

संचार माध्यमों के लिए लेखन

B.J.M.C



MADHYA PRADESH BHOJ (OPEN) UNIVERSITY

बी. जे. एम सी

संचार माध्यमों के लिए
लेखन

म. प्र. भोज (मुक्त) विश्वविद्यालय,
भोपाल

© *Madhya Pradesh Bhoj (Open) University*

All rights reserved. No part of this work may be reproduced in any form, by mimeograph or any other means, without permission in writing from the Madhya Pradesh Bhoj (Open) University.

The views expressed in this SIM are that of the author(s) and not that of the MPBOU.

MADHYA PRADESH BHOJ (OPEN) UNIVERSITY

Raja Bhoj Marg (Kolar Raod) Bhopal - 462016. Tel: (0755) 2492095.

Fax: (0755)-2424640.

email: bedspc@rediffmail.com or bed@bhojvirtualuniversity.com

website : <http://www.bhojvirtualuniversity.com>

संचार माध्यमों के लिए लेखन

तृतीय प्रश्न पत्र

बैचलर ऑफ जर्नलिज्म एण्ड मास कम्युनिकेशन
(बी.जे.एम.सी.)

लेखक

डॉ. मयंक चतुर्वेदी

-: अनुक्रमणिका :-

- इकाई 1 : समाचार की अवधारणा
समाचार के स्रोत
समाचारों का महत्व
समाचारों का चयन
- इकाई 2 : भाषा का विकास (हिन्दी या अंग्रेजी) के संदर्भ में
भाषा की संरचना
भाषा की विशेषताएं
भाषा एवं साहित्य में अंतर
- इकाई 3 : समाचार पत्रों (मुद्रित माध्यम) के लिए लेखन
समाचार
फीचर
संज्ञपादकीय
लेख
साक्षात्कार
प्रेस कॉन्फ्रेंस की रिपोर्टिंग
- इकाई 4 : रेडियो के लिए लेखन
समाचार
फीचर (रूपक)
साक्षात्कार
प्रेस एवं पत्रकार वार्ता
- इकाई 5 : टेलीविजन के लिए लेखन
समाचार
फीचर (रूपक)
साक्षात्कार

संचार माध्यमों के लिए लेखन

(1.1) समाचार की अवधारणा

मनुष्य सामाजिक होने के कारण एक जिज्ञासु प्राणी है। इसीलिए अपने संबंध में बताने की उत्सुकता और दूसरों के बारे में अधिक से अधिक जानने की जिज्ञासा उसकी सहज प्रवृत्ति है। वस्तुतः मनुष्य जिस समुदाय, समाज और वातावरण में रहता, वह उस बारे में जानने को उत्सुकता के कारण ही आज अन्य प्राणियों की तुलना में सबसे अधिक विकास कर पाया है। देखा जाए तो अपने आसपास घट रही घटनाओं के बारे में जानकर उसे एक प्रकार से संतोष, आनंद और ज्ञान की प्राप्ति होती है। इसके लिये उसने प्राचीन काल से ही तमाम तरह के तरीकों, विधियों एवं माध्यमों को खोजा और विकसित किया। प्राचीनकाल में मनुष्य को सीमित संसाधनों के कारण अपने आस-पास घटने वाली घटनाओं की जानकारी बहुत देरी से हो पाती थी। मनुष्यों के बीच में से ही कुछ लोग जो नवीनतम खोजों में विश्वास करते और प्रयत्नशील रहते थे, वे लगातार इस प्रयास में लगे रहे कि कैसे वह माध्यम विकसित किए जा सकते हैं, जिनके सहयोग से परस्पर का संवाद कम समय में, सही ढंग से संभव हो सके। लगातार के उनके प्रयासों से इस काम में गति आई। कालांतर में सूचनाओं को त्वरित गति से आदान-प्रदान करने की क्रिया-प्रक्रिया विकसित हुई, जिसके बाद संवाद के विभिन्न माध्यमों का उपयोग होने लगा। जंगल में आग लगाकर दूर तक संदेश भेजने का सबसे प्राचीन तरीके के साथ ही रस्सी में गांठ लगाकर संदेश भेजने, ढोल, नगाड़े से संदेश भेजने के प्रयोगों के उपरान्त लिपि के अविष्कार के बाद पक्षी, कला माध्यमों, कथा, मनुष्य संदेश वाहक इत्यादि का उपयोग संवाद के लिए सफलता से किया जाने लगा था। इसके आगे पत्र के जरिये डाक द्वारा समाचार प्राप्त करने की व्यवस्था का विकास हुआ।

अतः यहाँ कहना होगा कि पत्रकारिता के क्षेत्र में सूचनाओं को समाचार ने नाम से अभिहित किया गया है, जिसमें कि विभिन्न कार्यों से संबंधित सूचनाएँ, ज्ञान, मनोरंजन, मूल्य प्रसार एवं अन्य सूचनाओं को इधर से उधर पहुँचाया जाता है। यह समाचार ही पत्रकारिता के प्राणतत्व हैं। इस प्रकार कह सकते हैं कि जन संचार के समस्त माध्यम जिनसे कि सूचनाओं का आदान प्रदान संभव है, समाचार अवधारणा के अंतर्गत आते हैं।

इन सभी माध्यमों में सर्वाधिक पुराना संवाद पहुँचाने का माध्यम डाक है, जिसमें पत्र के जरिये अपने प्रियजनों, मित्रों और शुभाकांक्षियों को अपना समाचार देना और उनका समाचार लिया जाता है। इससे आगे समाचार प्राप्त करने के आधुनिक माध्यमों में हम समाचार पत्र, पत्रिकाओं, रेडियो, टेलिविजन, इंटरनेट आदि को ले सकते हैं। वस्तुतः रेडियो, टेलीविजन, मोबाइल, इंटरनेट जैसे जन माध्यम वैज्ञानिक खोज के बाद अस्तित्व में आये हैं। किंतु इसके बाद भी कहना होगा कि आज भले ही समाचारों के प्रेषण की दृष्टि से सबसे अधिक रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट, मोबाइल, वाट्सअप जैसे एप्प माध्यम सशक्त दिखाई देते हों, परन्तु समाचार पत्र, पत्रिकाओं और परंपरागत माध्यमों का अपना महत्व यथावत है। शीघ्रतम समय में अनेक नवीनतम समाचार प्राप्त करने की

विधियाँ और अविष्कार हो जाने के बाद भी व्यवहार में देखा यही जाता है कि दैनन्दिन जीवन में मनुष्य की ज्ञान पिपासा प्रतिदिन समाचार पत्र को पढ़ने के बाद ही पूर्णता को प्राप्त होती है। क्यों कि अक्सर देखने पर यही ध्यान में आता है कि जब दो मनुष्य परस्पर मिलते हैं तो अभिवादन के साथ एक-दूसरे से संबंधित या अन्य जानकारियों को प्राप्त करने की दृष्टि से पूछते ही हैं कि क्या हाल चाल है ? नया क्या चल रहा है ? वहाँ के क्या समाचार हैं ? कहो ! क्या चल रहा है ? नए समाचार क्या हैं ? इत्यादि। यानि दोनों ही अपने-अपने काम से संबंधित विवरण प्राप्त करना चाहते हैं।

इसे और अधिक विस्तार से समझने के लिए हम यह बात कुछ इस प्रकार भी कह सकते हैं कि हमारे चारोओर घटने वाली घटनाओं और जानकारियाँ जिनसे हम प्रभावित होते हैं तथा जिसके बारे में जानने की उत्सुकता सदैव बनी रहती है, उस विशेष घटित होने वाली घटनाओं, क्रिया आदि की जानकारी परोक्ष या अपरोक्ष रूप से वैयक्तिक अथवा सामूहिक रूप से संचरित हो तो उसे सूचना कहा जाता है। इसी सूचना से जब व्यक्ति विशेष या कोई वर्ग विशेष को लाभ पहुँचता है तो उसे सामान्य सूचना के अंतर्गत माना जाने लगा, किंतु जब यही सूचना सीधेतौर पर या अप्रत्यक्ष रूप से जन सामान्य को प्रभावित करती है अथवा सूचना के प्रभाव के कारण उसे जनरूचि का या जनहित में मानते हुए व्यक्तिगत, संस्थागत सरकारी और निजि स्तर पर संचार माध्यमों द्वारा प्रसारित एवं प्रचारित किया जाए तो उसे प्रायः समाचार कहा जाता है। फिर भी समाचार को लेकर अनेक विद्वानों के अपने मत और उनके द्वारा दी गई विभिन्न परिभाषाएँ हैं, जिनका का अपना विशेष महत्व है। “ हर प्रेरक और उत्तेजित कर देने वाली सूचना समाचार है। समय पर दी जाने वाली हर सूचना समाचार का रूप अख्तियार कर लेती है। किसी घटना की रिपोर्ट ही समाचार है। समाचार जल्दी में लिखा गया साहित्य है। वह सब समाचार है जो आने वाले कल का इतिहास है। सिडनी कोर्ब का कहना है कि हमें समाचार के परमाणु को विखंडित करने की जरूरत है। आज के संदर्भ में जब समाचार नामक परमाणु को अनेकों रूप में विखंडित किया जा रहा है तो निश्चय ही कहीं न कहीं यह वैज्ञानिकता या इससे उपजी सोच से परे होता भी नजर आ सकता है। समाचार पर विचार एक अहम मसला है। यह इस संदर्भ में और भी अहम हो जाता है कि आज मीडिया जीवन के हर क्षेत्र में अहम भूमिकाएं अदा कर रहा है। इसलिए समाचार का नियोजित और वैज्ञानिक ढंग से विश्लेषण करना आवश्यक हो जाता है।” पुस्तक, समाचार लेखन अवधारणा और लेखन प्रक्रिया, लेख-सुभाष धूलिया, भारतीय जन संचार संस्थान।

समाचार की परिभाषा: “समाचार को अनेक विद्वानों ने अपने-अपने ढंग से परिभाषित किया है। विलियम एल. रिवर्स के अनुसार समाचार घटना का वर्णन है, घटना स्वयं समाचार नहीं। घटना तथ्यों एवं विचारों की सामयिक रिपोर्ट समाचार है। जिसमें पर्याप्त लोगों की रूचि हो। रिवर्स ने घटना की वर्णात्मकता, सामयिकता और रोचकता पर विशेष बल दिया है। रिवर्स के अनुसार घटना समाचार नहीं है। वरन उसका वर्णन, उस सूचना की प्रस्तुति समाचार है। डॉ. एस. लाइले के मत में सत्य घटना या विचार जिसमें बहुसंख्यक पाठकों की अभिरूचि हो, समाचार कहलाता है। यहाँ डॉ. लाइले ने किसी घटना को समाचार होने के लिए उसकी सत्यता एवं उसमें बहुसंख्यक पाठकों की अभिरूचि को अनिवार्य माना है।

इरी सी. हापवुड के अनुसार घटनाओं की वह सर्वप्रथम प्राप्त रिपोर्ट समाचार होती है, जिसमें जनता की रूचि हो। यहाँ हापवुड रिपोर्ट की शीघ्र प्राप्ति एवं उसमें जन अभिरूचि को विशेष महत्व देते हैं। किलार्ड ब्लेयर के अनुसार जो सामयिक बात अनेक व्यक्तियों की सोच को प्रकट करती है, वह समाचार होता है। बुश ने समाचार होने के लिए सामयिक सोच एवं जन-अभिरूचि की अनिवार्यता होने की शर्त रखी है। एम. चलपति राव जानकारी देने वाली सूचना को समाचार मानते हैं। चलपति समाचार का क्षेत्र अत्यन्त व्यापक कर देते हैं। अम्बिका प्रसाद वाजपेयी समाचार में सार्वजनिकता को सर्वोपरि दर्जा प्रदान करते हैं। उनका मानना है कि प्रत्येक घटना समाचार नहीं होती, केवल वही घटना समाचार बनने के योग्य होती है जिसका कुछ सार्वजनिक महत्व हो। जार्ज एच. मोरिस की

मान्यता है कि जल्दी में लिखा गया इतिहास ही वस्तुतः समाचार है। वे समाचार की परिभाषा विस्तृत रूप में प्रस्तुत करते हैं, उनकी मान्यता है कि जो कुछ हुआ या जिसके होने की संभवना हो, उसका सही, पूरा-पूरा निष्पक्ष विवरण ठीक समय पर रोचक ढंग से प्रस्तुत करना समाचार है।

उपरोक्त विवरण में तीन बातें सामान्य रूप से उभर कर आती हैं जो सभी विद्वानों को मान्य हैं:-

(क) घटना की सत्यता

(ख) घटना की सामयिकता और

(घ) घटना की रोचकता जन अभिरुचि की दृष्टि से

निष्कर्षतः कहा जा सकता है कि सत्य, नवीनता, अधिकांश व्यक्तियों की रुचि वाली समसामयिक घटनाओं से संबंधित वह प्रत्येक सूचना समाचार होती है जिसमें तथ्यपरकता, रोचकता एवं विचार तत्व का सामंजस्य होता है।”

संदर्भ, पुस्तक, व्यावसायिक हिन्दी लेखक डॉ प्रेमचंद पातंजलि, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली ।

अमरकोष में वार्ता, वृत्ति, प्रवृत्ति तथा उदन्त यह चार शब्द समाचार के लिए प्रयुक्त किए गए हैं। अन्य शब्दकोषों में वृत्तान्त, संवाद, विवरण, खबर, सूचना इत्यादि शब्दों से मिलते-जुलते अन्य शब्दों को समाचार का पर्याय माना गया है। हिन्दी में समाचार शब्द की वियुत्पत्ति सम+आ+चर+धञ्+धातु है। जिसका आशय यह है कि सम्यक आचरण अथवा व्यवहार बताना। इस परिभाषा के आधार पर विशेषकर पत्रकारिता पर लम्बा शोध कार्य एवं अनेक पुस्तकें लिख चुके डॉ. अर्जुन तिवारी लिखते हैं कि “सम्यक आचरण के अनुरूप ही जब निष्पक्ष भाव से तथ्यों की सही सूचना दी जाती है तो वह समाचार माना जाता है।”

भारत में यदि इस समाचार शब्द को प्रमुख भाषायी दृष्टि से देखें तो संस्कृत में वार्ता, अंग्रेजी में न्यूज, उर्दू में खबर तथा हिन्दी में यह समाचार कहलाता है। न्यूज शब्द का प्रचलन सबसे पहले सन् 1550 के बाद मिलता है। इससे पहले 1423 ई में न्यूइज, 1455 ई में न्यूयेस और 1523 ई में न्यूइस शब्दों का प्रयोग किया जाता था। न्यूज शब्द चार अक्षरों के माध्यम से चार दिशाओं का सूचक भी है जैसे नार्थ यानि उत्तर, ईस्ट यानि पूर्व, वैस्ट यानि पश्चिम और साउथ यानि दक्षिण। इसीलिए हेडन के अपने शब्दकोष में न्यूज के चार अक्षर -N,E,W,S के आधार पर चारों दिशाओं - North (उत्तर) East (पूर्व) West (पश्चिम) South (दक्षिण) को लेकर कहा है कि सब दिशाओं की घटनाओं को समाचार कहते हैं। हिन्दी भाषा में समाचार शब्द अंग्रेजी के न्यूज शब्द लैटिन के नोवा एवं संस्कृत के नव शब्द से लिया गया है, जिसका अर्थ है नया। इसी शब्द के बारे में यदि पत्रकारिता संदर्भ शब्दकोष में देखा जाए तो डॉ. राम प्रकाश एवं डॉ. सुधीन्द्र कुमार लिखते हैं कि चतुर्दिक से प्राप्त सूचनाओं, घटनाओं, तथ्यों, विचारों आदि की सामयिक रोचक, उत्साहवर्धक और जानकारी पूर्ण रिपोर्ट को समाचार कहा जाता है।

यहाँ ध्यातव्य है कि समाचार शब्द से समकालीन बोध जुड़ा है। इस समकालीन बोध को लेकर पुस्तक ‘द प्रेस एण्ड अमेरिका’ में एडविन एमरी लिखते हैं कि 1500 ईसवीं में समकालीन घटनाओं का विवरण देने के लिए टाईडिंग (Tyding) शब्द का प्रचलन व्यवहार में था। इस संबंध में डॉ. अर्जुन तिवारी का मानना है कि सूचनाओं का यदा-कदा प्रसारण टाईडिंग है, जबकि सुनियोजित ढंग से शीघ्र पूर्ण समाचारों का संकलन तथा प्रसार ही न्यूज है।

समाचार की अन्य परिभाषाएँ :-

समाचार क्या है? न्यूयार्क की सन पत्रिका के सम्पादक जान बी बोगार्ट के मुताबिक - जब कुत्ता आदमी को काटता है तो वह समाचार नहीं है परन्तु यदि कोई आदमी कुत्ते को काट ले, तो वह समाचार होगा।

पर्याप्त संख्या में मनुष्य जिसे ज्ञानना चाहें, वह समाचार है शर्त यह है कि वह सुरुचि तथा प्रतिष्ठा के नियमों का उल्लंघन न करे- जे.जे. सिडलर

समाचार किसी सामयिक घटना का महत्वपूर्ण तथ्यों का परिशुद्ध तथा निष्पक्ष विवरण होता है जिससे उस समाचार पत्र में पाठकों की रुचि होती है। जो इस विवरण को प्रकाशित करता है। - के.पी. नारायणन

इसके अलावा समाचार वह है-

- समाचार कोई भी बात है जो सामान्य से परे हो।
- अचानक जो घटे वह समाचार है।
- पाठक जिसे जानना चाहें वह समाचार है।
- जिसे कोई दबाना चाहे वह समाचार है, बाकी सब विज्ञापन है।
- एक योग्य पत्रकार जो लिखता है वह समाचार है।
- समाचार किसी ऐसे प्रचलित विचार, घटना या समस्या का विवरण होता है, जिसमें लोगो की रुचि होती है।

(पुस्तक: पत्रकारिता एवं जनसंचार विविध आयाम - सुरेश वर्मा, पृष्ठ संख्या- 64 और 65)

उन महत्वपूर्ण घटनाओं की जिसमें जनता की दिलचस्पी हो, पहली रिपोर्ट को समाचार कह सकते हैं।

- टूरी सी हापवुड

किसी सामयिक घटना का विवरण जिसका किसी समाचार पत्र के संपादकीय विभाग ने संपादन कर्मियों द्वारा चयन किया गया हो, क्योंकि वह पाठकों के लिए रूचिकर एवं महत्वपूर्ण है, अथवा उसे ऐसा बनाया गया है। - विलियम जी ब्लेयर

प्रख्यात पत्रकार स्वर्गीय मनुकोंडा चेलापति राव के मुताबिक - समाचार की नवीनता इसी में है कि वह परिवर्तन की जानकारी दे। वह जानकारी चाहे राजनीतिक, सामाजिक अथवा आर्थिक कोई भी हो। परिवर्तन में भी उत्तेजना होती है।

पत्रकार हार्पर लीच और जान सी कैरोल (शिकागो के पत्रकार) ने समाचार को एक गतिशील साहित्य बताया है।

(पुस्तक: पत्रकारिता के मूल तत्व- डॉ. ए.आर. डंगवाल, पृष्ठ संख्या - 7)

जार्ज एच. मोरिस समाचार को जल्दी में लिखा गया इतिहास कहते हैं तो विलियम जी. ब्लेयर सामयिक बात जिसमें अनेक व्यक्तियों की रुचि होती है, को समाचार मानते हैं। डॉ.एस.लाइज स्पेंसर की दृष्टि में वह सत्य घटना या विचार जिसमें बहुसंख्यक पाठकों की अभिरूचि हो, समाचार कहलाता है।

-समाचार कोई ऐसी चीज है जिसे आप कल (बीते हुये) तक नहीं जानते थे। -टर्नर केटलिज

समाचार अति गतिशील साहित्य है। समाचार-पत्र समय के करघे पर इतिहास के बहुरंगे बेलबूटेदार कपड़े को बुनने वाले तकुए हैं। -हार्पर लीच और जान सी.कैरोल

जनता की दिलचस्पी वाली महत्वपूर्ण घटनाओं की पहली रिपोर्ट को समाचार कह सकते हैं। - इरी.सी.हापवुड

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

वह सत्य घटना या विचार जिससे बहुसंख्यक पाठकों की अभिरुचि हो। -एम.लाइज स्पेंसर
पर्याप्त संख्या में मनुष्य जिसे जानना चाहे वह समाचार है, शर्त यह है कि वह सुरुचि तथा प्रतिष्ठा के नियमों का उल्लंघन न करें। -जे.जे.सिंडलर

“न्यू का अर्थ होता है नया न्यूज हुआ उसका बहुवचन, यानि ताजा से ताजा और नई से नई बात समाचार हाती है। लेकिन, परिभाषा के बिना भी समाचार का बोध पाठक को उस स्पंदन से होता है जो वह उसे पढ़कर प्राप्त करता है। समाचार का बोध उस आंशिक या पूर्ण संतोष से भी होता है जब पाठक उसे पढ़कर अपने को अधिक सूचित, ज्यादा शिक्षित पाता है। स्पंदनकारी वही होगा जो मन-मस्तिष्क को दिलचस्प लगे। मानसिक संतोष उससे मिलेगा जो महत्वपूर्ण जानकारी देगा। अतः समाचार को सदैव नया, दिलचस्प, मनोरंजक और महत्वपूर्ण होना चाहिए।

(पुस्तक: समाचार संकलन और लेखन - प्रो. एन. के. त्रिखा, पृष्ठ संख्या-7)

किसी घटना, स्थिति, अवस्था अथवा मत का सही-सही और समय पर प्रस्तुत किया गया विवरण समाचार है। -लैडर वुड

समाचार किसी ऐसी घटना, तथ्य या मत-प्रदर्शन का ब्योरा है जिसमें लोगों की रुचि हो या ऐसी बात हो जिसे पढ़ने में लोगों को रुचि हो और जिसका प्रकाशन कानून या सद् अभिरुचि के विरुद्ध न हो। -काशीनाथ गोविंद जोगलेकर

ऐसी ताजी या हाल की घटना की सूचना जिसके संबंध में लोगों को जानकारी न हो-रामचंद्र वर्मा
दुनिया में कहीं भी किसी समय कोई छोटी-मोटी घटना या परिवर्तन हो, उसका शब्दों में जो वर्णन होगा, उसे समाचार या खबर कहते हैं। -श्री रामचन्द्र राव खंडलेकर

परिवर्तन की जानकारी देने वाली कोई भी सूचना समाचार है। -एम.चेलापति राव

किसी नई घटना की सूचना ही समाचार है -डॉ निशांत सिंह

जो कुछ हुआ हो या जिसके होने की संभावना हो, उसका सही पूरा-पूरा और निष्पक्ष विवरण ठीक समय पर रोचक ढंग से प्रस्तुत करना समाचार है। -श्री रोलैण्ड ई. ब्रूल्सले

हर वह सामयिक सूचना, वृत्तान्त, घटना, तथ्य, विचार अथवा संभावित बात समाचार है-जिसमें (क) नवीनता एवं विलक्षणता हो, (ख) जिसमें कोई जानकारी मिलती हो या जिसमें अधिकतम लोगों की रुचि हो, (घ) जिसमें उत्तेजक अथवा हृदयस्पर्शी समता हो, (ङ) जिसमें किसी परिवर्तन की सूचना मिलती हो। -डॉ. रामप्रकाश एवं डॉ. दिनेश कुमार गुप्त

किसी घटना की असाधारणता की सूचना समाचार है-संजीव भनावत

उपरोक्त सभी परिभाषाओं से यही निष्कर्ष निकलता है कि जिसे विभिन्न संचार माध्यमों से प्रस्तुत किया जाये वह जनरुचि आधारित विचार, सत्य घटना, विलक्षण एवं तटस्थ विवरण, जरूरी एवं जनता के बीच जागृति रखने वाला कानून जिसे सभी लोग जानना चाहते हैं, नैतिकता के नियमों से बद्ध ऐसा विवरण जिसे रोचक ढंग से प्रस्तुत किया जाता है और जिसे जानने-पढ़ने के बाद जन सामान्य में उत्तेजना और संतोष की प्राप्ति होती है समाचार कहलाता है।

प्रकृति, स्वरूप एवं तत्व

समाचार के अर्थ से भली-भांति परिचित हो जाने के बाद यह जरूरी है कि हम एक अच्छे समाचार के

लिए आवश्यक उसके स्वरूप, तत्व एवं गुणों को भी जाने। विभिन्न विद्वानों द्वारा समाचार को लेकर दी गई व्याख्याओं का अवलोकन करें तो उपर्युक्त विवेचन से यह स्पष्ट हो जाता है कि प्रत्येक समाचार के लिए जरूरी है कि उसमें एक अच्छे समाचार होने के लिए यह गुण विद्यमान हों।

1. जनरुचि : समाचार के गुणों में जनरुचि का अपना महत्व है। पत्रकारिता से जुड़े अनेक विद्वानों ने सबसे ज्यादा इसी बात पर जोर दिया है कि प्रत्येक समाचार को लिखते समय इस बात का ध्यान जरूर रखा जाये कि यह जनरुचि से जुड़ा हुआ है या नहीं। यह सर्वविदित है कि जिस घटना, तथ्य, विचार के प्रति जनरुचि रहती है उस पर तैयार किया हुआ समाचार न केवल संचार माध्यम को श्रेय दिलाता है बल्कि उसे लिखने या दृष्य-श्रव्य माध्यम के अंतर्गत गढ़ने वाले को भी पर्याप्त यश का भागी बनाता है। इस पर यह प्रश्न भी किसी का हो सकता है कि यदि लोकरुचि कामुक, हिंसात्मक और उन सभी घटनाओं को सुनने, पढ़ने और देखने में रुचि दिखाने लगे जो कि समाज में प्रायः उचित स्वीकार्यता नहीं रखती तो क्या ऐसे समाचारों को वरीयता दी जानी चाहिए ? तब इस संबंध में निश्चिततौर पर कहना होगा कि सम्पादक को जनरुचि के साथ इस बात का ध्यान रखना भी अत्याधिक आवश्यक है कि नैतिक मूल्यों का कहीं ह्रास न हो। इसे लेकर काशीनाथ गोविन्द जोगलेकर का कथन बिल्कुल सही प्रतीत होता है, वह लिखते हैं कि " फिल्म अपने आप में बहुत प्रभावशाली माध्यम है, संभवतः समाचार पत्रों से भी अधिक। पर उसने कभी भी प्रेस की तरह लोकतंत्र के प्रहरी, जनता के अधिकारों के रक्षक या राजनीतिक, आर्थिक और सामाजिक क्रांति के अग्रदूत होने का दावा नहीं किया और न ही समाज ने उससे यह अपेक्षा ही की है। इस प्रकार फिल्म या अन्य माध्यम के मुकाबले प्रेस की जिम्मेदारी अधिक है। अतः कहना होगा कि जनरुचि के साथ प्रत्येक समाचार में सामाजिक दायित्वबोध का होना भी जरूरी है। जिसमें लोकरुचि तो है लेकिन सामाजिक दायित्वबोध नहीं, उसे हम उसकी बहुत अच्छी कॉपी लिखे जाने के बाद भी समाचार तो नहीं मान सकते हैं।

2. व्यापकता : समाचार का सीधा अर्थ है सूचना। मनुष्य के आस-पास और चारों दिशाओं में घटने वाली सूचना। समाचार को अंग्रेजी के न्यूज-का हिन्दी समरूप माना जाता है। न्यूज का अर्थ है चारों दिशाओं अर्थात्, नॉर्थ ईस्टवेस्ट और साउथ की सूचना। इस प्रकार समाचार का अर्थ हुआ चारों दिशाओं में घटित घटनाओं की सूचना। तात्पर्य यह है कि सूचना ही समाचार की आत्मा है। बिना किसी सूचना के समाचार की कल्पना नहीं की जा सकती है, आप लेख लिखें, विषय केंद्रित फीचर तैयार करें किसी घटना या कार्यक्रम को अपने लेखन का आधार बनाएं सभी में सूचना निहित है। अतः इस आधार पर यह भी कहा जा सकता है कि सूचना वह किसी प्रकार की हो समाचार का जन्म ही उससे होता है।

3. नवीनता : जिन बातों को मनुष्य पहले से जानता है वे बातें समाचार नहीं बनती। ऐसी बातें समाचार बनती हैं जिनमें कोई नई सूचना कोई नई जानकारी निहित होती है। इस प्रकार समाचार का मतलब हुआ नई सूचना, नई जानकारी। अर्थात् समाचार में नवीनता होनी चाहिये। 1992 में आई दूसरे प्रेस आयोग की रिपोर्ट इस संबंध में स्पष्ट कहती है कि यदि थोड़े समय पहले घटित घटना समाचार है और यदि एक एप्ताह या एक माह पहले घटित घटना जिसके बारे में अभी तक किसी को कोई जानकारी नहीं हो सकी है, यदि समाचार पत्र उसे समाचार मानने से इंकार कर देंगे तो अवश्य ही समाचार पत्रों में वास्तविक चित्रण विकृत हो जाएगा। अर्थात् यहाँ कहने का आशय है कि कोई भी घटना जिसका की महत्व हो, भले ही वह कितनी भी पुरानी क्यों न हो गई हो, लेकिन जब वह प्रकाश में आएगी तभी जन समुदाय को उसके बारे में नवीन जानकारी मिलेगी। यानि समाचार में दी जा रही जानकारी लोक के लिए नवीनतम पहली बार दी जाने वाली होनी चाहिए।

4. स्पष्टता : यह प्रत्येक समाचार का एक महत्वपूर्ण अंग है। समाचार लिखते वक्त भाषा की सरलता,

सहजता, और स्पष्टता का ध्यान रखना चाहिए, जिससे कि साधारण से साधारण व्यक्ति भी उसे समझ सके। यह सभी कुछ इसलिए है क्योंकि किसी समाचार में दी गयी सूचना कितनी ही असाधारण, नई और प्रभावशाली क्यों न हो अगर वह सूचना सरल और स्पष्ट भाषा में नहीं होगी तो वह सूचना ज्यादातर लोगों की समझ से बाहर हो जाएगी। अतः लेखन के लिए वाक्य छोटे होने चाहिए। तीन से चार पंक्तियों के बाद अनुच्छेद बदल देना उचित है।

5. प्रमाणिकता : समाचार का यह जरूरी अंग है कि उसमें यथार्थता का गुण विद्यमान हो, किसी विषय पर समाचार लिखते समय उसकी सत्यता प्रमाणित होनी चाहिए। समाचार अफवाहों या कही-सुनी बातों पर आधारित नहीं, बल्कि ठोस एवं प्रमाणित होते हैं। इसलिए जरूरी है कि समाचार लिखते समय वे सत्य घटनाओं के साथ तथ्यात्मक जानकारी से पूर्ण हों। नाम और आंकड़ों को शुद्धता के साथ लिखना चाहिए। समाचार में बिना किसी लाग-लपेट के कठिन से कठिन, गोपनीय से गोपनीय बात को निष्पक्षता के साथ व्यक्त करना जरूरी है।

6. असाधारणता : हर नई सूचना समाचार नहीं होती। उदाहरण के लिए हम इसी बात को ले सकते हैं कि किसी भी कुत्ते द्वारा काट जाना उसका स्वभाव है। लेकिन किसी मनुष्य द्वारा कुत्ते को काटा जाना समाचार बनेगा, क्योंकि किसी जानवर या कुत्ते को काटना मनुष्य का स्वभाव नहीं है। कहने का तात्पर्य है कि प्रत्येक नई सूचना में समाचार बनने की क्षमता होनी चाहिये, तभी वह समाचार बनेगी। यहाँ यह भी कहा जा सकता है कि नई सूचना में कुछ ऐसी असाधारणता होनी चाहिये जो उसे समाचार बनने की श्रेणी में लाकर खड़ा करने की क्षमता रखे।

7. रुचिपूर्णता : किसी नई सूचना में सत्यता और समाचारपन होने से ही वह समाचार नहीं बन जाती है। उसमें अधिक लोगों की दिसचस्पी भी होनी चाहिये। कोई सूचना कितनी ही आसाधारण क्यों न हो अगर उसमें लोगों की रुचि नहीं है तो वह सूचना समाचार नहीं बन पायेगी। कुत्ते द्वारा किसी सामान्य व्यक्ति को काटे जाने की सूचना समाचार नहीं बन पायेगी। कुत्ते द्वारा काटे गये व्यक्ति को होने वाले गंभीर बीमारी की सूचना समाचार बन जायेगी क्योंकि उस महत्वपूर्ण व्यक्ति में अधिकाधिक लोगों की दिचस्पी हो सकती है।

8. समानता : समाचार लिखते वक्त यह ध्यान रखना जरूरी है कि उसमें समानता के नियम का झालन किया जाए। यदि आप किसी विवादित या अति महत्व के विषय पर समाचार बना रहे हैं तो आवश्यक है कि आप उस पक्ष के जुड़े दोनों पहलुओं को जाने। इसके लिए उस समाचार से जुड़े पक्ष और विपक्ष के पहलुओं का अध्ययन अपेक्षित है। दोनों पक्षों से जुड़े लोगों से बात कर इस विषय में जानना और उनकी बातों को मुख्य समाचार के साथ जोड़कर प्रकाशित जरूर करना चाहिए। ऐसा नहीं करने पर आपके समाचार में निष्पक्षता नहीं दिखेगी और आप पाठकों का विश्वास अर्जित नहीं कर पाएंगे।

9. प्रभावशीलता : समाचार लिखते समय अपनी रुचि का नहीं बल्कि पाठक की रुचि का ध्यान रखने के साथ यह भी देखना जरूरी है कि उसमें प्रभावशीलता उत्पन्न हो रही है या नहीं। प्रत्येक सूचना जो लोगों तक समाचार के रूप में पहुँचाई जाती है वह कहीं न कहीं, किसी न किसी रूप में बहुत बड़े वर्ग को सीधे या अप्रत्यक्ष रूप से प्रभावित करती है। यदि किसी घटना की सूचना या उस पर तैयार समाचार समाज के किसी समूह या वर्ग को प्रभावित नहीं करेगा तो उसके बनने का कोई मतलब नहीं रह जाता है, इसलिए प्रत्येक समाचार में प्रभावशीलता का गुण होना जरूरी है। वस्तुतः यह प्रभावशीलता या सम्प्रेषण की सशक्त क्षमता इसीलिए भी जरूरी है क्योंकि वर्तमान उत्तर-आधुनिकवादी वैज्ञानिक युग में मनुष्यों के बीच एवं प्रकृति के बीच में कई प्रकार के परिवर्तन पल-प्रतिपल हो रहे हैं, प्रत्येक घटना मनुष्य को कम-ज्यादा प्रभावित करने की क्षमता रखती है। इस परिवर्तन का सही आंकलन कर जनता को सचेत करना पत्रकारिता का धर्म है। यह अपने विभिन्न माध्यमों रेडियो, टेलीविजन, दूरभाष, कम्प्यूटर, फिल्म एवं समाचार-पत्र आदि द्वारा संप्रेषित करके विश्व के किसी भी कोने में

घटित घटनाओं, अविष्कारों एवं नवीन शोधों से लोक को परिचय कराती है। एक सफल पत्रकार अपनी प्रभावोत्पादक शैली में उत्सव, क्रांति, आन्दोलन, अविष्कार आदि को रोचक तरीके से प्रस्तुत करके जनसामान्य को प्रत्येक घटना के प्रति संप्रेषित करता है। प्रत्येक पत्र या पत्रिका में प्रकाशित संपादकीय पृष्ठ, फीचर लेख और साक्षात्कार जैसे माध्यम सीधे जनता की चित्त-वृत्तियों को प्रभावित करके उसकी चिंतनधारा की दिशा का निर्धारण करने की क्षमता रखते हैं।

10. किसी घटना या कार्य के सूक्ष्म-विश्लेषण करने की क्षमता

किसी भी घटित घटना का सूक्ष्म-विश्लेषण किया जाना आवश्यक है। बिना किसी सूक्ष्म विश्लेषण के सही निष्कर्ष नहीं निकाले जा सकते और सही निष्कर्ष के अभाव में कोई भी सूचना लोक के साथ न्याय नहीं कर सकती है। इसलिए प्रत्येक घटना पर विभिन्न दृष्टियों से सोचना अनिवार्य है। इस संबंध में कर्न.जी. मुगलर ने ठीक कहा है कि “पत्रकारिता तात्कालिक घटनाओं का सूक्ष्म विश्लेषण आधारित ज्ञान का कार्य है। ऐसा कार्य जिसमें आवश्यक तथ्यों को प्राप्त करना, उसकी महत्ता के अनुसार ही उसे तैयार करना अर्थात् स्थितियों के अनुसार तात्कालिक घटनाओं को बुद्धिमत्ता से जनजीवन के सम्मुख प्रस्तुत करना पड़ता है।”

पुस्तक मॉर्डन जर्नलिज्म पृ. 9

11. प्रेरणा एवं जागरुकता को अभिव्यक्त करने की क्षमता-

पत्रकारिता किसी भी समाज को शुभ-दृष्टि तथा प्रेरणा देने का कार्य करती है। भारतीय स्वतंत्रता आन्दोलन के समय पत्रकारिता ही एक ऐसा माध्यम बनी जिसने पूरब-पश्चिम-उत्तर-दक्षिण सारे भारत के लोगों को परस्पर जोड़ दिया था। पत्रकारिता के जागरण के कारण ही सन् 1905 में ब्रिटिश सरकार के द्वारा किये गये भारत विभाजन को आगे रद्द करना पड़ा था। पत्रकारिता ने यह घोषणा कर दी थी कि “स्वतंत्रता, राष्ट्रीय एकता जैसे जीवन मूल्य ही मनुष्य को सुरक्षित रख सकते हैं। राष्ट्रीय भावना व जनमत को बनाने का महान कार्य समाचार पत्रों द्वारा ही संभव हो सका।” अतः प्रत्येक समाचार से यह अपेक्षित रहता है कि वह नई सूचना देने के साथ प्रेरणा और जागरुकता को अभिव्यक्त करने की क्षमता रखता हो। पुस्तक, हिन्दी पत्रकारिता विकास और विविध आयाम, डॉ. सुशीला जोशी पृ. 8

(1.2) समाचार के स्रोत

समाचार की अवधारणा से भलि-भाँति परिचित हो जाने के बाद प्रश्न इसके स्रोतों को लेकर उठता है कि आखिर इसको प्राप्त करने के माध्यम क्या हो सकते हैं ? यह समाचार किस प्रकार संचार माध्यमों तक पहुँचते हैं? इत्यादि। तब इस विषय में कहना समीचीन होगा कि हमारे बीच नित्य प्रति प्रतिपल घटनाएँ घटित हो रही हैं और सूचनाओं का आदान-प्रदान निरंतर एक स्थान से दूसरे स्थान पर हो रहा है। इन सभी सूचनाओं में से कुछ ही ऐसी सूचनाएँ होती हैं जो समाचार बनने की शक्ति रखती हैं। जब यह विभिन्न माध्यमों से होकर संवाददाता या मीडिया माध्यम तक पहुँचती हैं, तब हम कह सकते हैं कि वह माध्यम जो समाचारों के जनक होते हैं या कोई सूचना समाचार दफ्तर तक पहुँचाने के स्रोत हो सकते हैं। वे सभी समाचार के स्रोत कहलाते हैं। यहाँ हमें यह भी समझना चाहिए कि समाचार किसी भी समाचार पत्र पत्रिका, चैनल, न्यूज वेबसाइट या रेडियो के समाचार प्रभाग की आत्मा होती है। जिस समाचार माध्यम के प्रसारित खबरें लोगों के बीच ज्यादा लोकप्रिय होती हैं, उसकी ख्याति सबसे अधिक होती है। समाचारों के लिए लोग उसी माध्यम को अपने लिए चुनते हैं, जिसकी खबरें विश्वसनीय होती हैं। अतः विश्वसनीय खबरों के लिए अच्छे समाचार स्रोत भी होना चाहिए। वस्तुतः बाजार की भाषा में कहें कि जो जितना अधिक लोकप्रिय होता है उसे ही बाजार में सबसे अधिक पसंद किया जाता है तथा उन्हीं पर बाजार अपना भरोसा जताता है, यानि कि कंपनियाँ ऐसे समाचार माध्यमों को ही अधिक से अधिक अपने विज्ञापन देने के लिए चुनती हैं।

डॉ. अर्जुन तिवारी ने पत्रकारिता पर लिखी अपनी अनेक पुस्तकों में प्रायः समाचार संकलन के लिए निम्न स्रोतों की बार-बार चर्चा की है-

- (1) प्रत्याशित स्रोत
- (2) पूर्वानुमानित स्रोत
- (3) अप्रत्याशित स्रोत
- (4) समाचार समितियाँ
- (5) प्रेस रिलीज
- (6) साक्षात्कार/भेटवार्ता
- (7) पत्रकार सम्मेलन/प्रेस कान्फ्रेंस
- (8) अनुवर्तन (फॉलोअप)

इन समाचार स्रोतों के अलावा भी आज समाचार प्राप्त करने के अन्य माध्यम विशेष रूप से ध्यान में आते हैं, जैसे-

इंटरनेट,
रेडियों और टेलीविजन
मोबाईल एप, इत्यादि ।

समाचारों के इन विभिन्न स्रोतों के बारे में विस्तार से चर्चा करने के पूर्व यह जानना आवश्यक है कि अततः इन सभी समाचार माध्यमों का मुख्य आधार और कर्ता-धर्ता संवाददाता या रिपोर्टर ही होता है। पत्रकारिता कर्म में लगे प्रत्येक व्यक्ति के लिए यह आवश्यक है कि उसमें समाचार को खोजने एवं समझने का गुण विद्यमान हो, अन्यथा समाचार होते हुए भी उसे किसी विशेष सूचना अथवा घटना में समाचार दिखाई नहीं देगा। कहा भी गया है कि मीडिया में सफलता प्राप्त करने हेतु कुछ आवश्यक गुणों की आवश्यकता होती है जिसभी मीडिया कर्मी में यह आवश्यक गुण होते हैं, उसे अपने क्षेत्र में सफल होने से कोई नहीं रोक सकता है। यह जरूरी गुण हैं- सावधानी, धैर्य, स्पष्टता, बुद्धिचातुर्य, जुझासू रहने की प्रवृत्ति, सामाजिक संवेदनशीलता, सकारात्मकता, ईमानदारी, साहस, दूरदृष्टि, चालाकी और विनोदी स्वभाव के साथ विवेकपूर्ण निर्णय की क्षमता का पाया जाना। वस्तुतः इन गुणों के कारण ही संवाददाता को अपने क्षेत्र से संबंधित अनेक सूचनाएँ प्राप्त होती हैं।

अब हम बात करेंगे सबसे पहले जैसा कि पूर्व में लिखा गया है, समाचार प्राप्त करने के प्रत्याशित स्रोतों की।

(1) प्रत्याशित स्रोत :

समाचार के प्रत्याशित स्रोतों को ज्ञात स्रोत भी कहा जाता है। वास्तव में देखा जाए तो प्रत्येक संवाददाता को यह पता होता है कि संबंधित विषय के समाचार यहाँ जरूर मिलेंगे। समाचार प्राप्त करने के लिए ऐसे सभी स्रोत जिनके बारे में पत्रकार को पहले से ज्ञात और अनुमान होता है। इस प्रकार के सूचना माध्यम प्रत्याशित या ज्ञात स्रोत के अंतर्गत आते हैं।

यह स्रोत हैं, विभिन्न विभागों के जनसंपर्क कार्यालय, अस्पताल, केंद्र और राज्य सरकारों के प्रमुख सूचना कार्यालय, पुलिस स्टेशन, ग्राम पालिकाएँ, नगर पालिकाएँ न्यायालय, विभिन्न मंत्रालय, श्मशान, सरकारी और गैर सरकारी संस्थाओं के सम्मेलन, विविध समितियों की बैठकें, सार्वजनिक वक्तव्य, पत्रकार सम्मेलन, सभा स्थल जहाँ निरंतर विवध कार्यक्रम हाते हैं, संसद और विधानसभा परिसर, इत्यादि समाचार प्राप्ति के प्रत्याशित अथवा ज्ञात स्रोत हैं।

(2) पूर्वानुमानित स्रोत :

समाचार प्राप्त करने के वह स्रोत पूर्वानुमानित स्रोत कहलाते हैं, जिनसे यह उम्मीद रहती है तथा जिनके बारे में पूर्व से अनुमान लगाया जा सकता है कि यहाँ से महत्वपूर्ण समाचार प्राप्त हो जाएंगे, पूर्वानुमानित स्रोत कहलाते हैं। उदाहरण के लिए किसी मौहल्ले में अक्सर गंदगी रहती है तो वहाँ यह अनुमान लगाया जा सकता है कि उस क्षेत्र में पिछले दिनों जो बिमारी का प्रकोप था, उसका कारण यह गंदगी रही है, इसके आधार पर रिपोर्टर भविष्य का खाका खींच सकता है। इसके अलावा वह उस मौहल्ले का तुलनात्मक अध्ययन शहर के अन्य मौहल्लों के साथ करके समाचार बना सकता है कि यहाँ के लोग ही इतने अधिक बीमार क्यों रहते हैं या हो रहे हैं। इसी प्रकार हम मौसम का पूर्वानुमान लगा सकते हैं। इस संबंध में मौसम विभाग से बात करके पूर्वानुमान मौसम की विश्लेषणात्मक खबर बना सकते हैं। ऐसे ही किसी राजनीतिक व्यक्ति से मिलने से पूर्व संवाददाता यह अनुमान

लगा लेते हैं कि उस व्यक्ति के व्यक्तित्व के हिसाब से वह कौन सा विचारोत्तेजन या सनसनीखेज बयान दे सकता है। इसके अलावा रेलवे स्टेशन, धरना स्थान, प्रदर्शन-रैली, शिक्षा, चिकित्सा स्थल, गंदी बस्तियाँ, विभिन्न शासकीय और अशासकीय कार्यालय आदि स्थान सूचना प्राप्ति पूर्वानुमानित स्रोत के महत्वपूर्ण स्थल होते हैं।

(3) अप्रत्याशित स्रोत :

समाचार प्राप्ति के अप्रत्याशित स्रोतों में विशेषकर हम उन घटनाओं या सूचनाओं का जिक्र कर सकते हैं जिनके बारे में हमें पहले से कुछ भी पता नहीं होता है। पत्रकार कहीं जाता है और वहाँ अचानक कोई घटना घटजाती है अथवा कोई ऐसा व्यक्ति उसे टकरा जाता है कि वह अनायास ही बिना किसी प्रयास के बहुत बड़ा समाचार प्राप्त कर लेता है। उदाहरण के लिए सड़क पर जाते वक्त सामने ही कोई हादसा हो जाना, सिनेमा देखते समय वहाँ दो पक्षों में झगड़ा होना अथवा सिनामा हॉल में आग का लगना, आँखों के सामने किसी का मर्डर होना, बाजार में भीड़ के बीच कुछ अलग व्यवहार अथवा बात करते हुए लोगों की अचानक से कुछ बात सुनते ही कोई बड़े हादसे या योजना के बारे में पता चल जाना इत्यादि को हम अप्रत्याशित स्रोत मानते हैं।

(4) समाचार समितियाँ :

समाचार समितियाँ या न्यूज एजेंसी वह होती हैं, जिनकी पहुँच को लेकर कहा जाता है कि इनके संवाददाता सर्वत्र पाए जाते हैं, पत्रकारिता जगत में इन्हें लेकर यह जुमला विख्यात भी है कि जहाँ पहुँचे रवि, वहाँ तक पहुँचे संवाद समिति। अर्थात् जहाँ तक सूर्य की रोशनी और मानव बस्तियाँ इस पृथ्व पर मौजूद हैं वहाँ किसी सूचना माध्यम की पहुँच भले ही न हो किंतु संवाद समिति से जुड़ा व्यक्ति वहाँ अवश्य मिल जाएगा। इन संवाद समितियों के बारे में कहने का आशय है कि यह समाचार प्राप्ति की प्रमाणिक और त्वरित स्रोत होती हैं। यह समितियाँ देश, विदेश के विभिन्न विषयों पर केंद्रित समाचारों को बहुतायत में उपलब्ध कराती हैं। वहीं कुछ संवाद समितियाँ ऐसी भी हैं जो विषय विशेष पर केंद्रित होकर समाचार अपने ग्राहकों को देती हैं।

“परम्परागत, दृश्य, श्रव्य, प्रिंट तथा न्यू वेब मीडिया को हम वर्तमान में संचार के प्रमुख माध्यम मानते हैं। इन माध्यमों में संचार का एक महत्वपूर्ण आयाम संवाद एजेंसियों का है। इन संवाद समितियों का मुख्य कार्य मीडिया जो इन सभी माध्यमों को त्वरित सूचनाएं पहुँचाना है, जो मनुष्य जीवन से कहीं न कहीं जुड़ी हैं और इस ब्रह्माण्ड में घटित हो रही हैं। भारत सहित दुनिया के तमाम देशों में प्रेस की स्थापना के बाद से ही इन समाचार समितियों का सूचनाओं के आदान-प्रदान में महत्वपूर्ण योगदान रहा है। भारत की आजादी के बाद भारतीय भाषाओं की समाचार एजेंसी होने का गौरव सबसे पहले हिन्दुस्थान समाचार संवाद समिति को प्राप्त हुआ है। इस समाचार एजेंसी के अलावा आज देश में जो कार्यरत संवाद समितियाँ हैं वे हैं-यूनीवार्ता, प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया, आईएनएन, ईएमएस, आरएनएन, एएनआई, नेशनल न्यूज सर्विस, आई.पी.ए., इंडिया एब्रोड न्यूज सर्विस, इन्फा, नेशनल प्रेस एजेंसी, ऐज ऑफ एन्टाइटमेंट न्यूज एंड फीचर एजेंसीज, के.बी.के., संवाद परिक्रमा, शब्दार्थ, सिंडीकेटिक जर्नलिस्ट आदि। इसके इतर दूसरी ओर विदेशी संवाद समितियों में ए.एफ.पी., ए.एन.एस.ए. रोम, ए.पी. न्यूयार्क, ए.पी.पी. इस्तामबाद, बंगलादेश संवाद संघठा, ढाका, ब्लूमबर्ग न्यूज न्यूयार्क, गोवजोन्स न्यूज वायर्स, नई दिल्ली, डी.पी.ए. न्यूज एजेंसी, इंटर प्रेस सर्विस, इराना तेहरान, कोरियन सेंट न्यूज एजेंसी, कियोडो न्यूज, रायटर, स्पेनिश न्यूज एजेंसी, सीरियन अरब न्यूज एजेंसी, वियतनाम न्यूज एजेंसी, झिंउआ न्यूज एजेंसी प्रमुख हैं। इन सभी समाचार एजेंसियों का पत्रकारिता के उन्नयन और संवाद के प्रसार में विशेष योगदान है।” पुस्तक, न्यूज एजेंसी की पत्रकारिता और हिन्दुस्थान समाचार, डॉ. मयंक चतुर्वेदी, पृ. 12

समाचार समिति का आशय उस संस्था से है जो विभिन्न समाचारों का संकलन करती है, उन्हें संपादित करती है तथा संवाद के उन सभी माध्यमों को संकलित किए गए समाचार प्रसारित करती है जिन्हें आधुनिक भाषा

में मीडिया कहा जाता है। समाचार समिति को अंग्रेजी भाषा में न्यूज एजेंसी के नाम से जाना जाता है। इस संवाद समिति को लेकर अनेक विद्वानों ने अपनी परिभाषाएँ दी हैं। वस्तुतः पत्रकारिता के उदय के साथ ही विश्व में संवाद समितियों का अंतरजाल बिछने लगा था जो प्रथम विश्वयुद्ध से पूर्व शुरू होकर आज भी निरंतर जारी है।

वही, पृ. 39

संवाद समिति की परिभाषा को लेकर सर्वप्रथम हम “एनसाइक्लोपीडिया ऑफ ब्रिटेनिका को देख सकते हैं। इसके अनुसार समाचार समिति वह समिति है जो समाचार पत्र, पत्रिकाओं, क्लब, संगठनों व निजी व्यक्तियों को तारों, पाण्डुलिपियों, प्रूफ, टेप मशीनों, प्रतिलिपियों, दूरमुद्रक और कभी-कभी टेलीफोन द्वारा समाचार प्रेषित करती है। समाचार समितियाँ स्वयं समाचार प्रकाशित नहीं करती वरन् निजी स्तर पर अपने ग्राहकों को सूचनाएँ प्रदान करती है।” डॉ. श्रीमती सुशीला जोशी, हिन्दी पत्रकारिता विकास और विविध आयाम, पृष्ठ क्र. 134

“समाचार समिति वह संस्था है जो समाचार संकलित करके अपने ग्राहकों को प्रेषित करती है। समाचार-पत्र, रेडियो, टेलीविजन चैनल, वेबसाइट्स तथा मीडिया के अन्य संस्था इसके ग्राहक होते हैं। समाचार प्रेषण के बदले समाचार समिति एक निश्चित धनराशि अपने ग्राहकों से लेती हैं।” शक्ति सौरभ, समाचार समितियों के विकास में बहुभाषी “हिन्दुस्थान समाचार” समिति की भूमिका का अध्ययन, एम.फिल, जनसंचार उपाधि हेतु प्रस्तुत लघु शोध-प्रबन्ध, संचार एवं मीडियाँ अध्ययन केन्द्र, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा।

वस्तुतः यह किसी भी समितियों को छोड़कर किसी भी संवाद माध्यम के लिए अभी तक संभव नहीं हो सका है कि वे दुनियाभर में अपने संवाददाता और समाचार संकलन के लिए अपने निजी स्रोत निर्मित करें। वस्तुतः इसीलिए इन संवाद समितियों से प्राप्त होने वाली सूचनाओं पर ही सभी की निर्भरता रहती है।

(5) प्रेस रिलीज :

विज्ञप्तियाँ समाचारों की बहुत बड़ी स्रोत मानी जाती हैं। कई बार समाचार पत्र के पृष्ठों को भरने के लिये ताजा समाचार उपलब्ध ही नहीं होते हैं या कहना चाहिए कि जब संख्या में पत्रकारों के द्वारा किसी समाचार पत्र का प्रबंधन कार्य करता है, तब अक्सर ऐसे में विज्ञप्तियाँ यानी प्रेस नोट महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। वस्तुतः प्रेस रिलीज अथवा समाचार विज्ञप्ति को खबरों का एक व्यापक स्रोत माना जाता है। इन विज्ञप्तियों के माध्यम से अनेक नवीनतम समाचार स्वयं चलकर मीडिया माध्यमों के दफ्तरों तक पहुँचते हैं। कई बार विभिन्न शासकीय एवं निजी संस्थान व विभागों द्वारा निकाली गई प्रेस रिलीज को प्राप्त करने के लिए संवाददाता स्वयं से आगे होकर प्रयत्न करता है। “विभिन्न सरकारी और गैर-सरकारी संगठनों, संस्थाओं और संस्थानों आदि द्वारा समय-समय पर अपनी नीतियों, गतिविधियों, अपने उद्देश्यों, कार्य कलापों, कार्यक्रमों आदि की जानकारी देने के लिए जारी की गई सूचनाएँ आदि ‘प्रेस रिलीज’ कहलाती हैं।”

पुस्तक : पत्रकारिता संदर्भ कोश, लेखक डॉ. राम प्रकाश एवं डॉ. सुधीन्द्र कुमार पृ. 52

यदि इस बात को और विस्तार से समझें तो कहना होगा कि सरकारी संस्थान, निजी संगठन या स्वयं व्यक्ति अपनी उपलब्धियों से परिचित कराने के लिए स्वयं से सम्बन्धित समाचार को सरल और स्पष्ट भाषा में लिखकर पत्र-पत्रिकाओं, समाचार चैनल्स, न्यूज एजेंसियों एवं अन्य संवाद माध्यमों तक प्रचार-प्रसार तथा प्रसारण के लिए भिजवाते हैं। इन्हें प्रेस विज्ञप्ति या प्रेस रिलीज कहा जाता है। यह शासन स्तर पर चार प्रकार से प्रेषित होती हैं।

1. प्रेस नोट

शासकीय स्तर पर होने वाले नए परिवर्तनों एवं शासन की योजनाओं, उपलब्धियों एवं गतिविधियों से संबंधित ताजा जानकारी देने के लिए प्रेस नोट जारी किए जाते हैं। इसमें समाचार का शीर्षक, उपशीर्षक देकर स्थान

का प्रारंभ में जिक्र करते हुए, विषय से संबंधित संपूर्ण सूचना का समावेश कर इसे तैयार किया जाता है। इसके प्रति समाचार पत्र किसी प्रकार से जिम्मेदार नहीं होते वे प्रेसनोट से प्राप्त सूचना को संपादित कर अपने यहाँ प्रकाशित करते हैं।

2. प्रेस कम्युनिक्स

यह प्रेसनोट या प्रेस विज्ञप्ति की तुलना में अधिक औपचारिक होते हैं। इसके अंतर्गत शासन के अति महत्वपूर्ण निर्णय, फेर-बदल, मंत्रिमण्डल में विस्तार या हेरा-फेरी, विदेशों के साथ के समझौते इत्यादि अति विशिष्ट मामलों पर प्रेस कम्युनिक्स जारी किए जाते हैं। इस प्रकार की सूचनाओं में संपादन की आवश्यकता नहीं पड़ती, इन्हें यथावत प्रकाशित किया जाता है। वहीं इसमें शीर्षक और उपशीर्षक भी नहीं दिया जाता है। इस रिलीज के बाएँ ओर सबसे नीचे कोने पर सम्बन्धित विभाग का नाम, स्थान और निर्गत करने की तिथि अंकित होती है।

3. हैण्ड आउट

लोकसभा, राज्य सभा, राज्य की विधानसभाओं, विभिन्न मंत्रालयों के क्रिया-कलाप, देश के प्रमुख पदों का निर्वहन कर रहे नेताओं के भाषण इत्यादि से संबंधित जानकारी देने वाले हैण्ड आउट व्यवस्थित संपादित कर शीर्षक लगाकर समय-समय पर पत्र सूचना कार्यालय (प्रेस इन्फोरमेशन ब्यूरो) भारत सरकार या राज्य सूचना कार्यालयों से जारी किए जाते हैं। इसे अन्य महत्वपूर्ण एजेंसियाँ भी निर्गत करती हैं।

4. गैर कार्यालयीन हैण्ड आउट

वास्तव में देखाजाए तो गैर कार्यालयीन हैण्ड आउट वह कहलाते हैं, जिसमें कि किसी रिलीजिंग एजेंसी का नाम नहीं दिया जाता है और जिन्हें मौलिक वक्तव्य के पूरक के रूप में निर्गत किया जाता है। सीधेतौर पर कहा जाए तो मौखिक रूप से दी गई सूचनाओं को गैर विभागीय हैण्ड आउट के माध्यम से प्रसारित किया जाता है।

(6) साक्षात्कार/भेटवार्ता

साक्षात्कार शब्द अंग्रेजी के शब्द 'इंटरव्यू' का पर्याय है, जिसका अर्थ होता है-किसी के साथ प्रत्यक्ष या उसके सामने स्वयं सामने साक्षात् होना। यानि कि किसी भी व्यक्ति के बारे में सामने से जानने, उसे पहचानने, उसके कृतित्व को समझने के लिए उस व्यक्ति से सीधेतौर पर मुलाकात कर उसके बारे में विविध पक्षों को प्रयुक्त प्राश्निक विधि से जानना अथवा इंटरव्यू लने को भेटवार्ता या साक्षात्कार कहा जाता है।

हिन्दी पत्रकारिता एवं जनसंचार पुस्तक में डॉ. ठाकुरदत्त शर्मा 'आलोक' लिखते हैं कि साक्षात्कार या पत्रकारिता में जिज्ञासु व्यक्ति दूसरे के संदर्भ में जब विशेष जानकारी प्राप्त करने के लिए ललायित रहता है, भेंट करने की उस आकुल आकांक्षा का नाम ही साक्षात्कार है। वे आगे लिखते हैं कि साक्षात्कार के लिए इसके अतिरिक्त हिंदी में भेंटवार्ता, भेंट, बातचीत, मुलाकात, साहित्य भेंट, साहित्यिक-वार्तालाप, साक्षात्वार्ता, समक्ष-भेंट, समक्षकार, अंतर्वीक्षा, अंतर्व्यूह, विशेष परिचर्चा, संवाद, प्रत्यक्ष समीक्षण, साक्षात् वार्तालाप एवं संवार्ता जैसे पर्यायवाची शब्दों का प्रयोग होने लगा है। कुछ भी हो साक्षात्कार पत्रकारिता क्षेत्र की एक अद्भुत नूतन शैली है। जिसके अंतर्गत लेखक व्यक्ति-विशेष के साथ साक्षात्कार करने के बाद कुछ निश्चित प्रश्नों के आधार पर व्यक्तित्व एवं कृतित्व के संबंध में प्रामाणिक जानकारी प्राप्त करता है। स्वयं भी प्रभावित होता है और व्यक्ति विशेष पर भी अमिट छाप छोड़ जाता है। हिन्दी पत्रकारिता में साक्षात्कार के लिए एक निश्चित प्रक्रिया अपनाई जाती है। सर्वप्रथम व्यक्ति विशेष का चयन किया जाता है। तत्पश्चात् विषय, फिर योजना को अंतिम रूप दिया जाता है। इसप्रकार प्रस्तुतिकरण संभव होता है।

सर्वप्रथम साक्षात्कार के क्षणों में व्यक्ति विशेष से संबद्ध, मूल विषय पर वार्तालाप प्रारंभ किया जाता है,

इस तरह जब वार्तालाप चरम सीमा पर पहुँच जाता है और अंग-संग बैठे व्यक्तियों का अजनबीपन भी टूट जाता है और परिचय के सूत्र भी प्रगाढ़ हो जाते हैं। साक्षात्कार के क्षणों में व्यक्ति विशेष की भाव-भंगिमाओं का अंकन, उसकी जीवन शैली, जीवन उद्देश्य, उद्देश्य की उपयोगिता, विचार की श्रृंखला तथा रोचकता आदि विषयों के बारे में ठोस जानकारी प्राप्त की जाती है, जिससे साक्षात्कार ज्ञान मूलक एवं अर्थप्रद बन पाता है। अन्य व्यक्ति जब इस साक्षात्कार को पढ़ते हैं तो वे भी रोमांचित हो उठते हैं और व्यक्ति विशेष तथा साक्षात्कार करनेवाले व्यक्ति के प्रति उनके मन में तादात्म्य स्थापित हो जाता है।

(पुस्तक-हिन्दी पत्रकारिता एवं जनसंचार, लेखक-डॉ. ठाकुरदत्त शर्मा आलोक पृ. क्र.109)

दूसरे शब्दों में किसी भी स्थिति में किसी भी व्यक्ति से कोई भी संवाददाता मुलाकात करके किसी भी विषय पर यदि प्रश्न पूछता है तो इस प्रकार की बातचीत को साक्षात्कार अथवा भेंटवार्ता कहते हैं। शब्दकोश में साक्षात्कार की व्याख्या इस प्रकार बताई गई है। 'किसी भी व्यक्ति से भेंट करके उसके कार्य तथा विचारों के संबंध में प्रश्न पूछना'। साक्षात्कार में एक पत्रकार अपने पाठकों के प्रतिनिधि के रूप में किसी विशिष्ट व्यक्ति से आमने-सामने होकर पाठकों को उसकी योजनाओं, विचारों, सोच-संदर्भ, दर्शन या समाज के लिए उपयोगी विशेष उपलब्धियों की जानकारी देता है। किसी नेता की सोच, पार्टी की भावी योजनाओं, किसी विशेषज्ञ चिकित्सक से रोग विशेष से बचाव के उपायों और लक्षणों का विवरण, वैज्ञानिक से क्षेत्र विशेष में नए शोध और जनता के लिए उसकी उपयोगिता, देश-विदेश घूमकर आए किसी युवा के सर्वथा नए अनुभवों को पाठकों तक सीधे पहुँचाने का सबसे कारगर जरिया है साक्षात्कार।

पत्रकारिता में साक्षात्कार का सबसे प्रचलित प्रकार यह है कि किसी प्रसिद्ध व्यक्ति और विद्वान से उनके विचार, दृष्टिकोण या कार्यों के बारे में प्रश्न पूछे जाते हैं। वह किसी विषय या समस्या के संबंध में क्या सोचते हैं? उनका दृष्टिकोण क्या है? यह मालूम किया जाता है। इस प्रकार के व्यक्तियों में बहुत जानकारी होती है, और वे बहुत अनुभवी, कुशल तथा प्रभावशाली होते हैं। राजनीतिक व्यक्ति, नेतागण, राष्ट्रवक्ता से लेकर छोटे-छोटे नेता तक हर एक से साक्षात्कार लिया जा सकता है। क्योंकि इनके ही हाथों में जनता का भला होता है। इसी कारण जनता भी अपने नेताओं के विचार उनके कार्य तथा उनकी योजनाओं से सम्बन्धित जानकारियाँ प्राप्त करने में रूचि रखती है।

पुस्तक : हिन्दी पत्रकारिता में बातचीत कला, डॉ. मयंक चतुर्दी, पृ. 18-19

(7) पत्रकार सम्मेलन/प्रेस कान्फ्रेंस

सरकारी तथा गैर सरकारी संस्थान अक्सर अपनी उपलब्धियों को प्रकाशित करने के लिए पत्रकारवार्ता का आयोजन करते हैं। उनके द्वारा दिए गए वक्तव्य समृद्ध समाचारों को जन्म देते हैं। वस्तुतः पत्रकार सम्मेलन या प्रेस कॉन्फ्रेंस को लेकर हम कह सकते हैं कि "विशिष्ट व्यक्तियों/दलों/संस्थाओं द्वारा विशिष्ट अवसर पर, विषय-विशेष के संबंध में अपना दृष्टिकोण प्रस्तुत करने के उद्देश्य से आमंत्रित पत्रकारों का सम्मेलन। यह सम्मेलन समाचार प्राप्त करने का महत्वपूर्ण स्रोत है। राष्ट्राध्यक्ष, प्रधानमंत्री, मंत्री, नेता, उच्च अधिकारी, किसी संस्था का पदाधिकारी आदि कोई भी पत्रकार-सम्मेलन आयोजित कर सकता है।

(1) कई बार पत्रकार-सम्मेलन में आमंत्रणकर्ता विशिष्ट व्यक्ति का वक्तव्य मुद्रित या टंकित रूप में सम्मेलन आरंभ होने से पूर्व आमंत्रित पत्रकारों को उपलब्ध करा दिया जाता है ताकि वे उसके आधार पर प्रमुख वक्ता से स्पष्टीकरण ले सकें या प्रश्नों द्वारा अपनी जिज्ञासाओं/शंकाओं का समाधान कर सकें।

(2) कई बार आमंत्रणकर्ता विशिष्ट व्यक्ति किसी विषय-विशेष के संबंध में पत्रकारों से सीधे अपने

प्रश्न प्रस्तुत करने को कहकर, अपनी ओर से उनके उत्तर देता है। इन उत्तरों में ही उसका दृष्टिकोण, मत-अभिमत स्पष्ट हो जाता है।

पत्रकार किसी भी प्रकार का प्रश्न कर सकते हैं किन्तु प्रमुख वक्ता हर प्रश्न का उत्तर देने के लिए बाध्य नहीं होता। ऐसी स्थिति में प्रायः वह हास्य विनोद में प्रश्न को टाल सकता है या 'कोई उत्तर (टिप्पणी) नहीं' Answer (Comment) कहकर प्रश्नकर्ता को शांत कर सकता है।

(पुस्तक : पत्रकारिता संदर्भ कोश, लेखक : डॉ. रामप्रकाश, डॉ. सुधीन्द्र कुमार, पृष्ठ क्रमांक-51-52)

प्रायः विभिन्न सरकारी, गैर सरकारी संगठन, राजनीतिक पार्टियों के प्रमुख नेता एवं वक्ता, किसी घटना विशेष से जुड़े व्यक्ति अपना पक्ष मीडिया में प्रस्तुत करने के लिए प्रेस कॉन्फ्रेंस बुलाते हैं। जिसमें कि अपने पक्ष की जानकारियों का क्रमशः, बिंदुवार विस्तार से वर्णन संवाददाताओं या मीडिया कर्मियों को उपलब्ध कराया जाता है। इस प्रेस सम्मेलन में संबंधित विषय पर जिसको लेकर कि यह पत्रकार सम्मेलन बुलाया जाता है आये हुए संवाददाता अपनी जिज्ञासाओं से संबंधित प्रश्न प्रवक्ताओं, पार्टी नेताओं, संस्था पदाधिकारियों, व्यक्तियों से पूछते हैं। यह प्रश्न संक्षेप में पूछे जाते हैं। तथा इनके उत्तर सामने से पूरे तथ्यों के साथ प्रस्तुत करने की अपेक्षा रहती है। इसमें पत्रकारों से यह अपेक्षित रहता है कि वे किसी अन्य पत्रकार साथी द्वारा पूछे गये प्रश्न की पुनरावृत्ति न करें। यदि पूर्व में किसी प्रश्न का उत्तर आ गया है तब अन्य किसी विषय पर प्रश्न पूछे जाने चाहिए। सम्मेलन में जाने से पूर्व संवाददाता को विषय से संबंधित संक्षिप्त जानकारी होना चाहिए। जिससे कि यदि संस्था का पदाधिकारी, राजनीतिक पार्टी का प्रमुख नेता या कोई अन्य प्रवक्ता, व्यक्ति तथ्यपरक, मनगढ़न्त, भ्रमित करने वाली जानकारी अपने वाक्यचातुर्य से देने का प्रयत्न करे तो उसे रोका जाना संभव हो सके। इस संबंध में यह उदाहरण दृष्टव्य है :- "मसलन पॉवर कॉरपोरेशन के चेयरमैन द्वारा प्रेस कॉन्फ्रेंस बुलायी गयी है, तो वर्तमान में क्षेत्र में विद्युत की आपूर्ति की स्थिति, बिजली विभाग की आर्थिक स्थिति, उत्पादन की स्थिति, आगे की योजनाओं आदि के बारे में मूलभूत प्रश्न तैयार कर लेने चाहिए। उस व्यक्ति के बारे में भी आवश्यक जानकारी प्राप्त कर लेनी चाहिए, जो पत्रकार वार्ता को संबोधित करने वाला है।"

(पुस्तक : पत्रकारिता एवं जनसंचार, लेखक-हेना नकवी, पृष्ठ क्रमांक-44)

पत्रकार सम्मेलन या प्रेस कॉन्फ्रेंस की खास बात यह होती है कि प्रेस विज्ञप्ति और प्रेस नोट से हर तरीके से भिन्न है। क्योंकि प्रेस विज्ञप्ति में एकतरफा बातचीत की जानकारी दी जाती है, जिसमें कि पत्रकार को सीधे तौर पर प्रेस नोट भेजने वाले व्यक्ति, संस्था अथवा समूह से कुछ भी प्रकट रूप में पूछा जाना संभव नहीं होता। इसके इतर प्रेस कॉन्फ्रेंस में संवाददाता सीधे इस पत्रकार वार्ता को संबोधित करने वाले से सीधे प्रति प्रश्न करता है। यानि कि यह एकतरफा वार्तालाप न होकर परस्पर का संवाद संचालन है। इसका एक लाभ यह भी है कि संवाददाताओं को बार-बार नेताओं, संस्था प्रमुखों, प्रवक्ताओं से मिलने का अवसर प्राप्त होता है। जिसके कारण दोनों के बीच घनिष्टता बढ़ती है और आगे संवाददाता संबंधित विषय, विभाग एवं संस्थाओं की अन्य महत्वपूर्ण जानकारियाँ प्राप्त करता रहता है।

(8) अनुवर्तन (फॉलोअप) "समाचारों का अनुवर्तन" पिछले दिन के समाचार के बाद नए समाचार प्राप्त करने को 'फालोअप' या "समाचारों का अनुवर्तन" कहते हैं। पुस्तक प्रयोजन मूलक हिन्दी की नई भूमिका, कैलाश नाथ पाण्डे, पृ. 257

पत्रकारिता संदर्भ कोश में अनुवर्तन की परिभाषा कुछ इस प्रकार दी गई है। "समाचार का पीछा करना, सिलसिलेवार चलने वाले समाचार की निरंतर आगामी दिवसों में खोज एवं प्रस्तुति। संसदीय कार्रवाही, कई दिन चलने वाले अधिवेशन, आकस्मिक दुर्घटना, दैवी प्रकोप, खेल प्रतियोगिता, भीषण डकैती, राजनीतिक अथवा

सत्ता-परिवर्तन आदि से संबद्ध समाचारों की रिपोर्ट एक से अधिक दिनों में क्रमशः छपती रहने के कारण, ऐसे समाचारों का अनुवर्तन स्वभाविक होता है। खोजपूर्ण, रोमांचक समाचारों का अनुवर्तन भी आवश्यक होता है। षड्यंत्र, जालसाजी, जासूसी आदि से संबद्ध समाचार भी अनुवर्तनीय होते हैं। ” पृ. 14 डॉ. राम प्रकाश, डॉ. सुधीन्द्र कुमार।

समाचार प्राप्त करने के इन सभी प्रमुख स्रोतों में एक अनुवर्तन या कहेँ फॉलोअप का अपना अलग ही महत्व है। वास्तव में देखाजाए तो महत्वपूर्ण घटनाओं की विस्तृत रिपोर्ट संवाददाता के पास हो तब अधिक रुचिकर समाचार बनते हैं। दर्शक चाहते हैं कि बड़ी घटनाओं के सम्बन्ध में उन्हें सविस्तार आगे भी जानकारी मिलती रहे। इसके लिए संवाददाताओं को जितना अधिक संभव हो, न्यूज से संबंधित घटनाओं की तह तक जाना पड़ता है। जब जाकर उसे बार-बार उस घटना से जुड़ी नई-नई जानकारियाँ प्राप्त होती रहती है।

अनुवर्तन में इसके साथ यह भी ध्यान रखना चाहिए कि संवाददाता को केवल अपने द्वारा प्रकाशित की गई खबरों का ही बार-बार फॉलोअप नहीं करना चाहिए बल्कि कई बार यूँ कहना चाहिए कि अक्सर दूसरे पत्रकार द्वारा अथवा प्रिंट मीडिया के इतर इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, रेडियो, वेब मीडिया में से भी कई समाचार इस प्रकार के प्राप्त हो जाते हैं जिनसे आगे अनेक नवीनतम समाचार प्राप्त करने की संभावना बनी रहती है। इसलिए संवाददाता को इन माध्यमों से प्रसारित समाचारों पर भी अपना समान रूप से ध्यान रखना चाहिए।

इसके अलावा लगातार संवाददाता को नवीन तथ्य और जानकारियाँ उपभोक्ता या पाठक-दर्शन के समक्ष लाने के लिए पूर्व प्रसारित एवं प्रकाशित किए गए समाचारों का लगातार अनुवर्तन करते रहना चाहिए। उदाहरण के लिए हम सदन में प्रस्तुत किए गए बजट को ले सकते हैं। आगे इसके लेकर जब न्यूज बनाई जायेंगी तो अनेक समाचार निकलते हैं, जो आपके न केवल उपभोक्ता वर्ग की जानकारी बढ़ाती हैं, उनकी जिज्ञासाओं को शांत करती हैं बल्कि साथ में वे जनता के साथ सरकार का भी प्रबोधन करने के साथ आगे की अन्य योजनाओं को बनाने में उन्हें मददगार साबित होती हैं।

अतः कहना होगा कि इस प्रकार यदि उपयुक्त स्रोतों का उपयोग समाचार संकलन की दृष्टि से किष्ठा जाए तो भाविष्य का एक अच्छा पत्रकार बना जा सकता है।

इन समाचार स्रोतों के अलावा वर्तमान दौर में समाचार प्राप्त करने के जो अन्य माध्यम विशेष रूप प्रयुक्त किए जा रहे हैं, उन्हें हम इंटरनेट, रेडियो, टेलीविजन मोबाईल एप के रूप में जानते हैं।

आज इंटरनेट के आने के बाद सूचना के क्षेत्र में गजब की क्रांति आई है। इंटरनेट शब्द को अगर दो भागों में बाँट दिया जाये तो इंटरनेशनल + नेटवर्क दो शब्द बनते हैं, और दोनों शब्दों का मतलब निकाला जाये तो इसका अर्थ आता है अन्तर्राष्ट्रीय जाल अर्थात् ऐसा जाल जिसमें सम्पूर्ण संसार शामिल हो। इंटरनेट दुनिया भर में सार्वजनिक रूप से सुलभ कंप्यूटर के सुपर-नेटवर्क है। इंटरनेट नेटवर्क में हजारों की संख्या में पूरी दुनिया के कंप्यूटर जुड़े हुए हैं। वस्तुतः इंटरनेट के जरिए विविध सूचनाओं को छोटे पैकेटों में तोड़ कर दूसरे कम्प्यूटर में भेजा जाता है। यह कम्प्यूटर फिर आपसे कितनी भी दूरी पर क्यों न हों, उन पर संदेश त्वरित गति से पलक झपकते ही पहुँच जाते हैं। इसको यूँ भी समझा जा सकता है कि अक्सर कार्यालयों के सारे कम्प्यूटर आपस में एक दूसरे से जुड़े रहते हैं और वे एक दूसरे से संवाद कर सकते हैं। इसको Local Area Network (LAN) लैन कहते हैं। लैन में जुड़ा कोई कंप्यूटर या कोई अकेला कंप्यूटर, दूसरे कंप्यूटरों के साथ टेलीफोन लाइन या सेटलाइट से जुड़ा रहता है। इस प्रकार स्थानीय स्तर पर या कहेँ वैश्विक स्तर पर इंटरनेट, दुनियाभर के कम्प्यूटरर्स का वह नेटवर्क है जिसके माध्यम से परस्पर कम्प्यूटरर्स एक दूसरे से संवाद करते हैं।

आज सूचना क्रांति का युग है, चहुँओर इसकीधमक है इस समय पाठक या दर्शक भी इतना जिज्ञासु हो

चुका है कि समय बीतने से पहले वह सब कुछ जान लेना चाहता है, जिसे जानने की वह इच्छा रखता है। इंटरनेट पर शासन-प्रशासन, निजि संस्थान, स्वयं सेवी संगठन और व्यक्तिगत स्तर पर नियमित रूप से नई सूचनाएं प्रवाहित हो रही हैं। यहां ज्ञान वर्धन के लिए विभिन्न ई - पुस्तकें मौजूद हैं। वेब पोर्टल्स और ब्लाग्स की भरमार है, जिनमें सूचना की दृष्टि से नवीनतम समाचार भरे पड़े हैं। इसीलिए आज के समय में समाचारा प्राप्त करने का इंटरनेट एक महत्वपूर्ण स्रोत बन गया है। दफ्तर में बैठे ही आप एक क्लिक से देशभर के तमाम समाचार जान जाते हैं, जिसका कि उपयोग आप आगे अपने हिसाब से कर सकते हैं। इंटरनेट पर फोटो के साथ-साथ समाचारों के विजुअल भी आसानी से प्राप्त हो जाते हैं। कई लोग तो अपने द्वारा ली गई वीडियो या समाचार इंटरनेट के माध्यम से वायरल कर रहे हैं। आज के समय में फेसबुक और ट्वीटर जैसी साइटों से भी समाचार मिलने लगे हैं। देखा जा रहा है कि नेता-अभिनेता, अभिनेत्रियां समाचार चैनलों पर बयान देने के बजाय ट्वीटर पर ट्वीट करना ज्यादा पसंद कर रहे हैं।

इसी प्रकार रेडियो व टीवी को भी समाचार प्राप्त करने के स्रोत के रूप में लिया जा सकता है। घर बैठे आम आदमी इन्हीं माध्यमों के जरिए देश-विदेश की तमाम समाचारों को जान पाता है। ऐसे समाचार पत्र जिनके संवाददाता किस जगह नहीं है तो उन समाचार पत्रों को टीवी चैनल के माध्यम से ही उस जगह की खबर मिल जाती है। कई बार समाचार चैनल एक दूसरे की खबरों को देखकर चलाते हैं। इनके इस स्वरूप को देखकर कहा जा सकता है कि सूचना संप्रेषण और प्राप्ति की दृष्टि से सभी समाचार चैनल एक-दूसरे के पुरक हैं और परस्पर एक दूसरे के लिए अच्छे स्रोत हैं। यही कारण है कि सभी मीडिया संस्थानों में टीवी चैनल लगे होते हैं। वहीं इसी दृष्टिकोण को ध्यान में रखकर मोबाइल, एप तथा सूचना के अन्य माध्यमों की चर्चा की जा सकती है, जो कि आज नित नूतन समाचारों को बिना रुके सातों दिवस चौबीस घण्टे एक स्थान से दूसरे स्थान पर पहुंचा रहे हैं।

समाचारों का महत्व

अभी तक हमने जाना कि समाचार किसे कहते हैं और समाचार की अवधारणा क्या है तथा साथ ही हम यह समझ सके हैं कि समाचार प्राप्त करने के स्रोत कौन से हैं और उन्हें कैसे समाचारों के निर्माण के लिए प्रयुक्त किया जा सकता है। आगे हम जानेंगे समाचारों का महत्त्व क्या है। वस्तुतः देखा जाए तो किसी भी समाज में सूचनाओं का वही महत्व है, जितना कि जीवन के लिए सांसों का है। यहां कहने का तात्पर्य है कि किसी भी राष्ट्र की उन्नति का पता और विपन्नता तभी मालूम होती है जब वहां के समाचार मिलते हैं। सूचनाओं का सीधा संबंध विकास से है। यदि कोई नकारात्मक या बुरी खबर है तो उसकी प्राप्ति के बाद यही कोशिश होती है कि इसे हम सकारात्मक दिशा अथवा गति कैसे दे सकते हैं। जो सच में बुरे हैं वे भी नहीं चाहते कि उनकी कहीं कोई बुराई करे। यानि कि उनका कोई नकारात्मक समाचार प्रसारित न हो जाए इसका ख्याल तक बुरे लोग करते हैं।

वास्तव में इसी बात से पता लगाया जा सकता है कि समाचार का जीवन में महत्त्व क्या है। समाचार हमें अलर्ट करते हैं, कोई बिमारी फैल रही है तो उससे कैसे बचा जा सकता है यह समाचारों से जानकारी हमें प्राप्त होती है। शहर में यदि दंगा हो गया है और हम बीच में फंस गए तो उससे कैसे निकला जा सकता है, सकुशल घर कैसे पहुंचे यह जानकारी हमें समाचार से प्राप्त होती है। समाचार हमें जिज्ञासु बनाते हैं, समाचार हमें जागृत रखते हैं और समाचार ही हमें आगे बढ़ने का हौंसला प्रदान करते हैं। समाचार न केवल देश-विदेश की गतिविधियों से हमें परिचित कराते हैं बल्कि जीवन से जुड़ा कोई भी पहलु हो यथा- बाल-संसार, रोजगार के अवसर, मनोरंजन, खेल, विज्ञापन, धर्म, ज्योतिष, स्वास्थ्य, शिक्षा, आस-पास की जानकारी, विकास, निर्माण संबंधी, अपराध से जुड़ी इत्यादि जानकारी।

वास्तव में समाचार ही उनके बारे में हमें सर्वप्रथम अवगत कराते हैं। इसके मुख्य स्रोत के रूप में रोज सुबह प्राप्त होने वाले समाचार पत्र के उदाहरण से बात को ओर आसानी से समझा जा सकता है। इससे लोगों को

चुका है कि समय बीतने से पहले वह सब कुछ जान लेना चाहता है, जिसे जानने की वह इच्छा रखता है। इंटरनेट पर शासन-प्रशासन, निजि संस्थान, स्वयं सेवी संगठन और व्यक्तिगत स्तर पर नियमित रूप से नई सूचनाएं प्रवाहित हो रही हैं। यहां ज्ञान वर्धन के लिए विभिन्न ई - पुस्तकें मौजूद हैं। वेब पोर्टल्स और ब्लाग्स की भरमार है, जिनमें सूचना की दृष्टि से नवीनतम समाचार भरे पड़े हैं। इसीलिए आज के समय में समाचारा प्राप्त करने का इंटरनेट एक महत्वपूर्ण स्रोत बन गया है। दफ्तर में बैठे ही आप एक क्लिक से देशभर के तमाम सामाचार जान जाते हैं, जिसका कि उपयोग आप आगे अपने हिसाब से कर सकते हैं। इंटरनेट पर फोटो के साथ-साथ समाचारों के विजुअल भी आसानी से प्राप्त हो जाते हैं। कई लोग तो अपने द्वारा ली गई वीडियो या समाचार इंटरनेट के माध्यम से वायरल कर रहे हैं। आज के समय में फेसबुक और ट्वीटर जैसी साइटों से भी समाचार मिलने लगे हैं। देखा जा रहा है कि नेता-अभिनेता, अभिनेत्रियां समचार चैनलों पर बयान देने के बजाय ट्वीटर पर ट्वीट करना ज्यादा पसंद कर रहे हैं।

इसी प्रकार रेडियो व टीवी को भी समाचार प्राप्त करने के स्रोत के रूप में लिया जा सकता है। घर बैठे आम आदमी इन्हीं माध्यमों के जरिए देश-विदेश की तमाम समाचारों को जान पाता है। ऐसे समाचार पत्र जिनके संवाददाता किस जगह नहीं है तो उन समाचार पत्रों को टीवी चैनल के माध्यम से ही उस जगह की खबर मिल जाती है। कई बार समाचार चैनल एक दूसरे की खबरों को देखकर चलाते हैं। इनके इस स्वरूप को देखकर कहा जा सकता है कि सूचना संप्रेषण और प्राप्ति की दृष्टि से सभी समाचार चैनल एक-दूसरे के पुरक हैं और परस्पर एक दूसरे के लिए अच्छे स्रोत हैं। यही कारण है कि सभी मीडिया संस्थानों में टीवी चैनल लगे होते हैं। वहीं इसी दृष्टिकोण को ध्यान में रखकर मोबाइल, एप तथा सूचना के अन्य माध्यमों की चर्चा की जा सकती है, जो कि आज नित नूतन समाचारों को बिना रुके सातों दिवस चौबीस घण्टे एक स्थान से दूसरे स्थान पर पहुंचा रहे हैं।

समाचारों का महत्व

अभी तक हमने जाना कि समाचार किसे कहते हैं और समाचार की अवधारणा क्या है तथा साथ ही हम यह समझ सके हैं कि समाचार प्राप्त करने के स्रोत कौन से हैं और उन्हें कैसे समाचारों के निर्माण के लिए प्रयुक्त किया जा सकता है। आगे हम जानेंगे समाचारों का महत्व क्या है। वस्तुतः देखा जाए तो किसी भी समाज में सूचनाओं का वही महत्व है, जितना कि जीवन के लिए सांसों का है। यहां कहने का तात्पर्य है कि किसी भी राष्ट्र की उन्नति का पता और विपन्नता तभी मालूम होती है जब वहां के समाचार मिलते हैं। सूचनाओं का सीधा संबंध विकास से है। यदि कोई नकारात्मक या बुरी खबर है तो उसकी प्राप्ति के बाद यही कोशिश होती है कि इसे हम सकारात्मक दिशा अथवा गति कैसे दे सकते हैं। जो सच में बुरे हैं वे भी नहीं चाहते कि उनकी कहीं कोई बुराई करे। यानि कि उनका कोई नकारात्मक समाचार प्रसारित न हो जाए इसका ख्याल तक बुरे लोग करते हैं।

वास्तव में इसी बात से पता लगाया जा सकता है कि समाचार का जीवन में महत्व क्या है। समाचार हमें अलर्ट करते हैं, कोई बिमारी फैल रही है तो उससे कैसे बचा जा सकता है यह समाचारों से जानकारी हमें प्राप्त होती है। शहर में यदि दंगा हो गया है और हम बीच में फंस गए तो उससे कैसे निकला जा सकता है, सकुशल घर कैसे पहुंचे यह जानकारी हमें समाचार से प्राप्त होती है। समाचार हमें जिज्ञासु बनाते हैं, समाचार हमें जागृत रखते हैं और समाचार ही हमें आगे बढ़ने का हौंसला प्रदान करते हैं। समाचार न केवल देश-विदेश की गतिविधियों से हमें परिचित कराते हैं बल्कि जीवन से जुड़ा कोई भी पहलु हो यथा- बाल-संसार, रोजगार के अवसर, मनोरंजन, खेल, विज्ञापन, धर्म, ज्योतिष, स्वास्थ्य, शिक्षा, आस-पास की जानकारी, विकास, निर्माण संबंधी, अपराध से जुड़ी इत्यादि जानकारी।

वास्तव में समाचार ही उनके बारे में हमें सर्वप्रथम अवगत कराते हैं। इसके मुख्य स्रोत के रूप में रोज सुबह प्राप्त होने वाले समाचार पत्र के उदाहरण से बात को ओर आसानी से समझा जा सकता है। इससे लोगों को

विश्व की तमाम महत्वपूर्ण जानकारियां कुछ ही क्षणों में प्राप्त हो जाती है। इसीलिए समाचारपत्र को समाज का दर्पण भी कहा जाता है। इससे केवल एक तरफा सूचनाएं ही प्राप्त नहीं होतीं वरन आपको यदि व्यवस्था से कोई शिकायत है तो सार्वजनिक मंच से अखबार के माध्यम से आपभी सीधे जनता से संवाद कर सकते हैं। अर्थात्, हम इसके जरिए अपने संदेश, उदघोषणाएँ, शिकायत आदि प्रचारित कर सरकार सहित आम जनता तक पहुंचाते हैं।

समाचारों का महत्व इससे भी पता चलता है कि संपादकों तथा पत्रकारों के माध्यम से समाज में होने वाले अपराधिक कृत्यों, अपराधों आदि को रोकने में तथा जन जागरण करने में इनसे सभी मदद लेते हैं। समाचार नौजवानों को तो नई दिशा प्रदान करते ही हैं, साथ में वृद्धों में भी ऊर्जा का संचार बनाए रखते हैं। जीवन में जो लोग नियमित समाचार देखते, सुनते और पढ़ते हैं, उनके बारे में यहां तक कहा जा सकता है कि उन्हें पुस्तकों से कहीं अधिक रोचक और ज्ञानवर्द्धक जानकारियाँ प्राप्त हो जाती हैं।

(1.3) समाचारों का महत्व

समाचारों का महत्व इससे भी समझा जा सकता है कि दो लोगों के मिलने पर यही पूछा जाता है कि और क्या समाचार हैं, आपके हाल-चाल कैसे हैं? जब यह पूछा जाता है तो इसीसे अंदाजा लगाया जा सकता है कि परस्पर लोगों में एक-दूसरे के बारे में जानने की उत्सुकता कितनी अधिक रहती है। समाचार कई प्रकार के होते हैं यथा- घटना प्रधान, विषय आधारित, स्थानीय समाचार, प्रादेशिक या क्षेत्रीय समाचार, ग्रामीण समाचार, राष्ट्रीय समाचार, अंतर्राष्ट्रीय समाचार, इत्यादि। इनमें हम विषय आधारित समाचारों को आगे अनेक प्रकार से बांटकर देख सकते हैं जैसे कि अपराध समाचार, साहित्यिक एवं सांस्कृतिक समाचार, राजनीतिक समाचार, खेल-कूद समाचार, विकास समाचार, विधि समाचार, शैक्षिक समाचार, आर्थिक समाचार, स्वास्थ्य समाचार, जन समस्यात्मक समाचार, पर्यावरण समाचार, मनोरंजन संबंधी फिल्म-टेलीविजन से जुड़े समाचार, खास खबर, फैशन समाचार, धार्मिक समाचार, इत्यादि जीवन की अलग-अलग आवश्यकताओं से जुड़े विषयों को इसमें शामिल करके हम देख सकते हैं।

समाज में सूचना का महत्व उसके आदान प्रदान से है इसीलिए किसी भी समाचार को एक संवादवाहक के रूप में भी स्वीकारा जाता है। समाचार वास्तव में समाज के विभिन्न वर्गों, सत्ता केन्द्रों, व्यक्तियों और संस्थाओं के बीच पुल का कार्य करता है। किसी भी देश की उन्नति व प्रगति में समाचारों का बहुत बड़ा योगदान होता है। अगकहा जाए कि समाचार ही समाज का निर्माण व पुनर्निर्माण करता है, तो यह गलत नहीं होगा। इतिहास में ऐसे अनगिनत उदाहरण भरे देखे जा सकते हैं जब एक छोटे से समाचार ने विश्व में तहलका मचा दिया वहीं एक समाचार की शक्ति को पहचानते हुए लोगों ने उसका उपयोग लोक परिवर्तन के भरोसेमंद हथियार के रूप में भी निरंतर किया है और यह प्रक्रिया सतत जारी है। अंग्रेजों की दासता से सिसकते भारतीयों में देश- भक्ति व उत्साह भरने में चहुंओर से आ रहे समाचारों का ही प्रमुख योगदान था।

आज भी समाचार की ताकत अपने आप में यथावत है, जितनी अधिक महत्वपूर्ण सूचना होगी उतनी ही अधिक उसकी व्यापकता होती है। किसी समाचार के महत्व का अंदाजा इससे भी लगता है, जब कोई खबर संवाददाता के पास साक्ष्यों के साथ पहुंच जाती है और किसी तरह जिस व्यक्ति से जुड़ी वह खबर होती है यदि उसे यह पता लग जाए कि मुझसे संबंधित फलां समाचार प्रकाशित होने वाला है, तो वह ऐड़ी चोटी का जोर लगा देता है कि वह किसी तरह प्रकाशन से रुक जाए यदि उसे रोकना संभव नहीं होता तो वह अपनी सफाई जरूर मीडिया के समक्ष देता है। यानि कि समाचार की शक्ति के सामने बड़े से बड़ा राजनेता, उद्योगपति आदि सभी सिर झुकाते हैं।

यह पूर्व में बता ही दिया गया है कि समाचार का जन-जागरण में भी बहुत योगदान है। बच्चों को पोलियो की दवा पिलाने का अभियान हो या एड्स के प्रति जागरुकता फैलाने का कार्य, लोगों को वोट डालने के लिये प्रेरित करना, बाल मजदूरी पर रोक लगाने के लिये प्रयास करना, धूम्रपान के खतरों से अवगत कराना, समय-समय पर नागरिकों को उनके अधिकारों के प्रति जागरुक करते रहना, देश में भ्रष्टचारियों पर नजर रखना जैसे अनेक कार्यों में कोई समाचार ही माध्यम होता है। इस आधार पर कहा जा सकता है कि समाचार हमेशा जागरण का कार्य करते हैं।

समाचारों का अपना क्या महत्व है इसे लेकर पत्रकार अमित मिश्रा ने सही लिखा है कि समाचारों के महत्व का अंदाजा इससे भी लगता है कि बदलती दुनिया, बदलते सामाजिक परिदृश्य, बदलते बाजार, बाजार के आधार पर बदलते शैक्षिक-सांस्कृतिक परिवेश और सूचनाओं के अम्बार ने समाचारों को कई नए प्रकार दे डाले हैं। कभी उंगलियों पर गिन लिये जाने वाले समाचार के प्रकारों को अब पूरी तरह गिना पाना पत्रकारिता के संसार में संभव नहीं रहा है।

एक बहुत बड़ा सच यह है कि इस समय सूचनाओं का एक बहुत बड़ा बाजार विकसित हो चुका है। इस नये नवेले बाजार में समाचार उत्पाद का रूप लेते जा रहे हैं। समाचार पत्र हों या चैनल, हर ओर समाचारों को ब्रांडेड उत्पाद बनाकर परोसने की कवायद शुरू हो चुकी है। खास और एक्सक्लूसिव बताकर समाचार को पाठकों या दर्शकों तक पहुंचाने की होड़ ठीक उसी तरह है, जिस तरह किसी कम्पनी द्वारा अपने उत्पाद को अधिक से अधिक उपभोक्ताओं तक पहुंचाने के लिए भरसक प्रयत्न किए जाते हैं, और जिसकी सूचनाओं में दम दिखती है, पाठक उसे पाने के लिए लपक उठते हैं यानि ज्यादा से ज्यादा जानना चाहते हैं। अतः अंत में समाचारों को लेकर कहा जा सकता है कि यह समाज के लिए वरदान हैं।

(1.4) समाचारों का चयन

हालाँकि समाचार पत्रों में अनेक गैर जरूरी सूचनाएं छाप दी जाती हैं, जिनसे लोग दिग्भ्रमित हो जाते हैं। अतः ऐसी खबरों तथा सूचनाओं के प्रकाशन से पूर्व संपादक को इनके संभावित दुष्प्रभावों का आकलन कर लेना चाहिए। समाचार पत्र केवल व्यवसाय का साधन नहीं है, यह तो समाज को उसकी वास्तविक छवि दिखाता है। आज के पत्रकार तथा संपादक व्यवसायिकता के जमाने में खबरों को तोड़-मरोड़ कर प्रस्तुत करने लगे हैं। अतः इनके प्रकाशक को खबरों की विश्वसनीयता और महत्व का आकलन जरूर करना चाहिए तभी यह समाज के लिए वरदान साबित होगी। प्रिंट मीडिया की यदि बात की जाए, तो पत्र-पत्रिकाओं में सीमित पेज होते हैं और इन पर विज्ञापन के दबाव के कारण खबरों के लिए स्थान भी सीमित होता है। इतने ही स्थान पर महत्व के हिसाब से सभी जरूरी खबरें प्रस्तुत करना और वो भी पेंज के स्वरूप को आकर्षक बनाए रखते हुए करना वास्तव में एक चुनौतीपूर्ण कार्य होता है। ऐसा किया जाना तभी संभव है, जब खबरों का चयन पूरी सतर्कता से किया जाए।

समाचारों का चयन करते समय यह देखा जाता है कि समाचार किसी ख्यातिनाम व्यक्ति या न्यूजमेकर से संबंधित हो, कोई ऐसी असाधारण बात या घटना हो, जो प्रायः देखी सुनी नहीं जाती। ज्ञान-विज्ञान या नई खोज से संबंधित समाचार भी इसी श्रेणी में आते हैं। खबर किसी राष्ट्रीय, प्रादेशिक या अंतरराष्ट्रीय संस्था से संबंधित हो, बजट या पैसे की आवक-जावक से जुड़ी हुई हो, ऐसी अन्यायपूर्ण घटना, कृत्य या निर्णय से संबंधित हो, जिससे लोगों में रोष उत्पन्न हो। अपराधों से जुड़ी हुई और भावनाप्रधान खबरें भी चुने जाने योग्य होती हैं। समाचार चयन का सबसे महत्वपूर्ण आधार यह होता है कि समाचार अधिकाधिक लोगों के हित से जुड़ा हुआ हो। इसके अलावा मनोरंजन, लोकरुचि आदि से संबंधित समाचारों को भी चुना जाना उपयुक्त होगा।

वर्तमान दौर में रेडियो-टेलीविजन पर अनेक समाचार बुलेटिन प्रसारित होते हैं और समाचार पत्रों के कई संस्करण प्रकाशित होते हैं। इससे समाचार अपडेट होते रहते हैं। कई समाचारों में नए तथ्य जुड़ते रहते हैं, तो कई नए और अधिक महत्व के समाचार शामिल हो जाते हैं। इससे कई बार ऐसा भी होता है कि एक समय पर जो समाचार अच्छा या महत्वपूर्ण लग रहा था, उससे भी ज्यादा महत्वपूर्ण समाचार के आ जाने पर उसे पेज या बुलेटिन से बाहर कर दिया जाता है। इससे यह भी स्पष्ट है कि चाहे रेडियो-टेलीविजन हो, या समाचार पत्र, समाचारों का चयन एक निरंतर चलने वाली प्रक्रिया है। हर बुलेटिन और हर संस्करण के लिए उपलब्ध समाचारों में से अधिक श्रेष्ठ और अधिक तीव्रता वाले समाचारों का चयन करना होता है। प्रसारण या मुद्रण के लिए समाचारों के चयन का काम अनुभव से ही सीखा जाता है और समय के साथ-साथ इसमें निखार आता रहता है। फिर भी समाचारों का चयन करते समय निम्न बातों का ध्यान रखा जाना चाहिए।

1. यह ध्यान रखना चाहिए कि जिस समाचार को चुना जा रहा है, उसमें समाचार तत्व उपस्थित हो। यदि ऐसा नहीं है, तो वह समाचार नहीं, बल्कि एक विवरण मात्र है, जिसे प्रसारित या प्रकाशित करना समय और स्थान की बरबादी करने जैसा है।

2. उपलब्ध समाचारों के बीच से कुछ समाचार चुनने के लिए यह तुलना कर लेना चाहिए कि कौन-सा समाचार अधिक व्यक्तियों से संबंधित है और उसी को चुना जाना चाहिए।

3. पेज के लिए लीड, एंकर आदि चुनते समय यह ध्यान रखना चाहिए कि जिन समाचारों को लीड और एंकर के तौर पर चुना जा रहा है, वे इनके स्वभाव से मेल खाते हों और लीड या एंकर बनने के लिए सभी जरूरी तत्व इनमें उपलब्ध हों।

4. उन्हीं समाचारों को प्रसारण या प्रकाशन के लिए चुना जाना चाहिए, जो पत्रकारिता के मापदंडों के अनुरूप हों।

5. समाचार चुनते समय समाज के प्रति अपने दायित्वों का ध्यान रखना चाहिए। संनसनीखेज समाचार के लोभ के चलते ऐसा कोई भी समाचार नहीं चुना जाना चाहिए जो व्यक्तिगत आरोप-प्रत्यारोप की श्रेणी में आता हो, किसी वर्ग विशेष की भावनाओं को आहत करता हो या जिससे सामाजिक सदभाव के प्रभावित होने की आशंका हो।

6. समाचार-पत्रों के लिए समाचार चुनते समय यह भी देखा जाना चाहिए कि वह समाचार, समाचार-पत्र की रीति-नीति के अनुरूप हो।

7. यदि राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय महत्व की कोई बड़ी घटना-दुर्घटना न हुई हो, तो समाचार चयन की प्रक्रिया की दौरान स्थानीय महत्व के समाचारों को प्राथमिकता दी जानी चाहिए।

(2.1) भाषा का विकास हिन्दी के संदर्भ में

हिन्दी जिस शब्द से हम हिन्दी भाषा को जानते हैं, वास्तव में यह शब्द फारसी भाषा से लिया गया है, जिसका अर्थ है-हिन्दी का या हिंद से संबंधित। हिन्दी शब्द की निष्पत्ति सिन्धु-सिंध से हुई है। सिन्धु से हिन्दू हुआ और हिन्दू शब्द से ही आगे हिन्दी शब्द प्रचलन में आया। वस्तुतः प्रत्येक भाषा की अपनी शैली और शब्द रचना होती है, इसी तारतम्य में बात करें तो ईरानी भाषा में “स” का उच्चारण “ह” किया जाता है। जब यह ईरानी सिन्धु सभ्यता, संस्कृति का जिक्र करते तो वे सिन्धु के स्थान पर अपनी भाषा में हिन्दू सभ्यता और संस्कृति की बात बार-बार कहते थे, जिसके कारण आगे चलकर यह शब्द रूढ़ हो गया और कालांतर में सिन्धु से हिन्द एवं सिन्धु से हिन्दू शब्द संपूर्ण भारत का पर्याय बनकर उभरा। अतः इसी “हिन्द” से हिन्दी शब्द बना। किंतु जब दुनिया की किसी लिपि बद्ध और सबसे पुरानी भाषा की बात की जाती है, तो जो नाम सर्वप्रथम आता है वह है संस्कृत भाषा का। इसे लेकर आज विश्व के कई भाषायी विद्वान भी यह स्वीकारने लगे हैं कि संस्कृत भारत में प्रचलित विविध भाषाओं के साथ अन्य देशों की कई भाषाओं की जननी है।

यह बात इसलिए भी प्रमाणित होती है क्यों कि अभी तक संसार का सबसे प्राचीन ग्रन्थ ऋग्वेद है। ऋग्वेद से पहले भी सम्भव है कोई भाषा विद्यमान रही होगी लेकिन उसका कोई प्रमाण लिखित रूप से अभी तक प्राप्त नहीं हो सका है। इससे यह अनुमान लगता है कि सम्भवतः भारतीयों की सबसे प्राचीन भाषा ऋग्वेद ग्रन्थ में प्रयुक्त की गई वैदिक संस्कृत है। यही साहित्य की परिनिष्ठित भाषा थी। वैदिक भाषा में वेद, संहिता एवं उपनिषदों-वेदांत का सृजन हुआ है। वैदिक भाषा के साथ-साथ ही बोलचाल की भाषा संस्कृत थी, जिसे लौकिक संस्कृत भी कहा जाता है। संस्कृत का विकास उत्तरी भारत में बोली जाने वाली वैदिककालीन भाषाओं से माना जाता है। अनुमानतः 8 वी. शताब्दी ई. पू. में इसका प्रयोग साहित्य में होने लगा था। संस्कृत भाषा में ही रामायण तथा महाभारत जैसे ग्रन्थ रचे गए। वाल्मीकि, व्यास, कालिदास, अश्वघोष, माघ, भवभूति, विशाख, मम्मट, दंडी तथा श्रीहर्ष आदि संस्कृत की महान विभूतियां हैं। इसका साहित्य विश्व के समृद्ध साहित्य में से एक है। संस्कृत को आर्य या देव भाषा भी कहते हैं। ‘हिन्दी’ इसी देव भाषा संस्कृत की उत्तराधिकारी है।

अशोक के शिलालेखों और पतंजलि के ग्रंथों से जान पड़ता है कि ईसवी सन् के कोई तीन सौ बरस पहले उत्तरी भारत में एक ऐसी भाषा प्रचलित थी जिसमें भिन्न-भिन्न कई बोलियाँ शामिल थीं। स्त्रियों, बालकों और शूद्रों से आर्यभाषा का उच्चारण ठीक-ठीक न बनने के कारण इस नई भाषा का जन्म हुआ था और इसका नाम ‘प्राकृत’ पड़ा। ‘प्राकृत’ शब्द ‘प्रकृति’ (मूल) शब्द से बना है और उसका अर्थ ‘स्वाभाविक’ या ‘गँवारी’ है। वेदों में गाथा नाम से जो छन्द पाए जाते हैं, उनकी भाषा पुरानी संस्कृत से कुछ भिन्न है, जिससे जान पड़ता है कि वेदों के समय में भी प्राकृत भाषा थी। सुविधा के लिए वैदिक काल की इस प्राकृत को हम पहली प्राकृत कहेंगे और ऊपर

जिस प्राकृत का उल्लेख हुआ है उसे दूसरी प्राकृत। पहली प्राकृत ही ने कई शताब्दियों के पीछे दूसरी प्राकृत का रूप धारण किया। प्राकृत का जो सबसे पुराना व्याकरण मिलता है; वह वररुचि का बनाया है। वररुचि ईसवी सन् के पूर्व पहली सदी में हो गए हैं। वैदिक काल के विद्वानों ने देववाणी को प्राकृत भाषा की भ्रष्टता से बचाने के लिए उसका संस्कार करके व्याकरण के नियमों से उसे नियन्त्रित कर दिया। इस परिमार्जित भाषा का नाम 'संस्कृत' हुआ, जिसका अर्थ 'सुधारा हुआ' अथवा 'बनावटी' है। यह संस्कृत भी पहली प्राकृत की किसी शाखा से शुद्ध होकर उत्पन्न हुई है। संस्कृत को नियमित करने के लिए कितने ही व्याकरण बने जिसमें पाणिनि का व्याकरण सबसे अधिक प्रसिद्ध और प्रचलित है। विद्वान् लोग पाणिनि का समय ई. सन् के पूर्व सातवीं सदी में स्थिर करते हैं और संस्कृत को उनसे सौ वर्ष पीछे तक प्रचलित मानते हैं।

पहली प्राकृत में संस्कृत की संयोगात्मकता तो वैसी ही थी, परंतु व्यंजनों के अधिक प्रयोग के कारण उसकी कर्णकटुता बहुत बढ़ गई थी। पहली और दूसरी प्राकृत में अन्य भेदों के सिवा यह भी एक भेद हो गया था कि कर्णकटु व्यंजनों के स्थान पर स्वरों की मधुरता आ गई; जैसे-रघु का 'रहु' और 'जीवलोक' का 'जीअलोअ' हो गया।

बौद्ध धर्म के प्रचार से दूसरी प्राकृत की बड़ी उन्नति हुई। आजकल यह दूसरी प्राकृत पाली भाषा के नाम से प्रसिद्ध है। वस्तुतः 500 ई. पूर्व से 1000 ई. तक भारतीय आर्यभाषा एक नये युग में प्रवेश कर नयी भाषा की सृष्टि एवं विकास करती हुई दिखलाई देती है। उस काल में यह प्राकृत तीन अवस्थाओं में होकर गुजरी। प्रथम अवस्था में प्राकृत 500 ई. पू. से ईसवी-सन् के आरंभ तक यह पालि के रूप में सामने आई। आगे पाली में प्राकृत का जो रूप था उसका विकास धीरे-धीरे होता गया। पालि भारत की प्रथम देशभाषा है। संस्कृत के देशज रूप को छोड़ दिया जाए तो इसे ही सबसे पुरानी प्राकृत कहते हैं। श्रीलंका के लोग पालि को मागधी कहते हैं, क्यों कि इस भाषा की सृष्टि मगध में हुई थी। मागधी को पालि की एक शाखा के रूप में स्वीकार किया गया है। कुछ समय बाद उसकी और दो शाखाएँ हो गईं, शौरसेनी, और महाराष्ट्री। इस प्रकार पालि की कुल तीन शाखाओं के विकास क्रम को देखा जाता है। मागधी, शौरसेनी एवं महाराष्ट्री। मागधी मगध देश और बिहार की भाषा थी तथा महाराष्ट्री का प्रचार दक्षिण के बंबई, बरार आदि प्रांतों में था, मराठी का विकास इसी से हुआ है। शौरसेनी भाषा बहुधा उस प्रांत में बोली जाती थी, जिसे आजकल उत्तर प्रदेश कहते हैं। इसके अलावा बिहार और उत्तर प्रदेश के मध्य भाग में एक और भाषा थी जिसको अर्धमागधी कहते थे। यह शौरसेनी और मागधी के मेल से बनी थी। कहते हैं, जैन तीर्थंकर महावीर स्वामी ने इसी अर्धमागधी में जैन धर्म का उपदेश दिया है। पुराने जैन ग्रंथ भी इसी भाषा में हैं। बौद्ध और जैन धर्म के संस्थापकों ने अपने धर्मों के सिद्धांत सर्वप्रिय बनाने के लिए अपने ग्रंथ बोलचाल की भाषा अर्थात् प्राकृत में रचे थे। फिर काव्यों और नाटकों में भी उसका प्रयोग हुआ। पैशाची प्राकृत उत्तर-पश्चिम में कश्मीर के आसपास की भाषा थी।

प्राकृत को लेकर सामान्य मत यह है कि जो भाषा असंस्कृत थी, बोलचाल की थी, विद्वानों की सभा और पंडितों में प्रचलित नहीं थी। सभी जगह सहज बोली और समझी जाती थी वही स्वभावतः प्राकृत कहलाई। भाषा वैज्ञानिकों ने प्राकृत के पाँच भेद स्वीकार किए हैं। जिनका कि पूर्व में वर्णन किया गया है- 1. शौरसेनी 2. पैशाची 3. महाराष्ट्री 4. अर्द्धमागधी और अंतिम 5. मागधी।

सन् 1000 ईसवी में भारतीय आर्यभाषा एक नए युग में प्रवेश करती है। तथ्यों के अनुसार मध्यकालीन आर्यभाषा का चरम विकास "अपभ्रंश" में हुआ। वास्तव में "अपभ्रंश" शब्द का अर्थ बिगड़ी हुई भाषा है। ये अपभ्रंश भाषाएँ भिन्न-भिन्न प्रांतों में भिन्न-भिन्न प्रकार की थीं। इसके प्रचार के समय का ठीक-ठीक पता नहीं लगता; पर जो प्रमाण मिलते हैं, उनसे जाना जाता है कि ईसवी सन् के ग्यारहवें शतक तक अपभ्रंश भाषा में कविता

होती थी। प्राकृत के अंतिम वैयाकरण हेमचंद्र ने, जो बारहवें शतक में हुए हैं, अपने व्याकरण में अपभ्रंश का उल्लेख किया है। अपभ्रंशों में संस्कृत और दोनों प्राकृतों से भेद हो गया, उनकी संयोगात्मकता जाती रही और उनमें विच्छेदात्मकता आ गई; अर्थात् कारकों का अर्थ प्रकट करने के लिए शब्दों में विभक्तियों के बदले अन्य शब्द मिलने और क्रिया के रूप में सर्वनामों का बोध होना रुक गया।

प्रत्येक प्राकृत के अपभ्रंश पृथक्-पृथक् थे और वे भिन्न-भिन्न प्रांतों में प्रचलित थे। भारत की प्रचलित आर्यभाषाएँ न संस्कृत से निकली हैं और न प्राकृत से; किंतु अपभ्रंशों से अवश्य निकली हैं। लिखित साहित्य में बहुधा एक ही अपभ्रंश भाषा का नमूना मिलता है जिसे नागर अपभ्रंश कहते हैं। इसका प्रचार बहुत करके पश्चिम भारत में था। इस अपभ्रंश में कई बोलियाँ शामिल थीं जो भारत के उत्तर की तरफ प्रायः समग्र पश्चिमी भाग में बोली जाती थीं। हमारी हिंदी भाषा दो अपभ्रंशों के मेल से बनी है एक नागर अपभ्रंश, जिससे पश्चिमी हिंदी और पंजाबी निकली है; दूसरा अर्धमागधी का अपभ्रंश जिससे पूर्वी हिंदी निकली है और जो अवध, बघेलखंड और छत्तीसगढ़ में बोली जाती है।

इसके अलावा हिन्दी भाषा के विकास को लेकर यह भी कहा जाता है कि जब वररुचि जैसे प्राकृत के व्याकरण आचार्यों ने प्राकृतों को व्याकरणबद्ध कर दिया तब प्राकृत के एक रूप ने जोकि लोकभाषा के रूप में अपनी पहचान बना चुका था कि ओर से परिनिष्ठत प्राकृतों के विरुद्ध विद्रोह कर दिया गया। जिसे विद्वानों द्वारा पंडितों की भाषा पर जनता की विजय के रूप में देखा जाता है। इस लोकभाषा अपभ्रंश को कई नामों से पुकारा जाता है। अवहट, अवहट्ट, ग्रामीण भाषा, देशभाषा, अवहंस, देशी, अवहत्थ, अवहंस, अपभ्रंश, अवहट्ट इत्यादि। अपभ्रंश का अर्थ भी यहाँ समझ लेना समीचीन होगा। वस्तुतः अपभ्रंश से तात्पर्य यही लगाया जाता है बिगड़ा हुआ या गिरा हुआ स्वरूप अथवा कह सकते हैं, जो भ्रष्ट हो चुका स्वरूप है वह। तत्कालीन समय के पंडितों को लोकभाषा इसी रूप में दिखाई देती थी, इसीलिए उन्होंने अपभ्रंश को लेकर इस प्रकार के नामकरण किए।

अपभ्रंश के संबंध में 'देशी' शब्द की भी बहुधा चर्चा की जाती है। वास्तव में 'देशी' से देशी शब्द एवं देशी भाषा दोनों का बोध होता है। प्रश्न यह कि देशीय शब्द किस भाषा के थे? भरत मुनि ने नाट्यशास्त्र में उन शब्दों को 'देशी' कहा है 'जो संस्कृत के तत्सम एवं सद्भव रूपों से भिन्न हैं।' ये 'देशी' शब्द जनभाषा के प्रचलित शब्द थे, जो स्वभावतया अपभ्रंश में भी चले आए थे। जनभाषा व्याकरण के नियमों का अनुसरण नहीं करती, परंतु व्याकरण को जनभाषा की प्रवृत्तियों का विश्लेषण करना पड़ता है, प्राकृत-व्याकरणों ने संस्कृत के ढाँचे पर व्याकरण लिखे और संस्कृत को ही प्राकृत आदि की प्रकृति माना। अतः जो शब्द उनके नियमों की पकड़ में न आ सके, उनको देशी संज्ञा दी गई। प्राचीन काल से बोलचाल की भाषा को देशी भाषा अथवा 'भाषा' कहा जाता रहा। पाणिनि के समय में संस्कृत बोलचाल की भाषा थी। अतः पाणिनी ने इसको 'भाषा' कहा है। पतंजलि के समय तक संस्कृत केवल शिष्ट समाज के व्यवहार की भाषा रह गई थी और प्राकृत ने बोलचाल की भाषा का स्थान ले लिया था।

भारतीय भाषा के इतिहास पर दृष्टिपात करें तो इस समय के भाषायी इतिहास में 500 से 1000 ईसवी तक के काल को अपभ्रंश नाम से पुकारा जाता है। इस नामकरण का कारण यह है कि इस समय में भारत की समस्त देशी भाषाओं को विकास तेजी से हुआ था। अपभ्रंशों से ही हिन्दी सहित गुजराती, मराठी, बँगला, पंजाबी, उर्दू उड़िया आदि आधुनिक आर्य भाषाओं की उत्पत्ति इस काल में हुई थी। इसे देखते हुए एक प्रकार से कहा जा सकता है कि अपभ्रंश ही प्राकृत और आधुनिक भाषाओं के बीच की कड़ियाँ हैं। अपभ्रंश की समाप्ति और आधुनिक भारतीय भाषाओं के जन्मकाल के समय को संक्रांतिकाल कहा जा सकता है। इस वक्त तक अपभ्रंश भाषाएँ साहित्यिक संदर्भों में प्रयोग में आ रही थीं। यही भाषाएँ बाद में विकसित होकर आधुनिक भारतीय आर्य भाषाओं के रूप में अभिहित हुईं। अपभ्रंश का जो भी कथ्य रूप था-वही आधुनिक बोलियों में विकसित हुआ।

यहाँ बता दें कि प्राकृत भाषाओं की तरह अपभ्रंश के परिनिष्ठित रूप का विकास भी मध्यदेश में हुआ था। जिस पर अन्य रूपों का प्रभाव भी पड़ा है। इस प्रकार कहना होगा कि हिन्दी का जन्म भारत मध्यक्षेत्र में संस्कृत, प्राकृत और अपभ्रंश के संयोजन अथवा योग से हुआ है। आधुनिक आर्य भाषाओं में, जिनमें हिन्दी भी है, का जन्म 1000 ई.के आसपास ही हुआ था, किंतु उसमें साहित्य रचना का कार्य 1150 या इसके बाद आरंभ हुआ।

प्राकृत भाषाएँ ईसवी सन् के कोई आठ-नौ सौ वर्ष तक और अपभ्रंश भाषाएँ ग्यारहवें शतक तक प्रचलित थीं। हेमचंद्र के प्राकृत व्याकरण में हिंदी की प्राचीन कविता के उदाहरण पाए जाते हैं। जिस भाषा में मूल 'पृथ्वीराजरासो' लिखा गया 'षट्भाषा' का मेल है। इस 'काव्य' में हिंदी का पुराना रूप पाया जाता है। इन उदाहरणों से जान पड़ता है कि हमारी वर्तमान हिंदी का विकास ईसवी सन् की बारहवीं सदी से हुआ है। 'शिवसिंह सरोज' में पुष्य नाम के एक कवि का उल्लेख है जो भाखा की जड़ कहा गया है, और जिसका समय सन् 713 ई. दिया गया है। पर न तो इस कवि की कोई रचना मिली है और न यह अनुमान हो सकता है कि उस समय हिंदी भाषा प्राकृत अथवा अपभ्रंश से पृथक् हो गई थी। बारहवें शतक में भी यह भाषा अधबनी अवस्था में थी, तथापि अरबी, फारसी और तुर्की शब्दों का प्रचार मुसलमानों के भारत प्रवेश के समय से होने लगा था। यह प्रचार यहाँ तक बढ़ा कि पीछे से भाषा के लक्षण में 'पारसी' भी रखी गई।

अनुमानतः तेरहवीं शताब्दी में हिन्दी भाषा में साहित्य रचना का कार्य प्रारम्भ हुआ, यही कारण है कि हजारी प्रसाद द्विवेदी जी हिन्दी को ग्राम्य अपभ्रंशों का रूप मानते हैं। उत्तर भारत में अपभ्रंश के सात भेद या रूप प्रचलन में हैं, जिनसे आधुनिक भाषाओं का जन्म स्वीकार किया गया है। आधुनिक आर्यभाषाओं का जन्म अपभ्रंशों के विभिन्न क्षेत्रीय रूपों से इस प्रकार माना जा सकता है -

| अपभ्रंश | आधुनिक आर्य भाषा तथा उपभाषा |
|----------------|---|
| पैशाची अपभ्रंश | लहंदा, पंजाबी |
| ब्राचड | सिन्धी |
| महाराष्ट्री | मराठी। |
| अर्धमागधी | पूर्वी हिन्दी, अवधी, बोधली, छत्तीसगढ़ी। |
| मागधी | बिहारी, बंगला, उर्दू, असमिया। |
| शौरसेनी | पश्चिमी हिन्दी, राजस्थानी, ब्रज भाषा, गुजराती, खड़ी बोली। |
| खस अपभ्रंश | पहाड़ी, कुमायूँनी, गढ़वाली। |

उपरोक्त विवरण से स्पष्ट है कि हिन्दी भाषा का उद्भव, अपभ्रंश के अर्धमागधी, शौरसेनी और मगधी रूपों से हुआ है। अपभ्रंश में लगभग वे ही ध्वनियाँ प्रयुक्त होती थीं, जिनका कि प्रयोग प्राकृत में होता था। स्वरों के स्तर पर बात करें तो स्वरों का अनुनासिक रूप संस्कृत से लेकर पालि और प्राकृत तक जिस प्रकार का था, ठीक उसी प्रकार का अपभ्रंश में भी था। लेकिन इसके बाद कहना होगा कि कुछ बातों में संस्कृत, पालि एवं प्राकृत से समानता रखते हुए भी अपभ्रंश इन सभी से बहुत दूर चली गई और आधुनिक भारतीय भाषाओं के करीब आ गई। जहाँ एक ओर संस्कृत, पालि तथा प्राकृत संयोगात्मक भाषाएँ थी वहीं अपभ्रंश अपने स्वरूप में वियोगात्मक हो गई, इस कारण से भाषा पूर्व की तुलना में बहुत अधिक सरल हो गई। संस्कृत, पालि, प्राकृत में जिस प्रकार से संज्ञा, सर्वनाम के साथ विभक्तियों का प्रयोग होता था उसके स्थान पर अब अपभ्रंश में यह अलग से लगने लगीं। नपुंसक लिंग प्रायः समाप्त हो गया। तद्भवों की संख्या बढ़ गई। एक तरह से कह सकते हैं कि हिन्दी में अपभ्रंश की ये सभी प्रवृत्तियाँ चली आईं। 14 वीं शताब्दी से आधुनिक भाषाओं का जो स्पष्ट रूप सामने आया उनमें हिन्दी भी एक भाषा

थी। कुछ समय अपभ्रंश की मिली जुली प्रवृत्तियाँ हिन्दी में रहीं लेकिन उसके पश्चात समय के साथ धीरे-धीरे कम होती रहीं। भाषा के सतत् विकास और संक्रान्ति काल में ज्ञानेश्वरी, प्राकृतपैंगलम्, वर्णरत्नाकर, कीर्तिलता, सन्देश रासक, उक्ति-व्यक्ति-प्रकरण जैसे ग्रंथ लिखे गए। जिसमें हमें हिन्दी का पुराना रूप अपभ्रंश के साथ में प्राप्त होता है।

भाषा के स्तर पर हिन्दी का रूप अत्याधिक रचनात्मक दिखाई देता है, इसका जो सबसे बड़ा कारण है वह हिन्दी भाषा का अपने ही प्रत्ययों से नवीनतम शब्दों का निर्माण कर लेना है। जर्मन भाषा को छोड़कर यह विशेषता दुनिया की किसी अन्य भाषा में दिखाई नहीं देती है। अंग्रेजी में तो बिल्कुल नहीं। इसे हिन्दी भाषा की ताकत के रूप में भी देखा जा सकता है। भाषाविज्ञ इसलिए ही हिन्दी को रचनात्मक भाषा श्रेणी में सबसे ऊपरी क्रम में रखते हैं। उनका मानना है कि समस्त आर्य भाषाओं में हिन्दी का अपना एक विशिष्ट स्थान है।

हिन्दी के विद्वानों ने भाषा और साहित्य के विकास को चार भागों में बाँटकर व्याख्यायित किया है।

आदिकाल

भक्तिकाल

रीतिकाल

आधुनिककाल

आचार्य शुक्ल द्वारा और उनके अनुसरण पर नागरीप्रचारिणी सभा के इतिहास में, इसी को ग्रहण किया गया है।

आदिकाल

प्रकरण 1 - सामान्य परिचय

प्रकरण 2 - अपभ्रंश काव्य

वीरगाथा काल (संवत् 1050-1375)

प्रकरण 3 - देशभाषा काव्य

प्रकरण 4 - फुटकल रचनाएँ

पूर्व मध्यकाल = भक्तिकाल (संवत् 1375 - 1700)

प्रकरण 1 - सामान्य परिचय

प्रकरण 2 - निर्गुण धारा = ज्ञानाश्रयी शाखा

प्रकरण 3 - निर्गुण धारा = प्रेममार्गी (सूफी) शाखा

प्रकरण 4 - सगुण धारा = रामभक्ति शाखा

प्रकरण-5 - सगुण धारा = कृष्णभक्ति शाखा

प्रकरण 6 - भक्तिकाल की फुटकल रचनाएँ

उत्तर मध्यकाल = रीतिकाल (संवत् 1700 - 1900)

प्रकरण 1 - सामान्य परिचय

प्रकरण 2 - रीति ग्रंथकार कवि

प्रकरण 3 - रीतिकाल के अन्य कवि

आधुनिक काल = गद्य खंड (संवत् 1900 - 1925)

प्रकरण 1 - सामान्य परिचय = गद्य का विकास

प्रकरण 2 - गद्य साहित्य का आविर्भाव

आधुनिक गद्य साहित्य परंपरा का प्रवर्तन प्रथम उत्थान (संवत् 1925 - 1950)

प्रकरण 1 - सामान्य परिचय

प्रकरण 2 - गद्य साहित्य परंपरा का प्रवर्तन प्रथम उत्थान

- मौलिक (अनुवाद)

- समझदार की मौत है

- मनोयोग

- कल्पना

- आत्मनिर्भरता

- परिपूर्ण पावस

- प्रचारकार्य

गद्य साहित्य का प्रसार-द्वितीय उत्थान (संवत् 1950 - 1975)

प्रकरण 3 - सामान्य परिचय

प्रकरण 4 - गद्य साहित्य का प्रसार

- नाटक-अनूदित

- मौलिक नाटक

- उपन्यास-अनूदित

- मौलिक उपन्यास

- छोटी कहानियाँ

- निबन्ध

- साधारण गद्य का नमूना

- काव्यमय गद्य का नमूना

- आचरण की सभ्यता

- मजदूरी और प्रेम

- समालोचना

गद्य साहित्य की वर्तमान गति : तृतीय उत्थान (संवत् 1975)

प्रकरण 5 - सामान्य परिचय

- उपन्यास, कहानी

- छोटी कहानियाँ
- नाटक
- निबन्ध
- समालोचना और काव्यमीमांसा

काव्यखंड (संवत् 1900 -1925)

प्रकरण 1 - पुरानी धारा

-पुरानी धारा के अन्य कवि

काव्यखंड (संवत् 1925 -1950)

प्रकरण 2 - नई धारा, प्रथम उत्थान

काव्यखंड (संवत् 1950 -1975)

प्रकरण 3 -सामान्य परिचय

- नई धारा, द्वितीय उत्थान
- द्विवेदीमंडल के बाहर की काव्यभूमि

काव्यखंड (संवत् 1975)

प्रकरण 4 - नई धारा = तृतीय उत्थान = वर्तमान काव्यधाराएँ

- ब्रजभाषा काव्यपरंपरा
- द्विवेदीकाल में प्रवर्तित खड़ी बोली की काव्यधारा
- छायावाद

आदिकाल (1000 से 1300 ई)

ग्यारहवीं सदी में देशभाषा हिन्दी का रूप अधिक स्पष्ट होने लगा था। उस समय पश्चिमी हिन्दी प्रदेश में अनेक छोटे-छोटे राज्य स्थापित हो गए थे। इन सभी में आपसी युद्ध हुआ करते थे वहीं विदेशी आक्रमणकारियों से प्रायः इनके युद्ध होते रहते थे। इन्हीं राजाओं के संरक्षण में रहनेवाले चारणों और भाटों का राजप्रशस्तिमूलक काव्य वीरगाथा के नाम से जाना जाता है। इन वीरगाथाओं को रासो काव्य या रासो नाम भी दिया गया है। उसी समय महोबे में जगनिक कवि हुआ जिसके किसी ग्रंथ के आधार पर %आल्हा% की रचना हुई। आजकल इस काव्य की मूल भाषा का ठीक पता नहीं लग सकता, क्योंकि भिन्न-भिन्न प्रांतों के लेखकों और गवैयों ने इसे अपनी बोलियों का रूप दे दिया है। विद्वानों का अनुमान है कि इसकी मूल भाषा बुंदेलखंडी थी और यह बात कवि की जन्मभूमि बुंदेलखंड में होने से पुष्ट होती है।

रासो ग्रन्थों में परस्पर राजाओं के बीच संघर्ष का मुख्य कारण प्रायः प्रेम दिखाया गया है। इन रचनाओं में इतिहास और कल्पना का मिश्रण है। रासो वीरगीत (बीसलदेवरासो और आल्हा आदि) और प्रबंधकाव्य (पृथ्वीराजरासो, खमनरासो आदि) - इन दो रूपों में लिखे गए। इन रासो ग्रन्थों में शौर्य और प्रेम की ओजस्वी और सरस अभिव्यक्ति देखने को मिलती है।

इसी समय में कवि विद्यापति भी हुए थे जिनकी पदावली में मानवीय सौंदर्य और प्रेम का परस्पर संयोजन अनुपम व्यंजना के साथ मिलता है। कीर्तिलता और कीर्तिपताका इनके दो अत्याधिक प्रसिद्ध ग्रन्थ हैं।

अमीर खुसरो के साहित्य सृजन का भी यही समय है। इन्होंने ठेठ खड़ी बोली में अनेक पहेलियाँ, मुकरियाँ और दो सखुन रचे हैं। इनके गीतों, दोहों की भाषा ब्रजभाषा है।

भक्तिकाल (1300 से 1650 ई.)

प्राचीन हिंदी का समय बतानेवाली दूसरी रचना भक्त कवियों के साहित्य में पाई जाती है, जिसका समय 1300 से 1650 ई. है। इस काल के जिन-जिन कवियों के ग्रंथ आजकल लोगों में प्रचलित हैं उनमें बहुतेरे वैष्णव थे और उन्हीं के मार्ग-प्रदर्शन से पुरानी हिंदी के उस रूप में, जिसे ब्रजभाषा कहते हैं; कविता रची गई। भक्ति आंदोलन का आरंभ दक्षिण के आलवार संतों द्वारा दसवीं सदी के लगभग हुआ। वहाँ शंकराचार्य के अद्वैतमत और मायावाद के विरोध में चार वैष्णव संप्रदाय खड़े हुए। इन चारों संप्रदायों ने उत्तर भारत में विष्णु के अवतारों का प्रचार-प्रसार किया। इनमें से एक के प्रवर्तक रामानुजाचार्य थे, जो दक्षिण के रहने वाले थे और अनुमान से बारहवीं सदी में हुए हैं। उत्तर भारत में यह धर्म रामानंद स्वामी ने फैलाया, जो इस संप्रदाय के प्रचारक थे। इनका समय सन् 1400 ईसवी के लगभग माना जाता है। इनकी लिखी कुछ कविताएँ सिक्खों के आदिग्रंथ में मिलती हैं और इनके रचे हुए भजन पूर्व में मिथिला तक प्रचलित हैं।

वैष्णव धर्म का एक और भेद है जिसमें लोग श्रीकृष्ण को अपना इष्टदेव मानते हैं। इस संप्रदाय के संस्थापक वल्लभ स्वामी थे, जिनके पूर्वज दक्षिण के रहनेवाले थे। वल्लभ स्वामी ने सोलहवीं सदी के आदि में उत्तर भारत में अपने मत का प्रचार किया। इनके आठ शिष्य थे जो 'अष्टछाप' के नाम से प्रसिद्ध हैं। ये आठों कवि ब्रज में रहते थे और ब्रजभाषा में कविता करते थे। इनमें सूरदास मुख्य हैं। जिनका समय सन् 1550 ई. के लगभग है। कहते हैं, इन्होंने सवा लाख पद लिखे हैं जिनका संग्रह 'सूरसागर' नामक ग्रंथ में है। इस पंथ के चौरासी गुरुओं का वर्णन 'चौरासी वैष्णवन की वार्ता' नामक ग्रंथ में पाया जाता है।

आगे रामानंद के प्रमुख शिष्यों में कबीर दास का नाम विशेष उल्लेखित किया जा सकता है, जिनका समय 1512 ईसवी के लगभग है। उन्होंने कई ग्रंथ लिखे हैं जिनमें 'साखी', 'शब्द', 'रेखा' और 'बीजक' अधिक प्रसिद्ध हैं। उनकी भाषा में ब्रजभाषा और हिंदी के उस रूपांतर का मेल है, जिसे लहू जी लाल ने (सन् 1803 में) खड़ीबोली नाम दिया है। कबीर ने जो कुछ लिखा है; वह धर्म-सुधारक की दृष्टि से लिखा है, लेखक की दृष्टि से नहीं। इसलिए उनकी भाषा साधारण और सहज है।

लगभग इसी समय मीराबाई हुई, जिन्होंने कृष्ण की भक्ति में बहुत सी कविताएँ कीं। इनकी भाषा कहीं मेवाड़ी, और कहीं ब्रजभाषा है। इन्होंने 'राग गोविंद की टीका' आदि ग्रंथ लिखे। सन् 1469 ई. से 1538 तक बाबा नानक का समय है। ये नानकपंथी सम्प्रदाय के प्रचारक और 'आदिग्रंथ' लेखक हैं। इस ग्रंथ की भाषा पुरानी पंजाबी होने के बदले पुरानी हिंदी है।

शेरशाह 1540 के आश्रय में मलिक मुहम्मद जायसी ने 'पद्मावत' लिखी जिसमें सुन्तान अलाउद्दीन के चित्तौर का किला लेने पर वहाँ के राजा रतनसेन की रानी पद्मावती के आत्मघात की ऐतिहासिक कथा है। इस पुस्तक की भाषा अवधी है। इस काल में केवल कविता और भाषा ही की उन्नति नहीं हुई वरन् साहित्य विषय के भी अनेक उत्तम और उपयोगी ग्रंथ लिखे गए। हिंदी के कवियों में सबसे प्रसिद्ध गुसाईं तुलसीदास जी हुए जिनका समय सन् 1573 से 1624 ई. तक है। उन्होंने हिंदी में एक महाकाव्य लिखकर भाषा का गौरव बढ़ाया और सर्वसाधारण में वैष्णव धर्म का प्रचार किया। रामचरित मानस की भाषा अवधी है; पर वह बैसवाड़ी से विशेष मिलती-जुलती है। गोसाईं जी के और ग्रंथों में अधिकांश ब्रजभाषा है।

भक्तिकाल में इस प्रकार देखें तो इन विभिन्न मतों का आधार लेकर हिन्दी में निर्गुण और सगुण के नाम से भक्तिकाव्य की दो शाखाएँ साथ साथ चलीं। निर्गुणमत के दो उपविभाग हुए - ज्ञानाश्रयी और प्रेमाश्रयी। पहले

के प्रतिनिधि कबीर और दूसरे के जायसी हैं। सगुणमत भी दो उपधाराओं में प्रवाहित हुआ - रामभक्ति और कृष्णभक्ति। पहले के प्रतिनिधि तुलसी दास तो दूसरे के सूरदास हैं। इस समय में अन्य कवियों ने हिन्दी के विकास में अपना योगदान दिया कह सकते हैं कि वे रैदास, दादू, कुतबन, मंझन, उसमान, शेख, नबी और नूर मुहम्मद इत्यादि हैं।

रीतिकाल (1650 से 1850 ई.)

हिन्दी साहित्य इतिहास में भक्तिकाल के बाद के समय को रीतिकाल के नाम से जाना जाता है। सन् 1650 ई. के बाद हिन्दी भाषा अपनी कविता के माध्यम से नए रूप में ढलती हुई दिखाई देती है। इस कालखण्ड में हिन्दी भाषा एवं कविता संस्कृति और संस्कृत साहित्य से प्रेरणा लेती हुई दिखाई देती है। हिन्दी में 'रीति' या 'काव्यरीति' शब्द का प्रयोग काव्यशास्त्र के लिए हुआ था। इसलिए काव्यशास्त्रबद्ध सामान्य सृजनप्रवृत्ति और रस, अलंकार आदि के निरूपक बहुसंख्यक लक्षणग्रन्थों को ध्यान में रखते हुए इस समय के काव्य को 'रीतिकाव्य' कहा गया। इस काव्य की शृंगारी प्रवृत्तियों की पुरानी परंपरा के स्पष्ट संकेत संस्कृत, प्राकृत, अपभ्रंश, फारसी और हिन्दी के आदिकाव्य तथा कृष्णकाव्य की शृंगारी प्रवृत्तियों में मिलते हैं।

रीतिकाव्य रचना का आरंभ एक संस्कृतज्ञ ने किया। ये थे आचार्य केशवदास, जिन्होंने साहित्य विषयक ग्रंथ रचे। इस विषय के इनके ग्रंथ 'कविप्रिया', 'रसिकप्रिया' और 'रामालकृतमजरी' हैं। 'रामचंद्रिका' और 'विज्ञानगीता' भी इनके प्रसिद्ध ग्रंथ हैं। इनकी भाषा में संस्कृत शब्दों की बहुतायत है। केशव के अलावा रीतिकाल के प्रमुख कवि बिहारीलाल, भूषण, मतिराम और नाभादास हैं। बिहारीलाल ने 1650 ईसवी में 'सतसई' पूर्ण की। इस ग्रंथ में काव्य के सभी गुण विद्यमान हैं। इसकी भाषा शुद्ध ब्रजभाषा है। इसके बाद कवि भूषण की रचना 1671 ई. में 'शिवराजभूषण' नाम से प्रकाश में आई तथा इसी प्रकार के उनके दो अन्य ग्रंथ मिलते हैं, शिवाबावनी और छत्रसाल दशक। इनके ग्रंथों में देशभक्ति और धर्माभिमान खूब दिखाई देता है। इनकी कुछ कविताएँ खड़ी बोली में भी हैं जोकि वीर रस से पूर्ण हैं। चिंतामणि और मतिराम भूषण के भाई थे, जो भाषासाहित्य के आचार्य माने जाते हैं। नाभादास ने ब्रजभाषा में भक्तमाल नामक पुस्तक लिखी जिसमें अनेक वैष्णव भक्तों का संक्षिप्त वर्णन है।

इस काल के अन्य प्रसिद्ध कवियों में प्रियादास, कृष्णकवि, भिखारीदास, ब्रजवासीदास, सूरति मिश्र आदि हैं। प्रियादास ने सन् 1712 ईसवी में 'भक्तमाल' पर एक (पद्य) टीका लिखी। कृष्णकवि ने 'बिहारी सतसई' पर सन् 1720 के लगभग एक टीका रची। भिखारीदास सन् 1723 के लगभग हुए और साहित्य के अच्छे कवि समझे जाते हैं। इनके प्रसिद्ध ग्रंथ 'छंदोहर्णव' और 'काव्यनिर्णय' हैं। ब्रजवासीदास ने सन् 1770 ई. में 'ब्रजविलास' लिखा, जो विशेष लोकप्रिय है। सूरति मिश्र ने इसी समय में ब्रजभाषा के गद्य में 'बैताल पचीसी' नामक एक ग्रंथ लिखा। यही कवि गद्य के प्रथम लेखक हैं। अतः रीतिकाल और इस काल के काव्य के बारे में कहा जा सकता है कि रीतिकाव्य मुख्यतः शृंगार का काव्य है। इसमें नर-नारीजीवन के स्मरणीय पक्षों का सुंदर उद्घाटन हुआ है। अधिक काव्य मुक्तक शैली में है, पर प्रबंधकाव्य भी हैं।

आधुनिक काल (1850 से अब तक)

हिन्दी भाषा और साहित्य के लिए यह आधुनिक युग का आरंभ काल है जब भारतीयों का यूरोपीय संस्कृति से संपर्क हुआ। भारत में अपनी जड़ें जमाने के काम में अँगरेजी शासन ने भारतीय जीवन को विभिन्न स्तरों पर प्रभावित और आंदोलित किया। नई परिस्थितियों के धक्के से स्थितिशील जीवनविधि का ढाँचा टूटने लगा। एक नए युग की चेतना का आरंभ हुआ। संघर्ष और सामंजस्य के नए आयाम सामने आए। इसमें हिंदी गद्य की उत्पत्ति और उन्नति हुई। अँगरेजी राज्य में छापे के प्रचार से इस शताब्दी में गद्य और पद्य की अनेक पुस्तकें छपीं। सन् 1857 ई. के भारतीय प्रथम स्वाधीनता संग्राम के बाद देश में शान्तिस्थापना होने पर समाचार पत्र, मासिक पत्र, नाटक,

उपन्यास और समालोचना का दौर प्रारंभ हुआ। इस काल में शिक्षा के प्रचार से हिंदी की विशेष उन्नति हुई। पादरी गिलक्राइस्ट की प्रेरणा से लल्लू जी लाल ने सन् 1804 ई. में 'प्रेम-सागर' लिखा जो आधुनिक हिंदी गद्य का प्रथम ग्रंथ है। इनके बनाए और प्रसिद्ध ग्रंथ 'राजनीति' (ब्रजभाषा के गद्य में), 'सभाविलास', 'लालचन्द्रिका' (बिहारी सतसई पर टीका), 'सिंहासन पचीसी' हैं। इस काल के प्रसिद्ध कवि पद्याकर, श्वाल, पजनेश, रघुराजसिंह, दीनदयालगिरि, और भारतेन्दु हरिश्चंद्र हैं।

दक्षिण की मुसलिम रियासतों में 'दखिनी' के नाम से हिन्दी का विकास हुआ। कलकत्ते के फोर्ट विलियम कालेज में, नवागत अँगरेज अफसरों के उपयोग के लिए, लल्लू लाल तथा सदल मिश्र ने गद्य की पुस्तकें लिखकर हिन्दी के खड़ी बोली गद्य की पूर्वपरंपरा के विकास में कुछ सहायता दी। सदासुखलाल और इंशाअल्ला खाँ की गद्य रचनाएँ इसी समय लिखी गईं। आगे चलकर प्रेस, पत्रपत्रिकाओं, ईसाई धर्मप्रचारकों तथा नवीन शिक्षा संस्थाओं से हिन्दी गद्य के विकास में सहायता मिली। बंगाल, पंजाब, गुजरात आदि विभिन्न प्रान्तों के निवासियों ने भी इसकी उन्नति और प्रसार में योग दिया। हिन्दी का पहला समाचारपत्र 'उदंत मार्तंड' 1826 ई. में कलकत्ते से प्रकाशित हुआ। राजा शिवप्रसाद और राजा लक्ष्मणसिंह हिन्दी गद्य के निर्माण और प्रसार में अपने अपने ढंग से सहायक हुए। आर्यसमाज और अन्य सांस्कृतिक आंदोलनों ने भी आधुनिक गद्य को आगे बढ़ाया। काशी की नागरीप्रचारिणी सभा ने हिन्दी की विशेष उन्नति की है। उसने गत अर्धशताब्दी में अनेक विषयों के न्यूनाधिक सौ उत्तम ग्रंथ प्रकाशित किए हैं जिनमें सर्वांगपूर्ण हिन्दी कोश और हिन्दी व्याकरण मुख्य है। उसने प्राचीन हस्तलिखित पुस्तकों की नियमबद्ध खोज कराकर अनेक दुर्लभ ग्रंथों का भी प्रकाशन किया है। प्रयाग की हिन्दी साहित्य सम्मेलन नामक संस्था हिन्दी की उच्च परीक्षाओं का प्रबंध और संपूर्ण देश में उसका प्रचार राष्ट्रभाषा के रूप में कर रही है। उसने कई एक उपयोगी पुस्तकें भी प्रकाशित की हैं।

आधुनिक काल में भारतेंदु हरिश्चंद्र के बाद सबसे प्रसिद्ध लेखक और कवि पं. महावीर प्रसाद द्विवेदी दिखाई देते हैं। क्यों कि इस कालावधि की सबसे महत्वपूर्ण घटनाएँ दो हैं - एक तो सामान्य काव्यभाषा के रूप में खड़ी बोली की स्वीकृति और दूसरे हिन्दी गद्य का नियमन और परिमार्जन। इस कार्य में सर्वाधिक सशक्त योग सरस्वती संपादक महावीरप्रसाद द्विवेदी का रहा है। द्विवेदी जी और उनके सहकर्मियों ने हिन्दी गद्य की अभिव्यक्तिकक्षमता को विकसित किया। इस समय में अन्य कवि-लेखकों में पं. श्रीधर पाठक, पं. अयोध्यासिंह उपाध्याय और बाबू मैथिलीशरण हैं, जिन्होंने उच्च कोटि के अनेक ग्रंथ लिखकर हिन्दी भाषा और साहित्य का गौरव बढ़ाया है। आधुनिक काल के अन्य प्रसिद्ध लेखक प्रेमचंद, पं. सुमित्रानंदन पंत, बाबू जयशंकर प्रसाद, पं. सूर्यकांत त्रिपाठी, पं. माखनलाल चतुर्वेदी, उपेंद्रनाथ अश्क, यशपाल, नंददुलारे वाजपेयी, जैनेंद्रकुमार दिनकर, बच्चन, श्यामसुंदर दास, रामचंद्र शुक्ल और रामचंद्र वर्मा हैं। कवयित्रियों में श्रीमती महादेवी वर्मा और सुभद्राकुमारी चौहान प्रसिद्ध हैं।

हिन्दी आलोचना के क्षेत्र में रामचंद्र शुक्ल ने सूर, तुलसी और जायसी की सूक्ष्म भावस्थितियों और कलात्मक विशेषताओं का मार्मिक उद्घाटन किया और साहित्य के सामाजिक मूल्यों पर बल दिया। अन्य आलोचक श्री नंददुलारे वाजपेयी, डा. नगेंद्र तथा डा. हजारीप्रसाद द्विवेदी, गजानंद माधव मुक्तिबोध, बच्चन सिंह, रामस्वरूप चतुर्वेदी, रामविलास शर्मा, नामवर सिंह, विजय देव नारायण साही इत्यादि हैं। इस प्रकार हम देखते हैं कि हिन्दी भाषा और साहित्य का विकास वेद कालीन समय से आरंभ हो गया था जो कि सतत् समय के प्रवाह के साथ पाली, अपभ्रंश, प्राकृत से होते हुए आगे बढ़ता गया तथा वर्तमान में अपने आधुनिक गद्य और पद्य स्वरूप को प्राप्त हुआ है।

(2.2) भाषा की संरचना

प्रत्येक देश या राज्य को एक ऐसी भाषा की आवश्यकता होती है, जिसके माध्यम से वहाँ निवासरत संपूर्ण मानव समाज उस भाषा के माध्यम से आपसी संवाद करते हुए अपने दैनन्दिन कार्य को आसानी से कर सकें। ऐसा इसलिए जरूरी होता है जिससे कि एक भाषा होने के कारण विभिन्न व्यवहार क्षेत्रों में संप्रेषण साधन की महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह सहज रूप से संभव हो जाए। इसके लिए यह भी जरूरी है कि वह भाषा क्षेत्रीय तथा सामाजिक विविधताओं से ऊपर उठकर सर्वग्राह्य और सर्वमान्य हो। संरचना की दृष्टि से सर्वमान्य भाषा प्रयोग की दृष्टि से काफ़ी व्यापक होती है। इसमें शब्दोच्चारण, शब्दरूपों और वाक्य विन्यास को स्थिरता देने का प्रयास रहता है। इसमें एक शब्द का एक ही उच्चारण और एक ही वर्तनी की अपेक्षा रहती है। इसका एक ही व्याकरणिक ढांचा होता है।

इसे इस रूप में भी समझा जा सकता है कि भाषा प्रत्येक मनुष्य के लिए सम्प्रेषण का महत्वपूर्ण माध्यम है। इसी के माध्यम से किसी भी मनुष्य के भावबोध को सहजता से जाना जाता है। इसलिए ही हरकोई भाषा के द्वारा ही अपने विचार व्यक्त करते हुए और दूसरे तक अपने विचारों को संप्रेषित करते हुए दिखाई देता है। वस्तुतः भाषा के स्तर पर यदि बोलने वाला सम्बोधक की भूमिका में रहता है तो दूसरी ओर जो उसे सुन रहा है अथवा उसे पढ़कर समझ रहा है वह सम्बोधित होने की स्थिति में प्रेषक की भूमिका में रहता है। इस प्रकार हम कह सकते हैं कि परस्पर के संप्रेषण या एक तरफा संप्रेषण के संदर्भ में एक ओर संबोधक होता है जो किसी संदेश को भेजता है तो दूसरी ओर संबोधित होता है जो कि इस संदेश को ग्रहण करता है। अतः संबोधक और संबोधित दोनों के बीच भाषा सदैव संचरण का कार्य करती हुए अनेक जानकारियों को परस्पर साझा करती है।

भाषाविज्ञान ने यह माना कि प्रत्येक भाषा की अपनी संरचना होती है। बीसवीं शताब्दी में, परम्परागत व्याकरण से भिन्न भाषावैज्ञानिक विवेचन की पद्धति का आविर्भाव हुआ। पहले यूरोप की अधिकांश भाषाओं के परम्परागत व्याकरण इन भाषाओं की प्रकृति के अनुरूप न होकर लैटिन एवं ग्रीक व्याकरणों का अनुगमन करके लिखे जाते थे। इसी प्रकार हिन्दी के परम्परागत व्याकरण भी संस्कृत व्याकरण को आदर्श मानकर लिखे गए। संस्कृत भाषा की जो संरचना थी, उसके जो नियम संस्कृत व्याकरणों में निर्धारित किए गए थे, उन नियमों के साँचों में, हिन्दी के परम्परागत व्याकरणों में, हिन्दी भाषा के उदाहरणों को रख दिया जाता था। आज भी हिन्दी के परम्परागत व्याकरणों में संस्कृत की भाँति आठ कारक माने जाते हैं। संस्कृत में संज्ञा के कारकीय स्तर पर 8 भेद हैं। एक संज्ञा शब्द के एक ही वचन में कारकानुसार 8 भेद हो जाते हैं। किन्तु इस प्रकार की व्यवस्था संस्कृत में है। हिन्दी की व्यवस्था भिन्न है। हिन्दी में केवल दो कारक हैं :- (1) अविकारी कारक (2) विकारी कारक। सम्बोधन को भी मिलाने पर तीन कारक। हिन्दी भाषा के परम्परागत व्याकरणों में, जिनको कारक चिह्न बताया जाता है, वे

कारक नहीं अपितु परसर्ग हैं। इसी प्रकार लैटिन व्याकरण को आधार लेकर अंग्रेजी के जो व्याकरण लिखे गए थे उनमें प्रत्येक क्रिया के तीन पुरुष एवं प्रत्येक के एकवचन एवं बहुवचन भेद किए जाते थे। वस्तु स्थिति यह है कि क्रिया को छोड़कर शेष अन्य समस्त क्रियाओं के वर्तमान काल में दो रूप मिलते हैं तथा भूतकाल में केवल एक रूप मिलता है।

भाषा-संरचना को महत्व देने वाले भाषा वैज्ञानिक यह मानते हैं कि भाषा में शब्द तो आसानी से परिवर्तित हो जाते हैं मगर भाषा-संरचना अपेक्षाकृत स्थिर तत्व है। जैसे नदी के तट पानी की धारा के प्रवाह को मर्यादित रखते हैं, उसी प्रकार भाषा-संरचना भाषा को बाँधकर रखती है। भाषा के दो पक्ष हैं। (1) भाषा की व्याकरणिक व्यवस्था अथवा भाषा-संरचना (2) शब्दावली। व्याकरणिक व्यवस्था अथवा सम्बंध-दर्शी तत्वों को आबद्ध भी कहा जाता है। व्याकरणिक व्यवस्था अथवा सम्बंध-दर्शी तत्वों के नियम परिमित होते हैं। इसके विपरीत शब्दावली अथवा अर्थ-दर्शी तत्व को मुक्त कहा जाता है। इस कारण किसी भाषा की शब्दावली में शब्दों की संख्या अपरिमित होती है। हम देखते हैं कि भाषा का कोई शब्दकोश कभी भी अन्तिम नहीं होता। भाषा में नए शब्द प्रवेश करते रहते हैं। भाषा के व्याकरणिक नियमों में इतनी आसानी से परिवर्तन नहीं होता। ये अपेक्षाकृत स्थिर होते हैं।

संरचनावादी दृष्टि की मान्यता है कि किसी भाषा के बाह्य रूप को उसकी शब्दावली से जाना जा सकता है किन्तु उसकी आत्मा के दर्शन उसमें छिपी हुई संरचनात्मक व्यवस्थाओं को पहचानने पर ही होते हैं। भाषा की व्याकरणिक व्यवस्था आबद्ध एवं निश्चित होती है। इस कारण प्रत्येक भाषा के व्याकरणिक नियम बनाए जा सकते हैं। भाषा की शब्दावली की कोई निश्चित सीमा नहीं होती। इसका कारण यह है कि शब्दावली भाषा में प्रविष्ट होती रहती है तथा लुप्त होती रहती है। यह भाषा के अन्दर परिवर्तित होते रहने वाला तत्त्व है। इसके विपरीत भाषा का व्याकरण अपेक्षाकृत स्थिर तत्त्व है। इसका कारण भाषा की व्याकरणिक व्यवस्थाओं को नियमबद्ध किया जाता है। संरचनात्मक भाषाविज्ञान ने माना कि मानव भाषा का सबसे अधिक वैशिष्ट्य इस तथ्य में निहित है कि उसमें संरचनात्मक व्यवस्था होती है।

“अभिव्यक्ति के स्तर पर भाषा के दो रूप संभव हैं - (1) मौखिक और (2) लिखित। मौखिक रूप में अभिव्यक्ति का साधन ध्वनि है। सम्बोधक के रूप में वक्ता संदेश को भाषा में बाँधकर मुँह से उच्चरित करता है और सम्बोधित के रूप में श्रोता उसे सुनकर अर्थग्रहण करता है। इसके विपरीत लिखित रूप में भाषिक अभिव्यक्ति का साधन लेखन होता है। इस संदर्भ में सम्बोधक के रूप में लेखक संदेश को लिखकर व्यक्त करता है और सम्बोधित के रूप में पाठक पढ़कर उसका अर्थ समझता है”

हिन्दी भाषा संरचना के विविध आयाम, रवीन्द्रनाथ श्रीवास्तव, पृष्ठ 17

हिन्दी भाषा संरचना में हिंदी के सभी स्वरूपों को हम इस प्रकार समझ सकते हैं। यहां वर्ण विचार के अंतर्गत वर्ण और ध्वनि पर विचार किया गया है तो शब्द विचार के अंतर्गत शब्द के विविध पक्षों से संबंधित नियमों पर विचार किया गया है। वाक्य विचार के अंतर्गत वाक्य संबंधी विभिन्न स्थितियों एवं छंद विचार में साहित्यिक रचनाओं के शिल्पगत पक्षों पर विचार किया गया है।

वर्ण विचार के अंतर्गत हम इसमें वर्ण और स्वरों को रख सकते हैं। वर्ण विचार हिंदी व्याकरण का पहला खंड है जिसमें भाषा की मूल इकाई वर्ण और ध्वनि पर विचार किया जाता है। भाषा की ध्वनियों का उच्चारण विभिन्न वाक् अवयवों के द्वारा होता है। विभिन्न ध्वनियाँ मिलकर बड़ी इकाई बनाती हैं। यह बनने वाली इकाई उच्चारित ध्वनियों का रेखीय, क्रमिक किन्तु अविच्छिन्न प्रवाह होता है। यह इकाई उच्चारित ध्वनियों की श्रृंखला बनाती है। श्रृंखला में ध्वनियाँ एक के बाद दूसरी क्रम में आती हैं। इनका अनुक्रम रहता है। इनको पृथक् किया जा सकता है। ये विश्लेषित होने वाली इकाइयाँ मिलकर अक्षर, रूपग्राम, शब्द, वाक्यांश, वाक्य बनाती हैं। इनके स्तर

होते हैं। प्रत्येक स्तर पर रचना की विशिष्ट व्यवस्था होती है। प्रत्येक स्तर की इकाई अपने से निम्न स्तर की एक अथवा एकाधिक इकाइयों से मिलकर बनती है। दूसरे शब्दों में निम्न स्तर की एक अथवा एकाधिक इकाइयाँ मिलकर बड़े स्तर की इकाई की रचना करती है। उदाहरण के लिए वाक्य स्तर की इकाई एक अथवा एकाधिक उपवाक्य / उपवाक्यों द्वारा बनती है। उपवाक्य स्तर की इकाई एक अथवा एकाधिक वाक्यांश / वाक्यांशों द्वारा, वाक्यांश स्तर की इकाई एक अथवा एकाधिक शब्द / शब्दों द्वारा, शब्द स्तर की इकाई एक अथवा एकाधिक रूपग्राम / रूपग्रामों द्वारा बनती है।

जैसा कि ऊपर वर्णित किया गया है कि वर्ण विचार हिंदी व्याकरण का पहला खंड है, अतः यहां बताना उचित होगा कि इसके अंतर्गत हिंदी के मूल अक्षरों की परिभाषा, भेद-उपभेद, उच्चारण संयोग, वर्णमाला, आदि नियमों का वर्णन होता है। वर्ण पर विचार करते वक्त यह भी जान लें आखिर यह हिन्दी में कहां हैं तो कहना होगा कि हिन्दी भाषा की लिपि देवनागरी है। देवनागरी वर्णमाला में कुल 52 वर्ण हैं, जिनमें से 16 स्वर और 36 व्यंजन हैं।

स्वर-हिन्दी भाषा में मूल रूप से ग्यारह स्वर होते हैं। ये ग्यारह स्वर निम्नलिखित हैं।

अ, आ, इ, ई, उ, ऊ, ऋ, ए, ऐ, ओ, औ आदि।

हिन्दी भाषा में ऋ को आधा स्वर (अर्धस्वर) माना जाता है, अतः इसे स्वर में शामिल किया गया है।

हिन्दी भाषा में प्रायः ऋ और लृ का प्रयोग नहीं होता। अं और अः को भी स्वर में नहीं गिना जाता।

इसलिये हम कह सकते हैं कि हिन्दी में 11 स्वर होते हैं। यदि एँ, औ नाम की विदेशी ध्वनियों को शामिल करें तो हिन्दी में 11+2=13 स्वर होते हैं, फिर भी 11 स्वर हिन्दी में मूलभूत रूप से मान्य हैं।

शब्द विचार में संज्ञा, सर्वनाम, विशेषण, क्रिया, क्रिया विशेषण, समुच्चय बोधक, विस्मयादि बोधक, पुरुष, वचन, लिंग, कारक, उपसर्ग, प्रत्यय, संधि एवं समास का रखा जाता है। शब्द विचार हिंदी व्याकरण तथा हिन्दी भाषा संरचना का दूसरा खंड है जिसके अंतर्गत शब्द की परिभाषा, भेद-उपभेद, संधि, विच्छेद, रूपांतरण, निर्माण आदि से संबंधित नियमों पर विचार किया जाता है।

शब्द की परिभाषा-

शब्द वर्णों या अक्षरों के सार्थक समूह को कहते हैं।

उदाहरण के लिए क, म तथा ल के मेल से 'कमल' बनता है जो एक खास किस्म के फूल का बोध कराता है। अतः 'कमल' एक शब्द है।

कमल की ही तरह %लकम% भी इन्हीं तीन अक्षरों का समूह है किंतु यह किसी अर्थ का बोध नहीं कराता है। इसलिए यह शब्द नहीं है।

व्याकरण के अनुसार शब्द दो प्रकार के होते हैं- विकारी और अविकारी या अव्यय। विकारी शब्दों को चार भागों में बाँटा गया है- संज्ञा, सर्वनाम, विशेषण और क्रिया। अविकारी शब्द या अव्यय भी चार प्रकार के होते हैं- क्रिया विशेषण, संबन्ध बोधक, संयोजक और विस्मयादि बोधक इस प्रकार सब मिलाकर निम्नलिखित 8 प्रकार के शब्द-भेद होते हैं-

संज्ञा और उसके भेद

किसी भी स्थान, व्यक्ति, वस्तु आदि का नाम बताने वाले शब्द को संज्ञा कहते हैं। उदाहरण -

राम, भारत, हिमालय, गंगा, मेज़, कुर्सी, बिस्तर, चादर, शेर, भालू, साँप, बिच्छू आदि।

संज्ञा के भेद-

संज्ञा के कुल 6 भेद बताये गए हैं-

- 1- व्यक्तिवाचक- राम, भारत, सूर्य आदि।
- 2-जातिवाचक- बकरी, पहाड़, कंप्यूटर आदि।
- 3-समूह वाचक- कक्षा, बारात, भीड़, झुंड आदि।
- 4-द्रव्यवाचक- पानी, लोहा, मिट्टी, खाद या उर्वरक आदि।
- 5-संख्यावाचक- दर्जन, जोड़ा, पांच, हजार आदि।
- 6-भाववाचक = ममता, बुढापा आदि।

सर्वनाम और उसके भेद

संज्ञा के बदले में आने वाले शब्द को सर्वनाम कहते हैं। उदाहरण -
मैं, तुम, आप, वह, वे आदि।

संज्ञा के स्थान पर प्रयुक्त होने वाले शब्द को सर्वनाम कहते हैं। संज्ञा की पुनरुक्ति न करने के लिए सर्वनाम का प्रयोग किया जाता है। जैसे - मैं, तू, तुम, आप, वह, वे आदि।

सर्वनाम सार्थक शब्दों के आठ भेदों में एक भेद है।

व्याकरण में सर्वनाम एक विकारी शब्द है।

सर्वनाम के छह प्रकार के भेद हैं-

पुरुषवाचक (व्यक्तिवाचक) सर्वनाम।

निश्चयवाचक सर्वनाम।

अनिश्चयवाचक सर्वनाम।

संबन्धवाचक सर्वनाम।

प्रश्नवाचक सर्वनाम।

निजवाचक सर्वनाम।

पुरुषवाचक सर्वनाम

जिस सर्वनाम का प्रयोग वक्ता या लेखक द्वारा स्वयं अपने लिए अथवा किसी अन्य के लिए किया जाता है, वह %पुरुषवाचक (व्यक्तिवाचक) सर्वनाम% कहलाता है। पुरुषवाचक (व्यक्तिवाचक) सर्वनाम तीन प्रकार के होते हैं-

उत्तम पुरुषवाचक सर्वनाम- जिस सर्वनाम का प्रयोग बोलने वाला स्वयं के लिए करता है, उसे उत्तम पुरुषवाचक सर्वनाम कहा जाता है। जैसे - मैं, हम, मुझे, हमारा आदि।

मध्यम पुरुषवाचक सर्वनाम- जिस सर्वनाम का प्रयोग बोलने वाला श्रोता के लिए करे, उसे मध्यम पुरुषवाचक सर्वनाम कहते हैं। जैसे - तुम, तुझे, तुम्हारा आदि।

अन्य पुरुषवाचक सर्वनाम- जिस सर्वनाम का प्रयोग बोलने वाला श्रोता के अतिरिक्त किसी अन्य पुरुष के लिए करे, उसे अन्य पुरुषवाचक सर्वनाम कहते हैं। जैसे- वह, वे, उसने, यह, ये, इसने, आदि।

निश्चयवाचक सर्वनाम

जो (शब्द) सर्वनाम किसी व्यक्ति, वस्तु आदि की ओर निश्चयपूर्वक संकेत करें वे निश्चयवाचक सर्वनाम कहलाते हैं। जैसे- 'यह', 'वह', 'वे' सर्वनाम शब्द किसी विशेष व्यक्ति का निश्चयपूर्वक बोध करा रहे हैं, अतः ये निश्चयवाचक सर्वनाम हैं।

उदाहरण-

यह पुस्तक सोनी की है

ये पुस्तकें रानी की हैं।

वह सड़क पर कौन आ रहा है।

वे सड़क पर कौन आ रहे हैं।

अनिश्चयवाचक सर्वनाम

जिन सर्वनाम शब्दों के द्वारा किसी निश्चित व्यक्ति अथवा वस्तु का बोध न हो वे अनिश्चयवाचक सर्वनाम कहलाते हैं। जैसे- 'कोई' और 'कुछ' आदि सर्वनाम शब्द। इनसे किसी विशेष व्यक्ति अथवा वस्तु का निश्चय नहीं हो रहा है। अतः ऐसे शब्द अनिश्चयवाचक सर्वनाम कहलाते हैं।

उदाहरण-

द्वार पर कोई खड़ा है।

कुछ पत्र देख लिए गए हैं और कुछ देखने हैं।

संबन्धवाचक सर्वनाम

परस्पर संबन्ध बतलाने के लिए जिन सर्वनामों का प्रयोग होता है उन्हें संबन्धवाचक सर्वनाम कहते हैं। जैसे- 'जो', 'वह', 'जिसकी', 'उसकी', 'जैसा', 'वैसा' आदि।

उदाहरण-

जो सोएगा, सो खोएगा; जो जागेगा, सो पावेगा।

जैसी करनी, तैसी पार उतरनी।

प्रश्नवाचक सर्वनाम

जो सर्वनाम संज्ञा शब्दों के स्थान पर भी आते हैं और वाक्य को प्रश्नवाचक भी बनाते हैं, वे प्रश्नवाचक सर्वनाम कहलाते हैं। जैसे- क्या, कौन आदि।

उदाहरण-

तुम्हारे घर कौन आया है?

दिल्ली से क्या मँगाना है?

निजवाचक सर्वनाम

जहाँ स्वयं के लिए 'आप', 'अपना' अथवा 'अपने', 'आप' शब्द का प्रयोग हो वहाँ निजवाचक सर्वनाम होता है। इनमें 'अपना' और 'आप' शब्द उत्तम, पुरुष मध्यम पुरुष और अन्य पुरुष के (स्वयं का) अपने आप का ज्ञान करा रहे शब्द हैं जिन्हें निजवाचक सर्वनाम कहते हैं।

विशेष-

जहाँ 'आप' शब्द का प्रयोग श्रोता के लिए हो वहाँ यह आदर-सूचक मध्यम पुरुष होता है और जहाँ 'आप' शब्द का प्रयोग अपने लिए हो वहाँ निजवाचक होता है।

उदाहरण-

राम अपने दादा को समझाता है।

श्यामा आप ही दिल्ली चली गई।

राधा अपनी सहेली के घर गई है।

सीता ने अपना मकान बेच दिया है।

सर्वनाम शब्दों के विशेष प्रयोग

आप, वे, ये, हम, तुम शब्द बहुवचन के रूप में हैं, किन्तु आदर प्रकट करने के लिए इनका प्रयोग एक व्यक्ति के लिए भी किया जाता है।

'आप' शब्द स्वयं के अर्थ में भी प्रयुक्त हो जाता है। जैसे- मैं यह कार्य आप ही कर लूँगा।

विशेषण और उसके भेद

संज्ञा या सर्वनाम की विशेषता बताने वाले शब्द को विशेषण कहते हैं। उदाहरण -

“हिमालय एक विशाल पर्वत है।” यहाँ विशाल शब्द हिमालय की विशेषता बताता है इसलिए वह विशेषण है।

विशेषण के भेद

संख्यावाचक विशेषण

दस लड्डू चाहिए।

परिमाणवाचक विशेषण

एक किलो चीनी दीजिए।

गुणवाचक विशेषण

हिमालय विशाल पर्वत है

सार्वनामिक विशेषण

कमला मेरी बहन है।

क्रिया

मुख्य लेख : क्रिया और उसके भेद

कार्य का बोध कराने वाले शब्द को क्रिया कहते हैं। उदाहरण -

आना, जाना, होना, पढ़ना, लिखना, रोना, हंसना, गाना आदि।

क्रियाएं दो प्रकार की होती हैं-

1-सकर्मक क्रिया,

2-अकर्मक क्रिया।

सकर्मक क्रिया : जिस क्रिया में कोई कर्म (ऑब्जेक्ट) होता है उसे सकर्मक क्रिया कहते हैं। उदाहरण - खाना, पीना, लिखना आदि।

बन्दर केला खाता है। इस वाक्य में 'क्या' का उत्तर 'केला' है।

अकर्मक क्रिया : इसमें कोई कर्म नहीं होता। उदाहरण - हंसना, रोना आदि। बच्चा रोता है। इस वाक्य में 'क्या' का उत्तर उपलब्ध नहीं है।

क्रिया का लिंग एवं काल :

क्रिया का लिंग कर्ता के लिंग के अनुसार होता है। उदाहरण - रोना = लड़का रोता है। लड़की रोती है। लड़का रोता था। लड़की रोती थी। लड़का रोएगा। लड़की रोएगी।

मुख्य क्रिया के साथ आकर काम के होने या किए जाने का बोध कराने वाली क्रियाएं सहायक क्रियाएं कहलाती हैं। जैसे - है, था, गा, होंगे आदि शब्द सहायक क्रियाएँ हैं।

सहायक क्रिया के प्रयोग से वाक्य का अर्थ और अधिक स्पष्ट हो जाता है। इससे वाक्य के काल का तथा कार्य के जारी होने, पूर्ण हो चुकने अथवा आरंभ न होने कि स्थिति का भी पता चलता है। उदाहरण - कुत्ता भौंक रहा है। (वर्तमान काल जारी)। कुत्ता भौंक चुका होगा। (भविष्य काल पूर्ण)।

क्रिया विशेषण और उसके भेद

किसी भी क्रिया की विशेषता बताने वाले शब्द को क्रिया विशेषण कहते हैं। उदाहरण -

मोहन मुरली की अपेक्षा कम पढ़ता है। यहाँ कमशब्द पढ़ने (क्रिया) की विशेषता बताता है इसलिए वह क्रिया विशेषण है।

मोहन बहुत तेज़ चलता है। यहाँ बहुत शब्दचलना (क्रिया) की विशेषता बताता है इसलिए यह क्रिया विशेषण है।

'मोहन मुरली की अपेक्षा बहुत कम पढ़ता है।' यहाँ बहुत शब्द कम (क्रिया विशेषण) की विशेषता बताता है इसलिए वह क्रिया विशेषण है।

क्रिया विशेषण के भेद :

1. रीतिवाचक क्रिया विशेषण = मोहन ने अचानक कहा।
2. कालवाचक क्रिया विशेषण = मोहन ने कल कहा था।
3. स्थानवाचक क्रिया विशेषण = मोहन यहाँ आया था।
4. परिमाणवाचक क्रिया विशेषण = मोहन कम बोलता है।

समुच्चय बोधक

मुख्य लेख : समुच्चय बोधक

दो शब्दों या वाक्यों को जोड़ने वाले संयोजक शब्द को समुच्चय बोधक कहते हैं। उदाहरण -

मोहन और सोहन एक ही शाला में पढ़ते हैं। यहाँ और शब्द मोहन तथा सोहन को आपस में जोड़ता है

इसलिए यह संयोजक है।

मोहन या सोहन में से कोई एक ही कक्षा कप्तान बनेगा। यहाँ या शब्द मोहन तथा सोहन को आपस में जोड़ता है इसलिए यह संयोजक है।

विस्मयादि बोधक

विस्मय प्रकट करने वाले शब्द को विस्मयादिबोधक कहते हैं। उदाहरण -

अरे! मैं तो भूल ही गया था कि आज मेरा जन्म दिन है। यहाँ अरे शब्द से विस्मय का बोध होता है अतः यह विस्मयादिबोधक है।

| | | |
|-------------|--------|------------------|
| पुरुष | एकवचन | बहुवचन |
| उत्तम पुरुष | मैं | हम |
| मध्यम पुरुष | तुम | तुम लोग / तुम सब |
| अन्य पुरुष | यह | ये |
| वह | वे | वे लोग |
| आप | आप लोग | आप सब |

हिन्दी में तीन पुरुष होते हैं-

उत्तम पुरुष- मैं, हम

मध्यम पुरुष - तुम, आप

अन्य पुरुष- वह, राम आदि

उत्तम पुरुष में मैं और हम शब्द का प्रयोग होता है, जिसमें हम का प्रयोग एकवचन और बहुवचन दोनों के रूप में होता है। इस प्रकार हम उत्तम पुरुष एकवचन भी है और बहुवचन भी है।

मिसाल के तौर पर यदि ऐसा कहा जाए कि हम सब भारतवासी हैं, तो यहाँ हम बहुवचन है और अगर ऐसा लिखा जाए कि हम विद्युत के कार्य में निपुण हैं, तो यहाँ हम एकवचन के रूप में भी है और बहुवचन के रूप में भी है। हमको सिर्फ तुमसे प्यार है - इस वाक्य में देखें तो, हम एकवचन के रूप में प्रयुक्त हुआ है।

वक्ता अपने आपको मान देने के लिए भी एकवचन के रूप में हम का प्रयोग करते हैं। लेखक भी कई बार अपने बारे में कहने के लिए हम शब्द का प्रयोग एकवचन के रूप में अपने लेख में करते हैं। इस प्रकार हम एक एकवचन के रूप में मानवाचक सर्वनाम भी है।

वचन

हिन्दी में दो वचन होते हैं-

एकवचन- जैसे राम, मैं, काला, आदि एकवचन में हैं।

बहुवचन- हम लोग, वे लोग, सारे प्राणी, पेड़ों आदि बहुवचन में हैं।

लिंग

हिन्दी में सिर्फ दो ही लिंग होते हैं : स्त्रीलिंग और पुल्लिंग। कोई वस्तु या जानवर या वनस्पति या भाववाचक संज्ञा स्त्रीलिंग है या पुल्लिंग, इसका ज्ञान अभ्यास से होता है। कभी-कभी संज्ञा के अन्त-स्वर से भी इसका पता चल जाता है।

पुल्लिंग- पुरुष जाति के लिए प्रयुक्त शब्द पुल्लिंग में कहे जाते हैं। जैसे - अजय, बैल, जाता है आदि
स्त्रीलिंग- स्त्री जाति के बोधक शब्द जैसे- निर्मला, चींटी, पहाड़ी, खेलती है, काली बकरी दूध देती
है आदि।

कारक

8 कारक होते हैं।

कर्ता, कर्म, करण, सम्प्रदान, अपादान, संबन्ध, अधिकरण, संबोधन।

किसी भी वाक्य के सभी शब्दों को इन्हीं 8 कारकों में वर्गीकृत किया जा सकता है। उदाहरण- राम ने
अमरूद खाया। यहाँ 'राम' कर्ता है, 'खाना' कर्म है।

संबन्ध बोधक

दो वस्तुओं के मध्य संबन्ध बताने वाले शब्द को संबन्धकारक कहते हैं। उदाहरण -

यह मोहन की पुस्तक है। यहाँ की शब्द मोहन और पुस्तक में संबन्ध बताता है इसलिए यह संबन्धकारक
है।

उपसर्ग

वे शब्द जो किसी दूसरे शब्द के आरम्भ में लगाये जाते हैं। इनके लगाने से शब्दों के अर्थ परिवर्तन या
विशिष्टता आ सकती है। प्र+ मोद = प्रमोद, सु + शील = सुशील

उपसर्ग प्रकृति से परतंत्र होते हैं। उपसर्ग चार प्रकार के होते हैं -

- 1) संस्कृत से आए हुए उपसर्ग,
- 2) कुछ अव्यय जो उपसर्गों की तरह प्रयुक्त होते हैं,
- 3) हिन्दी के अपने उपसर्ग (तद्भव),
- 4) विदेशी भाषा से आए हुए उपसर्ग।

प्रत्यय

वे शब्द जो किसी शब्द के अन्त में जोड़े जाते हैं, उन्हें प्रत्यय (प्रति + अय = बाद में आने वाला) कहते
हैं। जैसे- गाड़ी + वान = गाड़ीवान, अपना + पन = अपनापन

संधि (व्याकरण)

दो शब्दों के पास-पास होने पर उनको जोड़ देने को सन्धि कहते हैं। जैसे- सूर्य + उदय = सूर्योदय,
अति + आवश्यक = अत्यावश्यक, संन्यासी = सम् + न्यासी

समास

दो शब्द आपस में मिलकर एक समस्त पद की रचना करते हैं। जैसे-राज+पुत्र = राजपुत्र, छोटे+बड़े =
छोटे-बड़े आदि

समास छ-होते हैं-

द्वन्द, द्विगु, तत्पुरुष, कर्मधारय, अव्ययीभाव और बहुव्रीहि ।

वाक्य विचार में वाक्य, काल, पदबंध तथा छन्द विचार में जैसा कि ऊपर वर्णित है साहित्यिक रचनाओं के शिल्पगत पक्ष पर विचार किया जाता है। वाक्य विचार हिंदी व्याकरण का तीसरा खंड है जिसमें वाक्य की परिभाषा, भेद-उपभेद, संरचना आदि से संबंधित नियमों पर विमर्श और चर्चा की गई है।

वाक्य और वाक्य के भेद

शब्दों के समूह को जिसका पूरा-पूरा अर्थ निकलता है, वाक्य कहते हैं। वाक्य के दो अनिवार्य तत्त्व होते हैं-

उद्देश्य और विधेय

जिसके बारे में बात की जाय उसे उद्देश्य कहते हैं और जो बात की जाय उसे विधेय कहते हैं। उदाहरण के लिए मोहन प्रयाग में रहता है। इसमें उद्देश्य- मोहन है और विधेय है- प्रयाग में रहता है। वाक्य भेद दो प्रकार से किए जा सकते हैं-

1- अर्थ के आधार पर वाक्य भेद

2- रचना के आधार पर वाक्य भेद

अर्थ के आधार पर आठ प्रकार के वाक्य होते हैं-

1-विधान वाचक वाक्य, 2- निषेधवाचक वाक्य, 3- प्रश्नवाचक वाक्य, 4- विस्मयादिवाचक वाक्य, 5- आज्ञावाचक वाक्य, 6- इच्छावाचक वाक्य, 7- संदेहवाचक वाक्य।

काल और काल के भेद

वाक्य तीन काल में से किसी एक में हो सकते हैं-

वर्तमान काल जैसे मैं खेलने जा रहा हूँ।

भूतकाल जैसे 'जय हिन्द' का नारा नेताजी सुभाष चन्द्र बोस ने दिया था और

भविष्य काल जैसे अगले मंगलवार को मैं नानी के घर जाऊँगा।

वर्तमान काल के तीन भेद होते हैं- सामान्य वर्तमान काल, संदिग्ध वर्तमानकाल तथा अपूर्ण वर्तमान काल।

भूतकाल के भी छे भेद होते हैं सामान्य भूत, आसन्न भूत, पूर्ण भूत, अपूर्ण भूत, संदिग्ध भूत और हेतुमद भूत।

भविष्य काल के दो भेद होते हैं- सामान्य भविष्यकाल और संभाव्य भविष्यकाल।

इस प्रकार हम हिन्दी भाषा के भाषायी संरचना के पक्ष को विधिवत जान सकते हैं। वहीं यह भी जानना जरूरी है कि हिन्दी भाषा की संरचना में हमें इस भाषा के तीन नाम प्राप्त होते हैं (1) ठेठ हिंदी, (2) शुद्ध हिंदी और (3) उच्च हिंदी। ठेठ हिंदी हमारी भाषा के उस रूप को कहते हैं, जिसमें हिंदवी छुट और किसी बोली की पुट न मिले। इसमें बहुधा तद्भव शब्द आते हैं। शुद्ध हिंदी में तद्भव शब्दों के साथ तत्सम शब्दों का भी प्रयोग होता है, पर उसमें विदेशी शब्द नहीं आते। उच्च हिंदी शब्द कई अर्थों का बोधक है। कभी-कभी प्रांतिक भाषाओं से हिंदी का भेद बताने के लिए इस भाषा को उच्च हिंदी कहते हैं।

तत्सम और तद्भव शब्द

उन शब्दों को छोड़कर जो फारसी, अरबी, तुर्की, अँगरेजी आदि विदेशी भाषाओं के हैं (और जिनकी संख्या बहुत थोड़ी केवल दशमांश है) अन्य शब्द हिंदी में मुख्य तीन प्रकार के हैं

- (1) तत्सम
- (2) तद्भव
- (3) अर्द्धतत्सम

तत्सम वे संस्कृत शब्द हैं, जो अपने असली स्वरूप में हिंदी भाषा में प्रचलित हैं; जैसे राजा, पिता, कवि, आज्ञा, अग्नि, वायु, वत्स, भ्राता इत्यादि।

तद्भव वे शब्द हैं जो या तो सीधे प्राकृत से हिंदी भाषा में आ गए हैं या प्राकृत के द्वारा संस्कृत से निकले हैं; जैसे राय, खेत, दाहिना, किसान।

अर्द्धतत्सम उन संस्कृत शब्दों को कहते हैं, जो प्राकृत भाषा बोलने वालों के उच्चारण से बिगड़ते-बिगड़ते कुछ और ही रूप के हो गए हैं, जैसे बच्छ, अर्थो, मुँह, बंस, इत्यादि।

बहुत से शब्द तीनों रूपों में मिलते हैं, परंतु कई शब्दों के सब रूप नहीं पाए जाते। हिंदी के क्रिया शब्द प्रायः सबके सब तद्भव हैं। यही अवस्था सर्वनामों की है। बहुत से संज्ञा शब्द तत्सम या तद्भव हैं और कुछ अर्द्धतत्सम हो गए हैं। तत्सम और तद्भव शब्दों में रूप की भिन्नता के साथ बहुधा अर्थ की भिन्नता भी होती है। तत्सम प्रायः सामान्य अर्थ में आता है और तद्भव शब्द विशेष अर्थ में; जैसे स्थान सामान्य नाम है, पर 'थाना' एक विशेष स्थान का नाम है। कभी-कभी तत्सम शब्द से गुरुता का अर्थ निकलता है और तद्भव से लघुता का, जैसे देखना साधारण लोगों के लिए आता है, पर 'दर्शन' किसी बड़े आदमी या देवता के लिए। कभी-कभी तत्सम के दो अर्थों में से तद्भव से केवल एक ही अर्थ सूचित होता है; जैसे-वंश का अर्थ 'कटंब' भी है, और 'बाँस' भी है; पर तद्भव %बाँस% से एक ही अर्थ निकलता है।

हिंदी में और भी दो प्रकार के शब्द पाए जाते हैं

- (1) देशज (2) अनुकरणवाचक।

देशज वे शब्द हैं जो किसी संस्कृत (या प्राकृत) मूल से निकले हुए नहीं जान पड़ते और जिनकी युत्पत्ति का पता नहीं लगता; जैसे तेंदुआ, खिड़की, धूआ, ठेस इत्यादि।

ऐसे शब्दों की संख्या बहुत थोड़ी है और संभव है कि आधुनिक आर्यभाषाओं की बढ़ती के नियमों की अधिक खोज और पहचान होने से अंत में इनकी संख्या बहुत कम जो जाएगी।

पदार्थ की यथार्थ अथवा कल्पित ध्वनि को ध्यान में रखकर जो शब्द बनाए गए हैं वे अनुकरणवाचक शब्द कहलाते हैं; जैसे खटखटाना, धड़ाम, चट आदि।

विदेशी शब्द

फारसी, अरबी, तुर्की, अँगरेजी आदि भाषाओं से जो शब्द हिंदी में आए हैं, वे विदेशी कहाते हैं, अँगरेजी से आजकल भी शब्दों की भरती जारी है। विदेशी शब्द हिंदी में ध्वनि के अनुसार अथवा बिगड़े हुए उच्चारण के अनुसार लिखे जाते हैं। इस विषय का पता लगाना कठिन है कि हिंदी में किस-किस समय पर कौन से विदेशी शब्द आए हैं; पर ये शब्द भाषा में मिल गए हैं और इनमें कोई-कोई शब्द ऐसे हैं जिनके समानार्थी हिंदी शब्द बहुत समय से अप्रचलित हो गए हैं। भारतवर्ष की और और प्रचलित भाषाओं विशेषकर मराठी और बँगला से भी कुछ शब्द हिंदी में आए हैं। कुछ विदेशी शब्दों की सूची दी जाती है

(1) फारसी आदमी, उम्मेदवार, कमर, खर्च, गुलाब, चश्मा, चालू चापलूस, दाग, दूकान, बाग, मोजा इत्यादि।

(2) अरबी अदालत, इस्तिहान, एतराज, औरत, तनखाह, तारीख, मुकदमा, सिफारिश, हाल इत्यादि।

(3) तुर्की कोतल, , चकमक, तगमा, तोप, लाश इत्यादि।

(4) पोर्चुगीज कमरा, - नीलाम, पादरी, भारतौल, पेरू।

(5) अंगरेजी अपील, इंच, - कलक्टर, - कमेटी, कोट, , गिलास, , टिकट, , टीन, नोटिस, डाक्टर, डिगरी, , पतलून, फंड, फीस, फुट, मील, रेल, लाट, लालटेन, समन, स्कूल इत्यादि।

(6) मराठी प्रगति, लागू चालू बाड़ा, बाजू (ओर, तरफ) इत्यादि।

टोला उपन्यास, प्राणपण, आत, भद्रलोग (भले आदमी), गल्प, नितांत इत्यादि।

इस संसार में हर एक चीज परिवर्तनशील है। कुछ का परिवर्तन इतनी जल्दी होता है कि हमें प्रत्यक्ष जान पड़ता है, कुछ का धीरे-धीरे, इतना धीरे कि हमें मालूम नहीं पड़ता। मेज पर फूलदान के फूल कितनी जल्दी कुम्हलाते हैं और फिर कितनी शीघ्र उनकी पंखुड़ियां गिरने लगती हैं इसका अनुमान साधारण मनुष्य को भी हो जाता है। पर मेज में भी परिवर्तन हो रहा है इसका अनुभव दो चार महीने या दो चार साल के अनुभव और इस्तेमाल से ही होता है। इसी प्रकार भाषा भी परिवर्तनशील है। हिंदी भाषा को अपने उदय काल से अब तक के विकास स्तर तक पहुंचने तक एक लंबा समय तय करना पड़ा है। इसकी भाषायी संरचना का विकास भी संस्कृत, प्राकृत, अपभ्रंश से होते हुए अपने वर्तमान हिंदी स्वरूप को प्राप्त कर सका है। देश में इसके एक जैसे मानक स्वरूप को स्वीकार किया गया है तथा भारत में सबसे ज्यादा बोली जाने वाली भाषा के रूप में हिन्दी को मान्यता प्रदान है। इसीलिए भारतीय संविधान में इसे राजभाषा के रूप में दर्जा प्रदान किया गया है।

(2.3) भाषा की विशेषताएँ

लोगों को आपस में जोड़ने और अपने विचारों को एक-दूसरे तक पहुंचाने में भाषा का अहम योगदान होता है। विश्व के सभी देशों, यहां तक कि हर क्षेत्र तथा प्रांत की अपनी भाषा है, जिसके माध्यम से लोग अपने आसपास के लोगों से जुड़े होते हैं। भाषा जितनी सरल होती है, आमजन में उतनी ही लोकप्रिय रहती है। विश्व में इस समय हजारों भाषाएं मौजूद हैं और हर भाषा अपनी विशेषता के कारण ही जनमानस के बीच अपना विशिष्ट स्थान बनाने में सफल होती है। दुनिया की कोई भाषा ऐसी नहीं, जिसकी अपनी कुछ विशेषताएँ न हों। वैसे तो क्षेत्र विशेष में सभी भाषाओं का अपना महत्व है और अपनी-अपनी विशेषताओं के कारण ही क्षेत्र विशेष में उनका उपयोग निरंतर होता चला आ रहा है, लेकिन वैश्विकरण के इस युग में केवल वे ही भाषाएँ दुनिया में अपना विशेष स्थान बना पाने में सफल हो रही हैं, जिनमें खास विशेषताएँ मौजूद हैं और दुनिया को आपस में जोड़ने में सहायक सिद्ध होती हैं।

इस संदर्भ में विश्व की प्रमुख भाषाओं के बीच हिन्दी की बात करें तो यह आज इसीलिए ही दिन प्रतिदिन अपना विस्तार कर रही है, क्योंकि न केवल व्याकरण की दृष्टि से बल्कि बोलने एवं सुनने में भी सबसे सरल और सहज भाषा के रूप में यह अपना वैश्विक स्थान बनाने में सफल हो गई है। इसकी व्यापकता को जो सबसे बड़ा कारण समझ में आता है, वह है हिन्दी का बोलने और लिखने में एक रूप होना। वस्तुतः हिन्दी भाषा में जो सोचा जा रहा होता है, वही वाणी से उद्भूत किया जाता है और वैसा ही लिखा भी जाता है। हिन्दी की सबसे बड़ी विशेषता यही है कि सोचते वक्त यदि किसी शब्द पर जोर दिया जा रहा होता है अथवा आदर वाचक शब्दों और बहुबचन में बिन्दी का उच्चारण किया जाता है तो वह लिखा भी जाता है। कहने का आशय है कि जो भी हिन्दी में लिखा जा रहा है वह अपने मूल में वैसा ही होता है, जैसा कि शब्द और वाक्यों के संदर्भ में सोचा जाता है। इसी कारण हिन्दी का न केवल भारत में, बल्कि दुनिया के अनेक देशों में विस्तार हो रहा है। दो-तीन दशक पहले तक पूर्वोत्तर और दक्षिणी भारत के कई राज्यों में हिन्दी बहुत कम बोली जाती थी, लेकिन अब प्रायः इन राज्यों में इसका काफी विस्तार हो चुका है और प्रायः सभी लोग इसका इतना ज्ञान तो रखते ही हैं कि दूसरे राज्यों से जाने वाले लोगों से हिन्दी में बात कर सकते हैं।

विश्व परिदृश्य में हिन्दी

हिन्दी आज चीनी भाषा के बाद दुनिया में सबसे अधिक बोली और समझी जाने वाली भाषा के रूप में उभरी है। भारत में हिन्दी की स्थिति यह है कि संवैधानिक रूप से भारत की प्रथम राजभाषा और भारत की सबसे अधिक बोली और समझी जाने वाली भाषा है। भारत के बाहर यदि अन्य देशों की बात करें तो दुनिया के कई देशों

के लोग हिन्दी बोलते, पढ़ते और लिखते हैं। एक मोटे अनुमान के मुताबिक नेपाल, मॉरिशस, फिजी, गयाना, सूरीनाम जैसे देशों की जनता भी हिन्दी बोलती है। इसके अलावा संयुक्त राज्य अमेरिका, दक्षिण अफ्रीका, यमन, युगांडा, सिंगापुर, न्यूजीलैंड, जर्मनी में भी यह बहुतायत में बोली जाती है। इसके अलावा पाकिस्तान और अन्य देशों में 14.1 करोड़ (141,000,000) लोगों द्वारा बोली जाने वाली उर्दू, मौखिक रूप से हिंदी के काफी सामान है। इस आधार पर हम कह सकते हैं कि हिन्दी सम्पर्क भाषा और जनभाषा के स्तर को पार करते हुए विश्वभाषा बनने की ओर अग्रसर है। इसलिए ही वर्तमान में हिन्दी को लेकर कई भाषा विकास क्षेत्र से जुड़े वैज्ञानिक कहते हैं कि आने वाले समय में विश्वस्तर पर अन्तर्राष्ट्रीय महत्व की कुछ ही भाषाएँ शेष बचेंगी उनमें हिन्दी भी प्रमुख होगी।

भाषाई अनुमान के अनुसार विश्व में कुल छह हजार आठ सौ नौ भाषाएँ बोली जा रही हैं, जिसमें से 905 भाषाओं को बोलनेवालों की संख्या एक लाख से कम है। इन सभी भाषाओं में हिंदी को सीधे चुनौती देने वाली भाषा चीन में बोली जान वाली मंडारिन भाषा है, किंतु जिस तरह से दुनिया का आकर्षण भारत और हिन्दी के प्रति बढ़ रहा है, उसे देखते हुए कहा जा सकता है कि हिंदी को अब अपने अस्तित्व के लिए विदेशियों के बीच संघर्ष करने की जरूरत नहीं बची है। हिन्दी का यह सामर्थ्य ही है कि वैश्विक स्तर पर हिन्दी आज पूरी तरह बाजार की भाषा बन चुकी है। दुनिया में भाषायी स्तर पर हिन्दी ने अपनी स्वीकार्यता के सहज झंडे गाड़ दिए हैं। हिन्दी की व्यापकता का अंदाजा इसी बात से लगाया जा सकता है कि यह साहित्य, फिल्म, कला, संस्कृति, ज्ञान-विज्ञान, संचार, बाजार सभी क्षेत्रों में संवाद की प्रमुख भाषा बन गई है। दुनिया के कई देशों में विधिवत विश्वविद्यालयों में हिंदी की पढ़ाई होती है।

बोलने के लिहाज से देखें तो चीनी भाषा मंडारिन, अंग्रेजी के बाद हिंदी दुनिया की तीसरी सबसे बड़ी भाषा है। यानी दुनिया में मंडारिन बोलने वाले लोगों की संख्या सबसे अधिक है, उसके बाद अंग्रेजी का नंबर है और फिर दुनिया में हिन्दी बोलने वालों का संख्या तीसरे स्थान पर है। बदलती दुनिया में हिंदी की प्रासंगिकता और उपयोगिता ने हिंदी में अनुवाद कार्य का मार्ग प्रशस्त किया है जिसके चलते हिंदी बाजार और रोजगार से जुड़ी है। मौजूदा समय में हिंदी का रोजगारपरक होना इसकी सबसे बड़ी खासियत है। पूंजीवाद के इस दौर में बाजार के लिए हिंदी अनिवार्य बन गई है। हिंदी ने लाखों-करोड़ों भारतीयों को रोजगार दिया है।

वस्तुतः यही वजह है कि हिन्दी दुनियाभर में निरंतर विस्तार पा रही है। भाषा, व्याकरण, साहित्य, कला, संगीत के साथ-साथ अभिव्यक्ति के सभी माध्यमों में हिंदी ने अपनी उपयोगिता, प्रासंगिकता एवं वर्चस्व कायम किया है। हिंदी की यह स्थिति हिंदी भाषियों और हिंदी समाज की देन है। हिंदी आज न केवल विश्व के सबसे बड़े लोकतंत्र की भाषा है, बल्कि दुनिया के तमाम देशों में भी हिन्दी की लोकप्रियता अन्य भाषाओं की तुलना में सबसे अधिक है। भारत में राजनीतिकरण से यदि हिन्दी को थोड़ी देर के लिए मुक्त करके देख लिया जाए, तो यहां भी उसकी सर्वव्यापकता सहजता से समझी जा सकती है। हिन्दी के राजभाषा, राष्ट्रभाषा के प्रश्न पर भले ही अनेक राजनेता अपनी रोटियां सेंकते और ताल ठोंकते दिखाई देते हों, लेकिन लोकप्रियता इससे अलग है। इस भाषा का भौगोलिक विस्तार काफी दूर-दूर तक फैला है, जिस दक्षिण के राज्यों में इसका विरोध होता है वहां भी सबसे ज्यादा विरोध करने वाले ही हिन्दी के भक्त हैं, यह भक्ति आपको भाषा के स्तर पर सीधे तौर पर तो नजर नहीं आती है, लेकिन सिनेमाई दृष्टि से हिन्दी की फिल्मों और उनमें बोले जाने वाले प्रभावी संवाद वहां हिन्दी भाषी क्षेत्र की ही तरह सबसे अधिक प्रसिद्ध होते हैं। वास्तव में यह इस हिन्दी भाषा की सबसे बड़ी विशेषताओं में से एक है कि जो उससे दूर रहने और नफरत रखने का प्रत्यक्ष राजनीतिक दिखावा करते हैं वह भी उसके आकर्षण से स्वयं को मुक्त नहीं रख पाते हैं।

यही हिन्दी की पहचान है जो न केवल नफरत करने वालों के हृदयों में प्रेम के बीज भर देती है, वरन

भारत के बाहर कई देशों में भी स्वयं को बोलने के लिए आमजन को प्रेरित करती है। अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर हिन्दी का परचम इस कदर लहरा रहा है कि विश्व हिन्दी सम्मेलन में भाग लेने वाले विद्वानों की संख्या में निरंतर वृद्धि हो रही है। वस्तुतः रूस की विज्ञान अकादमी के तहत प्राच्यविद्या संस्थान के भारत अनुसंधान केंद्र की नेता तत्याना शाउम्यान हिन्दी को लेकर सही कहती हैं कि दुनिया के विभिन्न क्षेत्रों में रहने वाले भारतीय प्रवासी आपस में हिन्दी में ही बातें करते हैं और हिन्दी साहित्य आज इंटरनेट पर आसानी से उपलब्ध हो जाने के कारण लोग उसे अधिक से अधिक पढ़ते हैं। ब्रिटेन में रहने वाले भारतीय प्रवासियों का संगठन दुनिया में सबसे प्रभावशाली है तथा अमेरिका में रहने वाले भारतीय मूल के लोगों की संख्या सबसे बड़ी है। इस वजह से दुनिया में हिंदी भाषा की भूमिका काफी बढ़ गई है। हमें संयुक्त राष्ट्र संघ के द्वारा किए उस जनसांख्यिकीय शोध पर भी नजर डाल लेनी चाहिए जो यह बताता है कि 15 सालों में भारत चीन को पीछे छोड़कर जनसंख्या की दृष्टि से दुनिया में पहले स्थान पर पहुंच जायेगा और एक भाषा के स्तर पर भी वह चीन को पछाड़ देगा।

हिन्दी की दीवानगी को लेकर एक अन्य मास्को में भूविज्ञान से जुड़े विद्वान रुस्लान दिमीत्रियेव भी यही मानते हैं कि भविष्य में हिन्दी बोलने वालों की संख्या इस हद तक बढ़ जाएगी कि यही दुनिया की एक सबसे लोकप्रिय भाषा होगी। वह आंकड़ों के साथ अपनी बात रखते हुए बताते हैं कि इस समय दुनिया में करीब एक अरब लोग हिन्दी बोलते हैं, यह अनुमान लगाया जा सकता है कि दस सालों में हिन्दी बोलने वालों की संख्या 1.5 अरब तक बढ़ेगी। तब हिन्दी वर्तमान में सबसे लोकप्रिय भाषाओं चीनी और स्पेनी भाषाओं को पीछे छोड़ देगी। अब भारत में भले ही अंग्रेजी परस्त यह न माने लेकिन हिन्दी की यह वह ताकत है, जिसे आज दुनिया मान रही है। त्रिनिदाद, सूरीनाम, फिजी, दक्षिण अफ्रीका एवं मॉरीशस में हिन्दी की जड़े गहरी हुई हैं, तो रूस, जापान, अमेरिका, ब्रिटेन, जर्मनी, इटली, कोरिया, चीन आदि देशों ने हिन्दी की शक्ति को जाना और स्वीकारा है।

हम सभी इस बात को मानते हैं कि हिन्दी भाषा बोलने में, लिखने में, पढ़ने में सरल है। अब प्रश्न यह उठता है कि क्या हिन्दी भाषा का आरंभिक स्वरूप ऐसा ही था। हमारी अपनी सी लगने वाली हिन्दी भाषा का रूप ऐसा नहीं था। प्रारंभ में यह बोली के रूप में थी। बोली का क्षेत्र सीमित होता है। कालांतर में यह विकसित होते-होते एक समृद्ध भाषा बन गई। भाषा के रूप में इसका क्षेत्र विस्तृत होता गया। आज हिन्दी भाषा में प्रचुर साहित्य उपलब्ध है। सभी विधाओं में साहित्य लिखा हुआ है। जैसे कहानी, कविता, नाटक, उपन्यास आदि। मजेदार बात यह है कि हिन्दी भाषा में अन्य भाषाओं के भी शब्द हैं। जैसे फारसी, अरबी आदि। कुछ शब्द तो बिलकुल वैसे ही प्रयोग में लाए जाते हैं तो कुछ सरलीकृत करके व्यवहार में लाते हैं; पर अब वे अलग प्रतीत ही नहीं होते, इतने घुल-मिल गए हैं।

हिन्दी भाषा के विकास में संतों, महात्माओं तथा उपदेशकों का योगदान भी कम नहीं आंका जा सकता है। क्योंकि ये आम जनता के अत्यंत निकट होते हैं। इनका जनता पर बहुत बड़ा प्रभाव होता है। उत्तर भारत के भक्तिकाल के प्रमुख भक्त कवि सूरदास, तुलसीदास तथा मीराबाई के भजन सामान्य जनता द्वारा बड़े शौक से गाए जाते हैं। इसकी सरलता के कारण ही ये कई लोगों को कंठस्थ हैं। इसका प्रमुख कारण हिन्दी भाषा की सरलता, सुगमता तथा स्पष्टता है।

हिन्दी की सामर्थ्य का अंदाजा इस बात से भी लगाया जा सकता है कि सबसे पहले यदि हिंदी भाषा के इतिहास पर किसी ने प्रकाश डाला तो वह कोई भारतीय नहीं वरन ग्रासिन द तैसी, एक फ्रांसीसी लेखक थे। वहीं हिंदी और दूसरी भाषाओं पर पहला विस्तृत सर्वेक्षण सर जॉर्ज अब्राहम ग्रीयर्सन (जो कि एक अंग्रेज थे) ने किया। इतना ही नहीं तो हिंदी भाषा पर पहला शोध कार्य 'द थिओलॉजी ऑफ तुलसीदास' को लंदन विश्वविद्यालय में पहली बार एक अंग्रेज विद्वान जे.आर.कार्पेंटर ने प्रस्तुत किया था। यानि हिन्दी भाषा की चिंता शुरू से ही सिर्फ

भारतियों का विषय नहीं रहा है, विदेशी भी हिन्दी की उन्नति, विकास और विस्तार के लिए सदैव तत्पर रहे हैं।

पिछले सालों में हिन्दी की लोकप्रियता में निरंतर इजाफा हुआ है और दुनिया भर के देशों में लगातार हिन्दी सीखने की ललक अन्य भाषाओं की तुलना में 50 प्रतिशत अधिक बढ़ी है। कई देशों में विधिवत शासकीय स्तर पर हिन्दी भाषा में प्रकाशन शुरू किया है, निजी स्तर पर तो सैकड़ों पत्र-पत्रिकाएं प्रकाशित हो ही रही हैं। यूरोप और अमेरिका में हिन्दीभाषी विद्यालय स्थापित किये गये हैं। यहाँ हिन्दीभाषी रेडियो स्टेशन, टीवी चैनल और वेबसाइटें काम करती हैं। हिन्दी फिल्मों की लाखों डीवीडी जारी की जाती हैं जो हाथों हाथ बिकती हैं। न केवल एशिया, यूरोप के तमाम देशों और इजराइल के विश्वविद्यालयों में कई वर्ष पूर्व से हिन्दी पढ़ाना जारी है। हिंदी सोसाइटी सिंगापुर द्वारा आज कई हिंदी प्रशिक्षण केंद्र चलाये जा रहे हैं जिसमें बच्चों से लेकर वयस्कों तक को हिंदी प्रशिक्षण प्रदान किया जाता है। ऑस्ट्रेलिया के विक्टोरिया प्रांत की सरकार ने देश की केंद्र सरकार से हिंदी को राष्ट्रीय पाठ्यक्रम में शामिल करने की गुजारिश की है। ब्रिटिश सरकार ने अपने यहां की पाठ्यक्रम तय करने वाली समिति से जाना कि क्यों हिंदी को देश के पाठ्यक्रम में 11 भाषाओं के साथ शामिल किया जाना चाहिए। रूसी विश्वविद्यालयों में भी हिन्दी के विशेषज्ञ शिक्षा पा रहे हैं। हिन्दी के प्रति दुनिया की बढ़ती चाहत का एक नमूना यही है कि आज विश्व के लगभग डेढ़ सौ विश्वविद्यालयों में हिन्दी पढ़ी और पढ़ाई जा रही है। विभिन्न देशों के 91 विश्वविद्यालयों में 'हिन्दी चेयर' है। इसे देखते हुए हिंदी को संयुक्त राष्ट्र की आधिकारिक भाषा बनाने के लिए सरकार की ओर से प्रयास किए जा रहे हैं। वैसे यूनेस्को की सात भाषाओं में हिन्दी पहले से ही शामिल है।

यहां यह बात ध्यान दिलाना उचित होगा कि पिछले कई दशकों से दुनिया में भाषाई संघर्ष चल रहा है, वर्ष 2050 तक किन भाषाओं का अस्तित्व रहेगा और कौन विस्तार पाएगा यह आज के बाजारवाद को देखते हुए सरलता से अंदाज लगाया जा सकता है। आशा की जा सकती है कि दिन भी जल्द आएगा जब राजनीतिक स्तर पर हिन्दी सर्वसम्मति से देश की पहली भाषा के रूप में स्वीकार्य कर ली जाए और राजभाषा के शब्दकोश से मुक्त होते हुए राष्ट्रभाषा के रूप में अपनी स्वीकार्यता बना लेगी।

हिन्दी की विशेषता यह है कि हिंदी का उद्भव भाषाओं की जननी संस्कृत से हुआ है, जो वर्तमान समय में भी तकनीकी क्षेत्र में प्रयोग के लिए सर्वाधिक उपयुक्त भाषा मानी जा रही है। हिंदी के व्याकरणिक नियम प्रायः अपवाद-रहित हैं, इसलिए यह बेहद आसान भाषा मानी जाती है। हिंदी की वर्णमाला दुनिया की सर्वाधिक व्यवस्थित वर्णमाला है। हिंदी की लिपि (देवनागरी) विश्व की सर्वाधिक वैज्ञानिक लिपि है। हिंदी का शब्दकोष बहुत विशाल है और एक-एक भाव को व्यक्त करने के लिए सैकड़ों शब्द हैं। हिंदी अखिल भारत और दुनिया के कई देशों (अमेरिका सहित) में बोली और समझी जाने वाली भाषा है। हिंदी दुनिया की सर्वाधिक तीव्रता से प्रसारित हो रही भाषाओं में से एक है। हिंदी सबसे सरल और लचीली भाषा है। ऐसे समय में जब सारी दुनिया की निगाहें भारत की ओर लगी हैं, भारत के विकास के साथ ही दुनिया में हिंदी का महत्व बढ़ना भी निश्चित है। हिंदी भारत की राष्ट्रीय संपर्क की भाषा है। हिंदी की भाषागत विशेषता भी यह है कि उसे सीखना और व्यवहार में लाना अन्य भाषाओं के अपेक्षा ज्यादा सुविधाजनक और आसान है। हिंदी भाषा में एक विशेषता यह भी है कि वह लोक भाषा की विशेषताओं से संपन्न है, जिससे वह दूसरी भाषाओं में शब्दों, वाक्य-संरचना और बोलचालजन्य आग्रहों को स्वीकार करने में समर्थ है। इसके अलावा ध्यान देने की बात यह है कि हिंदी में आज विभिन्न भारतीय भाषाओं का साहित्य लाया जा चुका है। विभिन्न भारतीय भाषाओं के लेखकों को हिंदी के पाठक जानते हैं, उनके बारे में जानते हैं। भारत की भाषायी विविधता के बीच हिंदी की भाषायी पहचान मुख्यतः हिंदी है। भारत के औद्योगिक प्रतिष्ठानों के आधार पर बने नगरों और महानगरों में भारत की राष्ट्रीय एकता और सामाजिक संस्कृति का स्वरूप देखने को मिलता है।

हिन्दी की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि वह संसार की उन्नत भाषाओं में सबसे अधिक व्यवस्थित भाषा है। वह एक मात्र ऐसी भाषा है जिसके अधिकतर नियम अपवाद विहीन हैं तथा वह सच्चे अर्थों में विश्व भाषा बनने की पूर्ण अधिकारी है। वह देशी भाषाओं एवं अपनी बोलियों आदि से शब्द लेने में संकोच नहीं करती। अंग्रेजी के मूल शब्द लगभग 10,000 हैं, जबकि हिन्दी के मूल शब्दों की संख्या ढाई लाख से भी अधिक है। हिन्दी का साहित्य सभी दृष्टियों से समृद्ध है।

हिंदी भाषा के साहित्य ने पिछली एक सदी में बड़ी तेजी से विकास किया है, वह कविता, कहानी, उपन्यास, आलोचना तथा चिंतनपरक साहित्य के क्षेत्रों में इतनी विकसित हुई है, इतनी ऊपर उठी है, कि आज वह किसी भी भाषा के श्रेष्ठ साहित्य का मुकाबला कर सकती है। प्रेमचंद्र, निराला, जयशंकर प्रसाद, रामचंद्र शुक्ल, राहुल सांस्कृत्यायन, मुक्तिबोध, नागार्जुन आदि के लेखन के अनुवाद दुनिया की विभिन्न भाषाओं में हुए हैं। इस प्रक्रिया से हिंदी के जरिए दुनिया की जनता से भारत की जनता का संवेदनात्मक संबंध कायम हुआ है। यह संबंध रचनात्मक और संवेदनात्मक तो है ही, सांस्कृतिक विनियम का एक रूप भी प्रस्तुत करता है। विगत साहित्य में भारतीय चेतना का प्रतिनिधित्व सबसे अधिक हिंदी ही करती है। हिंदी के माध्यम से दूसरी भाषाओं के साहित्य का परिचय भी विश्व का हिंदी-संप्रदाय प्राप्त करता है। यह एक बड़ा कारण है कि दुनियाभर में हिन्दी का अध्ययन आज वे लोग भी कर रहे हैं, जो हिंदीभाषी या भारतीय मूल के नहीं हैं। इस प्रकार आज की परिस्थिति में हिंदी की एक अंतर्राष्ट्रीय बिरादरी विकसित हो रही है।

हिन्दी आज बाजार की भाषा बन चुकी है, जिसके बाजार की कल्पना भी की जाए तो वह भी आज कल्पना के बाहर का विषय हो गया है। इतने हजार करोड़ का बाजार हिन्दी अपना अब तक बना चुकी है। इसीलिए हिन्दी की अपनी सामर्थ्य है, सुगंध है, और बाजार की भाषा में कहें तो करोड़ों उपभोक्ताओं की ताकत वह अपने में समेटे हुए है। बाजार लाभ की भाषा जानता है, और आज मनोरंजन की दुनिया में हिंदी सबसे अधिक मुनाफा देने वाली भाषा के रूप में स्वयं को स्थापित करने में सफल रही है। हमारा भारत भले ही बहुभाषिक देश हो, किंतु यहां बाजार की भाषा में बात करें तो कुल विज्ञापनों का लगभग 75 प्रतिशत भाग हिंदी में तैयार किया जाता है।

वैज्ञानिक-तकनीकी क्रांति के इस दौर में यह उल्लेखनीय है कि वैज्ञानिक-तकनीकी कर्मियों की संख्या की दृष्टि से दुनिया में भारत का तीसरा स्थान है। ये तकनीकी कर्मी दुनिया के विभिन्न देशों में काम करते हैं और हिंदी के प्रसार की भूमिका अदा करते हैं। लेकिन इस प्रसंग में एक बात और उल्लेखनीय है। इलेक्ट्रॉनिक संचार-माध्यम और कम्प्यूटर आदि के उपयोग में हिंदी ने धीरे-धीरे अपनी जगह बना ली है। इससे एक तरफ इन माध्यमों से हिंदी का प्रसार हो रहा है, तो दूसरी तरफ हिंदी क्षेत्र में इलेक्ट्रॉनिक यंत्रों का बाजार भी फैल रहा है। इससे हिंदी की अंतरराष्ट्रीय भूमिका मजबूत हो रही है। लेकिन महत्वपूर्ण यह है कि हिंदी हमारे चिंतन की, हमारे सपनों की, हमारे प्रतिरोध की भाषा बनकर हमारी सांस्कृतिक और राष्ट्रीय स्वायत्तता की रक्षा की भाषा बनकर हमें ताकत देती है।

(2.4) भाषा एवं साहित्य में अंतर

भाषा शब्द संस्कृत के भाष् धातु से बना है जिसका अर्थ है बोलना या कहना अर्थात् भाषा वह है जिसे बोला जाय। यानि कि भाषा वह साधन है जिसके द्वारा हम अपने विचारों को व्यक्त करते हैं और इसके लिये हम वाचिक ध्वनियों का उपयोग करते हैं। भाषा मुख से उच्चारित होनेवाले शब्दों और वाक्यों आदि का वह समूह है जिनके द्वारा मन की बात बतलाई जाती है। किसी भाषा की सभी ध्वनियों के प्रतिनिधि स्वर एक व्यवस्था में मिलकर एक सम्पूर्ण भाषा की अवधारणा बनाते हैं। सामान्यतः भाषा को वैचारिक आदान-प्रदान का माध्यम कहा जा सकता है। भाषा आभ्यंतर अभिव्यक्ति का सर्वाधिक विश्वसनीय माध्यम है। यही नहीं वह हमारे आभ्यंतर के निर्माण, विकास, हमारी अस्मिता, सामाजिक-सांस्कृतिक पहचान का भी साधन है। भाषाविज्ञान के ज्ञाताओं ने भाषाओं के आर्य, सेमेटिक, हेमेटिक आदि कई वर्ग स्थापित करके उनमें से प्रत्येक की अलग अलग शाखाएँ स्थापित की हैं और उन शाखाओं के भी अनेक वर्ग उपवर्ग बनाकर उनमें बड़ी बड़ी भाषाओं और उनके प्रांतीय भेदों, उपभाषाओं अथवा बोलियों को रखा है। जैसे हमारी हिंदी भाषा भाषाविज्ञान की दृष्टि से भाषाओं के आर्य वर्ग की भारतीय आर्य शाखा की एक भाषा है; और ब्रजभाषा, अवधी, बुंदेलखंडी आदि इसकी उपभाषाएँ या बोलियाँ हैं। भारतीयों की वैदिक भाषा से संस्कृत और प्राकृतों का, प्राकृतों से अपभ्रंशों का और अपभ्रंशों से आधुनिक भारतीय भाषाओं का विकास हुआ है।

दुनिया की जितनी भी भाषाएँ हैं उनकी उत्पत्ति का मूल कारण व्यवहार हेतु संवाद की आवश्यकताएँ ही रही हैं। सभ्यताओं के विकास के साथ-साथ और लोगों की विभिन्न आवश्यकताओं के अनुरूप कालान्तर में लिपि और भाषा के विभिन्न प्रयोजनमूलक स्वरूपों का और विकास होता गया। यह कहा जा सकता है कि भाषा मानवीय आवश्यकताओं की अभिव्यक्ति के लिए प्रयुक्त भाषिक व्यवस्था है। भाषा जिस प्रयोजन का माध्यम बनती है उसकी आवश्यकताओं के अनुरूप शब्द, पद, रूप, शैली आदि सहित विभिन्न भाषिक विशेषताओं का विकास करती जाती है। अनेक शब्दों को विशेष अर्थ में रूढ़ करती है प्रयोजन विशेष के पारिभाषिक शब्द भी गढ़ती है। इन विभिन्न रूपों में प्रारंभ में सामान्य व्यवहार के स्वरूप के अतिरिक्त वाणिज्य-व्यापार, ज्ञान-विज्ञान, शिक्षा, रोजगार और भावाभिव्यक्ति के लिए साहित्यिक रूप का विकास होता है। यही भाषा के विकास की स्वाभाविक प्रक्रिया है।

भाषा जीवन को न केवल वैज्ञानिक स्तर प्रदान करती है, अपितु जीवन की यह दिशा भी सुनिश्चित करती है। भाषा ही वह साधन है, जिसके द्वारा हम अपने ज्ञान, विज्ञान को संचित रखने के साथ अपने चिंतन को आधार प्रदान कर सकते हैं। वस्तुतः भाषा मानव को मानव से जोड़ने का सेतु है, एक प्रकार से यह मानवीय संबंधों की निर्धारिका है।

भाषा के प्रकार

मुख्यरूप से भाषा के दो रूप सामने आते हैं, जिनके माध्यम से हम दूसरों के समक्ष अपने भाव या विचारों का प्रकटिकरण करते हैं। पहला मौखिक और दूसरा लिखित।

मौखिक भाषा- भाषा का वह रूप जिसमें भावों और विचारों का आदान-प्रदान केवल बोलकर किया जाता है, मौखिक भाषा कहलाती है। भाषा के इस रूप के दर्शन दो व्यक्तियों की परस्पर बातचीत में होते हैं। मौखिक भाषा का इतिहास मनुष्य के इतिहास के साथ ही जुड़ा है। अतः भाषा का मौखिक रूप प्राचीनतम है। यही भाषा का मूल रूप भी है। अनपढ़ व्यक्ति भी भाषा के इस रूप का भली-भाँति प्रयोग करते हैं।

लिखित भाषा-लेखनी द्वारा अपने विचार-भाव प्रकट करने तथा दूसरे के लिखित विचार-भाव जानने का सरल साधन लिखित भाषा है। इसमें सार्थक शब्दों की एक-एक मूल ध्वनि की पहचान के लिए एक विशेष चिन्ह निश्चित कर लिया जाता है जो वर्ण अथवा अक्षर कहलाता है। भाषा का यह लिखित रूप स्थाई और महत्वपूर्ण होता है।

परिभाषा

भाषा को प्राचीन काल से ही परिभाषित करने की कोशिश की जाती रही है। इसकी कुछ मुख्य परिभाषाएँ निम्नलिखित हैं-

‘भाषा’ सार्थक ध्वनियों का वह समूह है, जिसके द्वारा हम अपने विचार बोलकर या लिखकर दूसरों के सामने रख सकते हैं और उनके विचारों को जान सकते हैं। दूसरे शब्दों में कहें तो “भाषा यादृच्छिक वाचिक ध्वनि-संकेतों की वह पद्धति है, जिसके द्वारा मानव परस्पर विचारों का आदान-प्रदान करता है।” स्पष्ट ही इस कथन में भाषा के लिए चार बातों पर ध्यान दिया गया है-

(1) भाषा एक पद्धति है, यानी एक सुसम्बद्ध और सुव्यवस्थित योजना या संघटन है, जिसमें कर्ता, कर्म, क्रिया, आदि व्यवस्थिति रूप में आ सकते हैं।

(2) भाषा संकेतात्मक है अर्थात् इसमें जो ध्वनियाँ उच्चारित होती हैं, उनका किसी वस्तु या कार्य से सम्बन्ध होता है। ये ध्वनियाँ संकेतात्मक या प्रतीकात्मक होती हैं।

(3) भाषा वाचिक ध्वनि-संकेत है, अर्थात् मनुष्य अपनी वागिन्द्रिय की सहायता से संकेतों का उच्चारण करता है, वे ही भाषा के अंतर्गत आते हैं।

(4) भाषा यादृच्छिक संकेत है। यादृच्छिक से तात्पर्य है - ऐच्छिक, अर्थात् किसी भी विशेष ध्वनि का किसी विशेष अर्थ से मौलिक अथवा दार्शनिक सम्बन्ध नहीं होता। प्रत्येक भाषा में किसी विशेष ध्वनि को किसी विशेष अर्थ का वाचक ‘मान लिया जाता’ है। फिर वह उसी अर्थ के लिए रूढ़ हो जाता है। कहने का अर्थ यह है कि वह परम्परानुसार उसी अर्थ का वाचक हो जाता है। दूसरी भाषा में उस अर्थ का वाचक कोई दूसरा शब्द होगा।

भारतीय एवं पाश्चात्य विद्वानों ने भाषा की ये विभिन्न परिभाषाएँ दी हैं।

“जो वाणी वर्णों से व्यक्त होती है, उसे भाषा कहते हैं।” महर्षि पतंजलि

“भाषा वह साधन है जिसके द्वारा मनुष्य अपने विचार दूसरों पर भलीप्रकार प्रगट कर सकता है और दूसरों के विचार आप स्पष्टतया समझ सकता है।” कामताप्रसाद गुरु

इनसाइक्लोपीडिया ब्रिटैनिका - भाषा को यादृच्छिक भाष् प्रतिकों का तंत्र है जिसके द्वारा मानव प्राणि एक सामाजिक समूह के सदस्य और सांस्कृतिक साझीदार के रूप में एक सामाजिक समूह के सदस्य संपर्क एवं संप्रेषण करते हैं।

प्लेटो ने सोफिस्ट में विचार और भाषा के संबंध में लिखा है कि विचार और भाषा में थोड़ा ही अंतर है। विचार आत्मा की मूक या अध्वन्यात्मक बातचीत है पर वही जब ध्वन्यात्मक होकर होठों पर प्रकट होती है तो उसे भाषा की संज्ञा देते हैं।

ब्लॉक तथा ट्रेगर- भाषा यादृच्छिक भाष्य प्रतिकों का तंत्र है जिसके द्वारा एक सामाजिक समूह सहयोग करता है।

स्वीट के अनुसार ध्वन्यात्मक शब्दों द्वारा विचारों को प्रकट करना ही भाषा है।

वेद्रीय कहते हैं कि भाषा एक तरह का चिह्न है। चिह्न से आशय उन प्रतीकों से है जिनके द्वारा मानव अपना विचार दूसरों पर प्रकट करता है। ये प्रतीक कई प्रकार के होते हैं जैसे नेत्रग्राह्य, श्रोत्र ग्राह्य और स्पर्श ग्राह्य। वस्तुतः भाषा की दृष्टि से श्रोत्र ग्राह्य प्रतीक ही सर्वश्रेष्ठ है।

हम व्यवहार में यह देखते हैं कि भाषा का सम्बन्ध एक व्यक्ति से लेकर सम्पूर्ण विश्व-सृष्टि तक है। व्यक्ति और समाज के बीच व्यवहार में आने वाली इस परम्परा से अर्जित सम्पत्ति के अनेक रूप हैं। समाज सापेक्षता भाषा के लिए अनिवार्य है, ठीक वैसे ही जैसे व्यक्ति सापेक्षता। और भाषा संकेतात्मक होती है अर्थात् वह एक 'प्रतीक-स्थिति' है। इसकी प्रतीकात्मक गतिविधि के चार प्रमुख संयोजक हैं, दो व्यक्ति-एक वह जो संबोधित करता है, दूसरा वह जिसे संबोधित किया जाता है, तीसरी संकेतित वस्तु और चौथी-प्रतीकात्मक संवाहक जो संकेतित वस्तु की ओर प्रतिनिधि भंगिमा के साथ संकेत करता है।

भाषा और बोली

भाषा का क्षेत्रीय रूप बोली कहलाती है। एक भाषा के क्षेत्र में अनेक बोलियाँ हो सकती हैं। बोली में प्रायः साहित्य रचना नहीं होती, परन्तु कभी-कभी बोलियों में साहित्य रचना होने लगती है और तब वह बोली उपभाषा कहलाने लगती है।

जैसे = ब्रज और अवधी दोनों ही बोलियाँ थीं किंतु सूरदास ने 'सूरसागर' की रचना ब्रज में की और तुलसीदास ने 'रामचरितमानस' की रचना अवधी में की। अतः ये दोनों बोलियाँ उपभाषाएँ बन गईं।

राष्ट्रभाषा

जब कोई भाषा किसी राजनैतिक, सामाजिक, साहित्यिक अथवा धार्मिक आंदोलनों के कारण सम्पूर्ण राष्ट्र के दैनिक व्यवहार में आने लगती है या सारा राष्ट्र उसे अपने राज - कार्य के लिए उपयुक्त समझ लेता है, तब वह राष्ट्रभाषा बन जाती है। आधुनिक भारतीय भाषाओं में हिंदी भाषा इसलिए राष्ट्र भाषा के अनुकूल है इसीलिए ही उसे अंतर-प्रांतीय कार्यों में प्रयुक्त होने के लिए भारत के ज्यादातर राज्यों में स्वीकार किया गया है।

भाषा की विशेषाएँ

भाषा का क्षेत्र विस्तृत होता है।

भाषा में साहित्य -रचना होती है।

भाषा का प्रयोग सरकारी काम-काज में किया जाता है।

साहित्य :-

भाषा के संदर्भ में जानने के बाद यह सहज प्रश्न उठता है कि साहित्य क्या है ? तो यहाँ इसे लेकर कहना होगा कि किसी भाषा के वाचिक और लिखित (शास्त्रसमूह) को साहित्य कह सकते हैं। 'साहित्य' शब्द की व्युत्पत्ति संस्कृत के 'सहित' शब्द से मान्य है। 'सहितस्य भावः' (सहित का भाव) साहित्य है। 'सहित' शब्द के दो

अर्थ 'साथ' तथा 'समुदाय' हैं। मानव के उद्भव से अब तक सृजित ज्ञान और अनुभव का भण्डार साहित्य है।

संस्कृत में काव्य की सबसे पुरानी परिभाषा है, शब्दार्थों सहितौ काव्यम्। शब्द और अर्थ का सहित भाव काव्य है। सहित भाव अर्थात् साथ-साथ होना। इस परिभाषा में सहित शब्द इतना महत्वपूर्ण है कि आगे चलकर यह सहित भाव ही साहित्य के रूप में काव्य के लिए स्वीकार कर लिया गया। स्वयं संस्कृत में ही आगे चलकर विश्वनाथ महापात्र नाम के एक आचार्य ने साहित्य दर्पण नामक ग्रंथ लिखकर साहित्य शब्द के प्रचलन पर मुहर लगा दी। आज जिस अर्थ में हम साहित्य शब्द का प्रयोग करते हैं, वह बहुत पुराना है और हमारे देश में वह हजारों वर्षों से इसी अर्थ में व्यवहारित किया जा रहा है।

जैनेन्द्र के अनुसार- "मनुष्य का और मनुष्य जाति का भाषाबद्ध या अक्षर्व्यक्त ज्ञान ही साहित्य है" साहित्य का क्षेत्र मस्तिष्क नहीं, हृदय है। यह कथन भावनात्मक साहित्य के बारे में सटीक है पर वैज्ञानिक साहित्य के बारे में नहीं। साहित्यकार में अनुभूति की तीव्रता रचना को हृदयस्पर्शी तथा विचारों को गतिशील बनाती है। भारतीय चिंतन के अनुसार साहित्य का उद्देश्य जीवन की सरस व्याख्या द्वारा जीवन में सरसता लाकर मानव को मानव बनाना है, परिष्कृत करना है। व्यापक अर्थ में साहित्य किसी भाषा में सृजित (लिखित / मौखिक) ज्ञान का भण्डार अथवा ग्रंथों का समुदाय है। हिंदी साहित्य से हिंदी वांग्मय के समस्त ग्रंथों, किसी विषय के साहित्य से उस विषय की सकल पुस्तकों का आशय अभिप्रेत है। वहीं दूसरी ओर साहित्य को पुस्तकों का समुच्चय या संचित ज्ञान का भण्डार मानने का पाश्चात्य मत साहित्य की व्यापक भारतीय अवधारणा के अनुकूल नहीं हैं। साहित्य को जीवन की व्याख्या या आलोचना अथवा जीवन की अभिव्यक्ति मानने का मत भारतीय दृष्टिकोण से अपेक्षाकृत निकट होते हुए भी पूर्णतः स्वीकार्य नहीं है क्योंकि साहित्य न तो जीवन के हर पक्ष की व्याख्या करता है, न ही जीवनेतर ज्ञान की व्याख्या करने को प्रतिबंधित करता है।

आचार्य रामचंद्र शुक्ल के अनुसार "साहित्य जनता की चित्त-वृत्ति का संचित प्रतिबिम्ब" (समाज का दर्पण) है, क्योंकि साहित्य में समाज के विविध रूपों का समावेश होता है, साहित्य समाज में समाज का चेहरा दिखता है। वस्तुतः साहित्य समाज का समाज का दर्पण मात्र नहीं होता। दर्पण खुद निष्क्रिय होता है। साहित्य जड़ नहीं है, वह चेतना से उद्भूत है तथा सचेत कर सुधार की प्रेरणा देता है। साहित्य समाज का दर्पण मात्र नहीं अपितु सचेतक, सुधारक तथा निर्माणक भी है। मानव-मन में तरंगित होनेवाली ललित भावनाओं और अनुभूतियों की शब्दों में सार्थक और कलापूर्ण अभिव्यक्ति ही साहित्य है।

वस्तुतः मनुष्य जब अपने साथ दूसरों के सुख-दुख का साझीदार बनता है तथा वह अपने इर्द-गिर्द की दुनिया को समझना चाहता है और इस दुनिया में कोई कमी दिखाई पड़ती है तो उसे बदलकर बेहतर बनाने की भी कोशिश करता है तो इस परस्परता के वातावरण में जो भाव-विचार लिपिबद्ध किए जाते हैं उसे ही साहित्य की संज्ञा दी जाती है। दूसरे शब्दों में कहें तो जब कोई अपने और पराये की संकुचित सीमा से ऊपर उठकर सामान्य मनुष्यता की भूमि पर पहुँच जाए तो समझना चाहिए कि वह साहित्य धर्म का निर्वाह कर रहा है। आचार्य रामचंद्र शुक्ल ने इसी को आज की भाषा में हृदय की मुक्तावस्था कहा है। इस प्रकार साहित्य के संसार में शब्द और अर्थ सौन्दर्य के लिए आपस में होड़ करते हुए लोकमंगल के ऊँचे आदर्श की ओर अग्रसर होते हैं। अंततः कहा जा सकता है कि साहित्य मनुष्य के भावों और विचारों की ऐसी समष्टि है जो समाज में मनुष्य के परस्परता के वातावरण से जन्म लेकर परस्परता के भाव को मजबूत बनाती है।

जब हम हिन्दी साहित्य कहते हैं तो हमारा आशय हिन्दी में लिखी हुई प्रायः उन कृतियों से होता है जो कविता, कहानी, उपन्यास, नाटक, निबंध, रेखाचित्र, संस्मरण, जीवनी, आत्मकथा, यात्रा विवरण, रिपोतार्ज, समालोचना आदि की होती हैं, लेकिन कभी-कभी धर्म, दर्शन, इतिहास, राजनीति, अर्थशास्त्र, समाजशास्त्र,

पुरातत्त्व, भूगोल, विज्ञान आदि विषयों की पुस्तकों को भी शामिल कर लेते हैं और ऐसा करते समय कहते हैं कि यह ज्ञान का साहित्य है। अंग्रेजी में भी लिटरेचर शब्द का प्रयोग इतने ही व्यापक रूप में किया जाता है।

आगे हम साहित्य और भाषा के अंतर को समझते हैं। वस्तुतः यहां हमें भाषा और साहित्य का अंतर कुछ इस तरह समझना चाहिए। भाषा का अपना प्रवाह होता है, और साहित्य का अपना प्रवाह। भाषा के माध्यम से ही किसी भाषा का साहित्य निर्मित होता है, लेकिन इसके बावजूद भी सत्य यही है कि “भाषा और साहित्य इन दो सामाजिक उपादान प्रणालियों का साहचर्य कितना ही निकट क्यों न हो, परन्तु भाषा साहित्य नहीं है। हिन्दी साहित्य संस्थाएँ वर्तनी या व्याकरण जैसे भाषा संबंधी विषयों पर परिसंवाद आयोजित कर सकती हैं, अथवा पुणें विद्यापीठ का मराठी का विभाग साहित्य और भाषा इन दोनों ही के अध्ययन-अध्यापन का प्रबंध कर सकता है, या फिर साहित्य-अकादमी का साहित्य के हेतु आयोजन पुरस्कार किसी भाषा-विज्ञान के ग्रंथ को भी मिल जाता है। पर यह सब व्यवहार की सुविधा और समझौते के अनुसार होने वाली बातें हैं। कभी-कभी यह सुविधा की बात भी विवादास्पद हो जाती है। उदाहरणस्वरूप कोई भाषा पढ़ते समय साहित्य का उपयोग कहाँ तक होना चाहिए, यह भी सोचने की बात है। यदि स्कूल के छात्रों को जो आजकल की अंग्रेजी भाषा है उसी का ज्ञान करा देना है तो उनको डिक्शनरी का गद्य या वर्ड्सवर्थ का पद्य पढ़ाने से क्या मतलब, या फिर अहिन्दीभाषी कर्मचारियों को आधुनिक हिन्दी से अवगत होना है तो उनको सूर अथवा तुलसी का साहित्य पढ़ने की आवश्यकता है या नहीं, ये सब बातें विचारणीय हैं। कहने का तात्पर्य है कि न भाषा साहित्य है और न साहित्य भाषा ही। भाषा और साहित्य का अनुबंध आखिर है कौन सा? वस्तुतः भाषा साहित्य की कला सामग्री है। स्मरण रहे कि हमने कलासामग्री कहा है, कलामाध्यम नहीं-जिस प्रकार शिल्पकला का माध्यम घनाकार एवं बुनावट(टेक्स्चर)रहता है। बल्कि भाषा सामग्री रूप है-जिस प्रकार मूर्तिशिल्प में पाषाण की खुदाई होती है, धातु ढाली जाती है, मिट्टी की बनावट होती है, उसी प्रकार भाषा से साहित्य मूर्तियाँ बनती हैं। भाषा की विविध उपयोगिता में से साहित्य एक है। वरन्तु वह कुंजड़िन से बहस करना, दोस्तों से गप्प लड़ाना, साबुन के लिए विज्ञापन लिखना, या फिर मजदूरों को काम समझाना जैसे रोजमर्रा के सहजसिद्ध उपयोगों में से नहीं है-वह तो इससे हटकर अलग-सा कृत्रिम उपयोग है। करारनामे की, विवाहमंत्र की, अथवा ब्रह्मजिज्ञासा की अपनीअलग-अलग भाषाएँ होती हैं; उसी प्रकार साहित्य की भी अपनी अलग संस्कारित भाषा-पद्धति है।” पुस्तक : त्रिवेणी, डॉ. अशोक रा.केळकर

हिन्दी भाषा और साहित्य विषय से संबंधित अपने लेख में मिथिलेश वामनकर वास्तव में सही लिखते हैं कि भाषा वैज्ञानिक हमें शब्द देते हैं, लेकिन साहित्यकार उन शब्दों को चुनकर एक रचना को जन्म देते हैं। भाषा वैज्ञानिक वाक्य संरचना का ज्ञान कराते हैं, लेकिन साहित्यकार वाक्य का अर्थ सुरक्षित रखते हुए रचना में लालित्य पैदा करते हैं। भाषा वैज्ञानिक लेखन में भाषा अनुशासन का पाठ पढ़ाते हैं लेकिन साहित्यकार किसी भी भाषायी अनुशासन से परे शब्दों के जोड़-तोड़ के जादू से पाठक के दिलों में समा जाते हैं। भाषा और साहित्य एक ही सिक्के के दो पहलू हैं। भाषा है तो साहित्य है और जब साहित्य होता है तब भाषा स्वतः ही विकासमान होती है।

पं. हजारी प्रसाद द्विवेदी भाषा और साहित्य को लेकर लिखते हैं कि भाषा का मूलभूत प्रयोजन है संप्रेषण। द्विवेदी जी यहीं से भाषा की चर्चा आरंभ करते हैं कि एक मन के भाव को दूसरे तक संप्रेषित करना वस्तुतः भाषा का उद्देश्य है। उनकी दृष्टि में भाषा द्वारा दो प्रकार के संप्रेषण होते हैं = एक तो सूचनात्मक संप्रेषण है जिसमें हम श्रोता के चित्त में किसी बात की सूचना का संचार करते हैं और दूसरा रचनात्मक संप्रेषण होता है, जो श्रोता के चित्त में गूढ़ अनुभूति द्वारा जगाई गई संवेदनाओं को मूर्त और अनुभव योग्य बनाता है। उनकी दृढ़ मान्यता है कि वस्तुतः इस दूसरी श्रेणी के संप्रेषण को ही सही अर्थों में संप्रेषण कहा जाता है तथा जब हम साहित्य की संप्रेषणीयता पर विचार करते हैं तब हम इस दूसरी श्रेणी के संप्रेषण पर ही बल देते हैं। द्विवेदी जी आगे स्पष्ट करते हैं कि

सूचनात्मक संप्रेषण उतना प्रभावशाली नहीं होता जितना रचनात्मक संप्रेषण। ऐसा क्यों होता है? इस प्रश्न पर विचार करते हुए वे शब्द और अर्थ के संबंध तथा सामान्य भाषा और साहित्य भाषा के अंतर की ओर ध्यान आकृष्ट करते हुए बताते हैं कि ऐसा इसलिए होता है कि (सामान्य) भाषा साधारणतः शब्दों के सामान्य अर्थ का ही कारबार करती है। प्रत्येक शब्द जिस अर्थ को अभिव्यक्त करता है, वह सामान्य अर्थ होता है। परंतु संवेदनशील रचनात्मक साहित्यकार, सामान्य अर्थों से संतुष्ट नहीं होता। वह सामान्य अर्थों को व्यक्त करने वाली भाषा के माध्यम से ही अपनी विशिष्ट अनुभूतियों को लोकचित्त में संप्रेषित करने के लिए व्याकुल रहता है।

इस संबंध में यह भी कहा जा सकता है कि भाषा ही साहित्य का सशक्त और प्राणवान उपादान है। भाषा के गर्भ से ही साहित्य का जन्म होता है। वस्तुतः साहित्य एक भाषिक कला है जिसमें भाषा ही सौंदर्य को साकार रूप प्रदान करती है और फिर साहित्य का सृजन होता है। भाषा के सिवा अन्य कोई माध्यम भी तो नहीं है जिससे साहित्य की रचना हो सके। भाषा ऐसा सशक्त माध्यम है जिसमें उसका अपना समाज, संस्कृति, परंपरा, जीवन-शैली आदि समाहित हैं। यह तो संगीत का नाद है जो हमारा रसास्वादन करता है। भाषा के दो मुख्य पक्ष हैं, एक का संबंध मानव की सौंदर्यपरक अनुभूतियों के आलंबन से होता है और दूसरे पक्ष का संबंध भाषा के प्रयोजनपरक आयामों से जुड़ा है। भाषा के सौंदर्यपरक आयाम में भाषा सर्जनात्मक होती है, जिसका विकास साहित्य की भाषा के रूप में होता है। यह भाषा-रूप कविता, नाटक, उपन्यास, कहानी, आलोचना आदि विभिन्न साहित्यिक विधाओं में निखर कर आता है। इसके साथ-साथ यह भाषा देश-विशेष या क्षेत्र-विशेष के सामाजिक, सांस्कृतिक और धार्मिक मूल्यों को अपने भीतर समेटे होती है। भाषा के दूसरे पक्ष का संबंध हमारी सामाजिक आवश्यकताओं और जीवन की उस व्यवस्था से होता है जो व्यक्तिपरक होकर समाजपरक भी होता है। यह भाषा का प्रकार्यात्मक आयाम है जिसका प्रयोग किसी प्रयोजन-विशेष या कार्य-विशेष के संदर्भ में होता है। यह भाषा प्रशासन व्यवस्था, मानविकी तथा तकनीकी एवं वैज्ञानिक क्षेत्रों में आविष्कारोन्मुखी हो कर देश या राष्ट्र के आर्थिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। स्पष्टतः भाषा केवल संवाद का माध्यम मात्र नहीं है, वह केवल मनोरंजन और साहित्य के माध्यम तक भी सीमित नहीं है। भाषा शिक्षा, रोजगार, ज्ञान-विज्ञान, उद्योग-सेवा, व्यापार-व्यवसाय आदि का माध्यम भी होती है। इस प्रकार अब भाषा जीवन-यापन, समृद्धि, सम्मान और सामाजिक प्रतिष्ठा का माध्यम भी है जिसमें आर्थिक पक्ष की महत्वपूर्ण भूमिका है।

(3.1) समाचार पत्रों (मुद्रित माध्यम) के लिए लेखन

समाचार क्या है?

समाचार क्या है, यह पूर्व के अध्याय में विस्तारपूर्वक बताया जा चुका है। फिर भी समाचार लेखन की प्रक्रिया को समझने से पहले इस बारे में संक्षेप में जान लेना उपयुक्त होगा। इस संबंध में पत्रकार रामकृष्ण रघुनाथ खांडिलकर ने अपनी लिखी पुस्तक 'आधुनिक पत्रकार कला' में इसके बारे में बहुत ही सटीक और स्पष्ट रूप से लिखा है कि "दुनिया में कहीं भी किसी भी समय कोई छोटी-मोटी घटना या परिवर्तन हो, उसका सारांश में जो वर्णन होगा, उसे समाचार या खबर कहते हैं। डॉ. विपिन गुप्ता/ दीपिका गुप्ता ने अपनी पुस्तक 'हिंदी' में समाचार की व्याख्या करते हुए कहा है कि 'समाचार किसी अनोखी या असाधारण घटना की अविलंब सूचना है, जिसके बारे में लोग प्रायः पहले कुछ न जानते हों, किंतु जिसे जानने की ज्यादा से ज्यादा लोगों में रुचि हो।'

उपरोक्त उदाहरणों से हम जान चुके हैं कि समाचार क्या है। समाचार की यह परिभाषा हर माध्यम पर लागू होती है। चाहे अखबार हो, रेडियो हो, या फिर टेलीविजन हो, समाचार का स्वरूप और उसका मूलतत्त्व वही होता है, अंतर होता है तो उनके प्रस्तुतिकरण में। चूँकि हर माध्यम में पाठक, दर्शक या श्रोता तक सूचना अलग तरीके से पहुँचती है, इसलिए समाचार जो सूचना के रूप में होते हैं, के तैयार करने का तरीका भी अलग-अलग होता है। समाचार पत्रों में समाचार भाषा के जरिए पाठक तक पहुँचते हैं, रेडियो से श्रोता सुनकर सूचनाएँ ग्रहण करता है, वहीं टेलीविजन से दर्शक देखकर और सुनकर सूचनाएँ ग्रहण करता है। इसलिए हर माध्यम के लिए समाचार की संरचना अलग तरह की होती है और कुछ मापदंडों तथा निश्चित रूपरेखा को ध्यान में रखकर समाचार तैयार किए जाते हैं।

समाचार पत्रों के लिए समाचार लेखन

समाचार पत्र चूँकि मुद्रित माध्यम होता है, इसलिए इसके लिए लिखे जाने वाले समाचारों के मुख्यतः दो प्रमुख तत्व होते हैं। पहला है इसकी संरचना और दूसरी है इसकी भाषा। समाचार की संरचना में वे सभी बातें आती हैं, जो पत्रकारिता के मापदंडों के मुताबिक एक समाचार में होनी चाहिए। वहीं, इसकी भाषा का स्वरूप समय के अनुसार बदलता रहता है। फिर भी इस भाग के अंतर्गत समाचार की भाषा के प्रवाह, उसके स्तर, शब्दों के चयन आदि बातें आती हैं। समाचार घटनाओं पर आधारित होते हैं, इसलिए उन्हें लिखने वाले संवाददाताओं का उन घटनाओं की पृष्ठभूमि से अवगत होना आवश्यक होता है।

समाचार के घटक

किसी भी वृत्तांत को तब समाचार कहा जाता है, जब उसमें निम्नलिखित 6 घटक उपस्थित होते हैं।

इन्हें हिन्दी में 6 ककार कहा जाता है, जो इस प्रकार हैं।

1. क्या (what) - इसका मतलब है, हुआ क्या है।
2. कब (when) - इसका आशय है, घटना कब घटी।
3. कहाँ (where) - यानी घटना किस जगह, शहर, देश या प्रदेश में घटित हुई।
4. कौन (who) - इसका अर्थ है कि घटना किस के साथ हुई, या किस से संबंधित है।
5. क्यों (why) - घटना का कारण क्या है।
6. कैसे (how) - यानी घटना किस तरह घटित हुई।

ये सभी घटक किसी भी समाचार को पूर्णता प्रदान करते हैं। अर्थात् इनके न होने पर कोई भी समाचार तथ्यहीन माना जाता है। अचानक घटी कुछ घटनाएँ इसका अपवाद हो सकती हैं। उदाहरण के लिए यदि किसी ने किसी अन्य व्यक्ति की हत्या कर दी है और न तो हत्यारा गिरफ्त में आया है और न ही मृतक की शिनाख्त हो सकी है। ऐसी स्थिति में घटना का जो प्रथम समाचार लिखा जाता है उसमें न तो हत्यारे का नाम दिया जा सकेगा और न ही मृतक का। ऐसी स्थिति में जितनी जानकारी उपलब्ध हो सके उसी के आधार पर समाचार को पूर्णता प्रदान करने का प्रयास किया जाता है।

6 ककारों के अलावा समाचार लिखते समय 4 सकार का ध्यान रखना भी आवश्यक है, जो इस प्रकार हैं।

1. सत्यता - समाचारों में असत्य या मनगढ़ंत बातों का समावेश न हो।
2. स्पष्टता - समाचार में दिया गया हर तथ्य स्पष्ट होना चाहिए।
3. संक्षिप्तता - समाचार यथासंभव छोटा होना चाहिए।
4. सुरुचि - समाचार सुरुचिपूर्ण हो, ताकि वह पाठक को आकर्षित कर सके।

समाचार के प्रमुख तत्व

रोजमर्रा के जीवन में अनेक घटनाएँ घटित होती रहती हैं, लेकिन उनमें से हर घटना समाचार नहीं बनती। इससे स्पष्ट है कि जो घटनाएँ समाचार बनती हैं, उनमें कुछ खास बात होती है। उन घटनाओं की यही खास बात समाचार तत्व कहलाती है, जो उन्हें समाचार बनाती है। ये तत्व इस प्रकार हैं -

1. नवीनता - यानी एकदम नई सूचना जिसे लोग अभी तक नहीं जानते थे।
2. जानकारी - जिससे लोगों को कोई नयी जानकारी पता चलती हो।
3. निकटता - आपके परिवेश से जुड़ी खबर, जिससे आप अपने जिले, गांव, प्रदेश, देश, भाषा के नाते कोई रिश्ता जोड़ पा रहे हैं।
4. महत्व - वह घटना कितनी महत्वपूर्ण है। उसका प्रभाव कितना व्यापक है।
5. विचित्रता - कोई अनहोनी, या हैरत में डालने वाली बात जो आपको चकित कर दे।
6. परिवर्तन - किसी बदलाव का कारण बनने वाली सूचना।

नंदकिशोर त्रिखा के अनुसार किसी घटना को समाचार बनाने के लिए उसमें निम्नलिखित 10 तत्वों का होना आवश्यक है -

1. नवीनता, असामान्यता

2. अनपेक्षित भाव
3. आत्मीयता, आकांक्षा
4. व्यक्तिगत प्रभाव
5. निकटता
6. करुणा और भय
7. धन
8. मानवीय पक्ष
9. रहस्य
10. सहानुभूति

कुल मिलाकर यह कहा जा सकता है कि समाचार मानवीय भावनाओं के इर्द-गिर्द ही रहता है। लेकिन समाचार लिखते समय हमें यह देख लेना चाहिए कि हमारी खबर में इनमें से कौन सा तत्व है, जो उसे समाचार बना रहा है। साथ ही यह भी देख लेना चाहिए कि क्या हम हमारी खबर में उस तत्व को उचित ढंग से उभार पाए हैं या नहीं।

समाचारों की भाषा

समाचार पत्र किसी न किसी भाषा में ही मुद्रित किए जाते हैं। अर्थात् भाषा ही वह माध्यम होती है, जिसके जरिए समाचारों के रूप में सूचनाएँ पाठकों तक पहुँचती हैं। इसलिए समाचार लिखने वाले संवाददाता को उस भाषा का पर्याप्त ज्ञान होना आवश्यक है। समाचार लिखते समय भाषा की दृष्टि से संवाददाता को निम्न बातों का ध्यान रखना चाहिए।

1. समाचारों को अलग-अलग हिस्सों या अनुच्छेदों में तोड़कर लिखा जाता है। इसका उद्देश्य समाचार को बोझिल होने से बचाना और समाचार से जुड़े हर विषय की जानकारी देना होता है। इसीलिए हर अनुच्छेद समाचार के अलग-अलग विषयों से जुड़ा होता है। समाचार लिखते समय यह ध्यान रखना चाहिए कि अनुच्छेद न ज्यादा बड़े हों और न ही बिल्कुल छोटे।

2. समाचार लिखते समय यह देखा जाना चाहिए कि वाक्य छोटे हों, ताकि वे आसानी से पाठक की समझ में आ सकें।

3. समाचारों में शब्दों का अनावश्यक प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए, जो समाचार को अनावश्यक विस्तार देते हैं। इसके साथ ही इस बात का भी ध्यान रखा जाना चाहिए कि समाचार में शब्दों की अनावश्यक पुनरावृत्ति न हो।

4. समाचारों की भाषा सरल और प्रवाहमयी होना चाहिए। इसमें क्लिष्ट शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए। समाचारों की भाषा में सामासिकता का गुण होना चाहिए। वर्तमान समय में विभिन्न समाचार पत्रों द्वारा भाषा को लेकर कई नए प्रयोग किए जा रहे हैं। समाचारों को बोलचाल की भाषा में लिखने पर भी जोर दिया जा रहा है।

(3.2) समाचार

लेखन की शैली

समाचार लेखन की शैलियों में समय के साथ परिवर्तन आता रहा है। हिंदी पत्रकारिता के शुरुआती दौर में जब समाचार लिखे जाते थे, तब उनमें से अधिकतर की भाषा साहित्यिक होती थी। कुछ पर स्थानीय बोलियों का प्रभाव भी दिखाई देता था। इसके अलावा समाचार इस अंदाज में भी लिखे जाते थे कि वे कई बार किसी पत्र के मजमून की तरह लगते थे। कालांतर में समाचारों की शैलियों में निखार आता गया। वर्तमान में समाचार लेखन की दो शैलियां प्रचलित हैं।

1. पिरामिड शैली: इस शैली में समाचार कहानियों या उपन्यासों की तरह प्रतीत होते थे। जिस तरह पिरामिड में संकरा और नुकीला हिस्सा सबसे ऊपर होता है, उसी तरह समाचार की सबसे कम महत्वपूर्ण चीजों को शुरू में लिया जाता था। बीच में समाचार की 'बॉडी' होती थी, जो समूचा विवरण प्रस्तुत करती थी। जिस तरह पिरामिड का सबसे विस्तृत हिस्सा उसका आधार होता है, वैसे ही इस शैली के समाचारों में उनकी सबसे महत्वपूर्ण बात उसके अंतिम हिस्से में आती थी। यह कहानियों या उपन्यासों के क्लाइमेक्स की तरह होता था। यह शैली ज्यादा लोकप्रिय नहीं हुई, इसलिए इसका प्रचलन लगभग बंद जैसा ही है।

2. उल्टा पिरामिड शैली: यह किसी समाचार को लिखने या कहने का वह तरीका है जिसमें उस घटना, विचार, समस्या के सबसे अहम तथ्यों या पहलुओं को सबसे पहले बताया जाता है और उसके बाद घटते हुये महत्व के अनुसार अन्य तथ्यों या सूचनाओं को लिखा या बताया जाता है। इस शैली में किसी घटना का ब्यौरा कालानुक्रम के बजाय सबसे महत्वपूर्ण तथ्य या सूचना से प्रारंभ होता है। यह समाचार लेखन की लोकप्रिय शैली है और वर्तमान में ज्यादातर समाचार पत्रों में समाचार इसी शैली के अनुसार लिखे जाते हैं। पिरामिड को यदि उलट दिया जाए, तो उसका उसका सबसे विस्तृत हिस्सा सबसे ऊपर आ जाता है और सबसे संकरा या नुकीला भाग सबसे नीचे हो जाता है। इसी तरह इस शैली में समाचार का सबसे महत्वपूर्ण भाग इसकी शुरुआत में होता है। बीच के भाग में समाचार का विवरण होता है। इसके बाद जैसे-जैसे नीचे आते जाते हैं, दी जा रही सूचनाओं का महत्व कम होता जाता है। इस शैली का प्रचलन समाचार पत्रों में 19 वीं सदी के मध्य से प्रारंभ हो गया था। अमेरिकी गृहयुद्ध के दौरान इसका तेजी से विकास हुआ। उस समय खबरें टेलीग्राफ संदेश के जरिये भेजी जाती थीं। टेलीग्राफ सेवायें अनियमित, महंगी और दुर्लभ थी। कई बार समाचार भेजने के दौरान तकनीकी कारणों से टेलीग्राफ सेवाओं में रुकावट भी आ जाती थी। इसलिये संवाददाताओं को किसी खबर को कहानी की तरह लिखने के बजाय उसे संक्षेप में बतानी होती थी। इसलिए यह कोशिश की जाती थी कि खबर के सबसे महत्वपूर्ण तथ्य और सूचनाओं की जानकारी पहली कुछ लाइनों में ही आ जाए। बाद में यह शैली इतनी पसंद की गई कि समाचार पत्रों ने इसे ही अपना लिया।

समाचार लेखन प्रक्रिया

उल्टा पिरामिड शैली में लिखे जाने वाले समाचारों को सुविधा की दृष्टि से मुख्यतः तीन अंगों में विभाजित किया जाता है। ये हैं- मुखड़ा, इंट्रो या लीड, बॉडी तथा निष्कर्ष या समापन। आम तौर पर मुखड़ा या इंट्रो समाचार का पहला पैराग्राफ होता है। यह किसी भी समाचार का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा होता है, क्योंकि इसमें सबसे महत्वपूर्ण तथ्यों और सूचनाओं को लिखा जाता है। इसके बाद समाचार की बॉडी आती है, जिसमें महत्व के अनुसार घटते हुये क्रम में सूचनाएँ और ब्यौरा देने के अलावा घटना की पृष्ठभूमि का भी जिक्र किया जाता है। समाचार के अंत में निष्कर्ष या समापन आता है। हालांकि समाचार लेखन में निष्कर्ष जैसी कोई चीज नहीं होती है और न ही समाचार के अंत में यह बताया जाता है कि यहां समाचार का समापन हो गया है। इन तीन अंगों के अलावा आई ब्रो, हैडिंग और सब हैडिंग भी समाचार के अंग होते हैं, लेकिन इन्हें तैयार करने या निखार कर सही स्वरूप प्रदान करने का काम डेस्क का होता है।

मुखड़ा, इंट्रो या लीड

उल्टा पिरामिड शैली में समाचार लेखन का सबसे महत्वपूर्ण पहलू मुखड़ा लेखन या इंट्रो को लिखना है। यह समाचार का पहला पैराग्राफ होता है, जहां से कोई समाचार शुरू होता है। मुखड़े के आधार पर ही समाचार की गुणवत्ता और उसके महत्व का निर्धारण होता है। एक आदर्श मुखड़े में किसी समाचार की सबसे महत्वपूर्ण सूचना उपस्थित रहती है और यह किसी भी स्थिति में 35 से 50 शब्दों से अधिक नहीं होता। मुखड़े में किसी समाचार से संबंधित 6 ककारों यानी-क्या हुआ, किसके साथ हुआ, कहां हुआ, कब हुआ, क्यों और कैसे हुआ का जवाब देने की कोशिश की जाती है। यदि ऐसा संभव न हो, तब भी घटना के सबसे महत्वपूर्ण पहलू को इसमें शामिल किया जाता है। मुखड़े को पढ़कर पाठक को संक्षेप में पूरी घटना की जानकारी मिल जाती है। एक अच्छा इंट्रो पाठक को खबर पढ़ने के लिए विवश कर देता है और एक खराब इंट्रो खबर में आपकी रूचि समाप्त कर सकता है।

बॉडी

समाचार लेखन की उल्टा पिरामिड लेखन शैली में मुखड़े में दिए गए तथ्यों की व्याख्या और उनका विश्लेषण समाचार की बॉडी में होते हैं। समाचार लेखन के नियमों के अनुसार किसी भी समाचार को इस तरह लिखा जाना चाहिये, जिससे अगर उसे बॉडी के किसी भी बिन्दु पर समाप्त करना पड़े, तो कोई महत्वपूर्ण तथ्य बाकी न रहे। अपने किसी भी समापन बिन्दु पर समाचार को पूर्ण, पठनीय और प्रभावशाली होना चाहिये। समाचार की बॉडी में छह ककारों में से दो- 'क्यों' और 'कैसे' का जवाब देने की कोशिश की जाती है। कोई घटना कैसे और क्यों हुई, यह जानने के लिये उसकी पृष्ठभूमि, परिप्रेक्ष्य और उसके व्यापक संदर्भों को खंगालने की कोशिश की जाती है। इसके जरिये ही किसी समाचार के वास्तविक अर्थ और असर को स्पष्ट किया जा सकता है।

निष्कर्ष या समापन

समाचार का समापन करते समय यह ध्यान रखना चाहिये कि उसमें सभी प्रमुख तथ्य आ गये हों और समाचार के मुखड़े और समापन के बीच एक तारतम्यता भी होनी चाहिये। समाचार में तथ्यों और उसके विभिन्न पहलुओं को इस तरह से पेश करना चाहिये कि उससे पाठक को किसी निर्णय या निष्कर्ष पर पहुंचने में मदद मिले।

समाचारों के प्रकार

अपनी प्रकृति के अनुसार समाचारों के निम्नलिखित प्रकार होते हैं।

1. राजनीतिक समाचार: विभिन्न राजनीतिक दलों, संगठनों और नेताओं की गतिविधियों, वक्तव्यों आदि

से संबंधित समाचार राजनीतिक समाचार की श्रेणी में आते हैं। इस श्रेणी के समाचार लिखने वाले संवाददाता को उस क्षेत्र के राजनीतिक परिदृश्य की पूरी जानकारी होनी चाहिए। उसे समाचार लिखते समय इस बात का भी ध्यान रखना चाहिए कि कहीं कोई नेता या संगठन अपनी प्रसिद्धि के लिए उसका इस्तेमाल तो नहीं कर रहा है। चूंकि राजनीतिज्ञों में वक्तव्य देकर उससे मुकरने की प्रवृत्ति होती है, इसलिए संवाददाता को यह सावधानी रखनी चाहिए कि जब तक कोई समाचार सत्य और प्रमाणिक न हो, उसे तैयार न करे। चुनाव के दौरान राजनीतिक समाचार लिखते समय अतिरिक्त सावधानी की जरूरत होती है। उस समय असावधानी से लिखी गई कोई भी खबर किसी नेता या दल की छवि को नुकसान पहुँचा सकती है, साथ ही निर्वाचन आयोग की कार्रवाई के दायरे में भी आ सकती है। इसीलिए राजनीतिक संवाददाता का दायित्व सामान्यतः किसी वरिष्ठ रिपोर्टर को दिया जाता है। चुनावी सभाओं में आमतौर पर भाषण ही होते हैं, लेकिन किसी नेता द्वारा कही गई कोई विवादास्पद या महत्वपूर्ण बात, सभा के दौरान घटी कोई घटना सभा की खबर को नया एंगल दे सकती है।

2. अपराध समाचार: विभिन्न आपराधिक घटनाओं से संबंधित समाचारों की रीडरशिप अच्छी होती है, यानी ये समाचार पाठकों द्वारा पसंद किए जाते हैं। लेकिन इसका मतलब यह नहीं है कि किसी भी आपराधिक घटना के संबंध में कुछ भी समाचार बना दिया जाए। वास्तव में इस तरह के समाचार लिखते समय काफी सावधानी की जरूरत होती है। अपराध समाचार लिखते समय संवाददाता को सबसे पहले यह ध्यान रखना चाहिए कि वह अपने समाचार के स्रोत को सुरक्षित रखे। यानी यदि खबर बताने वाला व्यक्ति न चाहे, तो उसका नाम उजागर न किया जाए। दूसरी बात होती है सामाजिक जिम्मेदारी। अपराध समाचार लिखते समय यह सुनिश्चित करना चाहिए कि उससे किसी अपराधी का महिमा मंडन न हो, न ही उससे सामाजिक वैमनस्य फैले। यदि किसी खबर से किसी अपराध की विवेचना प्रभावित होने की आशंका हो, तो ऐसी खबर को रोक लेना चाहिए। महिलाओं के प्रति होने वाले अपराधों की खबर लिखते समय यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि उन्हें चटखारेदार बनाने का प्रयास न किया जाए साथ ही पीड़ित महिला की पहचान भी उजागर नहीं की जानी चाहिए। जिन खबरों में नाम दिए जा सकते हैं, वहाँ अत्यंत सावधानी बरतनी चाहिए, क्योंकि नाम में जरा सी गड़बड़ी किसी अन्य व्यक्ति की सामाजिक प्रतिष्ठा को आघात पहुँचा सकती है।

3. खेल समाचार: खेल आयोजन, खिलाड़ियों, खेल संगठनों, सरकारी खेल एवं युवा कल्याण विभाग आदि से संबंधित समाचार खेल समाचार कहलाते हैं। बड़े खेल आयोजनों या प्रतियोगिताओं के कवरेज के दौरान मैदान के अगल-बगल में भी नजर रखना चाहिए। कई बार क्रिकेट मैचों के दौरान ड्रेसिंग रूम में घटी घटनाएँ बड़ी खबर बन जाती हैं। टीम इवेंट्स के समाचारों को बनाते समय यह ध्यान रखना चाहिए कि जीत में योगदान देने वाला कोई भी खिलाड़ी, या हारी हुई टीम की तरफ से अच्छे खेल का प्रयास करने वाले खिलाड़ियों का नाम खबर से न छूटे। क्रिकेट मैचों में पूरा स्कोर बोर्ड देना चाहिए और अन्य मैचों में भी स्कोर सावधानीपूर्वक दिया जाना चाहिए। खेल संगठनों से जुड़ी खबरों को प्रेस विज्ञापि की तरह नहीं बनाया जाना चाहिए, बल्कि पर्दे के पीछे होने वाली जोड़-तोड़ को भी इसमें शामिल किया जाना चाहिए। खिलाड़ियों के सार्वजनिक या निजी जीवन से जुड़ी खबरें बनाते समय संतुलन का ध्यान रखना चाहिए।

4. संसद, विधानसभा, राज्यसभा समाचार: संसद के दोनों सदन, विधानसभा, विधानमंडल आदि की गतिविधियों से संबंधित खबरें इस श्रेणी में आती हैं। इनके समाचार लिखते समय इनकी गरिमा का ध्यान अवश्य रखें। कई बार कुछ सांसद या विधायक मीडिया में कवरेज मिलने की आशा में ओवर एक्ट करते हैं। खबर लिखते समय ऐसे नेता को न ज्यादा उभारें, न ही उनके किसी अमर्यादित आचरण को ढंकने का प्रयास करें। विभिन्न सदनों में विधेयकों का पास होना आम पाठक के लिए इन सदनों की बोज़िल कार्रवाई का हिस्सा होते हैं। लेकिन यदि यह

बताया जाए कि उस बिल से किसको क्या फर्क पड़ने वाला है, तो इससे पाठकों की उस के प्रति रुचि जागृत हो सकती है। इसी तरह इन सदनों में सदस्यों द्वारा पूछे जाने वाले सभी सवाल भले ही हर पाठक के लिए काम की चीज न हों, लेकिन उनमें से ऐसे सवाल जिन में पाठकों की रुचि हो सकती है, को छंटकर खबरों में शामिल किया जाना चाहिए। सरकार द्वारा प्रस्तुत किए जाने वाले जवाबों में से भी मूल खबर से हटकर दूसरी खबरें निकलती हैं, उन्हें पहचानने का प्रयास करना चाहिए।

5. आर्थिक एवं वाणिज्य समाचार: आर्थिक पत्रकारिता के लिए तीन बुनियादी गुण होना जरूरी है। पहला, आंकड़ों से खेलने की कला होनी चाहिए। दूसरा, आर्थिक नीतियों की समझ होनी चाहिए और तीसरा आर्थिक एवं कारोबारी जगत में संपर्क होना चाहिए। कभी-कभी कोई एक आंकड़ा पूरी कहानी कहने के लिए काफी होता है। पूर्व प्रधानमंत्री राजीव गांधी ने एक बार कहा था कि केंद्र सरकार द्वारा खर्च किए गए हर 1 रुपए में से केवल 15 पैसा ही गांव तक पहुंचता है। राजीव गांधी के बयान में जिस आंकड़े का जिक्र है, वह कई बातें कहता है। मसलन, सिस्टम में भ्रष्टाचार जड़ें जमाए हुए हैं। सरकारी योजनाओं का पैसा गांव के जरूरतमंदों तक नहीं पहुंचता है। लेकिन इससे यह पता नहीं चलता है कि सरकार कितने पैसे गांवों के विकास पर खर्च करती है और कितना गांवों तक पहुंचता है। लिहाजा, जहां तक संभव हो पूरे आंकड़े देने की कोशिश करनी चाहिए। रिपोर्टिंग में आंकड़े तभी प्रभावशाली होंगे जब उनका इस्तेमाल सरल और स्पष्ट तरीके से किया जाए। उदाहरण के लिए अगर हम मानसून पर रिपोर्ट तैयार करते समय यह कहते हैं कि इस बार सामान्य से कम बारिश होगी, तो यहां हमें भी बताना चाहिए कि मानसून की बारिश कितनी कम होगी। कम बारिश का पैदावार और अर्थव्यवस्था पर क्या असर होगा। कमजोर मानसून से निपटने के लिए सरकार की क्या तैयारी है। ऐसे तमाम तथ्यों से उम्दा रिपोर्ट तैयार होगी।

आर्थिक रिपोर्टिंग में अलग-अलग मानकों को समझना जरूरी है। हमें आंकड़े को सरल शब्दों में पेश करना चाहिए। पूरी स्टोरी के दौरान समान मानक का इस्तेमाल करना चाहिए। कहीं कोई आंकड़ा डॉलर में तो कोई आंकड़ा रुपए में देने से परहेज करना चाहिए। जो आंकड़े आपको खुद समझ ना आए, उन्हें रिपोर्ट में शामिल न करें। आर्थिक अनुमानों का जिक्र करते समय स्रोत बताना जरूरी है। कभी-कभी निजी कंपनियां दावा करती हैं कि अमुक साल में 500 लोगों को नौकरियां दी गईं। लेकिन कंपनियां यह नहीं बताती कि उसी साल 500 लोगों की छंटनी भी कर दी थी। हो सकता है प्रमोशन के लिए कंपनी सिर्फ सकारात्मक चीजों का ही जिक्र करें। ऐसे में आर्थिक रिपोर्टर को ऐसी प्रमोशनल चीजों से बचना चाहिए और सच्चाई की पड़ताल करनी चाहिए। ऐसी खबरें जिनमें आंकड़े ज्यादा हों, को अधिक सरल बनाने के लिए चार्ट आदि का उपयोग करना चाहिए।

6. विकास समाचार: विकास पत्रकारिता का आधार दरअसल कृषि एवं ग्रामीण पत्रकारिता ही बनाती है। विकास संबंधी खबरों में उनके सार्थक पक्ष को रेखांकित करना चाहिए। जैसे एक पुल, बांध, पॉवर हाउस या सड़क के लोकार्पण कार्यक्रम में संवाददाता को इस बात को बताना चाहिए कि उस योजना से क्षेत्र को क्या लाभ होगा और कितने लोग लाभान्वित होंगे। सरकारी योजनाओं के क्रियान्वयन में कई बार लापरवाही की शिकायतें मिलती हैं, उसके लिए भी संबंधित विभाग का पक्ष जरूर लिया जाना चाहिए, जिससे समस्या के दोनों पहलू सामने आते हैं और शासन को सुधार का अवसर भी मिलता है। विकासपरक समाचारों का लेखन सही मायने में एक सही नजरिए से ही संभव हो पाता है। किसी भी योजना या विकास के काम से कुछ संख्या में लोगों को लाभ जरूर मिलता है।

खबर में इस तथ्य का रेखांकन किया जाना चाहिए कि इससे कितने लोगों को लाभ मिल रहा है, लाभ पाने वाली जनता का इस बारे में क्या कहना है, ताकि सरकार तक सही तस्वीर सामने जा सके। कई बार सही आंकलन न हो पाने से सही योजना और विकास के कामों पर विवाद खड़ा हो जाता है। एक सड़क, स्कूल या

सिंचाई की योजना अपने आप में उस पूरे इलाके में परिवर्तन का कारण बनती है। यह सोच लेकर चलना जरूरी है। उससे होने वाले लाभ के आधार पर अन्य उपेक्षित इलाकों में भी विकास की ललक पैदा की जा सकती है। क्योंकि वास्तविक विकास तभी संभव है जब हम-इसमें लोगों को सहभागी बना पाएं।

7. शैक्षणिक समाचार: शिक्षा जगत, शैक्षणिक संस्थाओं और संगठनों, स्कूल शिक्षा, उच्च शिक्षा विभाग तथा विद्यार्थियों व शिक्षकों से संबंधित गतिविधियाँ इस श्रेणी में आती हैं। इस तरह की खबरों के पाठक मुख्यतः स्कूल-कॉलेजों के शिक्षक, कर्मचारी, युवा छात्र-छात्राएँ तथा उनके अभिभावक होते हैं। इन दिनों सरकारी के अलावा प्राइवेट स्कूलों तथा कॉलेजों की भरमार है, जिनका संचालन व्यवसायिक तरीके से किया जाता है। नेगेटिव खबरों के मामले में इनके संचालक खबर अपनी मर्जी से बनवाने के लिए दबाव डालते हैं, जिसमें आए बिना तथ्यों के आधार पर खबर बनानी चाहिए। रिजल्ट की खबरों में यदि मेधावी छात्र-छात्राओं के नाम दिए जा रहे हैं, तो कोशिश करें कि किसी का नाम गलत न छपे और न ही किसी का नाम छूटे। इसके साथ ही ऐसी खबरों में यह भी देना चाहिए कि फेल विद्यार्थियों के सामने अब क्या विकल्प हैं।

स्कूल-कॉलेजों में शिक्षकों की कमी या अन्य समस्याओं पर खबर बनाते समय यह नहीं लगाना चाहिए कि किसी स्कूल या कॉलेज को टारगेट बनाया जा रहा है। स्कूल-कॉलेजों में एडमिशन के नियमों में आए बदलावों की खबरों में यह स्पष्ट होना चाहिए कि इससे किन स्टूडेंट्स पर क्या असर पड़ेगा। परीक्षा टाइम टेबल की खबरों को बनाने के बाद प्रिंटिंग के लिए देने से पहले यदि संभव हो, तो एक बार संबंधित अधिकारी से यह जरूर पूछ लें कि इसमें कोई बदलाव तो नहीं हुआ है। स्कूल, कॉलेजों की खेल और साँस्कृतिक गतिविधियों के टाइम टेबल से संबंधित खबरों में यदि यह भी दे दिया जाए, कि उस समय कौन-कौन सी परीक्षाएँ चलती रहेंगी, तो इससे खबरों में वजन आ जाता है। नकल प्रकरणों से संबंधित खबरों में छात्र-छात्राओं का नाम देने से बचें। स्टूडेंट्स के बीच कई शैक्षणिक संस्थाओं के नाम के शॉर्ट फॉर्म चलते हैं। उदाहरण स्वरूप बरकतउल्लाह यूनिवर्सिटी के लिए बी.यू., महात्मा गांधी महाविद्यालय के लिए एम.जी.एम. आदि। इन शॉर्ट फॉर्म का प्रयोग खबरों में किया जा सकता है।

8. कला संस्कृति समाचार: कला गतिविधियों, कलाकारों, कला संगठनों आदि से संबंधित समाचार इस श्रेणी में आते हैं। विभिन्न कला गतिविधियों के समाचारों का पाठक वर्ग संबंधित कला का जानकार होता है। इसलिए ऐसी खबरों में उस कला से संबंधित शब्दावली का प्रयोग किया जाना चाहिए। कला आयोजनों की खबरें इस तरह से बनाई जानी चाहिए कि जो पाठक उस कार्यक्रम में नहीं पहुँच सके थे, वे भी उसके बारे में जान सकें। कलाकारों, लेखकों से जब साक्षात्कार लिये जाते हैं, तो उनके जवाब की भाषा थोड़ी गूढ़ होती है।

भाषा का सौंदर्य और उसकी भावना बदले बिना उसे सरल भाषा में प्रस्तुत किया जाना चाहिए, हालाँकि यह काम किसी चुनौती से कम नहीं है। समीक्षात्मक खबरों में यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि अर्थ का अनर्थ न हो। पाक्षिक वेब पत्रिका 'अभिव्यक्ति' में प्रस्तुत एक लेख में लेखिका पूर्णिमा वर्मन ने लिखा है-छः ऐसे घटक होते हैं जिनका आयोजनों से संबंधित खबरों में पहले ही वाक्य में होना आवश्यक है। ये हैं, तिथि, नगर, स्थान, समय, आयोजक और कार्यक्रम। समाचार विशेषज्ञों का कहना है कि समाचार का प्रारंभ तिथि से होना चाहिए, दूसरे स्थान पर नगर, तीसरे स्थान पर स्थान का नाम, चौथे स्थान पर समय, पाँचवें स्थान पर आयोजक का नाम और छठे स्थान पर कार्यक्रम का नाम - इस क्रम का पालन किया जाना चाहिए। एक उदाहरण देखें-20 जनवरी 2008, दिल्ली के सृजन केन्द्र स्थित रवींद्र हॉल में, सायं 6.50 बजे से संगीतालय द्वारा संगीत संध्या का आयोजन किया गया। इस पंक्ति में उपरोक्त कथन का अक्षरशः पालन किया गया है।

9. सामाजिक समाचार: विभिन्न समाजों और सामाजिक संगठनों की गतिविधियों से संबंधित समाचार इस श्रेणी में आते हैं। जैसे-जैसे व्यक्ति और परिवारों की भूमिकाओं में बदलाव आ रहे हैं, सामाजिक संगठनों की

भूमिकाएँ महत्वपूर्ण होती जा रही हैं। सामाजिक खबरें बनाते समय यह ध्यान रखना चाहिए कि समाज निर्माण के काम में लगे संगठनों और व्यक्तियों का योगदान उन खबरों में छूटे नहीं। कुरीतियों के खिलाफ लिखना चाहिए, लेकिन यह भी ध्यान रखना चाहिए कि इससे वैमनस्य न फैले। हाँ, ये जरूर किया जा सकता है कि हम अपनी खबरों से ऐसी कुरीतियों को प्रोत्साहित न करें। विभिन्न संगठनों की खबरें बनाते समय यह जरूर देख लेना चाहिए कि वह खबर सिर्फ किसी संगठन की अंदरूनी गतिविधि से संबंधित है, या उसमें आम लोगों से संबंधित भी कुछ है। उसी पक्ष को प्रमुखता से उठाना चाहिए, जो आम जन से संबंधित हो। विभिन्न संगठनों द्वारा लगाए जाने वाले स्वास्थ्य परीक्षण कैंप, आयोजनों आदि की खबरों में आयोजन स्थल, तिथि, समय आदि की स्पष्ट जानकारी होनी चाहिए, ताकि ज्यादा से ज्यादा लोग उसका लाभ ले सकें। नकारात्मक खबरों में यदि किसी सामाजिक संगठन का पदाधिकारी शामिल हो, तो ऐसी स्थिति में उसके नाम के साथ समाज के नाम का उपयोग नहीं करना चाहिए।

अपने लेख 'समाचार लिखने की कला' में पूर्णिमा वर्मन समाचार लेखन को कुछ इस प्रकार समझाती हैं।

पहला वाक्य

समाचारों का पहला वाक्य सबसे महत्वपूर्ण होता है। इसमें छह ऐसे घटक होते हैं जिनका पहले ही वाक्य में होना आवश्यक है। ये छह घटक हैं, तिथि, नगर, स्थान, समय, आयोजक और कार्यक्रम। समाचार विशेषज्ञों का कहना है कि समाचार का प्रारंभ तिथि से होना चाहिए, दूसरे स्थान पर नगर, तीसरे स्थान पर स्थान का नाम, चौथे स्थान पर समय, पाँचवें स्थान पर आयोजक का नाम और छठे स्थान पर कार्यक्रम का नाम - इस क्रम का पालन किया जाना चाहिए। यँ तो समाचार लिखते समय अनायास ही इस नियम का पालन हो जाता है और थोड़ा बहुत आगे पीछे होने से अंतर नहीं पड़ता, लेकिन इस नियम पर ध्यान दें तो समाचार लिखना बहुत आसानी से और जल्दी हो जाता है। एक उदाहरण देखें- 20 जनवरी 2008, दिल्ली के सृजन केन्द्र स्थित रवींद्र हॉल में, सायं 6:50 बजे संगीतालय द्वारा संगीत संध्या का आयोजन किया गया। इस पंक्ति में उपरोक्त कथन का अक्षरशः पालन किया गया है।

| क्रम | समाचार अंश | घटक | नियम |
|------|------------------------------------|-----------|--|
| 1. | 20 जनवरी 2008 | तिथि | समाचार का प्रारंभ तिथि से होना चाहिए। |
| 2. | दिल्ली के | नगर | दूसरे स्थान पर नगर का नाम होना चाहिए। |
| 3. | सृजन केन्द्र स्थित रवींद्र हॉल में | स्थान | तीसरे स्थान पर स्थान का नाम होना चाहिए। |
| 4. | सायं 6:50 बजे | समय | चौथे स्थान पर समय दिया जाना चाहिए। |
| 5. | संगीतालय द्वारा | आयोजक | पाँचवें स्थान पर आयोजक का नाम होना चाहिए। |
| 6. | संगीत संध्या का आयोजन कार्यक्रम | कार्यक्रम | छठे स्थान पर कार्यक्रम का नाम दिया जाना चाहिए। |

इस प्रकार उपरोक्त समाचार के पहले वाक्य में कार्यक्रम से संबंधित छहों प्रमुख घटकों का विवरण दे दिया गया है। सुविधा के लिए इस वाक्य की प्रतिलिपि बनाकर रखी जा सकती है और समाचार लिखते समय घटकों में परिवर्तन किया जा सकता है। इससे समाचार का पहला वाक्य तो जल्दी तैयार हो ही जाएगा, भाषा की शुद्धता में भी गड़बड़ी नहीं होगी।

समाचार का प्रारंभ

समाचार के दूसरे वाक्य में पहले वाक्य के बाद कार्यक्रम से संबंधित कुछ और महत्वपूर्ण तथ्य दिए जाने चाहिए, पर यह भी ध्यान रखना चाहिए कि तथ्यों का विस्तार न हो।

उदाहरण के लिए- यह कार्यक्रम माननीय संगीत गुरु महादेव शास्त्री की स्मृति में उनकी जयंती के रूप में आयोजित किया जाता है, जिसमें नगर के प्रमुख गायक भाग लेते हैं। इस वर्ष उनकी 100वीं जयंती का विशेष आयोजन किया गया था, अतः उपस्थित श्रोताओं को देश के 10 श्रेष्ठ गायकों को सुनने का अवसर मिला। कार्यक्रम के मुख्य अतिथि महापौर संजय आचार्य थे। संचालन सुदेश भटनागर ने किया और धन्यवाद ज्ञापन संगीतालय के अध्यक्ष डॉ. कमलेश गौतम ने किया।

ध्यान दिया जाय तो यह देखा जा सकता है कि उपरोक्त पंक्तियों में कार्यक्रम के उद्देश्य और प्रमुख घटनाओं का वर्णन किया गया है। यह भी ध्यान देने की बात है कि कार्यक्रम के उद्देश्य को अत्यंत संक्षिप्त और सारगर्भित रखा गया है। इसमें कोई निरर्थक वर्णन या विशेषण अपनी ओर से नहीं जोड़े गए हैं। समाचार का पहला अनुच्छेद 4-5 वाक्यों से अधिक बड़ा नहीं होना चाहिए।

किसी भी कार्यक्रम की तीन प्रमुख घटनाएँ प्रारंभ, संचालन और धन्यवाद ज्ञापन होती हैं। प्रारंभ करने वाला स्वागत भाषण पढ़ता है अतः उसका नाम, संचालक का नाम और धन्यवाद ज्ञापन करने वाले का नाम महत्वपूर्ण है, अतः इन्हें नहीं भूलना चाहिए। इसके अतिरिक्त मुख्य अतिथि या सभापति का नाम भी देना आवश्यक है।

समाचार का मध्य

समाचार के मध्य में कार्यक्रम के आकार के अनुसार एक दो अथवा तीन अनुच्छेद लिखे जा सकते हैं। पहले अनुच्छेद में कार्यक्रम का वर्णन होना चाहिए, जैसे- कार्यक्रम का प्रारंभ मुख्य अतिथि द्वारा दीप प्रज्ज्वलन तथा संगीतालय के छात्र-छात्राओं द्वारा प्रस्तुत की गई सरस्वती बंदना से हुआ। इसके पश्चात संगीतालय के उपाध्यक्ष रामकृष्ण सहाय ने अपने स्वागत भाषण में संस्था के वार्षिक कार्यक्रमों का विवरण दिया, मुख्य अतिथि ने अपने संबोधन में समाज में संगीत की शिक्षा के महत्व पर प्रकाश डाला और गायकों ने अपनी रसमय प्रस्तुति दी। संगीतालय की प्रधानाचार्या सुषमा अवस्थी के धन्यवाद ज्ञापन के बाद रात्रिभोज परोसा गया।

इस उदाहरण में देखा जा सकता है कि कार्यक्रम को आदि से अंत तक संक्षेप में लगभग 5 वाक्यों या 10 पंक्तियों में कैसे समेटा जाए। ध्यान देने की बात यह है कि कोई महत्वपूर्ण नाम, घटना या कार्य छूट न जाए।

इसके बाद के अनुच्छेद में कार्यक्रम की संक्षिप्त समीक्षा या कार्यक्रम से संबंधित अन्य विवरण दिये जा सकते हैं। उदाहरण के लिए एक अनुच्छेद में उपरोक्त 10 गायकों के नाम और परिचय की एक-एक या दो-दो पंक्तियाँ हो सकती हैं। एक गायक के विषय में एक पंक्ति और दूसरे के विषय में 10 पंक्ति ऐसा असंतुलन नहीं होना चाहिए। यदि एक के विषय में एक वाक्य लिखा जाए, तो दूसरों के विषय में भी एक ही वाक्य लिखा जाए। यदि एक के विषय में दो वाक्य लिखे जाएँ तो सभी के विषय में दो वाक्य लिखने चाहिए। अनिवार्य रूप से 'महान गायक', 'विह्वल कर देने वाली प्रस्तुति' इत्यादि विशेषण नहीं जोड़े जाने चाहिए। इनके स्थान पर कुछ ऐसी जानकारी देनी चाहिए, जो पाठकों लिए रोचक हो और तथ्यपरक हो।

समाचार का समापन

कार्यक्रम के अंत में कुछ बातें विशेषरूप से ध्यान देकर लिखें। कार्यक्रम में भाग लेने कौन-कौन विशेष व्यक्ति आए थे, कौन-कौन सामान्य व्यक्ति आए थे। कार्यक्रम में ऐसा क्या विशेष था, जो सामान्य रूप से दूसरे कार्यक्रमों में नहीं होता है। कार्यक्रम का संपूर्ण प्रभाव कैसा रहा। उदाहरण के लिए-

कार्यक्रम में नगर के लोकप्रिय गायक नरेश कुमार, आकाशवाणी व दूरदर्शन के अनेक संगीतकार, चित्रकार श्यामललित सहित संगीतालय के छात्र, उनके अभिभावक तथा संगीत प्रेमी उपस्थित थे। कार्यक्रम समय

पर प्रारंभ हुआ और सफलतापूर्वक संपन्न हुआ। शास्त्रीय गायन के इस तीन घंटे लंबे कार्यक्रम को श्रोताओं में मुग्ध होकर सुना और सहृदयता से सराहा।

सुझाव-

हिन्दी पत्र या पत्रिका के लिए समाचार अंग्रेजी में लिखकर कभी न भेजें। यह अपेक्षा न करें कि संपादक अंग्रेजी समाचार का अनुवाद कर के प्रकाशित करेंगे। समाचारों में किसी भी व्यक्ति की लंबी-लंबी प्रशंसा न भरें। समाचार लिखना सामाजिक रूप से कड़े उत्तरदायित्व का काम है, इसलिए समाचार का संतुलित और पक्षपातरहित होना आवश्यक है। समाचार लेखक को ध्यान रखना चाहिए कि वे समाचार लिख रहे हैं कोई निबंध नहीं, तदनुसार एक समाचार को किसी भी हाल में 1000 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए।

उदाहरण-1, समाचार एजेंसी हिंदुस्थान समाचार द्वारा 8 फरवरी, 2016 को प्रेषित समाचार

सिंहस्थ पूर्व शिप्रा तट पर दिखा सिंहस्थ सा नजारा

उज्जैन, 8 फरवरी (हि.स.)। सोमवार को शिप्रा तट पर सिंहस्थ के पूर्व दिखा सिंहस्थ सा नजारा। घाटों पर हर तरफ श्रद्धालु ही नजर आ रहे थे। मौका था सोमवती अमावस्या का। रामघाट सहित सोमतीर्थ कुण्ड पर श्रद्धालुओं ने स्नान के पश्चात सामेश्वर महादेव के दर्शन कर पुण्यलाभ लिया। इस दौरान घाटों पर सुरक्षा के पुख्ता इंतजाम किए गए थे। वहीं महापौर ने भी रामघाट एवं सोमतीर्थ कुण्ड पहुंचकर व्यवस्थाओं का जायजा लिया।

सोमवार को सोमवती और मौनी अमावस्या एकसाथ होने के कारण शिप्रा नदी के घाटों पर श्रद्धालुओं की भारी भीड़ नजर आई। जिससे सिंहस्थ पूर्व ही शिप्रा के घाटों के साथ-साथ शहर में सिंहस्थ जैसा नजारा दिखाई दिया। जिला प्रशासन ने शिप्रा सभी घाटों पर सुरक्षा के पुख्ता इंतजाम किए थे। होमगार्ड जवान लगातार नदी में बोट की सहायता से स्नान करने वाले श्रद्धालुओं पर नजर रखे हुए थे। दूर-दूर से आए श्रद्धालुओं ने तर्पण और पूजा एकसाथ की। ज्योतिषियों के अनुसार यह दुर्लभ संयोग सोमवार को शाम 5 बजे तक रहा।

सोमकुण्ड पर फव्वारा स्नान

सोमतीर्थ कुण्ड पर पानी कम होने के कारण जिला प्रशासन ने एक दिन पहले ही यहां फव्वारे लगवा दिए थे। सोमवार को हजारों की संख्या में श्रद्धालुओं ने सोमकुण्ड में स्नान करने के पश्चात फव्वारों में भी स्नान किया। इसके बाद श्रद्धालुओं ने कुण्ड के समीप स्थित सोमेश्वर महादेव मंदिर में पूजन अर्चन कर दर्शन लाभ लिया।

मुस्तैद रहे होमगार्ड

शिप्रा नदी में स्नान करने आए श्रद्धालुओं के साथ कोई अनहोनी न हो इसके लिए जिला प्रशासन ने शिप्रा के घाटों पर होमगार्ड जवानों को तैनात किया था। जबकि तीन से चार बोट में सवार होकर होमगार्ड जवान और गोताखोर लगातार श्रद्धालुओं पर नजर रखे हुए थे।

पीपल के पेड़ पर बांधे रक्षा सूत्र

शिप्रा स्नान के पश्चात महिलाओं ने पीपल के पेड़ का पूजन कर उस पर रक्षा सूत्र भी बांधा। ज्योतिषाचार्यों के अनुसार सोमवती और मौनी अमावस्या का यह दुर्लभ संयोग था। यह स्नान सूर्यग्रहण स्नान के समकक्ष माना जाता है। इस दौरान श्रद्धालुओं को ईश्वर की आराधना और पूजन-पाठ करना चाहिए।

बस और ट्रेनों में रही भीड़

सोमवती अमावस्या पर स्नान के लिए शहर एवं आसपास के ग्रामीण अंचलों के साथ-साथ सीमावर्ती जिलों के श्रद्धालु भी एक दिन पूर्व ही उज्जैन आ गए थे। इस कारण शहर में खासी भीड़भाड़ रही। अधिक भीड़ होने

के कारण यातायात के साधनों पर भी दबाव रहा। यात्री बस और ट्रेनों में आम दिनों की अपेक्षा यात्रियों की अधिक भीड़ दिखाई दी। बस में जहां यात्रियों ने छत पर बैठकर सफर किया वहीं ट्रेनों में जगह पाने के लिए जद्दोजहद करनी पड़ी। इस दौरान कई लोगों ने ट्रेन के गेट पर खड़े होकर भी यात्रा की।

हिन्दुस्थान समाचार / ललित / उमेद

उदाहरण-2, मध्यप्रदेश जनसंपर्क विभाग द्वारा भेजा गया समाचार

श्रद्धा-निधि का फायदा अब आश्रित पत्नी को भी

जनसंपर्क मंत्री श्री शुक्ल की अध्यक्षता में हुई विभागीय परामर्शदात्री समिति की बैठक

भोपाल = 18 मार्च, 2016

जनसंपर्क एवं ऊर्जा मंत्री श्री राजेन्द्र शुक्ल ने कहा है कि प्रदेश में वरिष्ठ पत्रकारों को दी जा रही श्रद्धा-निधि नियम में संशोधन किया जा रहा है। अब श्रद्धा-निधि का फायदा पत्रकार की मृत्यु के बाद उनकी पत्नी को दिया जायेगा। श्री शुक्ल आज विधानसभा में विभागीय परामर्शदात्री समिति की बैठक को संबोधित कर रहे थे। बैठक में सदस्य विधायक सर्वश्री अशोक ईश्वरदास रोहाणी, सुंदरलाल तिवारी, रमेश मेंदोला और कल्याण सिंह ठाकुर भी मौजूद थे।

जनसंपर्क मंत्री श्री शुक्ल ने बताया कि इस वर्ष से प्रदेश में पत्रकारों को दिये जाने वाले सम्मान की श्रेणी में राज्य-स्तरीय टेलीविजन पत्रकारिता एवं केमरामेन सम्मान को भी शामिल किया गया है। वर्तमान में प्रदेश में श्रेष्ठ पत्रकारिता को सम्मानित करने के लिये 3-3 राष्ट्रीय एवं राज्य-स्तरीय सम्मान और 7 आंचलिक सम्मान दिये जा रहे थे। उन्होंने कहा कि आंचलिक पत्रकारों के कल्याण के लिये राज्य सरकार द्वारा हरसंभव प्रयास किये जायेंगे। श्री शुक्ल ने बताया कि तहसील-स्तर तक पत्रकारों की कार्यशालाएँ आयोजित की जा चुकी हैं। इनमें सांसद और स्थानीय प्रतिनिधियों को आमंत्रित किया गया था। इसी तरह की कार्यशालाएँ वर्ष 2016-17 में भी की जायेगी।

प्रमुख सचिव, जनसंपर्क श्री एस.के. मिश्रा ने पूर्व में आयोजित विभागीय परामर्शदात्री समिति बैठक का पालन-प्रतिवेदन प्रस्तुत किया। उन्होंने बताया कि जनसंपर्क विभाग ने लोक सेवा प्रदाय गारंटी अधिनियम के व्यापक प्रचार-प्रसार के लिये अभियान चलाया। साथ में प्रभावपूर्ण सामग्री का प्रकाशन भी किया। वरिष्ठ पत्रकारों को दी जाने वाली श्रद्धा-निधि की राशि रुपये 5000 में वृद्धि का प्रस्ताव विचाराधीन है।

परामर्शदात्री समिति के सदस्यों ने आंचलिक पत्रकारों के आर्थिक हितों को संरक्षित करने के लिये विभाग से आवश्यक कार्यवाही किये जाने का आग्रह किया। आयुक्त, जनसंपर्क श्री अनुपम राजन ने समिति सदस्यों का आभार व्यक्त किया। बैठक में संचालक जनसंपर्क श्री अनिल माथुर एवं विभाग के वरिष्ठ अधिकारी मौजूद थे।

सरकारी विज्ञप्ति में ध्यान देने योग्य बातें :-

जनसंपर्क विभाग द्वारा विज्ञप्ति के तौर पर जारी किए गए इस समाचार में जानकारी तो पूरी है, लेकिन सामान्यतः ऐसे समाचारों में सरकारी पक्ष को उभारा जाता है और विस्तार पूर्वक दिया जाता है। इनसे समाचार बनाते समय इसे संपादित कर लेना चाहिए। इसके अलावा इसमें व्यक्तियों के नामों के पहले 'श्री' जैसा आदरसूचक शब्द लगाया जाता है, जो सामान्यतः अखबारों में दिए जाने वाले समाचारों में प्रयोग नहीं किया जाता। इसलिए समाचार बनाते समय इसे हटा देना चाहिए। इसी प्रकार यदि समाचार से संबंधित अन्य जानकारी भी संवाददाता के पास हो, जैसे-समाचार से संबंधित पूर्व का इतिहास, कोई घटना, कोई अन्य सूचना जो समाचार से जुड़ती हो, तो उसे विज्ञप्ति

प्राप्त समाचार के साथ या अपना स्वतंत्र समाचार बनाते समय उसमें जोड़ देना चाहिए। कई अनुभवी संवाददाता जनसंपर्क से प्राप्त समाचार का उपयोग एक सूचना के तौर पर ही करते हैं। वे इसमें अपने पास उपलब्ध जानकारी को जोड़कर अपना समाचार बनाते हैं।

इसी प्रकार अन्य राजनीतिक, आर्थिक, ज्योतिष, कला, संस्कृति, अपराध, प्रशासन, शिक्षा इत्यादि से संबंधित खबरों को देखा जा सकता है।

(3.3) फीचर

लेखन (रूपक)

रूपक या फीचर (feature story) लोगों को रुचिकर लगने वाला ऐसा कथात्मक लेख है जो तात्कालिक समाचार से अलग विशेष लोग, स्थान, या किसी घटना पर केन्द्रित होता है। विस्तार की दृष्टि से देखें, तो रूपक या फीचर बहुत गहराई लिए होता है। फीचर लेखन तथा उसका प्रस्तुतिकरण पत्रकारिता में अत्यधिक महत्वपूर्ण हो गया है। समाचार अगर अखबार की रीढ़ है, तो फीचर उसका सौन्दर्य बढ़ाने वाली शक्ति। समाचार पत्रों में समाचार जहाँ तात्कालिक घटनाओं का तत्स्थपूर्ण अभिलेख होता है, वहीं रूपक यानी फीचर समाचार के तत्काल स्वरूप से अलग उसका विस्तार, उसका सचित्र प्रस्तुतिकरण या उससे जुड़े सम्पूर्ण घटनाक्रम का विवरण प्रस्तुत करता है। स्थानाभाव के कारण समाचार लेखन में शब्दों की सीमा तय की जाने लगी है और पत्रकार को उसका पालन करना होता है। ऐसे में फीचर एक मददगार के तौर पर काम करता है। फीचर में ग्राफिक्स, चित्रों, रेखाचित्रों और संक्षिप्त प्रस्तुतिकरण के जरिए कम जगह में बहुत कुछ कहा, लिखा या प्रस्तुत किया जा सकता है। शब्दों और स्थान की सीमा के चलते अब फीचर भी संक्षिप्त होने लगे हैं। ऐसे में फीचर लेखन के तकनीकी पक्ष का ज्ञान होना अत्यंत आवश्यक है। फीचर में समाचार के विस्तार को ही एक विशेष तकनीक के साथ प्रस्तुत किया जाता है। इसके लिए फीचर लेखक को यह पता करना होता है कि समाचार का मुख्य विषय या मुख्य पात्र कौन है? समाचार के मुख्य विषय के साथ जुड़े प्रमुख तत्व क्या हैं? लेखक को इस सबको प्रस्तुत करते समय उसमें व्यक्तिगत स्पर्श भी देना होता है। मानवीय भावनाओं के स्पर्श के साथ-साथ मनोरंजक ढंग से प्रस्तुत फीचर अधिक लोकप्रिय होते हैं, क्योंकि उनसे विषय के सम्पूर्ण तत्स्थों की जानकारी के साथ-साथ पाठक, श्रोता या दर्शक का मनोरंजन भी होता है।

लेखन की सावधानियाँ: फीचर लेखन एक कलात्मक काम है और किसी भी पत्रकार को अच्छा फीचर लेखक बनने के लिए निम्न सावधानियाँ रखनी चाहिए।

1. जिस विषय, घटना, व्यक्ति आदि पर फीचर लिखा जा रहा है, उसका गंभीरता से अध्ययन कर उसके हर पहलू को अच्छी तरह समझ लेना चाहिए।

2. इस बात का प्रयास करना चाहिए कि फीचर सामयिक हो। ऐसा करने से पाठक उस विषय के संपर्क में रहता और उसे फीचर को समझने में आसानी होती है।

3. फीचर लिखते समय उसमें सूक्तियों, मुहावरों और उदाहरणों का इस्तेमाल जरूर करना चाहिए। इनके प्रयोग से उसे और भी ज्यादा पठनीय बनाया जा सकता है।

4. फीचर लिखने की शैली ऐसी होनी चाहिए कि उसमें रोचकता बनी रहे। किसी अच्छे फीचर के लिए यह जरूरी है कि वह मनोरंजक होने के साथ-शिक्षाप्रद भी हो।

5. फीचर की विश्वसनीयता बनाए रखने के लिए छायाचित्रों, रेखाचित्रों, आंकड़ों आदि का भी उसमें पर्याप्त इस्तेमाल करना चाहिए। इन्हें इस तरह से संयोजित करना चाहिए कि ये मूल सामग्री में टूटने न लगे।

फीचर एक ऐसी विधा है, जिसे लिखने के कोई खास नियम या प्रक्रिया नहीं होती। हमारे देश में फीचर विधा का विकास पश्चिमी देशों के बाद हुआ। आजादी के बाद और आपातकाल की समाप्ति पर प्रिंट मीडिया ने जीवन को उसकी समग्रता में देखने और समझने का काम तेजी से शुरू कर दिया था। इसीलिए हमारी फीचर लेखन प्रक्रिया पर विदेशों का प्रभाव तो है, लेकिन एक विशिष्ट शैली भी है। प्रिंटिंग के अत्याधुनिक साधनों और टेक्नोलॉजी में आए बदलावों ने फीचर को और भी ज्यादा प्रभावी, उपयोगी तथा महत्वपूर्ण बना दिया है। सामान्यतः फीचर लिखने का मुख्य नियम यह है कि फीचर आकर्षक, तथ्यात्मक और मनोरंजक होना चाहिए। मोटे तौर पर फीचर लेखन के लिए 5 मुख्य बातों का ध्यान रखा जाता है-

1. तथ्यों का संग्रह: जिस विषय या घटना को फीचर लिखने के लिए चुना गया है, उससे जुड़े तथ्यों को एकत्रित करना सबसे महत्वपूर्ण काम है। तथ्यों और जानकारी को जुटाए बिना फीचर की रचना हो ही नहीं सकती। हमारे पास जितनी अधिक जानकारी होगी, फीचर भी उतना ही उपयोगी और रोचक बनेगा। तथ्यों का संग्रह करते समय इस बात का भी खास ध्यान रखा जाना चाहिए कि तथ्य मूल स्रोत से जुटाए जाएं और वह एकदम सही हों। यदि कोई तथ्य गलत होगा, तो फीचर का प्रभाव ही उल्टा हो जाता है।

2. फीचर का उद्देश्य: फीचर लेखन का दूसरा महत्वपूर्ण बिन्दु फीचर का उद्देश्य तय करना है। किसी घटना या विषय पर लिखे जाने वाले फीचर का उद्देश्य तय किए बिना फीचर लेखन स्पष्ट नहीं हो सकता। मान लीजिए आप किसी दुर्घटना पर फीचर लिख रहे हैं, तो ऐसी स्थिति में यह तय करना जरूरी है कि दुर्घटना के किस पहलू पर फीचर लिखा जाना है, दुर्घटना के इतिहास पर, दुर्घटना के प्रभावों पर, दुर्घटना की रोकथाम के तरीकों पर या दुर्घटना के यांत्रिक पहलू पर। एक बार फीचर का उद्देश्य तय हो जाए तो समझिए फीचर लेखन का चौथाई काम पूरा गया।

3. प्रस्तुतिकरण: फीचर लेखन का अत्यन्त महत्वपूर्ण पक्ष उसका प्रस्तुतिकरण है। फीचर लिखते समय इस बात का खास ध्यान रखा जाना चाहिए कि फीचर मनोरंजक हो। उसे सरस और सुबोध ढंग से प्रस्तुत किया जाए। तथ्यों और आंकड़ों का प्रस्तुतिकरण सहज हो। यह भी ध्यान रखना चाहिए कि तथ्यों की अधिकता से फीचर की पठनीयता प्रभावित न हो।

4. हैडिंग और इंट्रो: जिस तरह किसी अच्छे समाचार की हैडिंग बनाने और उसका इंट्रो लिखने में खासी मशकत की जाती है, उसी तरह अच्छे फीचर का शीर्षक (हैडिंग) और आमुख (इंट्रो) भी उपयुक्त ढंग से लिखा जाना चाहिए। अच्छे शीर्षक से पाठक सहज रूप से फीचर की ओर आकर्षित हो जाता है। इसके विपरीत यदि हैडिंग आकर्षक नहीं है, तो हो सकता है कि पाठक का ध्यान उसकी तरफ आकर्षित ही न हो। इसी तरह सही तरीके से लिखा गया इंट्रो भी पाठक को बांध सकता है। बेतरतीब ढंग से लिखे आमुख के कारण पाठक में अरुचि पैदा हो सकती है। हैडिंग में यह विशेषता होनी चाहिए कि वह पाठक को आकर्षित कर सके, उसके मन में पढ़ने की जिज्ञासा पैदा कर दे और सार्थक भी हो। सिर्फ शब्दों की तुकबन्दी या शब्दों के ध्वन्यात्मक प्रभावों की अधिकता के प्रयोग से भी बचा जाना चाहिए।

5. साज सज्जा: लेखन का काम तब तक अधूरा माना जाता है, जब तक कि उसकी पर्याप्त साज सज्जा पूरी न हो जाए। फीचर के साथ इस्तेमाल होने वाले चित्रों, रेखाचित्रों और ग्राफिक्स का चयन भी फीचर रचना का

एक जरूरी पहलू है। छपाई की आधुनिक तकनीक के कारण फीचर की साज सज्जा अब पहले की तुलना में काफी आसान हो गई है। इसके साथ ही उसमें तरह-तरह के प्रयोग करने की गुंजाइश भी बढ़ गई है।

फीचर लेखन की संरचना

विषय प्रतिपादन या भूमिका: इस भाग में फीचर के अंतर्गत जिस विषय की व्याख्या की जाने वाली है, उसका संक्षिप्त परिचय दिया जाता है। इसकी शुरुआत कई प्रकार से की जा सकती है। किसी प्रसिद्ध कहावत या उक्ति से, विषय के केन्द्रीय पहलू का चित्रात्मक वर्णन करके, घटना की नाटकीय प्रस्तुति करके, विषय से संबंधित कुछ सवाल पूछकर। भूमिका की शुरुआत किसी भी तरह की जाए, इसकी शैली रोचक होनी चाहिये। मुख्य विषय का परिचय इस तरह से देना चाहिये कि वह पूर्ण तो लगे, लेकिन उसमें से कुछ ऐसा छूट भी जाए, जिसे जानने की जिज्ञासा में पाठक पूरा फीचर पढ़ने को विवश हो जाए।

विषय वस्तु की व्याख्या: फीचर की भूमिका लिखने के बाद फीचर के विषय या मूल भावना की व्याख्या की जाती है। लेखन के इस चरण में फीचर के मुख्य विषय के सभी पहलुओं की अलग-अलग व्याख्या की जाना चाहिये। लेकिन यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि सभी पहलुओं की प्रस्तुति में एक प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष क्रमबद्धता बनी रहे। फीचर को दिलचस्प बनाने के लिये उसमें मार्मिकता, कलात्मकता, जिज्ञासा, उत्तेजना, नाटकीयता आदि का पुट देना चाहिये।

निष्कर्ष: फीचर संरचना के इस चरण में मुख्य विषय की समीक्षा की जाती है। इस भाग में फीचर लेखक विषय को संक्षेप में प्रस्तुत कर पाठकों की समस्त जिज्ञासाओं को समाप्त करते हुये फीचर का समापन करता है। साथ ही वह पाठकों के लिये कुछ सवालों को अनुत्तरित भी छोड़ सकता है। साथ ही कुछ नये विचार सूत्र पाठकों के सामने रख सकता है, जिससे पाठक उन पर विचार करे।

फीचर के प्रकार

फीचर किसी भी व्यक्ति, घटना या विषय के ऊपर लिखे जा सकते हैं। इसलिए विषयवस्तु के आधार पर इनके कई प्रकार हो सकते हैं। लेकिन लेखन प्रक्रिया के आधार पर इसे निम्नलिखित प्रकारों में विभाजित किया जा सकता है।

1. व्यक्तिपरक फीचर
2. सूचनात्मक फीचर
3. विवरणात्मक फीचर
4. विश्लेषणात्मक फीचर
5. साक्षात्कार फीचर
6. इनडैपथ फीचर
7. विज्ञापन फीचर
8. अन्य फीचर

रूपक के उदाहरण

पर्यटन विषय पर यह फीचर श्रीगोपाल नारसन ने लिखा है, उदाहरण के रूप में इसे देखा जा सकता

है।

वास्तुकला की बेजोड़ मांडू कारीगरी

मध्य प्रदेश का प्राचीनतम शहर माण्डू पर्यटन की दृष्टि से एशिया स्तर पर सर्वोत्तम माना जाता है। यह शहर न सिर्फ ऐतिहासिक है, अपितु यहां के भवन वास्तुकला की दृष्टि से भी अद्भुत कहे जाते हैं। मालवा के पठार क्षेत्र में बसा माण्डू पूर्वी देशांतर रेखा से 75 डिग्री-25 डिग्री व उत्तरी अक्षांश से 22 डिग्री 15 डिग्री पर विध्यांचल के दक्षिण किनारे पर स्थित है। यह समुद्री तल से 633.7 मीटर ऊंचाई पर अपने आभा मण्डल से पर्यटकों को आकर्षित कर रहा है।

माण्डू की सबसे बड़ी पहचान यहां का दुर्ग है जो क्षेत्रफल की दृष्टि से चित्तौड़ के दुर्ग से भी बड़ा है। इस दुर्ग की परिधि 23.3 किमी है जिसके अंदर का भाग टापू जैसा दिखाई पड़ता है। इसके चारों तरफ परकोटे बने हुए हैं। दुर्ग के पर्वतीय किनारे की तरफ 30 फीट ऊंचाई की दीवार बनी हुई है जो वास्तुकला का अद्भुत नमूना है।

छठी एवं सातवीं शताब्दी में महाराज हर्षवर्धन ने चीनी यात्री ह्येनसांग की सहायता से यहां संस्कृत विश्वविद्यालय की स्थापना की थी। यह विश्वविद्यालय भवन अशर्फी महल के नाम से विख्यात है। यहां के कई भव्य भवन जहां जैन पंथ के आधिपत्य का एहसास कराते हैं, वहीं परमार एवं मुगल शासकों द्वारा यहां वास्तुकला की बेजोड़ कारीगरी का प्रदर्शन करती इमारतें बनवाई गईं।

माण्डू को अतीत में तीन सौ वर्षों तक राजधानी के रूप में विकसित होने का भी गौरव प्राप्त है। इस पर पहले परमार शासकों का और फिर लम्बे समय तक मुगल सुल्तानों का साम्राज्य रहा। यहां मौजूद विजय स्तम्भ अपने सात मंजिला स्वरूप में आज भी पर्यटकों का मन मोह लेता है। इसका निर्माण सन् 1436ई. में महमूद खिलजी द्वारा मेवाड़ के राणा के बन्दीगृह से मुक्त होने की खुशी में कराया गया था।

बताया जाता है माण्डू शहर की उत्पत्ति पारस नाम के पत्थर से हुई थी, जिसके बारे में कहा जाता है कि एक बार चारा काट रहे मजदूर की द्राती (हंसिया) अचानक पारस रूपी पत्थर से टकराने पर सोने की हो गई थी। मजदूर ने यह पारस एक शिल्पी को दे दिया। शिल्पी से माण्डू के राजा जयदेव सिंह के पास और राजा जयदेव सिंह के पास से राज पुरोहित के पास जाकर बाद में नर्मदा की भेंट चढ़ गया था। पठान वंश के अंतिम शासक बाज बहादुर के ध्रुपद गायिका रूपमती के प्रणय प्रसंगों की स्थली माण्डू में स्मारकों के अम्बार लगे हैं। यहां के 48 स्मारकों को शासकीय संरक्षण पुरातत्व विभाग द्वारा दिया गया है। इन स्मारकों में काकड़ा खोह (सन्त रविदास कुण्ड), सात कोठड़ी, आलमगीर दरवाजा, भंगी दरवाजा, दिल्ली दरवाजा, हाथी पोल दरवाजा, नाहर झरोखा, दिलावर खां की मस्जिद, हमाम घर, नाटक घर, शाही महल, जल महल, हिण्डोला महल, चम्पा बावड़ी, गदाशाह की दुकान, जहाज महल, तवेली महल, गदाशाह महल, होशंगशाह का मकबरा, जामा मस्जिद, अशर्फी महल, श्री दिगम्बर जैन मंदिर, श्रीराम मंदिर, श्रेताम्बर जैन तीर्थ, रूपमती मण्डप, बाजबहादुर महल, दाई का महल, रेवा कुण्ड, मलिक मुगीथ मस्जिद, नीलकंठ मंदिर, दरियां खां का मकबरा, केनवान सराय, हाथी पगा महल, चिश्ती खां महल, बूढ़ी माण्डू, छप्पन महल, आल्हा उदल की सांग, सोनगढ़ दरवाजा, रामगोपाल दरवाजा, लवानी गुफा, लाल बंगला, मुन्ज सागर, भगवान्या दरवाजा आदि अनेक स्मारक भवन ऐसे हैं जो इतिहास की न सिर्फ धरोहर हैं अपितु पर्यटकों, इतिहासकारों तथा वास्तुकला प्रेमियों के लिए ज्ञान का भण्डार भी हैं।

यही वह स्थली है जहां बांव वांन फल पाया जाता है। यह फल एक विशेष प्रकार की इमली है जिसके खाने से प्यास बुझ जाती है इसीलिए इस इमली का उपयोग रेगिस्तान में बहुतायत में किया जाता है। माण्डू की दिलावर खां की मस्जिद की विशेषता कुछ अलग ही है। यह मस्जिद लाल पत्थर से शिल्पकारों द्वारा हिंदू शैली में बनाई हुई है। इसके स्तम्भों में कमल, बेलबूटे, घण्टी चित्र तराशे हुए हैं। इस मस्जिद में महिलाओं का प्रवेश वर्जित

माना गया है। जबकि ग्यासशाह खिलजी द्वारा काले पत्थर से बनवाया गया शाही महल पुरातन काल का वातानुकूलित महल है जिसको ठण्डा रखने के लिए दीवारों के बीच से पानी की पाइप लाइन ले जाई गई थी।

उदाहरण 2, मंगलवार मार्च 8, 2016 एनडीटीवी इंडिया से लिया जा रहा है, जोकि स्वास्थ्य संबंधी फीचर पर केंद्रित है।

तनाव को दूर कर, अपने दिल का यूं रखें ख्याल : क्षिप्रा जैन

अक्सर लोगों को कहते देखा गया है कि महिलाओं में सहनशीलता का अभाव होता है। लेकिन अगर महिलाओं की ही नजर से देखा जाए, तो वह पुरुषों से कहीं ज्यादा सहनशील होती हैं। ऑफिस और घर को एक साथ संभालने के साथ ही बच्चों को भी अपना समय देना कोई आसान नहीं होता। अपने इस व्यस्त शेड्यूल में वह सभी के लिए समय निकाल लेती हैं, लेकिन खुद को अनदेखा कर देती हैं।

बच्चों से लेकर हसबैंड और परिवार के सभी लोगों की हेल्थ का ध्यान रखना तो वे जरूरी समझती हैं, लेकिन अपनी हेल्थ का नहीं। इसी कारण देखा गया है पिछले एक दशक में महिलाओं के लिए हृदयरोग मृत्यु का सबसे प्रमुख कारण बन कर उभरा है। यह एक आम गलतफहमी है कि हृदयरोग सिर्फ पुरुषों को होते हैं, लेकिन हकीकत है कि हृदय रोग से होने वाली मृत्यु में महिलाओं की संख्या पुरुषों की तुलना में ढाई गुना ज्यादा है। महिलाओं में हृदय रोग की समस्याएं 10 साल देरी से शुरू होती हैं, लेकिन उनमें दिल का दौरा ज्यादा तेज होता है।

तनाव और शराब है मुख्य कारण

महिलाओं में बढ़ रहे इन सब का कारण उनमें बढ़ता तनाव है। एक शोध के अनुसार, नियमित रूप से होने वाला तनाव महिलाओं के हृदय पर प्रतिकूल प्रभाव डालता है। निष्कर्षों के अनुसार, हर साल करीब 47 प्रतिशत महिलाओं और 38 प्रतिशत पुरुषों की हृदय रोग से मृत्यु होती है। जिन महिलाओं में एचडीएल का स्तर कम है। पटपड़गंज के मैक्स सुपर स्पेशियलिटी हॉस्पिटल से डॉ. मनोज कुमार बताते हैं कि ज्यादा तनाव, सुस्त जीवनशैली, खराब खुराक और धूम्रपान और शराब का सेवन, कोलेस्ट्रॉल और हाई ब्लड प्रेशर की समस्या, अनहेल्दी फूड, एक्सरसाइज न करना 21वीं सदी की महिलाओं में हृदयरोग के जोखिम का प्रमुख कारण है। है। यही नहीं, ऐसी महिलाओं में हृदयरोग से होने वाली मौत का खतरा ज्यादा होता है।

धूम्रपान और गर्भनिरोधक गोली का सेवन करने वाली महिलाओं में हृदयरोग होने की संभावना अन्य महिलाओं से 20 प्रतिशत ज्यादा होती है। इसलिए महिला दिवस से बेहतर कोई मौका नहीं है, जब महिलाएं बेहतर जीवनशैली अपनाने के लिए खुद को प्रेरित कर सकती हैं।

मेडिटेशन और योग में है उपचार

गुडगांव के आर्टेमिस हॉस्पिटल से कार्डियोलॉजिस्ट के सीनियर कंसल्टेंट डॉ. अमित भूषण शर्मा कहते हैं कि महिलाएं घरेलू कामकाज और परिवार की देखभाल के लिए जानी जाती हैं। लेकिन इन सब की वजह से उन्हें बेहद तनाव झेलना पड़ता है, जो महिलाएं धूम्रपान और शराब का सेवन करती हैं, अस्वस्थ आहार लेती हैं और व्यायाम नहीं करती हैं, उनमें हृदय रोग, हाइपरटेंशन और डाइबिटीज होने का खतरा बढ़ जाता है। गहरी सांस क्रियाएं, मेडिटेशन और योग, तनाव को कम करने में मदद करता है।

55 साल से अधिक उम्र की महिलाएं जिनमें एलडीएल का स्तर ज्यादा है। हाइपरटेंशन से पीड़ित हैं या परिवार में किसी को दिल की समस्या रही है, ऐसी महिलाओं को हृदयघात होने का ज्यादा खतरा है। महिला दिवस के मौके पर यह जागरूकता फैलाई जानी चाहिए कि आहार में बदलाव, नियमित व्यायाम और धूम्रपान छोड़ने से 80 प्रतिशत तक दिल के रोग कम किए जा सकते हैं।

नोएडा स्थित कैलाश हॉस्पिटल एंड हार्ट इंस्टीट्यूट से डॉ. संतोष कुमार अग्रवाल कहते हैं कि एक अध्ययन के मुताबिक भारत की करीब 23 प्रतिशत महिलाएं ज्यादा मोटी हैं। मोटापा हृदय रोग का प्रमुख कारण है। पुरुषों की तुलना में महिलाओं में पेट का मोटापा अधिक होता है जिसकी वजह से रक्त धमनियों में मोम जैसा तत्व जिसे प्लाक कहा जाता है, वह जमा हो जाता है।

यह प्लाक हृदय तक ऑक्सीजन और रक्त पहुंचाने में बाधा उत्पन्न करता है। संतुलित और सेहतमंद आहार, उचित नींद, धूम्रपान का त्याग और प्रतिदिन 30 मिनट का व्यायाम हृदय रोग से बचाव में बेहद कारगर साबित हो सकता है। महिलाओं में हृदय रोग के लक्षण मेनोपॉज (रजनोवृत्ति) के बाद से ही नजर आने लगते हैं। इसलिए इसके बाद महिलाओं को अत्यंत सावधान हो जाना चाहिए और नियमित जांच करवाते रहना चाहिए।

हृदय रोग से बचने के लिए कुछ सुझाव महिलाओं के लिए कारगर हैं =

व्यायाम, तैराकी, नृत्य और योग करें। शारीरिक गतिविधियों से महिलाओं में हृदय रोग 45 प्रतिशत तक कम किया जा सकता है।

धूम्रपान और तंबाकू का सेवन त्याग दें, इससे दिल के रोग का खतरा दोगुना हो जाता है।

हरी पत्तेदार सब्जियां, ताजा फल, अनाज, बींस, डाइटरी फाइबर, सूखे मेवे और मछली का सेवन करें। ट्रांस फैटी एसिड, डाईट्री कोलेस्ट्रॉल और सेचुरेटेड फैट से बचें।

तनाव से बचाव करें। ध्यान, योग, और सांस क्रियाओं के द्वारा हृदय रोग से बचाव किया जा सकता है।

पर्याप्त नींद लें। हृदय रोग और रक्तचाप से सुरक्षा के लिए प्रतिदिन 6 से 8 घंटे सोना जरूरी है।

वहीं, ऑस्ट्रेलिया की मेडिकल यूनिवर्सिटी ऑफ वियेना से एलेक्जेंड्रा विलर कहती हैं, महिलाओं को सक्रिय रूप से दैनिक दिनचर्या में आराम की अवधि को शामिल करने की जरूरत है। अगर आप खुद स्वस्थ रहेंगी, तभी तो अपने परिवार को भी स्वस्थ रख पाएंगी। इसलिए इस महिला दिवस पर खुद से यह प्रोमिस करें कि आप अपनी हेल्थ का ध्यान खुद रखेंगी और अपने रूटीन में थोड़ा बदलाव करके खुद के लिए समय निकालेंगी।

(इनपुट्स आईएनएस से)

उदाहरण 3. धर्म आधारित मध्यप्रदेश जनसंपर्क की वेबसाइट के लिए आनन्द शंकर व्यास द्वारा लिखित फीचर का यहां अवलोकन किया जा सकता है।

शुक्रवार, जनवरी 1, 2016, 20: 47

महाकाल : प्रमुख ज्योतिर्लिंग

भारत के इतिहास में उज्जयिनी का बहुत महत्वपूर्ण स्थान है। रामायण, महाभारत, विविध पुराणों तथा काव्य ग्रंथों में इसका आदरपूर्वक उल्लेख हुआ है। धार्मिक और सांस्कृतिक दृष्टि से इसका अद्वितीय स्थान है। इसी पावन नगरी के दक्षिण-पश्चिम भू-भाग में पुण्य-सलिला क्षिप्रा के पूर्वी तट से कुछ ही अन्तर पर भगवान् महाकालेश्वर का विशाल मंदिर स्थित है। महाकाल की गणना द्वादश ज्योतिर्लिंगों में की गयी है, जो शिव-पुराण में दिये गये द्वादश ज्योतिर्लिंग माहात्म्य से स्पष्ट हैं-

सौराष्ट्रे सोमनाथं च श्री शैले मल्लिकार्जुनम्।

उज्जयिन्यां महाकालमोङ्कारे परमेश्वरम् ॥

केदारे हिमवत्पृष्ठे डाकिन्यां भीमशंकरम्।

वाराणस्यां च विश्वेशं त्र्यम्बकं गौतमीतटे ॥

वैद्यनाथं चिताभूमौ नागेशं दारुकावने ।
सेतुबन्धे च रामेशं घृष्णेशं च शिवालाये ॥
एतानि ज्योतिर्लिंगानि प्रातरुत्थाय यः पठेत् ।
जन्मान्तरकृतं पापं स्मरणेन विनश्यति ॥

उक्त द्वादश ज्योतिर्लिंगों में महाकालेश्वर का प्रमुख स्थान है। पुराणों के अनुसार महाकाल को ज्योतिर्लिंग के साथ-साथ समस्त मृत्युलोक के स्वामी के रूप में भी स्वीकार किया गया है-

आकाशे तारकं लिंगं पाताले हाटकेश्वरम् ।
मृत्युलोके महाकालं लिंगत्रयं नमोस्तुते ॥

इस प्रकार तीनों लोकों (आकाश, पाताल एवं मृत्यु लोक) के अलग-अलग अधिपतियों में समस्त मृत्यु लोक के अधिपति के रूप में महाकाल को नमन किया गया है। महाकाल शब्द से ही काल (समय) का संकेत मिलता है। 'कालचक्र प्रवर्तको महाकालःप्रतापनः' कहकर कालगणना के प्रवर्तक रूप में महाकाल को स्वीकार किया गया है। महाकाल को ही काल-गणना का केन्द्र-बिन्दु मानने के अन्य कारण भी हैं। अवंतिका को भारत का मध्य-स्थान (नाभि क्षेत्र) माना गया है और उसमें भी महाकाल की स्थिति मणिपूर चक्र (नाभि) पर मानी गयी है।

आज्ञाचक्रं स्मृता काशी या बाला श्रुतिमूर्धानि ।
स्वाधिष्ठानं स्मृता कांची मणिपूरमवंतिका ॥
नाभिदेशे महाकालस्तन्नाम्ना तत्र वै हरः ।
वराहपुराण

(मणिपूर चक्र योगियों के लिये कुंडलिनी है, कुंडलिनी जागृत करने की क्रिया योग के क्षेत्र में महत्वपूर्ण मानी जाती है, अतः मणिपूर चक्र पर स्थित भगवान महाकाल योगियों के लिये भी सिद्धस्थल हैं। इसी प्रकार भूमध्यरेखा भौगोलिक कर्क रेखा को उज्जयिनी में ही काटती है, इसलिए भी समय गणना की सुगमता इस स्थान को प्राप्त है। कर्क रेखा तो स्पष्ट है ही, भूमध्य रेखा के लिए भी ज्योतिष के विभिन्न सिद्धांत ग्रंथों में प्रमाण उपलब्ध है :-

राक्षसालयदेवौक-शैलयोर्मध्यसूत्रगाः ।
रोहीतकमवन्तीं च यथा सन्निहितं सरः ॥
सूर्यसिद्धांत
भास्कराचार्य पृथ्वी की मध्य रेखा का वर्णन इस प्रकार करते हैं-
यल्लंकोज्जयिनीपुरोपरि कुरुक्षेत्रादिदेशान् स्पृशन् ।
सूत्रं मेरुगतं बुधैर्निगदिता सा मध्यरेखा भुवः ॥

जो रेखा लंका और उज्जयिनी में होकर कुरुक्षेत्र आदि देशों को स्पर्श करती हुई मेरु में जाकर मिलती है, उसे भूमि की मध्य रेखा कहते हैं। इस प्रकार भूमध्य रेखा लंका से सुमेरु के मध्य उज्जयिनी सहित अन्यान्य नगरों को स्पर्श करती जाती हैं, किन्तु वह कर्क रेखा को एक ही स्थान उज्जयिनी में, मध्य स्थल एवं नाभि (मणिपूर चक्र) स्थान पर काटती है, जहाँ स्वयंभू महाकाल विराजमान हैं। इसीलिये ज्योतिर्विज्ञान के सिद्धांतकार भारत के किसी भी

क्षेत्र में जन्में हो अथवा उनका कार्य या रचना क्षेत्र कहीं भी रहा हो, सभी ने एकमत से कालचक्र प्रवर्तक महाकाल की नगरी उज्जयिनी को ही काल-गणना का केन्द्र स्वीकार किया था। आज भी भारतीय पंचांगकर्त्ता उज्जयिनी मध्यमोदय लेकर ही पंचांग की गणना करते हैं। इस प्रकार अदृश्य रूप से काल गणना के प्रवर्तक तथा प्रेरक महाकाल हैं।

दृश्य रूप में श्वास-निश्वास से लेकर दिन, मास, ऋतु, अयन एवं वर्ष की गणना का संबंध सूर्य से है। एक सूर्योदय से दूसरे सूर्योदय तक एक दिन (दिन के सूक्ष्म विभाग घटी, पल, विपल आदि) और दिनों से मास, ऋतु वर्ष, युग-महायुग और कल्प आदि की गणना चलती रहती है। ऐसे अनेक कल्पों के संयोग (जो वाचनिक संख्याओं से परे हों) को ही महाकाल कहते हैं। सूर्य प्रतिदिन (24 घंटे में) एक उदय से दूसरे उदय पर्यन्त 360 अंश-21,600 कलाएँ चलता है, यही स्वस्थ मनुष्य की 24 घंटे में श्वासों की संख्या भी है। अर्थात् सूर्य की प्रत्येक कला के साथ मनुष्य के श्वास-निश्वास की क्रिया जुड़ी हुई है और सभी में आत्म-रूप से वह विद्यमान है। कहने का तात्पर्य यह कि काल-गणना में दृष्ट (सूर्य) अदृष्ट (महाकाल) में सामंजस्य है। महाकाल ज्योतिर्लिंग हैं और ज्योतिर्लिंग की दिव्य ज्योति के दर्शन चर्मचक्षु से नहीं होते; तप से प्राप्त दिव्य चक्षु से ही हो सकते हैं। सूर्य स्वतः अग्नि तत्व, ज्योति के पुंज, तेज और प्रकाश का कारण हैं। अतः महाकाल ज्योतिर्लिंग हैं और सूर्य स्वतः ज्योति के पुंज हैं, महाकाल ही सूर्य हैं और सूर्य ही महाकाल हैं।

महाकालेश्वर के मंदिर में उदयादित्य के नागबन्धस्थ शिलालेख में महाकाल का जो ध्यान दिया गया है, उसमें महाकाल को प्रणव (ओम्) स्वरूप माना है। वह पद्य इस प्रकार है :-

क्रीड़ा कुंडलितोरगेश्वरतनूकाराधिरुढाम्बरा

नुस्वारं कलयन्नकारुचिराकारः कृपार्द्रः प्रभुः।

विष्णोर्विश्वतनोरवन्तिनगरीहृत्पुण्डरीकेवसन्

ओंकाराक्षरमूर्तिरस्यतु महाकालोऽन्तकालं सताम् ॥

अर्थात् जिनका रुचिर आकार ही 'अकार' है। क्रीड़ा से कुण्डलित शेषनाग शरीर को जिन्होंने 'उकार' का रूप देकर आकाश को अनुस्वार के रूप में धारण किया है तथा विश्वरूप विष्णु के अवन्ति नगरीरूपी हृदयकमल में जो निवास करते हैं, ऐसे अक्षर (कभी नष्ट न होने वाली) मूर्ति, ओंकार के रूप में विराजमान, अपनी कृपा से द्रवित हृदय वाले प्रभु महाकाल सज्जनों के अन्तकाल को दूर भगावें। इस प्रकार समस्त भूलोक के स्वामी, काल-गणना के केन्द्र-बिन्दु योगियों की कुंडलिनी नाभि पर स्थित और स्वतः प्रणवस्वरूप होने से ही श्री महाकाल प्रमुख ज्योतिर्लिंग हैं।

महापुरुष के जीवन पर आधारित फीचर देखें। यह प्रेस इन्फॉर्मेशन ब्यूरो, कार्यालय को डॉ. अम्बेडकर प्रतिष्ठान की ओर से उपलब्ध कराया गया था, जिससे कि अधिक से अधिक समाचार पत्रों में इसका प्रकाशन संभव हो सके।

शीर्षक : डॉ. अम्बेडकर जीवन दर्शन

डॉ. बाबासाहेब अम्बेडकर का मूल नाम भीमराव था। उनके पिताश्री रामजी वल्द मालोजी सकपाल महू में ही मेजर सूबेदार के पद पर एक सैनिक अधिकारी थे। अपनी सेवा के अंतिम वर्ष उन्होंने और उनकी धर्मपत्नी भीमाबाई ने काली पलटन स्थित जन्मस्थली स्मारक की जगह पर विद्यमान एक बैरेक में गुजारे। सन् 1891 में 14 अप्रैल के दिन जब रामजी सूबेदार अपनी ड्यूटी पर थे, 12 बजे यहीं भीमराव का जन्म हुआ। कबीर पंथी पिता और धर्मपरायण माता की गोद में बालक का आरंभिक काल अनुशासित रहा।

शिक्षा:

बालक भीमराव का प्राथमिक शिक्षण दापोली और सतारा में हुआ। बंबई के एलफिन्स्टोन स्कूल से वह 1907 में मैट्रिक की परीक्षा में उत्तीर्ण हुए। इस अवसर पर एक अभिनंदन समारोह आयोजित किया गया और उसमें भेंट स्वरूप उनके शिक्षक श्री कृष्णाजी अर्जुन केलुस्कर ने स्वलिखित पुस्तक “बुद्ध चरित्र” उन्हें प्रदान की। बड़ौदा नरेश सयाजी राव गायकवाड़ की फेलोशिप पाकर भीमराव ने 1912 में मुंबई विश्वविद्यालय से स्नातक परीक्षा पास की। संस्कृत पढ़ने पर मनाही होने से वह फारसी लेकर उत्तीर्ण हुये। बी.ए. के बाद एम.ए. के अध्ययन हेतु बड़ौदा नरेश सयाजी गायकवाड़ की पुनः फेलोशिप पाकर वह अमेरिका के कोलंबिया विश्वविद्यालय में दाखिल हुये। सन 1915 में उन्होंने स्नातकोत्तर उपाधि की परीक्षा पास की। इस हेतु उन्होंने अपना शोध “प्राचीन भारत का वाणिज्य” लिखा था। उसके बाद 1916 में कोलंबिया विश्वविद्यालय अमेरिका से ही उन्होंने पीएच.डी. की उपाधि प्राप्त की, उनके पीएच.डी. शोध का विषय था, “ब्रिटिश भारत में प्रातीय वित्त का विकेन्द्रीकरण”। फेलोशिप समाप्त होने पर उन्हें भारत लौटना था अतः वे ब्रिटेन होते हुये लौट रहे थे। उन्होंने वहां लंदन स्कूल ऑफ इकोनामिक्स एण्ड पोलिटिकल साइंस में एम.एससी. और डी. एस सी. तथा ग्रेज इन नामक विधि संस्थान में बार-एट-लॉ की उपाधि हेतु स्वयं को पंजीकृत किया और भारत लौटे। सब से पहले छात्रवृत्ति की शर्त के अनुसार बड़ौदा नरेश के दरबार में सैनिक अधिकारी तथा वित्तीय सलाहकार का दायित्व स्वीकार किया। पूरे शहर में उनको किराये पर रखने को कोई तैयार नहीं होने की गंभीर समस्या से वह कुछ हफ्तों के बाद ही मुंबई वापस आये। वहां परेल में डबक चाल और श्रमिक कॉलोनी में रहकर अपनी अधूरी पढ़ाई को पूरी करने हेतु पार्ट टाइम अध्यापकी और वकालत कर अपनी धर्मपत्नी रमाबाई के साथ जीवन निर्वाह किया। सन 1919 में डॉ. अम्बेडकर ने राजनीतिक सुधार हेतु गठित साउथबरो आयोग के समक्ष राजनीति में दलित प्रतिनिधित्व के पक्ष में साक्ष्य दी। उन्होंने मूक और अशिक्षित तथा निर्धन लोगों को जागरूक बनाने के लिये मूकनायक और बहिष्कृत भारत साप्ताहिक पत्रिकायें संपादित कीं और अपनी अधूरी पढ़ाई पूरी करने के लिये वह लंदन और जर्मनी जाकर वहां से एम. एस सी., डी. एस सी., और बैरिस्टर की उपाधियाँ प्राप्त की। उनके एम. एस सी. का शोध विषय “साम्राज्यीय वित्त के प्रासीय विकेन्द्रीकरण का विश्लेषणात्मक अध्ययन” तथा उनके डी.एससी उपाधि का विषय “रूपये की समस्या उसका उद्भव और उपाय” और “भारतीय चलन और बैंकिंग का इतिहास” था। बाबासाहेब डॉ. अम्बेडकर को कोलंबिया विश्वविद्यालय ने एल.एलडी और उस्मानिया विश्वविद्यालय ने डी. लिट्. की मानद उपाधियों से सम्मानित किया था। इस प्रकार डॉ. अम्बेडकर वैश्विक युवाओं के लिये प्रेरणा बन गये क्योंकि उनके नाम के साथ बीए, एमए, एमएससी, पीएचडी, बैरिस्टर, डीएससी, डी.लिट्. आदि कुल 26 उपाधियां जुडी है।

योगदान:-

भारत रत्न डॉ. बी. आर. अम्बेडकर ने अपने जीवन के 65 वर्षों में देश को सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक, शैक्षणिक, धार्मिक, ऐतिहासिक, सांस्कृतिक, साहित्यिक, औद्योगिक, संवैधानिक इत्यादि विभिन्न क्षेत्रों में अनगिनत कार्य करके राष्ट्र निर्माण में महत्वपूर्ण योगदान दिया, उनमें से मुख्य निम्नलिखित हैं -

सामाजिक एवं धार्मिक योगदान:-

मानवाधिकार जैसे दलितों एवं दलित आदिवासियों के मंदिर प्रवेश, पानी पीने, छुआछूत, जातिपाति, ऊँच-नीच जैसी सामाजिक कुरीतियों को मिटाने के लिए मनुस्मृति दहन (1927), महाड सत्याग्रह (वर्ष 1928), नाशिक सत्याग्रह (वर्ष 1930), येवला की गर्जना (वर्ष 1935) जैसे आंदोलन चलाये।

बेजुबान, शोषित और अशिक्षित लोगों को जगाने के लिए वर्ष 1927 से 1956 के दौरान मूक नायक,

बहिष्कृत भारत, समता, जनता और प्रबुद्ध भारत नामक पांच साप्ताहिक एवं पाक्षिक पत्र-पत्रिकाओं का संपादन किया।

कमजोर वर्गों के छात्रों को छात्रावासों, रात्रि स्कूलों, ग्रंथालयों तथा शैक्षणिक गतिविधियों के माध्यम से अपने दलित वर्ग शिक्षा समाज (स्था. 1924) के जरिये अध्ययन करने और साथ ही आय अर्जित करने के लिए उनको सक्षम बनाया। सन् 1945 में उन्होंने अपनी पीपुल्स एजुकेशन सोसायटी के जरिए मुम्बई में सिद्धार्थ महाविद्यालय तथा औरंगाबाद में मिलिन्द महाविद्यालय की स्थापना की। बौद्धिक, वैज्ञानिक, प्रतिष्ठा, भारतीय संस्कृति वाले बौद्ध धर्म की 14 अक्टूबर 1956 को 5 लाख लोगों के साथ नागपुर में दीक्षा ली तथा भारत में बौद्ध धर्म को पुनर्स्थापित कर अपने अंतिम ग्रंथ "द बुद्धा एण्ड हिज धम्मा" के द्वारा निरंतर वृद्धि का मार्ग प्रशस्त किया।

जात पांत तोड़क मंडल (वर्ष 1937) लाहौर, के अधिवेशन के लिये तैयार अपने अभिभाषण को "जातिभेद निर्मूलन" नामक उनके ग्रंथ ने भारतीय समाज को धर्मग्रंथों में व्याप्त मिथ्या, अंधविश्वास एवं अंधश्रद्धा से मुक्ति दिलाने का कार्य किया।

हिन्दू विधेयक संहिता के जरिए महिलाओं को तलाक, संपत्ति में उत्तराधिकार आदि का प्रावधान कर उसके कार्यान्वयन के लिए वह जीवन पर्यन्त संघर्ष करते रहे।

आर्थिक, वित्तीय और प्रशासनिक योगदान

भारत में रिजर्व बैंक ऑफ इण्डिया की स्थापना डॉ. अम्बेडकर द्वारा लिखित शोध ग्रंथ "रूपये की समस्या-उसका उदभव तथा उपाय" और "भारतीय चलन व बैंकिंग का इतिहास" ग्रन्थों तथा "हिल्टन यंग कमीशन के समक्ष उनकी साक्ष्य" के आधार पर 1935 में हुई। उनके दूसरे शोध ग्रंथ "ब्रिटिश भारत में प्रांतीय वित्त का विकास" के आधार पर देश में वित्त आयोग की स्थापना हुई।

कृषि में सहकारी खेती के द्वारा पैदावार बढ़ाना, सतत विद्युत और जल आपूर्ति करने का उपाय बताया।

औद्योगिक विकास, जलसंचय, सिंचाई, श्रमिक और कृषक की उत्पादकता और आय बढ़ाना, सामूहिक तथा सहकारिता से प्रगत खेती करना, जमीन के राज्य स्वामित्व तथा राष्ट्रीयकरण से सर्वप्रभुत्व सम्पन्न समाजवादी गणराज्य की स्थापना करना।

सन् 1945 में उन्होंने महानदी का प्रबंधन की बहुउद्देशीय उपयुक्तता को परख कर देश के लिये जलनीति तथा औद्योगिकरण की बहुउद्देशीय आर्थिक नीतियां जैसे नदी एवं नालों को जोड़ना, हीराकुण्ड बांध, दामोदर घाटी बांध, सोन नदी घाटी परियोजना, राष्ट्रीय जलमार्ग, केन्द्रीय जल एवं विद्युत प्राधिकरण बनाने के मार्ग प्रशस्त किये।

सन् 1944 में प्रस्तावित केन्द्रिय जल मार्ग तथा सिंचाई आयोग के प्रस्ताव को 4 अप्रैल 1945 को वाइसराय द्वारा अनुमोदित किया गया तथा बड़े बांधोंवाली तकनीकों को भारत में लागू करने हेतु प्रस्तावित किया।

उन्होंने भारत के विकास हेतु मजबूत तकनीकी संगठन का नेटवर्क ढांचा प्रस्तुत किया।

उन्होंने जल प्रबंधन तथा विकास और नैसर्गिक संसाधनों को देश की सेवा में सार्थक रूप से प्रयुक्त करने का मार्ग प्रशस्त किया।

संविधान तथा राष्ट्र निर्माण:-

उन्होंने समता, समानता, बन्धुता एवं मानवता आधारित भारतीय संविधान को 02 वर्ष 11 महीने और

17 दिन के कठिन परिश्रम से तैयार कर 26 नवंबर 1949 को तत्कालीन राष्ट्रपति डॉ. राजेन्द्र प्रसाद को सौंप कर देश के समस्त नागरिकों को राष्ट्रीय एकता, अखंडता और व्यक्ति की गरिमा की जीवन पध्दति से भारतीय संस्कृति को अभिभूत किया।

वर्ष 1951 में महिला सशक्तिकरण का हिन्दू संहिता विधेयक पारित करवाने में प्रयास किया और पारित न होने पर स्वतंत्र भारत के प्रथम कानून मंत्री के पद से इस्तीफा दिया।

वर्ष 1955 में अपना ग्रंथ "भाषाई राज्यों पर विचार" प्रकाशित कर आन्ध्रप्रदेश, मध्यप्रदेश, बिहार, उत्तर प्रदेश और महाराष्ट्र को छोटे-छोटे और प्रबंधन योग्य राज्यों में पुनर्गठित करने का प्रस्ताव दिया था, जो उसके 45 वर्षों बाद कुछ प्रदेशों में साकार हुआ।

निर्वाचन आयोग, योजना आयोग, वित्त आयोग, महिला पुरुष के लिये समान नागरिक हिन्दू संहिता, राज्य पुनर्गठन, बड़े आकार के राज्यों को छोटे आकार में संगठित करना, राज्य के नीति निर्देशक तत्व, मौलिक अधिकार, मानवाधिकार, काम्पट्रोलर व ऑडीटर जनरल, निर्वाचन आयुक्त तथा राजनीतिक ढांचे को मजबूत बनाने वाली सशक्त, सामाजिक, आर्थिक, शैक्षणिक एवं विदेश नीति बनाई।

प्रजातंत्र को मजबूती प्रदान करने के लिए राज्य के तीनों अंगों न्यायपालिका, कार्यपालिका एवं विधायिका को स्वतंत्र और पृथक बनाया तथा समान नागरिक अधिकार के अनुरूप एक व्यक्ति, एक मत और एक मूल्य के तत्व को प्रस्थापित किया।

विधायिका, कार्यपालिका एवं न्यायपालिका में अनुसूचित जाति एवं जनजाति के लोगों की सहभागिता संविधान द्वारा सुनिश्चित की तथा भविष्य में किसी भी प्रकार की विधायिकता जैसे ग्राम पंचायत, जिला पंचायत, पंचायत राज इत्यादि में सहभागिता का मार्ग प्रशस्त किया।

सहकारी और सामूहिक खेती के साथ-साथ उपलब्ध जमीन का राष्ट्रीयकरण कर भूमि पर राज्य का स्वामित्व स्थापित करने तथा सार्वजनिक प्राथमिक उद्यमों यथा बैंकिंग, बीमा आदि उपक्रमों को राज्य नियंत्रण में रखने की पुरजोर सिफारिश की तथा कृषि की छोटी जोतों पर निर्भर बेरोजगार श्रमिकों को रोजगार के अधिक अवसर प्रदान करने के लिए उन्होंने औद्योगीकरण की सिफारिश की।

शिक्षा, सामाजिक सुरक्षा एवं श्रम कल्याण :-

वायसराय की कौंसिल में श्रम मंत्री की हैसियत से श्रम कल्याण के लिए श्रमिकों की 12 घण्टे से घटाकर 8 घण्टे कार्य-समय, समान कार्य समान वेतन, प्रसूति अवकाश, संवैतनिक अवकाश, कर्मचारी राज्य बीमा योजना, स्वास्थ्य सुरक्षा, कर्मचारी भविष्य निधि अधिनियम 1952 बनाना, मजदूरों एवं कमजोर वर्ग के हितों के लिए तथा सीधे सत्ता में भागीदारी के लिए स्वतंत्र मजदूर पार्टी का गठन कर 1937 के मुम्बई प्रेसिडेंसी चुनाव में 17 में से उन्होंने 15 सीटें जीतीं।

कर्मचारी राज्य बीमा के तहत स्वास्थ्य, अवकाश, अपंग-सहायता, कार्य करते समय आकस्मिक घटना से हुये नुकसान की भरपाई करने और अन्य अनेक सुरक्षात्मक सुविधाओं को श्रम कल्याण में शामिल किया।

कर्मचारियों को दैनिक भत्ता, अनियमित कर्मचारियों को अवकाश की सुविधा, कर्मचारियों के वेतन श्रेणी की समीक्षा, भविष्य निधि, कोयला खदान तथा माईका खनन में कार्यरत कर्मियों को सुरक्षा संशोधन विधेयक सन 1944 में पारित करने में उन्होंने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

सन 1946 में उन्होंने निवास, जल आपूर्ति, शिक्षा, मनोरंजन, सहकारी प्रबंधन आदि से श्रम कल्याण

नीति की नींव डाली तथा भारतीय श्रम सम्मेलन की शुरुआत की जो अभी निरंतर जारी है, जिसमें प्रतिवर्ष मजदूरों के ज्वलंत मुद्दों पर प्रधानमंत्री की उपस्थिति में चर्चा होती है और उसके निराकरण के प्रयास किये जाते हैं।

श्रम कल्याण निधि के क्रियान्वयन हेतु सलाहकार समिति बनाकर उसे जनवरी 1944 में अंजाम दिया।

भारतीय सांख्यिकी अधिनियम पारित कराया ताकि श्रम की दशा, दैनिक मजदूरी, आय के अन्य स्रोत, मुद्रस्फीति, ऋण, आवास, रोजगार, जमापूंजी तथा अन्य निधि व श्रम विवाद से संबंधित नियम सम्भव कर दिया।

नवंबर 8, 1943 को उन्होंने 1926 से लंबित भारतीय श्रमिक अधिनियम को सक्रिय बनाकर उसके तहत भारतीय श्रमिक संघ संशोधन विधेयक प्रस्तावित किया और श्रमिक संघ को सख्ती से लागू कर दिया।

स्वास्थ्य बीमा योजना, भविष्य निधि अधिनियम, कारखाना संशोधन अधिनियम, श्रमिक विवाद अधिनियम, न्यूनतम मजदूरी अधिनियम और विधिक हडताल के अधिनियमों को श्रमिकों के कल्याणार्थ निर्माण किया।

इसी प्रकार अन्य विषयों से जुड़े फीचर का निर्माण किया जा सकता है। यहां आवश्यकता इतनी भर जरूर है कि जिस विषय पर रूपक या फीचर तैयार किया जाए उस विषय के साथ पूरा न्याय संभव हो। यानि कि उसमें से रोचकता और जानकारियों का सतत प्रवाह बना रहना चाहिए।

(3.4) संपादकीय

लेखन

हर समाचार पत्र के संपादकीय पेज पर कई लेख, टिप्पणियाँ एवं कॉलम होते हैं। इसी पृष्ठ पर प्रकाशित किए जाने वाले मुख्य लेख को संपादकीय कहा जाता है। इसके महत्व का अंदाज इस तथ्य से लगाया जा सकता है कि इस लेख को किसी विषय पर उस समाचार पत्र की राय माना जाता है। चूँकि यह समाचार पत्र के अधिकृत विचार की तरह होता है, इसीलिए इसके लेखक की जगह संपादक का नाम नहीं दिया जाता। यह संपादकीय लेख किसी भी समसामयिक विषय पर लिखा गया होता है और न ज्यादा बड़ा होता है, न ज्यादा छोटा। सामान्यतः यह 500 से 1000 शब्दों तक का होता है। समाचार पत्रों में संपादकीय लिखने का काम संपादक का ही होता है, लेकिन वह सुविधा की दृष्टि से कई बार इसमें अपने सहयोगियों की मदद भी लेता है। समाचार पत्रों में संपादकीय का विशेष महत्व होता है। जो स्थान मनुष्य के शरीर में आत्मा का होता है, वही स्थान समाचार पत्रों में संपादकीय का होता है। समाचार तो सामान्यतः सभी अखबारों में एक जैसे ही होते हैं, लेकिन उनमें लिखा गया संपादकीय उन्हें अलग पहचान देता है।

संपादकीय लेख के प्रमुख तत्व

1. सामयिकता: यह संपादकीय लेख का सबसे महत्वपूर्ण तत्व होता है। संपादकीय लेख अधिकांशतः सामयिक विषयों, घटनाओं आदि पर ही लिखे जाते हैं और उस विषय या मुद्दे पर समाचार पत्र के विचारों को प्रकट करते हैं। संदर्भ के तौर पर इसमें पुरानी घटनाओं, ऐतिहासिक दृष्टांतों का उपयोग किया जाता है, लेकिन जिस घटना के लिए यह लिखा जाता है, वह तात्कालिक ही होती है।

2. निष्पक्षता एवं ईमानदारी: संपादकीय लेख हमेशा निष्पक्ष होता है। यह अपने विषय के पक्ष और विपक्ष में दिए जा रहे तमाम तर्कों का पूरी ईमानदारी के साथ विश्लेषण करता है, लेकिन इसका झुकाव किसी के पक्ष में नहीं होता। इसीलिए संपादकीय लेखों को किसी न्यायाधीश के फैसले की तरह सम्मानजनक माना जाता है। यह अपनी बात को साबित करने के लिए किसी मुद्दे को न दबाता है और न ही जरूरत से ज्यादा तूल देता है। इस लेख में किसी के प्रति दुर्भावनापूर्वक कुछ भी नहीं लिखा जाता और न ही अपनी बात को प्रमाणित करने के लिए झूठ का सहारा लिया जाता है।

3. तार्किकता: संपादकीय लेख में कही गई बातें तार्किक होती हैं। इसमें तर्कों, आँकड़ों या विश्वसनीय संदर्भों के आधार पर ही अपनी बात प्रमाणित की जाती है। सही या गलत का फैसला भी तर्कों के आधार पर ही किया जाता है, न कि भावनाओं या आम मान्यताओं के आधार पर।

4. परिणाममूलकता: अपवाद स्वरूप कुछ संपादकीय छोड़ दिए जाएँ, तो ज्यादातर संपादकीय लेखों में पाठक को अंधेरे में झूलता या अनिश्चय की स्थिति में नहीं छोड़ा जाता। संपादकीय लेखों में गहन विश्लेषण के आधार पर किसी घटना या मुद्दे के पक्ष या विपक्ष में राय दी जाती है। यदि ऐसा स्पष्ट न कहा जाए, तब भी तर्कों के आधार पर पक्ष या विपक्ष को बढ़त लेता या पिछड़ता हुआ दिखाया जाता है, जिसके आधार पर पाठक अपनी राय तय कर सकता है।

संपादकीय लेखन के प्रमुख चरण

संपादकीय लेखन हर समाचार पत्र की दिनचर्या का एक महत्वपूर्ण काम होता है। हालाँकि इसका उत्तरदायित्व संपादक का होता है, लेकिन इसके लिए समाचार पत्र की पूरी टीम मिलकर काम करती है। इसके प्रमुख चरण निम्नानुसार होते हैं—

1. विषय का चयन: संपादकीय लेख किस विषय पर लिखा जाना है, सबसे पहले यह तय किया जाता है। इसके बारे में संपादक अपने साथियों से भी परामर्श करता है।

2. सामग्री संकलन: जो विषय तय किया गया है, उससे संबंधित जानकारी, संदर्भों आदि का संकलन किया जाता है। यह काफी मुश्किल काम होता है और इसके लिए पुस्तकों, समाचार पत्र की पुरानी फाइलों आदि को खंगाला जाता है। इंदौर से प्रकाशित दैनिक 'नईदुनिया' की रिफरेंस लायब्रेरी देश-प्रदेश में विख्यात थी और अक्सर संपादकीय लेखों के लिए उसका सहारा लिया जाता था।

3. विषय प्रवेश: संपादकीय लेखन के प्रथम चरण में संबंधित विषय का संक्षिप्त परिचय दिया जाता है, जो भूमिका की तरह होता है। चूँकि शब्द सीमा का ध्यान रखना होता है, इसलिए यह ज्यादा लंबा नहीं होता।

4. क्रमिक विस्तार: जैसे-जैसे लेख आगे बढ़ता है, विषय का विस्तार होता जाता है। गहन विश्लेषण के द्वारा तर्कों को तौला जाता है और जो हुआ है उसका यथार्थ आकलन किया जाता है। स्वभाव की दृष्टि से संपादकीय लेख फीचर से मिलते-जुलते होते हैं, इसलिए इनमें किसी घटना के आगे या पीछे, उसके कारण, परिणाम आदि की बात की जाती है।

5. निष्कर्ष: यह संपादकीय लेख का अंतिम चरण होता है। इस चरण में संपादक अपनी बात के साथ लेख का समापन करता है। इसमें तमाम विश्लेषण के आधार पर कोई न कोई निष्कर्ष निकाला जाता है।

संपादकीय लेख की विशेषताएँ

1. इसे लिखने वाले व्यक्ति की संबंधित विषय पर अच्छी पकड़ होनी चाहिए। उसे उस विषय से संबंधित पूर्व में घटित घटनाओं, वक्तव्यों या प्रकरणों की गहन जानकारी होनी चाहिए, तभी लेख में विश्वसनीयता लाई जा सकती है।

2. इसका शीर्षक छोटा, सारगर्भित और आकर्षक होना चाहिए। शीर्षक से पाठक को यह जानकारी मिल जाना चाहिए कि लेख किस विषय पर लिखा गया है। इसके आधार पर ही वह लेख को पढ़ने या न पढ़ने का फैसला करता है।

3. इसकी भाषा सरल, सुबोध और प्रवाहमयी होना चाहिए। ऐसे शब्दों का प्रयोग किया जाना चाहिए, जो स्तरीय हों, लेकिन आम पाठक की समझ से बाहर के न हों।

4. लेख में साहित्यिक पुट भी होना चाहिए। साहित्यिक प्रयोगों के जरिए भाषा के सौंदर्य और उसके प्रभाव को बढ़ाने का प्रयास किया जा सकता है।

5. इसमें तथ्यों को क्रमवार तरीके से प्रस्तुत किया जाना चाहिए। तथ्य उलझे हुए न हों और पाठक के सामने किसी घटना या विषय को क्रमबद्धता से प्रस्तुत करते हों।

संपादकीयों के उदाहरण यहां दृष्टव्य हैं।

दैनिक जागरण की मुख्य संपादकीय 2 मई 2016

शीर्षक : जनकल्याण की बड़ी पहल

गरीबी रेखा के नीचे वाले परिवारों को रसोई गैस का मुफ्त कनेक्शन देने की योजना जनकल्याण के साथ ही सेहत और पर्यावरण की रक्षा करने वाली योजना भी है। यह योजना निर्धन परिवारों को एक बड़ी राहत और सुविधा प्रदान करने के साथ ही उनकी अन्य कई समस्याओं का समाधान करने में भी सहायक होगी। इस योजना की सफलता के प्रति सुनिश्चित हुआ जा सकता है, क्योंकि एक तो लक्ष्य तय है और दूसरे, यह भी स्पष्ट है कि इसका लाभ किन्हें उपलब्ध कराया जाना है। इस सबके बावजूद अगले तीन वर्षों में पांच करोड़ परिवारों को रसोई गैस के मुफ्त कनेक्शन प्रदान करना एक बड़ा काम है।

इस महत्वाकांक्षी योजना का एक उल्लेखनीय पहलू यह है कि केंद्र सरकार के इस जनकल्याण कार्यक्रम में एक करोड़ दस लाख लोगों की परोक्ष रूप से भागीदारी हो चुकी है। यानी अभी तक एक करोड़ दस लाख लोगों ने रसोई गैस की सब्सिडी का परित्याग किया है। यदि यह योजना सही ढंग से आगे बढ़ी तो आने वाले समय में रसोई गैस सब्सिडी का परित्याग करने वाले लोगों की संख्या और अधिक हो सकती है। वैसे भी यह सामान्य बात नहीं कि लगभग एक वर्ष में ही इतनी बड़ी संख्या में लोगों ने प्रधानमंत्री की इस अपील पर गौर किया कि यदि वे सक्षम हों तो अपनी रसोई गैस सब्सिडी का परित्याग कर दें। यह परित्याग प्रधानमंत्री और साथ ही केंद्र सरकार के प्रति लोगों के भरोसे की एक मिसाल है। चूंकि अब प्रति सिलेंडर सब्सिडी लगभग एक सौ पचास रुपये ही रह गई है इसलिए इसकी संभावना और अधिक बढ़ जाती है कि ज्यादा से ज्यादा लोग रसोई गैस सब्सिडी छोड़ने का फैसला करेंगे। औसत घरों में प्रति माह एक सिलेंडर की ही खपत होती है। जाहिर है कि एक सौ पचास रुपये प्रति माह की सब्सिडी को आसानी से छोड़ा जा सकता है।

बलिया में उज्वला योजना का शुभारंभ करते हुए प्रधानमंत्री ने अपनी सरकार की कुछ अन्य जनकल्याणकारी योजनाओं का जिक्र किया। इनमें जनधन योजना के साथ मुद्रा योजना प्रमुख हैं। कुछ अन्य योजनाएं हैं जिनका मुख्य उद्देश्य लोगों को जागरूक करना है, जैसे कि बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ योजना, स्वच्छता अभियान, कौशल विकास योजना आदि। सफाई अभियान की चर्चा करते हुए प्रधानमंत्री ने लोगों से यह अपील भी की कि वे इस काम को अपने हाथ में लें। यह बात वह पहले भी कई बार कह चुके हैं, लेकिन अभी अपेक्षित परिणाम सामने आते नहीं दिख रहे हैं। स्वच्छता अभियान की सफलता आम लोगों की भागीदारी पर ही निर्भर है। इस अभियान में केंद्र और राज्य सरकारों और उनकी विभिन्न एजेंसियों की भूमिका आवश्यक है, लेकिन उसकी एक सीमा है। बेहतर होगा कि जनकल्याणकारी योजनाओं के साथ-साथ सफाई अभियान जैसी योजनाओं को आगे बढ़ाने के मामले में भाजपा कार्यकर्ता और नेता अतिरिक्त सक्रियता का परिचय दें। ऐसा इसलिए और भी आवश्यक है, क्योंकि यह देखने में आ रहा है कि भाजपा कार्यकर्ता और नेता अपनी ही सरकार की जनकल्याणकारी योजनाओं के प्रचार-प्रसार के प्रति सजग-सचेत नहीं दिख रहे हैं। ऐसा क्यों है, इसकी खोजबीन पार्टी के बड़े नेताओं को भी करनी चाहिए। ऐसा लगता है कि इस ओर पर्याप्त ध्यान नहीं दिया जा रहा है। शायद यही कारण है कि बहुत कम सांसद ऐसे हैं जिनके बारे में यह कहा जा सकता है कि उन्होंने आदर्श ग्राम योजना के तहत गोद लिए गांव का कायाकल्प करने में रुचि दिखाई है। मुख्य संपादकीय

दैनिक जागरण में ही राज्यों से प्रकाशित संपादकीय

शीर्षक : सही फैसला

नक्सलियों की नकेल कसने के लिए जरूरत के अनुसार हेलीकाप्टर का इस्तेमाल करने में नहीं हिचकने का सरकार का फैसला समयानुकूल है। विकास में अवरोधक बने इन तत्वों को समझाने और आकर्षक आत्मसमर्पण नीति लागू करने के बावजूद बहुत अनुकूल परिणाम नहीं आने के कारण कड़ा रुख अख्तियार करना जरूरी है। सरकार द्वारा चलाए जा रहे लगातार अभियान का ही असर है कि नक्सली इक्षहसा में कमी आई है। ये तत्व हाल-फिलहाल में किसी बड़ी घटना को अंजाम नहीं दे सके तो इसका कारण उनके सोच में बदलाव आना नहीं, बल्कि उन पर बना दबाव ही है। यह भी नहीं कहा जा सकता कि वे मुख्य धारा में जुड़ गए हैं। अलबत्ता वे मौके की तलाश में जरूर हैं। समय मिलते ही वे किसी भी किस्म का घात कर सकते हैं। ऐसी आशंकाएं तभी नहीं होंगी, जब वे निर्मूल हो जाएं। यह तभी संभव होगा, जब किसी भी सूचना पर सरकार कार्रवाई कर सके। राज्य की भौगोलिक परिस्थितियां सड़क मार्ग से ऐसी किसी भी कार्रवाई में बाधक बनती हैं। इसलिए कम समय में सुरक्षित तरीके से नक्सल निरोधी अभियान की सफलता हेलीकाप्टर से ही सुनिश्चित की जा सकेगी।

नक्सलियों को लेवी का चस्का लग चुका है। इसी की बदौलत वे आर्थिक रूप से निश्चिंत रहते हैं। इस प्रकार धन अर्जित करने में उनको अधिक मशकत नहीं करनी पड़ती। कभी घिर जाने पर जंगल-पहाड़ों का फायदा उठाते हुए वे भाग निकलते हैं। ऐसे ही इलाके उनके ठिकाने हैं। सुरक्षा बलों की परेशानी का एक बड़ा कारण यह भौगोलिक संरचना भी है। हर दृष्टिकोण से आकलन करने के बाद इलाके चिह्नित कर हेलीपैड बनाने का लिया गया निर्णय सही कदम है। ऐसा कर देने से किसी भी सूचना पर कम समय में इन स्थानों पर सुरक्षा बलों को पहुंचाया जा सकता है और कारगर तरीके से नक्सलियों का जवाब दिया जा सकता है अथवा उनको घेर लिया जा सकता है। सरकार के इस संदेश का निहितार्थ नक्सलियों को समझना चाहिए। मुख्य धारा में शामिल होकर विकास में सहभागी बनने का विकल्प उनके समक्ष खुला हुआ है। इसके विपरीत यदि वे मनमानी करना चाहेंगे तो उसका करारा जवाब दिया जाएगा। जनता जब समझ जाएगी कि सरकार नक्सलियों को नहीं बखाने वाली तो वह भी निश्चिंतता महसूस करते हुए उनकी धौंस में नहीं आएगी। खूंटी जैसे सघन नक्सल प्रभावित जिले में देखा जा चुका है। वहां के कई गांवों के हजारों लोग जुटकर नक्सलियों को कई बार खुली चुनौती दे चुके हैं। हर जिले में ऐसा होने लगे तो नक्सल समस्या का खात्मा होने में वक्त नहीं लगेगा।

स्थानीय संपादकीय झारखंड

इसी प्रकार दैनिक जागरण के दिल्ली से प्रकाशित अखबार की संपादकीय पर गौर किया जा सकता है।

स्वच्छ होगी हवासुप्रीम कोर्ट द्वारा डीजल से चलने वाली टैक्सी पर रोक लगाने से दिल्ली एनसीआर की सड़कों से लगभग 40 हजार डीजल वाहन हट गए हैं। वायु प्रदूषण की समस्या दूर करने की दिशा में शीर्ष अदालत का यह बड़ा फैसला है। इससे यहां की आबोहवा स्वच्छ होगी और प्रदूषण से परेशान लोगों को राहत मिलेगी। इसलिए इसका स्वागत किया जाना चाहिए। ऐसा नहीं है कि अचानक से डीजल टैक्सियों पर रोक लगाई गई है। सुप्रीम कोर्ट ने पहले डीजल टैक्सी ऑपरेटरों को वाहन सीएनजी चालित बनाने के लिए 1 मार्च तक का समय दिया था, जिसे बढ़ाकर पहले 31 मार्च और बाद में 30 अप्रैल तक कर दिया गया था। इसके बाद भी ऑपरेटरों ने अपने वाहन में सीएनजी किट नहीं लगाया और राहत की उम्मीद कर रहे थे लेकिन शीर्ष अदालत ने समय सीमा को और आगे बढ़ाने से इन्कार कर दिया है। इससे स्पष्ट है कि टैक्सी ऑपरेटरों ने इसे गंभीरता से नहीं लिया था। इनकी अपनी परेशानी भी हो सकती है, लेकिन दिल्ली में प्रदूषण की गंभीर समस्या को देखते हुए ऐसे सख्त कदम उठाने की जरूरत है। यही कारण है कि विशेषज्ञ भी दिल्ली-एनसीआर में डीजल वाले वाहनों पर रोक लगाने की मांग करते

रहे हैं। उनका कहना है एक डीजल कार 20 पेट्रोल कारों के बराबर प्रदूषण करती है। इससे अंदाजा लगाया जा सकता है कि दिल्ली-एनसीआर की हवा में किस कदर इन वाहनों से जहरीले तत्व घुल रहे हैं। इसलिए यहां की सड़कों पर पर्यावरण अनुकूल परिवहन को बढ़ावा देने की जरूरत है। सार्वजनिक परिवहन व्यवस्था को दुरुस्त करने के साथ ही पर्यावरण अनुकूल वाहन खरीदने वालों को प्रोत्साहित किया जाना चाहिए।

सुप्रीम कोर्ट के निर्देश पर अमल में कुछ व्यावहारिक दिक्कतें आने की भी आशंका जताई जा रही है। सीएनजी फिलिंग स्टेशनों की कमी से वाहन चालकों को परेशानी हो सकती है। एक सर्वे के मुताबिक, दिल्ली में सीएनजी फिलिंग स्टेशनों पर प्रति वाहन 12 से 27 मिनट का समय लगता है, जबकि यह समय 4 से 5 मिनट होना चाहिए। इसलिए सीएनजी फिलिंग स्टेशनों की संख्या बढ़ाने की जरूरत है। टैक्सी ऑपरेटर अपने वाहनों में सीएनजी किट लगा सकें, इसके लिए भी सरकार को सहयोग देने की जरूरत है। इसके साथ ही डीजल वाहनों से पर्यावरण को होने वाले नुकसान को लेकर लोगों को जागरूक किया जाना चाहिए। स्थानीय संपादकीय दिल्ली

इसके अलावा इसी समाचार पत्र की उत्तराखण्ड से प्रकाशित संपादकीय भी देखलें। शिक्षा में बड़ी मददप्रदेश को शिक्षा का बजट देने में केंद्र सरकार ने बड़ी दरियादिली दिखाई है। इससे नए शैक्षिक सत्र में राज्य को बड़ी राहत मिलना तय है। केंद्र सरकार ने सर्व शिक्षा अभियान और राष्ट्रीय माध्यमिक शिक्षा अभियान के लिए बजट में पिछली ऐसी योजनाओं के लिए भी धन मुहैया कराया, जिन्हें अपने आर्थिक संसाधनों के बूते अंजाम तक पहुंचाना राज्य के लिए मुमकिन नहीं था। खासतौर पर पर्वतीय क्षेत्रों में नए विद्यालय भवनों और पुराने भवनों के पुनर्निर्माण कार्यों की लागत काफी ज्यादा पड़ रही है। वर्ष 2013 की आपदा में प्राथमिक से लेकर माध्यमिक स्तर पर काफी संख्या में विद्यालय क्षतिग्रस्त हुए थे। इस बार प्रारंभिक और माध्यमिक स्तर पर विद्यालय भवनों के निर्माण और मरम्मत के लिए केंद्र ने अच्छी-खासी धनराशि देने पर सहमति जताई है। जाहिर है कि केंद्रपोषित इन योजनाओं में मिलने वाली मदद का पूरा फायदा उठाने का दारोमदार अब शिक्षा महकमे पर है। फायदा उठाने को महकमे को अपने स्तर पर प्रस्तावों को तेजी से अमलीजामा पहनाने की चुनौती है। कार्यदायी संस्थाओं के साथ तालमेल और मानीटडक्षरग की कमी के चलते बीते वर्षों में निर्माण कार्यों की गति अपेक्षा के मुताबिक नहीं रही है।

नए सत्र में शिक्षा का अधिकार अधिनियम के अनुपालन के लिए भी बजटीय बंदोबस्त किए गए हैं। अधिनियम के अनुपालन में निजी विद्यालयों में भर्ती किए जा रहे बच्चों के शुल्क और पाठ्यपुस्तकों का खर्च राज्य सरकार को खुद उठाना पड़ रहा है। यह खर्च प्रति वर्ष बढ़ रहा है। यही वजह है कि उत्तराखंड समेत विभिन्न राज्यों की ओर से केंद्र से इस मद में धनराशि देने की मांग बीते वर्षों में उठाई जाती रही है। इस मद में भी केंद्रीय मदद से राज्य को सरकारी खजाने पर बढ़ रहे बोझ से राहत मिलने का अनुमान लगाया जा रहा है। नए शैक्षिक सत्र से माध्यमिक कक्षाओं में छात्र-छात्राओं के अंग्रेजी कौशल विकास की महत्वाकांक्षी योजना '%उन्नति' दोबारा शुरू हो सकेगी। योजना के परिणाम से शिक्षा महकमा उत्साहित है, लेकिन बीते वर्ष केंद्रीय मदद नहीं मिलने की वजह से योजना संचालित नहीं की जा सकी थी। दरअसल, दूरदराज के ग्रामीण और पर्वतीय क्षेत्रों के सरकारी माध्यमिक विद्यालयों में अंग्रेजी में बोलचाल को लेकर हिचकिचाहट खत्म करने के उद्देश्य के साथ सूबे में इस योजना को लागू किया गया था। केंद्रीय मानव संसाधन विकास मंत्रालय ने राज्य की इस पहल को बीते वर्ष भी सराहा था, लेकिन मदद नहीं दी जा सकी। अब बजट का प्रावधान किए जाने से यह योजना शुरू करने का रास्ता साफ हो गया है। स्थानीय संपादकीय उत्तराखंड

शीर्षक : बेहतर शिक्षा कैसे

हिमाचल प्रदेश ने अस्तित्व में आने के बाद हर क्षेत्र में काफी तरक्की की है। प्रदेश में बड़े स्वास्थ्य संस्थान खुले हैं, जहां लोगों को बेहतर सुविधाएं उपलब्ध हैं। सड़कों का जाल बिछा है। ऐसे क्षेत्रों को सड़क से जोड़

दिया गया है, जहां कभी सड़क पहुंचने की कल्पना भी बेमानी सी लगती थी। उद्योगों का विस्तार हुआ है और पर्यटन को व्यवसाय के साथ जोड़कर प्रदेश के राजस्व में काफी वृद्धि हुई है। शिक्षा के क्षेत्र में भी हिमाचल पीछे नहीं है और हर गांव में शिक्षण संस्थान खोले गए हैं, जिससे बच्चों को शिक्षा के लिए घर से दूर नहीं जाना पड़ता। शिक्षा के क्षेत्र में बेहतर प्रदर्शन के लिए प्रदेश को सम्मान भी मिल चुके हैं। इसके बावजूद स्थिति संतोषजनक नहीं कही जा सकती। अगर बात सिर्फ शिक्षा की जाए तो अभी भी कुछ ऐसी खामियां हैं, जो कचोटती हैं। जिन्हें समय रहते दूर न किया गया तो भविष्य में दिक्कत डोलनी पड़ेगी।

प्रदेश के सरकारी स्कूलों की हालत यह है कि कहीं एक बच्चे के लिए स्कूल चल रहा है तो कहीं दो, तीन व चार बच्चों के लिए। कई स्कूल ऐसे हैं, जहां एक ही शिक्षक के जिम्मे स्कूल का सारा भार डाला जा रहा है। यह स्थिति सुखद नहीं कही जा सकती, न बच्चों के हित में और न ही शिक्षा की बेहतरी के लिए। प्रदेश सरकार हर साल बजट का बड़ा हिस्सा शिक्षा पर खर्च करती है। गांव-गांव में स्कूल व कॉलेज खोले जा रहे हैं। इसके बावजूद हालात में कुछ विशेष अंतर दिखाई नहीं देता। ऐसे कई मामले सामने आए हैं, जहां बच्चों को बेहतर शिक्षा देने के दावों की पोल खुलती है। चंबा जिले के चेहली स्कूल में एक ही शिक्षक व एक बच्चा पढ़ रहा है। ऐसे स्कूल प्रदेश के कई जिलों में मिल जाएंगे, चेहली तो एक उदाहरण है। हाल ही में सामने आए सर्वेक्षण खुलासा करते हैं कि प्रदेश के विद्यार्थी गणित, विज्ञान व अंग्रेजी में कमजोर हैं। यह समझना होगा कि अगर स्कूलों में स्टाफ ही पूरा नहीं होगा तो बच्चों को बेहतर शिक्षा कैसे दी जा सकती है। इसके लिए जरूरी है कि जरूरत के अनुसार ही स्कूल खोले जाएं। साथ ही स्कूलों में स्टाफ की कमी दूर करने के लिए कदम उठाए जाएं। शिक्षा विभाग को अध्यापकों के युक्तीकरण पर विचार करना होगा ताकि स्कूलों में शिक्षकों की कमी न रहे। साथ ही ऐसे स्कूलों को समायोजित करने की पहल करनी होगी, जहां बच्चों की संख्या 10 से कम है। इससे सरकारी खजाने पर बोझ भी कम होगा और बच्चों को बेहतर शिक्षा दी जा सकेगी। स्थानीय संपादकीय- हिमाचल प्रदेश

शीर्षक : सौर ऊर्जा को बढ़ावा जरूरी

डेरा ब्यास में एशिया के सबसे बड़े सोलर प्लांट का निर्माण पंजाब के लिए गर्व के साथ ही राहत की बात भी है। पंजाब सरकार बार-बार यह दावे कर रही है कि प्रदेश में बिजली की कोई कमी नहीं है लेकिन हकीकत यह है कि पारा जैसे-जैसे चढ़ रहा है प्रदेश में बिजली कटौती बढ़ती जा रही है। दो सप्ताह में प्रदेश में 174 लाख यूनिट बिजली की मांग बढ़ गई है। दूसरी तरफ प्रदेश के थर्मल प्लांटों की छह यूनिटों में बिजली उत्पादन ठप है। गोइंदवाल साहिब थर्मल प्लांट में तो कोयला न होने से बिजली पैदा नहीं हो पा रही है। इतना ही नहीं, इस साल जलाशयों में भी जलस्तर कम चल रहा है। इन स्थितियों को देखते हुए प्रदेश सरकार को सोलर एनर्जी को ज्यादा बढ़ावा देना चाहिए। सोलर प्लांटों से पैदा होने वाली बिजली से पर्यावरण को भी नुकसान नहीं पहुंचता है। जलविद्युत परियोजनाओं के लिए जलाशयों में पानी का भंडार चाहिए तो थर्मल प्लांटों के लिए कोयला, जबकि सोलर प्लांट एक बार लगा देने से लंबे समय तक निश्चित हुआ जा सकता है। डेरा ब्यास में लगे सोलर प्लांट प्रति वर्ष 19.5 मेगावाट बिजली का उत्पादन करेंगे। सबसे खास बात है कि ये प्लांट इको फ्रेंडली हैं। बताया जा रहा है कि आगामी पच्चीस वर्षों में इससे डेरा ब्यास और आसपास के क्षेत्र में चार लाख टन कार्बन डाइक्साइड कम हो जाएगी। इस प्लांट से डेरे की बिजली की जरूरत पूरा करने के अलावा आसपास के लोगों को भी बिजली मिल सकेगी। यह अच्छी बात है कि पंजाब स्टेट पावर कारपोरेशन लिमिटेड ने डेरा ब्यास के साथ बिजली खरीदने के लिए 25 वर्ष का समझौता किया है। वैसे पंजाब को सोलर एनर्जी के क्षेत्र में बेहतर कार्य के लिए पुरस्कृत किया जा चुका है। फरवरी 2012 में पंजाब केवल नौ मेगावाट सोलर बिजली पैदा करता था जो अब 470 मेगावाट तक पहुंच गई है। प्रदेश सरकार को प्रयास करना चाहिए कि सोलर एनर्जी के प्लांट ज्यादा से ज्यादा प्रदेश में लगे।

हालांकि डेरा ब्यास जैसा प्लांट लगाना हर किसी के लिए आसान नहीं है, लेकिन यदि सरकार भी सहयोग करे, प्रोत्साहित करे तो बेहतर नतीजे आ सकते हैं। सौर ऊर्जा सबसे बेहतर विकल्प है। स्थानीय संपादकीय -पंजाब

यहाँ एक ही समाचार पत्र की मुख्य संपादकीय के साथ पांच अन्य स्थानों से प्रकाशित अलग-अलग संपादकियों का उदाहरण देने का उद्देश्य यही है कि विद्यार्थी यह समझ सकें कि किस प्रकार एक समाचार पत्र अपनी संपादकीय के जरिए तत्कालीन महत्व के विषय पर अपनी बात को संक्षिप्त में जनमानस के बीच रखता है। दैनिक जागरण की तरह ही अन्य समाचार पत्र और पत्रिकाएँ भी अपने प्रत्येक अंक में किसी विषय पर केंद्रित होकर अपनी संपादकीय प्रकाशित करते हैं।

इसी प्रकार संपादकीय आलेखों का प्रकाशन भी विषय केंद्रित ही होता है। इसके लिए यहाँ यह उदाहरण देखे जा सकते हैं।

मध्यप्रदेश में सफेद बाघ उद्यान का होना : डॉ. मयंक चतुर्वेदी

लम्बे समय के इंतजार और प्रत्याशाओं के बाद मुकुंदपुर व्हाइट टाइगर सफारी पार्क अपने जीवंत रूप को प्राप्त कर गया है। जनता के लिए इसके खुल जाने के बाद यह बात साफ हो गई है कि मध्यप्रदेश की सरकार सिर्फ विकास की बात नहीं करती, उसका ध्यान जैव विविधता और वन्य प्राणी संरक्षण तथा उनके विकास पर भी है। कहा जा सकता है कि इस मायने में यहाँ सफेद बाघ उद्यान का निर्माण अपना कुछ विशेष महत्व रखता है। सतना वन संभाग के मुकुंदपुर वन क्षेत्र में स्थित "मांद रिजर्व" 643.71 हेक्टेयर में स्थित है। इसके 100 हेक्टेयर क्षेत्र में से मुकुंदपुर चिड़ियाघर 75 हेक्टेयर में तथा 25 हेक्टेयर में सफेद बाघ सफारी का निर्माण 2012 से शुरू किया गया था। इसी में बन रहे चिड़ियाघर में करीब 40 से ज्यादा छोटे-बड़े वन्य प्राणियों को भी रखा जाएगा। दर्शकों के घूमने के लिए दो बसें रखी गई हैं। इसके निर्माण में 54 करोड़ की लागत आई है। लगभग 40 वर्ष बाद मुकुंदपुर वन्य जीव पर्यटन केन्द्र के तौर पर विकसित हो रहा है जहाँ जियोलोजिकल पार्क, रेस्क्यू सेंटर, व्हाइट टाइगर सफारी और प्रजनन केंद्र आदि हैं। सफेद बाघों का इतिहास बताता है कि विश्व का पहला सफेद बाघ 1951 में सीधी के जंगलों में तत्कालीन महाराजा मार्टंड सिंह द्वारा पकड़ा गया था और उसे लाकर गोविंदगढ़ में रखा गया। धीरे धीरे इसी मोहन नामक सफेद बाघ के वंशज दुनियाभर के जंगलों और चिड़ियाघरों तक पहुंच गए, लेकिन वे रीवा और विन्ध्य क्षेत्र में लुप्तप्रायः हो गए थे। जिसे कि मध्यप्रदेश के जनसंपर्क और खनिज मंत्री राजेन्द्र शुक्ल के अभिनव प्रयासों से वापिस उसके मूल प्रजनन क्षेत्र में लाया गया है।

वास्तव में यह मध्यप्रदेश की धरती पर विन्ध्य क्षेत्र में उस प्राचीन विरासत को सहजने और पुनः अतीत को वर्तमान कर देने का प्रयास है, जिसे कुछ वर्ष पहले तक असंभव माना जा रहा था। अतीत बन चुकी सफेद बाघ की दहाड़ अब फिर से विन्ध्य की धरती पर गूँजने लगी है। वस्तुतः प्रदेशवासियों में खासकर विन्ध्य क्षेत्र के रहवासियों की यह प्रबल आकांक्षा थी कि विश्वभर में सफेद बाघ से जो गौरव उसे कभी प्राप्त था, वह उसे पुनः मिलना चाहिए। आज मुकुंदपुर में सफेद बाघ की वापसी न केवल इस क्षेत्र के लिए बल्कि संपूर्ण मध्यप्रदेश के लिए एक भावनात्मक विषय है, क्योंकि पूरी दुनिया में सबसे पहले इसी अंचल में सफेद शेर पाया गया था और यह धरोहर समय के साथ इस क्षेत्र से विलुप्त हो गई थी। अब एक बार फिर सफेद शेर अपने घर पूरी शान-शौकत के साथ वापस लौटा है, इस दृष्टि से भी यह टाइगर सफारी का निर्माण किया जाना महत्वपूर्ण हो गया है।

विश्व के सिर्फ 12 देशों में ही बाघ पाए जाते हैं, जिन्हें शक्ति और सौंदर्य का प्रतीक माना जाता है। बाघ वैश्विक विरासत है इसलिए बाघ संरक्षण की दिशा में किया गया मध्यप्रदेश सरकार का यह प्रयास अभिनव कहा जाएगा। यह अहम इसलिए भी हो गया है क्योंकि इंसानी दुनिया के जंगलों में किए गए अत्याधिक हस्तक्षेप के कारण आज दुनिया में बाघ की आठ प्रजातियों में से तीन प्रजातियां लुप्त हो चुकी हैं। अब केवल पांच बची हैं, जिनमें

बंगाल (रायल बंगाल टाइगर), साइबेरियन, सांउथ-चाइना, इंडो-चायनीज और सुमात्रा प्रजाति के बाघ अभी शेष हैं, जबकि बाली, जावा एवं एक अन्य प्रजाति विलुप्त हो चुकी हैं।

विश्व के वैज्ञानिकों ने पर्यावरण की दृष्टि से बाघ का महत्व जानकर इसका वैज्ञानिक संवर्धन वर्ष 1963 के बाद शुरू कर दिया था, जो अब तक जारी है। भारत में 1969 में बाघ के शिकार पर प्रतिबंध लगाकर 1972 में वन्य-प्राणी संरक्षण अधिनियम के लागू होने से बाघ संरक्षण के काम को बल मिला। भारत के लिए यह गौरव की बात है कि दुनिया की संपूर्ण आबादी के 70 प्रतिशत बाघ भारत के हैं। देश में बाघ को राष्ट्रीय पशु के रूप में मान्यता प्राप्त है। यह मान्यता बाघ को भारत सरकार ने यूं ही नहीं दी है, वस्तुतः विश्वभर में आज प्राप्त होने वाले बाघों की संख्या का आंकड़ा 2 हजार 226 है, जिसमें से लगभग 2 हजार की संख्या में बाघ भारत में पाये जाते हैं। मध्यप्रदेश के लिए गर्व की बात इसमें यह है कि भारत सरकार की योजना में टाइगर रिजर्व कान्हा को बाघ संरक्षण के लिए सबसे पहले चुना गया था। देश में वर्तमान में लगभग 49 टाइगर रिजर्व हैं, इनमें से सात मध्यप्रदेश में हैं, अब मुकुंदपुर व्हाइट टाइगर सफारी का नाम जुड़ जाने के बाद बाघ संरक्षण का यहां आठवां स्थान हो गया है।

आज मुकुंदपुर व्हाइट टाइगर सफारी को लेकर केंद्रीय पर्यावरण मंत्री प्रकाश जावड़ेकर द्वारा की गई घोषणा भी विशेष मायने रखती है, जिसमें उन्होंने कहा है कि सफेद बाघ उद्यान का उनके मंत्रालय के सालाना बजट में सबसे पहला अधिकार होगा और जल्द ही इसे सेवन स्टार का दर्जा मिलेगा। यह मध्यप्रदेश वासियों के लिए निश्चित ही कम गौरव की बात नहीं है कि केंद्र सरकार से इस प्रकार का सहयोग मिले और दुनिया में मध्यप्रदेश राज्य का मान बढ़े। वास्तव में मध्यप्रदेश वासियों के लिए आज यह गौरव की बात है। यहां मुख्यमंत्री शिवराज सिंह चौहान का विंध्य वासियों से कही यह बात भी अहम है कि वे इसे एक साल के अंदर विश्व का सबसे पसंदीदा टाइगर सफारी बनाने के लिए वचनबद्ध हुए हैं। सच ही है यहां बाघ आया है तो पर्यटक भी आएंगे। जिससे युवाओं को रोजगार मिलेगा। यह एक काम ही मध्यप्रदेश के विंध्य क्षेत्र में विकास के कई नए अवसरों का कारक बनेगा। मुख्यमंत्री ने रीवा हवाई पट्टी को अंतरराष्ट्रीय स्तर का हवाई अड्डा बनाने की घोषणा के साथ सतना हवाई पट्टी का विस्तार करने की बात कही है, जिससे कि दुनियाभर से पर्यटक सफेद बाघों को देखने यहां आ सकें। दुनिया के वन्यजीव प्रेमी और विशेषज्ञों में यह स्वाभाविक जिज्ञासा रही है कि सफेद बाघ के मूल स्थान को जाना जाए। इस दिशा में मुकुन्दपुर ऐसे सभी लोगों की सहज जिज्ञासाओं को शांत कर पाएगा, आज इसके शुरू हो जाने से यह आस बंध गई है।

प्राणी जगत के लिए सफेद बाघ प्रकृति के दिए किसी उपहार से कम नहीं है। मध्यप्रदेश के लिए यह सौभाग्य की बात है कि इस प्रकार के बाघ को सबसे पहले यहीं देखा गया और यहां से होकर यह दुनिया के कई देशों में अपनी उपस्थिति दर्ज कराने पहुंचा। निश्चित ही आज विश्वभर के वन्यप्राणी उद्यानों में जो भी सफेद बाघ विचरण कर रहे हैं, वे सभी मध्यप्रदेश की दुनिया को दी गई अनुपम सौगात है। वस्तुतः स्वस्थ पर्यावरण के लिए प्रत्येक जीव का कितना महत्व है, आज यह बात किसी से छिपी नहीं है, किंतु यह कम ही देखने को मिलता है कि इसके संरक्षण के प्रयास संवेदनात्मक स्तर पर जाकर किए जाएं, इस दिशा में कहा जा सकता है कि मध्यप्रदेश का सफेद बाघ उद्यान एक अनुपम मिशाल के रूप में सभी के समक्ष प्रस्तुत हुआ है। उम्मीद की जानी चाहिए कि इस अभिनव प्रयोग और प्रयास का अनुसरण अन्य राज्य सरकारें भी करेंगी।

इसी प्रकार अन्य आलेख विषय केंद्रित लिखे जाते हैं जो कि प्रत्येक समाचार पत्र में संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित होते हैं।

(3.5) लेख साक्षात्कार

साक्षात्कार का लेखन किस प्रकार करें, यह जानने से पहले संक्षेप में यह जान लेना उपयुक्त होगा कि साक्षात्कार है क्या? साक्षात्कार पत्रकारिता और जनसंचार का एक आवश्यक अंग है। पत्रकारिता से जुड़े हर व्यक्ति को साक्षात्कार लेना और उसका प्रस्तुतिकरण करना आना चाहिए। वेब पत्रिका 'वाड्.मय पत्रिका' में विभिन्न विद्वानों ने साक्षात्कार की परिभाषाएँ दी हैं, जो इस प्रकार हैं-

'इंटरव्यू से अभिप्राय उस रचना से हैं, जिसमें लेखक व्यक्ति-विशेष के साथ साक्षात्कार करने के बाद प्रायः किसी निश्चित प्रश्नमाला के आधार पर उसके व्यक्तित्व एवं कृतित्व के संबंध में प्रमाणिक जानकारी प्राप्त करता है और फिर अपने मन पर पड़े प्रभाव को लिपिबद्ध कर डालता है।' - डॉ. नगेंद्र

'साक्षात्कार में किसी व्यक्ति से मिलकर किसी विशेष दृष्टि से प्रश्न पूछे जाते हैं।' - डॉ. सत्येंद्र

वास्तव में साक्षात्कार पत्रकारिता और साहित्य की मिली जुली विधा है। साक्षात्कार के जरिए संवाददाता अपने समाचार की आवश्यकता के अनुरूप समाचार प्राप्त करता है। साक्षात्कार की सफलता साक्षात्कार लेने वाले संवाददाता की कुशलता और जिस व्यक्ति का साक्षात्कार लिया जा रहा है, उसके सहयोग पर निर्भर करती है।

साक्षात्कार के प्रकार

साक्षात्कार किस व्यक्ति का लिया जा रहा है, क्यों लिया जा रहा है, क्या साधन अपनाए जा रहे हैं, क्या उपयोग किया जाएगा आदि के आधार पर साक्षात्कार का वर्गीकरण कई प्रकारों से किया गया है। लेकिन विषयवस्तु के आधार पर इसके सामान्यतः दो ही प्रकार माने गए हैं। पहला व्यक्ति केंद्रित साक्षात्कार और दूसरा विषय केंद्रित साक्षात्कार।

व्यक्ति केंद्रित साक्षात्कार: इस तरह के साक्षात्कार में व्यक्ति और उसका काम ही केंद्र में होता है। सवाल उसी पर आधारित होते हैं, जो उस व्यक्ति के निजी या व्यावसायिक जीवन, उसके व्यक्तित्व और कृतित्व से संबंधित होते हैं।

विषय केंद्रित साक्षात्कार: इस तरह के साक्षात्कारों के केंद्र में कोई विषय होता है। यानी किसी व्यक्ति से उसके व्यक्तिगत जीवन की बजाय किसी विषय से संबंधित सवाल ही पूछे जाते हैं। जैसे किसी पर्यावरणविद से हम पर्यावरण के बिगड़ते हालात पर, तो किसी राजनेता से उसकी राजनीति, उसके दल की स्थिति, उसके वर्तमान पद से जुड़ी जिम्मेदारियों पर बात की जा सकती है।

साक्षात्कार लेखन प्रक्रिया

लेखन या प्रस्तुतीकरण की दृष्टि से साक्षात्कार को दो भागों में बांटा गया है। पहला प्रश्नोत्तर प्रारूप और दूसरा विवरणात्मक प्रारूप।

1. प्रश्नोत्तर प्रारूप: यह साक्षात्कार के लेखन का सहज तरीका है। इसमें साक्षात्कार के दौरान पूछे गए प्रश्न और ससंबंधित व्यक्ति द्वारा दिए गए उत्तरों को जैसा का तैसा प्रस्तुत कर दिया जाता है। इसकी शुरुआत एक छोटे और सारगर्भित इंट्रो से की जाती है। इंट्रो में उस व्यक्ति का सबसे महत्वपूर्ण वक्तव्य, साक्षात्कार की सबसे महत्वपूर्ण बात या उस व्यक्ति से संबंधित किसी विवादास्पद अथवा ज्वलंत मुद्दे को लिया जाता है। यह अधिकतम दो पैराग्राफ तक का होता है। इंट्रो के बाद प्रश्न और उत्तर का सिलसिला शुरू हो जाता है।

2. विवरणात्मक प्रारूप: विवरणात्मक प्रारूप की अपनी अलग विशेषताएँ होती हैं। इसमें संबंधित व्यक्ति से किए गए सवाल और उसके जवाबों को एक समाचार या विवरण के रूप में लिखा जाता है। इस तरह के प्रारूप में उस व्यक्ति पर टिप्पणी की जा सकती है। आसपास के वातावरण, साक्षात्कारदाता के मूड, उसके हावभाव आदि का जिक्र किए जाने की भी गुंजाइश रहती है। सवाल और जवाब के बीच में होने वाले क्रियाकलाप, जैसे चायपान, किसी का आना, फोन आना आदि का जिक्र करके इंटरव्यू को जीवन्त बनाया जा सकता है। वहीं, व्यक्ति के व्यक्तित्व की झलक भी इस तरह के प्रारूप में दिखाई जा सकती है। इस तरह के प्रारूप में भी शुरुआत एक इंट्रो से की जाती है, जिसके बाद में विवरणात्मक तरीके से इंटरव्यू को लिखा जाना शुरू कर दिया जाता है।

सावधानियाँ

साक्षात्कार लेखन का अर्थ सिर्फ किसी व्यक्ति से मिली जानकारी को लिख देना भर नहीं है, बल्कि उन्हें सुरुचिपूर्वक एक क्रम में जमाकर प्रस्तुत किया जाता है। ऐसे में साक्षात्कार लेखन के दौरान यदि कुछ बातों पर ध्यान दिया जाए, तो न सिर्फ साक्षात्कार को प्रभावी बनाया जा सकता है, बल्कि संबंधित व्यक्ति की छवि और उसके विश्वास की सुरक्षा भी की जा सकती है। ये सावधानियाँ इस प्रकार हैं—

—साक्षात्कारदाता द्वारा दी गयी जानकारी को उसी रूप में प्रस्तुत करना चाहिए। उसमें न अपनी तरफ से कुछ जोड़ना चाहिए, न ही उसे तोड़ मरोड़ कर प्रस्तुत किया जाना चाहिए। इससे पत्रकार और उसके संस्थान की प्रतिष्ठा और विश्वसनीयता में वृद्धि होती है।

—बातचीत के दौरान स्थिति स्पष्ट करने के लिए अक्सर साक्षात्कारदाता कुछ ऐसी बातें भी बता देता है, जो प्रकाशन के लिए नहीं होतीं। जहाँ तक संभव हो सके, ऐसी बातों को प्रकाशित नहीं करना चाहिए। यदि बहुत जरूरी हो, तो उन बातों को संबंधित व्यक्ति के हवाले से न लिखकर स्वतंत्र या अनउद्धृत वक्तव्य के रूप में प्रकाशित किया जाना चाहिए। ऐसा करने से आपके एवं आपके संगठन पर साक्षात्कारदाता का विश्वास बना रहता है।

—साक्षात्कार लिखते समय नामों की वर्तनी तथा तकनीकी और वैज्ञानिक शब्दावली के संबंध में विशेष सतर्कता बरतनी चाहिए। अर्थात् उन्हें वैसा ही प्रस्तुत करना चाहिए, जैसा साक्षात्कारदाता ने बताया है।

—साक्षात्कार के दौरान साक्षात्कारदाता द्वारा किसी के बारे में कहे गए शब्दों को जस का तस लिखा जाना चाहिए, लेकिन गूढ़ तकनीकी और वैज्ञानिक शब्दों को जहाँ तक हो सके सरल रूप में प्रस्तुत किया जाना चाहिए। यदि कोई शब्द समझ में नहीं आता है, तो साक्षात्कारदाता से उसके बारे में एक बार फिर बात कर लेनी चाहिए।

—दोनों ही तरह के प्रारूपों में साक्षात्कार लिखते समय यह ध्यान रखना चाहिए कि विषय की क्रमबद्धता और प्रवाह बने रहें। उदाहरण के लिए यदि किसी व्यक्ति से उसकी दिनचर्या के बारे में बात की गई है, तो पहले

यह दिया जाना ठीक होगा कि वह सुबह कितने बजे जाग जाता है, उसके बाद यह बताना चाहिए कि उसे किसी तरह की एक्सरसाइज अच्छी लगती है।

-यह ध्यान रखें कि छोटे साक्षात्कारों के प्रस्तुतीकरण में विवरणात्मक प्रारूप ही ठीक रहता है, जबकि अपेक्षाकृत बड़े साक्षात्कारों के लिए प्रश्नोत्तर प्रारूप ठीक रहता है।

-साक्षात्कार का प्रारूप कैसा भी हो, लेकिन यदि उसके साथ साक्षात्कारदाता का चित्र भी प्रस्तुत किया जाए, तो उसे और भी प्रभावी बनाया जा सकता है। -जिस व्यक्ति का साक्षात्कार लिया गया है, वह प्रभावशाली हो या साधारण सामाजिक हैसियत वाला हो, लिखते समय यह ध्यान रखना चाहिए कि उसके सम्मान की रक्षा हो और उसकी अभिव्यक्ति को महत्व मिले। उसके व्यक्तित्व, परिधान, भाषा की कमजोरी, शिक्षा की कमी, गरीबी आदि के आधार पर उसकी उपेक्षा नहीं की जानी चाहिए।

-साक्षात्कार लिखते समय ऐसे मामलों को तूल न दें, जो देश-हित में न हों। जिनसे सांप्रदायिक सदभाव बिगड़े, किसी का चरित्र हनन हो, या वर्ग विशेष में कटुता फैले। भले ही साक्षात्कारदाता ने ऐसा कुछ कहा हो, लेकिन संवाददाता को इन बातों को साक्षात्कार की मूल भावना को बनाए रखते हुए संपादित कर लेना चाहिए।

साक्षात्कार का यह उदाहरण देखें-

प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी का हिन्दुस्थान समाचार को दिए गए विशेष साक्षात्कार में हम सिर्फ पूछे गए प्रश्नों का यहाँ जिक्र कर रहे हैं, जिससे कि यह समझा जा सके कि प्रश्न किस तरह के पूछे जाने चाहिए।

हिन्दुस्थान समाचार- एनडीए (राजग) सरकार आने के बाद देश के माहौल में एक सकारात्मक बदलाव आया है। इसका श्रेय आपको जाता है। इसे आप कैसे देखते हैं ?

हिन्दुस्थान समाचार -आपकी सरकार के दूसरे कार्यकाल की क्या प्राथमिकताएं हैं?

हिन्दुस्थान समाचार - भूमि अधिग्रहण बिल पर विपक्ष को कैसे मनाएंगे ? विपक्ष आपको किसान विरोधी साबित करने पर आमदा है।

हिन्दुस्थान समाचार - राज्यसभा में राजग की कमजोर स्थिति सरकार के लिए परेशानी बनी हुई है। इससे निपटने का कोई खास तरीका?

हिन्दुस्थान समाचार - विदेश में आपकी बहुत चर्चा है। आपको सुनने के लिए लोग उमड़ रहे हैं। लेकिन क्या आपको नहीं लगता है कि आपके कुछ बयान (जैसे कि देश के लोग पहले भारतीय होने पर शर्मिंदा होते थे आदि) से लोगों को नाराजगी हो सकती है?

हिन्दुस्थान समाचार -पाकिस्तान से संबंधों पर आपकी क्या राय है ? क्या भविष्य में आप वहां का दौरा भी करेंगे?

हिन्दुस्थान समाचार- जिस प्रकार गुजरात और महाराष्ट्र में सहकारिता को काफी मजबूती मिली है उसी प्रकार देश के अन्य राज्यों में भी सहकारी संस्थायें मजबूत बनकर जनहित कार्यों में भागीदारी निभायें। इन दो राज्यों को छोड़ अन्य राज्यों में सहकारी संस्थायें काफी कमजोर हैं आप सहकारिता को मजबूत करने के लिये क्या कदम उठा रहे हैं।

हिन्दुस्थान समाचार - भारत में कृषि पर मंडराते खतरे को आप कैसे खत्म करेंगे? क्या सरकार की कोई खास योजना है?

हिन्दुस्थान समाचार - ओलावृष्टि में खराब हुई फसलों से बर्बाद किसानों के लिए सरकार क्या करने जा रही है? किसानों की आत्महत्या आज भी जारी है।

हिन्दुस्थान समाचार - स्वच्छता अभियान और गंगा की सफाई में सारा देश आपके साथ जुड़ गया है। ये निरंतर जारी रहे इसके लिए जनता से कोई अपील?

हिन्दुस्थान समाचार - आपकी दिनचर्या से सारा देश अवगत है। आप सुबह पांच बजे उठते हैं और देर रात एक बजे सोते हैं। काम के इस दबाव से कैसे मुक्त हो पाते हैं ?

हिन्दुस्थान समाचार, हमसे बात करने के लिए आपका धन्यवाद।

इसी प्रकार एक अन्य संवाद एजेंसी पीटीआई के साथ प्रधानमंत्री श्री मोदी ने बातचीत की। यहां पीटीआई द्वारा प्रधानमंत्री से पूछे गए प्रश्नों को देखा जा सकता है।

प्रश्न 1 : आपकी सरकार का एक साल पूरा हुआ है, संक्षेप में अपना अनुभव बतायें।

प्रश्न 2 : आप जब प्रधानमंत्री बने थे तो आपने कहा था कि मैं दिल्ली में नया हूँ और इसे समझने की कोशिश कर रहा हूँ, क्या आप दिल्ली को समझ गये हैं

प्रश्न 3 : तो अब तक आपने क्या समझा है?

प्रश्न 4 : पिछले एक साल के बाद क्या आपको ऐसा लगता है कि आपने जो किया, उससे बेहतर या अलग किया जा सकता था या होना चाहिए था?

प्रश्न 5 : एक साल के कार्यकाल के दौरान आपने कई योजनाएं जैसे स्वच्छ भारत, स्कूलों के लिए शौचालय, जनधन, गरीबों के लिए बीमा, पेंशन योजना आदि शुरू की। अब भविष्य के लिए आपकी क्या योजना है?

प्रश्न 6 : आप आर्थिक सुधारों में तेजी लाना चाहते थे, लेकिन सुधारों से जुड़े भूमि अधिग्रहण बिल, जीएसटी को पास कराने में आपको समस्याएं आ रही हैं। क्या आपको लगता है कि ऐसी बाधाओं से देश का नुकसान हो रहा है? ऐसे में जो लोग इसका विरोध कर रहे, उन्हें आप क्या संदेश देना चाहेंगे?

प्रश्न 7 : अगर ये सुधार तेजी से आगे नहीं बढ़ाये गए तो इससे खासकर उन विदेशी निवेशकों को क्या संदेश जाएगा, जिन्हें आप देश में लाने के लिए काफी प्रयास कर रहे हैं?

प्रश्न 8 : भविष्य में आप किन सुधारों की योजना बना रहे हैं?

प्रश्न 9 : आपने पहले ही कई क्षेत्रों में एफडीआई के दरवाजे खोल रखे हैं और किन क्षेत्रों में आप एफडीआई की इजाजत देने की योजना बना रहे हैं?

प्रश्न 12 : आर्थिक नीति के मामले में, क्या भारतीय रिजर्व बैंक और वित्त मंत्रालय के बीच तालमेल है? मैं यह सवाल इसलिए पूछ रहा हूँ क्योंकि रिजर्व बैंक के गवर्नर द्वारा कभी-कभी ऐसी टिप्पणियां की जाती हैं जो वित्त मंत्रालय के साथ अलगाव को दिखाता है।

प्रश्न 11 : इस वित्तीय वर्ष में आपने क्या लक्ष्य निर्धारित कर रखा है?

प्रश्न 12 : विपक्ष आरोप लगा रहा है कि भूमि अधिग्रहण बिल कॉर्पोरेट की मदद करेगा और आप इसे गरीब किसानों एवं ग्रामीणों के हित में बता रहे हैं। लेकिन विपक्ष अभी भी अड़ा हुआ है। क्या आपको लगता है कि विपक्ष इसका विरोध करके सही कर रहा है?

प्रश्न 13 : भूमि अधिग्रहण विधेयक पर अभी भी टकराव बना हुआ है। क्या आप विधेयक पर विपक्ष के विचारों को समायोजित करने के लिए तैयार हैं? इस पर आप विपक्ष की किन-किन मांगों को स्वीकार करेंगे?

प्रश्न 14 : पिछले एक साल में जब भी अल्पसंख्यक समुदाय या संस्थाओं पर हमला हुआ है तो आपकी सरकार और संघ परिवार को कई बार निशाना बनाया गया है। यहाँ तक कि व्यक्तिगत रूप से आपको भी निशाना बनाया गया है? इसपर आपको क्या कहना है?

प्रश्न 15 : आपने पिछले एक वर्ष में कई देशों की यात्रा की है। विपक्ष यह कहकर आपकी आलोचना करता है कि आप शायद ही देश में रहते हैं। इस आलोचना पर आपकी प्रतिक्रिया क्या है?

प्रश्न 16 : एक तरफ विपक्ष आप पर कॉरपोरेट्स का समर्थन करने का आरोप लगा रही है, वहीं कुछ उद्योगपति, जैसे दीपक पारेख यह कह रहे हैं कि उद्योग के क्षेत्र में जमीनी स्तर पर कुछ नहीं हो रहा है। इसपर आपका क्या कहना है?

प्रश्न 17 : राहुल गांधी हाल में सक्रिय हुए हैं और उन्होंने किसानों के मुद्दों के साथ-साथ भूमि अधिग्रहण विधेयक का मुद्दा उठाया है। उन्होंने आपकी सरकार को 'सूट-बूट की सरकार' कहा है। इस पर आपकी क्या टिप्पणी है?

प्रश्न 18 : हाल ही में कैंग ने देश की सुरक्षा तैयारियों पर सवाल खड़े किये हैं। यह बात सामने आई है कि अगर युद्ध हुआ तो देश के पास सिर्फ 10-12 दिन के हथियार हैं। यह रिपोर्ट 2013 के आंकड़ों पर आधारित थी। आप इस पर क्या कहेंगे?

प्रश्न 19 : चुनाव अभियान के दौरान एक बार यह भी किया गया था कि नई सरकार काले धन पर कड़ी कार्रवाई करेगी। इस मामले में अभी तक क्या कोई प्रगति हुई है?

प्रश्न 20 : सरकार के कार्य करने के तरीके में बदलाव लाने के लिए आपने क्या प्रयास किये?

प्रश्न 21 : इस बात की भी आलोचना हो रही है कि सभी शक्तियां प्रधानमंत्री कार्यालय तक ही सीमित हो गई हैं? इस बात में कितनी सच्चाई है?

प्रश्न 22 : यूपीए सरकार के दूसरे कार्यकाल के अंतिम वर्षों में शासन की बदतर स्थिति के बाद लोगों ने बदलाव के लिए आपको एक भारी जनादेश दिया। एक साल के बाद अभी यह बातें हो रही हैं कि आप सही तरीके से 'अच्छे दिन' नहीं ला पाए हैं। क्या आप मानते हैं कि लोग शायद जल्दबाजी कर रहे हैं?

प्रश्न 23 : देश में कृषि संकट है। किसानों की आत्महत्या का मुद्दा राजनीतिक परिदृश्य पर छाया हुआ है। सरकार ने किसानों की इस स्थिति से निपटने के लिए कई कदम उठाए हैं। इस संबंध में सरकार की और क्या योजनाएं हैं?

प्रश्न 24 : लोकसभा चुनाव में भारी शिकस्त मिलने के बाद कांग्रेस पार्टी बहुत देर बाद सक्रिय हुई है जब राहुल गांधी और सोनिया गांधी दोनों ने सरकार पर हमला किया है। श्रीमती गांधी ने आपकी सरकार पर संसद में 'जिद्दी अहंकार' दिखाने और प्रशासनिक पारदर्शिता बिगाड़ने का आरोप लगाया गया है। उन्होंने कहा कि आपकी सरकार 'व्यक्ति-विशेष' द्वारा चलाई जा रही है। इसपर आपकी क्या प्रतिक्रिया है?

प्रश्न 25 : गैर-सरकारी संगठनों पर 'शिकंजा कसने के लिए' भी आपकी सरकार की आलोचना की जा रही है। अमेरिका ने कहा है कि इस तरह के कार्यों से बोलने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर 'नकारात्मक' प्रभाव पड़ सकता है। क्या इसे एक चेतावनी समझा जाए?

प्रश्न 26 : आप सहकारी संघवाद के बारे में बात करते रहे हैं। प्रधानमंत्री के रूप में मुख्यमंत्रियों के साथ काम करने का आपका अनुभव कैसा रहा है? वे इस सहकारी संघवाद को मजबूत बनाने में कितना सहयोग कर रहे हैं?

इन दो न्यूज समितियों को दिए साक्षात्कार प्रश्नों के साथ ही हमें दैनिक जागरण, दैनिक ट्रिब्यून समाचार पत्र और टाइम मैगजीन द्वारा प्रधानमंत्री से साक्षात्कार में पूछे गए प्रश्नों को भी देखना चाहिए।

दैनिक जागरण के साथ प्रधानमंत्री का इंटरव्यू

प्रश्न 1 : मोदी सरकार का एक साल होने को है। क्या जनता की अभूतपूर्व अपेक्षाओं का दबाव महसूस हो रहा है?

प्रश्न 2 : सरकार कुछ कर नहीं पा रही है, क्या एक साल में ऐसी धारणा नहीं बनी है?

प्रश्न 3 : भविष्य के लिहाज से देश के सामने मुख्य चुनौतियां क्या हैं और इनसे पार पाने के लिए कितना समय चाहिए?

प्रश्न 4 : मगर सरकार को गरीब विरोधी ठहराने में विपक्ष कामयाब दिख रहा है। भूमि अधिग्रहण पर कांग्रेस आक्रामक है, लगता है कहीं कोई कमी रह गई?

प्रश्न 5 : जैसे सियासी हालत बने, उससे नहीं लगता कि भूमि अधिग्रहण विधेयक पर किसानों को समझाने में आपकी सरकार विफल रही है?

प्रश्न 6 : इस संवेदनशील मुद्दे पर भाजपा और सरकार के कई नेता भी हिचक रहे थे, फिर भी भूमि अधिग्रहण विधेयक पर सरकार ने सियासी खतरा लिया?

प्रश्न 7 : रोजगार व अन्य मुद्दों पर भी आपकी सरकार सवालियों के घेरे में है?

प्रश्न 8 : आपकी सरकार ने वास्तव में गरीब, मध्य वर्ग और छोटे व्यापारियों के लिए 12 माह में कुछ किया है?

प्रश्न 9 : क्या आपको लगता है कि औद्योगिक जगत की अनदेखी करके आप देश को आगे ले जा सकते हैं?

प्रश्न 10 : क्या इन कदमों के नतीजे मिलने शुरू हुए?

प्रश्न 11 : मेक इन इंडिया पर आपकी कल्पना क्या साकार होने की दिशा में कुछ आगे बढ़ी है?

प्रश्न 12 : भारत में कृषि संकट में है। लेकिन आपकी सरकार ने कोई ठोस कदम उठाए हों, ऐसा नजर नहीं आता है, क्या कारण है?

प्रश्न 13 : किसानों के ऋण को लेकर बहुत सारी समस्याएँ हैं। साहूकारों से किसानों को मुक्ति कैसे मिलेगी?

प्रश्न 14 : एमएसपी के संबंध में जो कुछ हो रहा है, उससे आप संतुष्ट हैं क्या?

प्रश्न 15 : आप दूसरी हरित क्रांति की बात करते हैं, आपकी क्या कल्पना है?

प्रश्न 16 : पिछले माह बेमौसम बारिश व ओलावृष्टि से फसलों को बहुत नुकसान हुआ। आपकी सरकार राहत के लिए क्या कर पाई?

प्रश्न 17 : आपने कहा था कि मनरेगा को कमजोर नहीं किया जाएगा, लेकिन कार्यदिवस घटने के बाद अब मनरेगा को ले कर आशंका गहरा रही है?

प्रश्न 18 : राज्यसभा सरकार के लिए परेशानी का सबब बन गई है? सरकार कई विधेयक पारित कराने में सफल तो रही है, लेकिन फ्लोर प्रबंधन में क्या कुछ खामी नजर नहीं आती?

प्रश्न 19 : क्या आपको कई बार ऐसा नहीं लगता कि सरकार की तैयारी विपक्ष के सामने कमतर पड़ जाती है?

प्रश्न 20 : फिर भी सदन में आपको कुछ रिक्तता महसूस नहीं होती?

प्रश्न 21 : आप कुछ दिनों पहले तीन देशों की यात्रा से लौटे हैं। इसके पहले दर्जनों देशों के साथ संवाद प्रक्रिया तेज हुई। इस दिशा में आपकी रणनीति क्या है?

प्रश्न 22 : पड़ोसी देश आपकी प्राथमिकता में रहे हैं। दौरे भी हुए लेकिन पाकिस्तान छूट गया। पाकिस्तान की ओर से आप किस माहौल का इंतजार करेंगे? आप की उम्मीदें क्या हैं?

प्रश्न 23 : जम्मू-कश्मीर में भाजपा-पीडीपी गठबंधन सरकार से आप कितने संतुष्ट हैं?

प्रश्न 24 : हाल के दिनों में अल्पसंख्यक समाज के बहुत सारे प्रतिनिधि आपसे मिल रहे हैं। इसे कैसे देखा जाए?

प्रश्न 25 : आपकी पार्टी विश्व की सबसे बड़ी पार्टी बन गई है। इसका कारण क्या मानते हैं?

प्रश्न 26 : चुनाव की दृष्टि से अगली चुनौती बिहार है। आपकी रणनीति क्या होगी?

प्रश्न 27 : गुजरात से दिल्ली. अब एक साल बाद दोनों जगह की संस्कृति और आबो-हवा में क्या फर्क महसूस कर रहे हैं और दिनचर्या किस तरह बदली है?

प्रश्न 28 : दिल्ली अब आपके लिए कितनी पुरानी या नई रह गई है?

प्रश्न 29 : प्रधानमंत्री पद के दायित्व के साथ भाजपा संगठन से कितना और कैसा संबंध रख पाते हैं?

प्रश्न 30 : मुझे गंगा ने बुलाया है? आपका यह वाक्य देशवासियों के जेहन में ताजा है। काशी के घाटों की साफ-सफाई पर जरूर प्रभाव पड़ा है, लेकिन निर्मल और पावन गंगा की दिशा में कब तक कुछ दिखना शुरू होगा?

द ट्रिब्यून के साथ प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी का साक्षात्कार

प्रश्न 1 : आपसे पहले राजीव गांधी पूर्ण बहुमत वाली सरकार के मुखिया थे। उनसे जब पूछा गया कि आपसे लोगों को क्या उम्मीदें हैं, तो उनका जवाब था - उम्मीदें डरावनी हैं। आपको भी एक साल हो गया। आप क्या सोचते हैं?

प्रश्न 2 : पहले साल में आप क्या करना चाहते थे?

प्रश्न 3 : एक राज्य और देश की सरकार चलाने में आप क्या फर्क महसूस करते हैं?

प्रश्न 4 : लोग 'अच्छे दिन' की बात पर लगातार आपकी आलोचना करते रहते हैं। अच्छे दिनों की आपकी परिभाषा क्या है और आप इसे ला पाने में कितने सफल हुए हैं?

प्रश्न 5 : और आपने पिछले एक साल में इसे बदला है?

प्रश्न 6 : आपने भ्रष्टाचार को कैसे साफ किया?

प्रश्न 7 : भ्रष्टाचार को रोकने के लिए क्या आप इस तरह के और उपाय करने जा रहे हैं?

प्रश्न 8 : काले धन के बारे में बताइए, आपने इस बारे में बहुत कड़ा कानून बनाया है।

प्रश्न 9 : क्या आपको विश्वास है कि काले धन वालों को आप पकड़ लेंगे और उनके नाम उजागर होंगे?

प्रश्न 10 : विपक्ष कहता है कि यह 'सूट-बूट' की सरकार है, कॉर्पोरेट की सरकार है?

प्रश्न 11 : पंजाब-हरियाणा के किसानों की समस्या को लेकर यह धारणा बनी है कि केंद्र व राज्य सरकारों ने फुर्ती नहीं दिखाई। यह चर्चा भी है कि आप किसानों से मिलकर उनके हाल-चाल जानने नहीं गये। इस बारे में क्या कहेंगे?

प्रश्न 12 : आपकी पार्टी ने पहले भूमि अधिग्रहण विधेयक पर सहमति जतायी। अब आप इसमें संशोधन करना चाहते हैं। क्यों? लोग कहते हैं कि यह किसान विरोधी है और कॉर्पोरेट के हित में है।

प्रश्न 13 : क्या आपको विश्वास है कि अपना संशोधित विधेयक पारित करवा लेंगे?

प्रश्न 14 : क्या किसानों के लिए आपके पास कोई नई योजना है?

प्रश्न 15 : पिछले एक साल में आपकी क्या-क्या उपलब्धियां रहीं?

प्रश्न 16 : महंगाई, रोजगार, उत्पादन में वृद्धि, निवेश एवं निर्यात आदि क्षेत्रों में हुई अब तक की प्रगति से क्या आप संतुष्ट हैं? अर्थव्यवस्था को आप कैसे गति देंगे और उसकी दिशा क्या रहेगी?

प्रश्न 17 : महंगाई कुछ कम हुई है, लेकिन लोग कहते हैं यह तेल के दाम कम होने की वजह से है व इस मामले में आपकी किस्मत अच्छी रही है। आपकी राय?

प्रश्न 18 : आपका 'मेक इन इंडिया' अभियान अत्यंत महत्वपूर्ण है। अभी तक इस पर क्या प्रतिक्रिया रही है?

प्रश्न 19 : अब डिफेंस के बारे में, आपने फ्रांस से 36 लड़ाकू विमान खरीदने का बोलड निर्णय लिया। क्या हर रक्षा खरीद की नयी नीति है -? अब सरकार सीधे सरकार से शस्त्र खरीदेगी?

प्रश्न 20 : तो क्या भविष्य में रक्षा खरीद का रास्ता यही होगा - सरकार सीधे सरकार से खरीदेगी?

प्रश्न 21 : एक रैंक एक पेंशन के मामले पर आपकी सरकार क्या कर रही है?

प्रश्न 22 : स्किल इंडिया पर आपने बहुत जोर दिया है भारत को विश्व का 'स्किल कैपिटल' बनाने के लिए आपकी क्या-क्या योजनाएं हैं?

प्रश्न 23 : विदेश नीति आपका एक सफल पहलू रहा है। आपकी विदेश नीति का मुख्य बिंदु क्या है? इतने सारे देशों की यात्रा करने के पीछे आपका मिशन क्या है?

प्रश्न 24 : इराक में पंजाबियों को लेकर कुछ समस्या है क्या?

प्रश्न 25 : आप सीमा विवाद सुलझाने के लिए अगले सप्ताह बांग्लादेश जाने वाले हैं। क्या वहां तीस्ता जल विवाद से भी संबंधित कोई समझौता होगा?

प्रश्न 26 : चीन में सीमा विवाद को लेकर क्या बात हुई? क्या आपको लगता है कि बांग्लादेश की तरह ही चीन के साथ सीमा विवाद को सुलझाया जा सकता है?

प्रश्न 27 : कहीं वे दोहरा खेल तो नहीं खेल रहे, आपको क्या लगता है?

प्रश्न 28 : आपने अपने शपथ ग्रहण समारोह में नवाज शरीफ को आमंत्रित किया था लेकिन इसके बाद आगे कुछ नहीं हुआ? पाकिस्तान के मामले में आपने अपनी ओर से बेहतर किया। क्या आपको लगता है कि बात सुधरेगी?

प्रश्न 29 : जम्मू-कश्मीर में आपने पीडीपी के साथ मिलकर सरकार बनाई। यह एक ऐतिहासिक कदम था। आपको लगता है कि यह सरकार स्थायी रहेगी?

प्रश्न 30 : एएफएसपीए को हटाने की मांग पर आप क्या कहेंगे?

प्रश्न 31 : आप विकास के एजेंडे को लेकर बढ़ रहे हैं, पर आपकी ही पार्टी के लोग, खासकर कुछ मंत्री ऐसे बयान दे रहे हैं, जिससे अल्पसंख्यकों में आशंकाएं बन रही हैं। आपको क्या कहना है?

प्रश्न 32 : तो अल्पसंख्यक समुदायों को असुरक्षित महसूस करने की कोई जरूरत नहीं है?

प्रश्न 33 : दूसरे वर्ष में हम सरकार से क्या उम्मीद करें?

इसके बाद हम पत्रिका द्वारा पूछे जाने वाले प्रश्नों की बात करेंगे। जैसा कि पूर्व में बताया गया है, उसी के अनुरूप यहाँ टाइम मैगजीन द्वारा प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी से पूछे गए प्रश्नों को यहाँ उद्धरित कर रहे हैं।

टाइम मैगजीन को दिया गया प्रधानमंत्री का साक्षात्कार

टाइम : सबसे पहले, सरकार के एक साल पूरे होने पर आपको बधाई। कार्यालय में आपके लगभग अब एक वर्ष हो गए हैं। इसलिए, मैं यह जानने को उत्सुक हूँ कि किस चीज ने आपको सबसे ज्यादा हैरान किया। आप अक्सर एक बाहरी व्यक्ति होने की बात करते हैं। अब आप पूर्ण रूप से अंदरूनी हैं, आपको क्या लगता है कि आप जिन चीजों को करना चाह रहे हैं, उसके मजबूत पक्ष क्या हैं, उसके लिए क्या-क्या अवसर हैं और उसमें क्या-क्या परेशानियाँ हैं?

टाइम : अमेरिका और अमेरिका-भारत संबंधों की बात करें तो राष्ट्रपति ओबामा ने आपकी काफी तारीफ की है और हाल ही में टाइम 100 पर भी उन्होंने आपकी प्रशंसा की है आप भारत को बदलने, आपके अनुसार सरकार में परिवर्तन लाने के लिए कार्यरत हैं, आप क्या सोचते हैं कि अमेरिका को इस देश को कैसे देखना चाहिए - एक साझेदार के रूप में, एक आर्थिक प्रतियोगी के रूप में? क्या 'मेक इन इंडिया' से भारत में रोजगार के अवसर बन पाएंगे? सेवा क्षेत्र के मामले में जो विचार-विमर्श चल रहा है, क्या वो विनिर्माण क्षेत्र में भी होगा? भारत को अमेरिका किस रूप में देखता है?

टाइम : आप इस वर्ष अभी तक 16 देशों का दौरा कर चुके हैं। आप और किसे अपना स्वाभाविक सहयोगी मानते हैं?

टाइम : प्रधानमंत्री, आप बहुत जल्द ही चीन की यात्रा पर जाएंगे। चीन दक्षिण एशिया क्षेत्र सहित दुनिया के मंच पर तेजी से अपना प्रभुत्व बना रहा है। चीन और भारत के बीच पहले ही सीमा युद्ध हो चुका है, और कभी-कभी रिश्ते, माहौल तनावपूर्ण हो सकता है। आपकी चीन यात्रा और चीन के नेताओं के साथ आपकी बैठक, चीन के साथ आप किस तरह का रिश्ता बनाना चाहते हैं? क्या आपको लगता है कि चीन के नेताओं आपके संबंध अच्छे हो सकते हैं और क्या भारत और चीन कभी दोस्त हो सकते हैं?

टाइम : मैं इस पर एक ओर प्रश्न पूछना चाहता हूँ। चीन की अपनी यात्रा से पहले क्या आप राष्ट्रपति सी को एक विशेष संदेश भेजना चाहेंगे? यात्रा से पहले क्या आप उन्हें कुछ कहना चाहेंगे?

टाइम : अमेरिका धीरे-धीरे अफगानिस्तान से अपनी सेना हटा रहा है। मैं सोच रहा हूँ कि तालिबान के सत्ता में लौटने और आईएसआईएस के खतरे से क्या आप चिंतित हैं और इन स्थितियों पर आपकी क्या राय है।

टाइम : अगर सब साथ मिलकर लड़ें तो हम उसमें क्या अलग कर सकते हैं और अगर हम इस संकट को आपके दृष्टिकोण से देखें तो इस संकट से निपटने के लिए क्या कदम उठाये जाएंगे?

टाइम : प्रधानमंत्री जी, आपने धर्म को आतंकवाद से अलग करने की बात कही। आपने तालिबान का उल्लेख किया, आईएसआईएस का उल्लेख किया। दो दल और हैं जो अपनी गतिविधियों से दुनिया भर में सुर्खियों में हैं - बोको हराम और अफ्रीका में अल शबाब। वे सब दावा करते हैं कि वे जो कुछ कर रहे हैं, इस्लाम के लिए कर रहे हैं। आपको नहीं लगता कि इस्लाम समुदाय, दुनिया के इस्लामी नेताओं को अपने उग्र समुदाय को उदार बनाना चाहिए, शैक्षिक पहलुओं पर और कार्य करना चाहिए और इन समस्याओं से निपटने के लिए और अधिक सहयोग करना चाहिए?

टाइम : प्रधानमंत्री जी, अगर मैं दो चीजों पर बात करूँ जो आपने पहले कही कि प्रत्येक देश अपना प्रभाव, प्रभाव क्षेत्र बढ़ाने की कोशिश करता है। कभी-कभी यह बहुत सकारात्मक नहीं होता है। एक यह कि अमेरिका और भारत एक साथ दुनिया में क्या-क्या कर सकते हैं। लेकिन एक चीज जो अभी अमेरिका कर रहा है कि वह यूक्रेन में रूस के प्रभाव को दबाने की कोशिश कर रहा है। क्या आप रूस के खिलाफ अंतर्राष्ट्रीय प्रतिबंधों का समर्थन करते हैं?

टाइम : एक और बड़ा अंतर्राष्ट्रीय सम्मलेन अभी होने वाला है, वह है इस वर्ष पेरिस में जलवायु शिखर सम्मेलन। जलवायु परिवर्तन के मुद्दे पर भारत का क्या रूख होगा?

टाइम : प्रधानमंत्री जी, आपने आर्थिक और विकास सुधारों के बारे में बात की जो आपने भारत में शुरू की है लेकिन प्रगति के अन्य मानक होते हैं। इस वर्ष की शुरुआत में राष्ट्रपति ओबामा ने कहा था कि अगर भारत को विकास करना है तो इसे धर्म के आधार पर टूटने से बचना होगा। आप राष्ट्रपति ओबामा की इस टिप्पणी पर क्या कहना चाहते हैं?

टाइम : अमेरिका में राजनीतिक अभियान शुरू होने वाला है, अमेरिका के कई राजनेता विश्वास की भूमिका और नेता के रूप में उनकी सोच के बारे में बात कर रहे हैं। क्या आप थोड़ा-बहुत इसके बारे में बता सकते हैं कि भारतीय नेता के रूप में हिंदू धर्म पर आपकी क्या सोच है?

टाइम : प्रधानमंत्री जी, आपकी पार्टी के कुछ सदस्यों ने भारत में अल्पसंख्यक धर्मों के बारे में कुछ द्वेषपूर्ण बातें कही हैं और हम समझते हैं कि मुस्लिम, ईसाई, और कुछ दूसरे भारत में अपने धर्म और आस्था के भविष्य के बारे में चिंतित हैं और हम यह समझाने की कोशिश कर रहे हैं कि आपके नेतृत्व में उन्हें चिंता करने की जरूरत नहीं है?

टाइम : प्रधानमंत्री जी, पिछले चुनाव की बात करूँ तो उस समय एक महत्वपूर्ण बात की जा रही थी और वह थी, अर्थव्यवस्था। लेकिन अब बहुत सारे निवेशकों ने सुधार की गति के बारे में सवाल पूछना शुरू कर दिया है कि क्या यह गति पर्याप्त है? तेल की कीमतों में गिरावट आने से अर्थव्यवस्था को लाभ मिला है... आपने जिस गति से सुधार किये हैं, उनपर उठ रहे प्रश्नों पर आपकी क्या राय है और आने वाले वर्ष में आप और किन सुधारों की योजना बना रहे हैं?

टाइम : प्रधानमंत्री जी, जब कुछ लोग चीन और भारत के आर्थिक विकास की तुलना करते हैं, तो कुछ लोग कहते हैं कि चीन बहुत तेजी से और बहुत अधिक सफल रहा है क्योंकि वहां साम्यवाद है और पार्टी के नेता मूल रूप से अपना और अपने मंत्रिमंडल की नीतियां कार्यान्वित कर सकते हैं। ज़ाहिर है कि भारत एक लोकतांत्रिक देश है। संसद के निचले सदन में आपको बहुमत प्राप्त है लेकिन ऊपरी सदन में आप अल्पमत में हैं। कुछ चीजें, जैसे आपके नया भूमि अधिग्रहण कानून को पारित कराने में भारत की प्रणाली बाधक बन सकती है। क्या आप कभी

यह सोचते हैं कि जो शक्तियां चीनी राष्ट्रपति शी के पास हैं, वो शक्तियां अगर आपके पास भी होती तो इन चीजों से आसानी से निपटा जा सकता था?

टाइम : लोकतंत्र के विभिन्न पहलुओं और इसके स्तंभों में से एक है, अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता। इस साल की शुरुआत में भारत में अधिकारियों ने 2012 के दिसंबर में हुई बर्बर बलात्कार पर बने वृत्तचित्र पर प्रतिबंध लगा दिया था। अधिकारियों ने ऐसा क्यों किया और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर आपकी क्या सोच है? क्या आप मानते हैं कि अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की कुछ सीमाएं होनी चाहिए?

टाइम : इससे पहले कि आप पीटर से मुखातिब हों, जो काफी उत्सुक है, मैं आपसे एक आखिरी सवाल पूछना चाहता हूँ। हम प्रभाव और टाइम 100 के बारे में बहुत बातें करते हैं, ये वो लोग हैं जिनका अभी विश्व मंच पर अपना जबर्दस्त प्रभाव है तो क्या आप हमें उनके बारे में बता सकते हैं जिन्होंने आपको सबसे ज्यादा प्रभावित किया?

यह उदाहरण राजनीतिक व्यक्तियों से किस प्रकार से प्रश्न-उत्तर करने चाहिए उससे संबंधित है। ठीक इसी प्रकार अन्य विधाओं के लोगों के साथ भेटवार्ता में संवाददाताओं द्वारा भाग लिया जाता है।

(3.6) प्रेस कांफ्रेंस की रिपोर्टिंग

वर्तमान दौर में पत्रकार वार्ता के माध्यम से अपनी बात कहने, अपना पक्ष रखने या अपनी उपलब्धियों को बताने का चलन बढ़ गया है। चूँकि कई बार एक से अधिक व्यक्ति पत्रकारों को संबोधित करते हैं, इसलिए इसे सामूहिक इंटरव्यू भी कहा जा सकता है। इसमें संबंधित पक्ष अपनी बात रखने के लिए पत्रकारों को आमंत्रित करता है। पत्रकार वार्ता का कोई न कोई उद्देश्य होता है। उसी के तहत पत्रकार वार्ता बुलायी जाती है। प्रेस कांफ्रेंस में संबंधित पक्ष पहले अपनी बात रखता है फिर पत्रकार गण अपनी जिज्ञासा की पूर्ति के लिए उससे सवाल करते हैं। पत्रकार वार्ता के साथ ही कई बार लिखित रूप में वक्तव्य दिया जाता है, जिससे संवाददाता खबर लिखते हुए मुख्य संदर्भों का ध्यान रखें। सामान्यतः पत्रकारिता में जितनी बीट होती हैं, सभी में पत्रकार वार्ताएँ आयोजित की जाती हैं। चाहे सरकारी महकमे हों, कारोबारी फर्म या कंपनियाँ हों, या फिर खेल संगठन ही क्यों न हों, सभी को अपनी बात कहने के लिए पत्रकार वार्ता का सहारा लेना होता है। इसलिए आयोजकों के आधार पर पत्रकार वार्ताओं को निम्नानुसार वर्गीकृत किया जा सकता है-

1. सरकारी पत्रकार वार्ता-इनका आयोजन विभिन्न सरकारी विभागों द्वारा अपनी किसी योजना, कार्यक्रम, उपलब्धि आदि की जानकारी देने के लिए किया जाता है। उदाहरण के लिए दैनिक 'प्रभात खबर' में 7 नवंबर को प्रकाशित यह समाचार देखें, जिसे डीआरएम दीपक कश्यप की पत्रकारवार्ता के आधार पर तैयार किया गया है-

डीआरएम दीपक कश्यप ने पत्रकारवार्ता में कहा, रांची स्टेशन पर लगेगी दो लिफ्ट

रांची। डीआरएम दीपक कश्यप ने कहा कि जनवरी 2016 से हटिया स्टेशन पर दो स्केलेटर और मार्च 2016 तक रांची स्टेशन पर दो लिफ्ट लगाने की योजना है। उन्होंने कहा कि हटिया व रांची स्टेशन पर यात्री सुविधा में बढ़ोतरी हुई है। आनेवाले दिनों में यात्रियों को और सुविधाएं मिलेंगी। उक्त बातें उन्होंने शुक्रवार को पत्रकारों से कही।

डीआरएम ने कहा कि हटिया स्टेशन पर मशीनीकृत सफाई की शुरुआत हो चुकी है। हटिया के कोचिंग कॉम्प्लेक्स में अगस्त में 26 कोच की लंबाई के वाशिंग सह पिट लाइनों का उदघाटन हुआ। इससे रैकों का टर्नआउट और उसका बेहतर रखरखाव हो रहा है। अगस्त में रांची स्टेशन पर रेलवे चाइल्ड लाइन रांची का उद्घाटन हुआ। रांची दक्षिण-पूर्व रेलवे का एकमात्र और भारतीय रेल द्वारा चयनित वैसे 20 रेलवे स्टेशनों में से एक है, जिसे भारतीय रेलवे के संपर्क में आनेवाले बच्चों की देखभाल एवं सुरक्षा के लिए चाइल्ड हेल्प डेस्क के रूप में स्थापित किया गया है। इससे बच्चों के पुनर्वास में काफी सहायता मिल रही है।

2. बिजनेस पत्रकार वार्ता-इनका आयोजन विभिन्न कंपनियों, कारोबारी फर्मों, कार्पोरेशन आदि के द्वारा

अपनी किसी नई स्कीम की जानकारी देने, अपना पक्ष रखने, किसी नई योजना के प्रमोशन आदि की दृष्टि से किया जाता है।

3. राजनीतिक पत्रकार वार्ता—इस तरह की वार्ताओं का आयोजन विभिन्न राजनीतिक दलों, नेताओं आदि के द्वारा किया जाता है। इस तरह की वार्ताओं के माध्यम से राजनीतिक दल और नेता अपने अभियानों की जानकारी देते हैं, अपना पक्ष रखते हैं और यहाँ तक कि विरोधियों पर आरोप भी लगाते हैं।

उदाहरण के लिए 'दैनिक ट्रिब्यून' में 26 सितंबर, 2015 को प्रकाशित यह समाचार देखें—

इस्तीफा नहीं देंगे वीरभद्र सिंह

शिमला, 26 सितंबर (निस)

मुख्यमंत्री वीरभद्र सिंह के शिमला स्थित निजी आवास हॉली लॉज सहित 11 ठिकानों पर सीबीआई और प्रवर्तन निदेशालय की छापामारी के बाद बने हालात में वीरभद्र सिंह मुख्यमंत्री पद से इस्तीफा नहीं देंगे। प्रदेश सरकार के पांच मंत्रियों विद्या स्टोक्स, मुकेश अग्निहोत्री, सुधीर शर्मा, धनीराम शांडिल और ठाकुर सिंह भरमौरी, विधानसभा उपाध्यक्ष जगत सिंह नेगी, कई विधायकों और निगमों तथा बोर्डों के अध्यक्षों व उपाध्यक्षों ने आज सायं शिमला में एक संयुक्त पत्रकार वार्ता में कहा कि छापामारी की इस घटना के बावजूद मुख्यमंत्री का अपने पद से इस्तीफा देने का सवाल ही पैदा नहीं होता। मुकेश अग्निहोत्री ने पत्रकार वार्ता को सम्बोधित करते हुए आज के दिन को देश के लोकतंत्र के लिए काला दिन बताया।

मुकेश अग्निहोत्री ने कहा कि पूरा मंत्रिमंडल, विधायक और पूरी कांग्रेस पार्टी सहित पार्टी हाईकमान मुख्यमंत्री वीरभद्र सिंह के साथ चट्टान की तरह खड़ी है। उन्होंने कहा कि एक मौजूदा मुख्यमंत्री के घर में उनकी बेटी के शादी समारोह के मौके पर इस तरह की छापेमारी निंदनीय है। उन्होंने छापामारी की टाइमिंग पर आपत्ति जतायी और कहा कि यह छापामारी ऐसे समय की गयी है, जब बिहार में चुनाव होने जा रहे हैं। उन्होंने इस छापामारी को वीरभद्र सिंह सरकार और कांग्रेस को बदनाम करने का केंद्र सरकार का कुप्रयास करार दिया। उन्होंने यह भी कहा कि केंद्र सरकार हिमाचल में चुनी हुई सरकार को अस्थिर करने का प्रयास कर रही है।

4. पुलिस पत्रकार वार्ता—इस तरह की वार्ताओं का आयोजन पुलिस अधिकारियों द्वारा किसी वारदात का खुलासा होने, अपराधियों के पकड़े जाने आदि के मौके पर किया जाता है। कई बार पुलिस कानून व्यवस्था से संबंधित कोई खतरा होने के पहले या दंगा आदि की स्थिति में लोगों तक अपना संदेश पहुँचाने के लिए भी पत्रकार वार्ता का आयोजन करती है। उदाहरण के लिए प्रस्तुत है न्यूज एजेंसी 'हिंदुस्थान समाचार' द्वारा 6 जनवरी, 2015 को जारी किया गया समाचार, जिसे दिल्ली के पुलिस कमिश्नर बी.एस. बस्सी के पत्रकार वार्ता के आधार पर तैयार किया गया था।

सुनंदा पुष्कर की हत्या हुई थी— बीएस बस्सी

नई दिल्ली, 06 जनवरी (हि.स.) कांग्रेस नेता शशि थरूर की पत्नी सुनंदा पुष्कर की मौत के मामले में एक नया खुलासा हुआ है। इस मामले में दिल्ली पुलिस ने एक अज्ञात के खिलाफ हत्या का केस दर्ज किया है। पुलिस का कहना है कि सुनंदा की मौत खुदकुशी से नहीं बल्कि उनकी हत्या की गई थी। दिल्ली के पुलिस कमिश्नर बीएस बस्सी ने आज कहा कि कांग्रेस नेता शशि थरूर की पत्नी सुनंदा पुष्कर उन्होंने कहा कि सुनंदा की मौत जहर का इंजेक्शन देने से हुई है। इस मामले में अज्ञात के खिलाफ 302 का मामला दर्ज किया गया है। वहीं सुनंदा की हत्या की जांच के लिए विशेष टीम बनाई गई है। दिल्ली पुलिस के इस खुलासे से उनके पति शशि थरूर की मुश्किलें बढ़ गई हैं। पुलिस उनसे अब और पूछताछ कर सकती है। दिल्ली पुलिस के कमिश्नर ने कहा कि हमें अखिल भारतीय

आयुर्विज्ञान संस्थान (एम्स) से उनकी अंतिम चिकित्सकीय रपट मिली है। जिसमें सुनंदा की मौत अप्राकृतिक है। गौरतलब हैं कि सुनंदा पुष्कर का शव 17 जनवरी 2014 को चाणक्यपुरी स्थित होटल लीला पैलेस के कमरा नंबर 345 से बरामद हुआ था।

5. खेल पत्रकार वार्ता-इस तरह की पत्रकार वार्ताओं का आयोजन खेल विभाग, खेल संगठन, खिलाड़ियों या किसी बड़े खेल आयोजन की आयोजन समिति द्वारा किया जाता है।

6. विविध पत्रकार वार्ता-पत्रकार वार्ताओं के उपरोक्त प्रकारों के अलावा जो भी वार्ताएँ आयोजित की जाती हैं, वे इसी श्रेणी में आती हैं। उदाहरण के लिए कोई स्वयंसेवी संगठन अपनी उपलब्धियाँ बताए, कोई अस्पताल अपने यहाँ हुए किसी जटिल ऑपरेशन की सक्सेज स्टोरी का बखान करे, या कोई आम व्यक्ति किसी घटना के संबंध में अपना पक्ष रखे, सभी पत्रकार वार्ताएँ इसी श्रेणी में आती हैं। उदाहरण के तौर पर 'दैनिक भास्कर' में 29 जून, 2012 को प्रकाशित इस समाचार को देखें, जिसे मुनि श्री की पत्रकार वार्ता के आधार पर तैयार किया गया है।

मुनिश्री का चातुर्मास दो जुलाई से, पत्रकार वार्ता: मुनिश्री ने बताया चातुर्मास का महत्व कार्यालय संवाददाता . बीना

मुनिश्री अजित सागर महाराज ने गुरुवार दोपहर 3.30 बजे बड़ी बजरिया स्थित दिगंबर जैन मंदिर में पत्रकार वार्ता के दौरान चातुर्मास का महत्व बताया। उन्होंने कहा कि वह 2 जुलाई से इटावा दिगंबर जैन मंदिर में चातुर्मास करेंगे। चातुर्मास में मुनिश्री आत्मिक साधनाएं, लेखन, चिंतन में समय व्यतीत करेंगे।

उन्होंने बताया कि चातुर्मास इसलिए करना पड़ता है कि मुनि हमेशा अहिंसा महाव्रत, सत्य, ब्रह्मचर्य व्रत तथा अपरिग्रह का पालन करते हैं। अगर वे इस मौसम में विचरण करते हैं तो अनजाने में हिंसा का भय रहता है। इसलिए जैन मुनि चार माह एक स्थान पर रहकर साधना करते हैं। इस अवधि में मुनिश्री 24 घंटे में एक बार पानी पीयेंगे। इसके अलावा वे 24 घंटे में एक बार आहार करेंगे।

अभी हमने आयोजकों के आधार पर किया गया विभिन्न प्रकार की पत्रकार वार्ताओं का वर्गीकरण देखा। यह भी देखा कि अलग-अलग आयोजकों द्वारा अलग-अलग विषयों पर बुलाई गई पत्रकार वार्ताओं के समाचार किस तरह बनाए गए। पत्रकार वार्ताओं में जाने से पहले अच्छी तैयारी करके जाना चाहिए। जहाँ तक संभव हो सके संबंधित विषय, व्यक्ति या आयोजन के संबंध में पूरी जानकारी जुटा लें, ताकि वार्ता के दौरान सवाल पूछ सकें। पत्रकार वार्ताओं के समाचार भी सामान्य समाचारों की तरह ही उल्टा पिरामिड शैली में अच्छी तरह बनाए जा सकते हैं। फिर भी, वार्ता की खबर बनाने से पहले यह देख लेना चाहिए कि वह किस तरह की वार्ता थी। समाचार लेखन की दृष्टि से पत्रकार वार्ताओं के निम्न प्रकार होते हैं-

1. व्यक्ति केंद्रित वार्ता: इस तरह की पत्रकार वार्ताओं में कोई व्यक्ति ही प्रमुख होता है। वह वार्ता का आयोजक भी हो सकता है और वार्ता का प्रमुख विषय भी हो सकता है। उदाहरण के लिए यदि देश के प्रधानमंत्री के मध्यप्रदेश दौरे की जानकारी देने के लिए कोई प्रेस कांफ्रेंस बुलाई जाती है, तो यह व्यक्ति केंद्रित प्रेस वार्ता होगी, जिसका प्रमुख केंद्र देश के प्रधानमंत्री होंगे। ऐसी पत्रकार वार्ताओं के समाचार बनाते समय यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि समाचार प्रधानमंत्री से संबंधित है। इसलिए हम प्रधानमंत्री से संबंधित जानकारी जैसे-वे कहाँ-कहाँ जाएंगे, कितने दिन रुकेंगे, इससे पहले कब आए हैं, और कौन प्रधानमंत्री प्रदेश में आए हैं आदि अपने समाचार में देकर उसे समृद्ध बना सकते हैं। प्रेस वार्ता जिस व्यक्ति या संगठन ने आयोजित की थी, उसके हवाले से वार्ता का जिक्र करके प्रधानमंत्री का पूरा दौरा कार्यक्रम दिया जा सकता है।

2. विषय केंद्रित वार्ता: ऐसी पत्रकार वार्ताओं का मुख्य फोकस किसी विषय विशेष पर होता है। यह विषय कोई आयोजन हो सकता है, कोई आंदोलन या अभियान हो सकता है या कोई योजना या उत्पाद भी हो सकता है। इसलिए ऐसी वार्ताओं को समाचार के रूप में तैयार करते समय हमारा फोकस भी उस विषय पर होना चाहिए। मान लीजिए, वार्ता का आयोजन 'सिंहस्थ' के दौरान परिवहन व्यवस्था के संबंध में किया गया है, तो हमें अपने समाचार का फोकस भी 'सिंहस्थ' पर ही रखना चाहिए। इसमें हम यह जानकारी दे सकते हैं कि क्या व्यवस्था की जा रही है, ट्रेवल्स ऑपरेटर्स से चर्चा करके यह बताया जा सकता है कि इस व्यवस्था में क्या खामियाँ आ सकती हैं, पिछले 'सिंहस्थ' के दौरान की गई व्यवस्था और उसके गुण-दोषों की चर्चा की जा सकती है। किसी विषय विशेषज्ञ से बातचीत के आधार पर यह भी बताया जा सकता है कि यदि क्या किया जाता, तो श्रद्धालुओं को ज्यादा आसानी होती।

3. आँकड़ों पर केंद्रित वार्ता: सामान्यतः इस तरह की वार्ताओं का आयोजन अपनी उपलब्धियाँ बताने के लिए किया जाता है। ये उपलब्धियाँ आँकड़ों द्वारा ही बताई जा सकती हैं, इसलिए ऐसी वार्ताओं को आँकड़ों पर केंद्रित वार्ता कहा जाता है। ऐसी वार्ताओं के समाचार बनाते और प्रस्तुत करते समय हमें भी हैडिंग से लेकर तो समाचार के इंट्रो और उसकी बाँड़ी तक आँकड़ों के द्वारा ही अपनी बात कहनी चाहिए। उदाहरण के लिए किसी स्वयंसेवी संगठन द्वारा स्वाइन फ्लू के टीके लगाए जाने के बारे में कोई वार्ता आयोजित की जाती है। इस वार्ता में बताया जाता है कि भोपाल के सरकारी व गैर सरकारी स्कूलों के 20 फीसदी बच्चों को टीके लगाए जा चुके हैं। ऐसी स्थिति में हम खबर का पॉजिटिव एंगल- 'स्वाइन फ्लू से सुरक्षित शहर के 20 फीसदी विद्यार्थी' और नेगेटिव एंगल- 'शहर के 80 फीसदी विद्यार्थी स्वाइन फ्लू से असुरक्षित' दे सकते हैं। खबर की बाँड़ी में वार्ता के दौरान दिए गए आँकड़ों का जिक्र विस्तार से किया जा सकता है।

प्रेस वार्ता के आधार पर तैयार की गई खबरों को पत्रकारिता की भाषा में 'आसान खबर' कहा जाता है, क्योंकि ये वो खबरें होती हैं, जो चलते-फिरते मिल जाती हैं और इनके लिए रिपोर्टर को भटकना नहीं पड़ता। लेकिन किसी भी रिपोर्टर या समाचार पत्र को पत्रकार वार्ताओं को हल्के में नहीं लेना चाहिए। ये वार्ताएँ कई बार बड़ी खबरों की स्रोत साबित होती हैं। इसके अलावा यदि वार्ताओं के समाचार लेखन के समय निम्नलिखित बातों का ध्यान रखा जाए, तो सामान्य प्रेस वार्ताओं से भी अच्छी खबरें बनाई जा सकती हैं-

1. वार्ता के दौरान आयोजकों की बात सुनें और उसके बाद जो सवाल मस्तिष्क में उठें, उन्हें जरूर पूछें। यही सवाल खबर को नया एंगल दे सकते हैं या फिर उसे पूर्णता प्रदान कर सकते हैं।

2. आँकड़ों पर केंद्रित वार्ताओं की खबरें बनाते समय चार्ट, ग्राफिक्स आदि की सहायता लें, जिनसे खबर को पाठक को समझने में आसानी हो।

3. पत्रकार वार्ताओं के चित्र भी जरूरी होने पर खबर के साथ प्रस्तुत किए जा सकते हैं।

4. वार्ता के दौरान आयोजकों की ओर से कौन-कौन मौजूद थे, खबर में इसका जिक्र करना न भूलें।

5. विशेषकर राजनीतिक वार्ताओं के द्वारा आयोजकों की मंशा समझने का प्रयास करें। यदि उसका उद्देश्य महज प्रचार है, या वे किसी की छवि को खराब करने के लिए हैं, तो उनके लिए छोटी ही खबर बनाएँ।

(4.1) रेडियो के लिए लेखन

अपनी शुरुआत से लेकर अब तक रेडियो कई पड़ावों से होकर गुजरा है। एक जमाने में इसे स्टेटस सिंबल माना जाता था, लेकिन अब यह लोगों की जिंदगी का एक हिस्सा बन चुका है। रेडियो के प्रति लोगों का क्रेज लगातार बढ़ा है। नए-नए रेडियो स्टेशन और कार्यक्रमों के शुरू होने के साथ-साथ जनसंचार के माध्यम के रूप में रेडियो का महत्व भी लगातार बढ़ता जा रहा है। जन सामान्य तक सूचनाएँ, शिक्षा और संदेशों के प्रचार-प्रसार करने और मनोरंजन करने के मामले में रेडियो आज भी सबसे आगे है। बीते दशकों में टेलीविजन और पत्र-पत्रिकाओं का विकास भी तेजी से हुआ है, लेकिन आम जीवन में उनका उतना महत्व नहीं है, जितना कि रेडियो का है। देश के सुदूर ग्रामीण अंचलों में रहने वाला एक गरीब व्यक्ति भले ही टेलीविजन या पत्र-पत्रिकाएँ खरीदने की स्थिति में न हो, अपनी बौद्धिक सीमाओं के कारण उन्हें समझने में सक्षम न हो, लेकिन रेडियो उस व्यक्ति की भी पहुँच में है, जिसे वह खरीद सकता है और सुनकर समझ भी सकता है। भारत जैसे ग्रामीण आबादी वाले और कृषि प्रधान देश में रेडियो का महत्व और भी बढ़ जाता है। रेडियो के विकास के प्रथम चरण में ही समाचार प्रसारण उसका प्रमुख घटक बन गया था। इसलिए जैसे-जैसे देश में रेडियो का विकास हुआ, रेडियो पत्रकारिता भी विकसित होती गई।

रेडियो का विकास

1890 में मारकोनी ने एक ऐसे यंत्र का आविष्कार किया, जिसकी सहायता से विद्युत-चुंबकीय तरंगों पर आधारित ध्वनि संकेतों को एक-दो मील दूर तक भेजा जा सकता था। लेकिन इसका रेडियो के रूप में विकास 1906 के बाद शुरू हुआ, जब फॉरेस्ट नामक वैज्ञानिक ने वैक्यूम ट्यूब का आविष्कार किया। इसके विकास से रेडियो पर आवाज के प्रसारण का रास्ता साफ हो गया। प्रथम विश्वयुद्ध के दौरान इसका तेज विकास और इस्तेमाल हुआ। 1920 में अमेरिका में रेडियो पर संगीत के कार्यक्रम प्रसारित किए जाने लगे। इसके एक साल बाद 1921 में यूरोप में भी रेडियो प्रसारण शुरू हो गया। भारत में रेडियो प्रसारण की शुरुआत 1923 में कोलकाता से हुई। यहाँ एक क्लब ने रेडियो प्रसारण शुरू किया। इसके बाद 1926 में मुंबई में इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी ने रेडियो प्रसारण शुरू किया। 1930 में इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी दिवालिया हो गई और सरकार ने इसे अपने नियंत्रण में लेकर इसका नाम इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग कंपनी कर दिया। 1936 में इसका नाम बदलकर ऑल इंडिया रेडियो कर दिया गया। 1947 में जब देश आजाद हुआ, तब यहाँ कुल 6 रेडियो स्टेशन मुंबई, कोलकाता, दिल्ली, चेन्नई, लखनऊ और चंडीगढ़ से प्रसारण होता था। 1956 में ऑल इंडिया रेडियो का नाम बदलकर आकाशवाणी कर दिया गया, तब इसे इसी नाम से जाना जाता है। 1956 में ही विविध भारती के माध्यम से रेडियो कार्यक्रमों का प्रसारण

शुरू किया गया, जिसने रेडियो सीलोन (श्रीलंका) पर भारतीय श्रोताओं की निर्भरता को काफी हद तक कम कर दिया। वर्तमान में देश में 200 से अधिक रेडियो स्टेशन और विविध भारती के 43 केंद्र काम कर रहे हैं। अब रेडियो की पहुँच देश के 92 फीसदी भू-भाग और 98 प्रतिशत आबादी तक हो गई है।

समय के साथ-साथ रेडियो प्रसारण के स्वरूप में भी गंभीर परिवर्तन आए हैं। अब रेडियो सिर्फ समाचार या संगीत के कार्यक्रम प्रसारित करने वाला माध्यम नहीं रह गया है, बल्कि इसके माध्यम से फीचर, साक्षात्कार, प्रेस एवं पत्रकारवार्ताएँ भी प्रसारित की जाने लगी हैं। आकाशवाणी पर प्रसारित किए जाने वाले कार्यक्रमों की तीन श्रेणियाँ होती हैं—समाचार, संगीत और उच्चरित शब्द। आकाशवाणी द्वारा अलग-अलग अवधि के बुलेटिन नियमित अन्तराल पर 24 घण्टे लगातार प्रसारित किए जाते हैं। आकाशवाणी के प्रसारण में संगीत कार्यक्रमों का प्रमुख स्थान है। कई नये साधनों के आने के बावजूद संगीत के लिए शहरों तथा दूर-दराज के क्षेत्रों में रेडियो के प्रसारण सुने जाते हैं। आकाशवाणी द्वारा शास्त्रीय, सुगम, लोक-संगीत भक्ति संगीत तथा देशभक्ति गीत आदि का नियमित प्रसारण किया जाता है। उच्चरित शब्द (स्पोकन वर्ड) के अन्तर्गत वार्ताएं, परिचर्चा, साक्षात्कार, कविता, कहानी, नाटक, रूपक आदि आते हैं। इन कार्यक्रमों के अतिरिक्त प्रत्येक केन्द्र अपने स्तर पर कार्यक्रमों की योजना बनाता है और उनका निर्माण करता है।

संचार के सभी माध्यमों का लक्ष्य भले ही सूचनाओं का प्रसार हो, लेकिन इन सभी के लिए संचार की विभिन्न विधाओं का लेखन अलग-अलग तरीके से किया जाता है। इसकी वजह है इनके स्वरूप में अंतर। उदाहरण के लिए यदि हम समाचार लिख रहे हों, तो प्रिंट मीडिया यानी पत्र-पत्रिकाओं में छपे समाचारों के पढ़ने के लिए पाठक का शिक्षित होना जरूरी है, इसलिए उसे छपे हुए शब्दों के माध्यम से ही किसी घटना की तीव्रता का अहसास कराने का प्रयास किया जाता है। लेकिन इस माध्यम में उसे कुछ सुनाई नहीं देता। देखने के लिए भी स्थिर चित्र ही होते हैं। टेलीविजन में व्यक्ति देखने के साथ-साथ सुन भी सकता है और उसका शिक्षित होना जरूरी नहीं है, इसलिए इसमें शब्द या भाषा ज्यादा महत्वपूर्ण नहीं होती, व्यक्ति स्वयं देखकर समझ जाता है। रेडियो में चूँकि व्यक्ति केवल सुन सकता है, इसलिए इसमें सिर्फ शब्दों और भाषा के द्वारा घटना के प्रभाव को उकेरने की कोशिश की जाती है।

(4.2) समाचार

जैसा कि हम जानते हैं रेडियो एक श्रव्य माध्यम है। इसमें शब्द एवं आवाज का महत्व होता है। अन्य प्रसार माध्यमों से अलग रेडियो के लिए समाचार लिखने की अलग तकनीक होती है। कुछ विद्वानों के अनुसार रेडियो के लिए भी समाचार लेखन प्रिंट माध्यमों की तरह उल्टा पिरामिड शैली में किया जाता है। जबकि कुछ अन्य विद्वानों के मुताबिक रेडियो के लिए समाचार लेखन इस शैली में किया जाता है कि उसकी संरचना हीरे की तरह हो, यानी समाचार का हर चरण हीरे की एक फलक के समान चमकदार हो। इस सिद्धांत के समर्थक विद्वानों का तर्क है कि इस शैली को अपनाने से समाचार का मूल तत्व उभर आता है। लेखन के लिए इनमें से जो भी शैली अपनाई जाए, लेकिन इतना तो तय है कि रेडियो के लिए समाचार लिखते समय संवाददाता को उतनी स्वतंत्रता नहीं होती, जितनी प्रिंट मीडिया के संवाददाताओं को मिलती है। प्रिंट मीडिया में समाचार को उभारने या उसकी तीव्रता को बढ़ाने के लिए हैडिंग, सब हैडिंग, आई-ब्रो, क्रॉसर आदि लगाए जा सकते हैं, लेकिन रेडियो समाचारों में यह सब नहीं होता। समाचार वाचक सीधे समाचार पढ़ना शुरू करता है और उसे खत्म करके दूसरा समाचार शुरू कर देता है। रेडियो संवाददाता को समाचार के आकार के मामले में भी प्रिंट मीडिया के संवाददाताओं की तरह छूट नहीं होती। इसकी वजह यह है कि रेडियो समाचार बुलेटिन 5 से लेकर 15 मिनट तक के होते हैं और उसमें ही संपादकों को सभी महत्वपूर्ण समाचारों को शामिल करना होता है। समय काफी कम होता है और इसी के अनुसार समाचार लिखे जाते हैं। रेडियो के लिए समाचार लेखन की तकनीक या कला को निम्न बिंदुओं के आधार पर समझा जा सकता है।

1. संरचना: आम तौर पर रेडियो समाचारों को प्रिंट मीडिया की तरह ही उल्टा पिरामिड शैली में लिखा जाता है। इस शैली में समाचार का पहला भाग इंट्रो, दूसरा बॉडी और तीसरा समापन होता है। इसमें तथ्यों को उनके महत्व के अनुसार घटते क्रम में रखा जाता है। रेडियो के लिए समाचार लिखते समय सबसे पहले शीर्ष पंक्तियाँ दी जाती हैं, जो उस समाचार की हैडिंग और इंट्रो दोनों का ही काम करती हैं। इसके बाद समाचार का मुख्य विवरण और फिर संवाद का वर्णन किया जाता है। रेडियो के समाचार बुलेटिन में इतना समय नहीं होता कि अल्प महत्व वाले तथ्यों और साधारण विवरण के लिए अतिरिक्त समय दिया जा सके।

2. आकार: रेडियो समाचारों में समय बहुत बड़ी चुनौती होता है। हर बुलेटिन के लिए समय सीमित होने के कारण कई बार विशेष घटनाओं के लिए स्पेशल बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं। इसलिए एक बुलेटिन में शामिल होने वाले सभी समाचारों के लिए छोटा आकार अनिवार्य शर्त है। लेकिन रेडियो संवाददाताओं के लिए समय से भी बड़ी चुनौती होती है समाचारों की पूर्णता। एक बुलेटिन में शामिल हर समाचार अपने आप में पूर्ण होता है। छोटे आकार के होने पर भी समाचारों को इस प्रकार से लिखा जाता है कि उनका कोई तथ्य छूट न जाए और उस समाचार से श्रोता को घटना की पूरी जानकारी मिलती हो।

3. भाषा: रेडियो के श्रोताओं में ऐसे श्रोता भी शामिल होते हैं, जो ज्यादा पढ़े-लिखे नहीं होते। इसलिए यह ध्यान रखना चाहिए कि समाचारों की भाषा सहज-सरल हो। रेडियो की भाषा लक्ष्य नहीं होती, बल्कि यह लक्ष्य तक पहुँचने का रास्ता है। लक्ष्य है-अपनी बात दूसरों तक पहुँचाना। इसलिए रेडियो की भाषा ऐसी होनी चाहिए जो बातचीत की भाषा हो, आपसी संवाद की भाषा हो और उसमें ऐसी गर्माहट होनी चाहिए, जैसी दो दोस्तों के बीच होती है। रेडियो की भाषा को क्लासरूम की भाषा बनने से बचना बहुत जरूरी होता है। रेडियो समाचार लिखते समय यह भी याद रखना चाहिए कि रेडियो अखबार या पत्रिका नहीं होता, जिसे बार-बार पढ़ा जा सके। आप जो भी कहेंगे, एक ही बार कहेंगे। इसलिए जो कहें वह साफ-साफ समझ में आना चाहिए। वाक्य छोटे-छोटे हों और सीधे हों। समाचार लिखते समय जटिल वाक्यों से बचना चाहिए। ध्यान रहे कि भाषा आसान जरूर हो, लेकिन गलत न हो और न ही स्तरहीन हो।

4. शब्द चयन: प्रसारण की भाषा प्रकाशन की भाषा से अलग होती है। प्रसारण के लिए समाचार लिखते समय हमें भारी भरकम और लंबे शब्दों (जैसे- प्रकाशनार्थ, द्वंद्वत्मक, गवेषणात्मक, आनुषांगिक, अन्योन्याश्रित, प्रत्युत्पन्नमति, जाज्वल्यमान आदि) से बचना चाहिए। इसके अलावा क्लिष्ट हिन्दी के शब्दों (जैसे-अध्ववसायी, यथोचित, कतिपय, पुरातन, अधुनातन, पाणिग्रहण आदि) से भी बचना चाहिए। बहुत सी संस्थाओं के नामों के लघु रूप प्रचलित हो जाते हैं, जैसे-यू. एन., डब्ल्यू. एच. ओ. वगैरह। लेकिन हो सकता है कि हमारे प्रसारण को शायद कुछ लोग पहली बार सुन रहे हों और वे दुनिया की राजनीति के बारे में ज्यादा नहीं जानते हों। इसलिए, संक्षिप्त रूप के साथ उन संस्थाओं के पूरे नाम का इस्तेमाल भी किया जाना चाहिए। जहाँ संस्थाओं के नामों के हिन्दी रूप प्रचलित हैं, वहाँ उन्हीं का प्रयोग करते हैं (संयुक्त राष्ट्र, विश्व स्वास्थ्य संगठन आदि)। लेकिन जिन संगठनों के नामों के मूल अंग्रेजी रूप (जैसे एमनेस्टी इंटरनेशनल, ह्यूमन राइट्स वाच) ही प्रचलित हैं, वहाँ उन्हीं का प्रयोग करना चाहिए। घिसे पिटे शब्दों, मुहावरों या वाक्यों का सहारा लेने से रेडियो की भाषा बोझिल और बासी हो जाती है। ज्ञातव्य है, ध्यातव्य है, मदेनजर, उल्लेखनीय है या गौरतलब है, जैसे शब्दों का प्रयोग गैरजरूरी है।

5. प्रमाणिकता: एक अच्छे रेडियो संवाददाता से यह अपेक्षा की जाती है कि वह समाचारों, संबंधित तथ्यों व आँकड़ों की शुद्धता, सत्यता तथा विश्वसनीयता के प्रति पहले स्वयं आश्वस्त हो जाए, उसके बाद ही समाचार को प्रेषित करना चाहिए। एक छोटी सी भूल से संवाददाता के साथ-साथ रेडियो प्रतिष्ठान की छवि के प्रभावित होने का खतरा भी बना रहता है। विपरीत परिस्थितियों एवं प्रतिकूल समय में काम करते हुए भी रेडियो संवाददाता को किसी भी तरह की गलती करने की छूट नहीं होती। एक रेडियो संवाददाता को अपने समाचार को प्रमाणिक बनाने के लिए उसमें स्रोत का उल्लेख करना उपयोगी रहता है। उदाहरण के लिए किसी दुर्घटना के समाचार में वह लिख सकता है कि 'रायसेन के पुलिस अधीक्षक के अनुसार इस बस दुर्घटना में 10 लोगों की मौत हो गई, जबकि 25 के करीब घायल हुए हैं।' इसी तरह तथ्यात्मक विवरण में संबंधित जिम्मेदार अधिकारी अथवा व्यक्ति के नाम का उल्लेख करना उचित रहता है। जैसे-'काँग्रेस के प्रवक्ता के अनुसार उनकी पार्टी भाजपा सरकार की वित्तीय नीतियों का खुलकर विरोध करेगी।' रेडियो संवाददाता को 'अपुष्ट सूत्रों के अनुसार' अथवा 'समझा जाता है' या 'ऐसा होना चाहिए' जैसे शब्दों से पूर्णतः बचना चाहिए। इस तरह के शब्दों का चलन प्रिंट माध्यमों में तो हो सकता है, परंतु रेडियो के लिए ये उपयुक्त नहीं हैं। रेडियो संवाददाता को एक सूत्र पर हमेशा अमल करना चाहिए कि वह अपने समाचार में अधिक से अधिक प्रामाणिक व विश्वसनीय तथ्य कैसे प्रस्तुत कर सकता है।

6. नवीनता: समाचार-पत्र दिन में एक बार प्रकाशित होता है, लेकिन रेडियो द्वारा समाचार प्रायः हर आधा या एक घंटे की अवधि के उपरांत प्रसारित होते रहते हैं। इसके चलते यह भी ध्यान रखना पड़ता है कि किसी घटना अथवा आयोजन से संबंधित दी जानेवाली जानकारियों में त्वरित नवीनता बनी रहे, समाचार अपडेट होते रहें। इसके लिए समाचार लिखते समय यह ध्यान रखना जरूरी है कि 'ओपन एंड' शैली में लिखा जाए, यानी उनका सिरा खुला हुआ रहे ताकि समाचार को अपडेट किया जा सके। उदाहरण के लिए किसी ऐसी दुर्घटना, जिसमें मृतक

संख्या बढ़ने की उम्मीद हो का समाचार लिखते समय यह लिखा जाना चाहिए कि 'अब तक 23 शव बरामद किए जा चुके हैं, शवों की खोज का काम जारी है।' बाद में यदि और भी शव बरामद होते हैं, तो अगले बुलेटिन में आँकड़े को अपडेट किया जा सकता है।

सावधानियाँ

रेडियो के लिए समाचार लिखते समय किसी भी संवाददाता को निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना चाहिए।

1. रेडियो समाचारों के लिए डेडलाइन बहुत महत्वपूर्ण होती है, इसलिए प्रसारण के समय से पहले अपना समाचार भेज देना चाहिए। नवीनतम जानकारी के लिए यदि समाचार को रोका जाता है, तो प्रसारण से पहले उसका संपादन मुश्किल होता है।

2. समाचार की कॉपी साफ-सुथरी और स्पष्ट होना चाहिए। उसे सामान्य से अधिक स्पेस देकर टाइप किया जाना चाहिए ताकि वह आसानी से पढ़ने में आ जाए।

3. अंकों और आँकड़ों को लिखने में सावधानी बरतनी चाहिए। यदि कोई अंक या आँकड़ा गलत हो गया है, तो उसे स्पष्ट रूप से पूरा काटकर दोबारा सही आँकड़ा लिखना चाहिए। पुराने गलत अंक को सुधारने का प्रयास न करें।

4. समाचार की शुरुआत से लेकर अंत तक तारतम्यता और रोचकता बनी रहनी चाहिए। संवाददाता को कम से कम शब्दों में अधिक से अधिक विवरण देने का प्रयास करना चाहिए।

5. समाचार लिखते समय व्याकरण और चिह्नों पर विशेष ध्यान देने की जरूरत होती है। यदि ऐसा न किया जाए, तो समाचार वाचक को उसे पढ़ने में कठिनाई होती है।

ऑल इंडिया रेडियो प्रसारण कोड

आकाशवाणी के प्रसारण के लिए कुछ निश्चित सीमाओं का निर्धारण किया गया है, जिसे एआईआर कोड के नाम से जाना जाता है। समाचार लिखते समय भी इन सीमाओं का ध्यान रखना चाहिए और यह सुनिश्चित करना चाहिए कि समाचार इन सीमाओं का उल्लंघन न करे, जो निम्नानुसार हैं।

1. किसी भी मित्र देश की आलोचना
2. किसी धर्म या समुदाय पर आक्षेप
3. अश्लील एवं अपमानजनक बातें
4. शांति व्यवस्था को भंग या हिंसा के प्रेरित करने वाली बातें
5. न्यायालय के लिए अनादर सूचक बातें
6. राष्ट्रपति, न्यायालय या राज्यपाल की प्रतिष्ठा पर विपरीत प्रभाव डालने वाली बातें।
7. किसी राजनीतिक दल या पार्टी पर आक्षेप
8. केन्द्र तथा राज्यों की अनुचित आलोचना
9. संविधान या जाति विशेष का अनादर

(4.3) फीचर (रूपक)

फीचर किसी विषय या घटना के बारे में विस्तृत और गहन जानकारी प्रदान करता है। जैसा कि हम जानते हैं, यह समाचार नहीं होता, बल्कि समाचार के आगे या पीछे का ऐसा वृतांत होता है, जो उस विषय या घटना को समझने के लिए, उसकी पृष्ठभूमि या परिणामों को जानने के लिए पाठक या श्रोता को एक अंतर्दृष्टि प्रदान करता है। फीचर समाचार का विस्तार है। समाचार पढ़ने के बाद पाठक के मन में जो जिज्ञासा पैदा होती है उसे फीचर पूरा कर सकता है। फीचर उसी विषय पर सटीक जानकारी देने वाली विस्तृत टिप्पणी है। उसमें इधर-उधर के संदर्भ या विवरण देने के बजाय समाचार में वर्णित विषय की और अधिक जानकारी सरल, सहज भाषा और रोचकता के साथ दे सकते हैं। माध्यम कोई भी हो, फीचर का स्वरूप और उसका स्वभाव एक जैसा ही होता है, लेकिन प्रस्तुतिकरण के तरीकों में अंतर होने के कारण इसे लिखने के तौर-तरीके अलग-अलग होते हैं।

रेडियो फीचर

किसी भी विषय पर सारगर्भित, संक्षिप्त और रोचक फीचर लिखने के लिए संबंधित भाषा पर पूरी पकड़ होना जरूरी है। रेडियो फीचर में संगीतात्मकता और नाटकीयता की वजह से जीवंतता आती है, लेकिन ऐसे फीचर लिखने का काम वही व्यक्ति अच्छी तरह से कर सकता है, जिसने भाषा का विशेष अध्ययन किया है। रेडियो फीचर किस तरह लिखे जाते हैं, यह जानने से पहले हमें यह जान लेना चाहिए कि रेडियो फीचर क्या है। विभिन्न लेखकों और विद्वानों ने रेडियो फीचर की अलग-अलग व्याख्या की है।

पाश्चात्य विद्वान गिलगुड के अनुसार 'कोई कार्यक्रम जो मूलतः नाटक नहीं है पर श्रोताओं के लिए प्रस्तुति में नाटक जैसी तकनीक का प्रयोग करता है, रूपक या फीचर कहलाता है।

डॉ. सुसाना हेरेरा डमास के अनुसार रेडियो फीचर यथार्थ के प्रतिनिधित्व का ऐसा उपकरण है, जो एकल संवाद पर आधारित होता है, जो घटनाओं और क्रियाकलाप की व्याख्या और वर्णन करता है, जिसके निर्माण में विभिन्न स्रोतों का समृद्ध और विविधतापूर्ण प्रयोग किया जाता है तथा जिसका निर्माण सावधानीपूर्वक और सुरुचिपूर्ण तरीके से किया जाता है।

रेडियो के संदर्भ में कई बार फीचर के लिए डॉक्यूमेंट्री शब्द का प्रयोग भी किया जाता है। रेडियो रूपक या फीचर निम्न प्रकार के होते हैं-

1. संगीत रूपक- इसमें मुख्य आलेख पद्य के रूप में होता है तथा उसे संगीत में निबद्ध करके उसकी प्रस्तुति की जाती है, या फिर आलेख गद्य में होता है, जिसमें काव्य के अंश भी होते हैं।
2. सोदाहरण रूपक- इस तरह के रूपक या फीचर में आलेख में विभिन्न तरह के उद्धरणों का प्रयोग

होता है। ये उद्धरण कविता, लोकगीत या किसी के कथन के रूप में हो सकते हैं। विषय के अनुसार उपयुक्त स्थान पर आलेख में इन्हें शामिल कर लिया जाता है।

3. इति वृत्तात्मक रूपक- इस तरह के रूपक व्यक्ति विशेष पर आधारित रहते हैं। इसमें व्यक्ति के कृतित्व, व्यक्तित्व, संस्मरण, घटनाओं आदि का समावेश रहता है।

4. विषय रूपक- सामयिक घटनाओं पर आधारित रहते हैं।

5. काल्पनिक रूपक- इसमें कल्पना एवं फेंटेसी की प्रधानता रहती है।

6. वृत्त रूपक- यह तथ्यों तथा प्रमाणों पर आधारित कोई सामयिक विषय या मुद्दा हो सकता है।

रेडियो फीचर लेखन के विषय

प्रिंट माध्यमों की तरह ही रेडियो फीचर लिखने के लिए भी विषय का कोई बंधन नहीं होता। फीचर किसी भी विषय पर लिखा जा सकता है। फिर भी रेडियो के लिए फीचर सामान्यतः किसी समाचार, विशेष घटना, आवश्यक सूचना, महापुरुष या महान व्यक्तित्व और विभिन्न महत्वपूर्ण सामाजिक विषयों पर लिखा जाता है। अर्जुन चौहान ने अपनी पुस्तक 'मीडिया कालीन हिन्दी: स्वरूप और संभावनाएं' में रेडियो फीचर लिखने के लिए निम्नलिखित विषय बताए हैं।

1. महत्वपूर्ण समाचार पर आधारित
2. विशेष घटना पर आधारित
3. सामाजिक विषय पर आधारित
4. ऐतिहासिक विषय पर आधारित
5. शैक्षिक विषय पर आधारित
6. वैज्ञानिक आविष्कार पर आधारित
7. कला, क्रीड़ा, संस्कृति पर आधारित
8. सूचनात्मक जानकारी पर आधारित
9. महापुरुष के व्यक्तित्व पर आधारित
10. वास्तविक घटना पर आधारित
11. प्रसंग विशेष पर आधारित
12. प्राकृतिक जानकारी पर आधारित
13. अज्ञात विषय पर आधारित
14. वैश्विक विषय पर आधारित
15. ज्ञान-विज्ञान से संबंधित विषय पर आधारित।

लेखन प्रक्रिया

रेडियो फीचर की कोई निश्चित और ठोस संरचना नहीं होती है, इसलिए इनमें लिखने वाले को अधिक स्वतंत्रता मिलती है। फिर भी अधिकतर रेडियो फीचर जिस संरचना पर गढ़े जाते हैं, उसके तीन प्रमुख भाग होते हैं और इन सभी की विषय वस्तु अलग-अलग होती है।

1. शुरुआत या इंट्रो: फीचर का यह भाग उसका प्रारंभिक भाग होता है। हर रचनात्मक काम की सफलता उसकी शुरुआत पर ही निर्भर होती है, इस हिसाब से यह फीचर का काफी महत्वपूर्ण भाग होता है। यह विषय की रूपरेखा प्रस्तुत करता है और साथ ही श्रोता का ध्यान भी आकर्षित करके उसे मुख्य विषय को सुनने और समझने के लिए तैयार करता है। फीचर का शुरुआती भाग या इंट्रो अपने उद्देश्य में सफल हो, इसके लिए उसे लिखते समय कुछ खास बातों का ध्यान रखना जरूरी है। इंट्रो सहज-सरल होना चाहिए, ताकि वह आसानी से हर श्रोता की समझ में आ जाए। उसे प्रासंगिक होना चाहिए और उसे इस तरह लिखा जाना चाहिए कि वह फीचर की विषय वस्तु से परिचय करा दे। इसे लिखने का अंदाज रोचक होना चाहिए और ऐसी भाषा का प्रयोग किया जाना चाहिए, जो उसे मौलिकता और विविधता प्रदान करे। इंट्रो में इतनी शक्ति होनी चाहिए कि वह श्रोता के मन में और आगे जानने की जिज्ञासा तथा उत्तेजना पैदा कर सके।

2. बॉडी: यह फीचर का सबसे बड़ा हिस्सा होता है, जिसमें अधिकतर सूचनाएँ और जानकारी शामिल होती हैं। इस भाग को लिखते समय यदि सूचनाओं, तथ्यों और जानकारियों को क्रमवार न रखा जाए, तो फीचर अपने लक्ष्य से भटक सकता है और इसका आकर्षण तथा लयबद्धता प्रभावित हो सकती है। हालाँकि रेडियो फीचर जब प्रस्तुत किया जाता है, तब उसके अलग-अलग घटकों को एक साथ पिरोने का काम प्रस्तुतकर्ता द्वारा किया जाता है, फिर भी फीचर की बॉडी लिखते समय यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि फीचर के विभिन्न घटक इतने बिखरे न हों कि उन्हें लिंक करने में परेशानी आए। फीचर में यदि कोई समरी या सूची (सूची) शामिल की जा रही है, तो यह ध्यान रखना चाहिए कि वह ज्यादा लंबी न हो। फीचर की अलग-अलग कड़ियों और एक विषय से दूसरे विषय पर जाने के अंतराल पर विशेष ध्यान देना चाहिए। इसमें जितना अधिक हो सके, लोगों से बातचीत या उनके बयान की रिकॉर्डिंग को शामिल किया जाना चाहिए। फीचर को गतिशील बनाए रखने के लिए इसमें विवरण और छोटे-छोटे वृत्तांत या कहानियाँ भी दी जा सकती हैं।

3. समापन: यह किसी भी रेडियो फीचर का अंतिम हिस्सा होता है। यह इसलिए भी महत्वपूर्ण हो जाता है क्योंकि रेडियो ऐसा माध्यम है, जिसका प्रसारण थोड़े-थोड़े समय के लिए होता है और श्रोता अपनी पसंद के कार्यक्रम से उसके समापन तक चिपके रहते हैं, ताकि वे यह जान सकें कि अंत में क्या हुआ। इसलिए रेडियो फीचर का समापन करते हुए यह ध्यान रखना चाहिए कि उसका अंत हड़बड़ी में न किया जाए। यह भी ध्यान रखना चाहिए कि फीचर का अंत हवा में झूलता हुआ न हो, वह किसी न किसी निष्कर्ष पर अवश्य पहुँचाए। श्रोताओं का यह महसूस होना चाहिए कि जो कहानी वे शुरू की गई थी, वह किसी नतीजे पर पहुँचकर पूर्ण हो गई है। फीचर का समापन करते हुए यह सावधानी रखना चाहिए कि वह संक्षिप्त हो और समापन वाले चरण में कोई नया वृत्तांत या कहानी शुरू न हो रही हो। फीचर का अंत निर्णयात्मक होना चाहिए और इसे इस तरह से लिखा जाना चाहिए कि वह श्रोताओं को किसी निष्कर्ष पर पहुँचने में सहायता करे। समापन वाले चरण का फीचर की बॉडी के अंतिम हिस्से से संबद्ध होना आवश्यक होता है। समापन वाला हिस्सा मौलिक और स्वाभाविक लगना चाहिए। इसका सौंदर्य इसी बात पर निर्भर होता है कि यह कितना तार्किक है और बॉडी में दिए हुए विवरण के साथ कितनी कुशलता से पिरोया गया है। किसी भी रेडियो फीचर का समापन उसकी बॉडी में दिए गए विवरण के सार के रूप में हो सकता है, कोई प्रस्ताव देकर किया जा सकता है, या फिर किसी काम के लिए प्रोत्साहित करते हुए भी किया जा सकता है।

सामान्य सावधानियाँ: रेडियो फीचर लिखते समय यदि निम्नलिखित सावधानियाँ रखी जाएं, तो उसे और भी आकर्षक तथा प्रभावी बनाया जा सकता है।

- फीचर लिखते समय भटके न और न ही उसे उत्साह में सनसनीखेज बनाने का प्रयास करें। फीचर

में अतिशयोक्तिपूर्ण वर्णन करके उसे हल्का बनाने की गलती भी नहीं होना चाहिए। उदाहरण के लिए 'चांद पर मानव के कदम' लिखना ही पर्याप्त है। यदि इसकी बजाय यह लिखा जाए कि 'तीनों लोकों को नापेगा मानव' तो यह अतिशयोक्ति होगी।

-प्रिंट मीडिया में यदि किसी फीचर में आँकड़े दिए जाते हैं, तो इससे वह और भी आकर्षक तथा प्रमाणिक लगता है। लेकिन रेडियो फीचर में ऐसा नहीं होता। यदि रेडियो फीचर में अधिक मात्रा में आँकड़े भर दिए जाएं, तो वे जानकारी के सहज प्रवाह को बाधित करेंगे। वे किसी स्वादिष्ट पकवान का स्वाद लेते समय बीच में आए कंकर की तरह फीचर का मजा खराब कर सकते हैं। आँकड़ों की अधिकता किसी भी रेडियो फीचर को एक रिपोर्ट में बदल सकती है।

-अच्छे रेडियो फीचर को शुरुआत से लेकर अंत तक रोचक और संतुलित होना चाहिए। अच्छा फीचर लिखने लिखने के लिए हम रसोई के फार्मूलों से बहुत कुछ सीख सकते हैं। जैसे-सही सब्जी का चुनाव, उसे काट-छांट कर केवल वही भाग उपयोग में लेना, जो काम का है और स्वाद के लिए सही मात्रा में नमक, मिर्च, मसालों का उपयोग करना। यदि इनमें से कोई भी मसाला कम या ज्यादा होता है, तो सब्जी का स्वाद बिगड़ सकता है। इसी तरह फीचर भी संतुलित होना चाहिए। जिस तरह भाषा की सरसता और लेखन शैली के मसाले फीचर का स्वाद बढ़ाने का काम करते हैं, उसी तरह फीचर में दिए गए जटिल तथ्य उसे गरिष्ठ बना सकते हैं, जिसे हजम कर पाना आम श्रोता के बूते की बात नहीं होगी।

-फीचर चूँकि रेडियो के लिए लिखा जा रहा है, इसलिए इसमें प्रयोग किए जाने वाले शब्द आम बोलचाल के ही होना चाहिए। क्लिष्ट भाषा और जटिल शब्दों का प्रयोग इसकी सरसता में बाधा बन सकते हैं। इसके अलावा जटिल शब्दों के उच्चारण में प्रस्तुतकर्ता को भी परेशानी आ सकती है। यदि फीचर का प्रसारण किसी विशेष क्षेत्र में ही किया जाना है, तो उस क्षेत्र में प्रयोग किए जाने वाले देशज शब्दों का उपयोग किया जा सकता है। लेकिन यदि प्रसारण विस्तृत क्षेत्र में होना है, तो देशज शब्द अन्य क्षेत्रों के श्रोताओं को भ्रमित कर सकते हैं।

-रेडियो पर प्रसारित किए जाने वाले फीचर 2-3 से मिनट से लेकर 15 मिनट तक के भी होते हैं। इसलिए फीचर लिखते समय समय सीमा का ध्यान रखना चाहिए। यदि ऐसा नहीं किया जाता है, तो कहीं प्रस्तुतकर्ता को उसे जबरन खींचना पड़ेगा, तो कहीं समय कम पड़ने के कारण उसे जल्दबाजी में पूरा करना पड़ेगा। इससे फीचर श्रोताओं के मन पर वह प्रभाव पैदा नहीं कर सकेगा, जिसके लिए उसे लिखा और प्रसारित किया गया है। जहाँ तक संभव हो सके, वाक्यों को छोटा ही रखना चाहिए।

(4.4) साक्षात्कार

मनुष्य में दो प्रकार की प्रवृत्तियाँ होती हैं। पहली यह कि वह दूसरों के विषय में सब कुछ जान लेना चाहता है और दूसरी यह कि वह अपने विषय में या अपने विचार दूसरों को बताना चाहता है। अपने अनुभवों से दूसरों को लाभ पहुँचाना और दूसरों के अनुभवों से लाभ उठाना यह मनुष्य का स्वभाव है। अपने विचारों को प्रकट करने के लिए अनेक लिखित, अलिखित तरीके अपनाए जाते हैं। साक्षात्कार भी मानवीय अभिव्यक्ति का एक माध्यम है। इसे भेंटवार्ता, इंटरव्यू, मुलाकात, बातचीत, भेंट आदि भी कहते हैं। दुनिया के हर क्षेत्र में, हर भाषा में साक्षात्कार लिए जाते हैं। इन साक्षात्कारों को पत्र-पत्रिकाओं, आकाशवाणी, दूरदर्शन, टेलीविजन चैनलों पर प्रसारित किया जाता है। साक्षात्कार के लिए अब दो व्यक्तियों का आमने-सामने बैठना भी जरूरी नहीं है, बल्कि अब तो फोन, ई-मेल, इंटरनेट और फैक्स के माध्यम से दुनिया के किसी भी स्थान से साक्षात्कार लिया जा सकता है।

साक्षात्कार या भेंटवार्ता की कोई निश्चित परिभाषा नहीं है। अलग-अलग विद्वानों ने इसकी व्याख्या अलग-अलग तरीके से की है। 'मानक अंग्रेजी हिन्दी कोष' में इंटरव्यू के बारे में कहा गया है - विचार-विनिमय के उद्देश्य से प्रत्यक्ष दर्शन या मिलन, समाचार पत्र के संवाददाता और किसी ऐसे व्यक्ति से भेंट या मुलाकात जिससे वह वक्तव्य प्राप्त करने के लिए मिलता है। इसमें प्रत्यक्ष लाभ, अभिमुख-संवाद, किसी से उसके वक्तव्यों को प्रकाशित करने के विचार से मिलने को 'इंटरव्यू' की संज्ञा दी गई है।

प्रमुख कोषकार डॉ. रघुवीर ने इंटरव्यू से तात्पर्य समक्षकार, समक्ष भेंट, वार्तालाप, आपस में मिलना बताया है।

ऑक्सफोर्ड इंग्लिश डिक्शनरी (लंदन) में किसी बिन्दु विशेष को औपचारिक विचार-विनिमय हेतु प्रत्यक्ष भेंट करने, परस्पर मिलने या विमर्श करने, किसी समाचार पत्र प्रतिनिधि द्वारा प्रकाशन हेतु वक्तव्य लेने के लिए, किसी से भेंट करने को साक्षात्कार कहा गया है।

वास्तव में, साक्षात्कार पत्रकारिता और साहित्य की मिली-जुली विधा है। इसकी सफलता साक्षात्कार लेने वाले की कुशलता, साक्षात्कार देने वाले के सहयोग तथा दोनों के सामंजस्य पर निर्भर करती है। टेलीविजन के लिए साक्षात्कार टेलीविजन-केन्द्र पर अथवा अन्यत्र उसके विशेष कैमरे के सामने आयोजित किये जाते हैं। समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं के लिए साक्षात्कार संवाददाता द्वारा लिया जाता है और फिर उसे अलग-अलग शैलियों में लिखा जाता है। रेडियो के लिए साक्षात्कार या तो रिकॉर्डिंग स्टूडियो में लिये जाते हैं, या फिर किसी अन्य जगह पर भी लिए जा सकते हैं। फिर उसे संपादित करके प्रसारित किया जाता है। अलग-अलग माध्यमों में साक्षात्कार

के प्रस्तुतिकरण का तरीका अलग होता है। प्रिंट मीडिया में जहाँ साक्षात्कार को प्रश्नोत्तर शैली और वर्णनात्मक शैली में प्रस्तुत किया जाता है, वहीं टेलीविजन पर इसे एक बातचीत के रूप में ही प्रसारित किया जाता है। रेडियो चूँकि एक श्रव्य माध्यम है, इसलिए इस पर साक्षात्कार को रिकॉर्ड की गई चर्चा के तौर पर ही प्रसारित किया जाता है।

साक्षात्कार के प्रकार

साक्षात्कार अनेक प्रकार से लिए जाते हैं। कोई साक्षात्कार छोटा होता है, कोई बड़ा। किसी में बहुत सारी बातें पूछी जाती हैं, किसी में सीमित सवाल ही किए जाते हैं। कोई साक्षात्कार बड़े व्यक्ति का होता है तो कोई साधारण या गरीब अथवा पिछड़ा समझे जाने वाले व्यक्ति का। कोई साक्षात्कार किसी राजनीतिक हस्ती से लिया जाता है, तो कोई किसी नामचीन खिलाड़ी या फिल्मी कलाकार से। किसी में केवल सवाल-जवाब होते हैं, तो किसी में बहस भी होती है। किसी साक्षात्कार में हंसी-मजाक होता है तो कोई गंभीर चर्चा के लिए होता है। कुछ साक्षात्कार पत्र या फोन द्वारा भी लिए जाते हैं। कोई साक्षात्कार पत्र-पत्रिका के लिए लिया जाता है तो कोई रेडियो या टेलीविजन के लिए। इन सभी आधारों पर साक्षात्कार के कई प्रकार और उप प्रकार होते हैं। लेकिन स्वरूप के आधार पर मुख्य रूप से साक्षात्कार दो ही प्रकार के होते हैं—व्यक्तिनिष्ठ साक्षात्कार और विषयनिष्ठ साक्षात्कार। व्यक्तिनिष्ठ साक्षात्कार किसी व्यक्ति के व्यक्तित्व पर केंद्रित होता है, तो विषयनिष्ठ साक्षात्कार में ज्यादातर सवाल किसी विषय के संबंध में ही पूछे जाते हैं। व्यक्तिनिष्ठ साक्षात्कार में व्यक्तित्व को अधिक महत्व दिया जाता है। उसके बचपन, शिक्षा, रुचियों, योजनाओं आदि पर विशेष रूप से चर्चा की जाती है। विषयनिष्ठ साक्षात्कार में व्यक्ति के जीवन-परिचय के बजाय विषय पर अधिक ध्यान दिया जाता है।

रेडियो पर प्रसारित किए जाने वाले इंटरव्यू काफी कम समय के होते हैं। यहाँ तक कि 2-3 मिनट में भी एक इंटरव्यू प्रसारित किया जा सकता है। ये अलग बात है कि किसी अति महत्वपूर्ण घटना या विषय के बारे में अथवा किसी अत्यंत महत्वपूर्ण व्यक्ति से लिये जाने वाले इंटरव्यू के लिए समय बढ़ा दिया जाए। फिर भी टाइम लिमिट के कारण रेडियो इंटरव्यू लेना बहुत सतर्कता और कुशलता का काम है। चूँकि कम समय में किसी व्यक्ति से वह जानकारी कहलाना होती है, जिसमें श्रोताओं की दिलचस्पी है, इसलिए सटीक प्रश्न पूछना बहुत जरूरी होता है। यदि प्रश्नों को सही तरीके से तैयार किया जाए, तो छोटे इंटरव्यू में भी चाही गई जानकारी प्राप्त की जा सकती है। लगातार अभ्यास से कोई भी मंवादादाता ऐसा कर सकता है।

पीटर हुलेन एवं थॉर्स्टन कर्ग द्वारा लिखे गए और डी.डब्ल्यू. एकेडमी बर्लिन द्वारा प्रकाशित manual for radio journalists में रेडियो इंटरव्यू का वर्गीकरण इस आधार पर किया गया है, कि उसे किस तरह से प्रसारित किया जाएगा। कुछ इंटरव्यू ऐसे होते हैं, जिन्हें वैसा का वैसा प्रसारित कर दिया जाता है। दूसरी तरफ कुछ इंटरव्यू ऐसे होते हैं, जिन्हें किसी रिसर्च या रिपोर्ट के हिस्से के रूप में या समाचार बुलेटिन के एक भाग के रूप में प्रसारित किया जाता है।

संपूर्ण प्रसारित किए जाने वाले इंटरव्यू

इस वर्ग के इंटरव्यू को रेडियो पर पूरा का पूरा प्रसारित किया जाता है। इस वर्ग के अंतर्गत निम्नलिखित प्रकार के इंटरव्यू आते हैं।

सूचना केंद्रित इंटरव्यू: इस तरह के इंटरव्यू का लक्ष्य किसी विषय के बारे में तथ्य और आँकड़े जुटाना होता है। ऐसे इंटरव्यू में इंटरव्यू देने वाले व्यक्ति का दृष्टिकोण या उसका व्यक्तित्व गौण हो जाता है, सिर्फ उस विषय के बारे में उसकी विशेषज्ञता ही उभर कर आती है। इस तरह के इंटरव्यू जिन लोगों से लिए जाते हैं, उनमें विषय विशेषज्ञ, राजनीतिज्ञ या ऐसे लोग आते हैं, जो किसी घटना में सीधे तौर पर शामिल होते हैं।

उदाहरण सूचना केंद्रित इंटरव्यू

सिलिको नामक एक बहुराष्ट्रीय फार्मास्यूटिकल कंपनी ने राज्य सरकार के साथ एक करार किया है, जिसके मुताबिक एक बस्ती राजपुर के निवासियों को नई जगह पर बसाया जाना है। ऐसे में रेडियो के श्रोता यह जानना चाहेंगे कि सरकार और कंपनी के बीच क्या करार हुआ है। यह जानने के लिए कंपनी सिलिको के किसी प्रतिनिधि या प्रशासन के किसी अधिकारी का इंटरव्यू लेना ठीक होगा।

संवाददाता: जो करार हुआ है, उसमें पर्यावरण संरक्षण के लिए किस तरह के मापदंड तय किए गए हैं?

कंपनी प्रतिनिधि: पर्यावरण मंत्रालय ने नुकसानदायक उत्सर्जन की अधिकतम सीमा तय की हुई है और हम इस सीमा का उल्लंघन नहीं करेंगे। वेस्ट वाटर के मामले में भी हम ऐसा ही करेंगे।

संवाददाता: आप कैसे यह सुनिश्चित करेंगे कि कंपनी इन सीमाओं का उल्लंघन नहीं करेगी?

कंपनी प्रतिनिधि: करार में इसके लिए प्रावधान किया गया है। एक स्वतंत्र संस्था हर 6 महीने बाद नमूनों की जाँच करके रिपोर्ट देगी।

दृष्टिकोण इंटरव्यू: इस तरह के इंटरव्यू का लक्ष्य किसी विषय या घटनाक्रम के बारे में किसी व्यक्ति के विचार या उसका दृष्टिकोण जानना होता है।

उदाहरण दृष्टिकोण इंटरव्यू

कंपनी सिलिको द्वारा राजपुर के लोगों को विस्थापित करने और राजपुर में बड़ा संयंत्र लगाने के करार के बाद स्थानीय लोगों ने इस करार का विरोध करना शुरू कर दिया है। पर्यावरण संरक्षण के लिए काम कर रहे कुछ संगठनों ने इस करार के खिलाफ अदालत में जाने की चेतावनी भी दी है। ऐसी स्थिति में कंपनी के चेयरमैन के विचार या दृष्टिकोण श्रोता जानना चाहेंगे कि बदली हुई परिस्थितियों में वे क्या सोचते हैं।

संवाददाता: सर, लगातार बढ़ती मुसीबतों और नई फैक्ट्री लगाने का इरादा छोड़ने की मांगों के बीच अब आप कैसा महसूस करते हैं?

चेयरमैन: देखिए, फैक्ट्री लगाने का इरादा छोड़ने का तो सवाल ही नहीं उठता। जो समस्या पैदा हुई है, उसकी वजह यह है कि जनप्रतिनिधियों ने लोगों को करार के बारे में लोगों को यह बताया ही नहीं कि नई फैक्ट्री लगने से उन्हें क्या फायदे होंगे। उन्हें नौकरियाँ मिलेंगी, नए घर मिलेंगे और एक अच्छा सामाजिक वातावरण मिलेगा।

संवाददाता: अब आप भविष्य का आंकलन किस तरह करते हैं, क्या यह विवाद कोर्ट में सुलझेगा?

चेयरमैन: किसी संभावित कोर्ट केस को लेकर मैं चिंतित नहीं हूँ। कंपनी के लॉयर्स ने इस करार को बहुत सावधानी से तैयार किया है और कहीं किसी चूक की गुंजाइश नहीं है।

व्यक्तित्व केंद्रित इंटरव्यू

इस इंटरव्यू में फोकस इंटरव्यू देने वाले व्यक्ति का व्यक्तित्व होता है। ज्यादातर प्रश्न उस व्यक्ति के जीवन, अनुभव और उसके चरित्र से संबंधित होते हैं।

उदाहरण व्यक्तित्व केंद्रित इंटरव्यू

कंपनी सिलिको द्वारा नई फैक्ट्री लगाने और राजपुर के निवासियों को विस्थापित किए जाने के विरोध में स्थानीय निवासियों और विभिन्न संगठनों द्वारा किए जा रहे प्रदर्शन तीव्र होते जा रहे हैं। विरोध कर रहे एक सिटीजन ग्रुप का प्रवक्ता समूचे विरोध प्रदर्शनों के सूत्रधार के रूप में उभरा है और कुछ ही दिनों में वह राजपुर के

महत्वपूर्ण लोगों में शामिल हो गया है। श्रोता उसकी गतिविधियों के बारे में तो काफी कुछ जानते हैं, लेकिन उसके जीवन के बारे में उन्हें कुछ नहीं पता। ऐसे में संगठन के प्रवक्ता के साथ व्यक्तित्व केंद्रित इंटरव्यू किया जा सकता है।

संवाददाता: आप विस्थापन के खिलाफ राजपुर के नागरिकों के विरोध प्रदर्शन के केंद्र बिंदु बन गए हैं। आप इस समूचे मामले से किस तरह जुड़े?

प्रवक्ता: देखिए, यह संघर्ष अन्याय के खिलाफ है। मैं बचपन से ही हर तरह के अन्याय के खिलाफ रहा हूँ। मैंने और मेरे बड़े भाई ने अपने माता-पिता से अन्याय का विरोध करना ही सीखा है।

संवाददाता: बचपन में आपने किस तरह के अन्याय का सामना किया है?

प्रवक्ता: उदाहरण के तौर पर यदि कोई टीचर मेरी क्लास के किसी भी बच्चे को बिना कारण सजा देते थे, तो मैं खड़ा हो जाता था और अपने साथी छात्र का समर्थन करता था।

अन्य उपयोग के लिए इंटरव्यू

अभी तक हमने इंटरव्यू के जिन तीन प्रकारों के बारे में पढ़ा है, उन्हें रिकॉर्ड किया जाता है और फिर पूरा का पूरा प्रसारित कर दिया जाता है। लेकिन कई बार संवाददाता किसी रिसर्च के उद्देश्य से, या किसी रिपोर्ट के संबंध में किसी व्यक्ति का बयान प्राप्त करने के लिए भी इंटरव्यू करते हैं। ऐसे इंटरव्यू इसी श्रेणी में आते हैं और उनके निम्नलिखित प्रकार होते हैं।

रिसर्च इंटरव्यू

यदि आप कोई रिसर्च करना चाहते हैं, या पहले से मिली हुई सूचनाओं की पुष्टि करना चाहते हैं, तो इसके लिए जो इंटरव्यू किया जाता है, वह रिसर्च इंटरव्यू कहलाता है। इस तरह का इंटरव्यू आम तौर पर उस तरह प्रसारित नहीं किया जाता, जैसा उसे लिया जाता है। ऐसे इंटरव्यू का लक्ष्य कोई रिपोर्ट तैयार करना, कोई कमेंट्री तैयार करना या फिर किसी न्यूज आइटम के लिए सामग्री जुटाना होता है।

उदाहरण रिसर्च इंटरव्यू

पर्यावरणविदों का कहना है कि कंपनी सिलिको राजपुर में जो फैक्ट्री लगाने वाली है, उससे हवा प्रदूषित होगी। आप यह जानते हैं कि कंपनी पर्यावरण संरक्षण के उपायों पर अमल करने के लिए कंपनी ने एक करोड़ डॉलर की एक परियोजना बनाई है, लेकिन आपको यह नहीं पता कि ये उपाय क्या होंगे। ऐसे में पहले से ज्ञात जानकारी की पुष्टि के लिए और नई सूचना प्राप्त करने के लिए आप कंपनी के प्रतिनिधि के साथ रिसर्च इंटरव्यू कर सकते हैं।

संवाददाता: पर्यावरणविदों का कहना है कि आपकी फैक्ट्री से हवा प्रदूषित होगी?

प्रतिनिधि: यह सब गलत है और फैलाई गई बात है। हमने इसके लिए पूरी योजना तैयार की है।

संवाददाता: हवा में प्रदूषण रोकने के लिए आप क्या करेंगे?

प्रतिनिधि: हमने एक करोड़ डॉलर की जो योजना तैयार की है, उसमें हम फैक्ट्री की आसपास पौधे लगाएंगे जो हवा को साफ करेंगे। इसके अलावा हम ऐसे उपकरण भी लगाएंगे, जो कंपनी की फैक्ट्री से निकलने वाले धुएं और गैसों को वायुमंडल में छोड़े जाने से पहले ही साफ कर देंगे।

कथनात्मक इंटरव्यू

इस तरह के इंटरव्यू एक वक्तव्य प्राप्त करने के लिए किए जाते हैं। इस वक्तव्य को किसी अन्य

कार्यक्रम के एक अंग के रूप में प्रयोग किया जाता है। उदाहरण के तौर पर इसे एक न्यूज बुलेटिन में साउंड बाइट के तौर पर प्रयोग किया जा सकता है।

उदाहरण कथनात्मक इंटरव्यू

आप इस तथ्य पर एक रिपोर्ट तैयार करना चाहते हैं कि सिलिको की नई फैक्ट्री लगाने के लिए राजपुर में घरों को तोड़ना पड़ेगा और राजपुर के निवासियों को किसी अन्य जगह पर बसाना होगा। ऐसी स्थिति में आप कंपनी के चेयरमैन और विस्थापन का विरोध कर रहे सिटीजन ग्रुप के प्रतिनिधि के साथ कथनात्मक इंटरव्यू कर सकते हैं।

चेयरमैन: जिन लोगों को भी दूसरी जगह बसाया जा रहा है, वह इस बात के लिए आश्वस्त रहें कि उन्हें नए और आधुनिक सुविधाओं वाले घर मिलेंगे।

प्रवक्ता: सिलिको जो कह रही है, हमें उसके एक शब्द पर भी विश्वास नहीं है। इस कंपनी ने आज तक अपना कोई वादा पूरा नहीं किया है।

उपरोक्त दोनों ही कथनात्मक इंटरव्यू को उस रिपोर्ट में शामिल करके प्रसारित किया जा सकता है, जो आप तैयार कर रहे हैं।

कैसे करें इंटरव्यू की तैयारी

इंटरव्यू लेने की प्रक्रिया में सबसे पहले इंटरव्यू के विषय का गहराई से अध्ययन करना चाहिए। इंटरव्यू के दौरान एक ही विषय पर केंद्रित रहें, अन्य पहलुओं पर सवाल नहीं पूछे जाने चाहिए। इससे इंटरव्यू देने वाले व्यक्ति बहक सकता है और श्रोता भ्रमित हो सकते हैं। इसके बाद इंटरव्यू का एक लक्ष्य तय करें। इसके लिए स्वयं से यह सवाल पूछें कि आपके श्रोता इस विषय में क्या जानना चाहते हैं और कौन सी जानकारी उनके लिए प्रासंगिक होगी। विषय के बारे में अपना अध्ययन अच्छे से करें, क्योंकि यदि इंटरव्यू देने वाला व्यक्ति आपके द्वारा पूछे गए सवाल की गलतियाँ ठीक कराता है, तो इससे ज्यादा शर्मनाक कुछ नहीं है। यदि आपके अज्ञान या जानकारी की कमी के कारण इंटरव्यू देने वाला व्यक्ति झूठ बोलकर निकल गया, तो यह श्रोताओं के साथ धोखे की तरह होगा। सबसे अंत में अपने पूरे इंटरव्यू के लिए एक मुख्य प्रश्न तैयार करें। इंटरव्यू के प्रसारण को सुनने के बाद श्रोताओं को पूरे इंटरव्यू से इस मुख्य सवाल का जवाब मिल जाना चाहिए।

उदाहरण मुख्य सवाल: सिलिको कंपनी वाले मामले में मुख्य सवाल यह हो सकता है कि कंपनी करार में तय किए गए पर्यावरण संरक्षण के मापदंडों की पूर्ति किस तरह करेगी?

मुख्य सवाल ऐसा सवाल होता है, जिसे इंटरव्यू के दौरान आपको वास्तव में पूछना नहीं होता, बल्कि पूरा इंटरव्यू इस एक सवाल का जवाब देता है। इंटरव्यू के लक्ष्य को हासिल करने के लिए निम्नलिखित तैयारियाँ करना आवश्यक है।

साक्षात्कारदाता, स्थान और समय का चुनाव

इंटरव्यू का सफल या असफल होना मुख्यतः इस बात पर निर्भर होता है कि साक्षात्कारदाता का चयन सही तरीके से हुआ है या नहीं। इंटरव्यू के लिए सही व्यक्ति का चुनाव करने के लिए विषय के बारे में उसकी विशेषज्ञता, चीजों को सीधे तौर पर व्यक्त करने की उसकी क्षमता, उसका पद और इंटरव्यू के विषय के बारे में उसके दृष्टिकोण आदि पर ध्यान दिया जाता है। इसके अलावा आपको यह भी तय करना होगा कि साक्षात्कारदाता रेडियो के लिए इंटरव्यू देने के लिए तैयार है और तय समय पर उपलब्ध हो जाएगा। इंटरव्यू से पहले यह जान लेना भी फायदेमंद होता है कि साक्षात्कारदाता शर्मीला और कम बोलने वाला है, या फिर खुलकर बोलने वाला। इंटरव्यू

के लिए जो स्थान तय किया जाए, वह ऐसा होना चाहिए जहाँ साक्षात्कारदाता आराम से बात कर सके और उसे पहुँचने में सुविधा हो। इंटरव्यू के लिए समय तय करते समय यह ध्यान रखें कि इसमें समय लगता है और यदि आप या साक्षात्कारदाता जल्दबाजी में होंगे, तो इंटरव्यू के नतीजे संतोषजनक नहीं होंगे।

उदाहरण: सभी बातों पर गौर करने के बाद आपने यह तय कर लिया है कि सिलिको कंपनी के चेयरमैन का इंटरव्यू लेना चाहिए। इस इंटरव्यू का मुख्य प्रश्न होगा कि कंपनी करार में बताए गए पर्यावरण संरक्षण के मापदंडों को किस तरह लागू करेगी? कंपनी के चेयरमैन से बात करने के लिए उनके ऑफिस से अधिक आरामदायक जगह दूसरी नहीं होगी। इसी तरह जब आप विस्थापन के विरोध में प्रदर्शन कर रहे सिटीजन ग्रुप के प्रवक्ता से बात करना चाहते हैं, तो उनके लिए सबसे अच्छी जगह राजपुर ही होगी, जहाँ के निवासियों के विस्थापन के खिलाफ वे संघर्ष कर रहे हैं।

साक्षात्कारदाता को जानकारी दें

जब भी आप इंटरव्यू लेना शुरू करें, उससे पहले साक्षात्कारदाता को संक्षेप में कुछ बातों की जानकारी देना जरूरी है।

-इंटरव्यू का विषय क्या होगा और फोकस किस बात पर रहेगा।

-इंटरव्यू में कितना समय लगेगा।

-क्या इंटरव्यू को रिकॉर्ड किया जाएगा या सीधे ही प्रसारित किया जाएगा।

-इंटरव्यू को कब प्रसारित किया जाएगा।

-क्या इसे पूरा प्रसारित किया जाएगा या फिर इसका उपयोग किसी अन्य कार्यक्रम के हिस्से के तौर पर किया जाएगा।

-इंटरव्यू कब और किस स्थान पर लिया जाएगा।

-क्या ये एकल इंटरव्यू होगा या फिर इस दौरान और भी साक्षात्कारदाता और पत्रकार मौजूद रहेंगे।

साक्षात्कारदाता को इस तरह की जानकारी पहले से दे देने का एक फायदा यह है कि आप और साक्षात्कारदाता एक-दूसरे से परिचित हो जाते हैं। यह बात इंटरव्यू के दौरान दोनों ही पक्षों को नर्वस होने से बचाएगी। इससे आपको इस बात का भी अंदाज हो जाएगा कि साक्षात्कारदाता आपके सवालों के जवाब किस तरह देगा। वह विस्तारपूर्वक बात करेगा या फिर छोटे और सटीक उत्तर ही देगा। साक्षात्कारदाता को संक्षेप में जानकारी जरूर दें, लेकिन उसे यह बिल्कुल न बताएं कि इंटरव्यू के दौरान कौन से सवाल पूछे जाएंगे। साक्षात्कारदाता को ऐसे सवालों की सूची देने से आप इंटरव्यू पर नियंत्रण खो देंगे। साक्षात्कारदाता को यह भरोसा अवश्य दिलाएं कि आप उसी विषय से संबंधित प्रश्न पूछेंगे, जो आपने बताया है। यह भी बताएं कि आप कोई भी अनुचित सवाल नहीं पूछेंगे।

प्रश्नों के प्रकार

कोई भी संवाददाता साक्षात्कारदाता से सही जवाब प्राप्त नहीं कर सकता, यदि उसके द्वारा पूछा गया सवाल स्पष्ट नहीं है। इंटरव्यू सफल हो, यह सुनिश्चित करने के लिए संवाददाता को प्रश्नों के प्रकार और उनके प्रयोग का अभ्यास होना जरूरी है। उसे यह पता होना चाहिए कि इस तरह के प्रश्नों का क्या प्रभाव होता है और उनका प्रयोग कब करना चाहिए। प्रश्नों के कुछ प्रमुख प्रकार निम्नानुसार हैं।

1. अवरुद्ध प्रश्न या हाँ/न प्रश्न

इस तरह के प्रश्नों के जवाब अधिकतर 'हाँ', 'न' या 'मैं नहीं जानता' के रूप में होते हैं। ऐसे ज्यादातर

मामलों में संवाददाता को अधिक जानकारी प्राप्त करने के लिए एक पूरक प्रश्न करना पड़ता है, जिसमें अधिक समय खर्च होता है। ऐसे प्रश्न साक्षात्कारदाता से कोई छोटे लेकिन निर्णायक जवाब हासिल करने में तो कारगर होते हैं, लेकिन इनसे साक्षात्कारदाता को बोलने का मौका नहीं मिलता।

उदाहरण गलत तरीका

संवाददाता: मि. मेयर क्या आपको विश्वास है कि सिलिको पर्यावरण संरक्षण के उन मापदंडों को पूरा करेगी, जिनका उल्लेख करार में किया गया है?

मेयर: हाँ

संवाददाता: आपके इस विश्वास का आधार क्या है?

मेयर: सिलिको के साथ हुए करार में इन मापदंडों की चर्चा विस्तार से की गई है। इसके अलावा हमने यह भी स्पष्ट कर दिया है कि यदि इन मापदंडों का पालन नहीं किया गया, तो कंपनी को जुर्माना देना होगा।

सही तरीका

संवाददाता: मि. मेयर करार के अनुसार सिलिको कंपनी को किस तरह के पर्यावरण संरक्षण मापदंडों की पूर्ति करना होगी?

मेयर: करार में यह विशेष रूप से कहा गया है कि सिलिको कंपनी को विधि के अनुसार तय की गई उत्सर्जन की सीमाओं का पालन करना होगा। यदि कंपनी इन सीमाओं का उल्लंघन करती है, तो इसके लिए उसे क्षतिपूर्ति राशि देनी होगी।

कई बार संवाददाता को जानबूझकर अवरुद्ध प्रश्नों का चुनाव करना पड़ता है, ताकि वह साक्षात्कारदाता से छोटा और उचित उत्तर प्राप्त कर सके।

उदाहरण

संवाददाता: मि. मेयर आप पर नई फैक्ट्री के निर्माण के मामले में रिश्वत लेने का आरोप लगाया जा रहा है, क्या यह सही है?

मेयर: नहीं

यहाँ चूँकि जवाब एक निर्णायक 'हाँ' या 'न' में चाहिए, इसलिए अवरुद्ध प्रश्न का चुनाव किया गया।

सूचनात्मक प्रश्न

इस तरह के सवाल छोटी और सही सूचना प्राप्त करने के लिए किए जाते हैं। ये पूरक प्रश्न के रूप में किसी विषय को स्पष्ट करने के लिए भी उपयोगी होते हैं।

उदाहरण

संवाददाता: कितने लोगों को दूसरे मकानों में भेजा जाएगा?

कंपनी प्रतिनिधि: हमारे अनुमान के मुताबिक करीब 2 हजार लोग होंगे।

खुले प्रश्न

इस तरह के प्रश्नों के जवाब सामान्यतः लंबे होते हैं। इस सवालियों के द्वारा आप साक्षात्कारदाता को यह अवसर देते हैं कि वह और विस्तार से अपने जवाब को स्पष्ट कर सके, पृष्ठभूमि को समझा सके, कारणों का खुलासा कर सके, परिस्थितियों में आए बदलावों की चर्चा कर सके या व्यक्तिगत विचार प्रस्तुत कर सके।

उदाहरण

संवाददाता: फैक्ट्री को राजपुर में ही बनाना क्यों जरूरी है?

प्रतिनिधि: राजपुर इसके लिए सबसे उपयुक्त स्थान है क्योंकि...(वे सभी कारण जिनकी वजह से राजपुर को चुना गया)।

कथन के साथ प्रश्न

ऐसे प्रश्नों में संवाददाता पहले किसी तथ्य का वर्णन करता है और उसके बाद एक सवाल भी पूछ लेता है।

उदाहरण

संवाददाता: राजपुर के अधिकतर लोग विस्थापन के खिलाफ हैं। आप इस फैक्ट्री को कहीं और लगाने पर विचार क्यों नहीं करते?

इस तरह के सवालों का प्रयोग तभी करना चाहिए, जब आपको पूरी तरह विश्वास हो कि जो तथ्य आप बता रहे हैं, वह पूर्णतः सही है। यदि आपका कथन गलत या अस्पष्ट हुआ, तो इससे साक्षात्कारदाता आपके प्रश्न का उत्तर देने की बजाय आपके गलत कथन को लेकर बहस करने लगेगा। इसमें इंटरव्यू के एक ऐसे वाद-विवाद में बदल जाने का खतरा होता है, जिससे हर कीमत पर बचा जाना चाहिए।

विचारोत्तेजक प्रश्न

इस तरह के प्रश्न इस आशा के साथ पूछे जाते हैं कि साक्षात्कारदाता अधिक जीवंत अंदाज में अपनी सहमति या असहमति व्यक्त करेगा। इस तरह के प्रश्न साक्षात्कारदाता पर इस बात के लिए दबाव डालते हैं कि वह 'इस' या 'उस' पक्ष में शामिल हो जाए और इंटरव्यू को अधिक गतिशील बना दे। लेकिन सतर्क रहें, कई बार साक्षात्कारदाता एक विचारोत्तेजक प्रश्न को उकसावे के रूप में ले सकता है, जिससे इंटरव्यू का पूरा माहौल खराब हो सकता है। इंटरव्यू के दौरान संबंधों के स्तर पर आई जरा सी खराश सूचनाओं के स्तर पर प्रभाव डाल सकती है। यदि माहौल में कड़वाहट बढ़ती है, तो साक्षात्कारदाता उत्तर देने से मना कर सकता है और प्रति प्रश्न भी पूछ सकता है। ऐसे में आपके श्रोता आपके सवाल को अनुचित मान सकते हैं।

उदाहरण

संवाददाता: मि. मेयर आप नई फार्मास्यूटिकल फैक्ट्री की स्थापना और उसके लिए शुरू की जाने वाली विस्थापन परियोजना का समर्थन पूरे उत्साह कर रहे हैं। क्या आप यह मानने को तैयार हैं कि इस परियोजना के कारण कई लोगों को अपनी जड़ों से दूर कर दिया जाएगा?

मेयर: नहीं, मैं ऐसा नहीं हूँ। मुझे इस शहर के लोगों की खुशहाली की काफी चिंता है। इसीलिए जो नए अपार्टमेंट बनाए जा रहे हैं, उन्हें पास-पास बनाया जा रहा है, ताकि पुराने पड़ोसी नई बस्ती में भी पास-पास रह सकें।

विवेचनात्मक प्रश्न

यदि साक्षात्कारदाता का उत्तर स्पष्ट न हो, या वह कोई स्पष्ट जवाब देने से बचना चाहता हो, तो आप एक विवेचनात्मक प्रश्न पूछ कर चाही गई जानकारी हासिल कर सकते हैं। विवेचनात्मक प्रश्न साक्षात्कारदाता को इस बात के लिए बाध्य कर देगा कि वह एक स्पष्ट राय व्यक्त करे और अपने जवाब को इस तरह स्पष्ट करे कि वह श्रोताओं को समझ में आ सके।

उदाहरण

संवाददाता: तो, इसका मतलब यह है कि यह फैक्ट्री शहर के किसी और हिस्से में नहीं बनाई जाएगी?
प्रतिनिधि: हाँ, मैं ऐसा ही सोचता हूँ।

इस प्रश्न से श्रोताओं के सामने कंपनी की स्थिति स्पष्ट हो गई है।

घुमावदार प्रश्न

घुमावदार या अप्रत्यक्ष प्रश्न के द्वारा आप साक्षात्कारदाता का सामना किसी ऐसे कथन या वक्तव्य से करा सकते हैं, जो किसी तीसरे व्यक्ति ने दिया हो। सामान्यतः यह कथन या बयान साक्षात्कारदाता के विचारों या उसके कथन के विरोध में होता है। चूँकि यह सवाल पूछते समय आप किसी तीसरे व्यक्ति द्वारा की गई आलोचनात्मक टिप्पणी के पीछे छुपे होते हैं, इसलिए यह तरीका आपको साक्षात्कारदाता के सामने मुकाबले की स्थिति में ला सकता है, वह भी इंटरव्यू के वातावरण को खराब किए बिना।

उदाहरण

संवाददाता: पर्यावरण संरक्षण से जुड़े संगठनों का मानना है कि नई फैक्ट्री से कुछ हद तक वातावरण प्रदूषित होगा। आपकी इन दावों के बारे में क्या प्रतिक्रिया है।

प्रतिनिधि: ये सभी दावे पूरी तरह निराधार हैं। मैं आपको ऐसी गणनाएँ करके बता सकता हूँ, जिनसे यह स्पष्ट हो जाएगा कि ऐसा कोई खतरा नहीं है।

इंटरव्यू के लिए सावधानियाँ

1. जैसा कि हम जानते हैं कि पूरे इंटरव्यू को एक मुख्य प्रश्न का जवाब देने वाला होना चाहिए। इस मुख्य प्रश्न का जवाब हासिल करना ही इंटरव्यू का लक्ष्य होना चाहिए। ऐसे में इंटरव्यू की शुरुआत एक सामान्य प्रश्न से करना ठीक होता है, क्योंकि इससे साक्षात्कारदाता को खुलकर बात करने और इंटरव्यू के माहौल में ढलने में आसानी होती है।

2. यदि साक्षात्कारदाता किसी मिलते-जुलते विषय पर पहले भी इंटरव्यू देता रहा है, तो पहला प्रश्न ऐसा होना चाहिए, जो साक्षात्कारदाता के साथ-साथ श्रोताओं के लिए भी नया और रोचक हो। यदि इसके बजाय आप पहला प्रश्न वैसा ही पूछते हैं, जिसका जवाब साक्षात्कारदाता अक्सर देता रहा है, तो इंटरव्यू के प्रति श्रोताओं की रुचि जागृत नहीं होगी। किसी भी इंटरव्यू की सफलता के लिए जरूरी है कि श्रोताओं को शुरू से आकर्षित किया जाए। सामान्यतः रेडियो के श्रोता पहले 30 सेकंड में ही यह तय कर लेते हैं कि वे किसी इंटरव्यू को सुनेंगे या नहीं। इसलिए आपका पहला सवाल ही इंटरव्यू की सफलता या असफलता तय कर देता है।

3. इंटरव्यू की शुरुआत इस तरह के प्रश्नों से न करें कि 'क्या आप इस बारे में कुछ बताएंगे?' या 'आप इस बारे में कुछ कहना पसंद करेंगे?' इस तरह के प्रश्न काफी विस्तार की गुंजाइश लिये होते हैं और इनके जवाब में साक्षात्कारदाता वह कह सकता है, जो वह पसंद करता है। वह समूचे इंटरव्यू को उस दिशा में ले जा सकता है, जहाँ वह ले जाना चाहता है। इसका मतलब होगा कि आपने शुरुआत से ही इंटरव्यू पर अपना नियंत्रण खो दिया है।

4. इंटरव्यू का एक परंपरागत स्वरूप 'फनल स्ट्रक्चर' होता है। संरचना के लिहाज से ऐसा इंटरव्यू शुरुआत में विस्तृत और जैसे-जैसे आगे बढ़ता है, संकरा होता जाता है। ऐसे इंटरव्यू की शुरुआत तुलनात्मक रूप से सामान्य और सरल सवालों से होती है। जैसे-जैसे इंटरव्यू आगे बढ़ता है, सवाल तीखे और गंभीर होते जाते हैं।

इंटरव्यू का समापन एक 'हाँ/न प्रश्न' से होता है, जो साक्षात्कारदाता के विचारों को पूरी तरह स्पष्ट कर देता है। इससे श्रोताओं को भी यह संकेत मिलता है कि इंटरव्यू के द्वारा उन्हें स्पष्ट और सटीक सूचना मिली है।

5. अपनी सुविधा के लिए प्रश्नावली तैयार जरूर करें और इंटरव्यू अपनी लाइन से भटक न जाए, यह देखने के लिए उसे साथ भी रखें। लेकिन इंटरव्यू को आगे बढ़ाने के लिए सिर्फ इन्हीं सवालों पर आश्रित न रहें। इसके बजाय कोशिश यह करें कि साक्षात्कारदाता द्वारा जो जवाब दिए जा रहे हैं, उन्हीं में से कोई प्रश्न निकाला जाए। इससे इंटरव्यू का प्रवाह स्वाभाविक और तार्किक लगेगा। इससे साक्षात्कारदाता को भी यह महसूस होगा कि आप उसकी बातों में व्यक्तिगत रूप से रुचि ले रहे हैं, तो वह अधिक जीवंत उत्तर देगा।

6. इंटरव्यू के दौरान दो विकल्पों (either/or) वाले प्रश्न न पूछें। ऐसा करके आप इंटरव्यू को सिर्फ दो विकल्पों तक सीमित कर देते हैं, जबकि हो सकता है साक्षात्कारदाता का उत्तर किसी तीसरी दिशा को इंगित करता हो। इस तरह के सवालों के बाद उत्तर को स्पष्ट करने के लिए पूरक प्रश्नों की जरूरत पड़ती है, जिसके कारण अधिक समय खर्च होता है और श्रोताओं के भ्रमित होने की भी गुंजाइश रहती है।

7. ऐसे प्रश्न न पूछें, जिनमें एक से अधिक सवाल किए गए हों। ऐसे प्रश्नों से भ्रम पैदा होगा और आप इंटरव्यू पर से नियंत्रण खो भी सकते हैं। ऐसी स्थिति में साक्षात्कारदाता यह तय करता है कि उसे पहले किस सवाल का जवाब देना है। इसलिए बेहतर होगा यदि एक बार में एक ही सवाल पूछें।

उदाहरण

संवाददाता: नई फैक्ट्री की स्थापना से रोजगार के कितने अवसर पैदा होंगे और स्थानीय अर्थव्यवस्था पर इसका क्या प्रभाव पड़ेगा?

प्रतिनिधि: इससे क्षेत्रीय अर्थव्यवस्था मजबूत होगी। आखिरकार, इस फैक्ट्री में बनने वाले कई प्रोडक्ट विदेशों को निर्यात किए जाएंगे, जिससे देश का व्यापार संतुलन सुधरेगा।

साक्षात्कारदाता ने यहाँ इस सवाल का जवाब नहीं दिया है कि फैक्ट्री लगने से रोजगार के कितने अवसर पैदा होंगे। यह जानने के लिए संवाददाता को पूरक प्रश्न पूछना पड़ेगा, जिसमें अधिक समय खर्च होगा।

8. अच्छा साक्षात्कारदाता और बड़ी चतुराई से गढ़े गए प्रश्न भी बेकार साबित होते हैं, यदि इंटरव्यू के दौरान तकनीकी समस्याएँ आ जाएं। इसलिए किसी भी इंटरव्यू को रिकॉर्ड करने से पहले यह सुनिश्चित करें कि आपके सभी उपकरण ठीक से काम कर रहे हैं। हवा के शोर को कम करने के लिए हमेशा फोम की विंड स्क्रीन साथ रखें। चेक करें कि बैटरी चार्ज है या नहीं। इंटरव्यू के बाद यह चेक कर लें कि रिकॉर्डिंग ठीक से हुई है या नहीं और यह काम साक्षात्कारदाता के जाने से पहले ही कर लें। यदि रिकॉर्डिंग में कोई खराबी मिलती है, तो साक्षात्कारदाता से इंटरव्यू के उस हिस्से को रिपीट करने का निवेदन किया जा सकता है।

(4.5) प्रेस एवं पत्रकार वार्ता

अपनी बात लोगों तक पहुँचाने के लिए प्रेस या पत्रकार वार्ता एक अच्छा साधन है। इसके जरिए कुछ पत्रकारों या संवाददाताओं के सामने कही गई बात पत्र-पत्रिकाओं के पाठकों, टेलीविजन के दर्शकों और रेडियो के असंख्य श्रोताओं तक पहुँच जाती है। अक्सर राजनीतिक दलों के प्रवक्ता, राजनेता, खिलाड़ी, कलाकार और प्राइवेट कंपनियाँ अपनी बात कहने या अपना पक्ष लोगों के सामने रखने के लिए प्रेस या पत्रकारवार्ताओं का सहारा लेते हैं। पत्रकार वार्ताओं के कवरेज और उनके प्रसारण के लिए अलग-अलग माध्यमों में अलग-अलग तरीके अपनाए जाते रहे हैं। लेकिन इन पर चर्चा से पहले यह जान लेना जरूरी है कि पत्रकारवार्ताएँ कैसी होती हैं और उनमें वास्तव में क्या होता है।

पहले अपनी बात, फिर सवाल-जवाब

प्रेस या पत्रकारवार्ता ऐसा मीडिया आयोजन है, जिसमें खबर प्रसारित कराने का इच्छुक पक्ष संवाददाताओं को बातचीत के लिए आमंत्रित करता है। इसमें पहले पत्रकार वार्ता के आयोजक अपनी बात कहते हैं और फिर उस के आधार पर वहाँ उपस्थित संवाददाता सवाल पूछते हैं, जिनके जवाब भी आयोजकों के द्वारा दिए जाते हैं। कई बार इनका आयोजन एक ही व्यक्ति या संस्थान करता है, तो कई बार कुछ व्यक्ति या संस्थान समान के हित के मुद्दों पर मिलकर पत्रकार वार्ताओं का आयोजन करते हैं। वार्ता में उपस्थित संवाददाताओं की सुविधा के लिए पत्रकारवार्ता के आयोजक मुद्रित सामग्री (ब्रोशर, लीफ्लेट) आदि वितरित करते हैं, जिन्हें पढ़कर समाचार तैयार करने में सुविधा होती है।

पत्रकार वार्ता के लाभ

-पत्रकार वार्ताओं से आयोजकों को यह फायदा होता है कि उन्हें अपनी बात कहने या कोई घोषणा करने के लिए बहुत से संवाददाताओं को अलग-अलग इंटरव्यू नहीं देना होता। एक ही बार में उनकी बात मीडिया के बड़े क्षेत्र तक पहुँच जाती है और जब एक साथ उसका कवरेज होता है, तो उसका प्रभाव भी अधिक होता है। पत्रकार वार्ताओं से प्रिंट और इलैक्ट्रॉनिक मीडिया के संवाददाताओं को यह फायदा होता है कि वह स्टोरी उनसे दूट नहीं पाती। यदि आयोजक अलग-अलग इंटरव्यू के द्वारा वही बात कहने का प्रयास करते, तो कई अखबारों या प्रसारण स्टेशनों से उस स्टोरी के मिस होने की आशंका ज्यादा होती है। पत्रकार वार्ताओं से संवाददाताओं को दूसरा फायदा यह होता है कि उनका लोड कम हो जाता है। व्यक्तिगत इंटरव्यू में सभी बातें हर रिपोर्टर को अलग-अलग पूछना पड़ती, लेकिन प्रेस वार्ताओं में सवाल पूछने के लिए कई रिपोर्टर होते हैं और एक रिपोर्टर जो बात नहीं पूछ पाता, वह दूसरा रिपोर्टर पूछ ही लेता है।

पत्रकार वार्ता के नुकसान

-पत्रकार वार्ता से आयोजकों को तो कोई नुकसान नहीं होता, सिर्फ मीडिया या संवाददाताओं को ही नुकसान उठाना पड़ता है। मीडिया को पत्रकार वार्ताओं से बड़ा नुकसान यह है कि उन्हें पत्रकार वार्ताओं से कोई एक्सक्लूसिव स्टोरी निकाल पाना मुश्किल होता है। वार्ताओं के माध्यम से सभी संवाददाताओं को एक जैसी ही जानकारी आयोजकों द्वारा दी जाती है। ऐसे में वे अपनी स्टोरी दूसरों से अलग नहीं बना पाते। दूसरी बात यह है कि पत्रकार वार्ताओं के द्वारा कई बार प्रमोट किए जाने वाले विषय को झूठा महत्व दिया जाता है। वार्ताओं के द्वारा आयोजक संवाददाताओं को यह अहसास कराते हैं कि वे सब एक साथ, एक जगह जिस विषय को कवर करने के लिए आए हैं, वह काफी महत्वपूर्ण है, जबकि यह सब कुछ मुफ्त में पब्लिसिटी पाने की कोशिश के अलावा और कुछ नहीं होता।

पत्रकार वार्ता के प्रकार

आयोजन के उद्देश्य के आधार पर पत्रकार वार्ताओं के निम्नलिखित प्रकार होते हैं।

राजनीतिक पत्रकार वार्ता: इस तरह की वार्ताओं का आयोजन विभिन्न राजनीतिक दलों या उनके नेताओं के द्वारा किया जाता है। कुछ वार्ताओं में जहाँ पार्टी की रीति-नीति या किसी नए अभियान या आंदोलन की जानकारी दी जाती है, तो कई बार इनका उपयोग अन्य दलों पर आरोप लगाने, या उनके लगाए आरोपों का जवाब देने के लिए किया जाता है। अधिकतर राजनीतिक खबरें ऐसी पत्रकारवार्ताओं के आधार पर ही बनती हैं और राजनीति में दिलचस्पी रखने वाले लोगों के बीच काफी लोकप्रिय होती हैं।

प्रोत्साहन पत्रकार वार्ता: इस तरह की वार्ताओं का आयोजन सामान्यतः व्यवसायिक संस्थानों द्वारा किया जाता है। ऐसी वार्ताओं के जरिए ये संस्थान अपने किसी नए उत्पाद या योजना की जानकारी लोगों तक पहुँचाने का प्रयास करते हैं, ताकि उस उत्पाद या योजना को प्रोत्साहन मिल सके। कई बार फिल्म निर्माता या कलाकार भी ऐसी ही वार्ताओं का आयोजन करते हैं, जिनके जरिए वे अपनी आने वाली फिल्म को प्रमोट करने का प्रयास करते हैं।

उपलब्धि पत्रकार वार्ता: इस तरह की वार्ताओं का आयोजन खिलाड़ियों, लेखकों, साहित्यकारों, कलाकारों, वैज्ञानिकों, चिकित्सकों आदि के द्वारा अपनी किसी उपलब्धि की जानकारी देने के लिए किया जाता है। किसी प्रतिष्ठित पुरस्कार या सम्मान की प्राप्ति पर भी इसी प्रकार की वार्ताओं के जरिए उसकी जानकारी लोगों तक पहुँचाई जाती है। कई सरकारी विभागों जैसे-इनकम टैक्स, सेंट्रल एक्साइज, राज्यों के कॉमर्शियल टैक्स डिपार्टमेंट द्वारा भी वित्तीय वर्ष के अंत में ऐसी ही वार्ताओं के द्वारा विभाग की उपलब्धियाँ बताई जाती हैं।

पुलिस पत्रकार वार्ता: इस तरह की वार्ताओं का आयोजन लगभग रोज ही होता है। इन वार्ताओं में पुलिस अधिकारी अपराधों के बारे में जानकारी देते हैं। वहीं, किसी अपराध के खुलासे या आरोपियों के पकड़े जाने पर भी पुलिस अधिकारियों द्वारा वार्ताओं का आयोजन किया जाता है, जिनके माध्यम से वे अपराधी के पकड़े जाने की पूरी कहानी प्रस्तुत करते हैं।

प्रेस/पत्रकार वार्ता का कवरेज

जनसंचार के अलग-अलग माध्यमों में प्रेस वार्ता का कवरेज अलग-अलग तरीके से किया जाता है। प्रिंट मीडिया में इसे जहाँ एक समाचार के रूप में प्रस्तुत किया जाता है, तो टेलीविजन पर वार्ता की क्लिप जैसी की तैसी रिकॉर्ड करके न्यूज बुलेटिन के बीच में प्रसारित की जाती है। कई बार टेलीविजन पर महत्वपूर्ण वार्ताओं का लाइव प्रसारण भी किया जाता है। रेडियो पर भी पत्रकार वार्ताओं का प्रसारण कई रूपों में किया जाता है।

रेडियो पर पत्रकार वार्ता का प्रसारण

रेडियो पर पत्रकारवार्ताओं का प्रसारण अलग-अलग रूपों में किया जाता है, जिनमें से कुछ ये हैं।

लाइव: इस तरह का प्रसारण उन्हीं वार्ताओं का किया जाता है, जो अत्यधिक महत्वपूर्ण होती हैं। उदाहरण के लिए किसी विदेशी हमले के समय यदि देश के प्रधानमंत्री या रक्षा मंत्री इस तरह की वार्ता का आयोजन करते हैं, तो उसका लाइव प्रसारण किया जाता है। इसके अलावा किसी महत्वपूर्ण तात्कालिक मुद्दे से संबंधित पत्रकार वार्ता का भी ऐसे ही प्रसारण किया जाता है। इस तरह की वार्ताओं में संवाददाताओं के करने के लिए अधिक कुछ नहीं होता। बस, उन्हें वहाँ मौजूद रहना पड़ता है। यह सुनिश्चित करना होता है कि वार्ता की रिकॉर्डिंग ठीक तरह से हो जाए।

समाचार के रूप में-पत्रकार वार्ताओं के आधार बनी खबरों का प्रसारण रेडियो के समाचार बुलेटिन में भी किया जाता है, लेकिन ये उनके महत्व से तय होता है। साधारणतः उच्चस्तरीय राजनीतिक पत्रकार वार्ताएँ, आरोप-प्रत्यारोप, कोई नई खोज, कोई बड़ी उपलब्धि या किसी बड़े रहस्योद्घाटन की चर्चा जिन वार्ताओं में की जाती है, उनके समाचारों को समाचार बुलेटिन में शामिल किया जाता है। कई बार इन वार्ताओं के संवाददाता द्वारा दिए गए समाचार को ही प्रसारित किया जाता है, तो कई बार आयोजकों द्वारा वार्ता में दिए गए स्टेटमेंट या जवाब की रिकॉर्डिंग भी श्रोताओं को सुनाई जाती है।

अन्य कार्यक्रमों के साथ-पत्रकार वार्ताओं का उपयोग कई बार विषय विशेष पर बने अन्य कार्यक्रमों के साथ भी किया जाता है। इसके लिए वार्ताओं में प्राप्त जानकारी को इन कार्यक्रमों में शामिल किया जाता है और कई बार आयोजकों की बाइट को भी इसमें स्थान दिया जाता है।

पत्रकार वार्ताओं का कवरेज

कवरेज मीडियाकर्मियों के लिहाज से एक व्यापक शब्द है, जिसके कई चरण होते हैं। पत्रकार वार्ताओं के आयोजक वार्ता की समाप्ति के बाद निश्चित हो सकते हैं, लेकिन संवाददाताओं के लिए वार्ता को अटेंड करना कवरेज का सिर्फ एक चरण है। रेडियो संवाददाताओं की दृष्टि से पत्रकार वार्ता के कवरेज के तीन चरण होते हैं। पहला है वार्ता की तैयारी, दूसरा चरण है वार्ता और तीसरा चरण है वार्ता का समाचार बनाना।

तैयारी: संवाददाताओं या उनके मीडिया संस्थान की दृष्टि से किसी पत्रकार वार्ता की सफलता इसी बात पर निर्भर करती है कि उनके संवाददाता ने वार्ता के लिए तैयारी कैसी की थी। यह तैयारी का ही कमाल है कि कुछ संवाददाता किसी वार्ता में अधिकांश सवाल पूछते हैं, जबकि कुछ चुपचाप बैठकर आयोजकों की बातचीत सुनते रहते हैं। पत्रकार वार्ता की तैयारी के लिए मुख्यतः दो बातों का ध्यान रखना चाहिए।

1. अध्ययन या होमवर्क: अचानक होने वाली वार्ताओं को यदि छोड़ दिया जाए, तो संवाददाताओं को किसी भी पत्रकार वार्ता की जानकारी कम से कम एक दिन पहले मिल जाती है। इसलिए संवाददाताओं के पास इसके लिए पर्याप्त समय होता है। वार्ता की जानकारी मिलने पर सबसे पहले अपने अधिकारियों या फिर आयोजकों से यह पता लगाने का प्रयास करना चाहिए कि वार्ता किस विषय में आयोजित की जा रही है। विषय की जानकारी मिल जाने पर संवाददाताओं को उस विषय में अखबारों की फाइलों या किताबों से अच्छा अध्ययन करना चाहिए। इससे उस विषय की पृष्ठभूमि और अब तक के घटनाक्रम की जानकारी संवाददाताओं को हो जाती है। ऐसे में आयोजक यदि कोई गलत तथ्य वार्ता में रखते हैं, तो संवाददाता उसे आसानी से पकड़ सकता है। विषय की जानकारी हो जाने के बाद वह सिर्फ औपचारिकता के लिए नहीं, बल्कि वास्तव में जानकारी प्राप्त करने के लिए सवाल पूछ सकेगा। विषय की जानकारी मिल जाने के बाद पत्रकार वार्ता के लिए एक प्रश्नावली भी बनाई जा

सकती है। इसमें उन संभावित प्रश्नों को शामिल करना चाहिए, जिनके जवाब रेडियो श्रोता उस विषय में जानना चाहेंगे।

2. साधनों की जाँच: पत्रकार वार्ता का समय और स्थान पर पता चल जाने पर संवाददाता को यह पता लगाना चाहिए कि वह स्थान कहाँ है और वहाँ तक तय समय पर किस तरह पहुँचा जा सकता है। यदि अपना साधन है, तो यह देखना पड़ेगा कि वहाँ तय समय से पहले पहुँचने के लिए कितने समय पर घर या ऑफिस से निकलना होगा। रेडियो संवाददाताओं को वार्ता से पहले अपने उपकरणों जैसे-टेपरिकॉर्डर, माइक्रोफोन आदि की जाँच कर लेनी चाहिए और यह देख लेना चाहिए कि वे ठीक से काम कर रहे हैं या नहीं। यदि इनमें से कोई उपकरण नया है, जिसका प्रयोग पहले नहीं किया है, तो उसके उपयोग का अभ्यास भी कर लेना चाहिए।

वार्ता में संवाददाता: संवाददाताओं को पत्रकार वार्ता शुरू होने के कुछ पहले ही नियत स्थान पर पहुँच जाना चाहिए, ताकि वह सही जगह अपना माइक्रोफोन लगा सके। इसके अलावा ऐसी वार्ताओं में बैठने के लिए सही जगह मिलना भी एक मुश्किल काम होता है, इसलिए थोड़ा पहले पहुँच कर सही सीट पर बैठ जाना चाहिए। कोशिश करें कि यदि फ्रंट रो में बीच की सीट मिल सके, तो काफी अच्छा है, क्योंकि आयोजकों के लिए अपने एकदम सामने बैठे किसी संवाददाता को नजरअंदाज कर पाना मुश्किल होता है। दूसरी बात यह है कि नजदीक होने पर आप आयोजकों के बीच होने वाली फुसफुसाहट को भी सुन सकते हैं और उनके इशारों को देख सकते हैं। वार्ता जब शुरू हो जाए, तो संवाददाता को उससे अधिकाधिक और उपयोगी जानकारी प्राप्त करने के लिए इन बातों का ध्यान रखना चाहिए।

-आयोजकों का स्टेटमेंट बहुत ध्यान से सुनें और यह देखें कि उसमें से कौन सी बात अच्छे न्यूज आइटम के तौर पर उपयोग की जा सकती है। उसे सुनते हुए जो सवाल आपके मस्तिष्क में आते हैं, उन्हें लिखते चले।

-तैयार प्रश्नावली में से जिन प्रश्नों के जवाब आयोजकों के स्टेटमेंट से मिल जाते हैं, उन्हें काट दें, ताकि सिर्फ जरूरी सवाल बचें।

-पत्रकारिता विशेषज्ञ टॉनी रोजर्स का कहना है कि पत्रकारवार्ताओं में संवाददाताओं को 'काम की बात' पर ध्यान देना चाहिए। अधिकांश कंपनियाँ, राजनीतिज्ञ और संस्थान पत्रकार वार्ता को जनसंपर्क के एक उपकरण के रूप में उपयोग करते हैं। वे अपनी कमियों को दबाते हैं या उन्हें चिकनी-चुपड़ी बातों के बीच इस तरह ढंक देते हैं कि संवाददाता उन पर गौर न कर पाएँ। संवाददाताओं को इन्हीं बातों को पकड़ना चाहिए, क्योंकि यही बातें उनकी खबरों का आधार बनती हैं। उदाहरण के लिए यदि किसी वार्ता में कोई सीईओ यह कहता है कि 'पिछला साल उनके लिए अब तक का सबसे अधिक घाटे वाला साल रहा है।' लेकिन अगले ही पल में वह कहता है कि 'मैं सोचता हूँ कि कंपनी का भविष्य काफी अच्छा है।' ऐसे में संवाददाताओं को 'अच्छे भविष्य' को भूल कर 'सबसे बड़े घाटे' को ही याद रखना चाहिए।

-आयोजकों की बात खत्म होने पर संवाददाताओं के सवाल शुरू होते हैं। चूँकि संवाददाता अधिक होते हैं और समय कम होता है। इसलिए किसी भी संवाददाता को एक-दो प्रश्न ही पूछने का अवसर मिल पता है। ऐसी स्थिति में अपनी प्रश्नावली में से एक-दो सर्वश्रेष्ठ प्रश्न चुन लें और उन्हें ही पूछें।

-अक्सर पत्रकार वार्ताएँ शोर-शराबे से भरी होती हैं। संवाददाताओं के बीच अधिक से अधिक प्रश्न पूछने की प्रतियोगिता से शुरू हो जाती है। ऐसे में यदि जरूरी हो, तो थोड़ा आक्रामक रवैया अपनाएँ और चाहे जोर से ही बोलना पड़े, लेकिन अपने प्रश्न जरूर पूछें।

-कई बार आयोजक अपने स्टेटमेंट के दौरान ऐसी बातें कह जाते हैं, जिनका तथ्यात्मक आधार नहीं होता। ऐसे में संवाददाता को उनके कथन का आधार पूछना चाहिए और उनसे अपनी बात स्पष्ट करने के लिए कहना चाहिए। उदाहरण के लिए एक पत्रकार वार्ता में यदि किसी नगर का मेयर यह कहता है कि 'हम कर्मों में कटौती की योजना बना रहे हैं।' इसके साथ ही वह कहता है कि 'हम नगरपालिका द्वारा दी जाने वाली सेवाओं का दायरा भी बढ़ाएँगे।' ऐसे में संवाददाता-को उनसे यह पूछना चाहिए कि आप राजस्व में कमी करके नागरिकों को अधिक सेवाएँ कैसे प्रदान करेंगे?

-संवाददाताओं को पत्रकार वार्ताओं के दौरान आयोजकों के प्रभाव में नहीं आना चाहिए। अक्सर संवाददाता बड़े पर्दों पर बैठे या महान व्यक्तित्व वाले आयोजकों के प्रभाव में आ जाते हैं। आयोजक यही चाहते भी हैं, ताकि प्रभाव में आकर संवाददाता ऐसे सवाल न पूछे, जो उन्हें मुश्किल में डाल सकते हों। लेकिन अच्छे संवाददाता को प्रभाव में आए बिना ऐसे कठोर प्रश्न पूछने से भी नहीं हिचकना चाहिए, जो आयोजकों को मुश्किल में डाल दें।

समाचार लेखन

-यह पत्रकार वार्ता के कवरेज का अंतिम चरण होता है। पत्रकार वार्ता से आने के बाद अपने नोट्स देखें और टेपरिकॉर्ड में उपलब्ध रिकॉर्डिंग को सुनें। इसके बाद जिस तथ्य की न्यूज वेल्यू सबसे ज्यादा हो, उसके बारे में एडीटर या वरिष्ठ अधिकारियों से चर्चा कर उसी पर खबर बनाएँ।

-खबर की शुरुआत उसी तथ्य से करें और बाकी सारी बातें बाद में लें। उदाहरण के लिए यदि वित्त मंत्री ने किसी पत्रकार वार्ता में तेल क्षेत्र में कई नए मापदंडों को लागू करने के साथ पेट्रोल पर कुछ टैक्स बढ़ाने की बात भी कही है, तो 'पैट्रोल महंगा होगा' से खबर की शुरुआत होना चाहिए, बाकी विवरण बाद में लिया जा सकता है।

-रेडियो के लिए लिखे जाने वाले समाचारों में हैडिंग, इंट्रो और बॉडी अलग-अलग नहीं होते। सीधे समाचार शुरू होता है, जिसके पूरा हो जाने के बाद अगला समाचार शुरू हो जाता है। इसलिए उल्टा पिरामिड शैली में समाचार लिखते हुए सबसे महत्वपूर्ण बात को सबसे पहले रखें, फिर संक्षेप में उसका अन्य विवरण लें।

-चूँकि कम शिक्षित लोग भी रेडियो के श्रोता होते हैं, इसलिए वार्ता के तथ्यों को सरलीकृत करके प्रस्तुत करें, जो सभी को समझ में आ सकें।

-रेडियो बुलेटिन में हर समाचार के लिए काफी कम समय होता है, इसलिए ध्यान रखें कि पत्रकार वार्ता में प्राप्त जानकारी कोई भी ऐसा तथ्य जिसकी न्यूज वेल्यू हो, छूट न जाए।

-रेडियो के लिए समाचार बनाते समय वाक्य छोटे रखें और सरल शब्दों का चयन करें।

-रेडियो समाचार के लिए यदि आम बोलचाल की भाषा में समाचार लिखें, तो अच्छा होगा।

-अपने समाचार में पत्रकार वार्ता का जिक्र जरूरी होने पर ही करें। यदि वार्ता किसी अति महत्वपूर्ण व्यक्ति की है, अथवा उसमें कही गई बात अत्यंत महत्वपूर्ण है, तभी वार्ता का उल्लेख करें। रोजाना होने वाली पुलिस ब्रीफिंग में पत्रकारवार्ता का उल्लेख करना जरूरी नहीं होता।

पत्रकार वार्ता के लिए अन्य सावधानियाँ

-वार्ता के दौरान अपनी और आयोजकों की आवाज़ के साथ ही साथी संवाददाताओं के सवाल भी रिकॉर्ड करने का प्रयास करें।

- शुरू होने से पहले वहाँ के माहौल में सुनाई देने वाली ध्वनियों जैसे-पास से गुजरते वाहनों की आवाजों, हवा की आवाजों, किसी हवाई जहाज के उड़ने या उतरने की आवाजों की रिकॉर्डिंग कर लें, ताकि प्रसारण से पहले एडिटिंग के समय यदि उनकी जरूरत पड़े, तो मिक्सिंग के लिए उनका उपयोग किया जा सके।

-वार्ता के बाद यह कोशिश करें कि आयोजक आपको अलग से एक इंटरव्यू दे दे। यदि ऐसा होता है, तो उसमें कुछ नया भी मिल सकता है और वार्ता की रिकॉर्डिंग ठीक न होने पर उस इंटरव्यू की रिकॉर्डिंग से काम चलाया जा सकता है।

-वार्ता के दौरान रिकॉर्डिंग के अलावा महत्वपूर्ण तथ्यों को नोट भी करते चलें। ऐसे में यदि तकनीकी समस्या के कारण रिकॉर्डिंग नहीं हो पाती है, तब भी आपके पास समाचार बनाने के लिए पर्याप्त सामग्री रहेगी।

-वार्ता के दौरान यदि कोई विवाद, बहस या झुमाझटकी जैसी घटनाएँ होती हैं, तो उनकी रिकॉर्डिंग में भी उतनी ही मुस्तैदी दिखाएँ, क्योंकि ऐसी घटनाएँ कई बार समाचारों के मूल्य और महत्व को बढ़ा देती हैं।

-वार्ता के दौरान आयोजकों की कोई बात या व्यवहार आपत्तिजनक हो, तो उसका वहाँ विरोध न करें। यदि उसकी न्यूज वेल्यू है, तो उसे अपने समाचार में शामिल करें। इमर्जेसी के बाद बाबू जगजीवनराम के पत्रकार वार्ताओं में चिढ़ जाने की बातों को कई संवाददाताओं ने अपनी खबरों में शामिल किया था।

(5.1) टेलीविजन के लिए लेखन

टेलीविजन की शुरुआत और विस्तार

1928 में एक जर्मन वैज्ञानिक द्वारा छायाचित्रों को क्रमबद्ध रूप से एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजने का सफल प्रयोग किया गया। यही खोज आगे चलकर सारी दुनिया में टेलीविजन प्रसारण का आधार बनी। अमेरिका में एक टेलीविजन केंद्र द्वारा 11 सितंबर, 1928 को पहला प्रायोगिक टेलीविजन प्रसारण किया गया। अमेरिका में नियमित टेलीविजन प्रसारण की शुरुआत 1941 से हुई। यह वह दौर था, जब दुनिया द्वितीय विश्वयुद्ध से मिले जख्मों से कराह रही थी और एक-दूसरे के हाल जानने की जिज्ञासा में टेलीविजन का प्रसार काफी तेजी से हुआ। 1950 तक दुनिया के अधिकांश देशों में टेलीविजन की पहुँच हो गई थी, हालाँकि सभी देशों में किए जाने वाले टेलीविजन प्रसारण ब्लैक एंड व्हाइट ही होते थे। 1980 में अमेरिका में रंगीन टेलीविजन प्रसारण की शुरुआत हुई। इसके बाद यह ब्रिटेन से होकर दुनिया के अन्य देशों तक पहुँचा।

भारत में टेलीविजन प्रसारण की शुरुआत 1959 में हुई। दिल्ली में यूनेस्को के सहयोग से एक टेलीविजन केंद्र स्थापित किया गया, जिसका उद्घाटन तत्कालीन राष्ट्रपति डॉ. राजेंद्रप्रसाद ने किया। इस केंद्र से सप्ताह में सिर्फ एक घंटे का टेलीविजन प्रसारण किया जाता था। इसका उद्देश्य सामाजिक शिक्षा और मनोरंजन था। उस समय यह आकाशवाणी का ही एक विभाग हुआ करता था। 1972 में टेलीविजन 'दूरदर्शन' के नाम से प्रकट हुआ। इसके बाद इसका तेजी से विस्तार हुआ। मुंबई में 1972 में इसका पहला केंद्र शुरू हुआ। इसके बाद 1973 में श्रीनगर तथा अमृतसर, 1975 में कलकत्ता, लखनऊ और मद्रास में दूरदर्शन का प्रसारण शुरू हो गया। दिल्ली में आयोजित 1982 के एशियाई खेलों के पहले इसका तेजी से विस्तार हुआ और देश में कई रिले केंद्र खोले गए। 2002 तक देश में दूरदर्शन के ट्रांसमीटरों की संख्या बढ़कर 1236 और स्टूडियो की संख्या 55 तक पहुँच गई थी। वर्तमान में दूरदर्शन 22 चैनलों का संचालन करता है। इनमें 5 अखिल भारतीय चैनल, 11 क्षेत्रीय भाषा चैनल, 5 राज्य नेटवर्क और एक अंतरराष्ट्रीय चैनल शामिल हैं। देश में दूरदर्शन के अलावा कई निजी चैनल भी काम कर रहे हैं, जो समाचारों के अलावा अन्य कार्यक्रमों का भी प्रसारण कर रहे हैं।

टेलीविजन की भाषा

चूँकि टेलीविजन एक दृश्य-श्रव्य माध्यम है, इसलिए स्वाभाविक है कि इसकी भाषा वैसी नहीं हो सकती, जैसी अखबारों और पत्र-पत्रिकाओं की होती है। इसलिए देश में टेलीविजन के प्रसार के बाद एक ऐसी भाषा की जरूरत महसूस हुई, जो टेलीविजन प्रसारण की भाषा बन सके। लेकिन सौभाग्य से टेलीविजन के पहले देश में आकाशवाणी का नेटवर्क स्थापित हो चुका था और इसकी भाषा का विकास भी हो चुका था, इसलिए

टेलीविजन की भाषा के विकास में ज्यादा समस्याएँ नहीं आईं। देश के हिंदी भाषी क्षेत्रों में बोलचाल की भाषा (हिंदुस्तानी) को रेडियो की ही तरह टेलीविजन की भाषा के रूप में भी अपना लिया गया। लेकिन इसके बावजूद भाषा के सुधार और परिष्कार की संभावना बनी रही। कारण यह था कि रेडियो सिर्फ श्रव्य माध्यम था, लेकिन टेलीविजन दृश्य और श्रव्य दोनों ही प्रकार का माध्यम होता है। रेडियो की भाषा एक सामान्य श्रोता को ध्यान में रखकर लिखी जाती थी, लेकिन टेलीविजन में भाषा का प्रयोग दर्शक और श्रोता दोनों को ही ध्यान में रखकर करना होता था। बहरहाल, कुछ तकनीकी जरूरतों के अनुसार सुधार करने के बाद बोलचाल की भाषा ही टेलीविजन की भी भाषा बन गई।

प्रमुख मनोरंजक माध्यम 'टेलीविजन'

पिछले दशकों में देश में टेलीविजन का विकास दोनों दिशाओं में हुआ है। दोनों दिशाओं से तात्पर्य है टेलीविजन पर प्रसारित किए जाने वाले कार्यक्रम या उसकी विषयवस्तु तथा उसका प्रसारण क्षेत्र। देश में कई दूरदर्शन के अलावा कई निजी टेलीविजन चैनल हैं, जिनकी पहुँच कमोबेश देश के हर घर तक हो गई है। डीटीएच सुविधा के बाद तो जंगलों में स्थित गांव भी इसके प्रसारण क्षेत्र में शामिल हो गए हैं। इसी तरह सभी टेलीविजन चैनलों ने अधिक से अधिक दर्शकों को आकर्षित करने के लिए अपने कार्यक्रमों में विविधता लाने का प्रयास किया है। अपने विभिन्न चैनलों पर टीवी सीरियल्स, फैशन, फिल्म, ज्योतिष, सेहत और फिटनेस, खेल, विज्ञान, हास्य आदि से संबंधित कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। टेलीविजन पर प्रसारित किए जाने वाले कार्यक्रमों का प्रमुख भाग है समाचार। इसकी लोकप्रियता और महत्व को देखते हुए कई न्यूज चैनल्स ने तो अपने प्रसारण को सिर्फ समाचारों तक ही सीमित रखा है। इन चैनलों पर 24 घंटे अलग-अलग अंदाज में समाचारों का प्रसारण जारी रहता है। इसके अलावा अन्य चैनलों पर भी निश्चित समय पर समाचारों का प्रसारण किया जाता है।

टेलीविजन पर समाचार प्रसारण प्रक्रिया

टेलीविजन के लिए समाचार लेखन से पहले यह जान लेना जरूरी है कि टेलीविजन पर खबरों की प्रसारण प्रक्रिया कैसी होती है। सामान्यतः इसके निम्नलिखित फॉर्मेट या स्वरूप होते हैं और हर फॉर्मेट के लिए लेखन की तकनीकी अलग होती है।

1. फ्लैश या ब्रेकिंग न्यूज
2. ड्राई एंकर
3. फोन इन
4. एंकर-विजुअल
5. एंकर-बाइट
6. लाइव
7. एंकर-पैकेज (<http://www.newswriters.in> पर उमेश चतुर्वेदी का आलेख)

फ्लैश में वन लाइनर या दो लाइनों में खबर को सूचनात्मक रूप से प्रस्तुत किया जाता है। ड्राई एंकर का मतलब होता है कि खबर को एंकर सिर्फ पढ़कर सुनाए। यह खबर के विजुअल उपलब्ध होने या उसकी पूरी तैयारी होने से पहले का चरण होता है। इस बीच यदि संवाददाता से संपर्क होता है तो उससे फोन पर खबर ली जाती है। इसे ही फोन इन या फोनो कहा जाता है। इस बीच जब खबर से संबंधित विजुअल उपलब्ध हो जाते हैं, तब विजुअल के जरिए खबर की जानकारी एंकर देता है। इसे एंकर विजुअल कहा जाता है। इसके बाद घटनास्थल

से पीड़ित व्यक्ति की या खबर बनाने वाली बाइट आ जाती है। तब उसकी बाइट को एंकर पेश करता है। उसे एंकर बाइट कहा जाता है। इसके बाद जब लाइव प्रसारण देने वाली वैन घटनास्थल पर पहुंच जाती है, तब रिपोर्टर से सीधे घटना की खबर ली जाती है। इसे लाइव कहा जाता है। अंत में जब खबर से संबंधित सभी जरूरी चीजें उपलब्ध हो जाती हैं, तब पैकेज बनाया जाता है जिसे एंकर प्रस्तुत करता है।

टेलीविजन समाचार ग्राफिक्स, विजुअल, बाइट और वाइस ओवर से मिलकर बनते हैं। टेलीविजन पत्रकारिता के कुछ जानकारों के अनुसार टेलीविजन समाचार का फार्मेट इस प्रकार भी होता है।

1 एंकर रीड- समाचार का यह फार्मेट रीजनल केन्द्रों में प्रसारित होने वाले बुलेटिन में आसानी से देखा जा सकता है। इस फार्मेट में एंकर पूरी खबर को पढ़ता है। इसमें दृश्य, बाइट और वाइस ओवर नहीं होते हैं। यह फार्मेट उसी समय उपयोग किया जाता है, जबकि समाचार से संबंधित विजुअल उपलब्ध नहीं हो।

2 एंकर/ विजुअल- इस फार्मेट में खबर का इंट्रो एंकर द्वारा पढ़ने के साथ-साथ समाचार से संबंधित विजुअल भी स्क्रीन पर दिखाए जाते हैं। हालांकि पूरे समाचार में आवाज तो एंकर की ही होती है, लेकिन कुछ समय बाद एंकर अदृश्य हो जाता है और समाचार से संबंधित वीडियो या विजुअल सामग्री स्क्रीन पर दिखाई देने लगती है।

3 एंकर/ बाइट- इस तरह के प्रारूप में पूरे समाचार को एंकर द्वारा ही पढ़ा जाता है। समाचार की स्क्रिप्ट खत्म होने के बाद संबंधित व्यक्ति से की गई बातचीत टेलीविजन की स्क्रीन पर दिखा दी जाती है।

4 एंकर/ ग्राफिक्स- समाचारों के इस फार्मेट में जब एंकर खबर को पढ़ता है, उसी दौरान एंकर के साथ-साथ समाचार से संबंधित ग्राफिक्स भी टेलीविजन के स्क्रीन पर दिखाई देने लगते हैं।

5 एंकर/ विजुअल/ ग्राफिक्स- इस प्रारूप में एंकर खबर को पढ़ता है लेकिन समाचार खत्म होने के पहले ही टेलीविजन की स्क्रीन से एंकर हट जाता है और समाचार से संबंधित विजुअल एवं उसके आस-पास ग्राफिक्स दिखने लगते हैं। हालांकि वाइस ओवर में एंकर की ही आवाज होती है।

6 एंकर/ विजुअल/ बाइट- समाचार के इस फार्मेट में टेलीविजन की स्क्रीन पर एंकर के साथ ही समाचार से संबंधित विजुअल दिखने लगते हैं और आखिरी में संबंधित व्यक्ति की बाइट आने के बाद खबर खत्म हो जाती है।

7 पैकेज- यह एक ऐसा फार्मेट होता है, जिसमें किसी भी समाचार के सभी अंग शामिल होते हैं। इस प्रारूप में एंकर, विजुअल, बाइट, वाइस ओवर और जरूरत पड़ने पर ग्राफिक्स का भी प्रयोग किया जाता है। इस फार्मेट की स्क्रिप्ट में सबसे पहले स्लग होता है। इसके बाद समाचार का इंट्रो होता है। फिर वाइसओवर, बाइट और पीस टू कैमरा जोड़े जाते हैं।

(5.2) समाचार लेखन

समाचार के तत्व भले ही हर मीडिया में एक जैसे हों, लेकिन माध्यम की प्रकृति के अनुसार इन समाचारों को लिखने का तरीका अलग-अलग होता है। यह फर्क सिर्फ लेखन की तकनीक में ही नहीं होता, बल्कि उनकी भाषा भी अलग होती है। उदाहरण के लिए एक दुर्घटना की खबर, जिसमें कुछ लोगों की मौत हो गई है, प्रिंट मीडिया, रेडियो और टेलीविजन सभी के लिए समाचार है। लेकिन इस समाचार की संरचना यानी बनावट और उसे प्रसारित करने का तरीका माध्यम के अनुसार अलग-अलग होगा। प्रिंट मीडिया में चूँकि पाठक शिक्षित होता है, इसलिए कुछ कठिन शब्दों का इस्तेमाल भी स्वीकार्य है। प्रस्तुत समाचार दुर्घटना के कारणों और उसके लिए जिम्मेदार व्यक्ति या विभाग की गलतियों तक का विवेचन कर सकता है। प्रिंट मीडिया द्वारा समाचार को स्पष्ट करने और उसकी भयंकरता को दिखाने के लिए हैडिंग, इंट्रो सब हैडिंग, आई-ब्रो आदि का इस्तेमाल किया जाता है। रेडियो पर चूँकि सिर्फ शब्द ही श्रोता तक पहुँचते हैं, इसलिए बोलचाल में प्रयोग किए जाने वाले सरल शब्दों में उसे दुर्घटना की जानकारी दे दी जाती है। यदि दुर्घटना की भयंकरता का अहसास कराना है, तो इसके लिए भी शब्दों से ही घटनास्थल का चित्र खींचना पड़ता है। टेलीविजन में श्रव्य और दृश्य माध्यम है, इसलिए इसमें कहने के लिए बहुत ज्यादा नहीं होता, दुर्घटनास्थल का वीडियो ही बहुत कुछ कह देता है। फिर भी जो न्यूज स्क्रिप्ट लिखी जाती है, उसके तरीके प्रिंट मीडिया से अलग होते हैं।

अभी तक हमने प्रिंट मीडिया और रेडियो के लिए समाचार लेखन की तकनीक का अध्ययन किया। इन दोनों ही माध्यमों के लिए समाचार लेखन की उल्टा पिरामिड शैली प्रचलित है। यही शैली टेलीविजन के लिए भी अपनाई जाती है, लेकिन कुछ सजगता के साथ। प्रिंट मीडिया के लिए समाचार लिखते समय तथ्यों को उनके महत्व के घटते क्रम में रखा जाता है। लेकिन टेलीविजन के लिए समाचार लिखते समय ऐसा नहीं करते। समाचार लिखने वाले संवाददाता का प्रयास होना चाहिए कि टेलीविजन समाचार अंत तक रोचक और महत्वपूर्ण रहे। इसे देखते हुए कुछ विद्वान तो यहाँ तक कहते हैं कि टेलीविजन के लिए समाचार उल्टा पिरामिड शैली में नहीं, बल्कि एक सर्किल के रूप में लिखे जाने चाहिए। इसमें कुछ भी ऊपर नीचे नहीं होता और न ही ऊपरी या निचला सिरा होता है। इसका मतलब है कि टेलीविजन समाचार का हर तथ्य समान रूप से महत्वपूर्ण और रोचक होना चाहिए। प्रिंट मीडिया या रेडियो की तरह ही टेलीविजन समाचार के भी तीन भाग होते हैं। इनमें पहला होता है हैडिंग या लीड, दूसरा बॉडी और तीसरा समापन। रेडियो और टेलीविजन में खबर की हैडिंग प्रिंट मीडिया की तरह नहीं होती, बल्कि इसमें समाचार की पहली लाइन को ही हैडिंग या लीड की तरह प्रस्तुत किया जाता है। प्रिंट मीडिया में खबर को स्पष्ट करने की जिम्मेदारी सिर्फ हैडिंग की नहीं होती, बल्कि आई-ब्रो, सब हैडिंग, क्रॉसर आदि की भी मदद ली जाती है। लेकिन रेडियो और टेलीविजन में पूरी खबर को स्पष्ट करने यानी 'क्या हुआ है', इसे समाचार की पहली लाइन या लीड के द्वारा ही स्पष्ट करना होता है।

लीड

रेडियो और टेलीविजन समाचारों में हैडिंग या लीड प्रिंट मीडिया की तरह अलग से नहीं होती, बल्कि यह स्टोरी का ही एक हिस्सा होती है। यह उस खबर की पहली लाइन होती है। लीड प्रत्येक समाचार का चेहरा होती है। इससे समाचार देख रहे दर्शक को खबर का परिचय मिलता है, साथ ही पूरी खबर देखने या सुनने के लिए जिज्ञासा भी पैदा होती है। यह दर्शकों की रुचि को जगाती है और उन्हें आकर्षित करती है। समाचार की लीड दर्शकों को खबर में आगे प्रस्तुत की जाने वाली जानकारी के लिए तैयार करती है और स्टोरी के अगले हिस्से के लिए माहौल बनाती है। रेडियो और टेलीविजन की लीड तभी अच्छी मानी जाती है, जब वह छोटी हो। एक अच्छी लीड में 20 से लेकर 30 तक शब्द होने चाहिए। एक परिपूर्ण समाचार के लिए '5 डब्ल्यू और एक एच' की चर्चा की जाती है। ये हैं—who, what, when, where, why and how. यह माना जाता है कि एक समाचार में इन सभी का उत्तर मौजूद होना चाहिए। लेकिन लीड में इन सभी 6 सवालों के जवाब नहीं होने चाहिए। इनमें से यदि सिर्फ what और where के भी जवाब दे दिए जाएं, तो पर्याप्त होगा। लीड में किसी व्यक्ति का नाम बहुत जरूरी होने तक नहीं देना चाहिए। इसकी बजाय उस व्यक्ति की उस विशेषता की चर्चा की जानी चाहिए, जिसने उसे समाचार का हिस्सा बनाया है।

उदाहरण के तौर पर यदि हमें एक आदिवासी महिला के टीवी शो 'बिग बॉस' में शामिल होने का समाचार लिखना है, तो लीड होगी—'झारखंड की एक आदिवासी महिला जल्द ही मशहूर टीवी शो बिग-बॉस' में नजर आएगी।' इस महिला का नाम और उसका अन्य परिचय समाचार की बॉडी में दिया जा सकता है।

विशेषताएँ

टेलीविजन समाचारों की लीड को उसकी इन विशेषताओं के माध्यम से ठीक से समझा जा सकता है। इन विशेषताओं को '6 सी' भी कहा जाता है, जो इस प्रकार हैं।

1. कैची (catchy): समाचारों की लीड को कैची या आकर्षक होना चाहिए, लेकिन इसका मतलब यह नहीं है कि उसे बकवास या असंवेदनशील बना दिया जाए।

2. क्लेवर (clever): लीड तैयार करते समय भाषा का उपयोग चतुराई और रचनात्मकता से करना चाहिए।

3. कॉन्साइज (concise): लीड को संक्षिप्त होना चाहिए। इसमें हमें समाचार से संबंधित बहुत सारी जानकारी भरने का प्रयास नहीं करना चाहिए। लीड में ऐसे नामों का उपयोग नहीं करना चाहिए, जिनसे लोग परिचित नहीं हैं।

4. करंट (current): लीड में 'गत दिवस' या 'गत रात्रि' जैसे शब्दों का इस्तेमाल नहीं करना चाहिए। लीड में ताजगी होना चाहिए। सूचनाओं को अपडेट करें और इसमें ताजा घटनाक्रम देने का प्रयास करना चाहिए।

5. कन्वर्सेशनल (conversational): लीड को बोलती हुई होना चाहिए। इसे इस तरह लिखा जाना चाहिए, जैसे आप किसी को सुना रहे हों। लीड को लिखने से पहले एक बार बोलकर सुनें। इसे 'एक्टिव वाइस' में होना चाहिए और वाक्य में क्रिया करने वाले कर्ता को हमेशा पहले रखें। इस तरह लिखने से लीड प्रवाहमय और प्रभावी बन जाएगी।

6. क्लियर (Clear): इसे ऐसी भाषा और लिखावट में लिखें, जो आसानी से समझ में आ जाए। उच्चारण में परेशानी न हो, यह जाँचने के लिए इसे जोर से बोलकर देखें।

बॉडी

यह किसी भी समाचार का मुख्य भाग होती है, जिसमें खबर से संबंधित ज्यादातर विवरण होता है।

टेलीविजन समाचारों में चूँकि लीड को यथासंभव संक्षिप्त रखने का प्रयास किया जाता है, इसलिए जानकारी के लिए बॉडी पर निर्भरता बढ़ जाती है। लीड के बाद समाचार के जो सबसे महत्वपूर्ण तथ्य बचते हैं, वे सभी समाचार के इसी हिस्से में शामिल होते हैं। 5 में से यदि 2 डब्ल्यू लीड में शामिल कर लिए जाते हैं, तो बचे हुए 3 डब्ल्यू और एक एच अर्थात् who, when, why, how के जवाब समाचार की बॉडी में दिए जाने चाहिए। किसी भी समाचार की बॉडी लिखने के लिए निम्नलिखित बातों का ध्यान रखा जाना चाहिए।

1. समाचार के स्रोत के नाम का उल्लेख उसी समय करना चाहिए, जब उसमें किसी के विचार व्यक्त किए जा रहे हों, ऐसी बातें जिन पर सवाल उठाए जा सकते हों या ऐसी बातें शामिल हों, जिन पर विवाद की आशंका हो। नाम तभी दिए जाने चाहिए जब समाचार की विश्वसनीयता के लिए ऐसा करना जरूरी हो। ऐसी स्थिति में व्यक्ति का नाम दिए जाने की जरूरत नहीं होती, जब खबरों में दिया जा रहा तथ्य सर्वविदित हो और जिस पर किसी विवाद की गुंजाइश न हो।

उदाहरण: नाम देने की जरूरत नहीं

-मिड सिटी म्युनिस्पल एयरपोर्ट पर एक जेट विमान क्रेश हो गया।

-एक यातायात दुर्घटना में तीन लोगों की मौत हो गई।

-द्वितीय विश्वयुद्ध 1945 में समाप्त हुआ।

उदाहरण: नाम देना जरूरी

-अधिकतर कॉलेज स्टूडेंट्स पार्टियाँ करने पर ज्यादा ध्यान देते हैं।

-तेल कंपनियाँ जनता की जेब पर डाका डाल रही हैं।

2. टेलीविजन समाचारों की स्क्रिप्ट में किसी व्यक्ति के कथन को भी एक सीधे वाक्य में बिना इनवर्टेड कामा के लिखा जाता है।

उदाहरण: अखबारों में

गवर्नर ने कहा- 'मैं पोर्ट ब्लेयर लाइटहाउस को समुद्र में गिरने नहीं दूंगा।'

उदाहरण: टेलीविजन के लिए

गवर्नर ने कहा कि वे पोर्टब्लेयर लाइटहाउस को समुद्र में गिरने नहीं देंगे।

3. प्रिंट मीडिया में किसी व्यक्ति के पूरे नाम का प्रयोग किया जाता है। लेकिन टेलीविजन की भाषा ज्यादा अनौपचारिक होती है और इसमें किसी व्यक्ति के मध्य नाम का उपयोग नहीं किया जाता। अधिक महत्वपूर्ण व्यक्ति के मामले में ही पूरा नाम दिया जाता है।

उदाहरण: अखबारों में

इसका श्रेय पुलिस अधिकारियों पीटर पी. गुलेरा और रमेश एस. पंवार को जाता है।

उदाहरण: टेलीविजन के लिए

इसका श्रेय पुलिस अधिकारियों पीटर गुलेरा और रमेश पंवार को जाता है।

4. टेलीविजन समाचारों में किसी व्यक्ति के पद और उसकी उम्र का उल्लेख उसके नाम के पहले किया जाता है। इससे समाचार का प्रवाह बना रहता है।

उदाहरण: अखबारों में

डॉ. शिवदीप सिन्हा, ईपीओ रिसर्च केमिस्ट ने कहा...

उदाहरण: टेलीविजन के लिए

ईपीओ रिसर्च केमिस्ट डॉ. शिवदीप सिन्हा ने कहा...

5. टेलीविजन समाचारों में जहाँ बड़ी संख्या दी जा रही हो, उसे राउंड फिगर में लिखा जाता है, ताकि दर्शकों को आसानी से वह आंकड़ा समझ में आ जाए। इसके विपरीत प्रिंट मीडिया में संख्या की शुद्धता पर ध्यान दिया जाता है।

उदाहरण: प्रिंट मीडिया

-पिछले दो सालों में प्रदेश के 76212 छात्रों ने स्कूल छोड़ दिया।

उदाहरण: टेलीविजन समाचार

-पिछले दो सालों में प्रदेश के 76 हजार से अधिक छात्रों ने स्कूल छोड़ दिया।

6. टेलीविजन समाचारों की स्क्रिप्ट में संकेताक्षरों का प्रयोग नहीं करना चाहिए। इससे समाचार वाचक या एंकर को उन्हें प्रस्तुत करने में असुविधा होती है। इसके बजाय उस संकेत का पूरा अर्थ लिख देना चाहिए।

उदाहरण: प्रिंट मीडिया

-पिछले एक साल में राजस्व में 10ल की वृद्धि हुई।

उदाहरण: टेलीविजन समाचार

-पिछले एक साल में राजस्व में 10 प्रतिशत की वृद्धि हुई।

समापन

समाचार लेखन की उल्टा पिरामिड शैली के अनुसार हालाँकि सबसे कम महत्वपूर्ण तथ्य समाचार के समापन वाले हिस्से में आते हैं, लेकिन इसी हिस्से में सबसे ज्यादा सावधानी की जरूरत होती है। यह समाचार का वह भाग होता है, जो दर्शकों को पूरी जानकारी देकर उन्हें किसी नतीजे पर पहुँचने में मदद करता है। समाचार का यही हिस्सा दर्शकों को बताता है कि अब एक समाचार जिसे वे अब तक देख रहे थे, समाप्त हो रहा है, जिसके बाद अगला समाचार शुरू होगा। टेलीविजन समाचार को समाप्त करते हुए निम्नलिखित सावधानियाँ रखनी चाहिए।

-समाचार का समापन भी उसकी शुरुआत या लीड की तरह ही रुचिपूर्वक लिखा जाना चाहिए।

-समापन से आशय लिखना बंद करना नहीं है, अपितु इसका मतलब किसी समाचार का उसकी पूर्णता तक पहुँचना है। इसलिए यह ध्यान रखना चाहिए कि समापन वाला भाग समाचार को पूर्णता प्रदान करे।

-समापन इस तरह से लिखा जाना चाहिए कि दर्शक अनिर्णय में झूलता हुआ न रह जाए, बल्कि उसे वो पूरी सूचना मिल जाए, जो उसे किसी निष्कर्ष पर पहुँचाती हो।

-समाचार का समापन उसकी लीड से संबद्ध होना चाहिए। इसका मतलब है कि जो चीज लीड में कही गई है, समापन टीवी देख रहे दर्शक को उस तक पहुँचा दे।

-खबर का समापन वाला भाग अलग से रखा हुआ महसूस नहीं होना चाहिए, बल्कि उसे पूरे समाचार के तारतम्य में ही होना चाहिए।

-समाचार के समापन तक पहुँचते-पहुँचते दर्शक को हर उस सवाल का जवाब मिल जाना चाहिए, जो समाचार देखने के दौरान दर्शक के दिमाग में उठ रहे हों।

इन बातों का भी रखें ध्यान

-किसी भी टेलीविजन समाचार के लिए तीन बातें बहुत जरूरी हैं। ये हैं-शुद्धता, संक्षिप्तता और स्पष्टता। हालाँकि ये बातें अन्य माध्यमों के लिए भी उतनी ही उपयुक्त हैं, लेकिन टेलीविजन समाचारों के लिए तो

ये आधार का ही काम करती हैं। रिपोर्टर को किसी भी कीमत पर अपनी स्टोरी की शुद्धता बनाए रखनी चाहिए। किसी भी स्थिति में कोई संख्या, किसी व्यक्ति का नाम, किसी घटना का समय या कोई अन्य तथ्य गलत नहीं होना चाहिए। न्यूज स्टोरी की संक्षिप्तता की कसौटी यह है कि हम अपनी स्क्रिप्ट का हर शब्द पढ़ें और यह देखें कि हर शब्द की कोई न कोई भूमिका है या नहीं। जिस शब्द की कोई भूमिका नजर न आए, उसे बिना संकोच हटा देना चाहिए। इसी तरह स्पष्टता भी हर न्यूज स्टोरी की जरूरी शर्त है। टेलीविजन न्यूज स्टोरी में हर सवाल का जवाब दिया जाना चाहिए। यहाँ तक कि यदि किसी ऐसे शब्द का उपयोग किया गया है, जिससे उस क्षेत्र के दर्शक परिचित नहीं हैं, तो या तो उसे हटा देना चाहिए या फिर स्पष्ट कर देना चाहिए।

-समाचार स्क्रिप्ट लिखते समय छोटे वाक्यों और सरल शब्दों का प्रयोग करना चाहिए। यदि किसी वाक्य को छोटा नहीं किया जा सकता, तब भी हमें यह प्रयास करना चाहिए कि उस वाक्य में एक से ज्यादा बातें न कही गई हों और कोई बड़ा या भारी शब्द न हो, जो वाक्य को पढ़ने में बाधा उत्पन्न करता हो। सामान्यतः टेलीविजन के लिए जिस भाषा का प्रयोग किया जाता है, वह बोलचाल की ही भाषा होती है। इसलिए स्क्रिप्ट लिखते समय सरल शब्दों का ही उपयोग करना चाहिए।

-समाचार लिखते समय यह ध्यान रखना चाहिए कि स्टोरी का प्रवाह उसके साथ दिखाए जा रहे वीडियो के अनुरूप ही हो। यदि स्टोरी या वाइसओवर में कही जा रही बातें वीडियो के अनुरूप नहीं होगी, तो दर्शकों को उसे समझने में परेशानी होगी और समाचार का वैसा प्रभाव भी पैदा नहीं होगा, जैसा होना चाहिए।

-यदि वीडियो आने में देरी है, तो समाचार को लेट नहीं करना चाहिए, ताकि वह सूचना पहले बुलेटिन में ही दर्शकों को मिल जाए। इसके बाद जब वीडियो आ जाए, तो समाचार को दोबारा वीडियो के हिसाब से लिखकर देना चाहिए।

-समाचार लिखने से पहले संवाददाता को स्टोरी को ठीक से समझ लेना चाहिए और उसे यह तय कर लेना चाहिए कि वह दर्शकों को क्या बतलाना चाहता है। यदि ऐसा नहीं किया जाता है, तो संवाददाता अपनी खबर को स्पष्ट नहीं रख पाएगा और स्टोरी अपने लक्ष्य से भटक भी सकती है।

उदाहरण: टेलीविजन समाचार स्क्रिप्ट (काल्पनिक)

एंकर: उत्तराखंड के पौड़ी कस्बे में कई घरों और तहसील दफ्तर के सालों पुराने रिकॉर्ड को स्वाहा कर देने वाली आग पर आखिरकार काबू पा लिया गया है।

एंकर/विजुअल: इस आग पर नियंत्रण के लिए स्थानीय फायर बिग्रेड के 30 कर्मचारी पिछले 24 घंटों से लगातार मशक्कत कर रहे हैं। (घटना स्थल का वीडियो दिखाएंगे साथ में एंकर की आवाज चलती रहेगी)।

एंकर: यह जानने के लिए कि बुधवार रात में अचानक इस शांत कस्बे को अपने आगोश में ले लेने वाली आग अपने-आप लगी है, या लगाई गई है, चिराग टेलीविजन के संवाददाता पीयूष रघुवंशी ने फायर बिग्रेड के प्रभारी दलजीत सिंह विर्क से बात की।

फोनो (दलजीत सिंह विर्क): देखिए, अभी ऐसा कुछ भी कहना जल्दबाजी होगी। लेकिन जो हालात यहाँ के हैं और जैसा इस कस्बे के लोग बता रहे हैं, उससे लगता है कि यहाँ आग लगना एक साजिश भी हो सकता है।

लाइव: (संवाददाता) तो.. जैसा कि फायर बिग्रेड के प्रमुख दलजीतसिंह कह रहे हैं कि अभी आगजनी की बात करना जल्दबाजी होगा। चिराग टीवी के लिए पौड़ी से मैं पीयूष रघुवंशी।

एंकर: पौड़ी में लगी आग में सालों पुराना सरकारी रिकॉर्ड भी खाक हो गया है, इसलिए इस घटना की जाँच सीबीआई से कराई जा रही है। उत्तराखंड के मुख्यमंत्री सुरेश रावत ने यह जानकारी गुरुवार सुबह दी।

(5.3) टेलीविजन के लिए फीचर लेखन

फीचर पत्रकारिता का सबसे महत्वपूर्ण अंग बन गया है। अब हमें रोज़ के समाचारपत्रों में विभिन्न विषयों पर लिखे चटपटे, रोचक, हास्य व्यंग्यात्मक फीचर पढ़ने के लिए मिलते हैं। पाठकों का फीचर की ओर बढ़ता हुआ आकर्षण देखकर समाचार लेखन में भी फीचरीकरण की प्रवृत्ति बढ़ती जा रही है। अब सभी पत्र-पत्रिकाओं में फीचर संपादक नियुक्त किए जाते हैं। फीचर परिशिष्टों के पन्ने बढ़ाए जा रहे हैं। आज इसका विषय क्षेत्र भी अत्यंत व्यापक बन गया है। कोई महत्वपूर्ण उपलब्धि, सामाजिक समस्या, पर्व-त्योहार, संस्कृति, विज्ञान, पर्यावरण, पर्यटन, खेलकूद, फैशन, स्वास्थ्य, सिनेमा आदि विभिन्न विषयों पर फीचर लिखे जा रहे हैं। पाठकों को मोहित एवं प्रभावित करने वाली यह विधा अब प्रिंट मीडिया तक ही सीमित नहीं रही है, रेडियो, टेलीविजन और इंटरनेट पर भी इसने अपनी सशक्त उपस्थिति दर्ज कराई है।

फीचर क्या है

फीचर लेखन यह सृजनात्मक लेखन की एक महत्वपूर्ण एवं विशिष्ट विधा है। आधुनिक पत्रकारिता का सबसे लोकप्रिय विधा के रूप में फीचर ने अपनी विशिष्ट जगह बना ली है। किसी भी पत्र-पत्रिकाओं में समाचार, लेख, फीचर और चित्र यह चार अंग होते हैं। इन सभी में फीचर विशिष्ट होते हैं और पत्र-पत्रिकाओं को विशिष्टता प्रदान करनेवाले होते हैं। इसका स्वरूप लेख और समाचार से भिन्न होता है। फीचर का आधार समाचार होता है लेकिन समाचार फीचर नहीं होता। फीचर में किसी भी समसामयिक घटना, विषय, वस्तु, स्थिति या व्यक्ति के संदर्भ में तथ्याश्रित जानकारी को रोचक एवं मनोरंजक ढंग से पाठकों तक पहुँचाया जाता है। डेनियल आर. विलियम ने अपने ग्रंथ फीचर रायटिंग फार न्यूज पेपर्स में लिखा है। 'फीचर ऐसा रचनात्मक तथा कुछ-कुछ स्वानुभूतिमूलक लेख है जिसका गठन किसी घटना, स्थिति अथवा जीवन के किसी पक्ष के संबंध में पाठक का मूलतः मनोरंजन करने एवं सूचना देने के उद्देश्य से किया गया है।'¹

इस संदर्भ में डॉ. संजीव भानावत लिखते हैं 'फीचर वस्तुतः भावनाओं का सरस, मधुर और अनुभूतिपूर्ण वर्णन है। फीचर लेखक गौण है। वह एक माध्यम है जो फीचर द्वारा पाठकों की जिज्ञासा, उत्सुकता और उत्कंठा को शांत करता हुआ समाज की विभिन्न प्रवृत्तियों का आकलन करता है। इस प्रकार फीचर में सामाजिक तथ्यों का यथेच्छ समावेश तो होता ही है, साथ ही वह अतीत की घटनाओं तथा भविष्य की संभावनाओं से भी जुड़ा रहता है। समय की धड़कनें इसमें गूँजती हैं।'²

फीचर को अंग्रेजी शब्द 'फीचर' के पर्याय के तौर पर हिंदी में भी प्रायः फीचर कहा जाता है। हालाँकि हिन्दी में फीचर के लिये 'रूपक' शब्द भी है। फीचर का सामान्य अर्थ - किसी प्रकरण संबंधी विषय पर प्रकाशित

रचनात्मक आलेख है। लेकिन यह लेख संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित होने वाले विवेचनात्मक लेखों की तरह नहीं होता है। जैसा कि हम जानते हैं अलग-अलग माध्यमों में प्रस्तुति का तरीका अलग-अलग होता है। पत्र-पत्रिकाओं में फीचर लेख के रूप में होता है, तो रेडियो में इसे बोले गए शब्दों के रूप में प्रसारित किया जाता है। टेलीविजन चूँकि दृश्य और श्रव्य माध्यम है, इसलिए इसमें ध्वनि और चित्र दोनों का ही प्रयोग होता है और इन्हीं के माध्यम से इसे प्रसारित किया जाता है। इससे स्पष्ट है कि टेलीविजन के लिए फीचर लिखने की प्रक्रिया भी अन्य दो माध्यमों प्रिंट और रेडियो से अलग होती है।

टेलीविजन फीचर

दृश्य और ध्वनि के साथ प्रस्तुत कोई घटना पढ़ी गई, या सुनी गई घटनाओं से ज्यादा प्रभावशाली होती है और मस्तिष्क पर इसका प्रभाव लंबे समय तक ताजा रहता है। इसलिए टेलीविजन फीचर का समाज में विशेष महत्व है। टेलीविजन फीचर चूँकि दृश्यात्मक रूप से प्रस्तुत किए जाते हैं, इसलिए इसे याद रखना सुविधाजनक होता है। दर्शक टेलीविजन फीचर को कैसेट या सीडी में रिकॉर्ड कर सकते हैं और जरूरत पड़ने पर उन्हें देखा भी जा सकता है। दृश्यात्मक होने के कारण टेलीविजन फीचर का लाभ ऐसे दर्शक भी ले सकते हैं, जिनका भाषा ज्ञान या विषय ज्ञान सीमित हो। वर्तमान युग में टेलीविजन की पहुँच बड़े शहरों से लेकर वन क्षेत्रों में स्थित दुर्गम गाँवों तक हो गई है, इसलिए टेलीविजन पर प्रसारित फीचर अपना संदेश समाज और देश के अधिकांश लोगों तक पहुँचा देते हैं।

टेलीविजन के लिए फीचर लेखन एक ऐसी विधा है, जो दर्शकों का मनोरंजन तो करती ही है, उन्हें जानकारी भी प्रदान कराती है। पत्र-पत्रिकाओं के लिए फीचर लिखते समय पाठकों की रुचि का तथा रेडियो के लिए फीचर लिखते समय श्रोताओं को बांधकर रखने के गुण की जानकारी होना आवश्यक होता है। टेलीविजन के लिए फीचर लेखन इन दोनों से ही अलग है, क्योंकि इसे लिखते समय अपने दर्शकों का, उनकी पसंद का और उनकी सोच का भी ध्यान रखना पड़ता है। टेलीविजन फीचर लेखन एक ऐसी विधा है, जिसमें किसी घटना को सूचनापरक, तथ्यात्मक, सत्यात्मक, प्रभावी, तार्किक तथा सचित्रता के साथ अपने दर्शकों के सामने प्रस्तुत किया जाता है। एक अच्छे दूरदर्शन फीचर के लिए आवश्यक है कि वह रुचिकर हो और दर्शकों को बाँधे रखे। लेकिन फीचर तभी रुचिकर हो सकता है, जब उसके लेखन के साथ-साथ विषयवस्तु, छायांकन, संगीत, संवाद तथा संपादन में गतिशीलता और चुस्ती हो। टेलीविजन के लिए फीचर लिखते समय पटकथा, संवाद, ध्वनि, छायांकन, संगीत, संक्षिप्त कथा आदि पर ध्यान देना जरूरी होता है।

संदर्भ 1. वेब पत्रिका 'साहित्य कुंज' में डॉ. सुनिल डहाले का आलेख

2. एन.सी. पंत मीडिया लेखन के सिद्धांत पृष्ठ 110

टेलीविजन फीचर के प्रकार

फीचर किसी भी माध्यम के लिए लिखे जाएँ, उनके प्रकार कमोबेश एक जैसे ही होते हैं। फिर कई विद्वानों ने फीचर का वर्गीकरण अलग-अलग तरीके से किया है। अनीश भसीन ने अपनी पुस्तक 'मीडिया विश्वकोष' में टेलीविजन फीचर के निम्नलिखित प्रकार बताए हैं।

1. समाचार फीचर-किसी समाचार के आसपास या उसकी पृष्ठभूमि, परिणामों आदि पर केंद्रित फीचर।
2. यात्रा फीचर-यात्रा के दौरान हुए अनुभवों पर आधारित।
3. फोटो फीचर-फोटोग्राफ्स द्वारा किसी विषय को प्रस्तुत किया जाता है।
4. सांस्कृतिक फीचर-यह किसी एक सांस्कृतिक विषय पर केंद्रित होता है।

5. व्यक्तिपरक फीचर-यह किसी एक व्यक्ति के व्यक्तित्व और उसके कृतित्व पर केंद्रित होता है।

6. ऐतिहासिक फीचर-यह ऐतिहासिक महत्व की घटनाओं या पात्रों पर केंद्रित होता है।

टेलीविजन फीचर की लेखन प्रक्रिया

जैसा कि हम जानते हैं, टेलीविजन एक दृश्य-श्रव्य माध्यम है और इसमें ध्वनि तथा चित्रों के माध्यम से संवाद किया जाता है। इसके बावजूद फीचर के लिए भी लेखन की प्रक्रिया वैसी ही होती है, जैसी अन्य माध्यमों के लिए अपनाई जाती है। हाँ, एक कार्यक्रम के रूप में इसकी निर्माण प्रक्रिया और इसके प्रस्तुतिकरण का तरीका अन्य दोनों माध्यमों से अलग होता है। टेलीविजन फीचर के लेखन की प्रक्रिया भी उन्हीं चरणों में पूरी की जाती है, जैसी कि पत्र-पत्रिकाओं या रेडियो के लिए फीचर लिखते समय अपनाई जाती है। इसके तीन चरण होते हैं, जो निम्नानुसार हैं।

1. विषय का चयन: यह फीचर के लेखन की प्रक्रिया का पहला चरण है। किसी भी फीचर की सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि वह कितना रोचक, ज्ञानवर्धक और उत्प्रेरित करने वाला है। इसलिये जिस विषय पर फीचर लिखा जा रहा है, वह समयानुकूल, प्रासंगिक और समसामयिक होना चाहिये। यह विषय ऐसा होना चाहिये जो लोकरुचि का हो, दर्शकों के मानस को छुए और उनके मन में जिज्ञासा पैदा करे। उनका मनोरंजन करे और उन्हें कोई नई जानकारी व संदेश दे।

2. सामग्री का संकलन: यह बार जब यह तय हो जाता है कि फीचर किस विषय पर लिखा जा रहा है, तो लेखन प्रक्रिया का दूसरा चरण होता है सामग्री का संकलन। यह लेखन प्रक्रिया का चुनौतीपूर्ण और काफी महत्वपूर्ण चरण है। फीचर के लिए किस तरह की सामग्री की जरूरत होगी और वह कहाँ से मिलेगी, यह इसी चरण में तय किया जाता है। उचित जानकारी और अनुभव के अभाव में किसी विषय पर लिखा गया फीचर उबाऊ हो सकता है और लक्ष्य से भटक भी सकता है। विषय से संबंधित उपलब्ध पुस्तकों, संदर्भ ग्रंथों पत्र - पत्रिकाओं से सामग्री जुटाने के अलावा फीचर लेखक को बहुत सामग्री लोगों से मिलकर, कई स्थानों पर जाकर प्रत्यक्ष अनुभव के आधार पर जुटानी पड़ सकती है।

3. फीचर योजना: फीचर से संबंधित पर्याप्त जानकारी जुटा लेने के बाद फीचर लेखक को फीचर लिखने से पहले फीचर का एक योजनाबद्ध खाका तैयार करना चाहिये। टेलीविजन फीचर के मामले में यह और भी महत्वपूर्ण हो जाता है, क्योंकि इसमें म्यूजिक, वीडियो, ऑडियो जैसी चीजें भी शामिल होती हैं। इनका क्रम क्या होगा और कैसा होगा, यह भी योजना बनाते समय तय किया जाता है। हालाँकि फीचर लिखने के बाद एक कार्यक्रम के रूप में उसके निर्माण की जिम्मेदारी अन्य पेशेवर लोगों की होती है, फिर भी लेखन के समय इन बातों का ध्यान रखना जरूरी होता है।

उपरोक्त तीनों चरणों से गुजरने के बाद फीचर का लेखन शुरू होता है। लेकिन फीचर महज जानकारियों और तथ्यों का पुलिंदा भर नहीं होता, बल्कि यह उस प्रतिमा के समान होता है, जिसे तथ्यों और जानकारियों की मिट्टी से सुरुचिपूर्वक और व्यवस्थित तरीके से गढ़ा व तराशा जाता है। तभी यह प्रतिमा सुंदर और आकर्षक बन सकती है। तथ्यों और जानकारियों को एक क्रम से जमाने तथा उनके प्रवाह के द्वारा ही फीचर से कोई संदेश दिया जा सकता है। इसलिए इसकी संरचना को तीन अलग-अलग हिस्सों में बांटा गया है, जिनमें से प्रत्येक का उद्देश्य अलग-अलग होता है।

फीचर की संरचना

1. विषय प्रतिपादन या भूमिका: फीचर की संरचना का यह पहला भाग होता है, जिसे फीचर का इंट्रो

भी कहा जाता है। इसमें फीचर के मुख्य भाग में वर्णित किए जाने वाले विषय का संक्षिप्त परिचय या सार दिया जाता है। इस भाग की शुरुआत कई प्रकार से की जा सकती है। यह किसी प्रसिद्ध कहावत या उक्ति के साथ भी शुरू हो सकता है और विषय के केन्द्रीय पहलू के चित्रात्मक वर्णन, घटना की नाटकीय प्रस्तुति या फिर विषय से संबंधित कुछ रोचक सवालों के माध्यम से भी इसे शुरू किया जा सकता है। लेकिन फीचर लिखते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि इसकी शुरुआत किसी भी तरह से हो, इसकी शैली रोचक होनी चाहिये। इस भाग में मुख्य विषय का परिचय इस तरह से दिया जाना चाहिये कि वह अपने आप में पूर्ण भी लगे और उसमें से कुछ ऐसा छूट भी जाए, जिसे जानने की उत्सुकता में दर्शक पूरा फीचर देखने को बाध्य हो जाए।

2. विषय वस्तु की व्याख्या: यह फीचर का मुख्य भाग होता है, जिसे उसकी बॉडी भी कहा जाता है। फीचर की भूमिका या इंट्रो के बाद इस भाग में फीचर के विषय या मूल संवेदना की व्याख्या की जाती है। इस भाग में फीचर के मुख्य विषय के सभी पहलुओं को अलग - अलग और उचित विस्तार के साथ व्याख्यायित किया जाना चाहिये। लेकिन यह व्याख्या इस तरह की जानी चाहिए कि सभी पहलुओं की प्रस्तुति में एक प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष क्रमबद्धता महसूस हो। फीचर को दिलचस्प बनाने के लिये फीचर में मार्मिकता, कलात्मकता, जिज्ञासा, विश्वसनीयता, उत्तेजना, नाटकीयता आदि का समावेश भी किया जा सकता है।

3. निष्कर्ष: फीचर का यह अंतिम भाग होता है, जिसे निष्कर्ष या समापन कहा जाता है। फीचर का यही भाग पाठक, श्रोता या दर्शक को किसी नतीजे पर पहुँचाता है। इसी भाग में फीचर का उद्देश्य मुखरित होता है। संरचना के इस भाग में फीचर के मुख्य विषय की समीक्षा की जाती है, जिसका वर्णन फीचर की बॉडी में किया जाता है। इस भाग में फीचर लेखक अपने विषय को संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत कर पाठकों की समस्त जिज्ञासाओं को संतुष्ट करते हुये फीचर को समाप्त करता है। हालाँकि एक अच्छे फीचर की कसौटी यह है कि समापन या निष्कर्ष वाले भाग के बाद पाठक, श्रोता या दर्शक के मस्तिष्क में कोई ऐसा सवाल नहीं बचना चाहिए, जिसका उत्तर न दिया गया हो। लेकिन जरूरी होने पर या फीचर की तीव्रता को धार देने के लिए लेखक कुछ सवालों को श्रोताओं के लिये अनुत्तरित भी छोड़ सकता है और कुछ नये विचार सूत्र दर्शकों के सामने प्रस्तुत कर सकता है, जिनसे दर्शक फीचर की समाप्ति के बाद भी उस बारे में विचार करने को बाध्य हो सके।

टेलीविजन फीचर की विशेषताएँ

टेलीविजन के लिए लिखा जाना वाला फीचर पत्र-पत्रिकाओं और रेडियो दोनों से ही अलग होता है। इस हिसाब से उसकी विशेषताओं की जानकारी होना आवश्यक है, ताकि टेलीविजन फीचर लिखते समय उसमें उन विशेषताओं को समाहित किया जा सके। पी.के.आर्य की पुस्तक 'फीचर लेखन' के अनुसार अच्छे टेलीविजन फीचर की मुख्य विशेषताएँ इस प्रकार हैं।

हम यह जानते हैं कि पढ़ी गई और सुनी गई बातों से देखी गई बातें अधिक प्रभावशाली होती हैं और मन-मस्तिष्क पर उनके निशान भी ज्यादा लंबे समय तक बने रहते हैं। इसलिए टेलीविजन के लिए फीचर लिखते समय लेखक को अपने फीचर में जरूरत के अनुसार चित्रों व दृश्यों का समावेश करना चाहिए। इससे दर्शक को फीचर को समझने और उसे ग्रहण करने में आसानी होगी।

सामान्यतः टेलीविजन की भाषा में संकेत चिह्नों का प्रयोग नहीं किया जाता है, क्योंकि एंकर या उद्घोषक को उन्हें समझने और उनके अनुसार उच्चारण करने में परेशानी हो सकती है। लेकिन अपनी बात को ठीक से समझाने के लिए यदि संकेत चिह्न जरूरी हों, तो उनका प्रयोग किया जा सकता है, बशर्ते कि उन चिह्नों को समझने में परेशानी न हो।

टेलीविजन फीचर का जब निर्माण किया जाता है, तो उसमें निरंतरता पर विशेष जोर दिया जाता है। बात चाहे दृश्यों की हो, फोटो की हो, या फिर वाक्यों की हो, निरंतरता जरूरी है। इसलिए फीचर लिखते समय तथ्यों को क्रमशः जमाया जाना चाहिए और वाक्यों के माध्यम से भी निरंतरता बनाए रखने का प्रयास करना चाहिए।

फीचर के लिए रोचकता पहली शर्त होती है। इसलिए यदि फीचर लिखते समय वाक्यों का प्रयोग और शब्दों का चुनाव फीचर के विषय को ध्यान में रखकर किया जाए, तो न सिर्फ फीचर की सुंदरता बनी रहेगी बल्कि उसकी गुणवत्ता भी कई गुना बढ़ जाती है। ऐसे फीचर लेखक, जो अपनी बात को संक्षेप में कहते हुए भी फीचर की मनोरंजकता और रोचकता को बनाए रखते हैं, उन्हें जल्दी सफलता मिलती है।

ऐसे टेलीविजन फीचर, जो किसी यात्रा पर लिखे जा रहे हों, उन्हें इस तरह लिखा जाना चाहिए जैसे दर्शक भी उस यात्रा पर साथ में ही हों। 'डिस्कवरी' और 'नेशनल ज्योग्राफिक' चैनलों पर प्रदर्शित किए जाने वाले फीचर इसके अच्छे उदाहरण हैं। इनमें एंकर का बोलचाल, व्यवहार और बॉडी लैंग्वेज ऐसी ही होती है, जैसे दर्शक भी साथ में ही हैं।

दृश्य सामग्री किसी भी फीचर को हल्का और प्रभावी बनाती है। इसके समावेश से लेखक का काम आसान भी हो जाता है, क्योंकि उसे अपने शब्दों से दृश्य जैसा प्रभाव पैदा करने की अतिरिक्त कोशिश नहीं करना होती। इसलिए यदि फीचर में दृश्य सामग्री अधिक हो, तो अच्छा रहता है।

तथ्यों का तुलनात्मक वर्णन न सिर्फ विषय को आकर्षक बनाता है, बल्कि इससे वह विषय दर्शकों को आसानी से समझ में भी आ जाता है। इसलिए यदि फीचर लिखते समय दो कालों की, दो घटनाओं की तथा दो बातों की तुलना की जाए, तो फीचर की रोचकता काफी बढ़ जाती है।

टेलीविजन फीचर में यदि हल्के-फुल्के हास्य का समावेश कर दिया जाए, तो उसकी लोकप्रियता बढ़ाई जा सकती है। इसके अलावा उसकी रोचकता बढ़ाने के लिए चुटकुलों, नक्शों तथा टेलीफोन कॉल्स से प्राप्त जानकारी का प्रयोग भी किया जा सकता है।

टेलीविजन फीचर में वर्तनी, भाषा शैली, वाक्य विन्यास और दृश्यों आदि का विशेष ध्यान रखा जाता है। यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि वाक्य छोटे हों और शब्द जटिल न हों।

फीचर का उद्देश्य सत्यता तथा तथ्यात्मकता के साथ किसी घटना की संपूर्ण जानकारी देना होता है। लेकिन दूसरी तरफ समय का भी ध्यान रखना होता है। ऐसी स्थिति में लेखक को यह प्रयास करना चाहिए कि वह सीमित समय में भी सभी महत्वपूर्ण जानकारी अपने दर्शकों को दे सके।

हर देश और समाज में, हर तरह के दर्शकों के लिए एक जैसे फीचर लोकप्रिय हों, यह जरूरी नहीं होता। इसलिए फीचर लिखते समय देश, काल, परिस्थिति, मौसम तथा वातावरण का ध्यान रखा जाना चाहिए और उनके अनुरूप ही लिखना चाहिए।

टेलीविजन फीचर लिखते समय जितने प्रयास उसके इंद्रो को आकर्षक और सारगर्भित बनाने के लिए किए जाते हैं, उतने ही प्रयास उसके निष्कर्ष या समापन वाले भाग को सुंदर और प्रभावी बनाने के लिए किए जाने चाहिए।

टेलीविजन फीचर लिखने के लिए लेखक को विषय की पर्याप्त जानकारी तथा उसमें बौद्धिक एवं मानसिक क्षमताओं का होना जरूरी होता है। इसके बिना फीचर खोखला सा लगता है। यह देखा गया है कि यदि टेलीविजन फीचर बोलते हुए, किसी और व्यक्ति से लिखवाया जाए, तो वह ज्यादा आकर्षक और प्रभावी होता है। उच्चारण करने से उसकी बहुत सी खामियां सामने आ जाती हैं, जिन्हें सुधारा जा सकता है।

टेलीविजन फीचर का ज्ञानवर्धक और मजेदार होना जरूरी होता है। उचित लगने पर फीचर के संदर्भ में दर्शकों के सुझाव और उनकी राय भी मांगी जा सकती है। जो फीचर की लोकप्रियता का आईना होती है।

टेलीविजन फीचर के निर्माण में टेलीविजन के लिए निर्धारित मापदंडों और नियमों का पालन करना जरूरी होता है। लेकिन यह भी ध्यान रखना चाहिए कि फीचर की सफलता और उसकी गुणवत्ता के प्रभावित होने का खतरा भी बना रहता है।

टेलीविजन के लिए फीचर लिखते समय द्विअर्थी संवादों और ऐसे वक्तव्यों से बचना चाहिए, जो दर्शकों को उलझन में डाल सकते हों। अच्छा फीचर लेखक वही है, जो दर्शकों को उलझन में डाले बिना, नीरस से नीरस जानकारी को सरस और सरल बनाकर प्रस्तुत कर सके।

(5.4) टेलीविजन साक्षात्कार

साक्षात्कार का अर्थ प्रिंट और इलैक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए एक जैसा ही होता है और इसके उद्देश्य भी समान ही होते हैं। फर्क होता है, तो साक्षात्कार लेने के तौर तरीकों में और उसके प्रसारण के माध्यम में। साक्षात्कार यदि पत्र-पत्रिकाओं के लिए लिया जा रहा है, तो उसका प्रसारण पत्र-पत्रिकाओं के द्वारा ही किया जाएगा, यानी पाठक शब्दों के द्वारा उस साक्षात्कार की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे। इसी तरह यदि साक्षात्कार रेडियो के लिए है, तो श्रोता ध्वनि के द्वारा उस साक्षात्कार को सुन सकते हैं। टेलीविजन साक्षात्कार टेलीविजन साक्षात्कार टेलीविजन पर सीधे प्रसारण या किसी अन्य कार्यक्रम के हिस्से के रूप में रिकॉर्ड की जाने वाली दो या अधिक व्यक्तियों के बीच होने वाली बातचीत है। इसके दौरान साक्षात्कार लेने वाला व्यक्ति साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति से सूचनाएँ प्राप्त करने के लिए सवाल पूछता है। इसके प्रसारण को दर्शक ध्वनि और दृश्यों के द्वारा देख सकते हैं। टेलीविजन साक्षात्कार में चूँकि दृश्यों की प्रधानता होती है, इसलिए ये ज्यादा सजीव होते हैं और इंटरव्यू देने वाले व्यक्ति के चेहरे के हाव-भाव, उसके द्वारा गुस्से होंठ चबाना, किसी सवाल पर खुशी से चहक उठना, तो किसी सवाल से चेहरे का रंग उड़ जाना भी दर्शकों से छिपा नहीं रह जाता। इसलिए टेलीविजन साक्षात्कार अधिक प्रभावी हो जाता है।

कुछ विद्वानों के मुताबिक टेलीविजन इंटरव्यू सिर्फ सवाल-जवाब का सिलसिला नहीं होते, बल्कि ये भी एक स्टोरी की तरह होते हैं। इन जानकारों के मुताबिक टेलीविजन साक्षात्कार के तीन भाग होते हैं, जो निम्नानुसार हैं।

शुरुआत: साक्षात्कार के इस भाग को परिचय भी कहा जाता है। यह साक्षात्कार का वह भाग होता है, जिसमें आप साक्षात्कारदाता का परिचय दर्शकों से कराते हैं और इंटरव्यू का उद्देश्य भी बतलाते हैं। यह सामान्यतः इस तरह का होता है-

उदाहरण: हैलो, टेलीविजन शो 'लिख लो अपनी किस्मत' में एक बार फिर आपका स्वागत है। इस शो में आज हम टिफिन सेंटर्स की शृंखला की संचालिका ऊषा निगम से उनके टिफिन बिजनेस के बारे में बातें करेंगे। दोस्तो, ऊषा जी ने अपने टिफिन व्यवसाय की शुरुआत 2010 में की थी और सिर्फ पाँच सालों में ही देश में उनके टिफिन सेंटर्स की संख्या बढ़कर 1300 तक पहुँच गई है।

मध्यक्रम: यह भाग इंटरव्यू की बॉडी के समान होता है, जिसमें संवाददाता या साक्षात्कारकर्ता सामने प्रस्तुत करता है। विशेषज्ञों के अनुसार इस भाग में अधिकतर सवाल 'ओपन एंडेड' होने चाहिए, जिससे साक्षात्कारदाता को बोलने का अधिक अवसर मिलता है और दर्शक अधिक से अधिक जानकारी प्राप्त कर पाते हैं।

उदाहरण:

गलत सवाल: ऊषा जी, आप कब से इस व्यवसाय में हैं?

सही सवाल: ऊषा जी, टिफिन व्यवसाय के प्रति आपकी रुचि कैसे जागी?

पहले सवाल के जवाब में साक्षात्कारदाता एक संख्या (पाँच साल) बताकर पल्ला झाड़ सकती हैं, जबकि दूसरा सवाल उनके इस व्यवसाय से जुड़ने उनके संघर्ष और सफलता की पूरी कहानी सुनाने का अवसर देता है।

समापन: इंटरव्यू का यह अंतिम भाग उसका निष्कर्ष होता है। इस भाग में साक्षात्कार लेने वाला व्यक्ति साक्षात्कार देने वाले को धन्यवाद देता है और इंटरव्यू के कुछ हिस्से का सार या उसके संदेश को दर्शकों के सामने प्रस्तुत करता है।

उदाहरण: ऊषा जी, अपने बिजनेस के बारे में हमारे दर्शकों को बतलाने के लिए बहुत-बहुत धन्यवाद। दोस्तो, ऊषा जी ने अकेले अपने दम पर, साधारण और कम शिक्षित परिवार से होते हुए भी सफलता हासिल करके यह साबित कर दिखाया है कि इंसान यदि बिना थके, बिना हारे प्रयास करता रहे, तो वो अपनी किस्मत खुद लिख सकता है। इसके साथ ही मैं अतुल मेहरा आपसे विदा लेता हूँ, अगले हफ्ते फिर मिलेंगे, इसी शो में, इसी समय पर।

नोट: इंटरव्यू के ये तीन भाग सामान्यतः उन सभी साक्षात्कारों में होते हैं, जो योजनाबद्ध तरीके से लिए जाते हैं। लेकिन न्यूज बुलेटिन में बाइट के तौर पर उपयोग किए जाने वाले साक्षात्कारों में ये शुरुआत और समापन वाले भाग दिखाई नहीं देते। इनमें संवाददाता सीधे भी सवाल शुरू कर देता है, क्योंकि उसके पास समय कम होता है।

मोटे तौर पर टेलीविजन साक्षात्कार के दो प्रकार होते हैं। पहला ऐसे साक्षात्कार, जो किसी व्यक्ति के व्यक्तित्व के मूल्यांकन या अध्ययन के लिए होते हैं। ऐसे साक्षात्कार को व्यक्ति केंद्रित साक्षात्कार की श्रेणी में भी रखा जा सकता है। दूसरे प्रकार में वे साक्षात्कार आते हैं, जो किसी व्यक्ति से सूचनाएँ प्राप्त करने के लिए होते हैं। ये साक्षात्कार विषय केंद्रित साक्षात्कार की श्रेणी में आते हैं। प्रसारण के उद्देश्य के हिसाब से यदि देखें, तो टेलीविजन साक्षात्कार दो उद्देश्यों से लिए जाते हैं।

1. किसी व्यक्ति का विस्तृत साक्षात्कार: इसे एक साक्षात्कार के रूप में ही टेलीविजन से प्रसारित करने के उद्देश्य से लिया जाता है। कई बार इसे सीधे से प्रसारित किया जाता है, तो कई बार इसे पहले रिकॉर्ड कर लिया जाता है, फिर संपादित करके प्रसारित किया जाता है। इस तरह के साक्षात्कारों के लिए अधिक इंतजामों की जरूरत होती है। दो अलग-अलग एंगल में लाइटिंग, कैमरा और माइक की व्यवस्था की जाती है। इनमें से एक कैमरे का रुख संवाददाता की तरफ होता है, तो दूसरे का रुख जवाब देने वाले साक्षात्कारदाता की ओर होता है।

2. किसी व्यक्ति का संक्षिप्त साक्षात्कार: इस तरह के साक्षात्कार सामान्यतः किसी अन्य कार्यक्रम के अंग के रूप में प्रसारित किए जाते हैं। ये किसी न्यूज बुलेटिन में बाइट या वर्जन के रूप में इस्तेमाल किए जा सकते हैं, या इनसे प्राप्त तथ्यों का उपयोग किसी अन्य स्टोरी में भी उपयोग किए जा सकते हैं। इस तरह के साक्षात्कार के लिए अधिक इंतजामों की जरूरत नहीं होती। प्रश्न पूछते समय कैमरा और माइक संवाददाता की ओर होते हैं, तो जवाब देते समय ये साक्षात्कारदाता की तरफ घूम जाते हैं।

साक्षात्कार के उद्देश्य, उसके प्रसारण, उसके उपयोग, उसके लिए अपनाए गए तरीकों आदि के आधार पर किए जाने वाले साक्षात्कार के वर्गीकरण टेलीविजन साक्षात्कार के मामले में भी पत्र-पत्रिकाओं और रेडियो के

लिए किए जाने वाले साक्षात्कारों की तरह ही होते हैं। फिर भी उनकी प्रकृति और साक्षात्कार के तौर-तरीकों के आधार पर उनके निम्नलिखित प्रकार माने जाते हैं।

सामान्य साक्षात्कार: यह साक्षात्कार का सबसे साधारण प्रकार होता है। इसमें एक रिपोर्टर किसी व्यक्ति से एक विशेष घटना या विषय पर सवाल करता है और साक्षात्कार देने वाला व्यक्ति उन सवालों के जवाब देता है। इसमें दो से अधिक व्यक्ति नहीं होते।

टॉक शो साक्षात्कार: बहुत से टेलीविजन चैनल और केबल ऑपरेटर ऐसे लोगों को बातचीत के लिए आमंत्रित करते हैं, जो उन दिनों चर्चा में हों। फिर उनका साक्षात्कार लिया जाता है और उसे टॉक शो के रूप में प्रसारित किया जाता है। ऐसे इंटरव्यू को 'सॉफ्ट इंटरव्यू' भी कहा जाता है, क्योंकि इसमें संवाददाता का फोकस उस व्यक्ति के व्यक्तित्व पर होता है, न कि किसी हार्ड न्यूज पर।

अप्रत्याशित साक्षात्कार: इसे अप्रत्याशित साक्षात्कार इसलिए कहा जाता है, क्योंकि यह अचानक होता है और साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति को इसकी पहले से जानकारी नहीं होती। उदाहरण के लिए कोई व्यक्ति अपने घर से किसी मीटिंग या कोर्ट में होने वाली सुनवाई के लिए निकला और अचानक ऑफिस या कोर्ट के अंदर टेलीविजन संवाददाता और उसकी टीम उस व्यक्ति का इंटरव्यू लेना शुरू कर देती है। इस तरह के साक्षात्कार या तो तात्कालिक महत्व के किसी बड़े मामले या फिर किसी विवादास्पद मामले के संबंध में लिए जाते हैं।

रिमोट या सुदूर साक्षात्कार: इस तरह के इंटरव्यू प्रकृति के लिहाज से सामान्य इंटरव्यू की तरह ही होते हैं, लेकिन इंटरव्यू लेने के तरीके में फर्क होता है। लेकिन इसमें साक्षात्कारदाता कहीं दूर होता है और संवाददाता स्टूडियो में बैठकर उसका साक्षात्कार लेता है। इसमें साक्षात्कारदाता के पास एक ईयरप्लग होता है, जिसके जरिए वह संवाददाता के सवालों को सुनता है और उनके जवाब देता है। लेकिन इस तरह के इंटरव्यू में सबसे बड़ी दिक्कत तकनीकी समस्याओं को लेकर आती है। अक्सर साक्षात्कार देने वाला व्यक्ति संवाददाता के सवालों को ठीक से सुन नहीं पाता, जिससे भ्रम की स्थिति बन जाती है। इसके अलावा कई बार साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति की आवाज भी स्टूडियो तक ठीक से नहीं पहुँच पाती है।

संपादित साक्षात्कार: इस श्रेणी में ऐसे सभी साक्षात्कार आते हैं, जिन्हें सीधा प्रसारित नहीं किया जाता, बल्कि उनके संपादन के बाद ही उन्हें प्रसारित किया जाता है। इस तरह के साक्षात्कार में सबसे बड़ी समस्या यह होती है कि किसी विषय के बारे में साक्षात्कारदाता का आशय स्पष्ट नहीं हो पाता। साक्षात्कार लेने वाला संपादन के दौरान सिर्फ उतनी ही बात को प्रसारण के लिए चुनता है, जितनी से उसका उद्देश्य हल होता हो। इसके अलावा किसी बात से उसका कुछ लेना नहीं होता।

कैसे लें टेलीविजन साक्षात्कार

इंटरव्यू प्रसारण पत्रकारिता का अभिन्न अंग तो है ही, यह टेलीविजन प्रसारण की दृष्टि से भी 'बिल्डिंग ब्लॉक' की तरह महत्वपूर्ण है। अतः एक साक्षात्कार का सफल होना प्रसारण पत्रकार के कैरियर के साथ-साथ टेलीविजन चैनल के लिए भी उतना ही महत्वपूर्ण होता है। एक इंटरव्यू को सफल और सार्थक बनाने के लिए निम्नलिखित बातों का ध्यान रखा जाना चाहिए।

सीधे और स्पष्ट सवाल पूछें: मशहूर साक्षात्कारकर्ता जेरेमी पैक्समेन ने आम कैदियों से लेकर ब्रिटेन के प्रधानमंत्री तक के इंटरव्यू लिए हैं। इसके अलावा उन्होंने बोबीसी-टू के मशहूर न्यूज एंड करंट अफेयर्स प्रोग्राम 'न्यूजनाइट' के लिए भी कई मशहूर हस्तियों के इंटरव्यू लिए हैं। जेरेमी पैक्समेन साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति से इस तरह के सवाल पूछते हैं, जो मौका मिलने पर टेलीविजन दर्शक भी उस व्यक्ति से पूछना पसंद करते। जेरेमी

पैक्समेन का कहना है कि इंटरव्यू के दौरान सीधे और स्पष्ट सवाल पूछे जाना चाहिए। खासकर यदि इंटरव्यू का विषय जटिल प्रकृति का है, तो सीधे सवाल पूछना बहुत जरूरी हो जाता है। उनका कहना है कि इंटरव्यू में पूछे जाने वाले जटिल प्रश्न गोलमोल, जटिल और उलझे हुए उत्तरों को ही आमंत्रित करते हैं। इसके विपरीत यदि सवाल सीधे और स्पष्ट हैं, तो साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति को गोलमोल उत्तर देकर बचने का मौका नहीं मिल पाता।

साक्षात्कारदाता का चुनाव: एक टेलीविजन इंटरव्यू की सफलता इस बात पर निर्भर होती है कि उसके लिए किसी तरह की प्लानिंग की गई है। इंटरव्यू की प्लानिंग साक्षात्कारदाता के चुनाव से ही शुरू हो जाती है। 'टुडे' मैगजीन के पूर्व संपादक केविन मार्श का कहना है कि साक्षात्कारदाता का चुनाव करते समय स्वयं से यह सवाल पूछा जाना चाहिए कि जिस व्यक्ति को बुलाया जा रहा है वह दर्शकों को ऐसी कौन सी जानकारी दे सकता है, जो नई हो और इंटरव्यू के उद्देश्य की दृष्टि से सटीक हो। मार्श कहते हैं कि यदि किसी इंटरव्यू के लिए चाही गई जानकारी किसी संगठन के अध्यक्ष या प्रवक्ता दोनों ही दे सकते हैं, तो ऐसे में हमें अध्यक्ष से ही बात करने की कोशिश करनी चाहिए। वजह यह है कि प्रवक्ता सिर्फ वही जानकारी हमें देगा, जो चाहिए क्योंकि उसका अधिकार क्षेत्र उतना ही होता है। इसके विपरीत अध्यक्ष से बातचीत के दौरान कई बार ऐसी जानकारी मिलने की उम्मीद रहती है, जो आगे चलकर बड़ी न्यूज स्टोरी बन जाती है।

न्यायोचित व्यवहार करें: केवल कुछ ही इंटरव्यू ऐसे होते हैं, जिन्हें रिकॉर्ड करने या साक्षात्कारदाता से कोई जानकारी निकलवाने के लिए छल-कपट का सहारा लेना जरूरी होता है। यदि किसी अपराधी से उसके अपराध की स्वीकारोक्ति लेना है, तो ऐसा किया भी जा सकता है, लेकिन इसके लिए भी संवाददाता को अपने वरिष्ठ अधिकारियों को विश्वास में लेना चाहिए। बीबीसी ने इसके लिए एक गाइडलाइन भी तैयार की है। बीबीसी जर्नलिज्म एकेडमी की वेबसाइट के अनुसार साक्षात्कार देने वाले व्यक्तियों से संवाददाता का व्यवहार न्यायपूर्ण होना चाहिए। साक्षात्कारदाता को यह जानकारी जरूर देनी चाहिए कि यह इंटरव्यू किस विषय में लिया जा रहा है। बीबीसी के अनुसार साक्षात्कारदाता को यह जानने का अधिकार है कि इंटरव्यू कौन लेगा, इंटरव्यू किस प्रोग्राम के लिए है, इसे सीधा प्रसारित किया जाएगा या फिर रिकॉर्ड किया जाएगा, क्या इंटरव्यू के दौरान कोई आरोप लगाया जाने वाला है आदि। वेबसाइट पर कहा गया है कि संवाददाता को उपरोक्त बातें तो साक्षात्कारदाता को बतानी चाहिए लेकिन बहुत जोर देने पर भी साक्षात्कार के दौरान पूछे जाने वाले प्रश्नों की जानकारी पहले से नहीं देनी चाहिए। साक्षात्कारदाता को यह अधिकार भी नहीं देना चाहिए कि वह इंटरव्यू रिकॉर्ड होने के बाद किसी बात को हटाने या संपादित करने के लिए कह सके।

पहला प्रश्न सतर्कता से चुनें: किसी भी साक्षात्कार के लिए पूछा जाने वाला पहला प्रश्न काफी महत्वपूर्ण होता है। बीबीसी वर्ल्ड न्यूज पर 'हार्ड टॉक' प्रोग्राम के प्रेजेंटर स्टीफर सैंकर का कहना है कि साक्षात्कार के दौरान पूछे जाने वाले पहले प्रश्न से ही यह तय हो जाता है कि इंटरव्यू की दिशा क्या होगी, बातचीत का लहजा कैसा होगा, कौन सा विषय महत्वपूर्ण होगा। एक सीधा सवाल कई बार साक्षात्कारदाता को कुछ दबाव की स्थिति में ला देता है और शुरुआती मिनटों में ही उससे कुछ जरूरी जानकारी निकलवा लेता है। संवाददाता का पहला प्रश्न शह और मात के खेल में पहली चाल की तरह भी हो सकता है और ऐसे मुलायम स्पर्श की तरह भी हो सकता है, जो साक्षात्कारदाता को खुलने और कुछ बोलने के लिए मानसिक रूप तैयार करे। लेकिन यह तय है कि हर इंटरव्यू के लिए एक ही जैसा पहला सवाल कारगर नहीं होता। इसलिए संवाददाता को अपना पहला सवाल पूछने के लिए इंटरव्यू के उद्देश्य, साक्षात्कारदाता के व्यक्तित्व, इंटरव्यू लिए जाने का संदर्भ आदि बातों को ध्यान में रखना चाहिए और उसी के हिसाब से अपने पहले सवाल को डिजाइन करना चाहिए।

खुले सवाल पूछें, साक्षात्कारदाता को खुलने दें: खुले सवाल लोगों को बातचीत करने के लिए प्रेरित

करते हैं और इस बातचीत के दौरान कई ऐसी बातें सामने आ जाती हैं, जिनका अनुमान नहीं लगाया जा सकता। बीबीसी के 5 लाइव्स मॉर्निंग शो की प्रेजेंटर विक्टोरिया डर्बीशायर और बीबीसी रेडियो पर 4 पीएम की प्रेजेंटर एडी मेयर का कहना है कि इंटरव्यू के दौरान यह तरीका हर किस्म के लोगों से अनपेक्षित बातें निकलवाने में कारगर रहता है। विक्टोरिया डर्बीशायर का कहना है कि अवरुद्ध (क्लोज्ड) सवालों के जवाब ज्यादातर 'हाँ' या 'न' में होते हैं। इसके विपरीत खुले सवाल लोगों को व्याख्या करने, समझाने और बातों को विस्तार देने के लिए प्रेरित करते हैं तथा इसका अवसर भी देते हैं। ऐसे सवाल एक अच्छी बातचीत को प्रोत्साहित करते हैं और इनके परिणाम बहुत अच्छे होते हैं। इस तकनीक का प्रयोग सामान्यतः संवाददाता किसी घटना के चश्मदीद गवाहों के साक्षात्कार के दौरान करते हैं। उनसे इस तरह के खुले सवाल किए जाते हैं—'मुझे बताइए, यहाँ क्या हुआ?', 'बताइए, आपने यहाँ क्या देखा?' इसके जवाब में साक्षात्कारदाता पूरा वृत्त ही प्रस्तुत कर देते हैं। किसी घटना के प्रत्यक्षदर्शियों के अलावा यह तकनीक राजनेताओं समेत तमाम बड़ी हस्तियों को भी खुलने, बात करने और कई नई बातें बताने के लिए प्रेरित करती है।

साक्षात्कारदाता का अध्ययन करें: जब भी किसी व्यक्ति का साक्षात्कार लेना हो, संवाददाता को साक्षात्कारदाता की पृष्ठभूमि, उसके अतीत की सही जानकारी होना जरूरी है। यह कहना है बीबीसी के नॉर्थ अमेरिका एडिटर जॉन सोपेल और बीबीसी रेडियो प्रोग्राम 4 टुडे की पहली महिला प्रेजेंटर लिब्बी पर्क्स का। साक्षात्कारदाता के बारे में आप जो भी जान सकते हैं, जरूर जानें। इससे आपको इंटरव्यू के दौरान बहुत मिल जाती है। साक्षात्कारदाता इंटरव्यू की कौन सी स्टाइल को पसंद करता है, पहले उसने इस विषय में क्या-क्या कहा है, संवाददाता को जानना चाहिए। जॉन सोपेल कहते हैं कि किसी साक्षात्कारदाता के तर्कों को चुनौती देने, उसे अपने नियंत्रण में रखने और साक्षात्कार के विषय में स्पष्ट जानकारी हासिल करने के लिए यह जरूरी होता है कि साक्षात्कार लेने वाले व्यक्ति के पास पर्याप्त मात्रा में तथ्यों, जानकारी आदि का गोला-बारूद हो। किसी साक्षात्कारदाता के तर्कों को चुनौती देने का सही तरीका यह है कि उससे संबंधित चुभने वाले तथ्यों को सही समय पर प्रस्तुत किया जाए। ओपीनियन सर्वे के नतीजों का न्यायोचित प्रयोग यह दिखा देता है कि साक्षात्कार देने वाला राजनेता वैसा नहीं है, जैसा जनता चाहती है। साक्षात्कारदाता के तर्कों को बोथरा साबित करने के लिए आँकड़ों का सावधानीपूर्वक प्रयोग किया जाना चाहिए।

अविश्वासी रहें, निंदक न बनें: साक्षात्कार के दौरान 'कुछ खास' हासिल करने के लिए संवाददाता या साक्षात्कार लेने वाले व्यक्ति में कुछ खास गुणों का होना जरूरी होता है। बीबीसी के विशेषज्ञ जेन कॉर्बिन, जॉन सोपेल और जिम फिट्जपैट्रिक के अनुसार इंटरव्यू के दौरान संवाददाता या साक्षात्कार लेने वाले व्यक्ति के व्यवहार में कुछ विशेषताएँ होनी चाहिए। वह साक्षात्कार के दौरान एक अविश्वासी व्यक्ति की तरह साक्षात्कारदाता की हर बात पर संदेह भले ही करता रहे, लेकिन उसे निंदक की तरह व्यवहार नहीं करना चाहिए। इंटरव्यू लेने वाले व्यक्ति को दिखावे और बड़बोलेपन से बचना चाहिए। उसे अपने तथ्यों पर आश्वस्त और अडिग रहना चाहिए। उसे इंटरव्यू के लिए कोई प्लान बनाना चाहिए, लेकिन अनपेक्षित अवसरों को झपटने के लिए तैयार भी रहना चाहिए। खास तौर पर उसे यह ध्यान रखना चाहिए कि साक्षात्कारदाता की बातों पर पर्याप्त ध्यान न देने की वजह से साक्षात्कार का मोती यानी कोई अत्यंत मूल्यवान बात उसके हाथों से फिसल न जाए। इसका आशय है कि साक्षात्कार के दौरान संवाददाता को सिर्फ अपनी रणनीति से चिपके नहीं रहना चाहिए, बल्कि सतर्क रहकर साक्षात्कारदाता की बातों को सुनना भी चाहिए।

कैमरे की उपस्थिति पर ध्यान दें: कैमरा इंटरव्यू का एक महत्वपूर्ण अंग होता है। ऐसे में संवाददाता के लिए यह ध्यान रखना जरूरी हो जाता है कि कब कैमरे की तरफ देkhना है और कब साक्षात्कारदाता की तरफ। एक

अच्छा इंटरव्यू अपने किसी दोस्त से बातचीत की तरह होता है और वहाँ मौजूद कैमरा टेलीविजन के दर्शकों का प्रतिनिधित्व करता है। ऐसे में जब आपको दर्शकों को कोई संदेश देना हो, तभी कैमरे के लेंस की तरफ देखना चाहिए। जब आप सवाल पूछ रहे हों और साक्षात्कारदाता से बातचीत कर रहे हों, उस समय आपको साक्षात्कार दाता से आई कटिक्ट बना कर रखना चाहिए। इसके बाद जब इंटरव्यू का समापन वाला भाग आता है, तब साक्षात्कारदाता को धन्यवाद देने के बाद स्वाभाविक गति से अपनी गरदन को घुमाकर कैमरे के सामने लाएँ और दर्शकों से विदा लें।

संपादन में रखें सावधानी

लाइव इंटरव्यू को छोड़कर अन्य प्रकार के टेलीविजन साक्षात्कारों को संपादित करके ही प्रसारित किया जाता है। इसलिए दर्शकों तक एक अच्छा इंटरव्यू पहुँचाने के लिए जरूरी है कि उसका संपादन भी उतनी ही कुशलता से किया जाए, जितनी कुशलता से इंटरव्यू लिया गया है। संपादन के द्वारा कुछ सावधानियाँ अत्यंत जरूरी हैं, वर्ना अर्थ का अनर्थ भी हो सकता है और इंटरव्यू का उद्देश्य भी प्राप्त नहीं होगा। इसलिए किसी भी टेलीविजन साक्षात्कार का संपादन करते समय निम्नलिखित सावधानियाँ जरूरी होती हैं।

टेलीविजन साक्षात्कार के संपादन के समय जब साक्षात्कारदाता के उत्तर के किसी गैर जरूरी हिस्से को काटा जाए, तो उससे पैदा होने वाले रिक्त स्थान को नोडीज (साक्षात्कार जहाँ लिया गया है, वहाँ के वातावरण में पैदा होने वाली ध्वनियों की रिकॉर्डिंग) से भर दिया जाना चाहिए। इससे वह अंतराल स्वाभाविक लगेगा। कई बार साक्षात्कारदाता के जवाब में संवाददाता द्वारा पूछा गया प्रश्न भी शामिल होता है। इसे जाँच लें, यदि सिर्फ साक्षात्कारदाता का जवाब ही संवाददाता के प्रश्न और उसके जवाब की पर्याप्त जानकारी दे रहा हो, तो संवाददाता के प्रश्न को हटा दें। इससे समय की बचत होगी और साक्षात्कार का अनावश्यक विस्तार भी कम होगा। याद रखें, बातचीत की स्पष्टता को बनाए रखते हुए, साक्षात्कार को जितना संपादित किया जा सकता है, उतना अवश्य करना चाहिए।

टेलीविजन साक्षात्कार के संपादन के समय एक ऑडियो सेगमेंट को दूसरे ऑडियो सेगमेंट से लिंक करते समय पर्याप्त सावधानी की जरूरत होती है। ऐसा करते समय यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि बातचीत की स्वाभाविकता बनी रहे, साथ ही वे छोटे-छोटे अंतराल भी बचे रहें, जो स्वाभाविक रूप से दो लोगों की बातचीत के दौरान आते हैं।

टेलीविजन साक्षात्कार को संपादित करने के तरीके संपादकों के हिसाब से अलग-अलग होते हैं। फिर भी जो तरीका ज्यादातर संपादकों द्वारा अपनाया जाता है, वह यह है कि वे पहले साक्षात्कार के ऑडियो को अच्छी तरह संपादित कर लेते हैं। जब ऑडियो तैयार हो जाता है, तब वे वीडियो को ऑडियो के हिसाब से संपादित कर लेते हैं। इससे साक्षात्कार का संपादन आसान हो जाता है और यही सुविधाजनक भी होता है।

किसी घटना के प्रत्यक्षदर्शियों से जो इंटरव्यू लिए जाते हैं, उन्हें अक्सर किसी न्यूज बुलेटिन में शामिल किया जाता है। ऐसे में सबसे पहले यह जाँच कर लें कि वह व्यक्ति, जिससे बातचीत की गई है, वहाँ उपस्थित था भी या नहीं। दूसरी सावधानी यह होती है कि उस व्यक्ति द्वारा सुनाए गए विवरण को एक बार और जाँच लें। हो सके, तो किसी और प्रत्यक्षदर्शी से भी बात कर लें। न्यूज बुलेटिन में शामिल किए जाने वाले साक्षात्कारों के मामले में काफी सावधानी की जरूरत होती है। इसलिए नाम, पदनाम और स्थानों के नाम तथा उनके उच्चारण को एक बार फिर से जाँच लें। सभी की स्पेलिंग चेक कर लें और संख्या की जाँच कर लें। इसके बाद यह भी ध्यान रखना चाहिए कि संपादन के बाद किसी व्यक्ति के साक्षात्कार में वे सभी चीजें शामिल हैं या नहीं, जो वह कहना चाहता था।

जब इंटरव्यू के लिए जाएँ

कोई भी संवाददाता जब किसी व्यक्ति का साक्षात्कार ले रहा हो, तब उसकी वेश-भूषा दर्शकों के बीच उसकी छवि और कैमरे की दृष्टि से भी महत्वपूर्ण होती है। इसलिए साक्षात्कार के पहले संवाददाता को अपनी वेश-भूषा पर अवश्य ध्यान देना चाहिए। यदि निम्नलिखित बातों का ध्यान रखा जाए, तो संवाददाता साक्षात्कार के दौरान अपनी उपस्थिति को और भी सशक्त बना सकता है।

जब इंटरव्यू के लिए जाएँ, तो सौम्य और आरामदायक पोशाक ही पहनें। किसी नए ड्रेस को पहली बार पहनकर प्रयोग न करें, वर्ना आपका सारा ध्यान उसी पर रहेगा और यह बात इंटरव्यू के प्रवाह को तो प्रभावित करेगी ही, दर्शकों की नजर से भी छुप नहीं पाएगी।

कार्यक्रम कैसा है और साक्षात्कार के दौरान कौन लोग उपस्थित रहेंगे, इसके आधार पर संवाददाता को अपनी पोशाक का चुनाव करना चाहिए। मसलन, एक धार्मिक कार्यक्रम के लिए संतों का साक्षात्कार लेते समय संवाददाता का फैशनेबल पोशाक में होना, दर्शकों को भी खलेगा। इसी तरह किसी हॉलीवुड एक्ट्रेस के साक्षात्कार के दौरान यदि संवाददाता धोती-कुर्ता में नजर आए, तो यह भी ठीक नहीं होगा।

साक्षात्कार के दौरान पतली लाइनिंग वाले या तीखे रंगों वाले कपड़ों से बचें। कैमरे की जरिए इनकी रिकॉर्डिंग ठीक से नहीं हो पाती।

सिर पर यदि बाल कम हैं, तो उन पर साक्षात्कार के पहले तेल न लगाएँ। ऐसे में माथे पर आया तेल कैमरे की लाइट में चमकने लगता है।

महिला संवाददाताओं को साक्षात्कार के दौरान भारी ज्वेलरी और हैवी मेकअप से बचना चाहिए, ताकि साक्षात्कार का माहौल स्वाभाविक बना रहे।

साक्षात्कार के दौरान अपने-आपको नियंत्रण में रखें। इसका आशय है कि न तो बहुत ज्यादा उत्साहित हों और न ही आवेश में आएँ। संयत रहें और यह ध्यान रखें कि आप ये साक्षात्कार दर्शकों के लिए ले रहे हैं और यदि साक्षात्कारदाता किसी बात के जवाब को टालना चाहता है, तो दर्शक उसकी इस कोशिश को समझ रहे हैं।



MADHYA PRADESH BHOJ (OPEN) UNIVERSITY
RAJA BHOJ MARG (KOLAR ROAD), BHOPAL- 462016