैसे रंगों का उभार अच्छा होगा उसे पता होना चाहिए। प्रकाश संयोजन के विविध पक्षों की जानकारी जरूरी है। स्टूडियो हो या खुला आसमान, बिना प्रकाश की उपयुक्त व्यवस्था के साफ एवं स्पष्ट चित्र प्राप्त करना संभव नहीं होता। प्रकाश की मात्रा, कैमरे व प्रकाश स्रोत की स्थिति आदि बातों की जानकारी भी फोटोग्राफी के लिए जरूरी है।

फोटोग्राफी के कई रूप पूरी दुनियाँ में प्रचलित हैं। शौकिया फोटोग्राफी, प्रेस के लि फोटोग्राफी, स्वतंत्र फोटोग्राफी आदि कई रूपों में फोटोग्राफर कार्य करता है।

5.2.1 स्वतंत्र फोटोग्राफी

हाल के वर्षों में स्वतंत्र फोटो पत्रकारिता का प्रचलन तेजी से बढ़ा है। स्वतंत्र रूप से का करना अनुबंधित होकर कार्य करने की अपेक्षा ज्यादा कठिन होता है। स्वतंत्र फोटो पत्रकार क अपने संसाधनों की व्यवस्थ. स्वयं करनी होती है। उपकरणों के साथ-साथ लैब,कार्यालय एव विपणन व्यवस्था वह स्वयं विकसित करता है। काम करने की स्वतंत्रता उसे अवश्य प्राप्त होत है। उसका ज्यादातर सम‐ फील्ड में ही बीतता है। वास्तव में एक अच्छा फोटोग्राफ प्राप्त करन और उसे सुरक्षित रख लेना भाग्य की बात होती है। समारोहों की औपचारिकताओं को छोड़ तो घटनाएँ फोटो खिचवाने का इंतजार नहीं करतीं। फोटो पत्रकार की किस्मत से भी उसे कु दुर्लभ चित्र प्राप्त हो जाते हैं। इलाहाबाद के महाकुंभ में विदेशी महिला द्वारा नग्न होकर किये गये संगम पर सार्वजनिक स्नान का चित्र लेने का प्रयास तो कई फोटोग्राफरों ने किया लेकि प्रशासन द्वारा उन्हें नष्ट कर दिया गया। कुछ फोटोग्राफरों द्वारा अपने चित्र बचा लिये गये जिन्हे अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रकाशित होने का मौका मिला।

भारत में हाल के वर्षों में स्वतंत्र छायाकारों ने कुछ दुर्लभ तस्वीरें प्रस्तुत की हैं। इसमें से अयोध्या में विवादित ढाँचा ढहाएँ जाने की तस्वीरें, सुनामी की लहरों के आतंक की तस्वीरें, कच्छ में आये भूकंप के दौरान गिरती इमारत की तस्वीरें, गोधरा कांड और गुजरात दंगो की तस्वीरों बहुचर्चित और बहुप्रशंसित हुई हैं।

स्वतंत्र फोटो पत्रकारिता में छायाकार को काम करने की स्वतंत्रता होती है। वह अपने मन मुताबिक काम करने के लिए ज्यादा स्वतंत्र होता है। उसे केवल संपादक और समाचारपत्र की रुचियों और प्राथमिकताओं की जानकारी होनी चाहिए। इससे उसके काम को स्वीकार किये जाने में सुविधा रहेगी।

5.2.2 समाचार फोटोग्राफी

इलोक्ट्रानिक मीडिया के बढ़ते प्रभाव के चलते समाचारपत्रों की प्राथमिकता में भी तेजी से बदलाव हुआ है। आज वे समाचार ज्यादा पसंद किये जाते हैं जिनके साथ फोटोग्राफ भी लगा होता है। लिखित समाचार के साथ संबंधित घटना की फोटोग्राफी समाचार फोटोग्राफी कही जाती है। इसके साथ लिखित समाचार का होना आवश्यक होता है। सामान्य परिस्थितियों में प्रेस फोटोग्राफर को यह पता होता है कि उसे कौन सा चित्र लेना है। बीट रिपोर्ट के साथ काम करते हुए वह यह छायाचित्र प्राप्त करता है। लेकिन जब आयोजन बड़ा होता है और समूचे माहौल (Story Environment)को कवर करना महत्त्वपूर्ण हो जाता है तो फोटोग्राफर का अपना विवेक महत्त्वपूर्ण हो जाता है। दंगे, आपदा, संघर्ष और युद्ध की स्थितियों में वर्णन के साथ भीषणता प्रकाट करने के लिए कोई भी फोटोग्राफ स्वीकार्य होता है। आज समाचार फोटोग्राफी समाचारपत्र का अनिवार्य तत्व हो गयी है।

5.2.3 फोटो पत्रकार

समाचारपत्र के लिए फोटोग्राफी कार्य करने वाले व्यक्ति को फोटो पत्रकार कहा जाता है। फोटो पत्रकार दो रूपों में कार्य करते हैं –

1. नियोजित फोटो पत्रकार–

इस श्रेणी में वे लोग सम्मिलित किये जाते हैं जो किसी समाचारपत्र-पत्रिका संगठन में प्रेस छायाकार की नौकरी करते हैं। संगठन के नियमों के अनुरूप उन्हें कार्य करना होता है तथा समाचारपत्र कार्यालय द्वारा उनकी दैनिक गतिविधियो का निर्धारण किया जाता है।

2. **स्वतंत्र फोटो पत्रकार–**

इस श्रेणी में वे व्यक्ति आते हैं जो स्वतंत्र रूप से छायांकन कार्य करते हैं। उनका समाचारपत्र-पत्रिकाओं से अनुबंध होता है और चयनित फोटोग्राफों के आधार पर उनके मानदेय का निर्धारण होता है।

फोटो पत्रकार के लिए अपेक्षित योग्यताएं–

एक अच्छा फोटो पत्रकार बनने के लिए जरुरी है कि व्यक्ति में एक संवाददाता के रूप में कार्य करने की योग्यताएं मौजूद हो। इसके अतिरिक्त उसे अपने विषय में पारंगत भी होना चाहिए। फोटो- पत्रकार के लिए अपेक्षित योग्यता को हम दो भागों में बाँट सकते हैं –

(1) मानवीय पहलू

(2) तकनीकी पहलू

(1) मानवीय पहलू–

अच्छा फोटो पत्रकार वह है जो किसी विचार या घटना को चित्र रूप में सोच सके। मानवीय भावनाओं की उसे अच्छी समझ हो तथा प्रकाश एवं रंगो के प्रति अत्यन्त संवेदनशील हो। वह किन्ही दो क्षणों में अंतर कर सके। समय के बारे में उसकी यह समझ सबसे महत्त्वपूर्ण होती है। नये विषयों और एक ही विषय पर कई तरीकों से काम करने की उसमें योग्यता होनी चाहिए। विचारों की मौलिकता, विषय का नयापन एवं प्रभावशीलता उसके लिए महत्त्वपूर्ण होता है, उसमे शारिरीक एवं मानसिक क्षमता भी होनी चाहिए। चित्रों में तभी आकर्षक पैदा होगा जब वे अनूठे होंगे। लोगों की आवश्यक्ता को ध्यान से देखना, बेबसी, लाचारी, हर्ष-विवाद,जय-पराजय,करुणा,श्रध्दा आदि भावों को पकड़ने की क्षमता फोटो पत्रकारिता का अनिवार्य तत्त्व है। संघर्ष की अकूत क्षमता और धैर्यपूर्ण मृदुल व्यवहार से ही वह विपरीत परिस्थितियों में भी वांछित चित्र प्राप्त कर सकता है। अनुसंधान की उच्चस्तरीय क्षमता भी आवश्यक होती है। अफगानिस्तान पर अमेरिका हमले के बाद एक महिला की तस्वीर विश्व प्रसिद्ध टाइम पत्रिका के कवर पर छपी। यह वही महिला थी जिसके बचपन की तस्वीर पत्रिका ने दो दशक पहले छापी थी। उसे खोजने में छायाकारों की मेहनत का आप अंदाजा लगा सकते हैं।

(2) तकनीकी पहलू –

फोटो पत्रकार के लिए तकनीकी पहलू भी अत्यन्त महत्त्वपूर्ण है। वस्तुतः वह तकनीकी कौशल से मानवीय पहलू को उजागर करने वाला कलाकार होता है। फोटोग्राफी एक तकनीकी कार्य है जिसके लिए व्यक्ति को कैमरा संचालन, प्रकाशन, संयोजन, दूरी का हिसाब, रंग संयोजन की अच्छी जानकारी जरूरी होती है। जिस कैमरे का इस्तेमाल वह कर रहा है उसके संचालन की समस्त जानकारी होनी चाहिए। इसके अतिरिक्त फोटो पत्रकार के लिए आवश्यक है कि वह डार्क रूम में काम करना जानता हो। आज संचार प्रौद्योगिकी के युग में इंटरनेट के माध्यम से चित्र-पोषण एवं कंप्यूटर स्कैनिंग की बारीकियों से भी उसे परिचित होना चाहिए।

5.2.4 फोटो पत्रकारों के लिए चुनौतिया

फोटो पत्रकारिता चुनौती भरा काम है। इसके लिए अतिरिक्त शारीरिक एवं मानसिक कौशल जरूरी होता है। फोटो पत्रकार को बीट (Beat)रिपोर्ट से तालमेल बैठना जरूरी होता है। तभी वह सही फोटोग्राफ का चयन कर पाता है। समाचारपत्र की हेड लाइन (Dead Line)उस पर भी लागू होती है। उसे अपना काम संक्षिप्त समय के दायरे में करना होता है। उस॰॰ कार्य क्षेत्र कोई स्टूडियो नहीं होता। ऐसे में प्रकाश संयोजन और मौसमी कठिनाइयों से भी तालमेल बिठाना जरूरी होता है।

इसके अतिरिक्त फोटो पत्रकार की क्षमताओं का सही पता प्राकृतिक आपदाओं, युद्ध,

हिंसक संघर्षों, दंगों या तनाव के समय चलता है। यह विषय परिस्थितियां शारीरिक और मानसिक मजबूती की माँग करती है। प्रशासन सुरक्षा-तंत्र और उपद्रवी तत्त्व तीनों ही फोटोग्राफर के लिए बाधक होते हैं। उसे कोई सुरक्षा प्राप्त नहीं होती तथा खुद चोट खाकर भी अपने उपकरणों की रक्षा करनी होती है। विषमतर परिस्थितियों में, जहाँ से लोग पलायन कर रहे हों, उसे डट कर फोटोग्राफ लेना होता है। थोड़ी-सी चूक ऐसी स्थिति में जानलेवा साबित हो सकती है। आपातकालीन परिस्थितियों में फोटो पत्रकार का कार्य बहुत कठिन हो जाता है। संवेदनशील परिस्थितियों में उसे एक संवाददाता की ही तरह जागरूक होना रहता है। ऐसे में नियम और कायदे की तलवार उस पर भी लटकती रहती है।

फील्ड की चुनौतियो के साथ-साथ अखबार का दफ्तर भी उसके लिए चुनौती वाला दूसरा क्षेत्र होता है। संपादक की समीक्षात्मक नजरों के समक्ष सही चित्र प्रस्तुत करने के लिए फील्ड में वह कई कोणों (Angle) से चित्र खींचता है। मुद्रण की सुविधा के अनुरूप स्पष्ट फोटोग्राफ प्रस्तुत करना भी जरुरी होता है।

इस प्रकार फोटो पत्रकार का काम चुनौती और जोखिम से भरा है। सफलता प्राप्त करने के लिए विपरीत परिस्थितियों में संघर्ष करना होता है और अपनी संवेदनशीलता बनाये रखनी होती है।

5.2.5 फोटो-संपादन

फोटो संपादन की प्रक्रिया में फोटोग्राफ का चयन, शीर्षक (Caption)निर्धारण, स्थान संयोजन, उभार व्यवस्थित करना आदि कार्य शामिल होते हैं। समाचारपत्रों में स्थान की समस्या होती है। फोटोग्राफों का एक सीमा तक ही उपयोग किया जा सकता है। अनेक उपलब्ध फोटोग्राफों में से उपयुक्त का चयन करना होता है। यह फोटो संपादक के कौशल और विवेक पर निर्भर करता है कि वह सही फोटोग्राफ का चयन करे। समाचारों के साथ वही चित्र सही होते हैं जो समाचार के भाव को पूर्णतया स्पष्ट कर दें। फोटो फीचर के लिए प्रधान चित्रों का चयन करना चाहिए।

चयनित फोटो का शीर्षक देना भी चयन के समान ही महत्त्वपूर्ण होता है। फोटो-शीर्षक सटीक और संक्षिप्त होना चाहिए। फोटो के प्रभाव की अभिव्यक्ति करता शीर्षक सर्वाधिक सफल माना जाता है। हर चित्र के साथ उसका शीर्षक होना जरुरी है। शीर्षक फोटो के नीचे लगाना चाहिए क्योंकि ऊपर लगा शीर्षक फोटो के महत्त्व को कम कर देता है।

फोटो संपादक को पता होना चाहिए कि फोटोग्राफ के लिए कितनी जगह का इस्तेमाल करना चाहिए। बड़ी खबरों के साथ तो विस्तारित 5×7 चित्र ठीक लगते हैं लेकिन छोटे समाचारों के साथ फोटो का आकार भी समानुपातिक रुप से छोटा होना चाहिए। टेबलॉयड समाचार-पत्रों में तो दो कॉलम से ज्यादा की फोटो संभव ही नहीं होती अत: इनमें 2×3 या 3×4 की फोटो ही लगाई जा सकती है। फोटोग्राफ का स्थान भी सही होना चाहिए। बाहर की तरफ देखता चित्र बढेंगा लगता है। नीचे की ओर लगा चित्र ऊपर देखता हो तथा ऊपर लगा फोटो नीचे देखता, तो सही रहता है। अन्दर की ओर देखते फोटो को अंतिम कॉलमों में नहीं लगाना चाहिए।

फोटो संपादन की प्रक्रिया दो चरणों में होती है–

(1) लम्बवत (Vertical) संपादन

(2) ऊर्ध्वाकार (Horizontal) संपादन

सर्व प्रथम लम्बवत संपादन किया जाता है। संपादक मुख्य चित्र के पास धीरे-धीरे आस-पास के अर्थहीन चित्रों को हटाते हुए पहुँचाता है। जैसे यदि किसी लोकप्रिय व्यक्ति के साथ कई लोग खड़े हैं जिनकी कोई उपयोगिता नहीं है तो फ़ोटो-संपादक अन्य व्यक्तियो को फ्रेम से हटाकर मुख्य व्यक्ति का ही फोटोग्राफ चयनित करेगा। इसके बाद ऊर्ध्वाकार या आड़ी छँटाई

की जाती है।

आजकल कंप्यूटर पर फोटो संपादन का चलन बढ़ रहा है। इसमें प्रिण्ट को स्कैन करके कंप्यूटर पर संपादन कार्य होता है। नेगेटिव को भी नेगेटिव स्कैनर की सहायता से स्कैन करके सपादित किया जा सकता है। डिजीटल कैमरे की खिंची फोटो के संपादन के लिए उसकी फ्लॉपी या मेमोरी स्टिक का प्रयोग किया जाता है।

5.2.6 फोटो संपादक

समाचारपत्र कार्यालय में फोटोग्राफ को काँट-छाँटकर प्रकाशन के लिए तैयार करने वाले व्यक्ति को फोटो संपादक कहा जाता है। फोटो संपादक का कार्य सैकड़ों शब्दों के साथ विवरण लिखना नहीं, बल्कि फोटो से ही स्पष्टता व्यक्त करना है। प्रख्यात फोटो संपादक जॉन जी मॉरिस ने फोटो संपादक को 'गम्भीरता या (हास-परिहास) की अभिरुचि पैदा करने वाला नैतिकता का अनियुक्त संरक्षक, प्रतिभा का सृजनकर्ता व यशस्वी व्यक्तियों का साथी माना है।' वह वास्तविकता तथा इतिहास का समन्वयक होता है।

फोटो संपादक को निडर और संवेदनशील होना चाहिए। अपराध, विसंगतियों आदि के फोटोग्राफ का प्रकाशन करते समय उसे सशंकित या भयभीत नहीं होना चाहिए। सामान्य फोटोग्राफ और भावप्रद फोटोग्राफ के बीच अन्तर करना उसे जानना चाहिए।

पाठकों की रुचि का उसे ज्ञान होना चाहिए। तभी वह ऐसे फोटोग्राफ का चयन कर सकेगा जो उसके पाठकों को पसन्द आये। वह भले अच्छा फोटोग्राफर न हो लेकिन फोटोग्राफ की तकनीकी बारीकियों मसलन, उभार, रंग-संयोजन, स्पष्टता आदि की जानकारी होनी चाहिए।

फोटो संपादक के निम्नांकित उत्तरदायित्व होते हैं

(1) सहयोगी फोटोग्राफरों को कार्य सौंपना व आवश्यक चित्र के बारे में जरूरी निर्देश देना।

(2) ऐसे समाचारों का ध्यान रखना जिसके साथ आकर्षक फोटोग्राफ प्रकाशित हो सकते हों।

(3) उपयुक्त फोटोग्राफ का चयन करना।

(4) आकार एवं शीर्षक निर्धारण।

(5) समाचारपत्र में फोटोग्राफी सम्बन्धी उपकरणों- कैमरा, फोकस, स्टैण्ड, लैब आदि सही कार्य कर रहे हैं या नहीं -जाँच करना।

(6) संपादकीय बैठक में हिस्सेदारी।

इस प्रकार फोटो संपादक का कार्य विशिष्ट और उत्तरदायित्वपूर्ण होता है तथा समाचार कक्ष में उसका महत्त्वपूर्ण स्थान होता है।

5.3 फिल्मः चमत्कारी जनमाध्यम

"एक फिल्म चित्र है, फिल्म शब्द है, फिल्म आंदोलन है, फिल्म नाटक है, फिल्म संगीत है, फिल्म एक कहानी है, फिल्म हजारों अभिव्यक्तिपूर्ण श्रव्य एवं दृश्य आख्यान है।"

–सत्यजीत रे

भारतीय सिनेमा के अनूठे सर्जक फिल्मकार सत्यजीत रे का यह कथन – फिल्म को एक सशक्त माध्यम के रूप में स्पष्ट कर देता है। फिल्म एक शक्तिशाली जनमाध्यम है और मानव मस्तिष्क को गहराई तक प्रभावित करने की इसमें अकूत क्षमता है। यह कला और सौन्दर्य का

अद्‌भुत संगम है जो न केवल मानव मन को मथ देता है अपितु उसकी आदतों और व्यवहार को भी परिवर्तित करता है।

फिल्में आदमी की अनुभूतियों को स्पर्श करती हैं और उसकी भावनाओं को आन्दोलित करती हैं। भारत में एक जनमाध्यम के रूप में सिनेमा का गौरवशाली अतीत और प्रभाव रहा है। फिल्म निर्माण एक योजनाबद्ध संयोजनात्मक प्रबंधन का अनुरूप उदाहरण है। गीत-संगीत, कथा-पटकथा, संवाद, संपादन,अभिनय, निर्देशन का इसमें अद्‌भुत समावेश होता है और अनेक लोगों के सम्मिलित प्रयास से फिल्म सामने आती है।

लोग संपूर्ण मनोरंजन की चाह लिए फिल्म देखते हैं। इसके अतिरिक्त भाषा सामाजिक व्यवहार, राष्ट्रीय एकता, सामाजिक समस्या उठाने आदि की दृष्टि से भी भारत में फिल्मों की महत्त्वपूर्ण भूमिका रही है। हिन्दी फिल्मों का दक्षिण भारतीय राज्यों में हिन्दी का प्रचार-प्रसार करने में महत्त्वपूर्ण योगदान रहा है। फिल्मों में सांप्रदायिक सद्‌भाव, दहेज विरोध, बेमेल विवाह से लेकर एड्स, नगरों की ओर पलायन, बेकारी, गरीबी, छात्र असंतोष, सामाजिक-आर्थिक शोषण आदि अनेक सामाजिक समस्याओं की गहराई से पड़ताल की गयी है। फिल्में एक चमत्कारी माध्यम हैं जिनके समक्ष दर्शक अपनी सुध-बुध खोकर तल्लीन हो जाता है और उस पर फिल्मों का गहरा प्रभाव पड़ता है।

5.3.1 फीचर फिल्म

फीचर फिल्म वे व्यावसायिक फिल्में हैं जो सिनेमा घरों में प्रदर्शित की जाती हैं। किसी कहानी को आधार बनाकर इसका निर्माण होता है। गीत-संगीत और अभिनय के द्वारा सजी इस प्रस्तुति को देखने दर्शक सिनेमा हॉल में आता है। वास्तव में फिल्मों को चमत्कारी माध्यम के रूप में फीचर फिल्मों के ही चलते लोकप्रियता मिली है। फीचर फिल्मों के आकर्षण से दुनिया का कोई हिस्सा अछूता नहीं है।

भारत में भी फीचर फिल्में अपने जादुई प्रभाव के चलते जानी जाती हैं। फीचर फिल्मों की लोकप्रियता के चलते ही उसमें अभिनय करने वाले कलाकार जनता की आँखों के तारे होते हैं और लाखों-करोड़ों लोग उनकी नकल उतारते हैं, उनका अनुसरण करते हैं।

5.3.2 वृत्तचित्र (Documentry)

उन फिल्मों को कहते जो वास्तविक विषयों पर सूचनापरक प्रस्तुतियाँ करती हैं। किसी विषय के विविध पक्षों की खूबसूरती और यथार्थ को वृत्तचित्रों के माध्यम से उभारा जाता है। वृत्तचित्रों को वृतान्तमूलक फिल्में भी कहा जाता है। इसमें हालाँकि कथा की नाटकीय प्रस्तुति नहीं होती लेकिन गीत-संगीत तथा पृष्ठभूमि स्वर का प्रयोग विषय के अनुकूल किया जाता है। डाक्यूमेण्ट्री फिल्में एक तरह का अनूठा रिपोर्ताज, यात्रा वृतान्त अथवा कमेण्ट्री होती हैं।

इसका विषय क्षेत्र काफी बड़ा होता है। समाज, कला, संस्कृति, पर्यावरण मानवीय गतिविधियां, प्राणी जगत् आदि पर अनेक यादगार वृत्तचित्रों का निर्माण हुआ है।

सर्व प्रथम सन 1922में रॉबर्ट फ्लैहर्टी नामक ब्रिटिश फिल्मकार ने 'नैनूक ऑफ द नार्थ' (Nanook of the North) नाम से आर्कटिक क्षेत्र की जनजाति एस्कीमों के एक परिवार पर वृत्तचित्र का निर्माण किया था। जॉन ग्रियर्सन को डाक्यूमेण्ट्री फिल्म विधा को प्रतिष्ठित करने और लोकप्रिय बनाने का श्रेय दिया जाता है। उनकी 'उत्तरी सागर' में फिल्माई गई डाक्यूमेण्ट्री 'ड्रिफ्टर्स' काफी चर्चित और लोकप्रिय हुई थी। उनकी कुछ अन्य बहुचर्चित डाक्यूमेण्ट्री फिल्में में 'वेदर फोरकास्ट? 'सांग ऑफ सीलोन', 'कोल फेस' और 'नाइट मेल' शामिल की जाती हैं।

भारत में भी 1920 से 1940 के बीच में लगभग 1500 डाक्यूमेण्ट्री फिल्मों का निर्माण हुआ था। पी०वी० पाथी, डी०जी० तेन्दुलकर और के०एस० हिरलेकर भारतीय डाक्यूमेण्ट्री जगत के आरम्भ कर्ताओं में शुमार किये जाते हैं। 1947 में पॉल जिल्स और फॉली बिल्मोरिया

ने भारत में 'डाक्यूमेण्ट्री यूनिट ऑफ इण्डिया' की स्थापना की। जिल्स का उस समय की कुछ चर्चित डाक्यूमेण्ट्री फिल्मों में हिन्दुस्तान हमारा, जलजला, द रिपेनिंग सीड, द वैनिशिंग ट्राइब, कश्मीर कैरीज ऑन, इण्डिया इण्डीपेण्डेन्ट आदि प्रशंसित हुई थी।

आज डाक्यूमेण्ट्री फिल्मे भारत में यथार्थ की कलात्मक प्रस्तुति के सशक्त माध्यम के रूप में भी पुरस्कार दिये जाते हैं और अनेक मशहूर फिल्मकार इस विधा के माध्यम से अपनी दृष्टि को नया रंग दे रहे हैं।

5.3.3 न्यूज रील

न्यूज रील एक प्रकार के समाचार सारांश को कहते हैं जो सेल्यूलाइट के माध्यम से प्रस्तुत किया जाता है। प्रथम भारतीय फिल्मकार दादासाहेब फाल्के ने भी 'राजा हरिश्चन्द्र' (1913) बनाने से पूर्व कुछ न्यूज रील निर्मित की थी। इनमें राजनैतिक जलसों, मशहूर नेताओं के अंतिम संस्कार, विदेशी कपड़ों की होली जलाना आदि विषयों पर न्यूज रील का निर्माण हुआ था। भारत में फिल्म डिवीजन न्यूज रील का निर्माण करता है। फिल्म डिवीजन की स्थापना सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय की 'मीडिया यूनिट' के रूप में 1948 में हुई थी और यह संस्था तबसे आज तक सक्रिय है।

भारत की सांस्कृतिक एवं प्राकृतिक विविधता संपन्न विरासत विकासात्मक गतिविधियों को दर्शाने वाली अनेक न्यूज रीलों का निर्माण फिल्म डिवीजन के सौजन्य से हुआ है। सिनेमा हॉल में फिल्म शुरू होने से पूर्व अथवा मध्यान्तर के इन न्यूजरीलों का भी प्रसारण होता है। गोष्ठी, मीटिंग, क्षेत्रीय प्रचार कार्यक्रमों के तहत भी इनका प्रदर्शन होता है। पर्यावरण संरक्षण के उपायों, एड्स नियंत्रण एवं बचाव, एकात्मक रोगों से बचाव, विकास कार्य, प्रधानमंत्री की यात्राएँ, समझौते आदि पर आकर्षक न्यूजरीलें निर्मित की गयी हैं।

5.3.4 अन्य फिल्में

इनमें जनसंपर्क फिल्में , विज्ञापन फिल्में, इंस्ट्रक्शनल फिल्में शामिल की जाती हैं। जनसंपर्क फिल्मों का उद्देश्य जनसंपर्क गतिविधियों को बढ़ावा देना और लक्षित जनता के बीच अनुकूल वातावरण तैयार करना होता है। विज्ञापन फिल्में उत्पाद, सेवा या विचार के प्रचार-प्रसार के लिए तैयार की जाती हैं। इनमें कल्पनाशीलता और सृजनशीलता का अद्भुत सामंजस्य होता है। सभी प्रकार की फिल्मों में ये सर्वाधिक छोटी और चमत्कारी प्रभाव वाली होती हैं। इंस्ट्रक्शनल फिल्में प्रशिक्षण देने तथा तकनीकि जानकारी देकर कार्य-कौशल बढ़ाने के उद्देश्य से बनायी जाती हैं। इसमें विषय विशेष पर ज्ञानवर्धक व सूचनाप्रद फिल्में निर्मित की जाती हैं जो कर्मचारियों, प्रशिक्षणार्थियों आदि के लिए होती हैं।

5.4 भारत में फिल्में

मुंबई के वाट्सन होटल में 7 जुलाई 1896 को लुकिएर ब्रदर्स ने पहली बार फिल्म का प्रदर्शन किया। यह भारत के सिनेमा की शुरुआत थी। विश्व में सिनेमा के पदार्पण के एक वर्ष पश्चात ही भारत भी इस जनमाध्यम से परिचित हो गया था।

इसके पूर्व 18 फरवरी 1895 को फ्रांस के लुई लुमिएर एवं आगस्त लुमिएर ने सिनेमैटोग्राफी को पेटेन्ट कराया। 22 मार्च 1895 को पेरिस के ग्रान कैफे में चुनिन्दा लोगों के समक्ष इसका प्रदर्शन किया गया। चमत्कृत दर्शकों ने दीवार पर फैक्टरी से निकलते श्रमिकों को देखा। लुमिएर बंधुओं द्वारा प्रदर्शित 24 विभिन्न चित्रों में सरपेण्ट, सी बेदर्स, एटाइक्ल ऑफ ए ट्रेन, सी बाथ, ए डिमोलिशन लीविंग द फैक्ट्री तथा 'लेडीज एण्ड सोल्जर्स ऑन सील्स' प्रदर्शित की गयी । भारत में तब सिनेमा की शुरुआत थी, जिसके बाद इस विधा का निरन्तर विकास और विस्तार होता गया।

5.4.1 भारतीय फिल्मों का संक्षिप्त इतिहास

लुमिएर बंधुओं के प्रदर्शन से भारत में फिल्मों की शुरुआत मानी जाती है। इसके बाद कुछ उत्साही लोगों ने देश में फिल्म निर्माण के लिए प्रयास करने शुरू कर दिये। शुरुआत में कुछ छोटी अवधि की फिल्में निर्मित की गयी जिनमें टू रेसलर्स (एच०एस०भाटवाडेकर), रिटर्न ऑफ रेंगलर (आर०पी० परांजपे), को कोनट फेयर, ऑवर इण्डियन एम्पायर आदि थीं।

सन 1912 में दादा साहेब फाल्के ने प्रथम भारतीय फिल्म 'राजा हरिश्चन्द्र' का निर्माण किया जो 3 मई 1913 को प्रदर्शित की गयी। यह फिल्म मूक थी और महिला पात्र का अभिनय भी पुरुषों द्वारा किया गया था। इसके बाद भारत में मूक फिल्मों का दौर शुरू हो गया। मूक फिल्मों का यह दौर 1932 में प्रथम भारतीय सवाक फिल्म आर्देशिर ईरानी की 'आलमआरा' बनने के साथ समाप्त हुआ। हालाँकि दो तीन वर्षों तक मूक फिल्में इसके बाद भी बनती रही लेकिन जल्द ही उनका दौर समाप्त हो गया।

आजादी से पूर्व तक ही भारतीय फिल्मों की निर्माण प्रक्रिया का पर्याप्त विकास हो चुका था और देश में हिन्दी के साथ-साथ अन्य भाषाओं में भी फिल्में बनने लगी थीं। दादा साहेब फाल्के ने बाद में 'लंका दहन' 'कालिया मर्दन' आदि फिल्में भी बनायी। 1931 से 1947 के बीच में 6,590 हिन्दी फिल्मों का निर्माण हुआ। महबूब खान, शांताराम, सोहराब मोदी, के०ए० अब्बास, हिमांशु राय, जे०बी०एच०वाडिया, आदि विख्यात निर्माता-निर्देशकों ने अनेक यादगार फिल्में दीं। इनमें से दुनिया न माने, डॉ० कोटनीस की अमर कहानी, आदमी, दो आँखें बारह हाथ, आन, किसान, कन्या, दो बीघा जमीन, धरती के लाल, पुकार, अछूत कन्या आदि सफल और बहुचर्चित फिल्में थीं। अशोक कुमार, देविका रानी, मोतीलाल, आदि चर्चित अभिनेता थे।

आजादी के बाद भी फिल्मों का निर्माण जारी रहा। इस समय तक भारतीय फिल्मों में सितारों का आगमन हो चुका था और दिलीप कुमार, मधुबाला, मीना कुमारी, देव आनन्द, राजकपूर आदि लोकप्रिय सितारे थे।

पचास और साठ के दशक में सत्यजीत रे, सोहराब मोदी, राज कपूर, गुरु दत्त आदि ने भारतीय सिनेमा को नई ऊँचाइयाँ प्रदान कीं । सत्यजीत की पहली ही फिल्म 'पाथेर पांचाली' (1954) बहुचर्चित और प्रशंसित हुई थी। सत्यजीत रे जीवन पर्यन्त फिल्म विधा में सक्रिय रहे और उन्होंने कई महत्त्वपूर्ण फिल्में दीं। अपराजिता (1957), अपूर संसार (1959), जलसाघर (1958), देवी (1959), तीन कन्या (1961), चारुलता (1964), नायक (1966), गोपी गायने बाघा बायने (1968), अरण्ये (दिन रात्रि) (1970), सीमाबद्ध (1971), सोनार केला (1974), आसानी संकेत (1973), घरे बाहरे (1985), गणशत्रु (1989) तथा आगंतुक (1989) महत्त्वपूर्ण फिल्में थी। उन्होंने 1977में हिन्दी में 'शतरंज के खिलाड़ी' फिल्म बनाई। भारत के इस यशस्वी फिल्मकार को फिल्मों के सर्वोच्च 'ऑस्कर पुरस्कार' से नवाजा गया।

1955 में वी०शान्ताराम की 'झनक-झनक पायल बाजे' और 1957 में महबूब खान की 'मदर इण्डिया' का निर्माण हुआ। दोनों ही मील की पत्थर के रुप में शुमार की जाती हैं। राजकपूर ने आह, आग, श्री चार सौ बीस, आवारा, जागते रहो, संगम, जिस देश में गंगा बहती है, जैसी महत्त्वपूर्ण फिल्में दीं। गुरुदत्त ने 'कागज के फूल', बाजी, प्यासा तथा साहब बीबी और गुलाम जैसी फिल्में दीं। इस काल खंड में नीचा नगर, धूल का फूल, महबूब, बरसात, महल, दाग, किस्मत आदि बहुचर्चित फिल्में तथा दिलीप कुमार, राज कपूर, राजेन्द्र कुमार, देव आनन्द, धर्मेंद्र, जीतेन्द्र, अशोक कुमार, मधुबाला, मीना कुमारी, नरगिस आदि चर्चित कलाकार सक्रिय थे।

1960 से सिनेमा में काफी तकनीकी और विषयगत प्रगति कर ली है। सिनेमा में नये विषयों और प्रस्तुतियों के नये तरीके निकाले गये हैं। फिल्मों में धीरे-धीरे हिंसा का प्रवेश हुआ।

और बाद में वह सब पर हावी होती गयी। शोले (1973) को भारतीय फिल्मों में हिंसा को महिमा मंडित करने का श्रेय दिया जाता है। हिंसा के साथ-साथ सिनेमा में एण्टी हीरो और एंग्रीयंगमैन की छवि को बल मिला। इस समयावधि की कुछ सफल और बहुचर्चित फिल्में– शोले, दीवार, जंजीर आदि हिंसा से ओतप्रोत थीं।

लेकिन इस काल में कुछ संवेदनशील फिल्मों का भी निर्माण हुआ है। आनन्द, मिली, रजनीगंधा, सलीम लँगड़ा पर मत रो, बाजार, गर्म हवा आदि फिल्मों की इस संदर्भ में चर्चा की जा सकती है।

आज भारतीय फिल्में अंतरराष्ट्रीय हो गयी हैं। आज उनका निर्माण वैश्विक बाजार को ध्यान में रखकर हो रहा है। तकनीकी, विषयगत, विपणन आदि हर दृष्टि से भारतीय सिनेमा आज वहाँ पहुँच गया है जहाँ पहले नहीं था।

5.4.2 मुख्यधारा की फिल्में

मुख्य धारा फिल्मों में उन फिल्मों को सम्मिलित किया जाता है जिनका निर्माण व्यावसायिक दृष्टि से लोकप्रियता को ध्यान में रखकर किया जाता है। इस प्रकार की फिल्में गीत-संगीत, मार-धाड़ से भरपूर होती हैं और दर्शकों का मनोरंजन कर पैसा कमाना इनका मुख्य उद्देश्य होता है। इन्हें 'लोकप्रिय सिनेमा' भी कहा जाता है।

5.4.3समानान्तर फिल्में

भारत में फिल्मों को आम आदमी मनोरंजन का ऐसा साधन मानता है जो यथार्थ से दूर होती है। समानान्तर फिल्में सिनेमा की उस धारा का प्रतिनिधित्त्व करती हैं जिसमें उस मान्यता के विपरीत यथार्थपरक और जीवन की सच्चाइयों को रूबरु कराती फिल्में होती हैं। सत्यजीत रे कृत पाथेर पांचाली (1954) से भारत में समानान्तर फिल्म धारा की औपचारिक शुरुआत मानी जाती है। सत्यजीत रे की फिल्में के अतिरिक्त गर्म हवा, भुवन शोम, सलीम लँगड़े पर मत रो, निशान्त, मंथन, जुनून, त्रिकाल, पार, अर्धसत्य, परिणति, अंकुर, मृगया, तरंगे, मम्मो, सूरज का सातवाँ घोड़ा, हजार चौरासी की माँ आदि इस धारा की प्रतिनिधि फिल्में मानी जाती हैं।

5.4.4 क्षेत्रीय फिल्में

भारत में हिन्दी फिल्मों के साथ-साथ क्षेत्रीय फिल्में भी शुरुआती वर्षों से ही लोकप्रिय रही हैं। मराठी फिल्में 'संत ज्ञानेश्वर' और 'संत तुकाराम' आज भी क्लासिक मानी जाती हैं। दक्षिण में तमिल, मलयालम और तेलुगु फिल्मों का काफी विकास हुआ है। आज भारत में लगभग हर प्रमुख भाषा में फिल्मों का निर्माण हो रहा है।

भारतीय फिल्में

भाषा	1994	1995	1996
हिन्दी	155	157	126
तमिल	153	165	138
तेलुगु	174	168	154
कन्नड़	70	89	85
मलयालम	69	83	65
बंगला	44	26	37
मराठी	22	22	11
पंजाबी	12	12	09

उड़िया	14	13	12
नेपाली	10	11	05
भोजपुरी	04	06	06
गुजराती	06	09	05
अंग्रेजी	04	18	14
असमिया	06	04	04

5.5 फिल्म पत्रकारिता

फिल्म पत्रकारिता एक अनूठी, विशिष्ट और लोकप्रिय विधा है जिसका पत्रकारिता में अलग स्थान है। रंग वैविध्य, लोकप्रिय सितारों की चर्चा गॉसिप भरी तथ्य प्रस्तुतियों, फोटोग्राफ के बहुतायत उपयोग और व्यक्तिगत साक्षात्कारों की नाटकीय प्रस्तुतियों के लिए यह पत्रकारिता अपनी अलग पहचान रखती है। भारत में फिल्म पत्रकारिता को पत्रकारिता की अपेक्षाकृत कम गंभीर विधा के रूप में स्वीकार किया जाता है फिर भी पत्रकारिता की यह विधा न केवल लोकप्रिय है वरन् निरन्तर प्रगति भी कर रही है।

फिल्म पत्रकारिता मुद्रित और इलेक्ट्रॉनिक दोनों माध्यमों में सक्रिय है। सभी समाचारपत्र-पत्रकाओं में फिल्म समाचारों से जुड़े परिशिष्ट अवश्य होते हैं। इसके अतिरिक्त स्टार डस्ट, फिल्म फेयर, मायापुरी, स्क्रीन, फिल्मी दुनिया आदि पत्र- पत्रिकाएं फिल्म जगत को आधार बनाकर पत्रकारिता के क्षेत्र में सक्रिय हैं।

प्रत्येक टीवी चैनल पर एक फिल्म मैगजीन जरूर प्रसारित होती है। इसके अतिरिक्त फिल्म आधारित चैनलों पर फिल्मों के अतिरिक्त फिल्मी गतिविधियों की रिपोर्टिंग, समीक्षा, साक्षात्कार आदि का भी प्रसारण किया जाता है।

5.5.1 फिल्म पत्रकारिता का विषय क्षेत्र

फिल्म पत्रकारिता के विषय क्षेत्र में फिल्म निर्माण व फिल्म जगत् से जुड़ी गतिविधियाँ सम्मिलित की जाती हैं। फिल्म निर्माण प्रक्रिया, गीत-संगीत, अन्य तकनीकी पक्ष, फिल्म प्रसारण व्यवस्था, फिल्म-व्यापार, फिल्म से जुड़ी अन्य गतिविधियाँ जैसे ऑडियो कैसेट जारी होना, उद्घाटन मुहूर्त आदि, फिल्मी सितारों से बातचीत, उनकी जीवन शैली आदि सभी फिल्म पत्रकारिता के दायरे में शामिल किये जाते हैं।

5.5.2 फिल्म पत्रकारिता की विधाएँ

फिल्म पत्रकारिता की विविध विधाओं के माध्यम से प्रस्तुतियाँ की जाती हैं । साक्षात्कार, फिल्म आयोजनों के रिपोर्ताज, फिल्म संबन्धी गतिविधियों के समाचार, फिल्म व्यापार समीक्षा इनमें प्रमुख हैं। साक्षात्कार फिल्म पत्रकारिता का महत्त्वपूर्ण हिस्सा है। लोग फिल्मी हस्तियों से पर्दे के बाहर की दुनिया में भी जुड़ना चाहते हैं, उनकी बातों को सुनना चाहतें हैं। एक सफल फिल्म पत्रकार को यदि वह अभिनेता से बातें कर रहा हो तो उसकी अभिनय शैली व निर्माता निर्देशक आदि से फिल्म की मुख्य विशेषताओं पर जरूर बात करनी चाहिए। फिल्म आयोजनों के रिपोर्ताज जीवन्त और सम्पूर्ण माहौल को उकेरने वाले हों। फिल्म से जुड़े समाचार लिखते समय गाॅसिप फैलाने की प्रवृत्ति से बचना चाहिए। फिल्म व्यापार की समीक्षा पुष्ट ऑकड़ों के आधार पर होनी चाहिए। इसी प्रकार फिल्म की समीक्षा उसके गुण-दोषों के आधार पर होनी चाहिए।

5.5.3 फिल्म पत्रकार के लिए अपेक्षित योग्यताएँ

फिल्म पत्रकार के लिए भी वे सारी योग्यताएँ अपेक्षित हैं जो एक पत्रकार में होनी चाहिए। लेकिन इसके अतिरिक्त चूँकि फिल्म जगत की रिपोर्टिंग उस मायावी जगत की रिपोर्टिंग है जिसमें भव्यता, दिखावा, व्यावसायिकता और आडम्बर उच्च मात्रा में होता है, इसलिए फिल्म पत्रकार में भी कुछ विशिष्ट योग्यताओं का होना जरूरी है।

एक फिल्म पत्रकार को स्फूर्त और उर्जावान होना चाहिए। फिल्म की गतिविधियों को कवर करने के लिए उसे निरन्तर भाग-दौड़ करनी पड़ सकती है। आडम्बरों से भ्रमित न होने का गुण उसमें आवश्यक है तभी वह अपने काम पर ध्यान केन्द्रित कर सकेगा। उसे वाचाल, मृदुभाषी और अंग्रेजी का अच्छा जानकार होना चाहिए क्योंकि भारतीय सितारों द्वारा त्रुटिपूर्ण ही सही अंग्रेजी का प्रयोग काफी किया जाता है। उसमें एक सफल जनसंपर्क का गुण होना भी आवश्यक है। इसके अतिरिक्त विज्ञापन और समाचार के बीच की विभाजक रेखा का उसे पता होना चाहिए तभी वह मुफ्त प्रचार पाने के लिए की जाने वाली गतिविधियों से बच सकेगा।

उसे सरल, सहज और सरस लेखन में प्रवीण होना चाहिए। फिल्म से जुड़ी खबरों व सूचनाओं को ऐसे लोग ज्यादा पढ़ते हैं जो ज्यादा क्लिष्ट शब्दावली व प्रांजल वाक्यों को ठीक से समझ नहीं पाते हैं। अत: पाठक वर्ग का ध्यान रखते हुए लिखावट सरल व सहज होनी चाहिए। इसके अतिरिक्त फिल्म से जुड़ी गतिविधियों में महत्त्वपूर्ण तथ्य अत्यन्त कम होते हैं। ऐसी सूचनाएँ तथ्यों की बजाय आकर्षक के कारण पढ़ी जाती हैं। अत: फिल्म पत्रकार के लिए जरुरी है कि वह समूचे माहौल को अपनी लेखनी से पाठकों के समस्त प्रस्तुत करें।

5.5.4 फिल्म समीक्षा

फिल्म समीक्षा फिल्म पत्रकारिता का एक महत्त्वपूर्ण पक्ष है। समूची फिल्म पत्रकारिता में यह सर्वाधिक गंभीर और तार्किक कार्य के रूप में जाना जाता है। फिल्म समीक्षा में समीक्षार्थ प्रस्तुत फिल्म का गुण-दोषों के आधार पर विविचन किया जाता है। समीक्षा करते समय समीक्षक को निर्देशक का उद्देश्य दर्शकों के सामने प्रस्तुत करना होता है और अपने पाठकों या दर्शकों को यह बताना होता है कि फिल्म को वह देखे या नहीं।

फिल्म की समीक्षा में सबसे पहले कहानी और पटकथा का मूल्यांकन होता है। सारगर्भित कहानी और चुस्त पटकथा से ही अच्छी फिल्में बनती हैं। इसके उपरांत संवाद और अभिनय का विवेचन किया जाता है। दृश्यों के अनुकूल संवाद फिल्म की जान होते हैं। इसके अतिरिक्त अभिनय भी फिल्म की जान होती है। अच्छा अभिनेता दर्शक को बाँधे रखता है और उनकी भावनाओं को आंदोलित करता है। गीत-संगीत, संपादन, छायांकन भी फिल्म समीक्षा के मुख्य बिंदु होते हैं। भारतीय दर्शकों के लिए मधुर संगीत महत्त्वपूर्ण होता है। संपादन की कमी से फिल्म का प्रवाह बाधित होता है अत: समीक्षा के समय इसपर भी ध्यान देना जरुरी होता है। छायांकन यदि अच्छा नहीं होगा तो फिल्म स्पष्ट नही हो सकेगी जिससे दर्शकों को फिल्म का पूरा मजा नहीं मिल पायेगा। अत: समीक्षा में इन बिंदुओं को भी मूल्यांकित करना चाहिए। इसके अतिरिक्त अन्य तकनीकी तथा विशिष्ट पक्षों – यथा ध्वनि, बैकग्राउण्ड संगीत, आउटडोर लोकेशन आदि का भी ध्यान रखना चाहिए। इसके साथ ही साथ समीक्षक चूँकि एक सलाहकार की भूमिका में भी होता है अत: उसे इस बात का भी ध्यान रखना चाहिए कि समीक्षित फिल्म के सामाजिक उद्देश्य क्या हैं? वह किस तरह की प्रवृत्तियों को बढ़ावा दे रही है? अस्तु सही समीक्षा मीडिया संगठन, फिल्म निर्माता और दर्शक तीनों को प्रभावित करती है, समीक्षक को हमेशा इसका ध्यान रखना चाहिए।

5.6 सारांश

मनुष्य की दृश्य इन्द्रिय अति संवेदनशील होती है और वह मस्तिष्क रूपी पुस्तकालय के लिए कैमरे का काम करती है जिसके द्वारा बिम्बों का संग्रहण किया जाता है। फोटोग्राफ इसीलिए ज्यादा विश्वसनीय माने जाते हैं क्योंकि मनुष्य अपनी आँखों देखी पर ज्यादा विश्वास करता है। इसी लिए प्रिण्ट माध्यमों की पत्रकारिता में भी फोटोग्राफों का महत्त्व है और संपादक फोटो के साथ प्राप्त समाचारों को ज्यादा महत्त्व देता है क्योंकि वह पाठकों की नजर में ज्यादा विश्वसनीय और ग्राह्य होता है

इसी प्रकार फिल्में भी इसीलिए मानव को अत्यधिक आकर्षित करती हैं क्योंकि वे गतिविधियों को कहानियों को जीवंत रूप में प्रस्तुत करती हैं। फोटोग्राफों और फिल्मों का जनसंप्रेषण की दृष्टि से महत्त्वपूर्ण और विशिष्ट स्थान प्राप्त है।

4.7 संदर्भ ग्रंथावली

(1) फोटो पत्रकारिता - गुलाब कोठारी
(2) आधुनिक पत्रकारिता - डॉ० अर्जुन तिवारी
(3) फिल्म क्षेत्र- रंग क्षेत्र - अमृत लाल नागर
(4) भारत - संदर्भ ग्रंथ - प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली

4.8 शब्दावली

(1) **कैप्शन** – फोटो का शीर्षक। सामान्यत: इसे फोटो के नीचे लगाया जाता है ताकि फोटो का महत्त्व कम न दिखे।

(2) **लोकप्रिय सिनेमा** – भारत में व्यावसायिक सिनेमा के लिए प्रचलित विशेषण। इस वर्ग में मनोरंजक फिल्मों को शामिल किया जाता है। इसे 'मुख्यधारा सिनेमा' भी कहते हैं।

(3) **बॉलीवुड** – अमेरिका फिल्म उद्योग हॉलीवुड री तर्ज पर मुंबई फिल्म उद्योग को दिया गया नाम।

(4) **मूक फिल्में** – वह फिल्में जिनमें संवाद नहीं होते हैं। लेकिन भारत में मूक फिल्मों के दौर (1913-1935) में अंग्रेजी व अन्य भाषाओं में संवाद पर्दे पर लिखे जाते है।

4.9 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

(1) फोटो पत्रकार किसे कहते हैं ?

(2) फिल्म पत्रकारिता का विषय क्षेत्र बताएँ।

(3) फिल्म समीक्षा क्या होती है?

(4) समानान्तर सिनेमा का अर्थ बताइए।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

(1) फोटो एवं फोटोपत्रकारिता पर एक लेख लिखें।

(2) फिल्म समीक्षा से आप क्या समझते हैं? इसके विविध पक्षों पर प्रकाश डालिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(1) भारत में सर्वप्रथम फिल्म का प्रदर्शन हुआ–

(क) कोलकाता (ख) मुंबई

(ग) चेन्नई (घ) दिल्ली

(2) प्रथम भारतीय सवाक फिल्म थी–

(क) राजा हरिश्चंद्र (ख) पाथेर पांचाली

(ग) संत तुकाराम (घ) आलम आरा

(3) फिल्म पाथेर पांचाली के निर्देशक थे–

(क) मृणाल सेन (ख) महबूब खान

(ग) सत्यजीत रे (घ) राज कपूर

(4) इनमें से कौन फिल्म पत्रिका नहीं है –

(क) माधुरी

(ख) फिल्म फेयर

(ग) मायापुरी

(घ) स्क्रीन

(5) हॉलीवुड कहाँ स्थित है?

(क) भारत (ख) अमेरिका

(ग) फ्रांस (घ) इनमें से कहीं नहीं

प्रश्नों के उत्तर

1 ख

2 घ

3 ग

4 क

5 ख

❑❑❑

NOTES

RIL-110

उत्तर प्रदेश
राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय
प्रयागराज

M.A (JMC) 103
समाचार- संकलन
लेखन एवं सम्पादन

खण्ड

5

सम्पादन

इकाई 1
सम्पादन के सिद्धान्त 309-319

इकाई 2
फोटो सम्पादन 320-333

इकाई 3
इलेक्ट्रानिक सम्पादन 334-343

इकाई 4
मुद्रण एवं पृष्ठ सज्जा 344-357

इकाई 5
अनुवाद एवं भाषा दक्षता 358-372

305

परामर्श-समिति

प्रो० देवेन्द्र प्रताप सिंह	कुलपति-अध्यक्ष
डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल	वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक
डॉ० आर०के० बसलस	कुलसचिव - सचिव

विशेषज्ञ समिति

1. प्रो0 जे0 एस0 यादव, पूर्व निदेशक, भारतीय जनसंचार संस्थान, नयी दिल्ली
2. प्रो0 सूर्यप्रसाद दीक्षित, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ वि0वि0, लखनऊ
3. प्रो0 रामदेव शुक्ल, पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी एवं पत्रकारिता विभाग, गोरखपुर वि0वि0, गोरखपुर
4. प्रो0 श्यामसुन्दर शुक्ल, - अवकाशप्राप्त प्रोफेसर, भाषा विशेषज्ञ
   हिन्दी विभाग, काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, 33/71 रोहित नगर, नरिया, वाराणसी
5. डॉ0 रमेश चन्द्र त्रिपाठी, अध्यक्ष
   पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ
6. श्री सुरेश प्रताप, वरिष्ठ उपसम्पादक, दैनिक जागरण, वाराणसी

सम्पादक

डॉ० अर्जुन तिवारी, पूर्व पत्रकारिता विभागाध्यक्ष, म. गॉं. काशी विद्यापीठ, वाराणसी

लेखक मंडल

1. प्रो० राम मोहन पाठक, निदेशक, म.मो.मा. हिन्दी पत्रकारिता संस्थान, म.गां.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
2. डॉ० अरुण शर्मा, प्राध्यापक, पत्रकारिता विभाग, म.गां. काशी विद्यापीठ, वाराणसी।
3. डॉ० धीरेन्द्र नाथ सिंह, अवकाश प्राप्त सम्पादक, 'आज', वाराणसी।
4. डॉ० सुमन दुबे, उप सम्पादक - 'आज', वाराणसी।
5. डॉ० जयंत शुक्ल, शोध सहायक, डी.एस. रिसर्च सेन्टर, वाराणसी।
6. श्री राघवेन्द्र मिश्र, पत्रकारिता विभाग, म.गॉं.काशी विद्यापीठ, वाराणसी।

परामर्श-समिति

प्रो० केदार नाथ सिंह यादव	कुलपति-अध्यक्ष
डॉ० हरिश्चन्द्र जायसवाल	वरिष्ठ परामर्शदाता - कार्यक्रम संयोजक
डॉ० रत्नाकर शुक्ल	कुलसचिव - सचिव

© उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय

सर्वाधिकार सुरक्षित। इस पाठ्य सामग्री का कोई भी अंश उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना मिमियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है

खण्ड - परिचय

समाचार-संकलन और लेखन के बाद सम्पादन - विधा से सुपरिचित होने के लिए इस का अध्ययन आवश्यक है। इसमें निम्नस्थ पाँच इकाइयाँ हैं –

1. सम्पादन के सिद्धान्त

2. फोटो सम्पादन

3. इलेक्ट्रानिक सम्पादन

4. मुद्रण और पृष्ठ सज्जा

5. अनुवाद एवं भाषा दक्षता

सम्पादन क्या है, विविध माध्यमों में इसे कैसे सम्पन्न किया जाता है – इन सबकी ावत् जानकारी के लिए यह खण्ड महत्वपूर्ण है। मुद्रण तकनीक और पृष्ठ सज्जा के तथ्य आत्मसात् कर हम अपने पत्र को विशिष्ट बना सकते हैं। पत्रकारिता में अनुवाद और दक्षता की अति आवश्यकता है जिसके लिए अंतिम इकाई एक सम्बल के रूप में थापित है।

RIL-110

खण्ड - 5

सम्पादन

A good newspaperman is made not born. Natural talent for usin language and a `nose for news' are not enough. News must be weighed sorted, written and then rewritten.

– Press Tim

❖❖❖

There are many elements that go into the making of a fine newspaper but one of the most important is an outstanding copy desk. It can make good newspaper better. It can make better newspaper the best.

– Stan Amiso

❖❖❖

Because copy editing is an art, the most important ingredient afte training and talent, is strong motivation. The copy editor must care. No only should be know his job. He must love every story, every edition. ever day.

– J. Edward Murra

❖❖❖

Use short sentences. Use short paragraphs. Use vigorous languag not forgetting to strive for smoothness. Be positive, not negative .... Thos were the best rules I ever learned for the business of writing. I've neve forgotten them.

– Earnest Remingwa

❖❖❖

``The editor is a diamond cutter who refines and polishes, remove the flaws and shapes a stone into a gem.

❖❖❖

इकाई 1 सम्पादन के सिद्धान्त

रूपरेखा

1.0 उद्देश्य
1.1 प्रस्तावना
1.2 सम्पादन
1.2.1 सम्पादन की परिभाषा
1.2.2 समाचार सम्पादन की आवश्यकता
1.3 समाचार कक्ष
1.3.1 सम्पादकीय कक्ष का गठन
1.3.2 समाचार चयन एवं समाचार निर्धारण
1.3.3 समाचार का सम्पादन
1.3.4 शीर्षक
1.4 मुख्य उप सम्पादक/कापी एडीटर
1.4.1 उप सम्पादक के गुण
1.4.2 उप सम्पादकों के कार्य
1.4.3 समाचार कक्ष में संदर्भ-सामग्री
1.5 भाषा
1.6 सम्पादन के संकेत और उनके चिह्न
1.7 सारांश
1.8 शब्दावली
1.9 संदर्भ ग्रंथ
1.10 प्रश्नावली

1.0 उद्देश्य

इस पाठ का अध्ययन करने के बाद आप –

- समाचार सम्पादन को परिभाषित कर सकेंगे,
- समाचार सम्पादन के सिद्धान्तों को समझ सकेंगे,
- समाचार सम्पादन का कार्य कैसे होता है, इसे बता सकेंगे,
- उप सम्पादक के कार्य, उसकी जिम्मेदारी और उसके गुणों से अवगत हो सकेंगे,
- समाचार सम्पादन में आने वाली समस्याओं के बारे में बतायेंगे और उसका विवेचन करेंगे,
- समाचारों को सम्पादित कर सकेंगे।

1.1 प्रस्तावना

किसी भी दैनिक पत्र के प्रकाशन में सम्पादकीय विभाग की अहम भूमिका होती सम्पादकीय विभाग में मुख्य सम्पादक और उप सम्पादकों का दल विभिन्न स्रोतों से समाचारों को सम्पादित कर पठनीय बनाता है। सम्पादकों के दल का सम्पादन कार्य होता है। समाचार टेबुल या सम्पादकीय कक्ष भी कहते हैं। यह कार्य अत्यन्त तनावपूर्ण स्थितियों में होता है। सम्पादकों को एक निश्चित समय के भीतर ही समाचारों की कापियाँ सम्पादित मुद्रण के लिए भेजनी पड़ती है। यह भी देखना पड़ता है कि समाचारों का मेकअप समय हो जाय ताकि तड़के पाठकों के हाथों में अखबार छप कर पहुँच सके।

इस पाठ की प्रस्तुत इकाई में सम्पादकीय कक्ष, मुख्य उप सम्पादक और उप सम्पा के बारे में जानकारी दी जायगी। उनके कार्यों और उनकी जिम्मेदारियों से भी परिचय जायगा। इस पाठ में ही सम्पादन के सिद्धान्तों की चर्चा की जायगी। इसी पाठ में समाचार चयन, उसकी परख, उसके महत्त्व आदि की जाँच भी की जायेगी, जिसके बाद उसका सम्प कर उसे पठनीय बनाया जाता है।

इसी अध्याय में असम्पादित कापियों की जाँच करेंगे और यह बतायेंगे कि इसे सम कैसे बना देते हैं? इस इकाई की पूरी तरह वाचन करें। इमानदारी से अभ्यासों को लिखें। बताये गये ढंग से आप सम्पादन तकनीक की अवश्य जानकारी प्राप्त कर लेंगे।

1.2 संपादन

मुख्य उप सम्पादक सभी स्रोतों से प्राप्त समाचार को अपने समाचारपत्र की आवश्यक के अनुसार छाँटता है। समाचार सम्पादन में अनावश्यक बातों की काट-छाँट करता है। बाद समाचारों को पठनीय बनाने के पूर्व तथ्यों की जाँच करता है। व्याकरण, वाक्यविन्य आँकड़े आदि ठीक करता है। समाचारों को आवश्यकतानुसार संक्षिप्त करता है – इसी को सम्पादन कहते हैं।

कागज पर सम्पादित कर समाचार तैयार हो जाता है, उसे अखबार की भाषा में 'क कहते हैं। यह अंग्रेजी पत्रकारिता का शब्द है। पर हिन्दी पत्रकारिता में यह शब्द व्यावहारिक से प्रचलित हो गया है।

1.2.1 सम्पादन की परिभाषा

सम्पादन शब्द 'पद' धातु से उद्भूत है जिसका अर्थ 'किसी विषय में सम्यक् गति है। किसी अनुष्ठान को योग्यतापूर्वक पूर्ण करने वाली क्रिया को सम्पादन कहा जाता है। अंश को क्रम में बैठाकर शुद्धि के साथ प्रकाशन योग्य बनाना ही सम्पादन कहलाता है।

1.2.2 समाचार सम्पादन की आवश्यकता

समाचार सम्पादन विभाग में संवाद समितियों तथा निजी संवाददाताओं तथा संस्थाओं से समाचार आते हैं। संवाद समितियों से प्राप्त समाचार सम्पादित होते हैं। पर स्रोतों से प्राप्त समाचार कुछ अनुभवी तथा सामान्य व्यक्तियों द्वारा लिखे जाते है। इसलिए समाचार अखबार की शैली में नहीं होते। लम्बे समाचार होते हैं। समाचार लिखने की एक होती है। इसलिए प्राप्त सभी समाचारों का सम्पादन कर उसे एकरूपता प्रदान की जाती है उसे सहज और सुबोध बनाया जाता है। इससे पाठक को समाचार पढ़ने और समझने में दिक्कत नहीं होती है।

अखबार में समाचारों के अतिरिक्त विज्ञापन भी होते हैं। इसलिए समाचारों के सीमित स्थान ही बचता है। सीमित स्थान में अधिकतम सूचनाएँ जनता तक पहुँचानी पड़ती

इसलिए समाचारों को संक्षिप्त और सुबोध बनाया जाता है। समाचारों को भाषा वर्तनी, वाक्य-विन्यास आदि शुद्ध किया जाता है ताकि पाठकों को शुद्ध हिन्दी में समाचार प्राप्त हो। इसलिए समाचारों का सम्पादन सबसे जरूरी कार्य है।

1.3 सम्पादन-कक्ष

समाचारपत्र के सम्पादकीय विभाग का प्रधान प्रधान सम्पादक होता है। उसके अन्तर्गत सहायक सम्पादक, समाचार-सम्पादक, मुख्य उप सम्पादक और उप सम्पादक होते हैं। प्रधान सम्पादक के निर्देशन में सभी सहयोगी सम्पादन कार्य करते हैं।

1.3.1 सम्पादकीय कक्ष का गठन

सम्पादन कक्ष में समाचार-सम्पादक, मुख्य उप सम्पादक और कई उप सम्पादक होते हैं। उप मुख्य सम्पादक के नेतृत्व में उनके पाँच-छ: (आवश्यकतानुसार संख्या अधिक भी हो सकती है) उप सम्पादक काम करते हैं।

समाचार सम्पादन का कार्य पहले सुबह, दोपहर और सायंकालीन पालियों में होता था। अब प्राय: दिन में दो बजे से प्रथम पाली और रात्रि में दूसरी पाली काम करती है। प्रत्येक पाली में समाचार सम्पादक, उप मुख्य सम्पादक और कई उप सम्पादक होते हैं। इनकी एक टीम होती है। सबकी संयुक्त जिम्मेदारी होती है।

उपमुख्य सम्पादक एजेंसियों तथा अन्य स्रोतों से प्राप्त समाचारों को छाँटता है और अपने पत्र के अनुकूल समाचारों का चयन करता है। वह चयनित समाचारों को अपने सहयोगियों को सम्पादन के लिए देता है। उनके सहयोगी सम्पादक समाचारों का सम्पादन, शीर्षक लगाना, लीड, डबल, तीन कालम और सिंगल समाचारों का सम्पादन करता है। उपमुख्य सम्पादक प्रत्येक सहयोगी की कापी की जाँच करता है। उसका शीर्षक, अंग्रेजी से अनुवाद किया समाचार है तो उसके अनुवाद की जाँच कर कापी पास कर कम्पोजिंग के लिए भेजता है।

समाचार सम्पादक अखबार के समाचारों की योजना बनाता है। उपमुख्य सम्पादक और उप सम्पादक मिलकर उसे उसका मूर्तरूप देते हैं। उपमुख्य सम्पादक या वरिष्ठ उप सम्पादक समाचारों का मेकअप करता या कराता है। मेकअप होने के बाद समाचार का पृष्ठ तैयार हो जाता है।

संवाद समितियों और बड़े अखबारों मे अपने कार्यों के अनुसार कई पालियाँ बनायी जाती हैं जहाँ समाचारों को सम्पादित किया जाता है।

1.3.2 समाचारों का चयन एवं निर्धारण

किसी भी समाचारपत्र के लिए समाचारों का निर्धारण करने के लिए कुछ ऐसे तथ्य होते हैं जिनका पालन करना पड़ता है। जिन क्षेत्रों में समाचारपत्र की बिक्री होती है उन क्षेत्रों का समाचार की दृष्टि से अधिक महत्त्व होता है। अगर निकट में कोई घटना घटती है तो समाचारपत्र के लिए वह अधिक महत्त्वपूर्ण है। दूरका समाचार पहले की अपेक्षा कम महत्त्व का होगा। इसकी परख के लिए पाँच तथ्य हैं जो इस प्रकार हैं –

1. समीपता (Proximity) : दूरवर्ती घटनाओं की अपेक्षा निकटवर्ती घटनाओं का समाचार की दृष्टि से अधिक महत्त्व है। वाराणसी से प्रकाशित समाचारपत्र के लिए गंगा में नाव दुर्घटना में दस व्यक्तियों के डूब जाने का समाचार सबसे महत्त्वपूर्ण है, जबकि बम्बई में बस दुर्घटना में बीस यात्रियों के मरने की खबर। इसलिए समाचारों के चयन के समय घटना की निकटता का ध्यान रखा जाना चाहिये।

2. सामयिकता (Timeliness) : वर्तमान समय में घटनाएँ होती हैं, वह समाचार तो है।

पर समय पर वह समाचार नहीं प्रकाशित हुआ तो वह पुराना पड़ जाता है। उसका महत्त्व समाप्त हो जाता है। पर कुछ समाचार ऐसे हैं जो कई महीने पहले घटना घटी हो और उसकी जानकारी बाद में मिलती है वह सबसे महत्वपूर्ण समाचार होगा। यह लीड का समाचार होगा। लालू का चारा घोटाला काण्ड, बैंक से लाखों रुपये के गोलमाल आदि इसी ढंग के समाचार होंगे।

3. प्रमुखता (Prominence) : बड़े लोगों से जुड़ी घटनाएँ समाचार की परिधि में आती हैं। प्रधानमंत्री, मुख्यमंत्री, राष्ट्रपति, बड़े साहित्यकार, फिल्म अभिनेताओं से जुड़ी घटनाएँ समाचार की कोटि में आती हैं। इन्हें प्रमुखता के साथ प्रकाशित किया जाता है।

4. परिणाम (Conseqences) : किसी ऐसी चीज जो बहुसंख्यक पाठकों से जुड़ी हुई है, वह भी समाचार है। मौसम, तूफान, गैस, पेट्रोल, बिजली, फोन की दर में वृद्धि आदि एसे समाचार हैं जिनके परिणामों का प्रभाव जनता पर सीधा पड़ता। गैस, पेट्रोल, बिजली आदि के मूल्यों में वृद्धि से जनजीवन पर गहरा प्रभाव पड़ता है। इसलिए यह सबसे "अच्छा" समाचार है।

5. मानव रुचि (Human Interest) : कुछ घटनाएँ ऐसी होती हैं जिसका पाठकों के मर्म पर प्रभाव पड़ता है। घटना छोटी होती है पर उस पर घटना का गहरा प्रभाव पड़ता है। जैसे वाराणसी का नाटी इमली का भरत मिलाप, आदि ऐसी घटनाएँ हैं जिनमें बहुसंख्यक लोगों की अभिरुचि होती है।

मुख्य रूप से इन्हीं पाँच तथ्यों के आधार पर समाचार का निर्धारण किया जाता है। इनके अतिरिक्त और भी समाचार निर्धारण के तथ्य हैं। पर जिस किसी भी घटना में बहुसंख्यक पाठक की रुचि है वह समाचार की परिधि में है।

1.3.3 समाचार सम्पादन

सम्पादन के लिए प्राप्त समाचार को सबसे पहले दो-तीन बार पढ़ें। पढ़ने से समाचार में क्या है, कैसा और कितने महत्त्व का, इसकी जानकारी हो जाती है। समाचार विवादास्पद तो नहीं है, यह भी देख लेना चाहिये। समाचार बनाते समय सबसे पहले डेटलाइन लिखा जाना चाहिये अर्थात् स्थान का नाम और तारीख देना जरूरी है। उसके बाद समाचार की वर्तनी, शब्दों के प्रयोग विराम चिह्नों का प्रयोग, समाचार का संक्षेप, रूप समाचार स्पष्ट तथा उसकी भाषा प्रवहमान बनायी जानी चाहिये।

स्वरूप समाचार लेखन की तकनीक है। किसी भी समाचार का प्रथम पैराग्राफ लीड या मुख्य कथांश होता है। उस प्रथम पैरा में समाचार की समस्त सूचनाएँ रहती हैं। प्रथम पैराग्राफ पढ़ लेने पर पूरी घटना की जानकारी मिल जाती है।

1.3.4 शीर्षक

किसी भी समाचार का सबसे महत्त्वपूर्ण अंग उसका शीर्षक होता है। अखबार जब सुबह-सुबह पाठकों के हाथ में होता है तो सबसे पहले वह शीर्षक पढ़ता है। शीर्षक पढ़ते ही उसको समाचार का अंदाज लग जाता है। अगर वह समाचार उसके अभिरुचि की हुई तो उसे सबसे पहले पढ़ता है। अत: शीर्षक ऐसा हो जिसमें पाठक का ध्यान आकृष्ट हो सके। शीर्षक बताता है कि इसमें समाचार क्या है।

समाचार के वजन के अनुसार ही उसके शीर्षक होते हैं। समाचार का शीर्षक बनाते समय कुछ तथ्यों का ध्यान रखना चाहिए, जो इस प्रकार हैं –

(1) शीर्षक स्वयं बोलता हो। इससे पाठकों को शिक्षा और मनोरंजन दोनों ही होना चाहिए।

(2) शीर्षक ऐसा लिखा जाना चाहिये कि वह पाठक को समाचार पढ़ने के लिए विवश करता हो। अगर शीर्षक आकर्षक नहीं हुआ तो पाठक उसे पढ़ना नहीं चाहेगा।

(3) शीर्षक में समाचार का सारतत्व होना चाहिये। इसे प्राणवान बनाना चाहिये।

(4) समाचार का शीर्षक वर्तमान काल में लिखा जाना चाहिये।

(5) प्रचलित संक्षिप्त शब्द ही प्रयोग में लाये जायें।

(6) शीर्षक में नाम नहीं पद की चर्चा होनी चाहिये।

जैसे : **राज्यपाल विष्णुकांत शास्त्री का इस्तीफा**

के स्थान पर **यू०पी० के राज्यपाल का इस्तीफा** - शुद्ध शीर्षक होगा।

(7) स्थान की कमी के कारण शीर्षक सिंगल कोटेशन चिह्नों का (' ') का प्रयोग किया जाना चाहिये।

1.4 कापी एडीटर/उपसम्पादक

समाचार कक्ष में प्राप्त अधिकतर समाचार कच्चे माल की तरह होता है। उसकी छँटाई की जाती है। डेटलाइन अशुद्धियाँ, तथ्य, भाषा, शब्दों के प्रयोग आदि सभी दृष्टियों से उसका संशोधन कर पठनीय बनाया जाता है।यह कार्य उपसम्पादक करता है।

1.4.1 उपसंपादक के गुण

प्रत्येक अखबार की अपनी वर्तनी, भाषा शैली, शब्दों के प्रयोग होते हैं। समाचार सम्पादन करते समय इन सभी बातों का ध्यान रखना पड़ता है।

- उपसम्पादक समाचारों की भाषा शुद्ध कर उसे प्रवाहपूर्ण बनाता है।
- लम्बे समाचारों के अनावश्यक बातों को काट-छाँटकर उसका संक्षिप्त रूप रखता है। स्थान अनुसार ही वह समाचारों को बड़ा या छोटा बनाता है।
- वह समाचार के कम्पोज के लिए कापी में टाइप साइज का संकेत लिखता है।
- समाचारों का शीर्षक लगाता है।
- अखबार के मुद्रण के लिए वह प्रिन्ट आडर भी देता है।

उपसम्पादक को बहुज्ञ और बहुश्रुत होना चाहिये। उसे अन्तर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय और स्थानीय सभी प्रकार की गतिविधियों की जानकारी होनी चाहिये। भाषा का बहुत अच्छा ज्ञान होना चाहिये। तत्काल किसी तरह निर्णय करने की क्षमता होनी चाहिये। सामान्य ज्ञान की अच्छी जानकारी होनी चाहिये। प्रेस सम्बन्धी पूरी जानकारी होनी चाहिये।

उपसम्पादक को असामान्य स्थिति में भी कार्य करने की क्षमता होनी चाहिये। उसकी स्मृति तेज, शारीरिक रूप से स्वस्थ और कार्य करने में तल्लीनता होनी चाहिये। सामूहिक भाव से कार्य करने की पूर्ण क्षमता उपसम्पादक का सर्वोत्तम गुण है।

1.4.2 उपसम्पादक के कार्य

उपसम्पादक रिपोर्टर और पाठकों के बीच सेतु का कार्य करता है। जो समाचार रिपोर्टरों से उपसम्पादक को प्राप्त होते हैं उसे सम्पादित कर सहज बोधगम्य बनाकर अपने पाठकों को पढ़ने लिए देता है। उपसम्पादक को अंग्रेजी पत्रकारिता की भाषा में डेस्क परसन या कापी एडीटर भी कहते हैं। वह किसी अखबार को सर्वांग सुन्दर बनाकर उसकी छवि प्रदान करता है। उपसम्पादक समाचारों, तराशने, आकर्षक शीर्षक देने और उसे पूरी तरह से पठनीय बनाते हैं।

प्रातःकाल जब पाठकों के समक्ष आता है तो वह पढ़कर अखबार की सराहना करता है। पर, उसे यह नहीं मालूम होता कि वह कौन व्यक्ति है जो अखबार को यह सुन्दर स्वरूप प्रदान करता है। वह हमेशा अज्ञात स्थिति में रहता है।

(3) उपसम्पादक समाचारों के बनाते समय अपने पाठकों की भाषा के ज्ञान को देखते हुए, उनके अनुरूप भाषा का स्वरूप देते हैं। समाचारों में विशेषण का प्रयोग नहीं करना चाहिये। जटिल और अस्पष्ट शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिये। अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग करते समय यह देखना चाहिये कि उसके समानार्थ अगर हिन्दी में शब्द है तो हिन्दी शब्द का ही प्रयोग करना चाहिये। विवादास्पद तथ्यों से दूर रहना चाहिये।

ऐसे किसी समाचार को नहीं सम्पादित और प्रकाशित करना चाहिये जिसमें अदालत की अवमानना होती है। उपसम्पादक को इन बातों की पूरी तरह कापी सम्पादित करते समय ध्यान में रखना चाहिये। किसी व्यक्ति की अवमानना होने वाली खबर को भी नहीं प्रकाशित करना चाहिये।

उपसम्पादक समाचार का पुनर्लेखन कर उसकी अशुद्धियाँ ठीक करता है। उसका संक्षिप्त प्रारूप तैयार करता है। समाचार की स्पष्टता बहुत जरूरी है।

उपसम्पादक अपने पत्र की नीति का पूरी तरह पालन करता है। अगर उसका अखबार किसी पार्टी विशेष के सिद्धान्तों का समर्थन करता है तब वह उस पार्टी के विरुद्ध लेख नहीं सम्पादित करेगा। पार्टी की कार्यों की आलोचना नहीं करेगा।

समाचारों को सनसनीखेज नहीं बनाना चाहिये। समाचार को इस तरह से भी नहीं बनाया जाना चाहिये कि वह अनावश्यक रूप से किसी व्यक्ति या संस्था का प्रचार होता है।

संदेहास्पद समाचार जब तक स्पष्ट नहीं हो जाय तब तक उसे नहीं प्रकाशित करना चाहिये।

1.4.3 समाचार कक्ष में संदर्भ सामग्री

समाचारों का सम्पादन करते समय अनेक संदर्भ ग्रन्थों की जरूरत होती है, जिसके माध्यम से सम्पादन कार्य त्वरित गति से सम्पन्न होता है। सम्पादन कार्य के दौरान शब्दों की वर्तनी, उसके शुद्ध रूप, उसके अर्थ और उसके व्याकरणिक रूप के बारे में जानना पड़ता है। इसके अतिरिक्त भौगोलिक स्थिति आदि के सम्बन्ध में जिज्ञासा पैदा होती है। इन सारी बातों की जानकारी के लिए सम्पादक के टेबुल और उसके संग्रह में संदर्भ ग्रन्थ रखना आवश्यक है। संदर्भ ग्रन्थ की सूची इस प्रकार है –

- हिन्दी शब्द कोश - ज्ञानमंडल प्रकाशन - काशी
- अंग्रेजी-हिन्दी कोश - ज्ञानमंडल प्रकाशन - काशी
- भूमण्डल का नकशा
- भारत का नकशा
- भारत का संविधान
- प्रेस कानून
- कटिंग संग्रह
- साहित्यकोश
- विश्वकोश
- केन्द्रीय और प्रान्तीय सरकारों के मंत्रियों की सूची
- लोकसभा तथा राज्य सभा के सदस्यों की सूची
- शुद्ध लेखन सम्बन्धी पुस्तक
- समानान्तर कोश

1.5 भाषा

पत्रकारिता शब्द ब्रह्म की उपासना है। शब्द का शुद्ध रूप और उसे यथास्थान रखना ही पत्रकारिता है। लेखन में शब्दों को यथास्थान संयोजित करने से ही उसकी सहज व्यक्ति होगी। पाठक सहज ढंग से भाषा में व्यक्त तथ्य को समझ लेगा। शब्दों के संयोजन, सरल और सुबोध शब्दों का लेखन करना चाहिये। भाषा सरल और व्याकरण सम्मत हो। वाक्य ऐसा लिखा जाय जिसे पाठक सहज ढंग से समझ ले। इसके लिए व्याकरणक, विराम चिह्नों के प्रयोग का सही ढंग से प्रयोग करना चाहिये।

विराम चिह्नों के प्रयोग से अर्थबोध स्पष्ट होता है। वाक्य पठनीय बन जाता है। इसीलिए वाक्य पूरा होने पर पूर्णविराम का प्रयोग करें। दो वाक्यों को एक साथ लिखना है तो प्रथम वाक्य के क्रियापद के बाद कामा का प्रयोग करें तथा अंतिम वाक्य के क्रियापद के बाद पूर्ण विराम का प्रयोग करें।

दो शब्दों को जोड़ने के लिए हाइफन प्रयोग करें - जैसे धीरे-धीरे।

1.6 संपादन संकेत और चिह्न

पृष्ठों की पहचान (Slugs) :

समाचार लेखन कई पृष्ठों में पूरा होता है। इसलिए प्रत्येक पृष्ठ पर संख्या दी जाती है। पर, प्रत्येक समाचार संख्या देकर काम चलाया जाय सभी समाचारों के पृष्ठ मिल जाने पर समाचारों की अलग-अलग पहचान करना कठिन हो जायगा। इसलिए प्रत्येक समाचार को एक से दूसरे को अलग करने के लिए पहचान शब्द का प्रयोग करते हैं, जो किसी समाचार का संकेत रहता है।

जैसे हत्या का समाचार है तो -

पृष्ठ पर **हत्या/1** इस क्रम से पृष्ठ संख्या दें।

अगर चुनाव सम्बन्धी समाचार है तो **चुनाव/1, चुनाव/2** करके पृष्ठ संख्या दी जाय।

पृष्ठ संख्या प्राय: कापी की दाहिनी तरफ लिखा जाता है।

समाचार का प्रथम पैरा

समाचार लेखन की अपनी अलग तकनीक है। समाचार लेखन पिरामिड की शकल जैसा होता है। पिरामिड का नीचे का हिस्सा काफा लम्बा चौड़ा और पोख्ता होता है। इसी तरह समाचार का ऊपरी हिस्सा लम्बा-चौड़ा और पोख्ता होता और नीचे का हिस्सा दुबला पतला होता है। इसीलिए समाचार के लिए यह कहा जाता है कि वह पिरामिड का उलटा स्वरूप है।

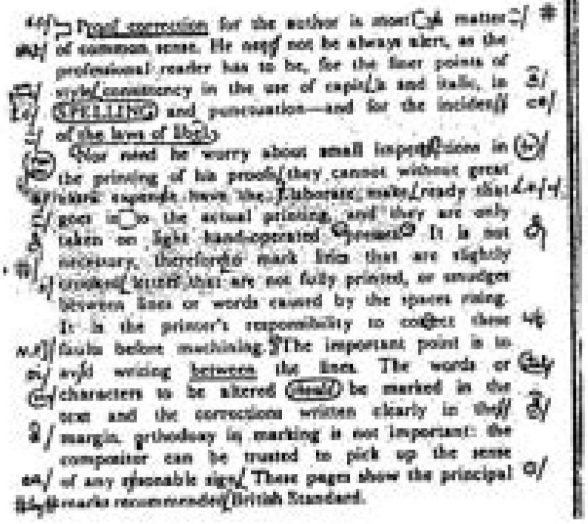
प्रूफ-संशोधन में प्रयुक्त होनेवाले सङ्केत

सङ्केत	अर्थ
	हटा दो या निकाल दो।
▭	एक एम स्थान छोड़ो, जैसा नये पैरा के आरम्भ में होता है।
#	स्पेस डालो या जगह करो।
	उल्टा लगा है ठीक करो।
	अक्षरों को मिलाओ।
=	एक लाइन में करो।

सङ्केत	अर्थ
¶	नया पैरा प्रारम्भ करो।
[	बायीं ओर हटाओ।
]	दाहिनी ओर हटाओ।
⌐¬	ऊपर हटाओ।
⌴	नीचे हटाओ।
eq#	रिक्त स्थान (स्पेस) बराबर करो।
tr	स्थान बदलो।
stet	रहने दो।
w.f.	विजातीय टाइप, बदलो।
en	एक छोटा डैश लगाओ।
em	एक बड़ा डैश लगाओ।
⊥	स्पेस उठा है, दबाओ।
,|	विराम दो।
“ ”	दो अवतरण चिह्न।
‘ ’	एक अवतरण चिह्न।
!	सम्बोधन।
?	प्रश्नवाचक चिह्न।
|||	ऊपर नीचे की पंक्तियों के आदि या अन्तिम अक्षर एक सीध में करो।
✓	स्पेस (रिक्तस्थान) कम करो।
X	टूटा अक्षर, बदलो।
ital	इटैलिक टाइप लगाओ।
rom	रोमन टाइप लगाओ।
run on	पैरा मत छोड़ो।
ld>	दो पङ्क्तियों के बीच में और जगह करो।
(	दो पङ्क्तियों के बीच की जगह कम करो।
⊙	अनुस्वार।
⊙ः	विसर्ग।
SP	गिनती की संख्या अक्षरों में कम्पोज करो। जैसे ‘२’ को ‘दो’।
???	क्वेरी शंका ठीक कराओ।
See copy	पाण्डु लिपि देखो।

PROOF CORRECTION

Reader's Marks



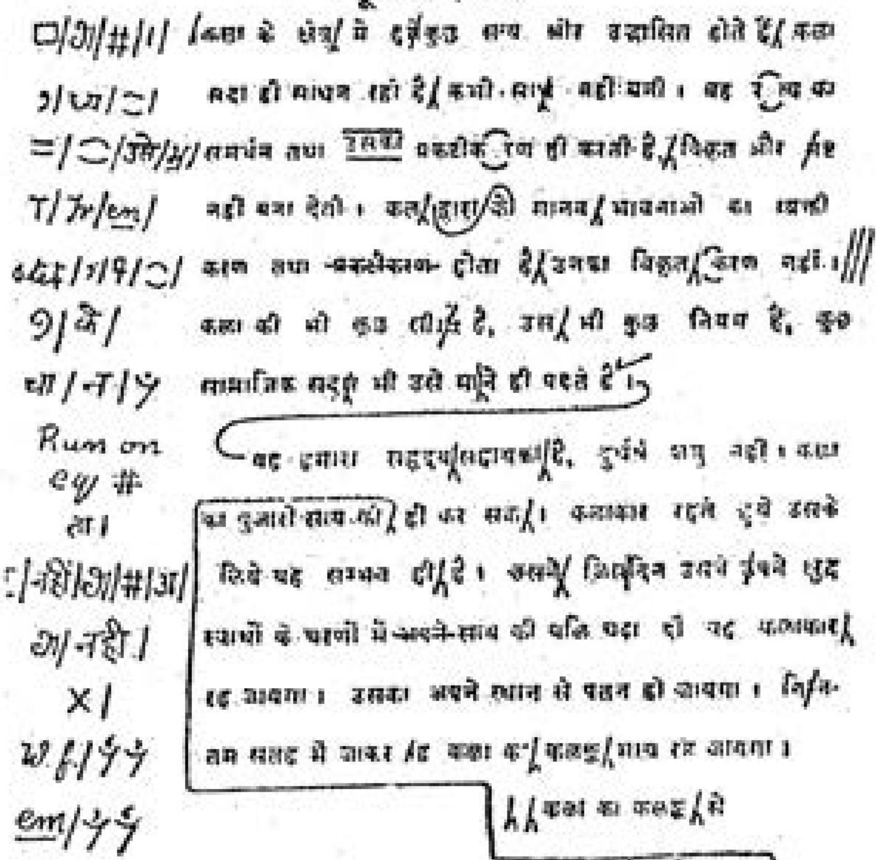
PROOF CORRECTION

Corrected Proof

PROOF CORRECTION for the author is mostly a matter of common sense. He need not be always alert, as the professional reader has to be, for the finer points of style—consistency in the use of capitals and italic, in spelling and punctuation—and for the incidence of the laws of libel. Nor need he worry about small imperfections in the printing of his proofs; they cannot without great extra expense have the elaborate make-ready that goes into the actual printing, and they are only taken on light hand-operated presses. It is not necessary, therefore, to mark lines that are slightly crooked, letters that are not fully printed, or smudges between lines or words caused by the spaces rising. It is the printer's responsibility to correct these faults before machining.

The important point is to avoid writing between the lines. The words or characters to be altered should be marked in the text and the corrections written clearly in the margin. Orthodoxy in marking is not important: the compositor can be trusted to pick up the sense of any reasonable sign. These pages show the principal marks recommended by British Standard.

प्रूफ-संशोधन



अंग्रेजी पत्रकारिता की भाषा में समाचार के प्रथम पैराग्राफ को इन्ट्रो कहा जाता है। हिन्दी में इसे आमुख कहते हैं। समाचार का दूसरा भाग बाड़ी या घटनाओं का विवरण होता है। लीड के इन्ट्रो में संक्षिप्त रूप में यह बता दिया जाता है कि घटना कौन, क्या, क्यों, कब, कहाँ और कैसे घटी इसकी जानकारी दे दी जाती है। बाड़ी में तथ्यों का विस्तृत विवेचन होता है।

समाचार का सबसे महत्त्वपूर्ण भाग उसकी लीड होती है। इसे एक लाइन में लिखी जानी चाहिये। लीड के लिए शब्दों की संख्या निर्धारित नहीं की जा सकती फिर भी संक्षिप्त में लीड बनायी जानी चाहिये। समाचार का विस्तृत विवेचन दूसरे पैरे से किया जाना चाहिये।

1.7 सारांश

आपको इस आलेख से यह समझ में आ गया होगा कि समाचार सम्पादन क्या है। इस पाठ से समाचार सम्पादन की आवश्यकता और समाचार सम्पादन कैसे किया जाता है, की पूर्वपीठिका मिल गयी होगी। समाचारों के उदाहरणों से सम्पादन-कला की झलक मिल गयी होगी। इस पाठ में आपको समाचार कक्ष की गतिविधियों के बारे में बताया गया और यह जानकारी दी गयी है कि समाचार टेबुल पर समाचारों का सम्पादन कैसे किया जाता है, मुख्य उपसम्पादक और उपसम्पादकों की समाचार सम्पादन में कौन सी भूमिका होती है, यह भी समझ गये होंगे। समाचार टेबुल अखबार का हृदय होता है। समाचार के संदर्भ में इसकी सबसे महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है। समाचारों के सम्पादन में उपसम्पादक की सबसे बड़ी भूमिका होती है और समाचारों को अन्तिम रूप देने वाला वह सर्वोच्च अधिकारी होता है।

समाचारपत्रों में सबसे बड़ी समस्या स्थान की होती है। विज्ञापन के लिए स्थान देने में प्राथमिकता दी जाती है। अत: हमें समाचारों को चुनकर देना पड़ता है कि स्थान का पूरा लाभ मिल सके। स्थान होने के बाद भी समाचारों के पूरी तरह प्रस्तुती में कमी नहीं की जाती। समाचारों के तथ्यों को संक्षिप्त और स्पष्ट रूप से प्रस्तुत किया जाता है। इस प्रकार प्रत्येक समाचार को अखबार में उसका स्थान पूरी तरह प्राप्त हो जाता है।

किन तथ्यों से समाचार का निर्धारण होता है, इसका इस पाठ में विवेचन किया गया है। ये पाँच तथ्य हैं – समीपता, प्रमुखता, अनन्तता, परिणाम और मानव अभिरुचि।

किसी अखबार में लीड क्या है और उसका क्या महत्व है, इसका विस्तार से इस पाठ में विवेचन किया गया है। किसी समाचार का प्रथम पैराग्राफ लीड है जो समाचार की आत्मा होती है। वह समाचार का नवनीत होता है। जैसे दही को मथने से नवनीत ऊपर आ जाता है और छाँछ नीचे रह जाता है, उसी तरह किसी घटना लेखन का सम्पादन करने पर उसका नवनीत लीड के रूप में प्रथम पैरा में दे दिया जाता है और घटना के अन्य क्रम उसके बाद होते हैं। लीड में समाचार की पूरी जानकारी मिल जाती है। पाठक की वहं लीड आगे पढ़ने के लिए ललक पैदा करती है।

इस पाठ में समाचार के शीर्षक देने के सम्बन्ध में भी पूरा विवेचन किया है। अच्छे शीर्षक के तीन गुण होते हैं –

- ❑ शीर्षक से यह पता चल जाता है कि समाचार में क्या है।
- ❑ पाठकों को तत्काल और सहज ढंग से सूचना मिल जाती है
- ❑ शीर्षक आकर्षक और बोधगम्य हो ताकि पाठक समाचार पढ़ने के लिए उत्सुक हो जाय।
- ❑ शीर्षक हमेशा वर्तमान काल में होना चाहिये।
- ❑ शीर्षक में क्रियापद का प्रयोग नहीं करना चाहिये।

1.8 शब्दावली

डिलीट	:	हटाइए, काटिये।
न्यूजसेंस	:	समाचार के तत्त्व को परखने की क्षमता
प्रूफ रीडर	:	प्रूफ की गलतियों को इंगित करने वाला

1.9 सन्दर्भ ग्रन्थ

Westley, Bruce - News Editin. LBH Publishing co New Delhi - 6

वैदिक, वेद प्रताप - हिन्दी पत्रकारिता के विविध आयाम
नेशनल पब्लिशिंग हाउस, दरियागंज, नयी दिल्ली।

शास्त्री, कमलापति

टण्डन, पुरुषोत्तम दास - पत्र और पत्रकार ज्ञानमण्डल लि०, वाराणसी

नारायणन, के०पी० - सम्पादन कला

डॉ० धीरेन्द्र नाथ सिंह - K4/37, लाल घाट वाराणसी

1.10 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. संपादन से आप क्या समझते हैं?
2. समाचार संपादन की आवश्यकता क्यों पड़ती है?
3. समाचार का चयन कैसे किया जाता है?
4. उपसम्पादक के कौन से प्रमुख गुण होते हैं?
5. उपसम्पादक के कार्य बताइए।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. सम्पादकीय कक्ष का वर्णन कीजिए।
2. समाचार चयन के क्या आधार हैं? सविस्तार बताइये।
3. शीर्षक से आप क्या समझते हैं? शीर्षक के गुण बताइये।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(क) समाचार सम्पादन कहते हैं –

(i) समाचार छपने के बाद की प्रक्रिया को

(ii) समाचार को प्रकाशन योग्य बनाना

(iii) एजेन्सी से समाचार इकट्ठा करना

(iv) समाचार को लिखना।

(ख) सम्पादकीय विभाग का प्रमुख होता है –

(i) प्रूफ रीडर

(ii) उपसम्पादक

(iii) रिपोर्टर

(iv) सम्पादक

(ग) सम्पादन का अर्थ है –

(i) किसी विषय में सम्यक गति होना,

(ii) समाचार की भाषा को पुनः लिखना

(iii) समाचार को काटना व हटाना

(iv) प्रूफ पढ़ना

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

(क) (ii)

(ख) (iv)

(ग) (i)

इकाई 2 फोटो संपादन

इकाई की रूपरेखा

2.0 उद्देश्य
2.1 प्रस्तावना
2.2 फोटो और फोटो संपादन
2.2.1 फोटो संपादन
2.2.2 नियोजित फोटो पत्रकार
2.2.3 स्वतंत्र फोटो पत्रकार
2.3 फोटो पत्रकारिता
2.3.1 मानवीय दृष्टि
2.3.2 तकनीकी दृष्टि
2.4 फोटो पत्रकारिता की चुनौतियाँ
2.4.1 खोजी पत्रकारिता एवं फोटो ग्राफी
2.4.2 स्वतंत्र फोटोग्राफी एवं समाचार
2.4.3 रेखाचित्र और फोटोग्राफ
2.4.4 फोटो फीचर
2.5 फोटो संपादन प्रक्रिया
2.5.1 फोटो क्रॉपिंग
2.5.2 कैप्शन
2.5.3 प्रकाशकीय निर्देश
2.5.4 फोटो संपादन और कम्प्यूटर
2.5.5 फोटो संपादन की विशिष्टता
2.5.6 फोटोग्राफों का प्रेषण
2.6 समाचार फोटो एजेंसी
2.7 फोटो लाइब्रेरी
2.8 सारांश
2.9 संदर्भ ग्रंथ
2.10 शब्दावली
2.11 प्रश्नावली

2.0 उद्देश्य

प्रस्तुत इकाई का उद्देश्य विद्यार्थियों को फोटो संपादन और फोटो पत्रकारिता के मुख्य

तथ्यों से अवगत कराना है। इस इकाई में फोटो पत्रकारिता के बुनियादी तत्त्वों और आवश्यक योग्यताओं को स्पष्ट करने के साथ-साथ फोटो पत्रकारिता के विभिन्न प्रकार, फोटो चयन, शीर्षक निर्धारण, फोटो फीचर, स्वतंत्र फोटोग्राफी, समाचार फोटो एजेंसी, फोटो प्रेषण सहित फोटो संपादन की प्रक्रिया आदि पर बिंदुवार प्रकाश डाला गया है। प्रस्तुत इकाई के अध्ययन के उपरांत आप निम्नांकित तथ्यों से अवगत हो जाएंगे –

(i) फोटो सम्पादन तथा फोटो पत्रकारिता।

(ii) फोटो पत्रकार के गुण एवं कार्य (छायाकार)।

(iii) फोटो संपादक के गुण एवं कार्य।

(iv) फोटो फीचर का अर्थ एवं विशेषताएँ।

(v) फोटो चयन एवं उचित शीर्षक निर्धारण।

(vi) नई प्रौद्योगिकी एवं फोटो पत्रकारिता।

2.1 प्रस्तावना

सूचना को समाचार के रूप में परिवर्तित करने की प्रक्रिया संपादन कहलाती है। इसमें समाचार के रूप में चयनित सूचना को शुद्धता एवं वस्तुनिष्ठता की कसौटी पर कसा जाता है। उसके व्याकरणिक दोषों और गठन को ठीक किया जाता है। फोटो संपादन भी समाचारपत्रों में कथा (News Story) संपादन की ही भाँति चुनौती भरा वैविध्यपूर्ण तथा सतर्क दृष्टि की आवश्यकता वाला कार्य है जिसमें किसी चित्र की आवश्यकता, उपयोगिता, संयोजन, स्थान एवं शीर्षक निर्धारण आदि कार्य किये जाते हैं।

समाचारपत्रों फोटोग्राफ की आवश्यकता कई रूपों में पड़ती है। लिखित समाचारों के साथ संलग्न फोटोग्राफ समाचार की विश्वसनीयता की दृष्टि से महत्त्वपूर्ण होते हैं। समाचारों को लेकर उठने वाले संशयों को दूर करने तथा उनकी विश्वसनीयता में वृद्धि करने की दृष्टि से ऐसे फोटोग्राफों का महत्त्वपूर्ण स्थान होता है।

इसके अतिरिक्त स्वतंत्र फोटो-फीचर भी समाचारपत्र की पूर्णता और वैविध्यपूर्ति के लिए आवश्यक होते हैं। फोटो-फीचर के साथ शब्दों की आवश्यकता अत्यन्त कम होती है। जहाँ शब्द भाव के वर्णन में अप्रभावी हो जाते हैं वहाँ फोटो-फीचर प्रयुक्त होता है। चित्रों की अपनी एक भाषा होती है जिसकी अभिव्यक्ति के लिए शब्द-संकेत अनावश्यक होते हैं।

समाचारपत्रों में फोटो पत्रकारिता के लिए स्वतंत्र रूप से व्यक्ति नियुक्त होते हैं जिन्हें फोटो पत्रकार (Photo Journalist) कहा जाता है। चित्रों का संग्रहण करना इन्हीं का उत्तरदायित्व होता है। इन्हें प्रेस फोटोग्राफर भी कहा जाता है। हालांकि यह शब्द फोटोग्राफरों की अंशकालिक सेवाएँ पत्रों द्वारा शुरू किये जाने के साथ ही प्रचलन में आया होगा। ये स्वतंत्र रूप से और घटना को कवर करने वाले पत्रकार (Beat Reporter) के साथ, दोनों रूपों में कार्य करते हैं। इसके अतिरिक्त फोटो एजेंसियों के माध्यम से भी समाचारपत्रों को फोटोग्राफ उपलब्ध कराये जाते हैं।

फोटो संपादन की प्रक्रिया में फोटोग्राफ का चयन व उचित शीर्षक का निर्धारण सम्मिलित होता है। यह एक अतिरिक्त सतर्कता भरा कार्य है जिसमें मानवीय पहलू और तकनीकी पहलू, दोनों का ज्ञान आवश्यक होता है। मानवीय पहलू में फोटोग्राफ की संवेदनशीलता एवं सामयिकता जाँची जाती है तथा तकनीकी पहलू में मुद्रण प्रक्रिया में उसके संयोजन की व्यवस्था की जाती है।

प्रस्तुत पाठ में उपरिवर्णित तथ्यों की विवेचना तथा व्याख्या की गयी है एवं फोटो पत्रकारिता के विविध पहलुओं को सारगर्भित रूप में समेटने का प्रयास किया गया है।

2.2 फोटो और फोटो संपादन

फोटो प्रमाणिक इतिहास होते हैं। बीते हुए समय का चित्रों से जीवन्त और विश्वसनीय प्रमाण और कुछ नहीं हो सकता। चित्रों की अपनी भाषा होती है जिसको समझने के लिए किसी संकेत चिह्न की जरूरत नहीं पड़ती। चित्र अपने आप में मानवीय अनुभूति को उद्वेलित कर उसकी भावुकता को प्रवाह देने में सक्षम होते हैं।

समाचारों की दृष्टि से चित्रों का विशेष महत्त्व होता है। फोटो समाचार की विश्वसनीयता और जीवन्तता को बढ़ाते हैं। विवादास्पद बातों पर फोटो द्वारा की गयी अभिव्यक्ति निर्णायक होती है। पाठक फोटोयुक्त समाचार को ज्यादा सुगमतापूर्वक ग्रहण करते हैं तथा यह उनके मस्तिष्क पटल में अपेक्षाकृत दीर्घ अवधि तक सुरक्षित रहता है।

2.2.1 फोटो संपादन

चित्र समाचारपत्र को आकर्षक तथा विश्वसनीय बनाते हैं। समाचारपत्रों की पूर्णता की दृष्टि से फोटोग्राफों का विशेष महत्त्व होता है। लेकिन समाचारपत्रों में प्रकाशित होने वाली उसी अवस्था में नहीं छाप दी जाती, जिस अवस्था में उसे फोटोग्राफर या अन्य स्रोतों से प्राप्त किया जाता है। वह पहले परिमार्जन की प्रक्रिया अर्थात् फोटो संपादन से गुजरती है। एक घटनाक्रम के कई फोटोग्राफ उपलब्ध होते हैं। इनमें से सर्वाधिक सटीक एक या कभी-कभी दो फोटोग्राफों का चयन किया जाता है। चयन की प्रक्रिया में यह ध्यान रखा जाता है कि उपरोक्त फोटोग्राफ घटना की व्याख्या करने अथवा उसके महत्त्वपूर्ण बिंदु को स्पष्ट करने में सहायक हो। फोटो-फीचर के चयन में विषय की सामयिकता, उपलब्ध फोटोग्राफों का सिलसिलेवार होना और आकर्षक तथा स्पष्ट होना विशेष मायने रखता है। फोटो फीचर में लय एक महत्त्वपूर्ण तत्त्व है। लयहीन फोटोफीचर पाठक की नजर में खटकने लगता है।

फोटो संपादन एक प्रबन्धकीय कौशलयुक्त कार्य भी है। फोटो संपादक को प्रेस फोटोग्राफरों को रोज कामों का बँटवारा करना होता है और समय सीमा के अन्दर कामों को प्राप्त करना होता है। आपातकालीन परिस्थितियों में फोटोग्राफर की रक्षा का प्रबंध भी उसे देखना पड़ सकता है। फोटो लाइब्रेरी की व्यवस्था एवं संरक्षण की व्यवस्था भी फोटो संपादक का ही दायित्त्व है। फोटोग्राफी से जुड़े उपकरणों और लैब के कुशलतापूर्वक संचालन की व्यवस्था पर भी उसे नजर रखनी होती है। इन कार्यों के लिए उच्चस्तरीय प्रबंधन क्षमता का होना अति आवश्यक होता है।

फोटो संपादन के बिना प्रभावपूर्ण चित्रों का प्रकाशन संभव नहीं हो सकता। फोटो संपादन द्वारा ही किसी चित्र और उसके साथ प्रकाशित होने वाले लिखित विवरण का अनुपात तथा पाठक के मनोविज्ञान से अनुकूलन रखने वाले चित्र का चुनाव करना संभव होता है। फोटो के प्रभावशाली रूप में समाचारपत्र में छपने के लिए उसका उचित तथा व्यवस्थित तथा सारगर्भित संपादन करना अत्यन्त महत्त्वपूर्ण होता है। फोटो का शीर्षक निर्धारण संपादक ही करता है जिससे चित्रों को नया अर्थ मिलता है एवं उसकी उपयोगिता तथा सार्थकता में बढ़ोत्तरी होती है।

समाचारपत्र के लिए फोटोग्राफी का कार्य करने वाले व्यक्ति को फोटो पत्रकार कहा जाता है। फोटो पत्रकार दो रूपों में कार्य करते हैं –

(i) नियोजित फोटो पत्रकार।

(ii) स्वतंत्र फोटो पत्रकार।

2.2.2 नियोजित फोटो पत्रकार

इस श्रेणी में वे लोग सम्मिलित किये जाते हैं जो किसी समाचारपत्र/पत्रिका संगठन में प्रेस-छायाकार की नौकरी करते हैं। संगठन के नियमों के अनुरूप उन्हें कार्य करना होता है तथा

2.2.3 स्वतंत्र फोटो पत्रकार

इस श्रेणी में वे व्यक्ति आते हैं जो स्वतंत्र रूप से छायांकन का कार्य करते हैं। उनका समाचारपत्र/पत्रिकाओं से अनुबंध होता है। और चयनित फोटोग्राफों के आधार पर उनके मानदेय का निर्धारण होता है।

2.3 फोटो पत्रकारिता

एक अच्छा फोटो पत्रकार बनने केलिए जरूरी है कि व्यक्ति में एक संवाददाता के रूप में कार्य करने की योग्यताएँ मौजूद हैं। इसके अतिरिक्त उसे अपने विषय में पारंगत भी होना चाहिए। फोटो पत्रकार के लिए अपेक्षित योग्यता को हम दो भागों में बाँट सकते हैं –

(i) मानवीय दृष्टि

(ii) तकनीकी दृष्टि

2.3.1 मानवीय दृष्टि

अच्छा फोटो पत्रकार वह है जो किसी विचार या धरना को चित्र रूप में सोच सके। मानवीय भावनाओं की उसे अच्छी समझ हो तथा प्रकाश एवं रंगों के प्रति अत्यन्त संवेदनशील हो। वह किन्हीं दो क्षणों में अंतर करने में समर्थ हो। समय के बारे में उसकी यह सोच सबसे महत्त्वपूर्ण होती है। नये विषयों और एक ही विषय पर कई तरीकों से काम करने की उसमें योग्यता होनी चाहिए। विचारों की मौलिकता, विषय का नयापन एवं प्रभावशीलता उसके लिए महत्त्वपूर्ण होता है। उसमें शारीरिक एवं मानसिक क्षमता भी होनी चाहिए। चित्रों में तभी आकर्षण पैदा होगा जब वे अनूठे होंगे। लोगों की आवश्यकता को ध्यान से देखना, बेबसी, लाचारी, हर्ष-विषाद, यय-पराजय,करुणा, श्रद्धा आदि भावों को पकड़ने की क्षमता फोटो पत्रकारिता का अनिवार्य तत्त्व है। संघर्ष की अकूत क्षमता और धैर्यपूर्ण मृदुल व्यवहार से ही वह विपरीत परिस्थितियों में भी वांछित चित्र प्राप्त कर सकता है।

अनुसंधान की उच्चस्तरीय क्षमता भी फोटो पत्रकार के लिए आवश्यक होती है। अफगानिस्तान पर अमेरिकी हमले के बाद एक महिला की तस्वीर विश्वप्रसिद्ध 'टाईम' पत्रिका के कवर पर छपी। यह वही महिला थी जिसके बचपन की तस्वीर दो दशक पहली इसी पत्रिका के कवर पर छपकर व्यापक प्रशंसा बटोर चुकी थी। उस महिला को अफगानिस्तान में खोजने के लिए पत्रिका के फोटो पत्रकारों के दल को कितना व्यापक अनुसंधान करना पड़ा होगा, इसका आप अंदाजा लगा सकते हैं।

2.3.2 तकनीकी दृष्टि

फोटो पत्रकार की दृष्टि से तकनीकी पहलू भी अत्यन्त महत्त्वपूर्ण है। वस्तुत: वह तकनीकी कौशल से मानवीय पहलू को उजागर करने वाला कलाकार होता है। फोटोग्राफी एक तकनीकी कार्य है जिसके लिए व्यक्ति को कैमरा संचालन, प्रकाश संयोजन, दूरी का हिसाब, रंग संयोजन की अच्छी जानकारी जरूरी होती है। जिस कैमरे का वह इस्तेमाल कर रहा है उसके संचालन की समस्त जानकारी होनी चाहिए। इसके अतिरिक्त फोटो पत्रकार के लिए आवश्यक है कि वह डार्करूम में काम करना जानता हो। आज संचार प्रौद्योगिकी के युग में डिजिटल कैमरे की मेमोरी स्टिक, इंटरनेट एवं अन्य कम्प्यूटर नेटवर्क के माधयम से चित्र प्रेषण तथा चित्र प्राप्त करना और कम्प्यूटर स्कैनिंग की बारीकियों से भी उसे परिचित होना चाहिए।

2.4 फोटो पत्रकारिता की चुनौतियाँ

फोटो पत्रकारिता चुनौतीभरा काम है। इसके लिए अतिरिक्त शारीरिक एवं मानसिक कौशल जरूरी होता है। फोटो पत्रकार को बीट (Beat) रिपोर्टर से तालमेल बैठाना जरूरी होता है। तभी वह सही फोटोग्राफ का चयन कर पाता है। समाचारपत्र की डेटलाइन उस पर भी लागू

होता है। उसे अपना काम समय के संक्षिप्त दायरे मे करना होता है। उसका कार्य क्षेत्र कोई स्टूडियो ,नहीं होता। ऐसे में प्रकाश संयोजन और मौसमी कठिनाइयों से भी तालमेल बिठाना जरूरी होता है।

इसके अतिरिक्त फोटो पत्रकार की क्षमताओं का सही पता प्राकृतिक आपदाओं, युद्ध, हिंसक संघर्षों, दंगों या तनाव के समय चलता है। यह विषम परिस्थितियाँ शारीरिक और मानसिक मजबूती की माँग करती हैं। प्रशासन, सुरक्षा तंत्र और उपद्रवी तत्त्व तीनों ही फोटोग्राफर के लिए बाधक होते हैं। उसे कोई सुरक्षा नहीं प्राप्त होती तथा खुद चोट खाकर भी अपने उपकरणों की रक्षा करनी होती है। विषमतर परिस्थितियों में,जहाँ से लोग पलायन कर रहे हों, उसे डटकर फोटोग्राफ लेना होता है। थोड़ी सी चूक ऐसी स्थिति में जानलेवा हो सकती है। आपातकालीन परिस्थितियों में फोटो पत्रकार का कार्य बहुत कठिन हो जाता है। संवेदनशील परिस्थितियों में उसे संवाददाता की ही तरह जागरूक रहना होता है। ऐसे में नियम और कायदे-कानून की तलवार उसपर भी लटकती रहती है।

स्वतंत्र रूप से काम करने वाले फोटो पत्रकारों के लिए तो दायित्व निभाना और भी कठिन होता है। विषम परिस्थितियों में उसके पास समाचारपत्र संगठन का सम्बल नहीं होता। ऐसी स्थितियों में उसके व्यक्तिगत संबंध और बचाव की बुद्धि ही काम आती है।

कार्यक्षेत्र (Field) की चुनौतियों के साथ-साथ अखबार का दफ्तर भी उसके लिए चुनौती वाला दूसरा क्षेत्र होता है। संपादक की समीक्षात्मक नजरों के समक्ष सही चित्र प्रस्तुत करने के लिए वह फील्ड में कई कोणों (Angles) से चित्र तैयार करता है। मुद्रण की सुविधा के अनुरूप स्पष्ट फोटोग्राफ प्रस्तुत करना भी जरूरी होता है।

इस प्रकार फोटो पत्रकार का काम जोखिम और चुनौतियों से भरा हुआ है। सफलता प्राप्त करने के लिए उसे विपरीत परिस्थितियों में संघर्ष करना होता है और अपनी संवेदनशीलता बनाये रखनी होती है।

2.4.1 खोजी पत्रकारिता एवं फोटोग्राफी

खोजी पत्रकारिता समाचार जगत के आकर्षण की जान होती है। एक पत्रकार अनियमितताओं, अपराध, घोटालों और विसंगतियों को ढूँढ़कर लोगों के समक्ष प्रस्तुत करता है। ऐसी पत्रकारिता में प्रमाणों की सख्त जरूरत पड़ती है। फोटोग्राफ इस दिशा में सर्वोत्तम प्रमाण होते हैं। आरोपित व्यक्ति लिखी हुई बातों को तो नकार सकता है लेकिन चित्रों की प्रामाणिकता झुठलाना उसके लिए संभव नहीं होता है। अपराधी-नेता साँठ-गाँठ उजागर करने, प्रशासनिक दुर्व्यवस्थाओं, लापरवाहियों और चूकों को सामने लाने, घूसखोरी व अन्य अपराधों का कच्चा-चिट्ठा खोलते चित्र जब बोलते हैं तो सफाई देने वाले की बोलती बन्द हो जाती है।

खोजी फोटो पत्रकारिता सबसे अधिक जोखिम का काम है। एक संवाददाता तो अपनी पहचान छुपा सकता है और सुगमतापूर्वक अपने काम को अंजाम दे सकता है लेकिन फोटो-पत्रकार के लिए ऐसा संभव नहीं होता। उसके उपकरण स्वयं उसकी पहचान बता देते हैं। ऐसे में उसे सावधानी से अपना कार्य करना चाहिए जिससे वह तथ्यों को सफलतापूर्वक अपने कैमरे में कैद कर सके। पूर्व आकलन तथा पूर्वाभ्यास ऐसी फोटो पत्रकारिता में जरूरी होता है क्योंकि घटनास्थल पर ज्यादा देर रुकना खतरे से खाली नहीं होता।

2.4.2 स्वतंत्र फोटोग्राफी एवं समाचार

हाल के वर्षों में स्वतंत्र फोटो पत्रकारिता का प्रचलन तेजी से बढ़ा है। स्वतंत्र रूप से कार्य करना अनुबंधित होकर कार्य करने की अपेक्षा ज्यादा कठिन होता है। स्वतंत्र फोटो पत्रकार को अपने संसाधनों की व्यवस्था स्वयं करनी होती है। उपकरणों के साथ-साथ लैब, कार्यालय एवं विपणन व्यवस्था वह स्वयं विकसित करता है। काम करने की स्वतंत्रता उसे अवश्य प्राप्त होती है। उसका ज्यादातर समय बाहर (Field) में ही बीतता है। वास्तव में एक अच्छा फोटोग्राफ प्राप्त कर लेना और उसे सुरक्षित रख लेना भाग्य की बात होती है। समारोहों की औपचारिकताओं को छोड़ दें तो घटनाएँ फोटों खिंचवाने का इंतजार नहीं करतीं। फोटो पत्रकार की किस्मत से भी

उसे कुछ दुर्लभ चित्र प्राप्त हो जाते हैं।

इलाहाबाद के महाकुंभ में विदेशी महिला द्वारा नग्न होकर किये गये संगम पर सार्वजनिक स्नान का चित्र लेने का प्रयास तो कई फोटोग्राफरों ने किया लेकिन प्रशासन ने उपकरणों या फोटोग्राफों को नष्ट कर दिया। एक-दो फोटोग्राफरों द्वारा अपने चित्र बचा लिये गये जिन्हें अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रकाशित होने का मौका मिला।

भारत में हाल के वर्षों में स्वतंत्र फोटो पत्रकारों ने कुछ दुर्लभ तस्वीरें प्रस्तुत की हैं। इसमें से अयोध्या में विवादित ढाँचा ढहाये जाने की तस्वीरें, कच्छ मे आये भूकंप के दौरान की तबाही की तस्वीरें, गोधरा कांड और गुजरात दंगों की तस्वीरें बहुचर्चित हुई हैं।

स्वतंत्र फोटो पत्रकारिता में काम करने की स्वतंत्रता होती है। फोटो पत्रकार अपने मन मुताबिक काम कर सकता है। उसे केवल संपादक और समाचारपत्र की रुचियों और प्राथमिकताओं की जानकारी होनी चाहिए। इससे उसके काम को स्वीकार किये जाने में सुविधा रहेगी।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के बढ़ते प्रभाव के चलते समाचारपत्रों की प्राथमिकता में भी तेजी से बदलाव हुआ है। आज वे समाचार ज्यादा पसंद किये जाते हैं जिनके साथ फोटोग्राफ भी लगा होता है। लिखित समाचार के साथ संबंधित घटना की फोटोग्राफी को समाचार-फोटोग्राफी (News-Photography) कहा जाता है। इसके साथ लिखित समाचार का होना आवश्यक होता है। सामान्य परिस्थितियों में प्रेस फोटोग्राफर को यह पता होता है कि उसे कौन सा चित्र लेना है। बीट रिपोर्टर के साथकाम करते हुए वह इन्हें प्राप्त करता है। लेकिन जब आयोजन बड़ा होता है और समूचे माहौल (Story environment) को कवर करना महत्त्वपूर्ण हो जाता है तो फोटोग्राफर का अपना विवेक महत्त्वपूर्ण हो जाता है। दंगे, आपदा, संघर्ष और युद्ध की स्थितियों में समाचार कथा के साथ माहौल की भीषणता व्यक्त करती कोई भी फोटोग्राफ प्रभावशाली होती है। इसी प्रकार खेल के मैदान से एक-दो पल ही कैमरे में कैद होते है जो कहीं न कहीं वर्णन में जरूर आते हैं। हाँ! ऐसे में मुख्य प्रदर्शन (Key Performence) का ध्यान रखना चाहिए।

2.4.3 रेखाचित्र और फोटोग्राफ

रेखाचित्रों का समाचार के लिए फोटोग्राफी में महत्त्वपूर्ण भूमिका है। वे फोटोग्राफों के लिए पूरक का कार्य करते हैं। प्रेस फोटोग्राफर घटना घटित होने के बाद ही घटनास्थल पर पहुँचता है। ऐसे में बड़ी घटनाएँ, जिनका घटनाक्रम प्रदर्शित करना महत्त्वपूर्ण होता है, के विवरण प्रस्तुत करने में रेखाचित्रों की मदद ली जाती है। जैसे गैसल में भीषण ट्रेन दुर्घटना या न्यूयार्क में वर्ल्ड ट्रेड टावर का उदाहरण दिया जा सकता है। दोनों मामलों में दुर्घटना बाद के ही चित्र उपलब्ध के अत: दुर्घटना के क्रम को रेखाचित्रों के माध्यम से स्पष्ट किया गया था। ऐसी स्थिति में प्रेस फोटोग्राफर को घटनास्थल का कई कोणों से फोटो लेना चाहिए क्योंकि रेखाचित्र तारतम्यपूर्वक विकसितकरने के लिए यह आधार का कार्य करता है।

2.4.4 फोटो फीचर

जब कथा का प्रस्तुतिकरण शब्दों के बजाय चित्रों से किया जाता है तो उसे फोटो-फीचर कहते हैं। फोटो फीचर में एक **फोटो भी हो सकती है** और किसी घटना का कई चित्रों के माध्यम से भी प्रस्तुतिकरण किया जा सकता है। 'एक फोटोग्राफ हजार शब्दों की ताकत रखता है' की उक्ति को चरितार्थ करने का कार्य फोटो फीचर में होता है। भाव और सौन्दर्य का प्रस्तुतिकरण इसके माध्यम से सफलतापूर्वक किया जाता है। सुबहे-बनारस, कन्याकुमारी का सूर्यास्त, फूलों का सौंदर्य, माँ की वत्सलता, भक्त की तन्मक्ता, एथलीट की एकाग्रता प्रदर्शित करने के लिए एक फोटोग्राफ हजार शब्दों पर भारी पड़ता है।

2.5 फोटो संपादन प्रक्रिया

फोटो संपादन की प्रक्रिया में फोटोग्राफ का चयन, शीर्षक (Caption) निर्धारण, स्थान

संयोजन, उभार व्यवस्थित करना आदि कार्य शामिल होते हैं। समाचारपत्र में स्थान की समस्या होती है। फोटोग्राफों का एक सीमा तक ही उपयोग किया जा सकता है। अनेक उपलब्ध फोटोग्राफों में से उपयुक्त का चयन करना होता है। यह फोटो संपादक के कौशल और विवेक पर निर्भर करता है कि वह सही फोटोग्राफ का चयन करे। समाचारों के साथ वही चित्र सही होते हैं जो समाचार के भाव को पूर्णतया स्पष्ट कर दें। फोटो-फीचर के लिए भाव-प्रधान चित्रों का चयन करना चाहिए।

फोटो संपादक को यह पता होना चाहिए कि फोटोग्राफ के लिए कितनी जगह का इस्तेमाल करना है। बड़ी खबरों के साथ तो विस्तारित (5 × 7" के) फोटोग्राफ स्वीकार्य होते हैं लेकिन छोटे समाचार के साथ फोटो का आकार भी समानुपातिक रूप से छोटा होना चाहिए। टेबलॉयड समाचारपत्रों में तो दो कॉलम से ज्यादा की फोटो संभव ही नहीं होती अत: 2x3' या 3x4' की फोटो ही लगाई जा सकती है।

वैश्वीकरण में किसानों का ख्याल जरूरी— मुख्यमंत्री

उपर्युक्त चित्र मूल आकार में ऊपर है। एक टेबलॉयड पत्र में अधिकतम दो कॉलम में चित्र को समायोजित कर प्रकाशित किया गया है।

फोटोग्राफ का स्थान भी सही होना चाहिए। चित्र हमेशा अंदर की ओर देखता प्रतीत होना चाहिए। बाहर की तरफ देखता चित्र बेढंगा लगता है। नीचे की ओर लगा चित्र ऊपर देखता हो तथा ऊपर लगा चित्र नीचे देखता हो तो सही रहता है। अंदर की ओर देखते फोटो को अंतिम कॉलमों में नहीं लगाना चाहिए।

फोटो संपादन की प्रक्रिया दो तरीके से होती है

(i) लम्बवत् संपादन (Vertical editing)

(ii) ऊर्ध्वाधर संपादन (Horizontal editing)

सर्वप्रथम लम्बवत् संपादन किया जाता है। संपादक मुख्य चित्र के पास धीरे-धीरे आस-पास के अर्थहीन चित्रों को हटाते हुए पहुँचता है। जैसे किसी लोकप्रिय व्यक्ति के साथ कई लोग खड़े हैं तो फोटो संपादक उनमें से अनुपयोगी व्यक्तियों को हटाकर मुख्य व्यक्ति का ही फोटोग्राफ चयनित करेगा। इसके बाद ऊर्ध्वाधर या आड़ी छँटाई की जाती है। पूर्व की ही भाँति दोनों ओर छँटाई करते-करते संपादक मूल विषय के नजदीक तक आता है। इसमें यह ध्यान रखा जाता है कि चित्र वर्गाकार न बन जाय।

प्रस्तुत चित्र मुख्य अतिथि द्वारा वृक्षारोपण कार्यक्रम का है। इसमें फोटो संपादक ने सरसरी तौर पर चयनित हिस्से को घेर दी है। फोटो के अनावश्यक किनारे को (x) का निशान बनाकर हटाने का निर्देश भी अंकित है। उपर्युक्त चित्र को कम्प्यूटर की मदद से स्कैन कर वांछित हिस्सा सही आकार में प्रकाशित किया जायेगा।

2.5.1 फोटो क्रॉपिंग

फोटो क्रॉपिंग को हिन्दी में कर्तन कहते हैं। इसमें प्रकाशन के लिए चुने गये चित्र को लम्बवत (Vertical) व ऊर्ध्वाधर (Horizontal) कॉंट-छॉंटकरके प्रकाशन योग्य बनाया जाता है। फोटो क्रॉपिंग संपादन की मूल प्रक्रिया है।

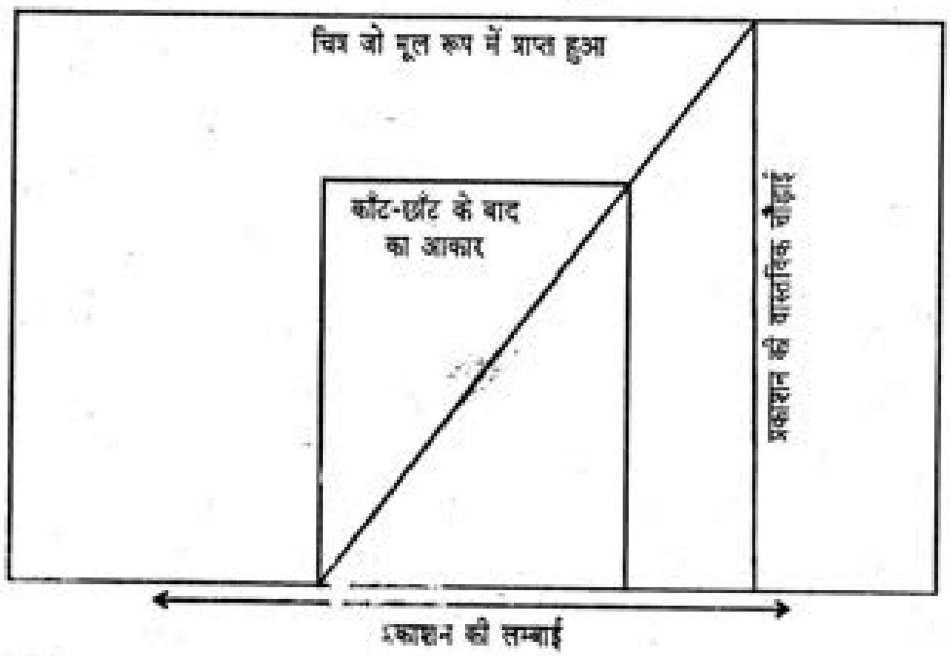
2.5.2 कैप्शन

फोटोग्राफ के साथ जो परिचयात्मक विवरण होता है उसे कैप्शन कहते हैं। चयनित फोटो का शीर्षक देना भी चयन के समान ही महत्वपूर्ण होता है। फोटो कैप्शन सटीक और संक्षिप्त होना चाहिए। फोटो के प्रभाव की अभिव्यक्ति करता शीर्षक सर्वाधिक सफल माना जाता है। हर चित्र के साथ उसका कैप्शन होना जरूरी है। कैप्शन फोटो के नीचे लगाना चाहिए क्योंकि ऊपर लगा कैप्शन फोटो के महत्त्व को कम करता है।

2.5.3 प्रकाशकीय निर्देश

चित्र के पीछे संपादक प्रकाशन संबंधी निर्देश लिखता है। चित्र जिस आकार में प्रकाशित होना है उसका स्पष्ट निर्देश पीछे दे दिया जाता है। चित्र का आकार तय करने के लिए रेखागणित के विकर्ण सिद्धान्त का प्रयोग किया जाता है। इसमें चित्र के पीछे दो विपरीत कोनों को मिलाती हुई एक रेखा खींची जाती है। आधार की रेखा को बढ़ाकर वांछित कालम की लम्बाई तक ले जाया जाता है और उस बिन्दु से एक लम्बवत् रेखा खींचकर उसे कर्ण में मिला देते हैं। वह उस चित्र की चौड़ाई होती है।

आकार सम्बन्धी निर्देश



2.5.4 फोटो संपादन और कम्प्यूटर

आजकल कम्प्यूटर पर फोटो संपादन का चलन बढ़ रहा है। इसमें प्रिण्ट को स्कैन करके कंप्यूटर पर संपादन कार्य होता है। नेगेटिव को भी नेगेटिव स्कैनर की सहायता से स्कैन करके संपादन किया जा सकता है। डिजिटल कैमरे की खिंची फोटो के संपादन के लिए उसकी फ्लॉपी या मेमोरी-स्टिक का प्रयोग किया जाता है। कम्प्यूटर के चलते दो चित्रों को मिलाना आसान और त्रुटिहीन हो गया है।

दीक्षान्त भाषण देते महामहिम

ऊपर के दो चित्रों को एक में मिलाकर नीचे का चित्र प्रकाशित किया गया है जो चित्र सम्मिश्रण का अच्छा उदाहरण है।

RIL-110

2.5.5 फोटो संपादक की विशिष्टता

समाचारपत्र कार्यालय में फोटोग्राफ को काँट-छाँट कर प्रकाशन के लिए तैयार करने वाले व्यक्ति को फोटो संपादक कहा जाता है। फोटो संपादक का कार्य सैकड़ों शब्दों के साथ विवरण लिखना नहीं बल्कि फोटो से ही स्पष्टता व्यक्त करना है। प्रख्यात फोटो संपादक जॉन पी०मौरिस ने फोटो संपादक को 'गम्भीरता या (हास-परिहास) की अभिरुचि पैदा करने वाला, नैतिकता का अनियुक्त संरक्षक, प्रतिभा का सृजनकर्ता व यशस्वी व्यक्तियों का साथी' माना है। वह वास्तविकता तथा इतिहास का समन्वयक होता है।

फोटो संपादक को निडर और संवेदनशील होना चाहिए। अपराध, विसंगतियों आदि के फोटोग्राफ का प्रकाशन करते समय उसे सशंकित या भयभीत नहीं होना चाहिए। सामान्य फोटोग्राफ और भावप्रद फोटोग्राफ के बीच अंतर करना उसे आना चाहिए।

पाठकों की रुचि का उसे ज्ञान होना चाहिए। तभी वह ऐसे फोटोग्राफ का चयन कर सकेगा जो उसके पाठकों को पसंद आये। वह भले अच्छा फोटोग्राफर न हो लेकिन फोटोग्राफ की तकनीकी बारीकियों मसलन उभार, रंग संयोजन, स्पष्टता आदि की जानकारी होनी चाहिए।

फोटो संपादक के निम्नांकित उत्तरदायित्व होते हैं –

(1) सहयोगी फोटोग्राफरों को कार्य सौंपना व आवश्यक चित्र के बारे में जरूरी निर्देश देना।

(2) ऐसे समाचारों का ध्यान रखना जिसके साथ आकर्षक फोटोग्राफ प्रकाशित हो सकते हैं।

(3) उपयुक्त फोटोग्राफ का चयन करना।

(4) आकार एवं शीर्षक निर्धारण।

(5) समाचारपत्र के फोटोग्राफी संबंधी उपकरणों – कैमरा, फोकस, स्टैण्ड, लैब आदि सही कार्य कर रहे हैं या नहीं – जाँच करना।

(6) संपादकीय बैठक में हिस्सेदारी।

2.5.6 फोटोग्राफों का प्रेषण

आज प्रौद्योगिकीय प्रगति ने फोटो प्रेषण का कार्य अत्यन्त सरल कर दिया है। इंटरनेट नेटवर्क ने तत्काल फोटो उपलब्ध कराना सुगम बना दिया है। कम्प्यूटरों के माध्यम से उनका संरक्षण भी काफी सुविधाजनक हो गया है। लेकिन एक समय था जब फोटो पत्रकार स्वयं चित्र लेकर समाचारपत्र कार्यालय पहुँचता था। एडनबरा का समाचारपत्र 'स्कॉट्समैन' विश्व का पहला समाचारपत्र था जिसने फेसीमल पद्धति से सन 1928 के अंत में न्यूयार्क और लंदन के बीच प्रेषित किया गया। आस्ट्रेलिया की 'वीमेंस वीकली' पत्रिका ने सबसे पहले 1945 में लंदन से रंगीन चित्र भेजे। 1957 में पहली बार रेडियो बीम के माध्यम से बीबीसी ने कुछ चित्र पेरिस भेजे।

आज उपग्रहीय संचार व्यवस्था ने चित्र प्रेषण को नया आयाम दे दिया है। स्कैनिंग की विकसित प्रणाली से चित्रों के प्रभाव में भी परिवर्तन संभव हो गया है। यह एक चमत्कारी तकनीक है जिसमें फोटो का आकार-प्रकार बदलना, रंग संयोजन परिवर्तित करना एवं वांछित हिस्से का प्रेषण करना अत्यन्त आसान हो गया है। वास्तव में तकनीकी प्रगति ने चित्र प्रेषण के कार्य को सुगम और त्वरित बना दिया है।

2.6 समाचार फोटो एजेंसी

समाचार फोटो एजेंसी प्रकाशन के लिए फोटोग्राफ उपलब्ध कराती है। विश्व की पहली फोटो समाचार एजेंसी 1947 में प्रेस एसोसिएशन और रायटर फोटोज के नाम से शुरू हुई। सभी

परमुख एजेंसियों का अलग फोटो प्रभाग है जो चित्र भेजता है। भारत में पी०टी०आई० और यू०एन०आई० की अपनी अलग फोटो सेवा इकाइयाँ हैं। इसके अतिरिक्त विदेशी एजेंसियाँ व अनेक अन्य एजेंसियाँ भी फोटो उपलब्ध कराती हैं। इंटरनेट के विकास ने इस सुविधा को असीमित विस्तार दे दिया है और अब फोटो संपादक के लिए फोटो प्राप्त करनचे की प्रक्रिया आसान हो गयी है।

2.7 फोटो लाइब्रेरी

हर समाचारपत्र की अपनी फोटो लाइब्रेरी होती है। उसमें महत्त्वपूर्ण फोटोग्राफों का संचयन होता है। फोटो-संपादक इस लाइब्रेरी का मुख्य कर्ता-धर्ता होता है। महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों, प्रमुख शासनाध्यक्षों, महापुरुषों, अन्तर्राष्ट्रीय-राष्ट्रीय स्तर पर कुख्यात अपराधियों व आतंकवादियों, महत्वपूर्ण स्थलों व घटनाओं के फोटोग्राफ इसमें संरक्षित रखे जाते हैं जो संबंधित समाचारों के प्रकाशन के समय काम आते हैं। जैसे गाँधी जयन्ती के अवसर पर गाँधी जी की लाइब्रेरी में संरक्षित फोटो जारी कर दी जाती है। इसे 'फाईल फोटो' कहते हैं। समस्त फोटोग्राफों की सूची बनाकर उन्हें व्यवस्थित क्रम में रखा जाता है। इसे फोटोग्राफों की कैटलागिंग कहते हैं। इससे आवश्यकता पड़ने पर वांछित फोटोग्राफ तुरन्त प्राप्त करने में सुविधा रहती है।

सूचना प्रौद्योगिकी की प्रगति से अब फोटोग्राफों का संग्रहण आसान हो गया है। कम्प्यूटर की हार्ड डिस्क में या कॉम्पैक्ट डिस्क (सी०डी०) में लाखों फोटोग्राफ सुरक्षित रखे जा सकते हैं और एक माउस की सहायता से उन्हें खोजना और इस्तेमाल करना अत्यन्त आसान हो गया है। इसके अतिरिक्त माइक्रो फिल्म बनाकर भी फोटो का संग्रहण किया जाता है।

2.8 सारांश

निष्कर्षत: यह कहा जा सकता है कि फोटो पत्रकारिता का कार्य कलात्मक और तकनीकी कौशल का संगम है। संवेदनशील होना और विपरीत परिस्थितियों में कार्य करने में समर्थ होना फोटो पत्रकार के रूप में सफल होने के लिए सबसे जरूरी है। फोटो संपादन का कार्य उच्चस्तरीय संयोजन क्षमता की माँग करता है। फोटो संपादक में छायाकार, समाचार संपादक और संवाददाता की सोच में सामंजस्य करना आना चाहिए। तभी वह उपयुक्त चित्र का चयन कर सकेगा।

2.9 संदर्भ ग्रंथ

(1) आधुनिक पत्रकारिता, डॉ० अर्जुन तिवारी, विश्वविद्यालय प्रकाशन वाराणसी, चतुर्थ संस्करण -2004

(2) फोटो पत्रकारिता, गुलाब कोठारी, पंचशील प्रकशन जयपुर, 1994

(3) फोटो पत्रकारिता, सुभाष सप्रू, हरियाणा साहित्य अकादमी, पंचकूला, 2003

(4) फोटो जर्नलिज्म, द विजुअल एप्रोच, फ्रैंक पी हॉय, 1986

(5) द बिजनेस ऑफ फोटो जर्नलिज्म, ए०ई० लूस्ली, फोकल प्रेस, यू एस, 1970

2.10 शब्दावली

फोटो – प्रकाश तथा रासायनिक क्रिया से बने प्रतिबिम्ब को फोटो कहते हैं।

इफाईल फोटो – समाचारपत्र की लाइब्रेरी मे संगृहीत फोटोग्राफ जो आवश्यकता

क्रॉपिंग – किसी फोटोग्राफ को काँट-छाँट कर प्रकाशन के लिए तैयारी करना।

कैप्शन – फोटोग्राफ का परिचय देने के लिए प्रयुक्त पंक्ति जो अधिकांशतयः फोटोग्राफ के नीचे दी जाती है।

मेमोरी स्टिक – डिजिटल कैमरे का हिस्सा जिसमें खिंची हुई फोटोग्राफ संरक्षित रहती है।

फेसीमल पद्धति – प्रेषण की विशिष्ट तकनीक जिसके द्वारा एक छोर से प्रेषित चित्र रेडियो-तरंगों की सहायता से दूसरे छोर तक पहुँचकर स्वतः मुद्रित हो जाता है।

2.11 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

(1) नियोजित फोटो पत्रकार से आप क्या समझते हैं?

(2) फोटो पत्रकारिता की तकनीकी दृष्टि पर प्रकाश डालिए।

(3) रेखाचित्रों की आवश्यकता स्पष्ट करें।

(4) फोटो लाइब्रेरी क्या होती है?

(5) फोटो संपादक के कर्तव्य बताइए।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

(1) फोटो संपादन से आप क्या समझते हैं? फोटो संपादन की विधियों का वर्णन करें

(2) फोटो संपादक के गुण बताइए। उसके कर्तव्यों की भी विवेचना करें।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(1) मेमोरी स्टिक का संबंध है –

(क) कम्प्यूटर हार्ड डिस्क से (ख) कॉम्पैक्ट डिस्क से

(ग) डिजिटल कैमरा से (घ) इनमें से कोई नहीं

(2) फेसीमल पद्धति प्रयुक्त होती रही है –

(क) चित्र प्रेषण हेतु (ख) चित्र साफ करने के लिए

(ग) कैमरा के लिए प्रकाश संयोजन में (घ) फोटो संरक्षण में

(3) फोटो क्रॉपिंग में होता है –

(क) फोटो की काँट-छाँट (ख) महत्त्वपूर्ण व्यक्ति को उभारना

(ग) माप-आकार निर्धारण (घ) उपयुक्त सभी

(4) फोटो संपादक के दायित्वों में सम्मिलित नहीं है –

(क) फोटो चयन (ख) कैप्शन निर्धारण

(ग) समाचार चयन (घ) फोटो क्रॉपिंग

(5) रंगीन फोटोग्राफ का सर्वप्रथम प्रेषण किया –

(क) वीमेंस वीकली (ख) बीबीसी

(ग) स्कॉट्समैन (घ) इनमें से कोई नहीं

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1. ग
2. क
3. घ
4. ग
5. क

इकाई 3 इलेक्ट्रानिक सम्पादन

इकाई की रूपरेखा

3.0 उद्देश्य
3.1 प्रस्तावना
3.2 इलेक्ट्रानिकी का परिचय
3.3 इलेक्ट्रानिक सम्पादन : एक परिचय
3.4 इलेक्ट्रानिक सम्पादन का उद्देश्य
3.5 इलेक्ट्रानिक सम्पादन के घटक
3.6 इलेक्ट्रानिक सम्पादन के प्रकार
3.6.1 ऑनलाइन तथा ऑफलाइन सम्पादन
3.6.2 स्ट्रेट कट एडिट (Straight cut edit)
3.6.3 एसेम्बल और इनसर्ट सम्पादन
3.6.4 ए०बी० रोल सम्पादन
3.6.5 नॉन लीनियर सम्पादन
3.7 इलेक्ट्रानिक सम्पादन कला
3.8 सम्पादन की समग्र रणनीति
3.9 ग्रिफिथ का सम्पादन सूत्र
3.10 सारांश
3.11 शब्दावली
3.12 संदर्भ ग्रन्थ
3.13 प्रश्नावली

3.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करके आप –

- इलेक्ट्रानिक सम्पादन के लक्ष्य से परिचित हो सकेंगे।
- इलेक्ट्रानिक सम्पादन के विभिन्न घटकों से परिचित हो सकेंगे।
- इलेक्ट्रानिक सम्पादन के विविध प्रकारों को जान सकेंगे।
- सम्पादन के गुणों से परिचित हो सकेंगे।
- सम्पादन के क्षेत्र में ग्रिफिथ के योगदान को जान सकेंगे।

3.1 प्रस्तावना

इस इकाई में आपको इलेक्ट्रानिक मीडिया में होने वाली सम्पादन क्रिया के सभी पक्षों से परिचित कराया जाएगा। इलेक्ट्रानों के प्रवाह से इलेक्ट्रानिक घटनाएँ संबद्ध होती हैं। इनका ही

एक आयाम इलेक्ट्रानिक संपादन भी होता है। पहले निर्मित होने वाले टीवी कार्यक्रमों में फिल्मों के व्यापक इस्तेमाल से सम्पादन के दौरान फिल्म की कटिंग करके उन्हें इच्छित क्रम में जोड़ा जाता था। बाद में इनका स्थान वीडियो टेप ने ले लिया। सम्पादन के अन्तर्गत मुख्यत: कैमरे द्वारा लिए गये दृश्यों को इच्छित क्रम में व्यवस्थित किया जाता है। इस कार्य में शॉट की लम्बाई का भी ध्यान रखा जाता है। तकनीकी के विकास के साथ नयी नयी संपादन प्रविधियाँ अस्तित्व में आयीं। अद्यतन तकनीकी के रूप में नॉन लीनियर संपादन को जाना जाता है। इसका प्रादुर्भाव 90 के दशक में हुआ। इस विधि में कंप्यूटर का प्रयोग होने से दृश्यों को डिजीटल रूप में परिवर्तित करना संभव होता है। इस इकाई में आपको ग्रिफिथ के द्वारा सुझाए गये सम्पादन तकनीक के बारे में भी बताया जाएगा।

3.2 इलेक्ट्रानिकी का परिचय

इलेक्ट्रानिक शब्द की उत्पत्ति इलेक्ट्रान से हुई है। इलेक्ट्रान द्रव्य का ऋणावेशित कण होता है। इलेक्ट्रानिकी के अन्तर्गत इलेक्ट्रानों के प्रवाह से होने वाली गतिविधियों का अध्ययन किया जाता है। जीवन और जगत के प्रत्येक क्षेत्र में इलेक्ट्रानिक युक्तियों ने विस्मयकारी कार्य किया है। उत्पादन वृद्धि नियंत्रण, गुणवत्ता द्वारा इलेक्ट्रानिकी ने मानव जीवन को उन्नत बनाया है। इलेक्ट्रानिक, इंजीनियरिंग की वह शाखा है जिसमें निर्वात, गैस या अर्द्धचालक में इलेक्ट्रान प्रवाह का अध्ययन किया जाता है। इलेक्ट्रानिकी में इलेक्ट्रानिक युक्तियों एवं उनकी उपयोगिता की चर्चा रहती है जो निम्नवत है –

1. **रैक्टीफिकेशन (Rectification)** – ए०सी० शक्ति को डी०सी० में बदलना। बैट्री, जनरेटर, रैक्टीफिकेशन इलेक्ट्रोप्लेटिंग में इसका प्रयोग होता है।
2. **एम्प्लीफिकेशन (Amplification)** – रेडियो, टीवी में क्षीण शक्ति को बढ़ाया जाना एम्प्लीफिकेशन है।
3. **नियंत्रण (Control)** – मोटर, रैफ्रीजरेटर में इसका उपयोग होता है।
4. **उत्पादन (Generation)** – डी०सी० शक्ति को ए०सी० में परिवर्तित करने की क्षमता होती है।
5. **प्रकाश का विद्युत में परिवर्तन** – फोटो इलेक्ट्रिक प्रभाव के कारण प्रकाश को विद्युत में और विद्युत को प्रकाश में बदला जा सकता है। फोटो इलेक्ट्रिक राडार, तथा टीवी में इसका प्रयोग होता है।

संचार के आधुनिक रूप की जन्मदात्री इलेक्ट्रानिकी है जो विश्व की नियामिका बन चुकी है। जीवन को सुख सुविधा और गत्वरता देने वाली विस्मयकारी विधा का नाम ही इलेक्ट्रानिकी है।

आजकल इलेक्ट्रानिक युक्तियाँ सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण मानी जाती हैं। इनके प्रचलन के निम्नलिखित कारण हैं –

1. इलेक्ट्रानिक युक्तियों द्वारा प्रकाशीय प्रतिबिम्ब को विद्युत धारा में और विद्युत धारा को प्रतिबम्ब कम्पनदर्शी में रूपान्तरित किया जा सकता है।
2. इलेक्ट्रानिक युक्तियाँ अपेक्षाकृत वृहत कम ऊर्जा का क्षय करके विद्युतीय प्रकाशीय एवं अन्य राशियों को नियंत्रित कर सकती हैं।
3. इनकी क्रिया एक ही दिशा में होती है।
4. इलेक्ट्रानिक युक्तियों की आयु अधिक होती है।
5. इनकी अनुक्रिया बहुत शीघ्रता से होती है।

इलेक्ट्रानिक युक्तियों का उपयोग रेक्टीफायर, एम्प्लीफायर, फ्रीक्वेंसी कनवर्टर, ऑसीलेटर्स, टैलीविजन. कैमरा और रिसिवर आदि अनेक यंत्रों में किया जाता है। राडार, ट्रान्समीटर, रेडियो, टीवी, टेलीफोन, टेपरिकार्डर, रेडियोग्राम, टेलीग्राम, टेलीप्रिन्टर, कम्प्यूटर जैसे उपयोगी यंत्रों के मूल में इलेक्ट्रानिकी ही है।

3.3 इलेक्ट्रानिक सम्पादन : एक परिचय

जब वीडियो टेप का टीवी उपयोग में पदार्पण हुआ था, उस समय इसका सम्पादन नहीं किया जा सकता था। मात्र फिल्म में ही सम्पादन किया जाता था। 16 मिमी० टीवी समाचार फिल्म का संपादन बहुत दुरूह कार्य था। टेलीविजन समाचार और वृत्तचित्र निर्माण के लिए फिल्म स्टॉक का सम्पादन प्रकाश संवेदी सामग्री कोडेक के दृढ़ वीडियो फिल्म (Video news film) नामक फिल्म स्टॉक से प्रारंभ हुआ। इसका तात्पर्य यह है कि 35 मिमी कैमरा के स्लाइड फिल्म की तरह मूल फिल्म को विकसित और प्रक्षेपित (Project) करना पड़ता था। वी०एन०एफ० (Video news film) संपादन के लिए रिवाइण्डर और फिल्म स्पाइसर की मदद से फिल्म को कट किया जाता था और दृश्यों को एक दूसरे से इच्छित क्रम में जोड़ दिया जाता था।

जब हल्के कैमरे, पोर्टेबल यू मैडिक वीडियो कैसेट रिकार्डर और स्विफ्ट वे ाथ सस्ता वीडियो टेप सम्पादन अस्तित्व में आया, उसके साथ ही टीवी कार्यक्रम निर्माण से वी०एन०एफ० (Video news film) लुप्त हो गया। ई०एन०जी०/ई एफ पी उपकरण और तकनीकी ने 1964 मिमी फिल्म को समाप्त कर दिया और कम बजट का टीवी कार्यक्रम निर्माण संभव हो गया।

अपेक्षाकृत रुक्ष विधि वाला वीडियो टेप सम्पादन यू मैडिक के आविष्कार होने के पहले ही था। सन् 196 में क्वेड टेप (Quad tape) के ईजाद के बाद एम्पेक्स ने एक ऐसी सम्पादन तकनीकी का आविष्कार किया जिसमें तकनीशियन 2 इंच के टेप को काटते और चिपकाते थे। वीडियो फ्रेम को स्पष्ट करने के लिए उसे एडीव्यू (Edivuc) नामक तरल में विकसित करते थे। यह तरल टेप के ऊपर पेंट कर दिया जाता था। इसके बाद दृश्य और श्रव्य ट्रैक को सूक्ष्मदर्शी की सहायता से देखा जा सकता था। इस विधि में बहुत अधिक समय लगता था और वीडियो ग्लिच (Glitch) भी उत्पन्न हो जाता था।

कालांतर में इंजीनियरों ने संपादन की ऐसी विधि का आविष्कार किया जिसमें टेप को काटने की आवश्यकता नहीं पड़ती थी। इस विधि में चयनित दृश्यों को मूल कैसेट से एक नये कैसेट में इच्छित क्रम में रिकार्ड कर लिया जाता था। आरम्भ में इलेक्ट्रानिक सम्पादन से भी सम्पादित सामग्री कटिंग और एप्लाइस विधि के समान ही रुक्ष (Crude) प्रतीत होती थी। वी टी आर, स्टार्ट अप गति धीमी होने के कारण सम्पादकों को हस्तचालित पंच और क्रंच (Punch & Crunch) विधि प्रयोग करना पड़ता था। सुचारु सम्पादन के लिए दो कुशल तकनीशियन अलग अलग मशीन को चलाते हैं। इसके लिए सम्पादन समय से 5-10 मिनट पूर्व रिकार्ड और प्ले बैक वी टी आर को चालू कर दिया जाता है। सम्पादन के समय पर वी टी आर के रिकार्ड बटन को पंच कर दिया जाता है। पंच और क्रंच विधि में सम्पादक सम्पादित अंश को देख नही सकता। इसके लिए सम्पादन पूर्ण होने तक प्रतीक्षा करनी पड़ती है।

कम्प्यूटर की खोज ने पंच और क्रंच विधि को समाप्त कर दिया। रोल बैक और रिकार्डिंग के कार्य को सटीक बना दिया। कंप्यूटर द्वारा नियंत्रित सम्पादन क्रिया सम्पादित अंश को देखने कीसुविधा और दृश्य में भी सम्पादन की सुविधा ने सम्पादन के कार्य में क्रान्तिकारी परिवर्तन ला दिया। इसके बाद ई०एन०जी० तकनीक के कारण माइक्रोप्रोसेसर नियंत्रित संपादन और यू मैटिक प्रारूप का विकास हुआ।

3.4 इलेक्ट्रानिक संपादन का उद्देश्य

बहुत कम ही टीवी के कार्यक्रमों का सीधा प्रसारण किया जाता है। यहाँ तक कि स्थानीय समाचार और खेल समाचारों में भी सम्पादित कड़ियों का समूह शामिल होता है। सीधे प्रसारित होने वाले खेल कार्यक्रमों में भी पूर्व सम्पादित फीचर और पार्श्व कार्यक्रम दिखाये जाते हैं। इसके साथ ही रिप्ले भी दिखाया जाता है। टीवी कार्यक्रमों के निर्माताओं द्वारा सम्पादन की क्रिया अपनाए जाने के निम्नलिखित कारण हैं –

उनके द्वारा फुटेज शॉट बाहर अथवा स्टूडियो में लिए जाते हैं। कहानी को निरंतरता देने के लिए संपादन किया जाता है क्योंकि शॉट को उपयुक्त क्रम में करने पर ही कहानी सार्थक बन पड़ती है। एक कैमरे से लिए गये शॉट भिन्न-भिन्न समय और भिन्न भिन्न स्थान के होते हैं और घटनाएँ बिखरी होती हैं। इन्हें निश्चित क्रम में लगाने पर ही कहानी का स्वरूप स्पष्ट हो पाता है।

सम्पादन का दूसरा सामान्य उद्देश्य यह होता है कि संपृक्त किये गये फुटेज को परिष्कृत किया जाए। इसके लिए उचित अवधि निर्धारित की जाती है। एक बार शॉट का चयन किया जाता है और उन्हें तर्कसंगत क्रम में व्यवस्थित कर लिया जाता है। इस प्रकार दृश्य का अवधि निर्धारण संपादन के अन्तर्गत ही आता है।

सम्पादन का तीसरा उद्देश्य यह होता है कि फुटेज में नये दृश्य और श्रव्य के तत्व मिश्रित किये जायें। इस चरण में दृश्य स्विचर, डी०वी०ई०, पेंटबॉक्स, एक से अधिक प्ले बैक स्रोत और खर्चीले सम्पादन तंत्र की आवश्यकता होती है।

3.5 इलेक्ट्रानिक संपादन के घटक

आजकल वीडियो टेप को प्रसारण के क्षेत्र में मानक माना जाता है। वीडियो टेप 10 मिनट की अवधि से लेकर 1 घंटे की अवधि तक होता है। पहले वीडियो टेप के स्थान पर फिल्म का उपयोग होता है।

सम्पादक को मिनी वीडियो कैमरा का ज्ञान होना चाहिए। वीडियो कैमरा के मुख्यतः दो भाग होते हैं –

(i) **इलेक्ट्रानिक ट्यूब** – दृश्य को पकड़ने के लिए काम आता है।

(ii) **जूम लेंस** – दृश्य को एक फ्रेम में रखने के काम आता है।

वीडियो कैमरा के दूसरे घटकों में फिल्टर, स्विच व्यूफाइण्डर, केबल आदि होते है। कैमरे के द्वारा सबसे आसानी से श्वेत रंग पकड़ा जाता है। यह दृश्य कैमरा ट्यूब से इलेक्ट्रान की धारा के द्वारा रिकार्डर तक ले जाया जाता है। वहाँ टेप कैसेट में दृश्य को कोड करके संचित कर लिया जाता है। ध्वनि को दूसरे इलेक्ट्रान पुंज द्वारा केबल से गुजरते हुए टेप के किनारे के ट्रैक पर रिकार्ड किया जाता है।

क्षेत्र में कार्य करने वाले इलेक्ट्रानिक रिपोर्टर के पास निम्नलिखित उपकरण होने चाहिएँ –

- दो या दो से अधिक माइक्रोफोन जिससे रिकार्डिंग के समय ध्वनि मिश्रण संभव हो सके।
- त्रिपाद स्टैण्ड जिससे कैमरा स्थायी रूप से टिका रहे।
- कम प्रकाश वाले स्थान पर कार्य करने के लिए कैमरा माउण्टेड लाइट होना चाहिए।

- अतिरिक्त बैटरी।

टीवी समाचारों में सिनेमा की ही भाँति पाँच तरह के शॉट होते हैं –

ई०एल०एस० - अतिरिक्त लम्बा शॉट (Extreme long shot)

एल०एस० - लम्बा शॉट (Long shot)

एम०एस० - मीडिएम शॉट (Medium shot)

सी०यू० - क्लोज अप शॉट (Close up shot)

ई०सी०यू० - अति क्लोज अप शॉट (Extreme close up shot)

जूम लेंस – इस लेंस की नजदीक आने और दूर जाने की क्षमता के आधार पर इसे जूम कहते हैं। जूमिन (Zoom in) का अर्थ नजदीक आना। जूम आउट का अर्थ विषय से दूर जाना होता है।

पैन – जब कैमरा स्वतः हिल कर दाहिने या बायें मुड़ जाता है तो इसे पैन कहते हैं।

3.6 इलेक्ट्रानिक संपादन के प्रकार

दृश्य-श्रव्य की आवश्यकता और उपकरणों की उपलब्धता के आधार पर इलेक्ट्रानिक संपादन को निम्नलिखित प्रकारों में बाँटा जा सकता है –

(i) ऑनलाइन तथा ऑफलाइन सम्पादन (Online & offline edit)

(ii) स्ट्रेट कट सम्पादन (Straight cut edit)

(iii) एसेम्बल और इनसर्ट सम्पादन (Assemble & Insurt edit)

(iv) ए०बी० रोल सम्पादन (AB roll edit)

(v) नॉन लीनियर संपादन (Non linear edit)

3.6.1 ऑन लाइन तथा ऑफ लाइन सम्पादन

परम्परागत वीडियो टेप संपादन को ऑनलाइन तथा ऑफलाइन संपादन में विभाजित किया जा सकता है। ऑनलाइन संपादन के अन्तर्गत मूल फुटेज टेप के एक के बाद एक दृश्य में सम्पादन किया जाता है। इसके बाद सभी सम्पादित अंशों को एक साथ व्यवस्थित कर दिया जाता है। इस संपादन की विशेषता है कि कम खर्च में और तेज गति से संपादन होता है।

ऑफलाइन संपादन का लक्ष्य मूल फुटेज की प्रतियाँ तैयार करके उनमें सम्पादन की क्रिया कार्यक्रम तैयार होने तक किया जाता है। इसमें सम्पादन के लिए इलेक्ट्रानिक निर्देशों की एक सूची तैयार की जाती है जिसे सम्पादन निर्णय सूची (Edit decision list) कहते हैं। इस सूची को वी टी आर और दूसरे उपकरणों में लोड कर दिया जाता है। इनमें कंप्यूटर नियंत्रित सूची के आधार पर स्वतः सम्पादन होता है। लम्बे और अपेक्षाकृत जटिल कार्यक्रमों का सम्पादन ऑफलाइन विधि से किया जाता है। इस संपादन से निर्माता को सस्ती और कम गुणवत्ता की वीडियो गियर से ई०डी०एल० (Edit decision list) बनाने की छूट मिल जाती है। इसके साथ ही ई०डी०एल० में संशोधन की सुविधा भी होती है। ऑफलाइन सम्पादित कार्यक्रम में परिवर्तित करने की प्रक्रिया को ई०डी०एल० लाण्डरिंग (laundering on EDL) कहते हैं।

3.6.2 स्ट्रेट कट संपादन (Straight cut Edit)

वीडियो निर्माण के क्षेत्र में जिस परंपरागत ऑनलाइन सम्पादन का उपयोग होता है उसे स्ट्रेट कट सम्पादन या नियंत्रण ट्रैक सम्पादन कहते हैं। इस तंत्र में एक प्लेबैक मशीन और एक रिकार्डिंग मशीन होती है। इन दोनों को सम्पादन नियंत्रक द्वारा चलाया जाता है। कभी-कभी यह

संपादन नियंत्रक रिकार्डिंग मशीन में ही हो जाता हैं। इस उपकरण में संपादन वीडियो टप पर स्थित वैद्युत तरंगों के माध्यम से किया जाता है।

3.6.3 एसेम्बल और इनसर्ट सम्पादन (Assemble & Insert Edit)

भिन्न-भिन्न फारमेट के अन्तर्गत ऑडियो, वीडियो और कंट्रोल ट्रैक संकेत (Signal) को वीडियो टेप पर अलग-अलग स्थानों पर रखा जाता है। संपादन की प्रक्रिया सभी ट्रैक में एक जैसी ही होती है। टेप पर मध्य में वीडियो ट्रैक तथा इसके दोनों किनारों पर लीनियर ऑडियो ट्रैक और कंट्रोल ट्रैक होता है।

एसेम्बल सम्पादन में एक साथ सभी वीडियो और ऑडियो ट्रैक को रिकार्ड किया जाता है। इस संपादन प्रक्रिया में सबसे अधिक ईरेज हेड का टेप से सम्पर्क होता है और जैसे-जैसे टेप आगे बढ़ता जाता है, उस पर की सभी चीजें, वीडियो, ऑडियो और कंट्रोल ट्रैक तरंगें घटती जाती हैं।

जब टेप स्थायी कंट्रोलट्रैक पर बढ़ता है, हेड नें नयी तरंगें रिकार्ड होती हैं। इसके साथ श्रव्य हेड (audio head) में नयी श्रव्य तरंगें और चलनशील वीडियो हेड में नये दृश्य रिकार्ड होते हैं। संक्षेप में कहा जा सकता है कि टेप पर मौजूद सभी मूल सूचनायें मिट जाती हैं और नयी सूचनायें रिकार्ड हो जाती है। इस प्रकार एसेम्बल संपादन के अंतर्गत पूरी टेप की द्वितीय प्रति तैयार हो जाती है। वस्तुतः एसेम्बल संपादन में इनसर्ट संपादन हेतु टेप तैयार करते हैं। यह कार्य कंप्यूटर में डिस्क फार्मेटिंग के समान ही होता है।

इनसर्ट सम्पादन में एसेम्बल संपादन की तुलना में बहुत विविधता और विकल्प मौजूद होता है । इनसर्ट सम्पादन में यह सुविधा है कि आप बिना कंट्रोल ट्रैक की निरंतरता को रोके या ऑडियो या वीडियो बीच में ही रिकार्ड कर सकते है। उदाहरणार्थ यदि किसी नेता का सिर और गर्दन 20 सेकेण्ड के वक्तव्य में रिकार्ड किया गया है और उस दृश्य को और रूचिकर बनाने के लिए इनसर्ट संपादन के द्वारा 10 सेकेण्ड का अन्य दृश्य उसमें जोड़ा जा सकता है। यह वीडियो इनसर्ट संपादन का उदाहरण है।

3.6.4 ए. बी. रोल सम्पादन (AB Roll Edit)

चलचित्रों का सम्पादन करते समय ऑप्टिकल प्रिन्टर में पहले फिल्म का ए रोग को बी रोल में भेज कर किया जाता है। इसके अन्तर्गत विशेष प्रभाव उत्पन्न किया जाता है।किसी बिन्दु पर यदि दोनों रोल की छवियाँ (Image) उभयनिष्ठ होती हैं तो प्रिन्टर द्वारा कोड और डिजाल्व उत्पन्न कर देता है। ए.बी. रोल सम्पादन अपेक्षाकृत ज्यादा महँगा है। इसमें विशेष प्रभाव उत्पन्न किया.जा सकता हैं।

3.6.5 नॉन लीनियर सम्पादन (Non Linear Edit)

1990 के दशक में संपादन तकनीकों के विकास के क्रम में नॉन लीरियर संपादन का विकास हुआ। इस आधुनिक तकनीकी में एक या एक से अधिक प्लेबैक वीडियो टेप से मास्टर टेप पर रिकार्ड किया जाता है। नॉन लीनियर संपादन तेजी से लीनियर संपादन का स्थान लेता जा रहा है। लीनियर और नॉन लीनियर संपादन में मुख्य अंतर दृश्यों तक पहुँच (Access to hos)और वीडियो वातावरण में होता है।

	लीनियर संपादन	नॉन लीनियर संपादन
दृश्य पहुँच	सीरियल	रैन्डम
वीडियो वातावरण	एनॉलाग	डिजिटल
तकनीकी	वी टी आर	कम्प्यूटर का उपयोग

वीडियो कंप्रेसन तकनीक के विकास के साथ संपादन की दुनिया में क्रान्तिकारी परिवर्तन आया। अधिक मेमोरी क्षमता वाले हार्ड डिस्क के आविष्कार से एक साथ दर्जनों ऑडियो और वीडियो कोड को संचित किया जा सकता है।

नॉन लीनियर संपादन के गुण दोष

गुण

1. कम खर्चीला सम्पादन होता है।
2. रैन्डम एक्सेस की सुविधा के कारण तेजी से संपादन सम्भव है।
3. नॉन लीनियर तकनीकी में मरम्मत खर्च नगण्य होता है।
4. एक साथ कई डिजीटल वीडियो प्रभाव उत्पन्न किये जा सकते हैं।
5. नॉन लीनियर संपादन तंत्र में नेटवर्किंग की सुविधा होने से एक साथ कई लोग संपादन की क्रिया में भाग ले सकते हैं।

दोष

1. संपादन शुरू करने से पूर्व टेप फुटेज को डिस्क में स्थानान्तरित करना होता है
2. निर्माताओं के समक्ष उचित मूल्य में पर्याप्त संचय क्षमता की हार्ड डिस्क नहीं मिल पाती।

3.7 इलेक्ट्रानिक संपादन कला

वीडियो संपादन के लिए उपकरण और तकनीकी दक्षता एक अपरिहार्य आवश्यकता है पिछले पृष्ठों में हमने तकनीकी के स्तर पर इलेक्ट्रानिक संपादन की चर्चा की। तकनीकी दक्षता के साथ वीडियो संपादक को संपादन की कला में भी दक्ष होना चाहिए। मनुष्य सैकड़ों वर्षों से दृश्य का संपादन करता आया है। इसमें कई महत्त्वपूर्ण सौन्दर्य सिद्धान्तों को मानक माना गया है।

विद्यार्थी प्राय: फुटेज की शूटिंग करने के बाद उसका संपादन भी स्वयं करते हैं। परन्तु बड़े मीडिया संगठनों में शूटिंग और संपादन अलग-अलग व्यक्तियों द्वारा किया जा सकता है अनुभवी वीडियोग्राफर संपादन को मस्तिष्क में रखते हुए शूटिंग करते हैं।

नॉन लीनियर संपादक को वीडियो के प्रत्येक अंश को पहचान कर उसे डिजीटल परिवर्तित करके संचित होने के लिए भेजना पड़ता है।

3.8 सम्पादन की समग्र रणनीति

अच्छा संपादक सदैव धृष्टता रहित होता है। दर्शक को यह पता नहीं चलना चाहिए कि संपादक द्वारा दृश्य के साथ कोई भी छेड़छाड़ किया गया है। संपादक का प्रयास होना चाहिए कि वह टीवी कार्यक्रम या सिनेमा के द्वारा संदेश का संप्रेषण कर दे। ऐसे कट से बचना चाहिए जिससे स्थैतिक दृश्य चलचित्र में बदल जाए। इससे मूलसंदेश विकृत हो सकता है। जम्प कट से बचना चाहिए। इसी से दर्शकों का ध्यान कहानी पर केन्द्रित रखा जा सकता है। एक व्यक्ति या वस्तु दृश्य से उसी व्यक्ति या वस्तु के समान दूसरे दृश्य में गलत तरीके से संपादन का जम्प कट कहते हैं। दो दृश्यों का एक साथ कटिंग करने पर विषय की मुद्रा बदल सकती है दो दृश्यों के बीच में नया दृश्य डालने से जंप कट का भ्रम समाप्त हो जाता है।

3.9 ग्रिफिथ का संपादन सूत्र

प्रख्यात अमेरिकी सिनेमा निर्माता डी.डब्ल्यू ग्रिफिथ नें चलचित्रों और टीवी के दृश्य व्याकरण में सुधार के लिए महती योगदान किया। ग्रिफिथ ने कल्पना की गुणवत्ता को बढ़ाने के लिए नये दृश्यों को प्रवेश कराने का सुझाव दिया। ग्रिफिथ का सूत्र है एल०एस०, एम०एस०सी०यू० (Lsmscu) अर्थात आप को क्रमागत रूप से सभी क्रियाओं (Actions) को एक लंबे शॉट में दृश्यांकित करना होगा। इसे कवर शॉट या स्टैब्लिसिंग शॉट (Establishing shot) भी कहते हैं। यदि इस शॉट में बाद में दिखाये जा सकने वाले सभी शॉट उपस्थित हों तो इसे मास्टर शॉट कहते हैं। यह शॉट दर्शकों को बताता है कि सेट पर लोग और वस्तुएँ किस प्रकार व्यवस्थित हैं। इस मास्टर शॉट में कटिंग करके सुगठित शॉट (tight shot) या मध्यम शॉट (Medium shot) बनाया जा सकता है। अन्ततः यदि दृश्य और विस्तार की माँग करता है तो आप क्लोज अप कर सकते हैं। इसके बाद संपादक दृश्य को पुनः मीडियम शॉट और क्लोजअप शॉट के बीच रखकर देखता है। यदि एक्शन में विस्तृत व्यू की आवश्यकता होती है जिससे एक्शन को समझा जा सके तो आप पुनः लम्बे शॉट (Long shot) पर कट कर सकते हैं। इसी प्रकार यदि आप जंप कट किए बगैर दो टाइट शॉट (tight shot) को सम्पादित नहीं कर पाते हैं तो पुन लम्बे शॉट में वापस आ सकते हैं। लम्बे शॉट में पुनः वापस आने पर दर्शकों को स्थान स्थिति के भाव से परिचित कराया जा सकता है यह स्थिति टेलीविजन के दर्शकों के लिए महत्त्वपूर्ण है क्योंकि इसके दर्शक प्रायः कार्यक्रम को देर से देखना प्रारंभ करते हैं। ऐसे में यदि सभी शॉट क्लोज अप में दिखाये जाते हैं तो एक्शन से परिचित होने में कठिनाई आती है।

3.10 सारांश

मार्शल मैक लुहान के अनुसार – "रेडियो के कारण सूचनाओं के आदान-प्रदान में अद्भुत तेजी आ गयी है। इसने पूरे विश्व को गाँव के आकार में संकुचित कर दिया है।"

सूचना तकनीक में निरंतर प्रगति के कारण वर्तमान युग को सूचनाओं का युग कहा जाता है। आज अधिक सूचनाओं का स्वामी ही शक्तिशाली माना जाता है। सूचनाएँ धीरे-धीरे ब्रह्म का रूप लेती जा रही हैं। ऐसे में सूचनाओं के संचरण के लिए उपलब्ध मौजूदा परिदृश्य में व्यापक परिवर्तन होना स्वाभाविक है। मुद्रित माध्यमों में जहाँ सूचनायें और समाचार देर से मिलते हैं, वहीं इलेक्ट्रानिक मीडिया ने सूचना संप्रेषण को तत्क्षण पत्रकारिता का पर्याय बना दिया है। सूचना के प्रवाह के दौरान उनका परिष्कृत स्वरूप दर्शकों और श्रोताओं के समक्ष आये, इसके लिए संपादन की अधुनातन तकनीकी को प्रयोग में लाया जाता है। आज कल वी०टी०आर० मशीन और नॉन लीनियर संपादन तकनीक के कारण इलेक्ट्रानिक संपादन के क्षेत्र में जहाँ क्रान्तिकारी परिवर्तन लाया है, वहीं उसमें और विकास की संभावना को बरकरार रखा है। रेडियो के क्षेत्र में सम्पादन की उपादेयता कबीर की इन पंक्तियों से स्पष्ट होती है –

"बोलत ही पहचानिए, साहु चोर को घाट।
अन्तर की करनी सबै, निकसै मुख की बात"

3.11 शब्दावली

ए०बी० रोल सम्पादन – फिल्म और वीडियो टेप संपादन की तकनीक जिसमें कम से कम दो प्ले बैक स्रोत इस्तेमाल होते हैं।

एसेम्बल सम्पादन – ऐसा सम्पादन जिसमें टेप पर मौजूद सभी संकेत (Signals) मिटा दिए जाते हैं। इसके तुरंत बाद नये संकेत सभी ट्रैक में रिकार्ड किये जाते हैं।

कंट्रोल ट्रैक सम्पादन	–	सम्पादन कंट्रोलर से ऑपरेटर द्वारा टेप पर निश्चित किए गये स्थानों पर संकेतों को गिनकर व्यवस्थित किया जाता है।
कवर शॉट	–	इसे ही लांग शॉट (Long shot) भी कहते हैं।
कट-वे शॉट	–	विषय से जुड़े हुए शॉट जो पहले के दृश्यों में नहीं दिखायी देते हैं।
कट इन शॉट	–	विषय से जड़ा हुआ शॉट जो पूर्व दृश्य में मौजूद होता है।
ई०डी०एल०	–	सम्पादन निर्देशों की डिजिटल सूची जिससे कंप्यूटर आधारित उपकरणों द्वारा संपादन किया जाता है।
इनसर्ट सम्पादन	–	पहले से मौजूद वीडियो अथवा ऑडियो के स्थान पर नया रिकार्ड किया जा सकता है। एसेम्बल संपादन से भिन्न इसमें एक साथ मात्र वीडियो, मात्र ऑडियो अथवा दोनों का मिश्रण संपादित किया जा सकता है
जम्प कट	–	ऐसा सम्पादन जिसमें एक ही विषय के दो शॉट को जोड़ा जा सकता है। इससे स्क्रिन पर प्लेबैक के दौरान विषय दिखायी दे जाता है।

3.12 संदर्भ ग्रन्थ

ई जर्नलिज्म : डॉ० अर्जुन तिवारी
संजय बुक सेन्टर वाराणसी

"टेक्स्ट बुक ऑफ एडिटिंग एण्ड रिपोर्टिंग" : एम०के० जोसेफ
डॉमिनेंट पब्लिकेशन एण्ड वितरक
नई दिल्ली - 110002

"फण्डामेंटल ऑफ टेलीविजन प्रोडक्शन" : रैफेल डोनॉल्ड थॉमस स्वान
सुरचित पब्लिकेशन
7 के कोल्हापुर रोड कमलानगर, नई दिल्ली

3.13 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. सम्पादन किसे कहते हैं?
2. इलेक्ट्रानिक संपादन प्रिन्ट सम्पादन से कैसे भिन्न है?
3. इलेक्ट्रानिक संपादन के कौन-कौन से मुख्य घटक हैं?
4. नॉन लीनियर एवं लीनियर संपादन में अंतर बताइए?
5. शॉट कितने प्रकार के होते हैं?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. इलेक्ट्रानिक संपादन के उद्देश्य पर प्रकाश डालिए।
2. सम्पादन की समग्र रणनीति क्या होनी चाहिए।

3. त्रिफिथ के सम्पादन सूत्र की व्याख्या कीजिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. सी०यू० (CU) का पूर्ण रूप क्या है –

   (i) क्लोज अप (ii) कॉमन अप
   (iii) केयर अप (iv) कोई नहीं

2. ई०डी०एल० का निर्माण किस सम्पादन में होता है –

   (i) ऑन लाइन सम्पादन (ii) ऑफ लाइन सम्पादन
   (iii) दोनों (iv) कोई नहीं

3. ऑफ लाइन सम्पादित कार्यक्रम में परिवर्तन करने को क्या कहते हैं –

   (i) ई०डी०एल० लाण्डरिंग (ii) सम्पादन
   (iii) इनसर्ट (iv) चेंस वे

4. किस प्रकार के सम्पादन में पूरी टेप की डुप्लीकेट तैयार की जाती है –

   (i) एसेम्बल संपादन (ii) इनसर्ट सम्पादन
   (iii) लीनियर सम्पादन (iv) नॉन लीनियर सम्पादन।

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1. (i)
2. (ii)
3. (i)
4. (i)

इकाई-4 मुद्रण एवं पृष्ठ साज सज्जा

इकाई की रूपरेखा

4.0 उद्देश्य

4.1 प्रस्तावना

4.2 मुद्रण तकनीक

4.2.1 कम्पोजिंग टाइपसेटिंग

4.2.2 हाथ द्वारा कम्पोजिंग

4.3 मशीन द्वारा कम्पोजिंग

4.3.1 लाइनोटाइप

4.3.2 मोनोटाइप

4.3.3 फोटो टाइप

4.3.4 लेजर टाइप सेटिंग

4.3.5 ब्लाक

4.4 आधुनिक मुद्रण

4.5 पृष्ठ साज-सज्जा

4.5.1 साज-सज्जा का स्वरूप

4.5.2 प्रथम पृष्ठ की डिजाइन

45.3 फोकस प्रधान पृष्ठ निर्माण

4.5.4 सर्कसनुमा पृष्ठ निर्माण

4.5.5 विरोधाभास पृष्ठ निर्माण

4.5.6 संतुलित पृष्ठ निर्माण

4.6 साम्प्रतिक पृष्ठ निर्माण

4.6.1 पृष्ठ निर्माण में आधुनिकता

4.6.2 आधुनिक टाइप

4.6.3 चित्रों का प्रयोग

4.7 सारांश

4.8 शब्दावली

4.9 संदर्भ ग्रंथ

4.10 प्रश्नावली

4.0 उद्देश्य

पिछले तीन चार दशकों में भारत में पत्रकारिता का बहुत अधिक विकास हुआ है। शायद ही कोई एक लाख की आबादी का नगर होगा जहाँ से एक-दो पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन न होता हो। बड़े शहरों से तो अब कई-कई दैनिक पत्र निकलते हैं। सामान्य शिक्षित नागरिकों में समाचारपत्रों का पठन प्रात:कालीन दिनचर्या में शामिल है। इसके अभाव में व्यक्ति खाली-खाली सा अनुभव करता है।

आज विस्तार के साथ पत्रों में क्षेत्रगत विविधता भी आयी है। राजनीतिक पार्टियों और विचार-धाराओं के अपने-अपने पत्र हैं ही। आर्थिक, सामाजिक, धार्मिक और शैक्षणिक संगठनों के भी स्वतंत्र पत्र हैं। एक समय था जब अपने देश में पत्रकारिता राष्ट्रसेवा का कार्य मानी जाती था। अंग्रेजी शासन काल में भारतीय पत्रकारिता को बड़ी असुविधाएँ झेलनी पड़ीं। न जाने कितने पत्रों में तालाबंदी हुई, कितनों ने जुर्माने सहे और कितनों को जमानतें देनी पड़ी। उस समय सम्पादक की कुर्सी काँटों का आसन थी।

आज समय बदल गया है। एक ओर पत्रकारिता ने व्यवसाय का रूप ले लिया है तो वहीं दूसरी वह कहीं अधिक जटिल भी हो गयी है। अब पत्रों का सम्पादन उतना सरल और सीधा काम नहीं रहा। आज समाचारपत्र न सिर्फ समाचार प्रसारित करनेके साधन हैं अपितु जन सामान्य के शिक्षक भी हैं। वे जनमत को प्रशिक्षित करके साथ ही साथ उसे विशेष दिशा में भी मोड़ते हैं। परिवर्तित परिस्थिति में मुद्रण कला में अप्रत्याशित विकास दृष्टिगत है।

इस इकाई के पढ़ने के पश्चात आप

- मुद्रण कला से परिचित हो जायेंगे।
- मुद्रण तकनीक के जानकार होंगे।
- साज-सज्जा का महत्त्व जान लेंगे।
- साज-सज्जा के विविध रूपों से आप अवगत होंगे।

4.1 प्रस्तावना

एक पत्रकार से कोई यह अपेक्षा नहीं करता कि वह प्रिंटिंग की मशीन चलाए या ऐसे ही अन्य प्रोसेस (प्रक्रिया) कार्य करके बताये, परन्तु जितने भी अच्छे पत्रकार हैं वे सारी प्रक्रिया के सैद्धांतिक और व्यवहारिक ज्ञान सम्पन्न होते हैं। सभी का यह मानना है कि अच्छे पत्रकार के लिए सामान्य से अधिक तकनीकी जानकार होना आवश्यक है। पत्रकार अपने विमर्श से उत्पादन को श्रेष्ठ बनाते हैं। तकनीकी जानकार से सार्थक विमर्श तब तक सम्भव नहीं है जब तक कि पत्रकार को तकनीक की अवधारणात्मक समझ न हो और वह ऐसे उपाय न सुझा सके जिससे श्रेष्ठता मिल सकती है।

एक अच्छा पत्रकार बनने के लिए जरूरी है कि आप कथन-वस्तु तथा उसके अभिव्यक्ति कौशल में दक्षता तो प्राप्त करें ही परन्तु साथ ही उसके प्रकाशित स्वरूप में श्रेष्ठता के लिए भी सहयोगी रहें । इन दोनों को साथ लेने पर ही पूर्णता प्राप्त होगी और आपकी सफलता की सीढ़ियाँ भी इन्हीं पर निर्भर रहेंगी। समाचारपत्र में घड़ी के साथ जो जानलेवा संघर्ष चलता है और इस संघर्ष के चलते पत्रकार को जिस उत्कृष्टता का परिचय देना होता है वह इस वृत्ति की ओर सबसे बड़ी विशेषता है।

कुछ सालों में मुद्रणालयों और समाचार कक्षों के रूप-स्वरूप में आमूल-चूल-परिवर्तन आया है। अब मुद्रणालय में धातु की बनी किसी वस्तु का प्रयोग नहीं होता। सीसे से बने टाइप, रूलें, स्पेस, क्वाड आदि सब भूतकाल की बातें हो गयी हैं। आज मुद्रण और प्रकाशन तकनीक

में प्रतिपल आ रहे परिवर्तनों को देखते हुए किसी समय सम्पूर्ण होने का दावा शायद कोई नहीं कर सकता।

4.2 मुद्रण तकनीक

4.2.1 कम्पोजिंग अथवा टाइप सेटिंग

मुद्रण के लिए पाण्डुलिपि को टाइप के रूप में परिवर्तित करना अनिवार्य है और इस रूप परिवर्तन को ही कम्पोजिंग कहा जाता है। कम्पोजिंग का शाब्दिक अर्थ है- जमाना, व्यवस्थित करना। पाण्डुलिपि में लिखे गये अक्षरों के टाइप को उसी क्रम में जमाना और इस प्रकार व्यवस्थित करना कि वे मुद्रण के लिए भेजे जा सकें, कम्पोजिंग विभाग का कार्य है। ध्यान रहे कि कम्पोजिंग का काम केवल अक्षरों को पाण्डुलिपि में लिखे गये क्रम के अनुसार जमा देना नहीं है, उस सामग्री को इस प्रकार जमाना जैसा कि उसे मुद्रित रूप में देखना वांछित है, अशुद्धियों को दूर करना और छपने की प्लेट बनने तक का सारा काम करना भी कम्पोजिंग विभाग का ही दायित्व है। यही सच है कि कम्पोजिंग के तौर-तरीकों में समय के साथ आमूल-चूल परिवर्तन हुआ है। कल के कम्पोजिंग करने वाले अब आपरेटर बन गये हैं तथा कम्पोजिंग विभाग को अब टाइप सेटिंग विभाग या कम्प्यूटर विभाग कहा जाता है। लकड़ी के खानों में से टाइप बीन-बीन कर कम्पोजिंग स्टिक में सजाने वाले कम पढ़े-लिखे मजदूरनुमा कम्पोजिटरों का स्थान अब कम्प्यूटर के की-बोर्ड पर काम करने वाले आपरेटरों ने ले लिया है। अब न तो प्रेस में टाइप है और न ही प्रूफ की मशीन। सारा काम कम्प्यूटर से आनन-फानन में होता है। प्रेस की पुरानी शब्दावली भी बदल गयी है।

4.2.2 हाथ द्वारा कम्पोजिंग

सबसे पहले टाइप के आविष्कार के साथ पाण्डुलिपि के अनुसार टाइप को जमाने का काम हाथ से ही किया जाना शुरू हुआ। कुछ समय पहले समाचारपत्र कार्यालयों का एक बड़ा हिस्सा कम्पोजिंग का होता था। इस कक्ष में लकड़ी के अलग-अलग खानों में अलग-अलग टाइप रखे जाते थे। इन्हें 'टाइप केस' कहा जाता था। ये टाइप केस छोटे-छोटे खानों में बंटे रहते थे और प्रत्येक टाइप के लिए एक खाना निश्चित होता था। कम्पोजिटर को इस बात का अभ्यास होता था कि किस खाने में कौन सा टाइप मिलेगा। और वह पाण्डुलिपि को देखते हुए उन खानों में से टाइप निकाल-निकालकर 'स्टिक' में सजाता चलता था। यह अभ्यास लगभग टंक मुद्रण के समान होता था। जिस प्रकार टंक मुद्रण पाण्डुलिपि को देखते हुए की-बोर्ड पर उंगलियाँ चलाता था उसी प्रकार कम्पोजिटर पाण्डुलिपि देखकर खानों में से टाइप निकालता जाता था। अंग्रेजी के अक्षर कम्पोज करने के लिए 89 खाने होते थे जिसमें सभी छोटे-बड़े अक्षर और विराम, अर्धविराम चिन्ह होते थे। इनमें जे और यू अन्त में आते थे। कारण यह था कि शुरू में केवल 24 अक्षर ही होते थे और जे के स्थान पर आई और यू के स्थान पर वी का अंग्रेजी वर्णमाला में स्थान हुआ तब ये अक्षर कम्पोजिंग के समय सबसे अन्त में डाले गये।

कम्पोजिटर का काम अपनी स्टिक पर मेजर अथवा नाप बाँधने से शुरू होता था। ये स्टिक पीतल, लोहा अथवा एल्युमिनियम धातु के बने होते था। शुरू में यह लकड़ी का बनता थी इसलिए इसे स्टिक कहा जाता था। एक पंक्ति और दूसरी पंक्ति के बीच अन्तर लाने का काम बीच में लेड डालकर किया जाता था और अक्षरों के बीच में अंतर लाने के लिए धातु के छोटे-छोटे टुकड़े जिन्हें 'स्पेस' कहा जाता था काम में लाये जाते थे। यह सारा कार्य सीसे की धातु से बने विभिन्न, लेकिन निश्चित आकार-प्रकार के उपकरणों की सहायता से होता था और उस समय मुद्रणालय की भाषा भी इन्हीं उपकरणों पर आधारित होती थी लेकिन अब यह सब इतिहास की बात हो चुकी है।

4.3 मशीन द्वारा कम्पोजिंग

मशीन से कम्पोजिंग के लिए मुख्य रूप से तीन प्रकार के यंत्र बने –

(1) लाइनो टाइप

(2) मोनोटाइप

(3) कम्प्यूटर

मोनोटाइप और लाइनोटाइप का आविष्कार एक प्रकार से कम्पोजिंग की प्रक्रिया के मशीनीकरण की शुरूआत थी और इसे लेकर पत्रकार बहुत उत्साहित थे। कम्प्यूटर ने इस दिशा में क्रांति ला दी है। कम्पोजिंग को क्षेत्र में प्रगति करते हुए जब मशीन से कम्पोज होने लगा तो एक बहुत बड़ा चमत्कार माना गया। जो काम हाथ से कम्पोजिटर करते थे और एक-एक टाइप को उठाकर स्टिक में जमाते थे वह काम मोनोटाइप तथा लाइनोटाइप कम्पोजिंग मशीनों से होने लगा।

4.3.1 लाइनोटाइप

इस मशीन का आविष्कार एक अमेरिकी आरमर मर्गेन्टहेलर ने सन 1886 में लगभग 14 वर्ष के निरन्तर परिश्रम और अनेक परीक्षणों के बाद किया। इसका उपयोग सबसे पहले 'न्यूयार्क ट्रिब्यून' नामक समाचारपत्र ने किया था। लाइनोटाइप मशीन का मुख्य हिस्सा 'मैट्रिक्स' होता है जिसकी सहायता से टाइप ढलता है। यह एक छोटा चिपटा पीतल का टुकड़ा होता है जिसमें मोटाई के ओर बीचों-बीच अक्षर खुदा होता है। इसव.. ऊपर का सिरा अंग्रेजी के वी०के० आकार का होता है जिसमें दोनों ओर निगजैम खाँचे होते हैं इन खाँचों की सहायता ये मैट्रिक भण्डार में अपनी जगह डिस्ट्रीब्यूटर बार द्वारा भेज दिये जाते हैं। इस मशीन का की-बोर्ड देखने में टाइप राइटर के की-बोर्ड के समान ही होता है लेकिन इसमें अक्षरों का क्रम टाइप राइटर से भिन्न होता है।

समाचारपत्रों में लाइनोटाइप मशीन अधिक लोकप्रिय नहीं हो सकने का एक कारण यह भी था कि लाइनोटाइप मशीन में एक-एक अक्षर टाइप होने के स्थान पर पूरी पंक्ति अथवा लाइन एक साथ तैयार होती है। इसलिए पंक्ति मे एक अक्षर के बदलने के लिए भी पूरी पंक्ति फिर से कास्ट करनी होती है। मोनोटाइप मशीन से जो सामग्री कम्पोज होती है। उसमें किसी पंक्ति में गलती होने पर गलत अक्षर के टाइप को निकाल कर उसके स्थान पर दूसरा अक्षर बैठा दिया जाता है। इस प्रकार लाइनोटाइप मशीन में अशुद्धियों की सम्भावना मोनोटाइप की अपेक्षा अधिक होती है और संशोधन में समय भी अधिक लगता है।

4.3.2 मोनो टाइप

इस प्रणाली से कम्पोज करने के लिए दो मशीनों तथा दो प्रक्रियाओं का प्रयोग करना पड़ता है। इसकी एक मशीन की-बोर्ड होती है और दूसरी मशीन कास्टर होती है। की-बोर्ड कुछ-कुछ टाइप राइटर के आकार का होता है उसके बटन को उंगली से दबाने पर उसमें लगी कागज की रील (स्पूल) दो महीन सुराख हो जाते हैं जो प्रत्येक अक्षर रा फेस ढालने का संकेत होता है इस प्रक्रिया को 'पंचिग' कहते हैं।

कागज का गोल लिपटा, पंचिंग हुआ यह स्पूल दूसरी ढलाई वाली मशीन कास्टर पर चढ़ाया जाता है और मशीन में उन कुछ छेदों के संकेत के अनुसार टाइप ढलते चले जाते हैं, इस प्रक्रिया से एक-एक अक्षर अलग-अलग ढलता है जिन्हें प्रूफ संशोधन में निकली त्रुटियाँ दूर करने के लिए अलग-अलग किया जा सकता है। इसके अलावा इस कास्ट मशीन से कम पड़े शार्ट टाइपों को भी ढाला जा सकता है।

इस कम्पोज प्रणाली में पंच किये हुए स्पूल को भविष्य में वही मैटर उपयोग करने की आवश्यक्ता पड़ने पर दुबारा कास्टर मशीन पर चढ़ाकर मैटर तैयार किया जा सकता है।

मोनो टाइप और लाइनो टाइप में जहाँ तक अशुद्धियों का प्रश्न है सारा काम 'गैली प्रूफ' अथवा पेज प्रूफ निकाल कर किया जाता था। इसके लिए प्रूफ प्रेस की पृथक से व्यवस्था होती थी। गैली में जमाया हुआ मैटर प्रूफ प्रेस पर ले जाया जाता था जहाँ एक रोलर द्वारा टाइप के ऊपर थोड़ी-सी स्याही लगाकर हल्के पीले कागज को उसके ऊपर दबा दिया जाता था। इससे टाइप की छाप कागज पर उतर आती थी जिसे गैली प्रूफ कहा जाता था। तत्पश्चात प्रूफ रीडिंग के सिद्धांतों के अनुसार प्रूफ रीडर उसे पढ़ कर उसमें निशान लगाते थे। कम्पोजिटर उन संकेतों के अनुसार मैटर में टाइप बदलकर सुधार कर लेता था।

इस प्रकार जब सभी गैलियों का वाचन हो जाता था तब पृष्ठ का मेकअप प्रारम्भ होता था। इसके लिए पूरे पृष्ठ के आकार का एक लोहे का फार्म या चेसेज काम में लाया जाता था। इसमें गैली से धीरे-धीरे मैटर रखकर सम्पादक के निर्देशानिसार जमाया जाता था। शीर्षक, ब्लाक, समाचार आदि सब निर्देशानुसार, पृष्ठ पर यथास्थान जमाये जाते थे। फिर पूरे पृष्ठ को इस प्रकार कस दिया जाता था कि हिलने-डुलने की बिल्कुल गुंजाइश न रहे। इसके बाद पूरे पृष्ठ को एक बार फिर प्रूफ मशीन पर भेज दिया जाता था और पेज प्रूफ निकालकर सम्पादकीय विभाग को दिया जाता था। इनमें संशोधन के बाद या तो सीधे मशीन पर 'लार अप' के लिए भेज दिया जाता था या स्टीरियो ढालने वाली मशीन पर भेज दिया जाता था।

4.3.3 फोटो टाइप सेटिंग

इस टाइप में कम्प्यूटर की डिस्क से फोटोग्राफी के ब्रोमाइड कागज पर प्रतिलिपि निकालनी पड़ती है, जिससे डिजाइन किये हुए पेज में पेस्टर मैटर को पेस्टअप करता है इसमें हैडिंग और चित्र आदि के साथ कम्पोज किये हुए मैटर को चिपकाया जाता है जो ब्रोमाइड पेपर पर होने के कारण अधिक साफ होता है। इस पद्धति में डार्करूम में फ्लापी को तेज रोशनी में तेज रफ्तार से ब्रोमाइड पर गुजारा जाता है जिससे ब्रोमाइड पर कम्पोज मैटर की प्रतिलिपि चमकती हुई छपती है और उसका निगेटिव अच्छा बनता है।

4.3.4 लेजर टाइप सेटिंग

इस प्रक्रिया में कम्पोजिंग तो कम्प्यूटर से उसी प्रकार होता है, जिस प्रकार फोटो कम्पोजिंग में, लेकिन इसके लिए निगेटिव बनाते समय ब्रोमाइड पर उसे उतारना आवश्यक नहीं होता और कम्प्यूटर को दिये गये निर्देशों के अनुसार निगेटिव बनाने के लिए काम में लाया जाता है। इसमें प्रिंटिंग मशीन के माध्यम से सादे मोटे कागज पर कम्पोज मैटर की प्रतिलिप आ जाती है जिसे डिजाइन किये हुए पृष्ठ पर पेस्टर या आर्टिस्ट शीर्षकों, चित्रों और चित्र परिचयों के साथ यथा-स्थान चिपका देता है। इन पृष्ठों के निगेटिव बनते हैं और उसके बाद पाजीटिव पेपर, जिससे छपाई होती है। इस प्रणाली का लाभ यही है कि इसमें महँगा ब्रोमाइड पेपर का प्रयोग नहीं करना पड़ता और सस्ते कागज पर एकाधिक प्रूफ निकाले जा सकते हैं, जिससे प्रूफ की शुद्धता बढ़ती है। इस प्रणाली की हानि यही है कि इसमें पेस्टअप के लिए जो प्रूफ निकलते हैं वे उतने साफ नहीं होते जितने ब्रोमाइड के आर्टपुल होते हैं। इससे निगेटिव पूरी तरह साफ नहीं बनता और उससे बनी पाजीटिव प्लेट से छपाई अपेक्षाकृत बहुत अच्छी नहीं होती।

4.3.5 ब्लाक

ब्लाक मुद्रण उद्योग की मूल आवश्यकता है। पत्र-पत्रिका प्रकाशन में अक्षर-मुद्रण-प्रणाली अपनाने पर चित्र या डिजाइन को छापने के लिए उसका ब्लाक बनाना जरूरी है। कोई भी फोटो या रेखा चित्र सब कागजों पर एक-सा आये, सुन्दर और साफ आये, इसके लिए ब्लाक की

आवश्यकता होती है। ये ब्लाक लाइन और हाफ टोन दो प्रकार के होते हैं।

यह सच है कि आज का मुद्रणालय बिल्कुल अलग है यहाँ धातु से बना कुछ भी देखने को नहीं मिलता। सारा काम फिल्म अथवा कागज के माध्यम से होता है और कम्प्यूटर की मशीने स्थान भी कम घेरती हैं। फिर भी कम्पोजिंग विभाग का मुख्य कार्य आज भी वही है। अर्थात पाण्डुलिपि के मुद्रण की प्रक्रिया के अनुरूप तैयार करना उसकी अशुद्धियों को दूर करना, समाचारपत्र के पृष्ठों का निर्माण करना और उसे प्लेट बनाने के लिए प्रिंटिगं कक्ष में भेजना। आज सामग्री टाइप उठा-उठा कर हाथ से कम्पोज करने की अपेक्षा की-बोर्ड की सहायता से कम्प्यूटर पर ही कम्पोज हो जाती है, प्रूफ भी अलग से निकालने की आवश्यकता नहीं पड़ती क्योंकि मशीन पर ही प्रूफ का वाचन कर अशुद्धियों को दूर कर दिया जाता है। अब लोहे की चौकोर भारी-भरकम फर्मेपर पृष्ठ निर्माण करने की जगह पेजमेकर, क्वार्क एक्सप्रेस, साफ्टवेयर प्रोग्राम के जरिये मशीन से ही पृष्ठ का निर्माण हो जाता है। लेकिन मूल रूप से कम्पोजिंग विभाग को प्राय: ये ही सारे कार्य करने होते हैं जो पहले भी किया जाता रहा है।

4.4 आधुनिक मुद्रण

मुद्रणालय में कम्प्यूटर के प्रवेश के बाद स्थिति में काफी परिवर्तन आया है यद्यपि आज

समाचारों से अवगत कराना है। लेकिन समाचारपत्र में यदि सभी समाचारों का समावेश कर दिया जाये और यह मान लिया जाये कि पाठक स्वयं ही अपनी रुचि के अनुसार महत्त्वपूर्ण समाचारों का चयन कर लेगा तो उचित नहीं होगा। प्रारम्भिक समाचारपत्र इसी मान्यता को लेकर निकलते थे। उनके लिए समाचार प्रकाशित करना ही पर्याप्त था। साज-सज्जा का उस समय कोई महत्त्व नहीं था। उनका विश्वास था कि सौन्दर्य को किसी प्रसाधन की आवश्यकता नहीं होती और प्रसाधन के अभाव में भी सौंदर्य का आकर्षण कम नहीं होता। उस समय साज-सज्जा को न केवल गौण माना जाता था वरन समाचारों को ठीक-ठीक आकलन के मार्ग में भारी बाधक माना जाता था। इसलिए जब कुछ समाचारपत्रों ने साज-सज्जा को महत्त्व देना आरम्भ किया तो तब यहाँ तक कहा गया कि इस प्रकार सम्पादक मण्डल अपनी रुचियों को पाठक पर थोपना चाहता है और समाचारों के चयन में पाठक की स्वतंत्रता को बाधित करता है।

आज स्थिति पूरी तरह बदल चुकी है। आज केवल समाचारों को संगृहीत करके प्रकाशित कर देना पर्याप्त नहीं है। आज समाचारों और सम्पादकीय क्षमता का मूल्यांकन बहुत कुछ साज-सज्जा पर निर्भर करता है। समाचारों का अच्छे से अच्छा संकलन पाठक को तब तक आकर्षित नही करता जब तक कि वह उचित साज-सज्जा के साथ प्रकाशित न किया जाये। कभी-कभी केवल तड़क-भड़क वाले समाचारपत्र सीधे-सादे समाचारपत्रों को पीछे छोड़ देते हैं।

साज-सज्जा के बढ़ते महत्त्व के लिए तीन तथ्य मुख्यरूप से उत्तर दायी हैं –

1– समाचारपत्रों और सूचनाओं के वैकल्पिक माध्यमों की परस्पर होड़

2– विज्ञापन व्यवसाय का प्रसार और

3– यांत्रिकी का विकास

4.5.1 पृष्ठ सज्जा का स्वरूप

समाचारपत्र की सजधज के नियमों और तरीकों पर विचार करने के पहले यह स्पष्ट रूप से समझने का प्रयत्न करना चाहिए कि साज-सज्जा क्या है? इस सम्बन्ध में पहले अंग्रेजी के तीन शब्दों पर विस्तार से विचार करना होगा जो कि साज-सज्जा के सम्बन्ध में प्राय: उपयोग में आते हैं। ये शब्द हैं –

1- डिजाइन

2- मेकअप

3- ले आउट

डिजाइन शब्द का अर्थ है सम्पूर्ण आकृति अथवा संरचना। इस प्रकार समाचारपत्र के पृष्ठ की समग्र संरचना डिजाइन कहलाती है।

सम्पूर्ण समाचारपत्र में कितने पृष्ठ होंगे, किस पृष्ठ पर कौन सी सामग्री जायेगी, शीर्षक और कलेवर के लिए किस टाइप परिवार का उपयोग होगा, समाचारों का शेषांश किस पृष्ठ पर दिये जायेंगे, किस पृष्ठ पर विज्ञापन दिया जायेगा यह सब डिजाइन के अन्तर्गत आते हैं तथा समाचारपत्र के व्यक्तित्त्व का निर्माण करते हैं।

इसके बाद आता है मेकअप, जो समाचारपत्र कार्यालयों में सबसे अधिक उपयोग में आता है। मेकअप का अर्थ होता है पृष्ठ-निर्माण जो समाचारपत्र की समग्र रचना अथवा डिजाइन के अन्तर्गत प्रतिदिन किया जाता है जब पृष्ठ पर जाने वाले सभी समाचार, फोटो, विज्ञापन आदि तैयार हो जाते हैं तब उन्हें पृष्ठ पर एक साथ जमाया जाता है तथा इस प्रक्रिया को ही मेकअप की संज्ञा दी जायेगी। श्री ब्रूस वेस्लेट के शब्दों में –

Make up is largely a matter of placement of headlines श्री थामस एफ० बर्नहाट के शब्दों में – News paper makeup consists of dividing and using space. The spacc

of the news papers page to accommodate type. illustration and advertisement.

श्री बनहॉट के शब्दों में समाचारपत्र के पृष्ठ निर्माण के सभी आवश्यक उपकरण जैसे टाइप ब्लाक, विज्ञापन आदि का उल्लेख हो गया है। इन परिभाषाओं में मेकअप की प्रक्रिया पर सम्पूर्ण प्रकाश पड़ता है। अधिकांश समाचारपत्र की साज-सज्जा का यह एक महत्त्वपूर्ण भाग है लेकिन पृष्ठ-निर्माण की रोजमर्रा की समस्या मेकअप से ही सम्बंधित होती है।

तीसरा शब्द है 'ले आउट'। साज-सज्जा के सम्बन्ध में इस शब्द का भी उपयोग होता है। इसका शाब्दिक अर्थ होता है आकल्पन अथवा प्रारूप। ले आउट वह प्रारूप होता है जिसके अनुसार पृष्ठ-निर्माण होता है। प्राय: संपादकीय विभाग अथवा कला-विभाग की ओर से एक नक्शा बनाकर कम्पोजिंग विभाग को दिया जाता है जिसके अनुसार पृष्ठ का निर्माण किया जाता है। इसे ही ले आउट कहा जाता है। कई बार इसे 'डमी' भी कहा जाता है।

डिजाइन मेकअप और ले आउट आदि शब्दों पर विचार करने के साथ ही साज-सज्जा के कार्यों और उद्देश्यों पर पर्याप्त प्रकाश पड़ गया है। इस सम्बन्ध में महत्त्वपूर्ण बात यह है कि साज-सज्जा का उद्देश्य समाचारों को आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करना है। प्रमुख बात यह है कि साज-सज्जा का प्रमुखतम विषय है। प्रमुख बात यह है कि साज-सज्जा द्वारा हम उस दिन के समाचारों को अधिक से अधिक प्रभावशाली और आकर्षक ढंग से पाठकों के सामने रखना चाहते हैं। समाचारों का महत्त्व सर्वोपरि है लेकिन साज-सज्जा का महत्त्व भी कम नहीं है। रेडर तथा स्टेम्पल के शब्दोंए में-- The quality of news and editorial matter is judged by the make up. अच्छे से अच्छा समाचारों का संकलन भी अच्छे मेकअप के अभाव में चौपट हो सकता है और केवल मेकअप के सहारे ही पाठक को अधिक समय तक आकर्षित नहीं रखा जा सकता। उसकी पिपासा तो समाचार ही शांत कर सकते हैं। इस प्रकार समाचारों का संकलन और साज-सज्जा दोनों एक दूसरे के पूरक हैं और दोनों को सफल और प्रभावशाली हे` लिए एक-दूसरे पर निर्भर रहना पड़ता है।

4.5.2 प्रथम पृष्ठ की डिजाइन

प्रथम पृष्ठ के निर्माण के सम्बन्ध ने बहुत सी बातें पहले से ही निश्चित रहती हैं। इनमें सबसे पहले नम्बर आता है नाम पट्ट या 'लोगो' का। प्रत्येक समाचारपत्र अपना नाम एक विशेष शैली में छापता है! इसके बाद दूसरी समस्या होती है बैनर अथवा प्रमुख शीर्षक की। सबसे प्रमुख समाचार को समाचारपत्र में ऊपर की ओर छापा जाता है और इसका जो शीर्षक दिया जाता है वह बैनर कहा जाता है। बैनर का शाब्दिक अर्थ है– ध्वजा अथवा पताका। यह बैनर कई प्रकार से जमाया जा सकता है। एक तरीका तो यह है कि पत्र के पहले कालम से लेकर आठवें कालम तक इसे एक ही लाइन में फैला दिया जाये जिससे उसे स्वाभाविक प्रमुखता प्राप्त हो सके। समाचारपत्र प्रतिदिन आठ कालम में फैली हुई शीर्षक पंक्ति को छापना नीति के रूप में स्वीकार करते हैं। लेकिन अब ऐसे समाचारपत्रों की संख्या कम हो गयी है। इसका प्रमुख कारण यह है कि प्रतिदिन आठ कालम लम्बा प्रमुख शीर्षक देने से उसकी नवीनता समाप्त हो जाती है और अत्यधिक महत्त्व का कोई समाचार आता है तब उसे भी रोजमर्रा की तरह ही छापना पड़ता है। इसलिए अब धीरे-धीरे आठ कालम का प्रमुख शीर्षक केवल असाधारण अवसरों पर ही उपयोग के लिए सुरक्षित रखा जाने लगा है और छोटे आकार के प्रमुख शीर्षक दिये जाते हैं।

फोटो

समाचारपत्र को आकर्षक और उपयोगी बनाने में चित्र महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं और प्रथम पृष्ठ ही इसके लिए सबसे उपयुक्त जगह है। यूँ तो अखबार के हर पृष्ठ पर एक या एक से अधिक चित्र देने का प्रयत्न किया जाता है, लेकिन प्रथम पृष्ठ पर एक चित्र तो अवश्य ही

दिया जाता है। यह चित्र किसी समाचार से सम्बन्धित अथवा महत्त्वपूर्ण व्यक्ति के भाषण वक्तव्य से सम्बन्धित हो सकता है।

कार्टून

कुछ समाचारपत्र प्रतिदिन प्रथम पृष्ठ पर कार्टून छापते हैं। इसमें संदेह नहीं कि कार्टून से पृष्ठ का आकर्षण और भी बढ़ जाता है। इसलिए कई बड़े-बड़े समाचारपत्र समाचार के स्थान पर प्रथम पृष्ठ पर कार्टून देते हैं। टाइम्स आफ इण्डिया का पाकेट कार्टून हिंदुस्तान टाइम्स का कार्टून आदि इसके उदाहरण मिलते हैं।

4.5.3 फोकस प्रधान पृष्ठ -निर्माण

इस पद्धति में एक ही समाचार या चित्र को सबसे अधिक महत्त्वपूर्ण स्थान पर प्रदर्शित किया जाता है। यह स्थान प्राय: ऊपरी-हिस्से का दाहिना भाग भाग होता है। वजन की दृष्टि से भी पृष्ठ का सबसे अधिक वजन इसी भाग पर होता है। पृष्ठ के शेष भाग भाग में इससे कम वजन वाली सामग्री इस प्रकार जमायी जाती है कि पाठक का ध्यान स्वाभाविक रूप से उसी समाचार की ओर आकर्षित हो । इसे कुछ सीमा तक विरोधाभास के नियम पर आधारित माना जा सकता है। इस पद्धति में संतुलन आदि की ओर ध्यान नहीं दिया जाता। इस पद्धति के विकास का एक व्यवहारिक कारण था बाजार में अखबारों की दुकानों पर प्राय: समाचारपत्र मोडकर चौकोर रूप में रखे जाते हैं और पृष्ठ का दाहिना भाग ही सबसे पहले पाठक की नजर में आता है। यदि यह भाग आकर्षक है तो पाठक बराबर ही उसी समाचारपत्र की तरफ आकर्षित होगा।

4.5.4 सर्कसनुमा या विखण्डित पृष्ठ-निर्माण

कुछ समाचारपत्र संतुलन अथवा समूचे पृष्ठ की एकता के नियम के विरुद्ध होते हैं और ऐसे पृष्ठों का निर्माण करते हैं जिन्हें देखने पर किसी संतुलन या एकता का आभास नहीं होता। इसके स्थान पर वे प्रत्येक समाचार को एक स्वतंत्र इकाई मानते हैं। यही समाचारों में इसका सबसे बड़ा अवगुण है। इस प्रकार की पृष्ठ सज्जा में समाचार प्रदर्शन कभी-कभी गौण हो जाता है तथा पृष्ठ का स्वरूप अधिक महत्त्वपूर्ण हो जाता है। संतुलन प्राप्त करने के लिए कभी-कभी समाचारों की काट-छांट भी करनी पड़ती है। नित्य एक ही नियम पर आधारित प्रथम पृष्ठ कुछ समय बाद अपना आकर्षण खो देता है। इसी वजह से अधिकांश समाचार-पत्र इस नियम को त्याग चुके हैं।

4.5.5 विरोधाभास तथा संतुलन का मिश्रण

संतुलन के नियम का पूर्णतया उपेक्षा करना सम्भव नहीं है। इसमें संदेह नहीं कि असंतुलित पृष्ठ अनाकर्षक होता है। इसलिए विरोधाभास और संतुलन के नियम को मिलाकर पृष्ठ निर्माण किया जाता है। एक प्रकार से यह पद्धति असम संतुलन के नियम पर आधारित है। इस पद्धति में भी संतुलन केन्द्र, पृष्ठ का आप्टिकल केन्द्र ही होता है, लेकिन केन्द्र से समान दूरी पर लटके पलड़ों पर बराबर वजन रखने की अपेक्षा इसमें केन्द्र के निकट रखे पलड़े को केन्द्र से अधिक दूर लटके पलड़े पर असमान वजन रखकर संतुलित किया जाता है। इस प्रकार असम संतुलन की पद्धति में पृष्ठ के दाहिने और बाएँ भाग में संतुलन प्राप्त करना आवश्यक नहीं होता।

पृष्ठ निर्माण की इस पद्धति में पहले से निर्धारित ढाँचे में फिर बैठाने के लिए समाचारों की अधिक काट-छाँट नहीं करनी पड़ती। इस पद्धति में पर्याप्त स्वतंत्रता मिलती है।

4.5.6 संतुलित पृष्ठ निर्माण

पृष्ठ के आप्टिकल केन्द्र को तराजू का केंद्र मानकर उसके दोनों तरफ बराबर वजन रख दिया जाता है जिसमें पूरा पृष्ठ संतुलित दिखाई देता है। इस प्रकार के पृष्ठ निर्माण में यदि पहले तीन कालम में 48 पाइंट टाइप का दो पंक्तियों वाला कोई शीर्षक दिया गया है तो आखिरी तीन यानी 6,7 और 8वें कालम में भी 48 पाईंट टाइप की दो पंक्तियों वाला उतना बड़ा शीर्षक दिया जायेगा। बीच में दो कालम यानी चौथे और पाँचवें कालम में एक कालम शीर्षक वाले दो समाचार एक दूसरे के बगल में रख दिये जायेंगे। पृष्ठ के नीचे की ओर यदि दूसरे और तीसरे कालम में डबल कालम का कोई बड़ा शीर्षक दिया जाता है तो उसके ठीक सामने छठवें और सातवें कालम में उतना ही बड़ा और उसी टाइप का दूसरा समाचार दिया जाता है। यह संतुलन सिर्फ उदाहरण है। आवश्यकता केवल यह होती है कि पृष्ठ के बाएँ भाग में जिन आकार और लम्बाई-चौड़ाई वाले शीर्षक और समाचार रखे गये हैं उनकी पुनरावृत्ति दाहिने भाग में भी की जाये। पृष्ठ के बीचों-बीच रखी जाने वाली सामग्री पर यह बात लागू नहीं होती।

इसमे संदेह नहीं कि संतुलन के नियम पर आधारित पृष्ठ-निर्माण नयनाभिराम होता है और गम्भीरता तथा शालीनता का आभास देता है। इसके कारण समाचारपत्र के लिए पाठकों की श्रद्धा और विश्वासनीयता बढ़ जाती है। अधिकतर परम्परावादी पाठकों को यहा अधिक ग्राह्य होती है। इस नियम के अनुसार पृष्ठ-निर्माण अपेक्षाकृत सरल भी होता है।

विभिन्न समाचारपत्र और सम्पादक विभन्न प्रकार का पृष्ठ निर्माण पसंद करते हैं इसके पीछे उनकी व्यक्तिगत रुचि समाचारपत्र की परम्परा, समाचारों और चित्रों की उपलब्धि आदि का मुख्य हाथ होता है। समाचारपत्र नित नयी साज-सज्जा के साथ पाठक के सामने उपस्थित होता है। साज-सज्जी की अनन्त विविधता के बीच भी कुछ समानताएं देखी जा सकती हैं और इन समानताओं के आधार पर ही साज-सज्जा के कुछ निश्चित प्रकार निर्धारित करने का प्रयत्न किया गया है, जो कि भिन्न समाचारपत्रों द्वारा अपनायी गयी साज-सज्जा पद्धति पर आधारित है। ये इस प्रकार है –

1- संतुलित पृष्ठ निर्माण,

2- विरोधाभास तथा संतुलनयुक्त पृष्ठ-निर्माण,

3- फोकस प्रधान पृष्ठ निर्माण,

4- सर्कसनुमा पृष्ठ निर्माण,

5- आधुनिक व्यवहार वादी पृष्ठ-निर्माण।

कुछ लोग परम्परावादी और अपरम्परावादी दो ही भागों में पृष्ठ निर्माण को विभाजित करते हैं। इनके अनुसार संतुलन का सिद्धंत परम्परावादी है। विरोधाभास और संतुलन के सम्मिश्रण में परम्परा और आधुनिकता का मिश्रण है तथा आधुनिक व्यवहारवादी पृष्ठ-निर्माण अपरम्परावादी है। इसमें संदेह नहीं कि आज पूर्णतया परम्परावादी पृष्ठ-निर्माण लगभग सभी समाचार-पत्रों द्वारा त्याग दिया गया है। अधिकांश समिश्रण ही दिखाई देता है। के रूप में करते हैं। इस प्रकार तैयार पृष्ठ अनेक खण्डों में बटा हुआ दिखाई देता है। इस प्रकार एक ही पृष्ठ में अनेक बड़े शीर्षक और छोटे आकार के टाइप का उपयोग हो सकता है इस तरह की साज-सज्जा में कुछ भी स्थायी नहीं रहता।

4.6 साम्प्रतिक पृष्ठ निर्माण

4.6.1 पृष्ठ निर्माण में आधुनिकता

आधुनिक पद्धतियों का प्रवेश अब हो चुका है। विखण्डित पृष्ठ-निर्माण पद्धति में हर प्रकार की परम्परा को अस्वीकार करने की प्रवृत्ति स्पष्ट दिखाई देती है और इसे ही आधुनिकता का प्रारम्भिक बिन्दु माना जा सकता है। विखण्डित पृष्ठ-निर्माण पद्धति जहाँ केवल परम्परा तोड़कर पाठकों को चौंकाती है, वहीं आधुनिकता का उद्देश्य विशुद्ध व्यवहारवादी होता है। समाचार पृष्ठ का एक मात्र कार्य है- समाचारों का प्रदर्शन और आधुनिक पृष्ठ-निर्माण की एक मात्र कसौटी यही है कि इस कार्य को वह पृष्ठ कितनी क्षमता पूर्वक सम्पन्न करता है।

पृष्ठ-निर्माण में आधुनिकता प्रायः इस प्रकार अभिव्यक्त होती है-

1- आधुनिक टाइप प्रकारों का उपयोग,

2- आधुनिक शैली के शीर्षक,

3- सफेदी का अधिक उपयोग,

4- आड़ा पृष्ठ निर्माण।

4.6.2 आधुनिक टाइप

टाइप के आधुनिक प्रकार स्वच्छ पैने और पठनीय होते हैं। इनमें किसी प्रकार की अनावश्यक सजावट और तड़क-भड़क नहीं होता और इनका प्रमुख लक्षण यह होता है कि वे आसानी से पढ़ने में आते हैं। आधुनिक व्यवहारवादी पृष्ठ-निर्माण के साथ इस प्रकार के टाइप की संगति अच्छी बैठती है। लेकिन आधुनिक प्रकार के टाइप तभी प्रभावशाली सिद्ध होते हैं जबकि शीर्षक-निर्माण में भी आधुनिक दृष्टि अपनायी जाती है।

परम्परागत शीर्षक शैलियाँ अधिकांशतः सीढ़ीनुमा अथवा पूरे कालम में फैले एक या दो पंक्तियों तक सीमित थीं। इस प्रकार के शीर्षक सम्पादक के लिए अनेक कठिनाइयाँ उत्पन्न करते थे। एक तो शब्दों को गिन-गिन कर हिसाब लगाना होता था और लम्बाई-चौड़ाई के हिसाब से उसे छोटा-बड़ा करना होता था। साथ ही इस प्रकार के शीर्षकों में खाली स्थान के उपयोग की कोई गुंजाइश नहीं थी। ज्यादातर इस बात का ध्यान रखा जाता था कि शीर्षक पूरे कालम में फैले हुए हों और डेढ़ पंक्ति के शीर्षक भी आधे से अधिक स्थान अवश्य घेरे। खाली स्थान कम से कम छोड़ा जाता था और पूरा पृष्ठ टाइप तथा चित्रों आदि से भरा रहता था। स्थान खाली छोड़ने का अर्थ अपव्यय माना जाता था। लेकिन आधुनिक पृष्ठ-सज्जा में खाली स्थान या सफेदी का पूरा उपयोग किया जाता है। पूरा पृष्ठ खुला-खुला दिखाई देता है।

4.6.3 चित्रों का नये ढंग से प्रयोग

समाचारपत्रों में चित्रों का प्रयोग बहुत बाद में आरम्भ हुआ। प्रारंभ में चित्रों के प्रयोग को बहुत बाजारू किस्म का कार्य माना गया जो कि समाचारपत्रों की गम्भीरता को नष्ट करता था। धीरे-धीरे चित्रों का प्रयोग आम बात हो गयी, लेकिन फिर भी उनके साथ कुछ ऐसे बंधन लगा दिये गये कि उनका प्रयोग एक खास ढंग से ही सम्भव बना दिया गया। उदाहरण के लिए एक नियम यह बनाया गया कि फोटो पहले और अंतिम कालम में न लगाया जाये क्योंकि इससे असंतुलन का खतरा उत्पन्न होता है। लेकिन आधुनिक पृष्ठ-निर्माण में इन सारे नियमों को स्वीकार नही किया जाता। यदि अन्तिम कालम में रखने से चित्र सर्वाधिक प्रभाव उत्पन्न करने में समर्थ है तो अन्तिम में ही रखा जाता। है

अधिक सफेदी

टाइप, चित्र, रेखाचित्र आदि के साथ ही सफेदी भी आधुनिक पृष्ठ निर्माण का महत्त्वपूर्ण उपकरण है। फ्लस लैफ्ट शीर्षक पद्धति में खुलापन जरूरी होता है। एक पंक्ति से दूसरी पंक्ति के बीच अधिक लेड का उपयोग करके अधिक सफेदी छोड़ी जाती है।

4.7 सारांश

कुछ लोगों का मत है कि पत्रकारों के लिए एक सुनिश्चित आचार संहिता लिखी जानी चाहिए। प्रथम प्रेस आयोग ने भी सन 1954में प्रस्तुत अपने प्रतिवेदन में इसे आवश्यक बताया था लेकिन अन्य व्यक्तियों का विचार है कि प्रेस के लिए आचार संहिता एक बारगी नहीं लिखी जानी चाहिए। द्वितीय प्रेस आयोग ने इसका अनुमोदन किया है।

प्रथम आयोग ने कहा, हम यह बात जरूरी मानते हैं कि सभी पत्रकार स्वयं को आचरण संहिता से बँधा माने। इससे यह सुनिश्चित हो सकेगा कि पत्रकार अपनी लेखनी का लक्ष्य समाज के प्रति सदैव उच्च दायित्त्व का निर्वहन करना समझेंगे।

यह उल्लेखनीय है कि अखिल भारतीय समाचारपत्र सम्पादक सम्मेलन की स्थायी समिति ने 25 दिसम्बर 1953 को 15 सूत्री। आचार संहिता अपनायी थी। प्रेस आयोग द्वारा घोषित सिद्धांत भी लगभग वही है जो इस संहिता में उल्लिखित है। आयोग ने इनमें कुछ नये रिस्तों को जोड़ दिया और कुछ को अपने घोषित सिद्धांतों में शामिल नहीं किया।

4.8 शब्दावली

ए०बी०सी० (A.B.C) यह आडिट ब्यूरों आफ सर्कुलेशन नामक संस्था का संक्षिप्त रूप है। इस संस्था का कार्य पत्र प्रसार की जाँच करना है। हिन्दी में इसे 'पत्र-प्रसार परिगणना' कहते हैं।

एड (Ad,Add) अंग्रेजी में एक ही उच्चारण के दो शब्द हैं और add, लेकिन इनके अर्थ भिन्न-भिन्न हैं जहां एड का आशय Adसे है इसका मतलब विज्ञापन से है वहीं एड यानी Addका अर्थ है 'जोड़ो'। यह निर्देश सम्पादकीय विभाग की ओर से मुद्रण विभाग को दिया जाता है। जब पहले लिखे समाचार में कोई नयी सामग्री जोड़नी है तो वहाँ Addअर्थात जोड़ो शब्द का प्रयोग किया जाता है।

एडवांस (Advance) अंग्रेजी के इस शब्द का अर्थ होता है 'अग्रिम'। इसका प्रयोग समाचार या भाषण आदि की उस पाण्डुलिपि में किया जाता है जो प्रकाशन से पहले ही पत्र-पत्रिकाओं को दे दी जाती है, जिससे कि उसके प्रकाशन में बिलम्बन न होने पाये और वह समाचार सभी पत्र-पत्रिकाओं में एक साथ प्रकाशित हो सके।

अगेट (Agate) – यह मुद्रण विषयक शब्द है। जो टाइप या मुद्राक्षर 5.12 पाइंट के होते हैं उसे अगेट कहते हैं।

ए०पी० – एसोसिएटेड प्रेस समाचार समिति।

आर्ट (Art) आर्ट का अर्थ है कला। समाचार-पत्र पत्रिका में कला विभाग होता है, जहां फोटो, रेखाचित्र, सज्जित शीर्षक, नक्शे आदि इसी विभाग से मिलते हैं जो समाचारपत्रों की शोभा बढ़ाते हैं।

एसाइनमेंट (Assignment) – सम्पादक की ओर से संवाददाताओं और रिपोर्टरों को दिया गया निर्देश।

एसाइनमेंट बुक (Assignment Book) सम्पादक की ओर से लिखित निर्देश पुस्तिका।

एसाईनमेंट मैन (Assignment man) वह संवाददाता वर्ग जो बीट रिपोर्टरों के अलावा होता है जो सम्पादक के कहने पर कार्य करने के लिए उपलब्ध होता है।

एक्सक्लूसिव (Exclusive) वह समाचार जिसके किसी अन्य समाचारपत्र में प्रकाशित होने की सम्भावना न हो।

बी०एफ० (B.F.) बोल्ड फेस। काले या मोटे आकार का टाइप

बैक बेंच (Back Bench) समाचारपत्र के वे कर्मचारी जो समाचारों के संग्रह तथा पृष्ठ सज्जा की योजना बनाते हैं।

बैक रूम (Back Room) जिस कमरे में मुद्रण की मशीन रखी जाती है उसे बैक रूम कहते है।

ब्यूरो (Bureau) समाचार संग्रह केन्द्र।

कैप्शन (Caption) समाचारपत्र के चित्रों के शीर्षक को कैप्शन कहते हैं।

डमी (Dummy) सम्पादक गण आपस में विचार विमर्श के बाद किसी कागज पर पृष्ठ का खाका तैयार करते हैं, जिसमें संकेत होता है कि कौन सा समाचार, चित्र और विज्ञापन आदि पृष्ठ में कहा छपने हैं इस खाका को डमी कहते हैं।

4.9 संदर्भ-ग्रन्थ

1- सम्पादन, पृष्ठ सज्जा और मुद्रण ❑ प्रोफेस रमेश जैन

2- सम्पादन कला ❑ के०वी० नारायणन्

3- समाचार संकलन एवं रुप रेखा ❑ नन्द किशोर गिरवा

4 आधुनिक पत्रकारिता ❑ डॉ० अर्जुन तिवारी

4.10 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1- कम्पोजिंग क्या है?

2- लाइनोटाइप एवं मोनोटाइप कम्पोजिंग में क्या अन्तर है

3- मुद्रण में ब्लाक की उपयोगिता स्पष्ट करें।

4- मेकअप और ले-आउट में क्या अन्तर है?

5- समाचारपत्र के प्रथम पृष्ठ की डिजाइन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखें।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1- भारत में मुद्रण कला के विकास पर संक्षिप्त निबन्ध लिखें।

2- मुद्रण तकनीक में कम्प्यूटर की उपयोगिता पर प्रकाश डालिए।

3- समाचारपत्रों के पृष्ठ सज्जा में हो रहे परिवर्तन स्पष्ट करते हुए चित्रों की उपयोगिता पर प्रकाश डालिए।

4- मशीन द्वारा कम्पोजिंग के विविध स्वरूप स्पष्ट करें।

5- समाचारपत्र के प्रथम पृष्ठ को आकर्षक बनाने के लिए आप क्या करेंगे? समीक्षात्मक निबन्ध लिखें।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1- आरम्भिक दौर में अंग्रेजी के अक्षर कम्पोज करने के लिए कितने खाने होते थे–

क. 26 ख. 52
ग. 79 घ. 89

2- लाइनोटाइप मशीन का आविष्कार कब हुआ–

क. 1586 ख. 1686
ग. 1786 घ. 1886

3- कम्प्यूटर द्वारा कम्पोजिंग में किस साफ्ट वेयर की आवश्यक्ता होती है।

क. टैली, ख. डी.टी.पी.,
ग. पेजमेकर, घ. फोटोशाप

4- लाइनोटाइप मशीन का प्रथम प्रयोग किस समाचारपत्र में किया गया।

क. वाशिंगटन पोस्ट, ख. न्यूयार्क ट्रिब्यून,
ग. मियामी हेराल्ड, घ. न्यूयार्क टाइम्स

5- समाचारपत्रों के संदर्भ में ए.बी.सी. का क्या आशय है–

क. अमेरिकन ब्राडकास्टिंग कम्पनी, ख. आडियो ब्यूरो आफ सर्कुलेशन
ग. आडिटिंग बिजनेस कौंसिल, घ. आगरा बिजनेस कमेटी

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1- घ
2- घ
3- ग
4- ख
5- ख

इकाई- 5 अनुवाद और भाषा दक्षता

इकाई की रूपरेखा

5.0 उद्देश्य
5.1 प्रस्तावना
5.2 अनुवाद का स्वरूप
5.2.1 अनुवाद की परिभाषा
5.2.2 अनुवाद के सिद्धान्त
5.2.3 अनुवाद का संक्षिप्त इतिहास
5.2.4 अनुवाद का महत्त्व
5.3 भाषा दक्षता
5.3.1 सूचना-जगत और हिन्दी
5.3.2 विज्ञापन एवं हिंग्रेजी
5.3.3 जनमाध्यम और हिन्दी
5.3.4 भाषा में विसंगति
5.3.5 वर्तनी की समस्या
5.4 सारांश
5.5 शब्दावली
5.6 संदर्भ ग्रन्थ
5.7 प्रश्नावली

5.0 उद्देश्य

जनसंचार और पत्रकारिता अभिव्यक्ति क्षमता पर निर्भर है। आज पूरा विश्व एक ग्राम बन चुका है। एक-दूसरे के मन्तव्य को समझने, विश्व स्तर पर अपनी बात पहुँचाने के निमित्त भाषा-ज्ञान एवं अनुवाद विज्ञान की महती आवश्यकता है। इस इकाई के अध्ययनोपरांत आप निम्नलिखित तथ्यों से अवगत होंगे –

- अनुवाद का महत्त्व
- अनुवाद का संक्षिप्त इतिहास
- अनुवाद के सिद्धान्त और विभिन्न मत
- अनुवाद के विभिन्न प्रकार
- भाषा-ज्ञान की महत्ता
- हिन्दी भाषा की वैज्ञानिकता
- देवनागरी लिपि का मानकीकरण
- जनसंचार के क्षेत्र में भाषा दक्षता की आवश्यकता

5.1 प्रस्तावना

आज के युग में प्रत्येक क्षेत्र में अनुवाद का बहुत महत्त्व है। ज्यों-ज्यों मानव का कार्यक्षेत्र एक प्रान्त और एक देश से आगे बढ़कर अन्य प्रदेशों और अन्य देशों तक फैलाता है, उसे एक से अधिक भाषाओं का सामना करना पड़ता है। एक भाषा से दूसरी भाषा में अपना कथ्य पहुँचाना अनिवार्य हो जाता है। एक देश में हो रहे शोध कार्य को अन्य देशों तक पहुँचाने के लिए तो

अनुवाद का सहारा लिया ही जाता है, एक प्रान्त या देश में हुई घटना को अन्य प्रान्तों या देशों तक पहुंचाने के लिए अन्य भाषाओं में समाचार का अनुवाद करना तो अनिवार्य हो ही जाता है।

5.2 अनुवाद का स्वरूप

5.2.1 अनुवाद की परिभाषा

शब्दार्थ की दृष्टि से मूलत: इसका अर्थ किसी अन्य की कही हुई बात को उद्धृत करना या उसका व्याख्या करना है। संस्कृत व्याकरण में इसका अर्थ इस प्रकार किया गया था। 'ज्ञातस्य कथनम् अनुवाद:' अर्थात किसी पूर्व ज्ञात वस्तु को अपने शब्दों में कहना अनुवाद है। भर्तृहरि ने 'आवृत्तिरनुवाद वा' कहकर इसका तात्पर्य दोहराना या दूसरे शब्दों में उसी बात को कहना बताया है। कहा जाता है कि ब्राह्मण ग्रन्थ वेदों के अनुवाद हैं।

संस्कृत में अनुवाद शब्द उसी बात को दोहराने,विशेषकर दूसरे शब्दों में उसी बात को कहने अर्थात् किसी अन्य की उक्ति को अपने शब्दों में कहने या उसका निर्वचन करने के अर्थ में आता था। उस समय तक किसी दूसरी भाषा में उस शब्द को कहने का तात्पर्य इस शब्द में समाहित नही था। लगता है जब एक से अधिक भाषाएँ प्रचलित हो गयीं तो एक भाषा की बात को दूसरी भाषा में कहने को भी अनुवाद कहा जाने लगा। अंग्रेजी के शब्द ट्रांसलेशन में भी ट्रांस और लेसन ये दो हिस्से हैं। ट्रांस के शब्दार्थ हैं "दूसरा ओर", "उस पार", "विपरीत" या "अन्योन्य"। यह लैटिन भाषा का उपसर्ग है। इसके साथ लगे 'लेसन' हुए का तात्पर्य है "ले जाना" या "पहुँचाना"। इस प्रकार मूलत: इसका शब्दार्थ हुआ एक जगह से दूसरी जगह ले जाना। अंग्रेजी में भी बहुत पहले यह शब्द किसी वस्तु को एक जगह से दूसरी जगह ले जाने के अर्थ में आता था (लगभग ट्रांसफर की पर्याय की तरह) किन्तु लगभग 500 वर्षों से यह एक भाषा से दूसरी भाषा में किसी विषय या व्यक्ति को ले जाने के अर्थ में आने लगा है। अनुवाद शब्द ठीक इसके पर्याय के रूप में प्रयुक्त होता जा रहा है। इस दृष्टि से वास्तव में तो एक भाषा से दूसरी भाषा में किसी उक्ति को ले जाने के लिए 'भाषान्तर' या 'भाषान्तरण' शब्द का प्रयोग ही अधिक उचित लगता है।

"एक भाषा से दूसरी भाषा में उक्ति को ले जाना"। चूँकि यह ले जाना ज्यों-का-त्यों अर्थात उस उक्ति को किसी भी प्रकार क्षति पहुँचाये बिना होना चाहिए, अत: यह माना जाता है कि मूल में थोड़ा सा भी परिवर्तन किए बिना दूसरी भाषा में उस बात को कह देना अनुवाद है। इस प्रकार अनुवाद, व्याख्या, निर्वचन और भाष्य में भेद करते हुए अनुवाद की परिभाषा करना ठीक होगा। यदि उसी बात को बहुत फैलाकर कहा जाए तो वह व्याख्या होगी, एक एक शब्द तोड़-तोड़ कर कहा व समझाया जाए तो 'निर्वाचन', उस बात के साथ अन्य बातों से मिलाकर या तुलना करके विवेचन किया जाए तो 'भाष्य' होगा। सार संक्षेप कर उसे अन्य भाषा में लिख देने को संक्षिप्ति (संक्षेप, प्रेसी, Precis) या सार कहा जाएगा, अनुवाद नही। इन सबसे पृथक् केवल उसी बात को अन्य भाषा में कह देना 'अनुवाद' कहा जायेगा। इस प्रकार इसकी परिभाषा "एक भाषा से दूसरी भाषा में इबारत को ले जाने" के रूप में की जा सकती है।

प्रसिद्ध भाषाशास्त्री नोयडा के अनुसार स्रोत भाषा में कही गई बात को लक्ष्य भाषा में उसके सहज और निकटतम समानार्थी शब्द द्वारा व्यक्त करना अनुवाद है और यह समानता अर्थ तथा शैली दोनों में होनी चाहिए, यद्यपि प्रथम स्थान अर्थ का है।

टाइटलर के अनुसार "अनुवाद में मूल का विचार तो पूरी तरह उतारना ही चाहिए, साथ ही उसकी शैली और लेखन की रीति भी वही होनी चाहिए जो मूल की थी। इसके अतिरिक्त अनुवाद में वह सहजता भी होनी चाहिए जो मूल में विद्यमान थी"।

भाषा-शास्त्री डॉ० भोलानाथ तिवारी के अनुसार ''भाषा ध्वन्यात्मक प्रतीकों की व्यवस्था है और अनुवाद इन्ही प्रतीकों का प्रतिस्थापन। अर्थात एक भाषा के प्रतीकों के स्थान पर दूसरी भाषा के प्रतीकों का प्रयोग। इस प्रकार अनुवाद प्रति प्रतीक या प्रति प्रतीकन प्रक्रिया है। यह प्रतिप्रतिकन ऐसा होना चाहिए कि स्रोत भाषा के कथ्य में, लक्ष्य भाषा में आने पर न तो विस्तार हो, न संकोच और न किसी प्रकार का अन्य परिवर्तन। साथ ही स्रोत भाषा में कथ्य स्रोत-भाषा-भाषी जो कुछ ग्रहण करता हो, अनूदित सामग्री को पढ़ या सुनकर लक्ष्य-भाषा-भाषी भी ठीक वही ग्रहण करे तो अनुवाद सफल कहा जाएगा।''

5.2.2 अनुवाद के सिद्धान्त

परंपरावादी, भाषिकीय तथा प्रेरणावादी – ये तीन प्रमुख सिद्धान्त हैं –

एक सिद्धान्त जो परंपरावादी (TRADITIONAL) कहलाता है बाइबिल के उन अनुवादों को देखकर निकाला गया था, जिनमें इस धार्मिक ग्रन्थ के शब्दों का ज्यों-का-त्यों अनुवाद कर दिया गया था। हिब्रू से ग्रीक में, फिर अन्य भाषाओं में बाइबिल के अनुवाद हुए थे। इस पवित्र वाणी के शब्दों में परिवर्तन करना मानव के लिए कैसे उचित कहा जा सकता है? इसलिए एक-एक शब्द का अनुवाद करना उन्हें सर्वोत्तम जान पड़ा। शब्दानुवाद का यह प्रकार परम्परावादी (TRADITIONAL) है।

दूसरा भाषिकीय (LINGUISTIC) सिद्धान्त कहलाता है जो यह मानता है कि प्रत्येक भाषा की अपनी प्रकृति होती है – उसी से जो पूरा अर्थ निकले उसका अनुवाद ही उचित है, शब्दशः अनुवाद नहीं। इस मत के आधार पर बाद में इस प्रकार के सिद्धान्त विकसित हुए जो अनुवाद विज्ञान के आधारभूत नियम कहे जा सकते हैं – जैसे शब्द का अनुवाद नहीं होता, उसमें निहित प्रत्यर्थ (अर्थ,Concept) का अनुवाद ही होता है। यदि एक शब्द के पृथक्-पृथक् संदर्भों में अलग-अलग प्रत्यर्थ (अर्थ) होते हैं तो उनका अलग-अलग शब्दों से अनुवाद किया जाएगा, दो शब्दों का एक-सा ही अर्थ हो तो अनुवाद एक ही होगा।

तीसरा प्रेरणावादी (INSPIRATIONAL) सिद्धान्त कहा जाता है जिसके अनुसार अन्तः प्रेरणा या ईश्वरीय प्रेरणा के बिना अनुवाद संभव नहीं होता। इसमें मूल को पढ़कर अनुवादक के हृदय में उपजी भावना से रचना का जो पुनः सृजन (RE-CREATION) होता है उसकी ओर संकेत निहित है। ईश्वरीय अन्तः प्रेरणा से जो वाणी निकलती है उसी को अभिलिखित कर बाइबिल का अनुवाद संभव है, यह इस मत के अनुयायियों की यही मान्यता थी। इसे यों समझा जा सकता है कि यह ईश्वर प्रदत्त है जो सहज जन्मजात नैसर्गिक प्रतिभा अनुवादक के लिए आवश्यक है। जिस प्रकार काव्य-रचना के लिए ईश्वरप्रदत्त सहज प्रतिभा कारणभूत मानी गई है उसी प्रकार अनुवाद कला के लिए भी विशिष्ट प्रतिभा अपेक्षित है। ये सिद्धान्त बाइबिल के अनुवाद के संदर्भ में निर्गमित हुए थे अतः इनका महत्त्व तथा अनुप्रयोग उन्ही संदर्भों में अधिक संगत है तथापि उस समय विद्वानों में अनुवाद के बारे में क्या धारणाएँ थी, इसका अनुमान इनसे हो पायेगा। इसी उद्देश्य से इनका उल्लेख किया गया है। वैसे इनसे स्पष्ट होता है– 1.प्रत्येक शब्द का प्रतिशब्द या समतुल्य (Equivalent)शब्द अनुवाद के लिए जरूरी है। यह सिद्धान्त विज्ञान, तकनीकी या विधिक सामग्री के लिए उपयुक्त दिशा बतला सकता है। 2. स्रोत भाषा की पूरी समझ, उसके मुहावरों का, प्रकृति का तथा शैली का ज्ञान अनुवादक के लिए जरूरी है।

5.2.3 इतिहास

किसी उक्ति की व्याख्या, उसी भाषा में भी हो सकती है और दूसरी भाषा में भी। एक भाषा से दूसरी में वस्तु (विषयवस्तु-कंटेन्ट) का निर्वचन, व्याख्या या भाष्य भी किया जा सकता है किन्तु उसका नाम अनुवाद नही होगा, अनुवाद मूल की बात को जितनी अधिक निकटता से हो सके, दूसरी भाषा में उतार देने को ही कहते है। इस दृष्टि से स्पष्ट हो जाता है कि अनुवाद तभी हो सकता है जब दो भाषाए विद्यमान हों। यही कारण है कि जिस किसी देश में एक भाषा के अलावा दूसरी भाषा प्रचलित हुई उस देश में अनुवाद की आवश्यक्ता भी अनुभव होने लगी।

भारत में जब केवल संस्कृत शास्त्रीय विवेचन और विचार-विमर्श की भाषा थी तो उसी भाषा में निर्वचन होता था, व्याख्या और भाष्य होता था।

संस्कृत ग्रंथों और प्राकृत पालि के ग्रंथों के अनुवाद डेढ़ दो हजार वर्ष पूर्व भी तिब्बती भाषा में होते रहे थे। अनेक ग्रंथ ऐसे है जिनका मूल अब नष्ट हो गया है किन्तु तिब्बत में उनके मोटिया अनुवादों से ही उनका पता चला है। बुद्ध ने पालि भाषा में तथा जैन मुनियों ने प्राकृत भाषा में उपदेशों की जो परम्परा चलाई उसके क्रम से अनेक संस्कृत ग्रथों का अनुवाद पालि तथा प्राकृत में होना आवश्यक जान पड़ा। इसका फल यह है कि इन दोनों धर्मों के सैकड़ों ग्रंथ उन संस्कृत ग्रंथों के अनुवाद हैं जो इन धर्मों के अनुयायी विद्वानों द्वारा लिख गए थे।

संस्कृत के उपनिषदों, धर्म ग्रंथों, नाटकों, काव्यों, ज्योतिष ग्रंथों तथा अन्य महत्त्वपूर्ण काव्यों (क्लासिकों) के ब्रजभाषा में अनुवाद जनसाधारण को समझाने के लिये किए जाते थे। इन्हें 'भाषा टीका' कहा जाता था। यहाँ यह समझ लेने की बात है कि प्राचीनकाल से ही 'टीका' एवं टिप्पणी दोनों शब्द चले आ रहे हैं। इनका वास्तविक उद्देश्य तो यह था कि टीका द्वारा किसी ग्रंथ के कठिन शब्दों को सरल करते हुए उसका तात्पर्य जिज्ञासु व्यक्तियों को समझाया जा सके। ऐसी व्याख्या को टीका कहा जाता था। दोनों में सूक्ष्म अन्तर यह था कि व्याख्या विस्तृत होती थी और उसमें कोई भी बिन्दु नही छूटता था। टीका केवल कठिन स्थलों को सरल करके समझाने के लिए लिखी जाती थी। टिप्पणी का उद्देश्य केवल कुछ शब्दों को स्पष्ट करना होता था और उसमें मूल विषय के अतिरिक्त भी यदि किसी समानान्तर विषय का सन्दर्भ देना होता था या टिप्पणीकार को मूल लेखक द्वारा कही हुई बात का खण्डन-मण्डन करना होता था तो वह अपनी बात भी उसमें कह देता था। इस प्रकार ये दोनों मुख्यत: उसी भाषा में मूल को स्पष्ट करने हेतु होती थी। ब्रजभाषा में उत्कृष्ट ग्रंथों की भाषा टीका गद्य में ही की जाती थी। बहुधा समर्थ कवि संस्कृत के काव्यों, नाटकों या अन्य वरेण्य ग्रंथों का अनुवाद ब्रजभाषा के छन्दबद्ध पद्यों में ही किया करते थे पर इन्हें भाषा टीका नहीं कहा जाता था। या तो लेखक उसका शीर्षक कोई दूसरा रख देता था या मूल ग्रंथ के शीर्षक के साथ 'भाषा' शब्द लगा देता था। उदाहरणार्थ – फोर्ट विलियम कालेज कलकत्ता के पं. लल्लूलाल ने श्रीमद्भागवत के दशम स्कन्ध का भावानुवाद खड़ी बोली में किया था जिसका हिन्दी के इतिहास में ऐतिहासिक महत्त्व है। इसका शीर्षक उन्होंने ''प्रेमसागर'' रखा था। दूसरी ओर जयपुर के ही विद्वान जनार्दन भट्ट ने 'वैद्यरत्न' नामक संस्कृत ग्रन्थ का भाषा में अनुवाद कर उसका शीर्षक ''भाषा वैद्यरत्न'' रख दिया। इसी प्रकार से किये गए अनेक अनुवादों का नाम रखा गया था। जैसे 'अमरुशतक' का शीर्षक अमरुशतक भाषा रखा जाता था। राम प्रसाद निरंजनी का 'भाषायोगवाशिष्ठ' भी इतिहास-प्रसिद्ध है। ब्रजभाषा के साहित्य मे ऐसे अनुवादों का बहुत बड़ा इतिहास है। गीता, भागवत, रामायण, भर्तृहरि के तीनों शतक, अमरुशतक आदि काव्य तथा अनेक नाटक ब्रजभाषा में अनूदित करने ही होड़ सी इन दिनों लग गई थी।

5.2.4 अनुवाद का महत्त्व

वर्तमान युग में अनुवाद कार्य एक अनिवार्यता है। जिस प्रकार प्राचीन युग में समृद्ध भाषाओं (जिनको दूसरे शब्दों में पुस्तकालय भाषा भी कहा जा सकता है) में जो बहुमूल्य साहित्य था, उसका अनुवाद विभिन्न लोक भाषाओं में करने की लम्बी श्रृंखला चली थी, उसी प्रकार वर्तमान युग की समृद्ध भाषाओं से हिन्दी-जैसी देश की भाषाओं में अनुवाद की प्रक्रिया भी गत दो शताब्दियों में बहुत प्रचलित हुई। इसी के अन्तर्गत विज्ञान के ग्रंथों के अंग्रेजी से हिन्दी में अनुवाद हुए। इस प्रक्रिया की अनिवार्यता और भी अधिक तब बढ़ गई जब भारत के स्वतंत्र होने के बाद संविधान की धारा 343 से लेकर 351 तक यह उपबंध किया गया कि राजभाषा के रूप में केन्द्र में हिन्दी मान्य होगी तथा जो राज्य हिन्दी को राजभाषा मानेंगे उनमें भी वही चलेगी। इसके अतिरिक्त केन्द्र और राज्यों के बीच पत्राचार के लिए भी हिन्दी को ही

मान्य माना गया। जिन राज्यों में अपनी-अपनी प्रादेशिक भाषाएँ चल रही हैं उनमें उन्हें राजभाषा घोषित किया गया। भारतीय भाषाओं में राजकाज, न्याय और विधायन कार्य चलने का यह श्रीगणेश था। इसके क्रम में यह आवश्यक हो गया कि ये तीनों कार्य जो पहले अंग्रेजी में किए जाते थे, अब हिन्दी और अन्य भारतीय भाषाओं में किए जाएँ। इसी के साथ तब तक अंग्रेजी में कानूनों, सरकारी नियमों और रिपोर्टों का अंग्रेजी से हिन्दी और प्रादेशिक भाषाओं में अनुवाद भी आवश्यक हुआ। इस क्रम में अनुवाद की बहुत बड़ी प्रक्रिया शुरू हुई।

1963 से 1967 में संसद ने राजभाषा अधिनियम तथा उसका संशोधन पारित किया जिनमें यह प्रावधान था कि जब तक हिन्दी को यह मान्यता प्राप्त न हो जाए कि वह सारे देश में केन्द्र और राज्यों के बीच एक राज्य और दूसरे राज्य के बीच पत्राचार की भाषा मान ली जाए (जो स्थिति आज अंग्रेजी के साथ है)। दूसरे शब्दों में जब तक हिन्दी सम्पर्क-भाषा न बन जाए तब तक केन्द्र सरकार दोनों भाषाओं में काम करती रहेगी अर्थात् हिन्दी भाषी राज्यों से हिन्दी में पत्राचार करेंगी, शेष से अंग्रेजी में। इसके अतिरिक्त बहुत सी महत्त्वपूर्ण सामग्री जो सारे राज्यों के लिए होती है या विदेशों के लिए भी होती है अंग्रेजी और हिन्दी दोनों भाषाओं में जारी होगी। संक्षेप में, भारत सरकार की यही भाषा नीति है। एक शब्द में कहा जाए तो इसे द्विभाषी स्थिति का नाम दिया जा सकता है। जब भी किसी देश में ऐसी द्विभाषी स्थिति आती है तो दोनों भाषाओं में परस्पर अनुवाद अनिवार्य हो जाता है। भारत में चूँकि इस समय अधिकांश मूल प्रारूपण अंग्रेजी में होता है इसलिए केन्द्र सरकार के (और अधिकांश राज्य सरकारों के) विधेयक, नियम, रिपोर्ट आदि मूलत: अंग्रेजी में बनते हैं, फिर उनका अनुवाद हिन्दी में किया जाता है। जिन राज्यों में अपनी-अपनी भाषाएँ राजभाषाएँ हैं वहाँ भी पहले अंग्रेजी में प्रारूपण होकर उनका अनुवाद उनकी भाषाओं में होता है क्योंकि अधिनियमों के लिए संविधान में यह प्रावधान है कि वे चाहे किसी भी भाषा में हों उनका अधिकृत अंग्रेजी अनुवाद अवश्य साथ में होगा। इस दृष्टि से भी उस अधिनियम को अंग्रेजी में जारी करना आवश्यक होता है। इसकी अनुपालना हेतु अधिकारी केन्द्र में अधिनियम (विधेयक) को मूलत: अंग्रेजी में ही बनाते हैं। हिन्दी भाषी राज्यों में भी सारी विधान सभाएँ जो कानून पास करती हैं वे हिन्दी और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में जारी होते हैं। इस कारण अनुवाद की कितनी बड़ी प्रक्रिया अनिवार्य हो जाती है, यह आसानी से समझा जा सकता है।

इस युग में अंग्रेजी से हिन्दी में अनुवाद करना इस देश की एक बहुत बड़ी आवश्यकता है। इसके कुछ उदाहरण तो दैनिक समाचारों के अनुवादों में देखे जा सकते हैं। जो अन्तर्राष्ट्रीय एजेन्सियाँ विश्व के सारे देशों में अंग्रेजी में समाचार भेजती हैं वे भारत में भी टेलीप्रिन्टर द्वारा अंग्रेजी में आते हैं। हिन्दी में उनका अनुवाद आवश्यक हो जाता है। इसके अतिरिक्त भारत की अखिल भारतीय स्वरूप की जो समाचार-एजेन्सियाँ हैं (जैसे प्रेस ट्रस्ट आफ इंडिया, यू. एन. आई. आदि) वे भी मूलत: अधिकांश समाचार अंग्रेजी में जारी करती हैं, क्योंकि वह सारे भारत में समझी जाती है। हिन्दी प्रान्तों में उसका हिन्दी अनुवाद करके अखबारों में दिया जाता है। इसी प्रकार वैज्ञानिक शोध लेख तथा अन्य स्तरीय ग्रंथ भी अधिकांश अंग्रेजी में ही छपते हैं जिनका हिन्दी अनुवाद बहुत बड़ी मात्रा में किया जाता है। इस विवरण से स्पष्ट होगा कि वर्तमान में अनुवाद का सबसे बड़ा काम अंग्रेजी से हिन्दी में हो रहा है। इसके फलस्वरूप आज के अनुवादक को एक तो इन दोनों भाषाओं का ज्ञान आवश्यक है, दूसरे अंग्रेजी से हिन्दी में प्रत्येक विषय की शब्दावली भी आवश्यक हो जाती है। शब्दावलियाँ तो भारत सरकार द्वारा प्रत्येक विषय की तैयार करा दी गई है जिनका विवरण दिया जा चुका है, साथ ही निजी प्रकाशकों ने भी बहुत सी शब्दावलियाँ प्रकाशित की हैं (सूची संलग्न)। आकाशवाणी ने अपने समाचारों के लिए अलग शब्दकोश तैयार किया है। इन सबसे अंग्रेजी से हिन्दी में अनुवाद की सुविधा उपलब्ध हो जाती है। अनुवाद का जो प्रशिक्षण केन्द्रीय हिन्दी प्रशिक्षण संस्थान, राजभाषा विभाग, भारत सरकार, नई दिल्ली में दिया जाता है वह भी प्रमुखत: अंग्रेजी से हिन्दी अनुवाद

करने का ही होता है। यह भी उल्लेखनीय है कि भारत में अनुवाद के अनेक संस्थान काम कर रहे हैं। इनमें अधिकांशत: अंग्रेजी से हिन्दी में ग्रंथों और सरकारी सामग्री का अनुवाद होता है। सारे हिन्दी भाषी राज्यों में हिन्दी ग्रंथ अकादमियां ग्रंथों का अंग्रेजी से हिन्दी में अनुवाद करती हैं। अन्य राज्यों में अंग्रेजी से उनकी प्रादेशिक भाषाओं में अनुवाद करने की अकादमियाँ कार्यरत हैं। सरकारी अनुवादों के लिए भी अनेक इकाइयां हैं। मैसूर में भारतीय भाषाओं के पारस्परिक अनुवाद हेतु एक संस्थान काम कर रहा है। इस प्रकार बहुत बड़ी मात्रा में अनुवाद का कार्य हो रहा है।

5.3 भाषा दक्षता

5.3.1 सूचना-जगत और हिन्दी

सूचना विस्फोट के इस युग में जनसंचार वायु और प्रकाश की तरह सभी के लिए अनिवार्य है। जनसंचार माध्यमों को बनाने का कार्य भाषा द्वारा सम्पन्न होता है। भाषा ही जनसंचार की रीढ़ की हड्डी है। भाषा और जनसंचार में अन्योन्याश्रय सम्बन्ध है। जनसंचार माध्यमों की विशेषताएँ एवं संभावनाएँ जिस भाषा में निहित हैं ऐसी भाषा ही उन्नत भाषा मानी जाती है। हिन्दी में जनसंचार माध्यमों का प्रयोग बहुत पहले से ही दिखाई देता है। हिन्दी में शिलालेखों के आधार पर संकेत मिलते हैं। आदिकाल के कवि अमीर खुसरो के हिंदवी में दिए अनेक संदेश प्राप्त हुए हैं। मध्य काल क संतो एवं भक्तों ने सांस्कृतिक जागरण के लिए अपनी वाणी के द्वारा विविध प्रकार के संदेश दिए हैं। मुगल बादशाहों ने भी प्रशासनिक कार्यों के लिए संचार माध्यमों का प्रयोग किया है। लेकिन हिन्दी में आधुनिक संचार माध्यमों का प्रयोग यूरोपीय संपर्क के बाद ही अधिक दिखाई देता है। सन 1826 में कलकत्ते से हिन्दी में पहले समाचारपत्र 'उदंड मार्तंड' की शुरुआत ने एक नये युग का सूत्रपात किया। इस नये युग में पत्रकारिता, विज्ञापन एवं प्रचार-प्रसार के लिए हिन्दी भाषा का व्यापक प्रयोग किया जाने लगा। सन 1913 में हिन्दी में पहली फिल्म 'राजा हरिश्चंद्र' दादासाहेब फालके ने बनायी। हिन्दी भाषा का सही परिचय तभी मिला जब यह गूँगी फिल्म बोलने लगी। सन 1913 में 'आलम आरा' के प्रदर्शन के साथ ही भारतीय परिदृश्य में नयी क्रांति का उदय हुआ, जिसमें शब्द, दृश्य माध्यम आदि के रूप में हिन्दी ने अपनी क्षमता का परिचय दिया। बाद में आकाशवाणी, टेलीफोन, दूरदर्शन, संगणक, इंटरनेट, फैक्स, ई-मेल आदि विविध जन-संचार माध्यमों में हिन्दी अपनी क्षमता का परिचय दे रही है। जन संचार के माध्यमों ने ही हिन्दी ---- भू-भाग पर फैलाया है। ------- अन्तर्राष्ट्रीय रूप बनाने --------- बडा योगदान है।

संचार माध्यमों के कारण हिन्दी की संरचना पूरी तरह से बदल गयी है। इसका कारण यह है कि संचार माध्यमों की भाषा न तो सामान्य बोलचाल की हिन्दी है और न सर्जनात्मक स्तर पर उपयोग में आनेवाली काव्यभाषा है। संचार माध्यमों की भाषा प्रशासन में प्रयुक्त होने वाली राजभाषा भी नही होती है। संचार माध्यमों की हिन्दी अपने माध्यमों के प्रति ईमानदार होती है। यही कारण है कि संचार माध्यमों के आधार पर हिन्दी के नये-नये रूप बन रहे हैं। आकाशवाणी की हिन्दी पत्रकारिता की हिन्दी नहीं होती, विज्ञापन की हिन्दी दूरदर्शन की हिन्दी नही होती और संगणक की हिन्दी फिल्म की हिन्दी नहीं होती। माध्यमों के आधार पर हिन्दी ने अपने आपको विविध दृष्टियों से विकसित किया है। यही कारण है कि इक्कीसवीं शताब्दी में संचार माध्यमों के विविध रूपों में हिन्दी के विकास की अनेक संभावनाएँ दिखाई दे रही हैं। जन-संचार के विविध माध्यमों को प्रभावी रूप में अभिव्यक्त करने में हिन्दी ने अनेक कौशलों को प्राप्त किया है। लेकिन जनसंचार माध्यमों के विकास की गति अत्यंत तीव्र एवं व्यापक होने के कारण हिन्दी भाषा के सामने अनेक चुनौतियाँ खड़ी हैं।

अंग्रेजी के बिना विकास नहीं हो सकता, ऐसी धारणा प्रबल हो गयी है। अंग्रेजी के प्रति हमें अधिक मोह है। कोई भी संस्था या सरकार हिन्दी की दृष्टि से निष्पक्ष कार्य नही कर रही है। संचार के कई माध्यम देश में है, जिनमें हिन्दी के बदले अंग्रेजी को ही महत्त्व दिया जा रहा है। यहाँ यह ध्यान में रखना आवश्यक है कि जर्मन, जापान, चीन, अमेरिका आदि ने अंग्रेजी को नकार कर अपनी अपनी भाषा में अपने-अपने देशों की प्रगति हर क्षेत्र में कर ली है तो हम हिंदुस्तानी क्यों नहीं कर सकते? वास्तविकता यह है कि संचार के लिए हिन्दी सबसे प्रभावी संचार माध्यम होनी चाहिए। संस्कृत की तुलना में हिन्दी आसान है। इसलिए हम दृढ़ संकल्प करें तो हिन्दी भाषा जनसंचार के विविध माध्यमों में सक्षमता के साथ प्रयुक्त कर सकते है।

आज जनसंचार माध्यमों में विदेशी शब्दों का प्रयोग अधिक हो रहा है। यह सही है कि आज कोई एक ही भाषा जानने वाला समाज नहीं रहा है। आज द्विभाषिकता एवं बहुभाषिकतावाला आज का समाज बनता जा रहा है। यह सत्य होते हुए भी जनसंचार माध्यमों में अंग्रेजी का प्रयोग इतना बढ़ गया है कि हिन्दी 'हिंग्लिश' हो गयी है। हिन्दी भाषा का रूप विकृत बनाया जा रहा है। इस कारण मानकीकरण की समस्या बढती जा रही है। इसलिए संचार माध्यमों में प्रयुक्त हिन्दी भाषा को संशोधित करने के लिए अनुसंधान की आवश्यकता है। इसका कारण यह है कि इस देश में संप्रेषण का माध्यम हिन्दी ही हो सकती है। दूसरी बात यह है कि भारत के भविष्य को हिन्दी के भविष्य से अलग नहीं कर सकते हैं। इसलिए स्वाभिमान की चेतना को जगाना होगा, तभी हिन्दी का इंद्रधनुषी रंग खिलेगा।

आज मीडिया ही भाषा का निर्माण कर रहा है। इतना ही नही प्रौद्योगिकी सहायता से ही कोई भी भाषा फल-फूल सकती है। भारत में दरिद्रता, निरक्षरता, भाषिक विविधता तथा अंग्रेजी के प्रति अनावश्यक रुझान और सॉफ्टवेयर कंपनियों द्वारा हिन्दी की उपेक्षा के कारण शुरू शुरू में हिन्दी का सूचना एवं औद्योगिकी के क्षेत्र में अपेक्षित विकास नहीं हुआ। आज सूचना एवं औद्योगिकी के क्षेत्र में हिन्दी का प्रयोग दिन-ब-दिन बढ़ता जा रहा है। विभिन्न व्यवसायों, कार्यालयों, बैंकों, रेल, डाक, तार, विज्ञापन, आकाशवाणी, दूरदर्शन, टेलीप्रिंटर, फैक्स, कम्प्यूटर, इंटरनेट आदि अनेक क्षेत्रों में हिन्दी का व्यापक प्रयोग हो रहा है। अगर इसी गति के साथ विकास होता रहेगा, तो हिन्दी जनसंचार माध्यमों की दृष्टि से विश्व की सबसे प्रभावी भाषा होगी।

उदारीकरण एवं वैश्वीकरण के इस दौर में बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ जहाँ तेजी से पाँव पसार रही हैं और अंग्रेजी का वर्चस्व समझा जा रहा है, वही यदि गहराई से देखा जाए तो हिन्दी का दायरा भी विस्तृत होता जा रहा है।

हिन्दी भाषा 1000 ई० के आस-पास जन्म लेकर विकसित होते होते इक्कीसवीं शताब्दी के प्रारम्भिक चरण में पहुच चुकी है। इतिहास इस बात का साक्षी है कि जब भी परिवर्तन आया है। नई भाषाई संस्कृति और विचारधारा भी पनपी है। आदिकाल में हिन्दी भाषा अप्रभ्रंश के बहुत निकट थी, क्योंकि उसी से हिन्दी का उद्भव हुआ था। मध्य काल में राज दरबारों में फारसी का प्रयोग होने से हिन्दी पर फारसी का प्रभाव भी पड़ा। आधुनिक काल के आरम्भ में कचहरियों की भाषा उर्दू होने के कारण हिन्दी में उर्दू शब्दों का प्रयोग बढ़ गया, किन्तु स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद अंग्रेजी शब्दों का प्रचलन बढ़ता चला गया। आज उपभोक्तावादी संस्कृति और बाजारवाद का बोलबाला होने के कारण विश्व में पारस्परिक आदान-प्रदान और संपर्क के लिए नवीन भाषाई संस्कृति के विकास की संभावनाएँ बढ़ती जा रही हैं। सूचना प्रौद्योगिकि, ई-मेल और कम्प्यूटरीकरण के इस युग में हिन्दी की व्यापकता की संभावना को स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है।

इलैक्ट्रानिक मीडिया, प्रिंट मीडिया, सिनेमा तथा चैनलों की चकाचौंध ने हिन्दी को एक नया क्षेत्र प्रदान किया है। रेडियो, टीवी और फिल्मों जैसे जनसंचार माध्यमों ने एक अलग ढंग की हिन्दी विकसित की है। 80 के दशक के शुरुआत में ही मीडिया कम्पनियाँ टेलीविजन के क्षेत्र

में पदार्पण कर चुकी थी और आज हिन्दी के दर्जनों टीवी चैनल भी हिन्दी की तरफ बढने लगे हैं। धर्म, दर्शन,आध्यात्म सहित बच्चों के लिए तरह-तरह के मनोरंजक व ज्ञानवर्धक कार्यक्रमों को डभ करके ये हिन्दी में प्रसारित कर रहे हैं। हिन्दी फिल्में देश मे ही नही, विदेशों में भी बहुत पसंद की जाती है।

प्रिंट मीडिया तो इलैक्ट्रानिक मीडिया से भी आगे बढता हुआ नजर आता है। देश के प्रमुख समाचारपत्र-पत्रिकाओं के आन-लाइन संस्करणों के कारण हिन्दी पत्रकारिता में संख्यात्मक एवं गुणात्मक दोनों दृष्टियो से वृद्धि हुई है। हिन्दी के बढते स्वरूप को देखते हुए "इण्डिया टुडे" को हिन्दी संस्करण निकालने के लिए विवश होना पडा है। कंम्प्यूटर को लेकर भारत में जो अटकलें लगाई जाती थीं, वह अब समाप्त हो गई हैं। तभी तो इसकी लोकप्रियता इतनी बढ गई है कि माइक्रोसाफ्ट कम्पनी का हिन्दी संस्करण बाजार में लाना ही पड़ा। यद्यपि कम्प्यूटर का विकास सर्वप्रथम रोमन लिपि से ही हुआ, किन्तु देवनागरी लिपि के प्रयोग का श्री गणेश होते ही बिल गेट्स को भी स्वीकार करना पडा कि कंम्प्यूटर प्रयोग में हिन्दी पूरी तरह सक्षम है। सर्वप्रथम भारतीय रिजर्व बैंक ने देवनागरी में ई-मेल भेजने की शुरुआत की।

1980 के बाद सूचना प्रौद्योगिकी के अन्तरिक्षव्यापी विकास ने सोच और चिन्तन में स्पंदन पैदा करते हुए साहित्य और कलाओं को भी प्रभावित किया है। सूचना तकनीकी कंम्पनियों को यह आभास काफी पहले से ही हो चुका था कि यदि भारत में पाँव जमाना है तो हिन्दी भाषा की अनदेखा नहीं की जा सकती है। यही कारण है कि माइक्रोसाफ्ट कंम्पनी ने साफ्टवेयर आफिस एक्स पी को पहले ही बाजार में उतार दिया था। वेब दुनियाँ का सूत्रपात भी इंटरनेट माध्यम पर हिन्दी के लिए एक सुदृढ मंच प्रदान करने के लिए ही हुआ। 23 सितम्बर 1999 को प्रारम्भ हुए विश्व के प्रथम हिन्दी पोर्टल 'वेब दुनियाँ डाट काम' (www. webdunia. com) पर अनेक चैनल एवं सुविधाएँ हैं। हिन्दी में ई-मेल के अतिरिक्त रोमांस, क्रिकेट, साहित्य, व्यापार के उतार-चढ़ाव आदि के सफल चैनल 'वेब दुनिया' पर हैं। अब तो इंटरनेट के साथ कई मोबाइल सैट कंम्पनियाँ भी अपने सैटों पर हिन्दी में एस.एम.एस.की सुविधाये दे रही हैं। अब बाजार में कंम्प्यूटर जैसे विषय पर भी हिन्दी में पुस्तकें उपलब्ध हैं।

आज सूचना, संचार एवं इलैट्रानिक मीडिया के चलते पूरे विश्व की दूरियाँ सिमट गई हैं। हिन्दी की दुनियाँ केवल अपने देश तक ही सीमित नही है, बल्कि विश्व स्तर तक फैल चुकी है। आज के वातावरण में हिन्दी का शोर चारों ओर सुनाई दे रहा है। जापान, कोरिया, चीन, रूस, इग्लैण्ड, इटली, जर्मनी, फ्रांस, कनाडा, अमेरिका, मेक्सिको आदि अनेक देशों में हिन्दी भाषा और साहित्य पर शोधकार्य भी हो रहा है। मारिशस, फीजी,त्रिनिडाड, दक्षिणी अफ्रीका गुयाना तथा सूरीनाम तो ऐसे देश हैं जहाँ भारत मूल के हिन्दी प्रदेशों से ही गए लोग बसे हैं।

5.3.2 विज्ञापन एवं हिंग्रेजी

कई बार विज्ञापन विशेष का सहारा लेकर ही हम उस वस्तु को पहचानते हैं। व्यवसायिक कला के कारण आज के विज्ञापन उपभोक्ताओं को आकर्षित करने वाले होते हैं। इन विज्ञापनों में आम प्रचलित या विदेशी शब्दों का अधिक प्रयोग किया जाता है ताकि इन्हें समझने में आसानी रहे। हिन्दी विज्ञापनों में अंग्रेजी शब्दो के प्रयोग का कारण यही प्रतीत होता है। अनुमानतः विज्ञापनोपयुक्त शब्द के अनुवाद मिलते ही नहीं और यदि मिलते भी हैं तो वे सटीक नही होते अर्थात विज्ञापन के सौन्दर्य के अनुकूल नही होते। मध्यमवर्गीय पाठक खिचडी भाषा बोलने का शौकीन होता जा रहा है, तो उच्च वर्गीय अंग्रेजी भाषा बोलने में ही अपनी शान समझता है। इसलिए विभिन्न कंम्पनियों द्वारा इन दोनों वर्गों के लिए बनाए गये विज्ञापनों में अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग अधिक होता है। जैसे "Life हो तो ऐसी" "यही है Right Choice Baby" "I Love You रसना", "दांतों में दर्द है, नया Tooth Paste Try किया।", "Effect सही, Side Eeffect नही", "Simplicity में अद्भुत शक्ति है, शुक्र है आज की भाग दौड

की जिन्दगी में कुछ तो Simple है''

5.3.3 जन माध्यम और हिन्दी

जन संचार के माध्यम के रूप में हिन्दी का प्रयोग कोई नयी बात नहीं है। अभिव्यक्ति की क्षमता पाते ही, जन-कथा एवं पुराण-कथा के रूप में हिन्दी जनसंचार का माध्यम बन गयी थी। मीडिया ने हिन्दुस्तान के स्वतंत्रता आन्दोलन को हिन्दी के माध्यम से चलाया था। जननेता हिन्दी की शक्ति को जानते थे, इसलिए जनसंचार के विभिन्न माध्यमों, यथा रंगमंच, प्रकाशन, प्रसारण, फिल्मों आदि के द्वारा जनसभा, संबोधन में हिन्दी का व्यापक प्रयोग कर विदेशी शासन के विरुद्ध सशक्त आन्दोलन चलाया गया था।

ज्ञान, अनुभव, संवेदना, विचार, अभिनव परिवर्तनों की साझेदारी ही संचार है। जनसंचार, साधारण जनता के लिए होता है, इससे संदेश तीव्रतम गति से गन्तव्य तक पहुचता है, इसका रूप लिखित या मौखिक हो सकता है, इसके द्वारा जनसामान्य की प्रतिक्रिया का पता चल जाता है, एवं इसका प्रभाव गहरा होता है।

हिन्दी की संप्रेक्षण क्षमता अतुलनीय है। संप्रेक्षण हमारे वातावरण के साथ शारीरिक मानसिक और सामाजिक स्तर पर एक प्रकार की अन्त:क्रिया है। मीडिया के रूप में प्रचलन में एक है प्रिंट मीडिया, दूसरा है इलैक्ट्रानिक मीडिया। आजकल हिन्दी का प्रसार वैश्विक व्यावसायीकरण के कारण निरन्तर हर तरफ हो रहा है।

प्रिंट मीडिया में समाचारपत्र एवं पत्रिकाएँ आती हैं। स्वतंत्रता के बाद समाज में राजनैतिक जागृति, सामाजिक, धार्मिक, आपराधिक, आर्थिक, गतिविधियों एवं घटनाओं के प्रति जनसामान्य की जिज्ञासा में वृद्धि के कारण हिन्दी समाचारपत्रों के प्रसार संख्या में बड़ी वृद्धि हो रही है।

भारत में सबसे अधिक 20,589 समाचारपत्र हिन्दी में प्रकाशित होते हैं, जबकि अंग्रेजी में 7596समाचारपत्र छपते हैं। सन 2001 में 2057 दैनिक पत्र हिन्दी में निकलते थे। प्रिंट मीडिया ने भारत के स्वतंत्रता आन्दोलन को, हिन्दी के माध्यम से गति प्रदान की थी। स्वतंत्रता के बाद हिन्दी को संपर्क भाषा एवं राजभाषा घोषित करने के कारण हिन्दी समाचारपत्र एवं पत्रिकाओं का निरन्तर प्रसार बढ़ता जा रहा है।

पत्रिकाओं ने समाज में साहित्यिक चेतना संप्रेक्षित की है। अधिकांश समाचारपत्रों में पृथक से साहित्यिक पृष्ठों के प्रकाशन द्वारा हिन्दी साहित्य की विभिन्न विधाओं में श्रेष्ठ रचनाओं का प्रकाशन किया जा रहा है। विदेशों में भी प्रमुख शहरों से हिन्दी की पत्रिकाएँ निरन्तर छपती हैं। नई दिल्ली के अमेरिकन दूतावास द्वारा हिन्दी में 'स्पैन पत्रिका' एवं ब्रिटिश आयोग द्वारा 'ब्रिटिश समीक्षा' पत्रिका छपती है।

इलैक्ट्रानिक मीडिया में आकाशवाणी, दूरदर्शन एवं इंटरनेट पर भी हिन्दी का वर्चस्व बढ़ता जा रहा है। हिन्दी का आज कल प्रयोजनमूलक रूप में निरन्तर विकास हो रहा है। 1926 से रेडियो का भारत में प्रसारण शुरू किया गया। यह पहले गैर सरकारी संस्था के पास था। 1930 से इसे भारत सरकार ने अपने अधीन कर लिया। रेडियो द्वारा हिन्दी के समाचारों का प्रसारण होता है, 1941 से हिन्दी प्रसार के लिए अहिन्दी भाषी केन्द्रों से हिन्दी प्रसिक्षण के कार्यक्रम शुरू किये गये। अब कई केन्द्रों से हिन्दी के व्यवहारिक प्रयोग का ज्ञान बढ़ाने के लिए हिन्दी के पाठ निरन्तर प्रसारित किये जाते हैं। रेडियो नाटक लेखन बींसवी सदी में एक सशक्त साहित्य विधा के रूप में उभरा है। अनेक प्रशिक्षित साहित्यकारों ने इसमें महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है इनमें। मंटो, किशन चन्दर, राजेन्द्र सिंह बेदी, करतार सिंह दुग्गल प्रमुख है। आकाशवाणी केन्द्रों में निरन्तर हिन्दी में वार्ताएँ भी प्रसारित की जाती हैं। कवि सम्मेलनों का भी आयोजन किया जाता है।

आकाशवाणी की देश के 95% जनसंख्या तक पहुँच है एवं इसके 'विविध भारती' एवं 'एफ.एम.चैनल' पर चित्रपट संगीत हिन्दी के प्रसार में अपूर्व योगदान कर रहे हैं। भारत में दूरदर्शन का प्रादुर्भाव सत्तर के दशक से हुआ। इसे सूचना देने, ज्ञान का प्रसार करने एवं मनोरंजन का साधन मानकर बढ़ावा दिया गया। दूरदर्शन के विभिन्न केन्द्रों द्वारा भी हिन्दी में पर्याप्त मात्रा में कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं।

5.3.4 भाषा में विसंगति

सम्प्रति समाचारपत्र जगत एवं इलेक्ट्रानिक मीडिया में प्रयुक्त भाषाओं में पर्याप्त विसंगति दृष्टिगत हो रही है। प्रो०सूर्य प्रसाद दीक्षित ने 'हड़बड़िया-लेखन के चक्कर में हिन्दी भाषा की स्थिति' पर लिखा है कि –

यह भी विचारणीय है कि जनसंचार माध्यमों से जुड़े हड़बड़िया-लेखन में भाषा-संस्कार कैसे किया जाये? 'लीड़' लेने के चक्कर में आज के अखबारों के पास भाषा को माँजने का समय नहीं है। पत्रकारिता और खोजी पत्रकारिता के दबाववश अधिकतर संवाद सूत्र बौद्धिक 'डान' बन गये हैं। वे स्कैंडल तो निकाल लाते हैं, किन्तु 'डेस्क' पर बैठकर अच्छी भाषा नही बना पाते, इसलिये हिन्दी के बड़े से बड़े दैनिक समाचारपत्र में भाषिक भूलों की भरमार दिखाई देती है। ये भाषिक त्रुटियाँ मुख्यत: छ: प्रकार की लक्षित की जा रही हैं –

1. वर्तनी की त्रुटियाँ

इन दिनों अखबारों ने बिन्दु, चन्द्रबिन्दु तथा ह्रस्व-दीर्घ मात्राओं का अन्तर प्राय: समाप्त कर दिया है। विसर्ग और अनुस्वार की सतर्कता भी वे नहीं बरतते। 'अहम' बात लिखते हुए उनका 'म' हलन्त हो जाता है। अर्धाक्षरों के प्रयोग में ऐसी चूक होती रहती है। इसी प्रकार स, श, रेफ, ट, ड, ढ़, ण, त्र, क्ष आदि से संबंधित त्रुटियाँ बहुत बड़ी संख्या में पायी जाती हैं।

2 वाक्य रचना की त्रुटियाँ

यह गड़बड़ी भी हड़बड़ी के कारण होती है। किसी वाक्य के पद अन्वय के सही न होने से प्राय: अर्थ में अनर्थ हो जाता है, जैसे–"तृणमूल की सरकार में शामिल होने की।" यहाँ मूल कथ्य है, केन्द्र सरकार में तृणमूल के सम्मिलित होने का। ऐसे पचासों दूषित प्रयोग प्रतिदिन अखबारों में मिल जायेंगे। कुछ प्रयोग प्रमाद या पूर्व चिन्तन न करने के कारण त्रुटित हो जाते है, जैसे "आरोप यह भी लगाये गये"शुद्ध वाक्य होगा 'आरोप ये भी किये गये।' इसी प्रकार दुर्घटना में "पाँच लोग मारे गये" का शुद्ध रूप होगा – "मर गये"। "कीमती सामान चोरी कर लिया" का शुद्ध रूप है–'सामान की चोरी हो गयी।' उनको 'चुनाव लड़ाये जाने की माँग की है, इसका शुद्ध रूप है–'उनके चुनाव लड़ने की माँग की गयी है।' चन्देल चुनाव जीते है – का शुद्ध वाक्य है – चन्देल ने चुनाव जीता या जीते हैं।'

3 कुछ वाक्य संन्धि, समास की त्रुटियों के कारण अटपटे हो जाते हैं, जैसे "मुसलमान बाहुल्य क्षेत्र में "–इसका सही रूप होगा– 'मुसलमान बहुल क्षेत्र में।

4 कभी-कभी अंग्रेजी की नकल में अखबारी हिन्दी बिगड़ जाती है। जैसे– "गलत संदेश जायेगा", 'उसने नयी जमीन तोडी' ये अंग्रेजी के भोंड़ें अनुवाद हैं।

5 अखबारों ने हिन्दी को बहुत नये-नये शब्द दिये हैं जैसे– फौरी तौर, धता बताकर, भितरघात, पलटवार, बन्द, घेराव, धड़े, सुश्री, सर्वश्री आदि। कुछ निरर्थक शब्द भी, अखबारों ने गढ़ डाले है, जैसे- किरकिरी की तर्ज पर 'हारा-किरी।' उद्यम की जगह 'उद्यमीयता', कुबूल से 'कुबूलियत' सतत से 'सततता' आदि।

6 इधर उर्दू शब्दों का प्रचलन औसत से बहुत ज्यादा बढ़ गया है। ध्यान देने योग्य है – "गौर तलब," -'तकरीबन,' 'छुपाने की जगह', 'वो', "क्यूँ" का प्रयोग

करना तर्कसंगत कदापि नहीं है। ऐसे प्रत्येक शब्द का प्रयोग करते हुए यह सोचना चाहिए कि जो शब्द एक करोड़ प्रतियों में छप जायेगा और कई दिनों तक करोड़ों-करोड़ों पाठक जिसे पढ़ेंगे, एक दिन वह भ्रष्ट भाषा ही शुद्ध हिन्दी मान ली जायेगी। यही स्थिति रेडियो से प्रसारित हिन्दी कार्यक्रमों के उच्चारण की है। टीवीचैनलों में भाषागत दोषों के तीन रूप दिखते हैं –

1. 'बाटम लाइन' में लिखे जाने वाले शब्दों की गलत वर्तनी।
2. दूषित उच्चारण,
3. अनावश्यक रूप से रोमनलिपि में दिये गये कैप्शन। इन तीनों माध्यमों में भाषा के सुधार – संस्कार हेतु भाषाविदों से परामर्श लेना अब अपेक्षित ही नहीं, अनिवार्य कर दिया जाना चाहिये। खम्भात के स्थान पर कैम्बे, बलसाड के स्थान पर बुलसार तथा बारामूला के स्थान पर बड़ा मूल्ला कहना या मुद्रित करना पत्रकारिता के लिए चिन्तनीय है।

5.3.5 वर्तनी की समस्या

एक ही समाचारपत्र में एक ही दिन एक ही व्यक्तिवाचक संज्ञा को विभिन्न रूपों में प्रस्तुत किया जा रहा है –

गौहाटी	गुवाहाटी
गावस्कर	गवास्कर
गोर्वाचोव	गोर्वाचौफ, गोर्वाच्योव
बंगलोर	बैंगलूर
पीकिंग	बीजिंग, पीचिंग, पेई-चिंग, पेकिंग
इंदर कुमार गुजराल	इन्द्र कुमार गुजराल
रजिंदर कौर	राजेन्द्र कौर
प्रतापचन्दर	प्रतापचन्द्र

उपर्युक्त व्यक्तिवाचक संज्ञाओं में एकरूपता की आवश्यकता है।

अंग्रेजी की रोमनलिपि के चलते हिन्दी के अखबारों में 'मिश्र' (मिश्रा), अशोक (अशोका), श्रीवास्तव (श्रीवास्तवा) रूप दृष्टिगत होता है जिसे शुद्ध रूप में लिखा जाना चाहिए।

हिन्दी पत्रकारिता की भाषा में सबसे बड़ी समस्या वर्तनी को लेकर ही है। इस सम्बन्ध में कोई एकरूपता नहीं है। विसर्ग, अनुस्वार, विभक्तियां, नुक्ते आदि का इस्तेमाल अलग-अलग रूपों में होता है क्योंकि कोई ऐसा नियम नहीं बताया गया है जिसका पालन सभी समाचारपत्र करें। दुख शब्द को ही लें। कुछ लोग इसे 'दुःख' और कुछ 'दुक्ख' लिखते हैं। 'सिख' को कहीं-कहीं 'सिक्ख' लिखा जाता है। हिन्दी में नुक्ते का इस्तेमाल लगभग समाप्तप्राय है लेकिन कुछ लोग अभी भी लगाते हैं और वह भी मनमाने तौर पर। मां शब्द में कहीं अनुस्वार का प्रयोग होता है और कहीं चंद्रबिन्दु का। कार्यकर्ता में कहीं 'त्त' का इस्तेमाल होता है और संबंध को 'सम्बन्ध' लिखा जाता है।

उपर्युक्त विसंगतियों पर नियंत्रण हेतु पराड़करजी, अज्ञेय, प्रभाष जोशी ने क्रमशः 'आज', 'दिनमान' तथा 'जनसत्ता' के माध्यम से वर्तनी के मानक स्थिर किए जिसका कुछ अंश उद्धृत है –

1. विभक्तियाँ सर्वनाम के साथ लिखी जायें – यथा: मैंने, हमने, तुमने, उसका, उसके, किसके, जिससे, उससे।

2. क्रियापद 'कर' मूल क्रिया से मिलाकर लिखें – यथा; जाकर, जमकर, हंसकर, मारकर, पीटकर, उठकर।

3. चन्द्रबिन्दु के स्थान पर अनुस्वार का ही प्रयोग किया जाये – यथा, हंसना, मां, पहुंचना।

4. अनुस्वार का प्रयोग – संबंध, अंत, वीरेंद्र (सम्बन्ध, अन्त, वीरेन्द्र न लिख जाए)। ईसान, इंकार उर्दू शब्दों में 'न' की जगह अनुस्वार ही यथेष्ठ है।

अपवाद – अन्य, साम्य, सम्मान, इन्फा

5. 'त्त' का उपयोग – 1. कार्यकर्ता, परिवर्तन, महत्त्वपूर्ण, नेतृत्त्व आदि शब्दों में एक ही 'त' रहेगा। २. इयत्ता, महत्ता, उत्तर जैसे शब्दों में 'त्त' ही लिखा जायेगा।

6. उर्दू और अंग्रेजी के शब्दों में नुक्ते का इस्तेमाल न किया जाये – यथा : अंग्रेजी, जहर, फिलहाल, सिर्फ, गजल।

अपवाद – 1. जहाँ केवल एक नुक्ते के कारण अर्थ बदलता हो सिर्फ वहीं नुक्ता लगायें, यथा – जलील और ज़लील।

(2) यदि कहीं अरबी-फारसी का उद्धरण शेर या वाक्य-विशेष आता है तो शत-प्रतिशत आश्वस्त होने पर नुक्ते का इस्तेमाल किया जा सकता है।

7. हाइफन का बहुत सीमित प्रयोग हो – 1. द्वंद्व समास में : राम-लक्ष्मण, माँ-बाप, भाई-बहन (2) उपमा में : चांद-सा मुखड़ा। झील-सी, गहरी आँखें।

8. क्रिया पदों में 'ये', 'या', 'यी' और 'ए', 'ई' का प्रयोग – जिस क्रिया का रूप लिंग भेद के कारण बदले वहाँ या यी ये का प्रयोग होगा। जैसे – राम गया, सीता गयी, वे गये (स्त्रियों के लिए हो तो वे गयीं)।

9. आज्ञा बोधक वाक्यों में – जाइए, खाइए, पीजिए, बैठिए, अथवा मंगाएं, बुलाएं, पहुँचाएं।

10. क्रिया जब संज्ञा रूप में प्रस्तुत हो तो 'ई' लिखें, यथा : सिलाई खराब है, पढ़ाई-लिखाई चौपट हो गयी, मेरी पढ़ाई चल रही है। लेकिन किताब पढ़ायी गई, नकल करायी गयी लिखा जाए।

11. संस्कृत के शब्दों में जहाँ 'यी' का उपयोग होता है वहाँ 'ई' का इस्तेमाल उचित नहीं। यथा : स्थायी, अनुयायी।

12. आदर सूचक 'वे' – वे (इंदिरा गांधी) अमेरिका गयी थीं।

13. उद्धरण चिह्न – बड़े संवाद : दोहरा उद्धरण चिह्न, वाक्यांशों और छोटे उद्धरणों के लिए एकल उद्धरण चिह्न यथेष्ट है।

14. व्यक्तियों और प्रदेशों के नाम – 1. नाम के प्रथम दो पद एक साथ लिखें, तीसरा जाति सूचक पद अलग लिखें। यथा : चरणसिंह, हेमवतीनन्दन बहुगुणा, विश्वनाथप्रताप सिंह।

2. यथासंभव पूरा नाम लिखें – भैरवदत्त पांडे, न कि बी०डी० पांडे।

15. प्रदेशों के नाम मिलाकर – उत्तरप्रदेश, मध्यप्रदेश, अरुणाचलप्रदेश, आंध्रप्रदेश, हिमांचलप्रदेश।

हिन्दी पत्रकारिता-जगत में उपर्युक्त सुझाव सर्वमान्य नहीं हुए। 'मुंडे-मुंडे मतिर्भिन्ना' के अनुरूप हिन्दी वर्तनी जगत में अव्यवस्था है। संस्थाओं, व्यक्तियों एवं सरकारों द्वारा 'एक रूपता की बात दोहरायी जा रही है। आशा है निकट भविष्य में हिन्दी शब्दों की वर्तनी में एकरूपता स्थापित हो जाएगी।

5.6 सारांश

पूरी दुनिया से अपने को जोड़ने के लिए अनुवाद ही एकमात्र सहारा है। क्षेत्रीय बोली, प्रान्तीय और राष्ट्रीय भाषा के साथ जब तक हम अन्य विदेशी भाषाओं से सुपरिचित नहीं होंगे, सदैव संकुचित ही बने रहेंगे। मानव सभी भाषाओं में दक्षता प्राप्त नहीं कर सकता। उसे अनुवादक का सहारा लेना ही पड़ता है।

सम्प्रति संचार माध्यमों में हिन्दी का बोलबाला है। अपनी सहजता, सरलता के कारण यह राष्ट्रभाषा अब जन-जन की भाषा सम्पर्क भाषा बन रही है। कहीं-कहीं रुकावटे हैं लेकिन उन्हें दूर किया जा रहा है। भाषा की विसंगति, वर्तनी की समस्याओं पर हम सभी को ध्यान देना होगा।

5.7 शब्दावली

भाषा	:	ध्वन्यात्मक प्रतीकों की व्यवस्था
संक्षिप्ति	:	संक्षेप, प्रेसी
अनुवाद	:	एक भाषा से दूसरी भाषा में सामग्री ले जाना।

5.8 संदर्भ ग्रंथ

जनसंचार और हिन्दी पत्रकारिता	:	डॉ० अर्जुन तिवारी
सम्पूर्ण पत्रकारिता	:	डॉ० अर्जुन तिवारी
भाषा विज्ञान	:	डॉ० भोला नाथ तिवारी

5.9 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. अनुवाद का शाब्दिक अर्थ क्या है?
2. भाषा किसे कहते हैं?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. अनुवाद के महत्त्व पर प्रकाश डालिए
2. आधुनिक जनसंचार माध्यमों में हिन्दी की स्थिति को स्पष्ट कीजिए।

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

1. 'आवृत्तिरनुवाद:' कथन है –
   (क) भर्तृहरि का (ख) कालिदास का
   (ग) महर्षि बाल्मीकि का (घ) किसी का भी नहीं
2. दूरदर्शन का पर्याय है –
   (क) टेलीविजन (ख) डिस्टेंस विजन
   (ग) दूरद्रष्टा (घ) इनमें कोई नहीं

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

1. (क)
2. (घ)

❑❑❑

NOTES

RIL-110