टिळक महाराष्ट्र विद्यापीठ, पुणे

वृत्त विद्या (पत्रकारिता) का परिचय

एम. ए. भाग २

तृतीय एवं चतुर्थ सत्र

केसरी.

निर्धारित पाठ्य ग्रंथ
वृत्तविद्या (पत्रकारिता) का परिचय

विवेच्य मुद्दे –
पत्रकारिता का परिचय – स्वरूप एवं विशेषताएँ :

विभाग १

- पत्रकारिता का महत्व एवं व्याप्ति – वर्तमान युग में पत्रकारिता की स्थिति और समाजपर
- उसका प्रभाव – पत्रकारिता के विविध आयाम – मीडिया के प्रकार – प्रिंट मीडिया, रेडियो, दूरदर्शन, इलेकट्रानिक मीडिया – समाचार पत्रों के प्रकार – सिनेमा – पत्रकारिता का
- उद्देश्य
- पत्रकारिता का इतिहास – स्वतंत्रतापूर्व – स्वातंत्र्योत्तर पत्रकारिता के विकास के चरण – भाषा का स्वरूप – मानव संचार – मौखिक संचार – लिखित संचार – मुद्रा युग – पारस्पारिक क्रियात्मक संचार प्रणाली – भारतेन्दु – द्विवेदी – गांधी युग – भूमिगत प्रकाशन – वैश्विकरण की प्रक्रिया
- समाचार पत्रों की कार्यप्रणाली – संपादक – उपसंपादक – कार्य – संवाददाता की भूमिका – संवाद लेखन, भेंटवार्ता – स्तंभलेखन, प्रूफशोधन
- पत्रकारिता – अन्य क्षेत्र
- फीचर लेखन (रूपक)
- सांस्कृतिक लेकन
- भेंटवार्ता
- विज्ञापन

- **विभाग २ – चतुर्थ सत्र**
- वृत्तविद्या (पत्रकारिता) का परिचय पर आधारीत परियोजना प्रस्तुत करना ।

उद्देश्य –

१. पत्रकारिता की गतिविधियों का प्रत्यक्ष रूप में परिचित हो की छात्रों को प्रेरणा देना ।

२. संवा लेखन, भेंटवार्ता, स्तंभ लेखन आदि कार्यप्रणालियों को प्रत्यक्ष जानने के लिए छात्रों का उत्साह बढ़ाना ।

३. पत्रकारिता प्रति व्यावसायिक एवं सामाजिक हित की दृष्टि रखने के लिए छात्रों को प्रेरित करना ।

टिळक महाराष्ट्र विद्यापीठ, पुणे

दूरशिक्षण विभाग

वृत्त विद्या
(पत्रकारिता) का परिचय

एम. ए. भाग २

तृतीय एवं चतुर्थ सत्र

(HAS 302) - (HP 402)

टिळक महाराष्ट्र विद्यापीठ, पुणे

• **कुलपती**	:	श्री. विश्वनाथ पळशीकर
• **कुलगुरू**	:	डॉ. दीपक टिळक
• **कुलसचिव**	:	डॉ. उमेश केसकर
• **अधिष्ठाता, दूरशिक्षण अभ्यासमंडळ**	:	डॉ. श्रीनिवास कुलकर्णी
• **विभागप्रमुख, दूरशिक्षण अभ्यासमंडळ**	:	डॉ. सुनीता दिघे
• **अभ्यासक्रम समन्वयक**	:	नीलिमा कुलकर्णी
• **लेखक**	:	डॉ. रजनी रणपिसे
• **प्रकाशक**	:	कुलसचिव /कार्यवाह, टिळक महाराष्ट्र विद्यापीठ, गुलटेकडी, पुणे – 411037

© टिळक महाराष्ट्र विद्यापीठ, पुणे

• **आवृत्ती**	:	2016, प्रती – 500
• **डि.टी.पी.**	:	दिनेश सोनार,पुणे
• **मुद्रक**	:	केसरी मुद्रणालय, 568, नारायण पेठ, पुणे – 411030

प्रस्तावना

छात्र मित्रों,

एम. ए. (हिन्दी) उपाधि के द्वितीय वर्ष में आप सबका स्वागत !

प्रथमवर्ष में आपने आधुनिक एवं प्राचीन काव्य, भारतीय एवं पाश्चात्य साहित्य – शास्त्र एवं आलोचना तथा विशेष साहित्यकार के रूप में उपन्यासकार प्रेमचंदजी के उपन्यासों के साथ साथ सामान्य स्तर पर आधुनिक भारत : में भारत का स्वतंत्रता संग्राम एवं स्वातंत्र्योत्तर भारत का आर्थिक एवं सामाजिक रूप में, एक स्वतंत्र राष्ट्र के गठन के रूप में अध्ययन किया है ।

इस वर्ष हिन्दी विषय में काव्य के गद्य – पद्य रूपों के साथ भाषा विज्ञान, अनुवाद विज्ञान का भी अध्ययन करना है । इस वर्ष इन विषयों के साथ साथ आप वृत्तपत्र विद्या (पत्रकारिता) विषय के साथ भी जुड़ जाएंगे ।

वृत्तविद्या एवं पत्रकारिता क्षेत्र आज मानव समाज एवं देश के संदर्भ में महत्वपूर्ण है । इस विषय का अध्ययन आपको रोजगार के सुअवसर प्राप्त करा सकता है ।

हमें विश्वास है कि यह अध्ययन साहित्य आपके अध्ययन में आपकी सहायता करेगा, तथा परीक्षा में आपका उचित मार्गदर्शन भी करेगा ।

हम विद्यापीठ के माननीय कुलगुरू डॉ. दीपकजी टिळक के प्रति हृदय से आभारी है, जिन्होंन हमें हर कदम पर प्रोत्साहित करते हुए हमारा मार्गदर्शन किया है ।

अपनी व्यस्तताओं में से समय निकालकर इस अध्ययन साहित्य को तैयार करनेवाली डॉ. रजनी रणपिसे के प्रति भी हम बहुत आभारी है।

आप सभी को हार्दिक शुभकामनाएँ ।

विभाग प्रमुख
दूरशिक्षण विभाग

विषय के बारे में...

हमारी शिक्षा नीति के अंतर्गत साहित्य एवं काव्य जगत् का स्थान है ही मनुष्य की प्रतिभा, भावनाएँ, मानवता, राष्ट्रधर्मिता के लिए उसकी उपयोगिता निर्विवाद है, परंतु छात्रों को जीवन दृष्टि अधिक व्यापक एवं बहुआयामी हो और उसकी शिक्षा – दीक्षा प्रत्यक्ष व्यवहार्य जगत् की कसौटी पर उपयुक्त साबित हो इसलिए भी आधुनिक शिक्षा – पद्धति में व्यवसाय एवं रोजगार अभिमुख कुछ विषय रखे हैं उनमें से एक है वृत्तविद्या (पत्रकारिता) का परिचय ।

वृत्तविद्या आधुनिक जीवनका अविभाज्य अंग है। परंपरागत एवं प्राचीन वृत्तविद्या (पत्रकारिता) से लेकर अत्याधुनिक एवं तकनीकी कौशल से परिपूर्ण पत्रकारिता हर युग में अपनी महत्ता एवं प्रयोगधर्मिता सिद्ध करती आई है ।

इस अध्ययन सामग्री में पत्रकारिता का युग के अनुसार परिचय. उसका महत्त्व, उसका विकास, उसकी कार्यप्रणाली और उसके अनेकविध आयामों के साथ छात्रों का परिचय होगा ।

रेडियो, दूरदृशन, फिल्म, भेंटवार्ता, विज्ञापन के साथ जुड़ी पत्रकारिता से भी साक्षात्कार होगा। छात्र इस सामग्री को मार्गदर्शन तत्व के रूप में देखें और अंत में दिए गए संदर्भ ग्रंथों को भी पढ़े और विषय ज्ञान को अधिक व्यापक एवं विस्तृत करें ।

इसी वर्ष चतुर्थ सत्र में आपको इस विषय से जुड़ी एक परियोजना भी प्रस्तुत करनी है, तो इस पुस्तक से सहायता प्राप्त करके आप अपना अध्ययन एवं ज्ञान मार्ग अधिक प्रशस्त करें ।

अनेक शुभकामनाओं के साथ,

– डॉ. रजनी रणपिसे

अनुक्रमणिका

अध्याय १ पत्रकारिता का परिचय

- पत्रकारिता की परिभाषा – स्वरूप – विशेषताएँ – पत्रकारिता का महत्त्व एवं व्याप्ति –
- आधुनिक युग में पत्रकारिता की स्थिति और समाज पर उसका प्रभाव – पत्रकारिता के विविध आयाम – मीडिया के प्रकार – प्रिंट मीडिया – रेडियो, दूरदर्शन, इलेकट्रॉनिक मीडिया
- समाचार पत्रों के प्रकार – सिनेमा – पत्रकारिता का उद्देश्य

अध्याय २ : पत्रकारिता का इतिहास

- स्वतंत्रता पूर्व, स्वातंत्र्योत्तर – पत्रकारिता के विकास के चरण – पत्रकारिता की भाषा का स्वरूप – १) मानव संचार, २) मौखिक संचार ३) लिखित संचार ४) मुद्रण – युग ५) पारस्पारिक क्रियात्मक संचार प्रणाली
- भारतेन्दु युग, द्विवेदी युग, गांधीयुग – भूमिगत प्रकाशन – वैश्विकरण की प्रक्रिया और जनसंचार
- सूचना, निर्माण – शैली, संप्रेषण, वाचिक भाषा, लेखन भाषा

अध्याय ३ : समाचार पत्रों की कार्यप्रणाली (ढाँचा)

- समाचार पत्रों की कार्यप्रणाली – संपादक – उपसंपादक – कार्य – संवाददाता की भूमिका – संवाद लेखन, भेंटवार्ता – स्तंभलेखन, प्रूफशोधन

अध्याय ४

- फीचर लेखन (रूपक)
- सांस्कृतिक लेकन
- भेंटवार्ता
- विज्ञापन
- संदर्भ ग्रंथ – सूचि / परिशिष्ट
- प्रश्न मंजुषा

अध्याय १

पत्रकारिता का परिचय

१.१ प्रस्तावना – विषय प्रवेश
१.२ पत्रकारिता का स्वरूप
१.३ पत्रकारिता का उद्देश्य
१.४ पत्रकारिता की व्याप्ति
१.५ पत्रकारिता का महत्त्व
१.६ पत्रकारिता के प्रकार
१.७. वर्तमानयुग में पत्रकारिता की स्थिति

१.० उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के उपरांत

- पत्रकारिता के स्वरूप को जानकर उसके उद्देश्यों को स्पष्ट सकेंगे ।
- पत्रकारिता की व्याप्ति एवं महत्व को स्पष्ट कर सकेंगे ।
- पत्रकारिता के प्रकारों का विश्लेषण कर सकेंगे ।
- वर्तमान युग की पत्रकारिता का परिचय प्राप्त कर सकेंगे ।

१.१ प्रस्तावना

मानव में जन्म से ही जिज्ञासू वृत्ति होती है । पुरातन काल से आज तक के इतिहास को यदि देखा जाए तो यह कहना गलत न होगा कि मानव जीवन एवं परिस्थिति के विकास में यह जिज्ञासू प्रवृत्ति सहाय्यक रही है । अपने आस-पास हो रही घटनाओं, परिवेश, समाज आदि को जानने की मानवी जिज्ञासा से ही पत्रकारिता का जन्म हुआ है । अतः घटनाओं की जानकारी देनेवाला सूचना पत्र धीरे-धीरे जनजागृति, सामाजिक चेतना आदि का मुख्य आधार बनता हुआ, आज जनतंत्र का चौथा स्तंभ साबित हो रहा है । आगे हम पत्रकारिता विषयक विस्तार से चर्चा करेंगे ।

१.२ पत्रकारिता का स्वरूप

पत्रकारिता वास्तव में साहित्य की भाँति समाज में चलनेवाली गतिविधियों एवं हलचलों का दर्पण है । वह हमारे परिवेश में घट रही प्रत्येक सुचना को हम तक पहुँचाती है । देश दुनिया में हो रहे नये प्रयोगों, कार्यों आदि को हमें बताती है । यही कारण हे कि विद्वानों ने पत्रकारिता को शीघ्रता में लिखा गया इतिहास भी कहा है ।

१.२.१ पत्रकारिता का अर्थ

प्रख्यात लेखक एवं पत्रकार डॉ. अर्जुन तिवारी इनसाइकलोपीडियो ऑफ ब्रिटेनिका को आधार बनाकर पत्रकारिता का अर्थ स्पष्ट करते है पत्रकारिता के लिए जर्नलिज्म शब्द व्यवहार में आता है, जो जर्नल से निकला है । इसका शाब्दिक अर्थ है - दैनिक । दिन-प्रतिदिन के क्रियाकलापों, सरकारी बैठकों का विवरण जर्नल में रहता था । १७वीं एवं १८ वीं शताब्दि में पीरियाडिकल के स्थान पर लैटिन शब्द, डियूनरल और जर्नल का प्रयोग आरंभ हुआ । २० वीं सदी में इसके अंतर्गत गंभीर समालोचना एवं विद्वतापूर्ण प्रकाशन को रखा गया । इस प्रकार समाचारों का संकलन - प्रसरण, विज्ञापन की कला एवं पत्र का व्यावसायिक संगठन पत्रकारिता है । समसामायिक गतिविधियों के संचार से संबध्द सभी साधन चाहे वह रेडियो हो या टेलीविजन, इसी के अंतर्गत समाहित हैं।

एक अन्य संदर्भ के अनुसार जर्नलिज्न्म शब्द फ्रेंच भाषा के शब्द जर्नी से उपजा है । जिसका तात्पर्य है, प्रतिदिन के कार्यों अथवा घटनाओं का विवरण प्रस्तुत करना । पत्रकारिता मोटे तौर पर प्रतिदिन की घटनाओं का यथातथ्य विवरण प्रस्तुत करती है । वस्तुतः यह समाचारों के संकलन, चयन, विश्लेषण तथा संप्रेषण की प्रक्रिया है । पत्रकारिता अभिव्यक्ति की एक मनोरम कला है । इसका काम जनता एवं सत्ता के बीच एक संवाद - सेतु बनाना भी है । इस अर्थ में पत्रकारिता के फलित एवं प्रभाव बहुत व्यापक हैं ।

१.२.२. पत्रकारिता की परिभाषा

भारत में स्वतंत्रता प्राप्ति के आंदोलन में पत्रकारिता एक महत्त्वपूर्ण शस्त्र था । अतः महात्मा गांधी पत्रकारिता को परिभाषित करते हुए लिखते हैं कि,पत्रकारिता एक सामाजिक धर्म है और वह समाज के स्वास्थ्य के लिए है । जो बोला जाता है उसे लिखने की जरूरत नहीं । पर जो लिखा गया है उसे सही लिखने की जरूरत है।

चैम्बर्स डिकशनरी में पत्रकारिता की परिभाषा दी गयी है कि,प्रकाशन, संपादन, लेखन और प्रसारणयुक्त समाचार माध्यम का व्यवसाय ही पत्रकारिता है। सूचना, ज्ञान या विचारों को समीक्षात्मक टिप्पणियों के साथ शब्द, ध्वनि और चित्रों के माध्यम से लोगों तक पहुंचाना ही पत्रकारिता है।

सी. जी. मूलर के अनुसार,सामायिक ज्ञान का व्यवसाय ही पत्रकारिता है । इसमें तथ्यों की प्राप्ति, उनका मूल्यांकन और ठीक-ठीक अर्थात वास्तविक प्रस्तुतिकरण होता है ।

हेरल्ड आर. बैन्जामिन के अनुसार,सच्ची शिक्षा मनुष्य को स्पष्ट दृष्टिकोण से मानव के अधिकाधिक हित की ओर प्रेरित करती है । अतः जन-सेवा के प्रति जागरूक पत्रकारिता को शिक्षा के सबसे अधिक महत्त्वपूर्ण तथा शक्तिशाली साधनों की कोटि में गिना जाना चाहिए ।

बल्जले कैम्पवेल के अनुसार,पत्रकारिता आधुनिक प्रकाशन पद्धति के द्वारा जनता के समाचार, जनता की धारणा तथा जनता के मनोविनोद का सुनियोजित तथा विश्वसनीय प्रसारण है।

जेम्स् मैकडोनाल लिखते है कि, पत्रकारिता को मैं रणभूमि से अधिक बड़ी चीज़ मानता हूँ, यह कोई पेशा नहीं अपितु पेशे से कई ऊँची चीज़ है ।

डॉ. रामचंद्र तिवारी पत्रकारिता को व्यवसाय और राष्ट्रीय चेतना का सशक्त माध्यम मानते हुए लिखते हैं कि, समग्ररूपेण पत्रकारिता व्यवसाय है, कला है और राष्ट्रीय चेतना को उद्दिप्त करने का सशक्त माध्यम है।

पं. कमलापति त्रिपाठी के अनुसार, समाचार पत्रों ने दार्शनिकों की ऊँची उड़ान, धर्मगुरुओं के दिव्य-ज्ञान, मनोवैज्ञानिकों की तीखी खोज और प्रयोग को, उत्तुंग ज्ञान आकाश से घसीट लाकर सर्वसाधारण के लिए धरती पर रख दिया है । बड़े - बड़े विद्वान और पंडित तथा विशेष विषयों के वैज्ञानिकों के लिए समाचारपत्रों के स्तंभों ने अभिव्यक्ति का नव साधन प्रदान कर दिया है, जिसके द्वारा सीधी और सरल भाषा तथा ढंग से ऊँची-ऊँची ज्ञान की बातें साधारण लोगों तक पहुँचायी जा रही है । आज का मनुष्य किसी भी पूर्व युग की अपेक्षा विविध विषयों का कहीं अधिक जानकार है । भले ही विभिन्न विषयों की गहरी जानकारी केवल पंडितों को ही हो, उन लोगों को भी पत्रों के द्वारा गंभीर विषयों का थोड़ा - बहुत ज्ञान हो ही जाता है, जो न विद्वान हैं और न बुद्धिपूजक और न सरस्वती के अराधक ।

डॉ. वेदप्रताप वैदिक के अनुसार, विधायिका, कार्यपालिका तथा खबरपालिका भी लोकतंत्र का महत्त्वपूर्ण स्तंभ है । पत्रकार को किसी विशेषाधिकार की आकांक्षा न रखते हुए न्यायाधिश की - सी निष्पक्षता और योध्दा की - सी निर्भिकता के साथ सच्चाई उजागर करनी चाहिए । वे अपनी स्वयं की आचार संहिता के साथ पत्रकारिता में प्रवेश करें।

प्रसिद्ध संपादक प्रभाष जोशी के अनुसार,न्यायपालिका, कार्यपालिका, विधायिका और प्रेस में यदि में चौथा खंबा हूँ तो पत्रकार होने के नाते मेरा अधिकार और कर्तव्य है कि इन तीन खंभों को मैं जज करूँ ।

डॉ. रमेशकुमार जैन के अनुसार, प्रेस जनता की यह संसद है जिसका अधिवेशन कभी भी समाप्त नहीं होता । एक वास्तविकता है कि जहाँ प्रेस जनता का जागरूक प्रहरी होता है वहाँ ह सरकार और जनता के मध्य एक विश्वसनीय सम्पर्क - सूत्र की भूमिका भी निभाता है ।

पंडित जवाहरलाल नेहरू पत्रकारिता को अत्यंत महत्त्वपूर्ण मानतै है । उनका कहना है कि,प्रेस आधुनिक जीवन में और विशेष रूप से लोकतंत्र का महत्त्वपूर्ण अंग है । इसमें बहुत शक्ति होती है और इसपर महत्त्वपूर्ण जिम्मेदारियाँ भी है । अतः पत्रकारिता का सम्मान किया जाना चाहिए।

उपर्युक्त परिभाषाओं के अध्ययन से कुछ निष्कर्ष सामने आते हैं । इन्हें पत्रकारिता की विशेषताओं के रूप में देखा जा सकता है । इन पर संक्षेप में विचार करेंगे ।

१) पत्रकारिता लोकतंत्र का महत्त्वपूर्ण स्तंभ है ।

२) पत्रकार को न्यायाधीश जैसी निष्पक्षता तथा योध्दा जैसी निर्भीकता के साथ सच्चाई को लोगों तक पहुँचाना चाहिए ।

३) प्रेस जनता की संसद है जिसका अधिवेशन लगातार जारी रहता है ।

४) पत्रकारिता सरकार और जनता के मध्य एक विश्वसनीय संपर्क-सूत्र की भूमिका निभाता है ।

५) पत्रकारिता व्यवसाय, कला एवं राष्ट्रीय चेतना को उद्दिप्त करने का पुख्ता (मजबुत) माध्यम है।

६) पत्रकारिता चौथा खंभा है ।

७) पत्रकार को पत्रकारिता करते समय न्यायपालिका, विधायिका के अच्छे - बुरे कार्यो का लेखा-जोखा अपने अखबार में पेश करना चाहिए ।

८) पत्रकारिता की गणना शिक्षा के सबसे महत्त्वपूर्ण एवं शक्तिशाली साधनों की कोटि में की जानी चाहिए ।

९) निष्पक्ष तथा बुद्धिमत्तापूर्ण पत्रकारिता रचनात्मक सेवा का प्रभावपूर्ण साधन है .

१०) पत्रकारिता में विद्वान से लेकर आम आदमी तक समझ सकें ऐसी खबरे देनी चाहिए ।

११) पत्रकारिता का केंद्र बिंदू जनता है । अतः जनता के समाचार, उनकी धारणाएँ एवं उनके मनोविनोद की खबरें छापना पत्रकारिता का लक्ष्य है ।

१२) पत्रकारिता रणभूमि से ऊँची चीज़ है जिसका योद्धा पत्रकार होता है ।

१३) पत्रकारिता पवित्र पेशा है परंतु उसकी पवित्रता का जतन पत्रकार को करना चाहिए ।

समाचारों के संकलन और उनके मात्र प्रस्तुतिकरण के प्रारंभिक स्तर से लेकर आज तक पत्रकारिता के स्वरूप में क्रांतिकारी परिवर्तन हुए हैं । हेरम्ब मिश्र लिखते हैं कि, समाचार पत्र का जन्म यदि चौदहवीं शताब्दी के पूर्वार्ध में हुआ था, तो पत्रकारिता का जन्म वस्तुतः सत्रहवीं शताब्दी के प्रारंभ में माना जाएगा, जब इसे एक कला की संज्ञा मिली और इसका अपना एक आदर्श निर्धारित हुआ । अन्यत्र वे लिखते है कि - पत्रों के मान - वृद्धि के साथ ही पत्र से पत्रकारिता का जन्म एक कला और विज्ञान के रूप में हुआ । यहीं पत्रकारिता के उस आदर्श और दायित्त्व की नींव पड़ी जिसने पत्र और पत्रकारिता को चतुर्थ सत्ता का आसन प्रदान किया।

वस्तुतः आज की पत्रकारिता सूचनाओं और समाचारों का संकलन मात्र न रहकर मानव जीवन के व्यापक परिदृश्य को अपने आप में समाहित किए हुए है । इसी के चलते इंद्रविद्यावाचस्पति पत्रकारिता को पाँचवा वेद मानते हैं । वे कहते है कि, पत्रकारिता पांचवां वेद है जिसके द्वारा हम ज्ञान-विज्ञान संबंधी बातों को जानकर अपना बंद मस्तिष्क खोलते हैं ।

यह शाश्वत नैतिक मूल्यों, सांस्कृतिक मूल्यों को समसामायिक घटनाचक्र की कसौटी पर कसने का साधन बन गई है । वास्तव में पत्रकारिता जन भावना की अभिव्यक्ति सद्भावों की अनुभूति और नैतिकता की पीठिका है । संस्कृति, सभ्यता और स्वतंत्रता की वाणी होने के साथ ही यह जीवन अभूतपूर्व क्रांति की अग्रदूतिका है । ज्ञान-विज्ञान, साहित्य - संस्कृति, आशा-निराशा, संघर्ष - क्रांति, जय - पराजय, उत्थान-पतन आदि जीवन की विविध भावभूमियों की मनोहारी एवं यथार्थ छबि हम युगीन पत्रकारिता के दर्पण में कर सकते हैं । पत्रकारिता पूरे विश्व की ऐसी देन है जो सब से दूर दृष्टि प्रदान करती है । वास्तव में प्रतिक्षण परिवर्तनशील जगत का दर्शन पत्रकारिता के द्वारा ही संभव है ।

पत्रकारिता की आवश्यकता एवं उद्‌भव पर गौर करें तो कहा जा सकता है कि जिस प्रकार ज्ञान-प्राप्ति की उत्कंठा, चिंतन एवं अभिव्यक्ति की आकांक्षा ने भाषा को जन्म दिया । ठीक उसी प्रकार समाज में एक दूसरे का कुशल-क्षेम जानने की प्रबल इच्छा-शक्ति ने पत्रों के प्रकाशन को बढावा दिया । पहले ज्ञान एवं सूचना की जो थाती मुठ्ठीभर लोगों के पास कैद थी वह आज पत्रकारिता के माध्यम से जन-जन तक पहुँच रही है । इस प्रकार पत्रकारिता हमारे समाज जीवन में आज एक अनिवार्य अंग के रूप में स्वीकार्य है । उसकी प्रामाणिकता एवं विश्वसनीयता किसी अन्य व्यवसाय से ज्यादा है, शायद इसीलिए इस कार्य को कठिनतम कार्य माना गया है । इस कार्य की चुनौती का एहसास प्रख्यात शायर अबर इलाहबादी ने इन शब्दों में स्पष्ट किया है -

खींचो न कमानों को, न तलवार निकालो,
जब तोप मुकाबिल हो तो अखबर निकालो

१.२. अपनी प्रगति जाँचिए ।

क) रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए ।

१. साहित्य की भाँति पत्रकारिता समाज का .... है ।
२. मानव की .... से पत्रकारिता जन्म हुआ है ।
३. विद्वानों ने पत्रकारिता को .... भी कहा है ।
४. पत्रकारिता .... का .... स्तंभ है ।
५. प्रेस जनता की ....है जिसका अधिवेशन .... चलता है ।
६. पत्रकारिता ...., ... व .... को उद्दिप्त करने का माध्यम हैं ।
७. पत्रकारिता का केंद्रबिंदु .... है ।
८. इंद्रविद्यावाचस्पती पत्रकारिता को .... मानते हैं ।

ख) सही या गलत बताकर गलत वाकयों को सही कीजिए ।

१. पत्रकारिता का जन्म इतिहास लिखने की इच्छा से हुआ है ।
२. फ्रेंच संदर्भ के अनुसार पत्रकारिता का अर्थ है समाचार लेखन ।
३. प्रेस ही संसद है ।
४. पत्रकारिता केवल विद्वानों के लिए खबरें देती है ।
५. पत्रकारिता का केंद्रबिंदू सरकार है ।
६. पत्रकारिता की रणभूमि का योध्दा नेता है ।

१.३ पत्रकारिता का उद्देश्य

पत्रकारिता का सबसे प्रमुख अंग समाचारपत्र है । प्रारंभ में समाचारपत्र शासक प्रशासक तक सीमित था । उसका आम आदमी के जीवन और उनकी समस्याओं से कोई भी संबंध नहीं था। उसका संबंध केवल राजा-महाराजाओं, श्रेष्ठियों, उच्च अधिकारियों तक सीमित था । परंतु आज समाचार पत्र में आमूलचूल बदलाव आया है ।

आज पत्रकारिता केवल मुद्रण तक सीमित नहीं रही, अपितु वह रेडियो और टी. वी. तक पहुँचकर इलेकट्रॉनिक माध्यम भी बन गयी है । परंतु इनका लक्ष्य बहुजन हिताय, बहुजन सुखाय होना चाहिए ।

महात्मा गांधी ने पत्रकारिता के तीन महत्त्वपूर्ण लक्ष्य माने है :

१) जनता की भावनाओं को समझकर उन्हें अभिव्यक्त करना ।
२) लोगों में वांछनीय भावनाएँ जगाना ।
३) लोगों के दोषों को सबके सामने लाना ।

महात्मा गांधी द्वारा बताए गए ये लक्ष्य पत्रकारिता की सामाजिक शक्ति को रेखांकित करने के साथ ही उसकी कुछ मर्यादाएं भी निर्धारित करते हैं ।

अन्य स्थानों पर विद्वानों ने पत्रकारिता के तीन प्रमुख उद्देश्य माने हैं ।

१) सुचना देना २) शिक्षित करना ३) मनोरंजन करना

इन उद्देश्यों को विस्तार से देखने पर पत्रकारिता के अनेक उद्देश्य हमारे सम्मुख आ जाते हैं । यहां हम अब पत्रकारिता के विविध उद्देश्यों पर संक्षेप में विचार करेंगे ।

१.३.१. सूचना का प्रसार, सूचना की एकरूपता बढ़ाना ।

विश्व की घटनाओं, समाज की गतिविधियों और व्यक्ति के कृत्यों की सूचना को जन-जन तक पहुँचाने का कार्य पत्रकारिता का है । जनसामान्य की समस्याओं को शासन तथा शासन की उपलब्धियों को जनता तक पहुँचाकर पारस्पारिक सद्भाव जगाने का कार्य पत्रकारिता का है। अद्यतन अविष्कारों, विकास संबंधी सूचनाओं द्वारा पत्रकारिता पाठकों, श्रोताओं या दर्शकों को प्रबुध्द बनाने का कार्य सुचारू रूप से करती हैं ।

सूचना पाने और उसे व्यापक जनसमुदाय तक भेजने से उस सूचना की एकरूपता बढ़ती है। तात्पर्य यह है कि सूचना को ज्यों - कि - त्यों अपने वास्तविक रूप में दूसरों तक भेजने से ही पत्रकारिता की विश्वसनीयता बढती है ।

सूचना ज्ञान की तरह अज्ञान और पिछड़ेपन से लड़ने का अदृश्य हथियार है । सूचना हमें इस पिछड़ेपन से लढने की शक्ति प्रदान करती है । आज जिसके पास अपने आस-पास की दुनिया की और जीवन की बुनियादी आवश्यकताओं की जितनी अधिक और नवीनतम सूचना है, वह उतना ही शक्तिशाली और समर्थ है । केवल सूचना पाने से अपनी ताकत नहीं बढेगी अपितु, सुचना का उपयोग हम किस प्रकार करते है यह महत्त्वपूर्ण है ।

१.३.२. दूसरों को निर्देश देना

पत्रकारिता का दूसरा महत्त्वपूर्ण कार्य है दूसरों को निर्देश देना । संचार के द्वारा दूर-दराज तक तथा व्यापक जन समुदाय के बीच संदेश या सूचना पहुँचायी जाती है, उसी प्रकार निर्देश पहुँचाने का कार्य भी संपन्न होता है । निर्देश एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति के लिए सीमित हो सकते हैं, इनका दायरा बड़ा भी हो सकता है । उदाहरणार्थ, किसी संस्था का प्रमुख अधिकारी अपने अधीन कार्य करनेवाले अधिकारी या कर्मचारी को निर्देश देता है । यह निर्देश टेलिफोन से भी दिए जा सकते हैं और लिखित या मुद्रित पत्र के माध्यम से भी । इन निर्देशों का दायरा एक अधिकारी से दूसरे अधिकारी या कर्मचारी के बीच तक सीमित हो सकता है । सरकार भी व्यापक जनहित के लिए विविध निर्देश पारित करती रहती है ।

१.३.३. मनोरंजन

पत्रकारिता द्वारा जनसामान्य का मनोरंजन और मानसिक उन्नयन होता है । सामाजिक तनाव, व्यक्तिगत द्वेष को मिटाकर सबजन हिताय, स्वस्थ्य मनोरंजन का प्रस्तुतिकरण पत्रकारिता के माध्यम से होता है । टी. वी., फिल्म, कम्प्यूटर, रेडियो आदि संसाधन मनोरंजन के ही साधन है । आज सूचना और मनोरंजन निकट आते जा रहे हैं । दूरदर्शन पर समाचार देने के साथ मनोरंजक ढंग से विज्ञापन भी परोसे जाते हैं । कार्टून फिल्में भी दिखायी जाती है। इस प्रकार सूचना और मनोरंजन का साथ चोली-दामन सा होता है । आजकल कई न्यूज चैनल कार्यरत हैं जो समाचार देने के साथ मनोरंजक समाचार भी देते हैं । इस तरह वे सूचनात्मक एवं मनोरंजनपरक भी होते हैं ।

१.३.४. विचारों का आदान-प्रदान

विचारों क आदान-प्रदान से और विचारों की एकरूपता के कारण दो व्यक्तियों के बीच अथवा व्यापक समाज के विश्वास में वृद्धी होती है । पत्रकारिता की आधारभूत इकाई विचार विनिमय है । हम विचारों पारम्पारिक आदान-प्रदान करते हैं और एक दूसरे के निकट आते हैं । इस तरह हम एक दूसरे को कई सूचनाओं भी देते हैं । हम उन सूचनाओं से लाभ उठाते हैं । इससे न केवल विश्वास में वृद्धि होती है अपितु विचारों और सूचनाओं में एकरूपता आती है । हर व्यक्ति

का यह प्रयास होता है कि वह अपने विचारों, भावनाओं और मतों को दूसरों क सम्मुख इस ढंग से रखे कि वे उससे प्रभावित हो जाएं।

विश्वास प्राप्त करना केवल व्यक्ति स्तर की इच्छा नहीं है कोई सरकारी, अर्ध सरकारी या गैर सरकारी संस्था, समाचार पत्र, टेलीविजन चैनल, व्यापिक इकाई, कल – कारखाने, राजनीतिक – गैर राजनीतिक पार्टी, संगठन और यहाँ तक कि कोई देश भी अपनी विश्वसनीयता में वृद्धि करना चाहता है । अपने विचारों को वे प्रसारित – प्रचारित करना चाहते हैं ताकि अधिक लोगों का विश्वास अर्जित करत सकें ।

१.३.५. समूह के स्तर पर एकरूपता की ओर गत्यात्मक परिवर्तन

अपना देश अखंडित देश है जो कश्मीर जे लेकर कन्याकुमारी तक फैला है । प्रत्येक प्रांच की अपनी बोली भाषा, प्रांतीय भाषा होने के बावजूद हिंदी, पत्रकारिता की सशक्त भाषा होने से उन्हें समूह के स्तर पर एकरूपता प्रदान करती है । इसीसे हम विविधता में एकता की बात पेश करते हैं।

राजनीतिक परिवर्तन, आर्थिक विकास और सांस्कृतिक पुनर्रचना हेतु पत्रकारिता प्रभावकारी अभियान चलाता है ।

१.३.६. समाज

इसे हम आंतरसंबंधों की व्याख्या के नाम से भी अधोरेखित कर सकते हैं । समाज किसी जाति–विशेष से संबंधित शब्द नहीं है । समाज अर्थात् देश । पत्रकारिता देश की जनता को एकता की शृंखला में जोडता है । समता, बंधुता और एकता इन त्रिसूत्री समाज में एक दूसरे को प्रभावित करती है ।

सत्य और सामायिक टिप्पणीयों द्वारा पत्रकारिता समाज के विभिन्न घटकों में समन्वय स्थापित करता हैं । समाजीकरण और प्रवृत्तियों के शोधन में इनकी महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है । जनता और सरकार राष्ट्रहित में उत्तम निर्णय ले, ऐसी परिस्थिति इसी के द्वारा उत्पन्न होती है ।

१.३.७. समाज में सामाजिक प्रगती का आना

जब तक समाज की प्रगति नहीं होगी समाज की उन्नति भी नहीं होगी । आज भी देश में जनता बडे पैमाने पर अशिक्षित है । कई बेरोजगार है इसलिए दारिद्र्यरेखा के नीचे जानेवाले लोगों की संख्या अधिक है । इन तबकों के लोगों की जरूरत जब तक पूर्ण नहीं करते तब तक, समाज प्रगत नहीं हो सकता । पत्रकारिता से समाज में प्रगति होने लगी है । निम्न मध्यवर्ग अब उच्च मध्यवर्ग में प्रवेश कर चुका है । उनकी क्रय शक्ति बढने से उनकी प्रगति हुई और हो रही है ।

१.३.८. समाज में भावात्मक एकता का प्रसार, सामाजिक व्यवस्था बनाना

भारतीय संस्कृति वसुधैव कुटुंबकम के कारण भावात्मक एकता से जुड़ी है और उसका प्रचार – प्रसार विश्व में भी हो रहा है । गौतम बुद्ध ने संदेश दिया है – जीओ और जीने दो । परिणामतः आज विश्व को गौतम बुद्ध तथा महावीर के अहिंसा परमाधर्म की आवश्यकता है । विश्व में आतंक का साया छाया है । उसे दूर करने के लिए देश के नागरिकों को विश्वनागरिक बनाना होगा और अपनी विश्व की रक्षा करनी होगी । यह इंटरनेट द्वारा संभव है ।

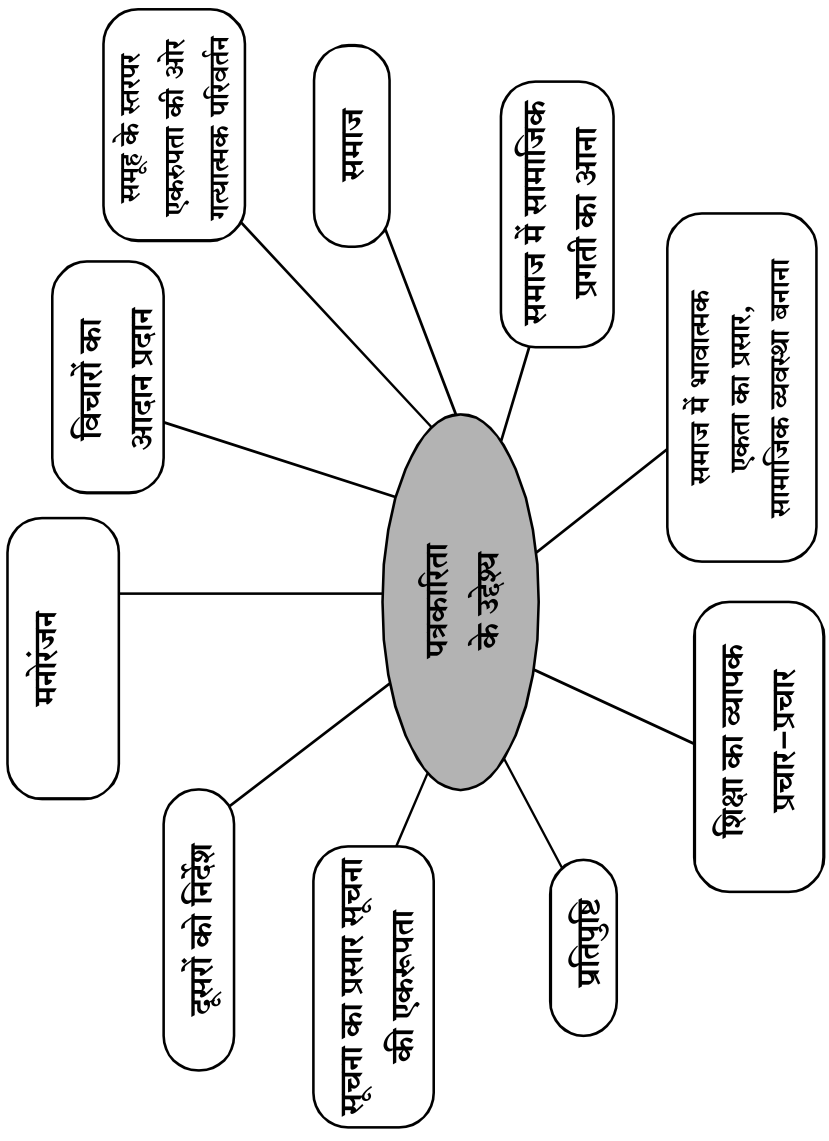
१.३.९. शिक्षा का व्यापक प्रचार–प्रसार

विकासशील देशों में संसाधनों की कमी औपचारिक शिक्षा में आड़े आती हैं । पत्रकारिता की व्यापक पहुँच का लाभ अनौपचारिक शिक्षा के जरिए उठाया जा सकता है । रेडियो, दूरदर्शन, कम्प्युटर के द्वारा स्कूली बच्चों, नवसाक्षरों एवं प्रौढों को शिक्षा प्रदान की जा सकती है । उच्च

शिक्षा के क्षेत्र में भी पत्रकारिता के द्वारा उल्लेखनीय कार्य किया जा सकता है । दूरदर्शन का यु.जी.सी. कार्यक्रम तथा शिक्षा से संबंधित कई कार्यक्रम समय-समय पर दिखाए जाते हैं .

१.३.१०. प्रतिपुष्टि (Feeed-back)

पत्रकारिता का एक उद्देश्य प्रतिपुष्टि भी है । यह जनता के लिए कार्यरत हैं । श्रोता संदेश प्राप्त कर उस पर अपनी प्रतिक्रिया व्यक्त करते हैं तो उसे प्रतिपुष्टि, पुनर्विवेशन अथवा फीडबैक कहते हैं । पत्रकारिता का एक तरफा होना संचार की सबसे बड़ी रूकावट हैं । प्रतिपुष्टि के बीना संचार प्रक्रिया पूरी ही नहीं मानी जा सकती कयोंकि संचार तो सुचनाओं का आदान-प्रदान हैं । इसलिए इसमें सूचना का जाना और उसकी प्रतिक्रिया का आना निहित है । कुशल संचारक हमेशा प्रतिपुष्टि के माध्यम से संचायक की आवश्यकता नुसार अपने में बदलाव करता है और प्रभावशाली ढंग से संचार करने के लिए लगातार सुधार करता रहता है । संपादक के नाम पत्र अथवा अखबार में पाटकों के पत्र, आकाशवाणी में श्रोताओं के पत्र तथा दूरदर्शन में दर्शकों के पत्र प्रतिपुष्टि के अंतर्गत आते हैं । इस प्रकार पत्रकारिता जनता तक केवल सूचनाएँ नहीं पहुँचाती अपितु लोगों के हितों की, राष्ट्र और विश्व के हितों की भी रक्षा करती है ।



१.३. अपनी प्रगति जाँचिए ।

क) रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए ।

१. पत्रकारिता का सबसे प्रमुख अंग .... है ।

२. म. गांधी द्वारा बताए लक्ष्य पत्रकारिता की ....और ....निर्धारीत करते हैं ।

३. सूचना .... की तरह अज्ञान और पिछड़ेपन से लढने का ....हथियार है ।

४. पत्रकारिता की आधारभूत इकाई .... है ।

५. जब तक समाज की .... नहीं होगी तब तक समाज की .... नहीं होगी ।

६. भारतीय संस्कृति .... के कारण .... एकता से जुड़ी है ।

७. पत्रकारिता का .... होना............ में रुकावट है ।

८. .... के बीना संचार प्रक्रिया अपूर्ण है ।

ख) एक वाकय में उत्तर लिखिए ।

१. पत्रकारिता का लक्ष्य कया होना चाहिए ?

२. म. गांधी द्वारा बताए गए पत्रकारिता का उद्देश्य बताइए ।

३. सूचना किससे लढने का हथियार है ?

४. विचारों के आदान-प्रदान एवं एकरुपता कयो आवश्यक है

५. पत्रकारिता सत्य और सामयिक टिप्पणियों के कया परिणाम है ।

६. शिक्षा के क्षेत्र में पत्रकारिता किस प्रकार सहाय्य करती है ।

७. प्रतिपुष्टि कया है ।

८. संचार में प्रतिपुष्टि कयो आवश्यक हैं ।

९. पत्रकारिता में प्रतिपुष्टि के अंतर्गत क्या आता है ।

१०. 'एक प्रगत समाज बनाने में पत्रकारिता मुख्य आधार है - स्पष्ट कीजिए ।

११. समाचार पत्र की कोई पाँच परिभाषाएँ बताकर समाचार पत्रों के प्रकारों की चर्चा कीजिए ।

१२ 'दूरदर्शन एवं पत्रकारिता' विषय पर चर्चा करते हुए दूरदर्शन में समाचार लेखन के आवश्यक तत्त्वों पर प्रकाश डालिए ।

१३. इंटरनेट पत्रकारिता विषय पर सविस्तर चर्चा कीजिए ।

१४. रेडियो तथा समाचार पत्र की तुलना में दूरदर्शन पत्रकारिता अधिक प्रभावी हैं - कारणोंसहित स्पष्ट कीजिए ।

१५. आज की राजनीतिक स्थितियों के उदाहरण देकर पत्रकारिता की सद्यस्थिती स्पष्ट कीजिए ।

१६. पत्रकारिता अनौपचारिक शिक्षा के क्षेत्र में लाभदायक साबित हुई है - उदाहरणोंसहित स्पष्ट कीजिए।

१.४. पत्रकारिता की व्याप्ति

पत्रकारिता का क्षेत्र एवं परिधि बहुत व्यापक है । उसे किसी सीमा में बांधा नहीं जा सकता । जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में हो रही हलचलों, संभावनाओं पर विचार कर एक नई दिशा देने का काम पत्रकारिता के क्षेत्र में आ जाता है । पत्रकारिता जीवन के प्रत्येक पहलू पर नजर रखती है । इन अर्थों में उसका क्षेत्र व्यापक है । एक पत्रकार के शब्दों में, समाचार पत्र जनता की संसद है, जिसका अधिवेशन सदैव चलता रहता है । इस समाचार पत्र रूपी संसद का कभी सत्रावसान नहीं होता । जिस प्रकार संसद में विभिन्न प्रकार की समस्याओं पर चर्चा की जाती है, विचार विमर्श किया

जाता है, उसी प्रकार समाचार पत्रों का क्षेत्र भी व्यापक एवं बहुआयामी होता है । पत्रकारिता तमाम जन समस्याओं और सवालों से जुड़ी होती है, समस्याओं को प्रशासन के सम्मुख प्रस्तुत कर उस पर बहस को प्रोत्साहित करती है । समाज जीवन के हर क्षेत्र में आज पत्रकारिता की महत्ता को स्वीकार किया जा रहा है । आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक, विज्ञान, कला सब क्षेत्र पत्रकारिता के दायरे में हैं । इन संदर्भों में वर्तमान परिप्रेक्ष्य में आर्थिक पत्रकारिता का महत्त्व बढ़ गया है।

अर्थव्यवस्था प्रधान युग होने के कारण प्रत्येक प्रमुख समाचार पत्र दो से चार पृष्ठ आर्थिक गतिविधियों के लिए आरक्षित कर रहा है । इसमें आर्थिक जगत से जुड़ी घटनाओं, कंपनी समाचारों, शेअर मार्केट की सूचनाओं, सरकारी नीति में बदलावों, मुद्रा बाजार, सराफा बाज़ार एवं विविध मंडलों से जुड़े समाचार छपते हैं । ऐसे में देश - विदेश के अर्थ जगत से जुड़ी प्रत्येक गतिविधि आर्थिक समाचारों एवं आर्थिक पत्रकारिता का हिस्सा बन गई हैं । राजनीतिक-सामाजिक परिवर्तनों के बाज़ार एवं अर्थव्यवस्था पर कया प्रभाव पड़ेंगे इसकी व्याख्या भी आर्थिक पत्रकारिता का विषय क्षेत्र है ।

इसी प्रकार ग्रामीण क्षेत्रों की रिपोर्टिंग के संदर्भ में पत्रकारिता का महत्त्व बढ़ा है । भारत गांवों का देश है । देश की अधिकांश आबादी गावों में रहती है । अतः देश के गांवों में निवास करते लाखों - करोड़ों देशवासियों की भावनाओं का विचार कर उनके योग्य एवं उनके क्षेत्र की सामग्री का प्रकाशन पत्रों का नैतिक कर्तव्य है । एक परिभाषा के मुताबिक जिन समाचार पत्रों में ४० प्रतिशत से अधिक सामग्री गांवों के बारे में, कृषि के बारे में, पशुपालन, बीज, खाद, कीटनाशक, पंचायती राज, सहकारिता के विषय पर होगी उन्हीं समाचार पत्रों को ग्रामीण माना जाएगा ।

तमाम क्षेत्रीय - प्रांतिय अखबार आज अपने आंचलिक संस्करण निकाल रहे हैं, पर उनमें भी राजनीतिक खबरों, बयानों का बोलबाला रहता है । इसके बाद भी आंचलिक समाचारों के चलते पत्रकारिता का क्षेत्र व्यापक हुआ है और उसकी महत्ता बढ़ी है ।

पत्रकारिता के प्रारंभिक दौर में घटना को यथातथ्य प्रस्तुत करना ही पर्याप्त माना जाता था । परिवर्तित परिस्थितियों में पाठक घटनाओं के मात्र प्रस्तुतीकरण से संतुष्ट नहीं होता । वह कुछ और कुछ भी जानना चाहता है । इसी और की संतुष्टि के लिए आज संवाददाता घटना की पृष्ठभूमि और कारणों की भी खोज करता है । पृष्ठभूमि के बाद वह समाचार का विश्लेषण भी करता है । इस विश्लेषणपरकता के कारण पाठक को घटनासे जुड़े विविध मुद्दों का पता चलता है । अनेक मुख्य समाचार पत्र समाचार विश्लेषण जैसे स्तंभों का प्रकाशन भी कर रहे हैं । प्रेस स्वतंत्रता पर अमेरिका के प्रेस आयोग ने भी यह स्वीकार किया था कि अब समाचार के तथ्यों को सत्य रूप से रिपोर्ट करना ही पर्याप्त नहीं वरन् यह भी आवश्यक है कि तथ्य के संपूर्ण सत्य को भी प्रकट किया जाए पत्रकार का मुख्य कार्य अपने पाठकों को तथ्यों की सूचना देना है । जहां संभव हो वहां निष्कर्ष भी दिया जा सकता है । अपराध तथा राजनैतिक संवाददाताओं का यह मुख्य कार्य हैं । तीसरा एक प्रमुख दायित्व प्रसार का है । आर्थिक-सामाजिक जीवन के बारे में तथ्यों का प्रस्तुतिकरण ही पर्याप्त नहीं वरन उनका प्रसार भी आवश्यक है । गंभीर विकासात्मक समस्याओं से पाठकों को अवगत कराना भी आवश्यक है । पाठक को सोचने के लिए विवश कर पत्रकार का लेखन संभावित समाधानों की ओर भी संकेत करता है । विकासात्मक लेखन में शोध का भी पर्याप्त महत्त्व है ।

शुद्ध विकासात्मक लेखक के क्षेत्रों को वरिष्ठ पत्रकार राजीव शुकल ने १८ भागों में विभक्त

किया है – उद्योग, कृषि, शिक्षा और साक्षरता, आर्थिक गतिविधियाँ, नीति और योजना, परिवहन, संचार, जनमाध्यम, ऊर्जा और ईंधन, श्रम व श्रमिक कल्याण, रोजगार, विज्ञान और तकनीक, रक्षा अनुसंधान और उत्पाद तकनीक, परिवार नियोजन, स्वास्थ्य और चिकित्सा सुविधाएं, शहरी विकास, ग्रामीण विकास, निर्माण और आवास, पर्यावरण और प्रदूषण।

पत्रकारिता के बढ़ते महत्त्व के क्षेत्रों में आधुनिक समय में संदर्भ पत्रकारिता अथवा संदर्भ सेवा का विशिष्ट स्थान है । संदर्भ सेवा का तात्पर्य संदर्भ सामग्री की उपलब्धता से है । संपादकीय लिखते समय किसी सामाजिक विषय पर टिप्पणी लिखने के लिए अथवा कोई लेख आदि तैयार करने की दृष्टि से कई बार विशेष संदर्भों की आवश्यकता होती है । ज्ञान – विज्ञान के प्रसार तथा यांत्रिक युग की व्यवस्थाओं में कोई भी पत्रकार प्रत्येक विषय की स्मरण शक्ति के आधार पर नहीं लिख सकता । अतः पाठकों को संपूर्ण जानकारी देने के लिए आवश्यक है कि पत्र – प्रतिष्ठान के पास अच्छा संदर्भ साहित्य संग्रहित हो । किशोरी लाल शर्मा ने संदर्भ पत्रकारिता विषयक लेख में संदर्भ सेवा के आठ वर्ग किए हैं – कतरन सेवा, संदर्भ ग्रंथ, लेख सूची, फोटो विभाग, पृष्ठभमि विभाग, रिपोर्ट विभाग, सामान्य पुस्तकों का विभाग और भंडार विभाग ।

संसद तथा विधान मंडल समाचारपत्रों के लिए प्रमुख स्रोत हैं । इन सदनों की कार्यवाही के दौरान समाचार पत्रों के पृष्ठ संसदीय समाचारों से भरे रहते हैं । संसद तथा विधानसभा की कार्यवाही में आमजन की विशेष रूचि रहती है । देश तथा राज्य की राजनीतिक, सामाजिक आदि गतिविधियाँ यहाँ की कार्यवाही से प्रकट होती रहती हैं, जिसे समाचार पत्र ही जनता तक पहुँचा कर उनका पथ प्रदर्शन करते हैं । संसदीय कार्यवाही की रिपोर्टींग के समय विशेष सावधानी की आवश्यकता है । इनसे संबंधित कानूनों तथा संसदीय विशेषाधिकार की जानकारी होना प्रत्येक पत्रकार के लिए आवश्यक है ।

खेलों का मानव जीवन से काफी पुराना संबंध है । मनोरंजन तथा स्वास्थ्य की दृष्टि से भी मनुष्य ने इनके महत्त्व को समझा है । आधुनिक विश्व में विभिन्न देशों के मध्य होनेवाली प्रतियोगिताओं के कारण कई खेल खिलाड़ी लोकप्रिय होने लगे हैं । शायद ही कोई दिन ऐसा हो जब राष्ट्रीय तथा अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर किसी न किसी प्रतियोगिता का आयोजन नहीं हो रहा । अतः खेलों के प्रति जन–जन की रूचि को देखते हुए पत्र–पत्रिकाओं में खेलों के समाचार तथा उनके संबंधित नियमित स्तंभों का प्रकाशन होता है । प्रायः सभी प्रमुख समाचार पत्र पूरा एक पृष्ठ खेल जगत की हलचलों को देते हैं ।

पत्रकारिता का महत्त्व छिपे तथ्यों को उजागर करने में स्वीकार किया गया है । वह तमाम क्षेत्र की विशिष्ट सूचनाएं जनता को बताती हैं । जब जहाँ कोई व्यक्ति या अधिकारी कोई तथ्य छिपाना चाहता हो अथवा कोई तथ्य अनुद्घाटित हो, वहीं अन्वेषणात्मक पत्रकारिता प्रारंभ हो जाती है । उस समाचार तथा तथ्य को प्रकाश में जाने के लिए पत्रकार तत्पर हो जाता है । अमेरिका का वाटरगेट कांड इस दृष्टि से उल्लेखनीय है । इस कांड के चलते सत्ता परिवर्तन के बाद अन्वेषणात्मक पत्रकारिता को विशेष प्रोत्साहन तथा मान्यता मिली ।

यदि अन्वेषणात्मक पत्रकारिता सही उद्देश्यों से अनुप्रमाणित होकर की जाए तो यह समाज और राष्ट्र के लिए बहुत बडी सेवा हो सकती है । यदि चरित्र हनन तथा किसी व्यक्ति या संस्था को अपमानित या बदनाम करने की नीयत से ऐसी पत्रकारिता की जाएगी त वह पीत पत्रकारिता की श्रेणी में आ जाती है ।

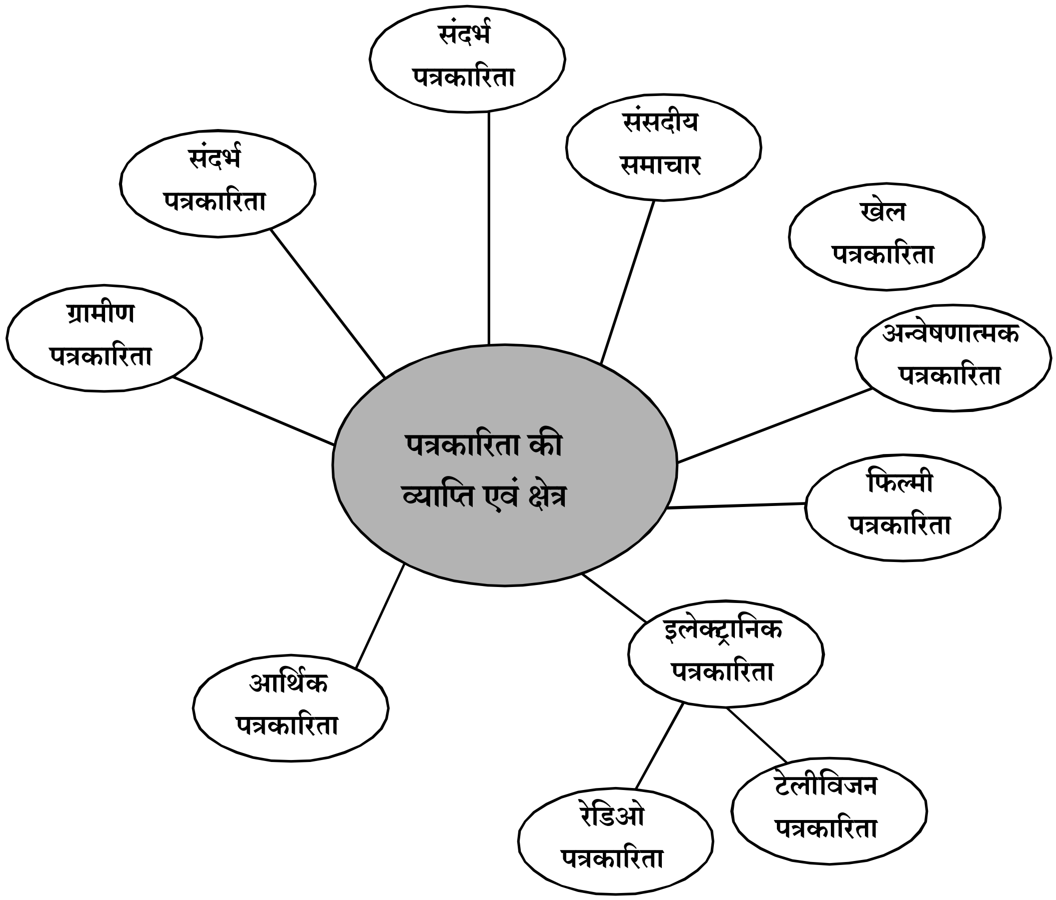
फिल्में आज हमारे समाज को बहुत प्रभावित कर रही हैं । अतः फिल्मी पत्र–पत्रिकाएँ भी

पाठक वर्गों में खासी लोकप्रिय है । फिल्मों की समिक्षाएं, फिल्मी कलाकारों के साक्षात्कार, फिल्म निर्माण से जुड़े कलाकारों के साक्षात्कार, फिल्म के विविध कलात्मक एवं तकनीकी पक्षों पर टिप्पणियाँ, फिल्मी पत्रकारिता का ही हिस्सा है । संप्रति हिंदी - अंग्रेजी सहित सभी प्रमुख भाषाओं में फिल्मी पत्रिकाएँ प्रकाशित हो रही हैं । प्रत्येक प्रमुख समाचारपत्र फिल्मों पर केंद्रित रंगीन परिशिष्ट या सामग्री प्रकाशित करता ही है । फिल्मी पत्रकारिता के क्षेत्र में विनोद भारद्वाज, विनोद तिवारी, प्रयाग शुकल, राजा दुबे, जयसिंह रघुवंशी, जय, रामसिंह ठाकूर, विजय अग्रवाल, ब्रजेश्वर मदान, जयप्रकाश चौकसे, अजय ब्रम्हात्मज, चांद खां रहमानी, हेमंत शुकल, श्रीराम ताम्रकार जैसे तमाम पत्रकार गंभीरता के साथ काम कर रहे हैं । इसके अलावा सिनेस्टार, जी स्टार, स्टार डस्ट, फिल्मी कलियां, मायापुरी, स्क्रिन, पटकथा, फिल्म फेयर जैसी संपूर्ण फिल्म पत्रिकाएँ प्रकाशित हो रही है । इसके अलावा हिंदी की सभी प्रमुख पत्रिकाएँ इंडिया टुडे आउटलुक आदि के प्रत्येक अंक में फिल्मों पर सामग्री प्रकाशित हो रही हैं । सारे प्रमुख समाचार पत्रों में सिनेमा पर विविध सामग्री प्रकाशित होती हैं । इसके चलते फिल्म पत्रकारिता, पत्रकारिता का एक प्रमुख क्षेत्र बनकर उभरी है । इसने पत्रकारिता के महत्त्व एवं लोकप्रियता में वृद्धि की है ।

पत्रकारिता के महत्त्व को आज इलेकट्रॉनिक माध्यमों की पत्रकारिता ने बहुत बढ़ा दिया है । इन्होंने समय एवं स्थान की सीमा को चुनौती देकर सूचना विस्फोट का युग ला दिया है । इस संदर्भ में रेडियो पत्रकारिता का बहुत महत्त्व है । इनके महत्त्व क्रम में आकाशवाणी के वे कार्यक्रम महत्वपूर्ण हैं, जिनमें समाचार तत्व अधिक रहता है । आकाशवाणी के इन समाचार कार्यक्रमों को तैयार करने में आकाशवाणी का समाचार सेवा प्रभाग सक्रिय रहता है । इस प्रभाग का कार्य समाचारों का संकलन और प्रसारण है । आकाशवाणी के स्थायी और अंशकालिक संवाददाता पूरे देश में हैं । समाचार सेवा प्रभाग प्रतिदिन अपनी ग्रह, प्रादेशिक और वैदेशिक सेवाओं में ३६ घंटों से भी अधिक समय में २७३ समाचार बुलेटिन प्रसारित करता है । विदेश के प्रमुख शहरों में भी संवाददाता हैं, जो वहां की गतिविधियां प्रेषित करते हैं । प्रत्येक घंटे पर समाचार बुलेटिन के प्रसारण से आकाशवाणी जनमानस को तुष्ट करती है । समाचार दर्शन, समाचार पत्रों से, विधान मंडल समीक्षा, संसद समीक्षा, सामायिकी, जिले और राज्यों की चिट्ठी, रेडियो न्यूजरील आदि कार्यक्रमों का प्रसारण इसी पत्रकारिता का अंग है । इसके अलावा सामयिक विषयों पर बहस, परिचर्चा एवं साक्षात्कारों का प्रसारण करके वह अपने श्रोताओं की मानसिक भूख शांत करता है।

रेडियो पत्रकारिता आज एक विशेषज्ञतापूर्ण विधा है । जिसमें पत्रकार - संपादक को अपने कार्य में सशक्त भूमिका का निर्वहन करना पड़ता है । सीमित अवधी में समाचारों की प्रस्तुति एवं चयन रेडियो पत्रकार की दक्षता को साबित करते हैं । विविध समाचार एवं जानकारी प्रधान कार्यक्रमों के माध्यम से आकाशवाणी समग्र विकास की प्रक्रिया को बढाने में अग्रसर है ।

इसी प्रकार टेलीविजन पत्रकारिता का फलक आज बहुत विस्तृत हो गया है । उपग्रह चैनलों की बढती भीड़ के बीच यह एक प्रतिस्पर्धा एवं कौशल का क्षेत्र बन गया है । आधुनिक संचार क्रांति में निश्चय ही इसकी भूमिका को नकारा नहीं जा सकता । इसके माध्यम से हमारे जीवन में सूचनाओं का विस्फोट हो रहा है । ग्लोबल विलेज या वैश्विक ग्राम की कल्पना को साकार रूप देने में यह माध्यम सबसे प्रभावी हुआ । दृश्य एवं श्रव्य होने के कारण इसकी स्वीकार्यता एवं विश्वसनीयता अन्य माध्यमों से अधिक है । भारत में सन १९५६ में आरंभ दूरदर्शन की विकासयात्रा ने आज सभी संचार माध्यमों को पीछे छोड़ दिया हैं । दूरदर्शन पत्रकारिता में समाचार संकलन, लेखन एवं प्रस्तुतिकरण संबंधी विशिष्ट क्षमता अपेक्षित होती है । दूरदर्शन संवाददाता



घटना का चल चित्रांकन करता है तथा वह परिचयात्मक विवरण हेतु भाषागत सामर्थ्य एवं वाणी को विशिष्ट शैली का मर्मज्ञ होता है । विविध स्त्रोतों से प्राप्त समाचारों के संपादन का उत्तरदायित्व समाचार संपादक का होता है । वह समाचारों को महत्त्व क्रम के अनुसार क्रमबध्द कर संपादित करता है तथा उसे समाचार वाचक के समक्ष प्रस्तुत करने योग्य बनाता है । चित्रात्मकता दूरदर्शन का प्राणतत्व है । यह वही तत्व हैं जो समाचार की विश्वसनीयता एवं स्वीकार्यता को बढ़ाता है । आज तमाम निजी टीवी चैनलों में समाचार एवं सूचना प्रधान कार्यक्रमों की होड़ लगी है । सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक सवालों पर परिचर्चाओं एवं बहस का आयोजन होता रहता हैं। प्रतिस्पर्धा के वातावरण से टेलीविजन की पत्रकारिता में क्रांति आ ई है और उसकी गुणवत्ता में निरंतर सुधार आ रहा है ।

निष्कर्ष :

इस प्रकार हम देखते हैं कि वर्तमान परिवेश में जहां प्रेस का दायरा विस्तृत हुआ है, वहीं उसकी महत्ता भी बढी है । वह लोगों के होने और जीने में सहायक बन गया है । देश में जब तक लोकतंत्र रहेगा, उसकी प्राणवत्ता रहेगी, पत्रकारिता का भविष्य उज्ज्वल रहेगा । आज के दौर में बढ रहे विश्वसनीयता के संकट, व्यावसायिक प्रतिस्पर्धा एवं तमाम दबावों के बावजूद प्रेस का वजूद न तो घटा है, न कम हुआ है । उसकी स्वीकार्यता निरंतर बढ़ रही है, पाठकीयता बढ़ रही है, विविध रूचि की सामग्री आ रही है और अखबारों की संख्या में भी वृद्धि हो रही है । इलेकट्रॉनिक पत्रकारिता के क्षेत्र में तो क्रांति सी हो गई है ।

इन सभी के बावजूद मूल्यों के स्तर पर समाज का पतन हुआ है । अतः उसके प्रभावों से पत्रकारिता अलग नहीं है । पत्रकारिता साहित्य एवं सुरुचि के संस्कार आज विदा होते दिख रहे हैं। इसके बावजूद तमाम लोग ऐसे भी है, जो भाषा एवं अखबार की सामाजिक जिम्मेदारी को लेकर काफी सचेत है । संस्थाओं की पत्रिकाएं बंद होने से एक बार लगा पत्रकारिता की नींव डगमगा रही हैं । अपितु इनके समानानंतर क्षेत्रीय अखबारों की सत्ता एक बडी शक्ति के रूप में सामने आयी है । बाहरी – भीतरी खतरे के बावजूद हमारी पत्रकारिता का प्रगति रथ सदैव बढ़ता नजर आता है । पत्रकारिता ने हर संकट को पार किया है । वह इस संक्रमण से भी ज्यादा ऊर्जावान एवं ज्यादा तेजस्वी बनकर सामने आएगी, बशर्ते वह अपनी भूमिका जनपक्ष की बताए और संकट मोल लेने का साहस पाले । पत्रकारिता से आज भी सामान्य जन की उम्मीदें जुड़ी हुई है ।

१.४. अपनी प्रगती जाँचिए ।

ख) एक वाकय में उत्तर लिखिए ।

१. किन समाचार पत्रों को ग्रामीण माना जाएगा ?

२. जनता की संतुष्टि के लिए संवाददाता कया खोज करता है ?

३. पत्रकारिता में कौन – कौन से क्षेत्र हैं ?

४. अन्वेषणात्मक पत्रकारिता कया है ?

५. पीत पत्रकारिता किसे कहते है ?

६. संदर्भ पत्रकारिता से कया अर्थ है ?

१.५ पत्रकारिता का महत्त्व

कोई भी संस्था हो या व्यक्ति वह जो कार्य करता है उस कार्य के कारण उसका महत्त्व निर्धारित किया जाता है । पत्रकारिता विशिष्ट उद्देश्य को साध्य मानकर कार्य करती है । जनसेवा पत्रकारिता का प्रमख उद्देश्य माना गया है । समाज में सजीवता, जागरण, नवस्फूर्ति, गतिमयता, नव-संचार के संदेश का प्रचार एवं प्रसार करना भी इसका उद्देश्य हैं ।

महात्मा गांधी ने जनता में वांछनीय भावनाओं को जागृत के लिए जनता की इच्छाओं और विचारों को समझना तथा उन्हें व्यक्त करना, उसके पश्चात सार्वजनिक दोषों को निर्भीकतापूर्वक प्रकट करना पत्रकारिता का परम उद्देश्य माना है ।

समाज में समता, बंधुता, शांति, अहिंसा आदि महान तत्वों की प्रतिस्थापना करना भी पत्रकारिता का उद्देश्य माना गया है । सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक, धार्मिक, सांस्कृतिक आदि संदर्भों में समसामायिक एवं तात्कालिक अधिकाधिक नवीनतम सत्य जानकारी निष्पक्षता के साथ सरस, सहज, बोधगम्य भाषा में नागरिकों को देना पत्रकारिता का प्रमुख कार्य है ।

पत्रकारिता मानव जीवन की संपूर्ण झाँकी को अपने हृदय में समेटे हुए है । वह राष्ट्रीय चेतना की संवाहिका के साथ ही वैश्विकता की भी संवाहिका है । उन्नीसवीं शताब्दी की जनता पत्रकारिता के माध्यम से ही राष्ट्रीय चेतना और नवजागरण की शक्ति प्राप्त कर पायीं थी । पत्रकारिता समाज में वैचारिक क्रांति कर अंधविश्वासों, कुप्रथाओं को तोड़ने का कार्य करते हुए परिवर्तन ला सकती है । समाज में पत्रकारिता ने आचार विचार और व्यवहार को गति देने का चतुर्दिक कार्य करती है ।

पत्रकारिता क्षण – क्षण में घटनेवाली विश्वभर के घटनाओं की सूचना जन-जन तक

पहुँचाने का कार्य करती है । इसके द्वारा ही आम जनता को सरकार की नीतियों, क्रियाकलापों, गतिविधियों आदि की जानकारी मिलती हैं । लोकतांत्रिक व्यवस्था में पत्रकारिता का महत्व और अधिक बढा है कयोंकि यह लोकतंत्र में जहाँ जनता के हितों के संरक्षिका हैं वही आम जनता की प्रतिक्रियाओं को सरकार तक पहुँचाकर यह सरकार और जनता के बीच का महत्त्वपूर्ण संपर्क सूत्र भी है ।

पत्रकारिता का एक प्रमुख कार्य समाज को शिक्षित करना है । संचार माध्यमों के द्वारा जनता को परिचर्चा, साक्षात्कार, शोधकार्यो आदि की जानकारी प्रदान कर उन्हें शिक्षित करने में पत्रकारिता का महत्त्वपूर्ण योगदान रहा है । समाचार पत्र, पत्रिकाओं में प्रकाशित संपादकीय – अग्रलेख, विविध स्तंभ, राजनीति से संबंधित टिप्पणियाँ, इंटरव्यूव आदि के द्वारा जनता को समसामयिक विषयों पर जानकारी प्रदान कर उनके ज्ञान में वृध्दि का कार्य पत्रकारिता बखुबी करती है । इसके द्वारा समाज में वैचारिक क्रांति का बीज बोया जाता है ।

पत्रकारिता विभिन्न रूपों द्वारा व्यापार, वाणिज्य, कृषि, चिकित्सा, रूपों द्वारा व्यापार, वाणिज्य, कृषि, चिकित्सा, विज्ञान, वैज्ञानिकों की गहन खोज को सामान्य से सामान्य मनुष्य को परिचित कराने का कार्य करती है । औद्योगिक विकास हेतु नागरिकों को मुद्रित, इलेकट्रॉनिक माध्यमों द्वारा विज्ञापन, फिल्म, परिसंवाद आदि योजनाओं का निर्वाह करते हुए दिशानिर्देशन का कार्य करती है ।

हर्बट बुकर ने पत्रकारिता की व्याख्या करते हुए कहा है कि,यह वह माध्यम है जिसके द्वारा हम अपने मस्तिष्क में उस दुनिया के बारे में समस्त सूचनाएँ संकलित करते हैं जिन्हें हम स्वतः कभी नहीं जान सकते ।

पत्रकारिता का साध्य अन्याय, अत्याचार का प्रकाशन करना, जनमानस को योग्य राह दिखाना, दीन–दुखियों की मदद करने हेतु कार्य करना है । वह जनता और शासन के मध्य सुदृढ संबंधों की एक महत्त्वपूर्ण कड़ी है । इसकी सहायता से ही जनतंत्र में विश्वास करनेवाले देशों ने उन्नति की है । चुनाव अभियान में प्रत्याशी अपना घोषणा–पत्र, समाचार–पत्र, पत्रिकाओं, रेडियो, दूरदर्शन आदि माध्यमों द्वारा जनता तक पहुँचाते हैं, जिससे जनता निर्दिष्ट पक्ष या सिद्धांत के निकट आती है । सरकार की मान्यताएँ, नीतियाँ, समय समय पर की गई घोषणाएँ आदि को पत्रकारिता प्रकाश में लाती है जिससे जनता का शासनतंत्र किन किन नीतियों का अनुसरण कर रहा है इसका ज्ञान होता है । इन नीतियों के प्रति जनसामान्य में व्याप्त प्रतिक्रियाओं को भी पत्रकारिता प्रतिबिंबित कराती है और यह निर्धारित करने में सहायक होती है कि लागू की गई नीतियाँ उचित अथवा त्रुटीपूर्ण है ।

पत्रकारिता जहाँ अच्छे कार्यों की प्रशंसा करती है, वहीं अन्याय, दमन, प्रतिशोध आदि की खुलकर नींदा भी कराती है । आवश्यकता पड़ने पर इन कसाइयों का सामना भी करती है । कभी यह जगतगुरू की तरह समाज को शिक्षित करती है, तो कभी न्यायाधीश बनकर निर्दोष व्यक्ति को न्याय दिलाती है, कभी सफेदपोश नेताओं के चेहरे से नकाब हटाकर उनकी असलीयत समाज के सामने लाती है । पत्रकारिता सही अर्थों में समाज में उच्च मूल्यों और आदर्शों की स्थापना करती है ।

पारस्पारिक सौहार्द्र, अनुशासन एवं स्वस्थ्य वातावरण के निर्माण में पत्रकारिता प्रमुख भूमिका निभाती है । समाचार पत्रों में विशेष स्तंभों, संपादकीय लेखों के द्वारा देशभक्ति, त्याग, अन्याय के खिलाफ संघर्ष के लिए जनता को प्रेरित करने का कार्य भी वह करती है । नागरिकों के

अस्तित्व को प्रभावित करनेवाली समस्याएँ जैसे अकाल, प्रदुषण, गरीबी, जनसंख्या वृद्धि, भेदभाव आदि । इन समस्याओं के प्रति सावधानी बरतने के लिए सलाह देना एवं जनता को अगाह करना भी पत्रकारिता का कार्य है ।

लोककल्याण एवं स्वस्थ मनोरंजन के उत्कृष्ट साधन उपलब्ध कराना, इलेकट्रॉनिक माध्यमों द्वारा, संगीत, परिसंवाद आदि कार्यक्रमों का प्रसारण करना पत्रकारिता का कार्य माना गया है । इससे मनुष्य दैनंदिन जीवन की अपाधापी, तनाव आदि से मुक्त हो सकता है । समाजोपयोगी मनोरंजन जनशिक्षण का भी कार्य करता है ।

मानव स्वभावतः दो बातों के प्रति विशेष रूप से जागरूक रहता है । एक अपने जीवन में सुखों की खोज तथा दूसरे विश्व को अधिकाधिक जानने की चेष्टा, इन दोनों बातों में सहयोग करना पत्रकारिता का दायित्व है । व्यक्ति का विकास और उसके माध्यम से समाज का विकास भी होता है । इस दृष्टि से पत्रकारिता को मनुष्य की अंतर्दृष्टि को विकसित करने का कार्य निभाना होता है । इसका कारण है कि जब प्रतिदिन मनुष्य नवीनतम खबरों से परिचित होता है ।, तो उन्हें जानकर वह अपने सहज स्वभाव के कारण आंदोलित होता है । कुछ समाचार उसकी चेतना को झकझोरते हैं और कुछ उसे पीछे धकेलने में योग देते हैं । इसी से मनुष्य का विकास होता है ।

उपर्युक्त विवेचन में पत्रकारिता के जिन प्रमुख उद्देश्यों एवं कार्यों का उल्लेख किया है, उनका निर्वाह करना पत्रकारिता का दायित्व है और जब वह इन कार्यों एवं उद्देश्यों की पूर्ति करता है, तो समाज में उसका महत्त्वपूर्ण स्थान निर्माण होता है ।

पत्रकारिता की महत्ता का प्रतिपादन करनेवाले विभिन्न मत इस दृष्टि से उल्लेखनीय हैं । वे इस प्रकार हैं – पत्रकारिता को मैं रणभूमि से भी अधिक बड़ी चीज़ समझता हूँ । यह कोई पेशा नहीं बल्कि पेशे से कोई ऊँची चीज है । यह एक जीवन है, जिसमें मेंने अपने को स्वेच्छापूर्वक समर्पित किया है । – जेम्स मैकडोनल्ड

प्रस्तुत मत के अनुसार पत्रकारिता केवल व्यवसाय नहीं अपितु वह एक समाजसवा है । जिसमें सद्‌भाव, सभ्यता, सत्य के प्रसार का हेतु होता हैं ।

२)

पत्रकारिता पांचवा वेद है जिसके द्वारा हम ज्ञान – विज्ञान संबंधी बातों को जानकर अपने बंद मस्तिष्क को खोलते हैं ।।

– इंद्र विद्यावाचस्पति

प्रस्तुत मत में पत्रकारिता को पाँचवा वेद माना गया है । भारतीय परंपरा चारों वेदों का मानव जीवन में महत्त्वपूर्ण स्थान मानती है । जिस प्रकार ऋग्वेद का प्रमुख विषय देवताओं की प्रशंसा एवं ज्ञान, यजुर्वेद का परमपद प्राप्ति हेतू कर्म सिद्धांत, सामवेद उपासना पद्धति एवं गान, अथर्ववेद का समाज, राष्ट्र, राज्य, राजनीति आदि विषयों का ज्ञान है उसी प्रकार पत्रकारिता प्रतिदिन, प्रतिक्षण मानव समाज की गतिविधियों को नीर – क्षीर विवेक एवं कुशल चिकित्सक के रूप में संप्रेषणीयता के साथ जनसामान्य को विश्व परिवेश के साथ जोड़ती है । यह कार्य उन मूल्यों की नियामिका के रूप में करते हुए मानव जीवन का आधार बन जाती हैं । इसी कारण पत्रकारिता को पाँचवा वेद कहा गया है ।

३) ***खींचों न तलवारों को न कमान निकालो,***
जब तोप मुकाबिल हो तक अखबार निकालो ।।

– अकबर इलाहबादी

इस मत में पत्रकारिता के सामर्थ्य को अभिव्यक्त किया गया है । जिसे नेपोलियन बोनापार्ट ने भी माना था और यह कहा था कि,चार विरोधी समाचारपत्र चार हजार संगीनों से अधिक खतरनाक होते हैं । इस बहु श्रुत मत के अनुसार पत्रकारिता की अपनी एक शक्ति होती है ।

४) पत्रकारिता समाचारों का संकलन, लेखन और प्रस्तुतीकरण है । पत्रकार तात्कालिक घटनाओं और समस्याओं का यथार्थ और निष्पक्ष वर्णन पाठकों के सामने प्रस्तुत करता है ।

इस प्रकार विभिन्न विचारों तथा ज्ञानवर्धक सूचनाओं को पाठकों तक संप्रेषित करने का सशक्त माध्यम पत्रकारिता है ।

पत्रकारिता सेवाधिष्ठित व्यवसाय है । सत्य एवं वास्तविक तथ्यों को जनता तक पहुँचाने के साथ ही जनता को अपने समाचार-पत्र की ओर आकर्षित करने के लिए चित्रों, विज्ञापनों, प्रभावपूर्ण साज - सज्जा एवं रंगीन मुद्रण आदि तत्वों को अपनाने पर बल दिया जाता है । आर्थिक लाभ की दृष्टि से या वितरण की दृष्टि से इसमें विचार किया जाता है । अधिकाधिक नवीनतम जानकारी पाठकों तक यथाशीघ्र अन्य माध्यमों से पूर्व या सर्वप्रथम पहुँचाने के लिए प्रयास किये जाते हैं । जनरूचि को प्रमुख मानकर प्रकाशन, प्रसारण करने का कार्य व्यावसायिक दृष्टि से ही किया जाता है । यह निश्चित है कि, पत्रकारिता में व्यावसायिकता सेवाधिष्ठित सीमा तक ही होनी चाहिए ।

पत्रकारिता सेवाधिष्ठित व्यवसाय के साथ कला भी है । अभिव्यक्ति पत्रकारिता का मूलाधार है और पत्रकारिता अभिव्यक्ति की मनोरम कला है । कला की आवश्यकता होती है मात्र प्रशिक्षण से इसमें प्रभाविता निर्माण की जा सकती है । जनाकर्षक प्रस्तुतीकरण को महत्त्व दिया जाता है । कोई भी मनुष्य प्रत्येक वस्तु को साफ-सुथरी और सजी सँवरी देखना चाहता है । पत्र-पत्रिकाओं को भी वह सजी-सँवरी देखना चाहता है । इस संबंध में मार्केटमेन्न ने कहा है कि,समाचारपत्र को पहले सुंदर दिखाना चाहिए, फिर सत्य का प्रतिपादन करना चाहिए ।

१.६ पत्रकारिता के प्रकार

१.६. १. प्रिंट मीडिया - समाचार पत्र

१. ६. २. रेडियो पत्रकारिता

पत्रकारिता का दूसरा मुख्य प्रकार रेडियो पत्रकारिता है । इसमें आकाशवाणी का महत्त्व है । आकाशवाणी के समाचारों का संकलन, संपादन, लेखन एवं प्रस्तुति में पत्रकारों की जरूरत होती है । इसके अतिरिक्त समसामयिक चर्चाओं, शिक्षा प्रधानकार्यक्रमों और साहित्यिक कार्यक्रमों के संयोजन और प्रस्तुति हेतु पत्रकारों की आवश्यकता होती है ।

पत्रकार डाऊनिंग लेदर वुड के अनुसार,रेडियो समाचार किसी परिस्थिति, राय और स्थिति की सही सूचना है, ऐसी सूचना जिसमें उन लोगों की दिलचस्पी हो जिनके लिए अभिप्रेत हो ।

रेडियो से समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जाते है । तात्कालिकता, निकटता, महत्त्व तथा भाव रेडियो समाचार बुलेटिनों के महत्त्वपूर्ण अंग है । समाचार बुलेटिन तैयार करने के लिए समय का अत्यधिक अभाव रहता है । समाचार प्रसारित करने के लिए सामान्यतया ५, १० या १५ मिनट का समय निर्धारित रहता है । इतने थोडे समय के अंतर्गत रेडियो समाचार संपादक को समाचार बुलेटिन तैयार करना पड़ता है । १५ मिनट के समाचार बुलेटिनो में सुबह और रात को प्रसारित किए जाते हैं, उनमें लगभग १५०० से २००० शब्द पढ़े जाते हैं । समाचार बुलेटिन क्षेत्रीय भाषाओं में तैयार किए जाते हैं । क्षेत्र की विशालता, भाषा की अनेकता, क्षेत्रगत अंतर, श्रोताओं की

अभिरूचियों में विविधता आदि सभी समस्याओं को नजर में रखना पड़ता हैं । अच्छा और आकर्षक समाचार बुलेटिन तैयार करना एक कला है । उसमें परिशुद्धता और एकता का समावेश होना ही चाहिए । समाचार बुलेटिन, महत्वपूर्ण विषयोंपर वार्ताएँ और परिचर्चाएं, साहित्यिक आलोचना, पुस्तक समीक्षा, समाचार विश्लेषण, प्रस्तुतिकरण आदि रेडियो पत्रकारिता के विभिन्न अंग माने जाते हैं ।

रेडियो समाचार लिखते समय निम्नांकित बातों पर ध्यान देना आवश्यक हैं :

१) समाचार संक्षिप्त अपितु स्वयं में परिपूर्ण हो ।

२) ऐसा समाचार जो महत्त्वपूर्ण अथवा लोकरूचि अथवा व्यापक जनहित का हो, वह विस्तार से लिखा जा सकता है फिर भी उसमें कसावट होनी चाहिए।

३) समाचार की विश्वसनीयता एवं मूल्य को परखने के बाद ही उसे स्वीकार किया जाए।

४) समाचार की विश्वसनीयता बढाने हेतु आवश्यकताअनुसार उसमें आँकड़े तथा समाचार के स्त्रोतों का भी उल्लेख होना चाहिए लेकिन समाचार की मूल आत्मा भी सुरक्षित रहनी चाहिए ।

५) समाचार लिखते समय कहीं भी खुद के विचारों का प्रभाव उस पर नहीं पडना चाहिए, समाचार में निहित तथ्य सुरक्षित रहें ।

६) प्रादेशिक भाषा का अच्छा ज्ञान एवं उसी के अनुसार भाषा का प्रयोग होना चाहिए ।

७) समाचार को अनुदित करते समय अनुवादक को लक्ष्य भाषा एवं स्त्रोत भाषा का ज्ञान होना चाहिए । दोनों भाषाओं की सांस्कृतिक, सामाजिक पृष्ठभूमि के साथ उनके व्याकरण, वाकयरचना, मुहावरों आदि का ज्ञान आवश्यक है ।

८) समाचार लिखने के बाद समाचार का सारे तत्व उसमें समाहित है या नहीं इसकी जाँच करनी चाहिए ।

९) यह भी देखना चाहिए की समाचार की भाषा में कसावर हैं या नहीं, शब्द बोझिल न हों, अधुरे वाकय और द्वि अर्थवाले शब्दों का प्रयोग न हुआ हो।

१०) समाचार सत्य घटना पर आधारित, तात्कालिक, नवीनता लिए हए, रोचक होना चाहिए ।

१.६.३. दूरदर्शन पत्रकारिता :

दूरदर्शन पत्रकारिता का स्वरूप रेडियो व समाचारपत्रों के समाचारों से अलग हैं । समाचारपत्रों में समापाचर केवल श्रव्य हैं, वही दूरदर्शन यह दृक-श्राव्य माध्यम होने से समाचार पढ़े, सुने और देखे जाते हैं । केबल टी.वी. के बढते प्रचलन से अब चौबीस घंटे न्यूज चैनल का सिलसिला आरंभ हो गया है । ए.बी.बी. न्यूज, आजतक, इंडिया टुडे, झी न्यूज जैसे न्यूज चैनल पत्रकारिता में अपना योगदान प्रदान कर रहे हैं ।

दूरदर्शन की पत्रकारिता का क्षेत्र अत्यंत व्यापक है । यह एक टीम वर्क है जिसमें कैमरामैन, संवाददाता, प्रस्तुतकर्ता, तकनीकी कर्मचारी और संपादक आदि शामिल होते हैं । इन सबके मध्य समन्वय आवश्यक हैं । दूरदर्शन पर समाचार तैयार करते समय पत्रकारों को निम्नांकित बातों को ध्यान में रखना पड़ता हैं -

१.६.३.१. चित्रात्मकता :

पत्रकारिता की किसी भी विधा में दुहराव नहीं होना चाहिए । तात्पर्य यह है कि एक ही समाचार को किसी भी रूप में प्रस्तुत नहीं करना चाहिए । चित्र अपनी बात कह रहा है तब वहा

शब्दों का प्रयोग न हो । दूरदर्शन पत्रकारिता में समाचार लिखते समय उसके उस अंश को अधिक उजागर किया जाता है, जिसमें चित्र या दृश्य का प्रयोग करने की संभावना हो । किसी समाचार में घटनास्थल का चित्र न हो तब पुराने फाइल चित्रों अथवा पेंटिंग्ज की सहायता ली जाए । इससे नीरस समाचार को रंगीन चित्रों से सरस, रोचक, विश्वसनीय एवं प्रभावपूर्ण बना दिया जाता है ।

१.६.३.२. रिपोर्ट :

दूरदर्शन पत्रकारिता में घटनास्थल की रिपोर्ट अथवा स्पष्ट विशेष रूप से उपयोग में लायी जाती है । इसमें किसी समाचार को उसके पृष्ठभूमि के साथ साथ दृश्य रूप में किसी संवाददाता अथवा अन्य व्यक्ति के स्वर में प्रस्तुत किया जाता है । ऐसा कर कम से कम शब्दों में अधिक ज्ञानवर्धक सामग्री एवं सूचना प्रेषित की जा सकती है । ऐसा करते समय समाचार वाचक कम बोलता है और संवाददाता दर्शकों से सीधे संपर्क में रहता है ।

रिपोर्ट बनाते समय यह आवश्यक है कि बोलचाल की भाषा में प्रयुक्त मुहावरों या कथनों से बचना चाहिए । उदाहरणार्थ, अब हम देखते हैं..., हम यह दृश्य देख रहे हैं, अब यह देखिए, यह नेता, वह मंत्री, प्रधानमंत्री का कहना है कि,.............., उन्होंने आगे कहा............ इस तरह के वाकयों, मुहावरों का प्रयोग नहीं होना चाहिए । दर्शकों का यह बताया जाए कि, प्रधानमंत्री इस स्थान या सभा में गए वहाँ जाकर उन्होंने कया कहा, किस प्रकार कहा यह सब उस समय के दृश्य दिखाकर दर्शकों को समझाना चाहिए । अर्थात् रिपोटींग यथातथ्य हो इस बात पर ध्यान देना चाहिए । दूरदर्शन समाचारों की सबसे बड़ी जरूरत दर्शकों को देश – विदेश के समाचारों तक ले जाना हैं । यह उसकी सफलता भी है । इसे वह सुसंगत चित्रों, चार्ट, ग्राफ, स्टील्स, ग्राफिकस आदि द्वारा प्रस्तुत करता हैं ।

१.६.३.३. घटनाक्रम में तारतम्यता :

दूरदर्शन में उत्तम समाचार प्रस्तुति तभी मानी जाती है जब घटनाओं की सूचना या विवरण समाचार वाचक देता रहे और इसके साथ ही इससे संबद्ध चित्र भी छोटे पर्दे पर दिखाई देते हैं । दूरदर्शन पत्रकारिता में यही सबसे महत्त्वपूर्ण तथा आदर्श स्थिति है । यह विजुअल चार्ट कार्टुन और आँकड़ों के रूप में खबरों के अनुरूप होना चाहिए । कई बार दूरदर्शन समाचार – प्रभाग की लापरवाही से समाचार कुछ कहा जाता है और उसके साथ विज्युअल कुछ दूसरी तरह के दिखाए जाते हैं । यह स्थिति दूरदर्शन के लिए हास्यस्पद और घातक है ।

दूरदर्शन समाचार निर्माण करते समय पत्रकार को दो परिस्थितियों में काम करना पड़ता हैं । एक ओर उसे उस दिन के महत्त्वपूर्ण समाचारों को एकत्रित कर उन पर समाचार आलेख और टिप्पणियाँ बनानी पड़ती हैं और दूसरी ओर दूरदर्शन समाचार प्रभाग द्वारा निर्देशित कैमरा टीम उन समाचार स्थितियों की तस्वीरें लेता रहता है और फिल्म बनाता है । यह पत्रकारिता से संलग्न दो भाग हैं जो अलग अलग बनते हैं । अतः समाचार प्रसारण से पूर्व इन दोनों की संगति आवश्यक हैं । अर्थात् इलेकट्रॉनिक न्यूज गैट रिंग (ई.एन.जी.) द्वारा जो सामग्री लायी जाती है, उन्हें समाचार आलेख बनानेवालों को पहले ही देख लेना आवश्यक है तभी वह समाचारों के लेखन और उसकी दृश्यावली प्रस्तुति में संगति बैठा सकता है । विभिन्न दृश्यावली की अवधि पर ध्यान देना भी आवश्यक हैं । सामान्यतः एक सेकंद में तीन शब्द बोले जाने चाहिए । दूरदर्शन पत्रकारिता में सामान्य नियम पर ध्यान देने की आवश्यकता है कि समय का पूरी तरह उपयोग हो और कोई भी क्षण खाली न जाए ।

१.६.३.४. संक्षिप्तता :

यह दूरदर्शन पत्रकारिता की एक सामान्य शर्त है । लिखित और बोले गए समाचारों की अपेक्षा दिखाए जानेवाले समाचार अंश का यहाँ विशेष महत्त्व हैं। अधिक शब्द चित्रात्मक अभिव्यक्ति में बाधा उत्पन्न कर सकते हैं । अतः दूरदर्शन पत्रकारिता में लेखक एवं संपादक को इस तथ्य पर विशेष ध्यान देना चाहिए ।

१.६.३.५. समाचार प्रस्तुति

दूरदर्शन समाचारों के प्रस्तुतिकरण में तकनीकी काम ज्यादा हैं कयोंकि कैमरा, आउटसाइट ब्रॉडकास्टिंग, इलेकट्रॉनिक न्यूज गैदरिंग (इलेकट्रॉनिक पत्रकारिता), कैमकार्डर (कैमरा रिकॉर्डर) स्टैंड अपर, स्टुडियो स्पॉट आदि विधियों का तकनीकी सहारा लिया जाता है । अर्थात दूरदर्शन समाचार बनाने के लिए पहले पूरी तक टीम काम करती है जिसमें कैमरामैन, रिकॉर्डिस्ट, लाइट असिस्टंट तथा समाचार प्रभाग का एक व्यक्ति होता है । पूरे समाचारों (उस समय दिखाए जानेवाले) के महत्वपूर्ण हिस्सों को फिल्माया जाता है, उसकी रिकार्डिंग की जाती हैं, तथा उसमें ध्वनि का उचित समावेश हो, इसका ध्यान रखा जाता हैं । कई बार दूरदर्शन समाचार टीम को बाहर जाकर समाचार भेजना पड़ता है । संवाददाता इसके लिए आउट साइड ब्राडकास्ट (ओ.बी.) वैन का प्रयोग करता है । इस समय संवाददाता अपनी जरूरत के अनुसार वहाँ का समाचार चित्रों के साथ संकलित करता है और मयक्रोवेव अथवा उपग्रह तंत्रोंद्वारा अपने रिले स्टेशन (प्रसारण केंद्र) को भेजता है ।

समाचार प्रसारित करने से पहले विडियो कॅसेट रिकॉर्डर को स्पीकर्स तथा मॉनिटर से जोड़कर पूर्व प्रदर्शन कॉपी बनायी जाती है जिसे रशेज कहते हैं । रशेज देखकर ही समाजार टेपों को अंतिम तौर पर प्रसारण के लिए तैयार किया जाता है । इसी समय रिकॉर्डर मशीन लगाकर समााचारों का अंतिम टेप तैयार किया जाता हैं । इस अंतिम रूप को देने के लिए कई अन्य छोटी–मोटी प्रक्रियाओं से गुजरना होता है, जैसे – जॉग,इन, एन्ट्री, और ट्रीम । सारे छोटे–छोटे रशेज को ठीक से अंतिम रूप से जोड़ने की एक लंबी परंतु छोटी प्रक्रिया का सहारा लेना पड़ता है । अंतिम प्रसारण समाचार टेप से पहले उसका एक प्रीव्यु होता है जिससे अंतिम तौर पर संपादक संतुष्ट होता है और अंतिम टेप तैयार करे की अनुमति देता है । इसे इलेकट्रॉनिक स्प्लिटिंग (ख़्रझस्त्रश्नमबधथघश्न ट्टऽझघममघथह) कहा जाता है । इलेकट्रॉनिक स्प्लिटिंग कर लेने के बाद चित्र, ग्राफ आदि को चुनकर अंतिम रूप से प्रोडकशन असिस्टेंट को सौंप दिया जाता है । दूरदर्शन समाचारों का प्रस्तुतिकरण वास्तव में समाचार लेखन से ज्यादा एक तकनीकी प्रक्रिया है ।

१.६.३.६. संभाषणशीलता

किसी के बयान को उसी के मुख से कहलवाना संभाषणशीलता हैं । जैसे किसी प्रदेश के मुख्यमंत्री अपने प्रदेश के विषषयक महत्वपूर्ण जानकारी दे रहे हों तब उनके वक्तव्यवाली दृश्यावाली दिखानी चाहिए । उस समय समाचार वाचक चुप्पी साधे सुनता रहे, कोई भी टिप्पणी उक्त वक्तव्य के बीच न करें । इससे वह समाचार विश्वसनीय, विविधतापूर्ण, रोचक और अविस्मरणीय बन जाता है ।

१.६.३.७ समय सापेक्ष

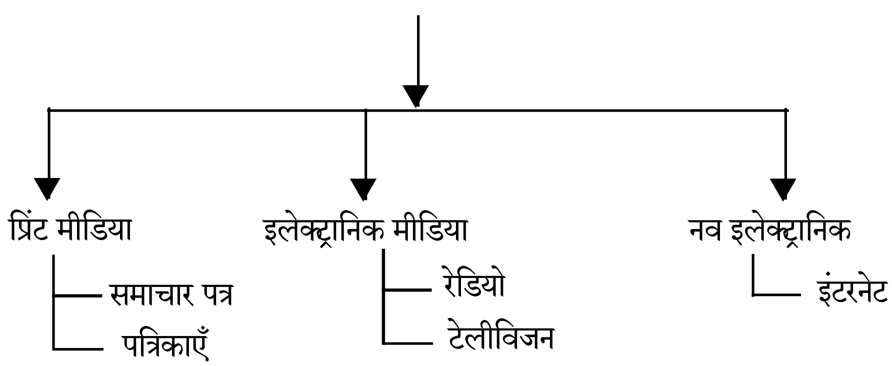
समय का ध्यान रखना दूरदर्शन के लिए अनिवार्य शर्त है । सूचना क्रांति के प्रतियोगिता युग में कई चैनल २४ घंटे समाचार देते रहते हैं जिसमें समय सीमा की समस्या नहीं रहती । फिर भी संवाददाता को समय का ध्यान रखना पड़ता हैं । यदी संवाददाता समय चूक जाएं तो वही समाचार

दूसरा चैनल ले जाएगा । कई बार समाचार बुलेटिन प्रसारित होने के बाद, बीच में ही अत्यंत महत्त्वपूर्ण समाचार आ जाता है । ऐसे समाचार को फ्लैश के रूप में प्रसारित किया जा सकता है । समाचार वाचक अभी-अभी मिले समाचार के रूप में उसे बुलेटिन में सम्मिलित कर लेता है । कभी - कभी पूरा समाचार न मिलने पर रिपोर्ट की अथवा विस्तृत विवरण की प्रतिक्षा कह कर नए समाचार की ओर बढ़ सकते हैं ।

१.६.४. इंटरनेट पत्रकारिता

२१वीं शताब्दी के इस सूचना प्रौद्योगिकी युग से पहले सुचना के तीन माध्यम प्रसिद्ध थे । समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, रेडियो और दूरदर्शन । अब साइबर जर्नलिज्म या इंटरनेट पत्रकारिता का दौर है । पेपर-पेन-लेस पत्रकारिता के इस युग में इंटरनेट पत्रकारिता ने एक नये युग का सूत्रपात किया है । यह एक नयी तरह की पत्रकारिता है जिसमें सूचना हाइवे पर आधारित समीक्षा, हास्य सामग्री और अंतर्दृष्टि आदि हिस्से संपादकीय बनते हैं । इंटरनेट पत्रकारिता में अंग्रेजी भाषा का एकाधिकार सा था अपितु पिछले कुछ वर्षों में इसमें परिवर्तन हुए हैं । अब हिंदू समाचार पत्रों के साथ प्रादेशिक समाचार पत्रों को भी वेबसाइट्स उपलब्ध हैं । इंदौर के नयी दुनिया समाचार पत्र द्वारा वेब दुनिया के नाम से हिंदी में पहला समाचार पोर्टल शुरू करने के साथ ही हिंदी भाषा में इंटरनेट पत्रकारिता में एक युग की शुरुआत हुई । ३१ दिसंबर २००० तक भारत सरकार के पंजीयक कार्यालय में दर्ज सूची के अनुसार हिंदी में २३६३ दैनिक समाचार पत्र, ६६१० साप्ताहिक, २६६४ पाक्षिक, ३३८६ मासिक, ६२८ त्रैमासिक, २१६ छमाही, ३३ वार्षिक समाचारपत्र, पत्रिकाएं प्रकाशित हो रही हैं । परंतु २३६३ समाचारपत्रों में से २० के भी इंटरनेट संकरण नहीं थे । साप्ताहिक मासिक पत्रिकाओं इंडिया टुडे के अलावा अन्य वेबसाइट उपलब्ध नहीं है । साहित्यिक मासिक पत्रिकाओं में हंस की वेबसाइट है, वह भी वेब दुनिया के एक खंड के रूप में उपलब्ध है । कुछ वर्षों पहले साहित्य को समर्पित एक वेबसाइट लांच की गयी - लिटरल वर्ल्ड डॉट कॉम यह साप्ताहिक पत्रिका है जिसका कोई प्रिंट संस्करण नहीं है । आज हिंदी के ५० प्रतिशत समाचार पत्र, पत्रिकाएं वेबसाइट पर उपलब्ध है लेकिन अधिकतर समाचार पत्रों की वेबसाइट्स है जो समाचार पत्रों में छपी खबरों को ज्यों का त्यों वेबसाइट्स पर डाल देती हैं ।

चार्ट १.३. पत्रकारिता के प्रकार



१.७. वर्तमान युग में पत्रकारिता की स्थिति

हर देश की पत्रकारिता की अपनी एक जरूरत होती है । उसी के मुताबिक वहां की पत्रकारिता का तेवर तय होता है और अपनी एक अलग परंपरा बनती है । इस दृष्टि से अगर देखा जाए तो भारत की पत्रकारिता और पश्चिमी देशों की पत्रकारिता में बुनियादी स्तर पर अनेक अंतर दिखायी देते है । भारत को आज़ाद कराने में यहां की पत्रकारिता की भूमिका महत्त्वपूर्ण रही है । ऐसा उदाहरण किसी पश्चिमी देश की पत्रकारिता में देखने को नहीं मिलता । आज़ादी का मक़सद सामने होने के कारण यहां की पत्रकारिता में एक अलग प्रकार का तेवर विकसित हुआ । लेकिन समय के साथ यहाँ की पत्रकारिता की प्राथमिकताएं परिवर्तित हुई और काफी भटकाव आया । पश्चिमी देशों की पत्रकारिता में भी परिवर्तन हुआ लेकिन वहां जो परिवर्तन हुआ उसमें बुनियाद स्तर पर भारत जैसा परिवर्तन नहीं आया । इन परिवर्तनों के बावजूद अभी भी हर देश की पत्रकारिता को एक तरह का नहीं कहा जा सकता है । लेकिन दुनियाभर में इस बात पर आम सहमति दिखती है कि पत्रकारिता के क्षेत्र में गिरावट आयी है । इस गिरावट को दूर करने के लिए हर जगह अपने–अपने परिवेश की जरूरतों को ध्यान में रखकर सुझाव दिए गए । हालांकि, कुछ बातें ऐसी है, जिन्हें हर स्थान पर पत्रकारिता की कसौटी बनाया जा सकता है। ऐसी ही नौ बातों को अमेरिका की कमेटी ऑफ कन्सर्ड जर्नलिस्ट ने सामने रखा है ।

वर्तमान युग में पत्रकारिता की क्या स्थितियां हैं, यह देखने से पूर्व अमेरिका की कमेटी ऑफ कन्सर्ड जर्नलिस्ट के बारे में संक्षेप में चर्चा करेंगे । कंसर्ड शब्द का प्रयोग होता है । अतः कमेटी ऑफ कंसर्ड जर्नलिस्ट वैसे पत्रकारों, प्रकाशकों, मीडिया मालिकों और पत्रकारिता के प्रशिक्षण से जुड़े लोगों की समिति है जो पत्रकारिता के भविष्य को लेकर चिंतित हैं । यह समिति पत्रकारिता के भविष्य को सुरक्षित बनाए रखने के ध्येय से प्रयासरत रहती है कि इस क्षेत्र में काम करनेवाले लोग पत्रकारिता को अन्य पेशों की तरह न समझें । अपितु, एक विशेष तरह की सामाजिक जिम्मेदारी को निभाते हए पत्रकार काम करें । इस समिती की नींव १९९७ में रखी गई थी । उस दिन हावर्ड फैकल्टी कलब में पच्चीस पत्रकार एकत्रित हुए थे । इसमें कुछ चोटी के संपादक थे और कुछ रेडियो एवं टेलिविजन के जाने – माने चेहरे थे । इन पच्चीस लोगों में पत्रकारिता के प्रशिक्षण से जुड़े कुछ महत्त्वपूर्ण लोग और कुछ बड़े लेखक भी शामिल थे । वहाँ मौजूद सारे लोगों में एक समानता थी । वह ये कि सभी इस बात पर सहमत थे कि पत्रकारिता के क्षेत्र में कुछ गंभीर त्रुटियां आ गयी हैं । उन्हें इस बात की भी चिंता थी कि आज पत्रकारिता की जनता के हितों का पोषण न कर कहीं न कहीं जनहित को नुकसान पहुँचा रही है । इस बात पर भी सबकी सहमती थी कि इस स्थिति में पत्रकारिता के प्रति अपनी जिम्मेदारी को निभाते हुए कुछ न कुछ कदम उठाना आवश्यक हैं । इसी बात को ध्यान में रखकर कमेटी ऑफ कंसर्ड जर्नलिस्ट का गठन किया गया । गठन के पश्चात इस समिति ने दो वर्षों तक पत्रकारों और लोगों के बीच लगातार काम किया । इस समिति ने इककीस गोष्ठियों का आयोजन गिया, जिसमें तीन हजार से अधिक लोग सम्मिलित हुए । इसके व्यतिरिक्त इन गोष्ठियों में गंभीरता से काम कर रहे हैं तीन तौ से अधिक पत्रकारों की भी भागीदारी रहीं । समिती ने विश्वविद्यालय के शोधार्थीयों को भी अपने साथ जोड़ा । शोधार्थियों ने सौ से अधिक पत्रकारों से पत्रकारिता के मूल्यों पर आधारित लंबे साक्षात्कार किए । पत्रकारिता के सिद्धांतों पर आधारित दो सर्वेक्षण भी इस समिति ने किए । समिती ने न पत्रकारों के पत्रकारिता जीवन का भी अध्ययन किया जिनसे समिती ने बातचीत की थी । इसके द्वारा उन पत्रकारों की प्राथमिकताओं के बारे में भी जानकारी जुटाई गयी जिनसे

बातचीत कर समिति कुछ महत्त्वपूर्ण निर्णय लेनेवाली थी । दो वर्षों तक कठिन परिश्रम कर तथा समाज के भिन्न-भिन्न लोगों के अनुभवों को सहेजने के पश्चात समिती ने एक पुस्तक प्रकाशित की। इस पुस्तक का नाम हैं - एलीमेंट ऑफ जर्नलिज्म। बिल कोवाच और टॉम रोसोशिअल इस पुस्तक के रचियता है । इसी पुस्तक में समिति ने पत्रकारिता के बुनियादी तत्व के तौर पर नौ बातों को सामने रखा हैं । इन्हीं नौ तत्त्वों की कसौटी पर दुनिया के हर देश की पत्रकारिता को कस कर देखने से कई बातें अपने आप स्पष्ट होगी ।

समिति ने अपने अध्ययन और शोध के बाद इस बात को स्थापित किया है कि सत्य को सामने लाना पत्रकार का दायित्व है । कहा जा सकता है कि यह तो पत्रकारिता के पारंपारिक बुनियादी सिद्धांतों में शामिल रहा ही है । अपितु यहां सवाल उठता है कि इसका कितना पालन किया जा रहा है ? इस कसौटी पर भारत को परखा जाए तो हालात का अंदाजा सहज ही लग जाता हैं । अभी की पत्रकारिता में अपनी अपनी सुविधा और स्वार्थ के अनुसार खबरों को पेश किया जा रहा हैं । एक ही घटना को भिन्न-भिन्न प्रकार से प्रस्तुत किया जाना भी इस बात को प्रमाणित करता है कि सत्य को सामने लाने की प्राथमिकता से मुंह मोडा जा रहा है । ऐसा इसलिए भी लगता है कि घटना से जुड़े तथ्य तो एक ही रहते हैं लेकिन इसकी प्रस्तुति अपने - अपने संस्थान की जरूरतों और अपने निजी हितों को ध्यान में रखकर किया जा रहा हैं । कुछ वर्षों पहले जामिया इनकाउंटर बहुत चर्चा में रहा था । इस एनकाउंटर की रिपोर्टिंग के बारे में आई एक रपट में यह बात उजागर हुई कि अलग अलग मीडिया संस्थान अपनी सुविधा के अनुसार रिपोर्टिंग करते हैं । जब एक ही घटना की रिपोर्टिंग कई तरह से होगी, वो भी भिन्न-भिन्न तथ्यों के साथ तो इस बात को तो समझा ही जा सकता है कि सच कहीं पीछे छूट जाएगा । दुर्भाग्य से ही सही लेकिन ऐसा हो रहा है ।

समिति ने अपने अध्ययन और शोध के आधार पर दूसरी बात यह स्थापित की कि पत्रकार को सबसे पहले जनता के प्रति निष्ठावान होना चाहिए । इस कसौटी पर देखा जाए तो हमारे देश की पत्रकारिता में जनता के प्रति निष्ठा का घोर अभाव दिखता हैं । अभी के दौर में एक पत्रकार को किसी मीडिया संस्थान में कदम रखते हुए यह समझाया जाता है कि आप किसी मिशन भावना के साथ काम नहीं कर सकते हैं और आप एक नौकरी कर रहे हैं । अतः स्वाभाविक तौर पर आपकी जिम्मेदारी अपने नियोक्ता के प्रति है । इसके लिए तर्क यह दिया जाता है कि आपकी पगार मीडिया का मालिक देते हैं इसलिए उनकी मर्जी के मुताबिक काम करना ही इस दौर की पत्रकारिता है । यहा इस बात को समझना आवश्यक है कि अगर मालिक की प्रतिबद्धता भी पत्रकारिता के प्रति है तब तो हालात सामान्य रहेंगे लेकिन आज इस बात को भी देखना होगा कि मीडिया में लगनेवाले पैसे का चरित्र का किस तेज़ी के साथ बदला है । जब अपराधियों और नेताओं के पैसे से मीडिया घराने स्थापित होगे तो स्वाभाविक तौर पर उनकी प्राथमिकताएं अलग होगी । इसी के हिसाब से उन संस्थानों में काम करनेवाले पत्रकारों की जवाबदेही तय होगी । इस दृष्टि से अगर देखा जाए तो हिंदुस्तान में मुख्यधारा की पत्रकारिता में गिने-चुने संस्थान ही ऐसे दिखते हैं कि जहां के पत्रकारों के लिए जनता के प्रति निष्ठावान होने की थोडी - बहुत संभावना है ।

समिति के मुताबिक खबर तैयार करने के लिए मिलनेवाली सूचनाओं की पुष्टि में अनुशासन को बनाए रखना पत्रकारिता का अहम तत्व है । इस आधारपर यदि देखा जाए तो पुष्टि की परंपरा ही गायब होती जा रही है । इसका सबसे बड़ा उदाहरण मुंबई में हुए आतंकी हमले के मीडिया कवरेज में देखने को मिला । एक खबरिया चैनल में खुद को आतंकवादी कहनेवाले एक व्यक्ति से फोन पर हुई बातचीत का सीधा प्रसारण कर दिया । अब यहां प्रश्न यह उठता है कि कया वह

व्यक्ति सचमुच उस आतंकी संगठन से संबंधित था अथवा यह मीडिया संगठन का इस्तमोल कर रहे थे । जिस समाचार संगठन ने उस साक्षात्कार को प्रसारित किया कया उसने इस बात की पुष्टि की थी कि वह व्यक्ति मुंबई हमले के जिम्मेवार आतंकवादी संगठन से संबंध रखता है या नहीं । निश्चित तौर ऐसा नहीं किया गया था । बजाहिर यहां सूचना के स्त्रोत की पुष्टि में अपेक्षित अनुशासन की उपेक्षा की गई । ऐसे कई मामले भारतीय मीडिया में समय समय पर देखे जा सकते हैं । हालांकि, आतंकवादी का इंटरव्यूव प्रसारित करने के मामले में एक महत्वपूर्ण प्रश्न तो यह भी है कि, कया किसी आतंकवादी को अपनी बात को प्रचारित – प्रसारित करने के लिए मीडिया का एक मजबूत मंच देना सही है ? अधिकतर लोग इस प्रश्न के उत्तर में नकारात्मक जवाब ही देंगे । समिती ने कहा है कि पत्रकारिता करनेवालों को वैसे लोगों के प्रभाव से खुद को स्वतंत्र रखना चाहिए जिन्हें वे कवर करते हो । इस कसौटी पर भी यदि देखा जाए तो भारत की पत्रकारिता के समक्ष यह एक बड़ा संकट दिखता है । अपने निजी संबंधों के आधार पर खबर लिखने की कुप्रथा चल पड़ी है । कई ऐसे मामले उजागर हुए हैं जिसमें यह देखा गया है कि निहित स्वार्थ के लिए खबर लिखी गयी हो । कई बार वैसी ही पत्रकारिता होती दिखती है जिस तरह की पत्रकारिता होनी दिखती है जिस तरह की पत्रकारिता सूचना देनेवेला चाहते हैं । राजनीति और अपराध की रिपोर्टिंग करते समय यह समस्या और भी बढ़ जाती है । राजनीति के मामले में नेता जो जानकारी देते है उसी को इस तरह से पेश किया जाता है जैसे असल खबर सही हो । नेता कब मीडिया का इस्तेमाल करने लगते हैं, इसका अंदाजा लगाना आसान नहीं होता । अपराध की रिपोर्टिंग करते समय जो जानकारी पुलिस देती है उसीके प्रभाव में आकर अपराध की पत्रकारिता होने लगती है । पुलिस अपने द्वारा की गयी हत्या को एनकाऊंटर बताती है, और ज्यादातर मामलों में यह देखा गया है कि मीडिया उसे एनकाऊंटर के तौर पर ही प्रस्तुत करती है ।

समिति इस नतीजे पर भी पहुँची कि पत्रकारिता को सत्ता की स्वतंत्र निगरानी करनेवाली व्यवस्था के तौर पर काम करना चाहिए । इस बिंदु पर सोचने के बाद यह पता चलता है कि जब पत्रकार सत्ता से नजदीकी बढ़ाने के लोभ का संवरण नहीं कर पाता है तो पत्रकारिता कहीं पीछे रह जाती है । भारत की पत्रकारिता के बारे में एक बार किसी बड़े विदेशी पत्रकार ने कहा था कि यहां जो भी अच्छे पत्रकार होते हैं उन्हें राज्यसभा भेजकर उनकी धार को कुंद कर दिया जाता है । राज्यसभा पहुंचकर अपनी पत्रकारिता की धार को कुंद करनेवाले पत्रकारों के नाम याद करने में यहां की पत्रकारिता को जानने समझनेवालों को दिमाग पर ज्यादा जोर नहीं देना पड़ेगा । ऐसे पत्रकार भी अकसर मिल जाते हैं जो यह बताने में बेहद गर्व का अनुभव करते हैं कि उनके संबंध फलां नेता के साथ या फलां उद्योगपति के साथ बहुच अच्छे हैं । यही संबंध उन पत्रकारों से पत्रकारिता के बजाए जनसंपर्क का कार्य करवाने लगता है और उन्हें इस बात का पता भी नहीं चलता है । जब यह पता चलता है तब तक वे उसमें इतना सुख और सुविधाएं पाने लगते हैं कि उसे ये समय के नाम पर सही ठहराते हुए आगे बढ़ते जाते है ।

समिती अपने अध्ययन के आधार पर इस नतीजे पर पहुंची है कि पत्रकारिता को जन आलोचना के लिए एक मंच मुहैया कराना चाहिए । इसकी व्याख्या इस तरह से की जा सकती है कि जिस मसले पर जनता के बीच प्रतिक्रिया स्वाभाविक तौर पर उत्पन्न हो उसके अभिव्यक्ति का जरिया पत्रकारिता को बनना चाहिए । लेकिन आज कल ऐसा हो नहीं रहा है । इसमें मीडिया घराने उन सभी बातों को प्रमुखता से उठाते हैं जिन्हें वे अपने व्यावसायिक हितों के पोषण के लिए उपयुक्त समझते हैं । उनके लिए जनता के स्वाभाविक मसले को उठाना समय और जगह की

बरबादी करना है । यह सब होता है जनता की पसंद के नाम पर । जो भी परोसा जाता है उसके बारे में कहा जाता है कि लोग उसे पसंद करते हैं इसलिए वे से प्रकाशित या प्रसारित कर रहे हैं । जबकि विषय के चयन में सही माइने में जनता की कोई भागीदारी होती ही नहीं है । इसलिए जनता जिस मसले पर व्यवस्था की आलोचना करनी चाहती है वह मसला मीडिया से दूर रह जाता है । इसका असर यह हो रहा है कि वैसे मसले ही मीडिया में प्रमुखता से छाए हुए दिखते है या उनकी मात्रा ज्यादा रहती हैं जो लोगों को रोजमर्रा के कामों में ही उलझाए रखे और उन्हें उस दायरे से बाहर सोचने का मौका ही न दे । समिति ने पत्रकारिता के अनिवार्य तत्व के तौर पर कहा है कि पत्रकार को इस दिशा में प्रयत्नशील रहना चाहिए कि खबर को सार्थक, रोचक और प्रासंगिक बनाया जा सके । इस आधार पर तो बस इतना ही कहा जा सकता है कि खबर को रोचक और प्रासंगिक बनाने की कोशिश तो यहां की पत्रकारिता में दिखती है लेकिन उसे सार्थक दिशा में पहले करते हुए कम से कम मुख्य धारा के मीडिया घराने तो नहीं दिखते । सही मायने में जो संस्थान सार्थक पत्रकारिता कर रहे है, वे बडे सीमित संसाधनों के साथ चलनेवाले संस्थान है । उनके पास हर वक्त विज्ञापनों का टोटा रहता है । इसका एक बड़ा कारण यह भी है कि अगर पत्रकारिता सार्थक होने लगेगी तो बाजार के लिए अपना हित साधना आसान नहीं रह जाएगा । इसलिए बडे मीडिया घराने विज्ञापन और संसाधनों के मामले में अमीर होते हैं और सार्थकता के मामले में उनकी अमीरी नजर नहीं आती ।

समिति के मुताबिक समाचार को विस्तृत और आनुपातिक होना चाहिए । इस नजरिए से देखा जाए तो इसी बात में खबरो के लिए आवश्यक संतुलन का तत्व भी शामिल है । विस्तार के मामले में अभी जा हालत हैं उन्हें देखते हुए यह तो कहा जा सकता है कि स्थिति बहुत अच्छी नहीं है लेकिन बहुत बुरी भी नहीं है । जहां तक संतुलन का सवाल है तो इस मामले में व्यापक सुधार की जरूरत दिखती है । संतुलन में अभाव के कारण ही आज ज्यादातर मीडिया घरानों की एक पहचान बन गयी है कि फलां मीडिया घराना तो फलां राजनीतिक विचारधारा के आधार पर की लाइन लेगा । इसे शुभ संकेत तो नहीं कहा जा सकता है लेकिन दुर्भाग्य से यह चलन बहुत तेजी से बढ़ रहा हैं । इस मामले में पश्चिमी देशों की मीडिया में तो हालात और भी खराब हैं । अमेरिका ने बकायदा खास उम्मीदवार का पक्ष घोषित तौर पर लिया ।

आखिर में समिति ने पत्रकारिता के लिए एक अहम तत्व के तौर पर इस बात को शामिल किया है कि पत्रकारों को अपना विवेक इस्तेमाल करने की आज़ादी हर हाल में होनी ही चाहिए । इस कसौटी विषयक तो बस इतना ही कहना पर्याप्त होगा कि सही मायने पत्रकारों के साथ अपना विवेक इस्तेमाल करने की आजादी होती तो जिन समस्याओं की बात आज की जा रही है, उन पर बात करने की आवश्यकता ही नहीं होती ।

अपनी प्रगति जाँचिए : उत्तरमाला

1.2. पत्रकारिता का स्वरुप

1. दर्पण 2. जिज्ञासू वृत्ति 3. शीघ्रता में लिखा इतिहास

4. लोकतंत्र, चौथा 5. संसद, लगातार 6. व्यवसाय, कला, राष्ट्रीय चेतना

7. जनता 8. पाचवा वेद

1.1 पत्रकारिता का जन्म मानव की जिज्ञासू प्रवृत्ति से हुआ है।

2. फ्रेंच संदर्भ के अनुसार पत्रकारिता का अर्थ है प्रतिदिन के कार्यों अथवा घटनाओं का विवरण प्रस्तुत करना.

3. प्रेस जनता की संसद है जिसका अधिवेशन लगाता जारी है।

4. पत्रकारिता में विद्वानों से लेकर आम आदमी तक सभी समझ सके ऐसी खबरें रहती है।

5. पत्रकारिता का केंद्रबिंदू जनता है।

6. पत्रकारिता की रणभूमि का योध्दा पत्रकार है।

1. पत्रकारिता हमारे परिवेश तथा देश – दुनिया में हो रहे नये प्रयोगों, कार्यों और घटनाओं की प्रत्येक सूचना हम तक पहुँचाती है, अतः विद्वानों इसे शीघ्रता से लिखा हुआ इतिहास भी कहा है।

2. पत्रकार को न्यायाधीश जैसा निष्पक्ष तथा योध्दा जैसे निर्भिक होना चाहिए।

3. पत्रकारिता सरकार और जनता के बीच का विश्वसनीय संपर्क सूत्र है।

4. हेरम्ब मिश्र का मानना है कि पत्रकारिता का जन्म चौदहवीं शताब्दी के पूर्वार्ध में होने के बावजूद कला और विज्ञान के रूप में इसकी मान वृद्धि सत्रहवीं शताब्दी से प्रारंभ होती है तथा यहीं से पत्रकारिता के उस आदर्श और दायित्व की नींव पड़ी जिसने पत्रकारिता को 'चतुर्थ सत्ता' का आसन प्रदान किया।

5. समाज में एक – दूसरे का कुशल – क्षेम जानने की प्रबल इच्छा शक्ति ने पत्रों के प्रकाशन को बढ़ावा दिया.

6. खींचो न कमानो को, न तलवार निकालो,
जब तोप मुकाबिल हो, तो अखबार निकालो

अधिक टिप्पणी के लिए

अधिक टिप्पणी के लिए

स्वाध्याय २

पत्रकारिता का इतिहास

२.० उद्देश

२.१. स्वतंत्रता पूर्व भारतीय पत्रकारिता
(भारत के सभी प्रांतों की पत्रकारिता का विकास)

2.2 स्वातंत्र्योत्तर पत्रकारिता का विकास

2.3. समाचार व सामायिक संदर्भ

2.4 भारतेन्दु युग

2.5. व्दिवेदी युग

2.6 गांधी युग

2.7. भूमिगत प्रकाशन

2. 8. सूचना समाज

2.8. सूचना निर्माण

2.0 उद्देश्य

इस पाठ को पढ़कर छात्र –

- पत्रकारिता के स्वतंत्रतापूर्व एवं स्वातंत्र्योत्तर विकास का विवेचन कर सकेंगे ।
- भारतेन्दु, द्विवेदी, गांधी आदि युगों में हुए पत्रकारिता के विकास को विशद कर सकेंगे ।
- तत्कालीन पत्रकारिता से जुड़ी अन्य विधाओं को विवेचित कर सकेंगे ।

२.१ . स्वतन्त्रता पूर्व भारतीय पत्रकारिता

भारत में पत्रकारिता के लगभग डेढ़ सौ साल के इतिहास पर जब हम नजर डालते हैं तो हम् उसके विकास की कई महत्वपूर्ण रेखाएँ दिखाई देती हैं, उसकी विविधता व विशिष्टता भी अपने ढंग से आकर्षित करती है । दरअसल भारतीय पत्रकारिता के बारे में हम जब भी विचार शुरू करते हैं या उसे थोड़े विस्तार से जामने की कोशिश करते हैं तो एक तरह हम अपने देश के उस कालखंड में पहुँच जाते हैं जहाँ से हम आधुनिक जीवन की शुरुआत हुई देखने लगते हैं । यानि मुगल शालन के पतन की एक तरह से शुरुआत हो जाती है और ब्रिटेन के साम्राज्यवादियों का प्रवेश इस देश में होने लगता है । य साम्राज्यवादी प्रवेश एक तरह से ईस्ट – इंडिया कंपनी (१७ वीं शताब्दि की

शुरुवात) के माध्यम से शुरु होता है । यह अकारण नहीं है कि कम्पनी के प्रवेश के साथ साथ भारत के वे महत्त्वपूर्ण व्यापारिक हिस्से सबसे पहले प्रभावित होते हैं, जो समुद्र के किनारे थे । वह चाहे कलकत्ता (बंगाल) का क्षेत्र हा हो या महाराष्ट्र (बंबई) या सुरत (गुजरात) का क्षेत्र । ब्रिटिश साम्राज्यवादियों ने भारत पर हर तरह से अधिपत्य जमाना तो शुरू किया ही अपनी सुविधा के लिए वे आधुनिक जीवन की नई तकनीक और यान्त्रिकता भी अपने साथ ले आए । जाहिर है इसी के साथ प्रेस और बाद में समाचार पत्र भी आए और पत्रकारिता जैसे बिलकुल नए विचारों व तथ्यों के आदान प्रदान के जीवंत, मनोरंजक तथा उत्तेजक सम्पर्क या संचार माध्यम का विकास भी शुरू हुआ । इस तरह भारतीय पत्रकारिता की शुरुआत १८ वीं शताब्दी के अन्तिम समय से ही शुरू होती दिखाई देती है ।

भारतीय पत्रकारिता में बंगाल का सबसे सबल व प्रारम्भिक योगदान रहै है लेकिन दिखाई यह देता है कि एक दो दशक के आगे पीछे से विभिन्न भारतीय भाषाओं में पत्रकारिता शुरू हो जाती है – मराठी, तमिल, तेलगू, उर्दू, हिन्दी, बंगाली, म्हैसूर के आस पास आदि । पत्रकारिता के विभिन्न सोपान जैसे कुछ ही समय के अन्तर से खुलते हैं और भारतीय पत्रकारिता को एक सम्पूर्णता देते हैं । यह अवश्य है कि भारतीय पत्रकारिता की शुरुआत बंगाल क्षेत्र से शुरू होती है । अतः हम सबसे पहले बंगाल क्षेत्र की पत्रकारिता से ही अपनी बात शुरू करेंगे । यहाँ यह स्पष्ट कर देना जरूरी है कि हिन्दी पत्रकारिता की शुरूआत भी बंगाल से ही दिखाई देती है और भारत के अन्य हिस्सों में भी पत्रकारिता बंगाल से शुरू हुई पत्रकारिता से ही कहीं न कहीं प्रभावित दिखाई देती है, यह अलग बात है कि व्यावहारिक परिस्थितियों के कारण, बाद में हिन्दी पत्रकारिता का स्वरूप क्षेत्रिय ही रह जाता है । अतः अध्ययन की सुविधा के लिए यहाँ हम पहले बंगाल की पत्रकारिता से शुरुआत करते हैं तथा मराठी, तमील, उर्दू की अत्यन्त संक्षेप में चर्चा करते हुए हम हिनी पत्रकारिता पर तनिक विस्तार से विचार करेंगे । तो आइए हम पहले बंगाल क्षेत्र की पत्रकारिता से अपने अध्ययन की शुरुआत करते हैं ।

२.१.१. बंगाल क्षेत्र की पत्रकारिता :

बंगाल क्षेत्र की पत्रकारिता से ही वास्तव में भारतीय पत्रकारिता की शुरुआत मानी जाती है पर इस क्षेत्र की पत्रकारिता का प्रारम्भ हल्की धुन्ध से भरा है । पत्रकारिता के इतिहास पर विचार करने वाले अधिसंख्य लोग मानते हैं, कि सन् १७८० में जेम्स अगस्टस हिक्की ने २९ जनवरी को बंगाल गजेट नाम समाचार पत्र निकाला । कलकत्ता से प्रकाशित इस अखबार को कलकत्ता जनरल एडवरटाइजर भी कहा गया और हिककी गट के नाम से इसे प्रसिद्धी मिली. लेकिन कुछ लोगों का मानना है कि पत्रकारिता की वास्तविक शुरुवात १८१६ में गंगाधर भट्टाचार्य के बंगाल गजट से हुई । कुछ लोग मानते हैं कि २३ मे १८१८ को प्रकाशित बंगाली भाषा के समाचार दर्पण से पत्रकारिता की शुरुआत हुई । इस अखबार को बैपटिस्ट मिशनरी से रामपूर से निकाला गया था। बृजेन्द्रनाथ बन्धोपाध्याय का मानना है कि बंगाली गजट से एक पखवारा पहले समाचार दर्पण का प्रकाशन शुरू हो गया था अतः वहीं पहला पत्र है । इसके लिए उनका तर्क है इस अखबार का पूरा प्रबन्धन, सम्पादन तथा व्यवस्था की पूरी जिम्मेदारी देशी (बंगाली) लोगों पर थी । इस तरह भारतीय पत्रकारिता में ऐसा पहला प्रयास था । हिककी गजट के साथ ऐसा नहीं था ।

इस विवाद का मुख्य कारण यह दिखाई देता है कि हिककी गजट अंग्रेजी में निकला था और बंगाली गजट तथा समाचार दर्पण बंगाली में । इन में भी समाचार दर्पण पूरी तर से देशी प्रबन्धन में निकला था । हिककी गजट का नाम बंगाली गजट होने से भी भ्रम की एक स्थिति बनी

हुई है। क्योंकि डॉ. आर. सी. मजुमदार का मानना है कि, १५ मई, १८१८ में प्रकाशित बंगाल गजट ही पहला अखबार है । इस पत्र की प्रकाशन तिथि को लेकर भी दो मत हैं । कई लोगों का मानना है कि २३ मई, १८१८ को इसका पहला अंक निकला । सम्भवतः इस मुख्य विवाद के दो कारण हैं । पहला तो यह कि हिक्की गजट (बंगाल गजट) और १५ मई, १८१८ में प्रकाशित बंगाली गजट दोनों ही अंग्रेजी में १७८० में प्रकाशित हुए थे । दूसरा यह कि इन दोनों ही समाचार पत्रों का अब भारत में कोई अंक उपलब्ध नहीं है । इन दोनों ही अख़बारों के बारे में कहा जाता है की ये तत्कालीन शासन व्यवस्था के, किसी – न किसी रूप में आलोचक ही थे । इसलिए इनके प्रकाशकों पर शासकों की तिरछी नज़र भी थी और इन्हें प्रताड़ित भी किया गया था इस हद तक कि इनका प्रकाशन बन्द करना पड़ा था । सम्भवतः इन तमाम जद्दोजहद में इन अख़बारों के कोई अंक बच नहीं पाए या उन्हें किसी तरह नष्ट कर दिया गया ।

इन तमाम विवादों और पत्रकारिता के लिए प्रारम्भ में ही इस तरह विपरीत स्थिति के पैदा हो जाने से यह प्रारम्भिक दौर धुँधला है पर चूँकि पत्रकारिता के क्षेत्र में, चाहे किसी भी भाषा में हो, पहले प्रकाशन का श्रेय हिक्की गजट को ही जाता है, इसलिए आज उसे ही भारतीय पत्रकारिता का पहला अखबार माना जाता है । हिक्की गजट या बंगाल गजट को भारतीय पत्रकारिता का एक सशकत और निर्भिक पत्र माना जाता है । अगस्टस हिक्की एक निर्भिक पत्रकार थे उनके कलम से तत्कालीन गव्हर्नर जनरल वारेन हेस्टिंग्ज का व्यक्तिगत जीवन भी नहीं बच पाता था । दरअसल हिक्की की इस निर्भिकता के पीछे एक छोटा–सा इतिहास है जिसे मात्र इतने से समझा सकता है कि हिक्की के पहले विलियम बोल्ड ने भी निर्भीक अख़बार निकालने का पयास किया था लेकिन बात लीक हो गई और तमाम दबावों व अप्रत्यक्ष धमकियों के कारण उनका अख़बार नहीं निकल पाया । इस पृष्ठभूमि के साथ हिक्की के दिमाग में यह बात भी थी कि लोगों को शासकों की करतूतों को जानना चाहिए । अपनी इस चेतना के लिए हिक्की को कीमत भी चुकानी पड़ी। अखबारों के विरुद्ध सर टॉमस मुनरों का कानून भी आया ।

महत्वपूर्ण यह है कि ब्रिटिश शासकों के तमाम कानूनों, बंधनों तथा उत्पीड़न की कार्रवाई के बंगाल क्षेत्र से अंग्रेजी, बंगाली, हिन्दी , फारसी और उर्दू में समाचार पत्रों के निकलने की शृंखला बनी रही । ऐसा नहीं हुआ कि बंगाल क्षेत्र था तो केवल अंग्रेजी और बंगाल में ही अखबार निकालने का प्रयासहुआ जैसा कि भारत के दूसरे क्षेत्रों में दिखाई देता है । इसलिए भी बंगाल क्षेत्र की पत्रकारिता का अपना एक खास महत्त्व है । कितने ही ऐसे समाचार पत्र निकले जो अंग्रेजी और बंगला तथा बंगला और हिन्दी में निकले । अंग्रजी में अखबार निकलने के कई कारण थे मसलन अंग्रेजी की शिक्षा, प्रेस की सुविधा, प्रसार की सुविधा और अपनी बात शासक वर्ग तक तक पहुँचाने का सबसे उचित माध्यम । यही कारण है कि भारतीय स्वाधीनता संग्राम की शुरुआत (१८५७) और उसके कुछ समय बाद तक अंग्रेजी भाषाओं कमें अखबार ज्यादातर निकलें । पर बाद में महसूस किया गया कि अपने देश की आम जनता को अगर शासकों तथा देश की वस्तुस्थिति से परिचित कराना है तो विभिन्न भारतीय भाषाओं (बंगला, तमिल, तेलगू, उर्दू, हिन्दी) में अखबार निकालना जरूरी है । इसीलिए शुरू में तो बंगाली, इण्डियन किरन, नेशनल पेपर, हिन्दू पॅट्रिऑट आदि अखबार तो अंग्रेजी में निकले और इनका प्रचार – प्रसार भी अच्छा खासा था, बल्कि हिन्दु पैट्रिऑट (१८५३) को तो बंगाल से निकलने वाले सबसे सुगठित व सुव्यवस्थित अखबार की संज्ञा दी गई । इसका एक बड़ा कारण यह भी था कि इस तथा उपरोक्त उल्लेखित सभी अखबारों से उस समय के तमाम पढ़े – लिखे, सुलझे लोग व बुद्धिजीवी जुड़े हु थे

। उनमें राष्ट्रीयता तथा राष्ट्र सम्मान की भावना भी भरी हुई थी ।

इसके साथ और बाद में सोम प्रकाश, ग्रामवार्ता, प्रकाशिका, अमृत बाज़ार पत्रिका (जैसोर से बंगला साप्ताहिक के रूप में) सुलभ समाचार, हाली शहर पत्रिका, समाज दर्पण, सहचर, बंग दर्शन, आर्य दर्शन, बांधव, भारत मिहिर आदि कई अखबार निकले, जिनसे ईश्वरचन्द्र विद्यासागर, द्वारकानाथ विद्याभूषण, हरिनाथ मजुमदार, हेमन्तकुमार, शिशिर कुमार, मोतीलाल घोष, केशव चन्द्र सेन, बंकिम चन्द्र, योगेन्द्रनाथ विद्याभूषण, कालि प्रसन्न घोष आदि जुड़े रहे । सुरभि, संजीवनी, समय, बंगवासी, हितवादी आदि अखबारों का अलग महत्त्व है जिनसे अभय चन्द्र सरकार, योगेन्द्रनाथ बोस, कृष्ण कुमार मित्र, ज्ञानेन्द्रनाथ दास आदि जैसे लोग जुड़े रहे ।

यहाँ संक्षेप में हम इतना ही जाने कि १८८० से १८९२ तक बंगला में निकलने वाले अखबारों की धूम रही जिसने आगे चलकर इसका और भी विस्तार किया । १८८० में ३७, १८८१ में ३८, ८२ में ५६, ८३ में ६३, ८४ में ६४, ८५ में ६३, ८६ में ६२, ८७ में ६३, ८८ में ६७६, ८९ में ७१, ९० में ६२, ९१ में ७१, ९२ में ७४ – पत्रिकाओं के प्रकाशन की सूची तैयार की गई थी । इस संख्या से यह स्पष्ट होता है, कि बंगला में पत्रकारिता की किस प्रकार धूम मची और उसने न स्वयं का विकास किया बल्कि पूरे भारत में पत्रकारिता को एक दिशा और ऊर्जा दी । स्वतन्त्रता पूर्व ही बंगाल में हजारों अखबार निकले । तब अखबारों के बारे में आज की तरह दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक आदि का बहुत स्पष्ट बँटवारा नहीं था । तब तो यह था कि किसी भी रूप में देश दुनिया, धर्म कर्म, कर्मकांड, कर्मकांड विरोध आदि को केन्द्रित करते हुए समाचारों और लेखों का प्रकाशन किया जाए और उसे लोगों तक पहुँचाया जाए । ब्रह्म समाज और आर्य समाज जैसी संस्थाओं ने इसमें महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई । अनेकानेक समस्याओं से इन्हें जूझना भी पड़ा पर पत्रकारिता की धारा निरन्तर प्रवाहमान रही । पत्रकारिता की भीूमिका में लोगों को शिक्षित करना, उनकी राजनीतिक चेतना बढ़ाना और उन्हें साफ करना तथा राष्ट्र भक्ति की भावना से उन्हें भरना, मुख्य रूप से शामिल है । इसीलिए हम कह सकते हैं कि बंगाल की पत्रकारिता का भारत राष्ट्र के निर्माण में एक महत्त्वपूर्ण योगदान है । उसने लोगों के सामने तमाम, सामाजिक, राजनीतिक समस्याएँ रखीं और राष्ट्र निर्माण के लिए, ब्रिटिश शासकों के विरुद्ध एकताबद्ध होने के लिए एक व्यापक जनमत तैयार करने में अहम भूमिका निभाई । सामाजिक बुराइयों, प्रशासिनक खामियों, शासकों के अत्याचारी स्वरूप, अपने देश के राष्ट्रीय नेताओं की गतिविधियों, स्वाधीनता संग्राम की तैयारियों तथा देश को विदेशी चंगुल से मुक्त कराने की उत्कट लालसा पैदा करने में बंगाल की पत्रकारिता की महत्वपूर्ण भूमिका रही है । प्रेस और मनुष्य, अभिव्यक्ति और मौलिक अधिकार के हनन के विरुद्ध स्वतन्त्रता की माँग को यहाँ उठाया गया – एक अभियान जैसा चलाया गया ।

२.१.२. महाराष्ट्र और गुजरात क्षेत्र की पत्रकारिता

मराठी क्षेत्र की पत्रकारिता की शुरुआत भी अंग्रेजी भाषा में निकले अखबारों से ही होती है । दरअसल भारत के सभी क्षेत्रों में पत्रकारिता की शुरुआत अंग्रेजी अखबारों से ही होती दिखाई देती है कयोंकि तब अंग्रेजी का ही वर्चस्व था और पढ़े – लिखे लोगों के बीच की भाषा वही थी । क्षेत्रीय या स्थानीय भाषाओं की अपनी सीमा थी । पर महत्त्वपूर्ण यह है कि अंग्रेजी भाषा से शुरू हुई पत्रकारिता शीघ्र ही अपनी क्षेत्रीय भाषाओं में फैल गई और क्षेत्रीय भाषाओं की पत्रकारिता का सकारात्मक विकास दिखाई देने लगता है । यानि पत्रकारिता अपने मूल उद्देश्यों के प्रति सहज ही बढ़ जाती है – आम लोगों के बीच राष्ट्रीय चेतना फैलाना, शोष के रूपों की शिनाख्त करना,

उसके कारकों के विरुद्ध मोर्चा लेने की तैयारी करना। कुछ मनोरंजन, कुछ कथा, कुछ धर्म आदि इत्यादी। यों महाराजाओं के समय से ही समाचारों के भेजने की एक परिपाटी वहाँ थी लेकिन पत्रकारिता को जिन अर्थों में हम आज जानना चाहते हैं वह वास्तव में आधुनिक युग की एक उपलब्धि हैं। अतः महाराष्ट्र क्षेत्र में पत्रकारिता की शुरुआत अंग्रेजी के माध्यम से १७८९ में बाम्बे हेराल्ड से ही शुरू होती है, जैसे बंगाल क्षेत्र में १७८० से हिककी गजट के द्वारा।

बाम्बे हेराल्ड के बाद १७९० में बॉम्बे गजट तथा १७९२ में बॉम्बे कुरियर ये सभी अखबार अंग्रेजी में ही प्रकाशित हुए, लेकिन ये अपने समय का थोडा बहुत मेसेज जनता तक ले गए तभी क्षेत्रीय भाषा में अखबार निकालने की जरूरत महसूस की गई। इस क्षेत्र की विशेषता यह थी कि मराठी और गुजराती दोनों ही भाषाएँ आम लोगों की भाषाएँ थीं। गुजरात और महाराष्ट्र तब भौगोलिक सीमा की दृष्टि से भी बहुत दूर नहीं थे बाद में भाषा के आधार पर बम्बई पुनर्गठन अधिनियम के आधार पर इस पूरे क्षेत्र के उत्तरी पश्चमी भाग को अलग कर गुजरात बनाया गया। इसलिए प्रारम्भ में आज के गुजरात और महाराष्ट्र की क वृहत्तर चौहदी थी और प्रमुख भाषाएँ गुजराती तथा मराठी थीं। यही कारण है कि इस क्षेत्र में अंग्रेजी अखबारों के बाद जो क्षेत्रीय भाषाओं के अखबार शुरू हुए उनमें गुजराती के अखबार सबसे प्रमुख रहे – ऐतिहासिकता की दृष्टि से भी और प्रचार प्रसार की दृष्टि से भी।

बॉम्बे कुरियर के बाद जिन अखबारों का प्रकाशन शुरू हुआ उनमें गुजराती के मुम्बई समाचार सबसे पहले प्रकाशित हुआ। एक जुलाई, १८२२ को इसका पहला अंक निकला। इसके संस्थापक और सम्पादक फरहुंत्री मर्जबान थे। इस पत्र की विशेषता अपने समाचारों की विश्वसनीयता के साथ– साथ यह रही कि इसे सबसे लम्बा जीवन प्राप्त हुआ। इसके बाद समाचार नाम से एक साप्ताहिक का प्रकाशन हुआ जो १८३२ में दैनिक हो गया, पर एक साल के बाद ही इसे फिर साप्ताहिक का रूप दिया गया और अन्ततः १८५५ में यह फिर दैनिक हुआ और फिर दैनिक ही रहा। इस अखबार के साथ महत्त्वपूर्ण बात यह थी कि बम्बई उच्च न्यायालय में पहले भारतीय न्यायाधीश (कार्यकारी) जनार्दन वासुदेवजी का वरदहस्त इसको प्रपा्त था। इन्हीं के साथ इनके छोटे भाई विनायक वासुदेवजी भी इसके सम्पादक थे। इस प्रकार महाराष्ट्र के दो प्रमुख व्यक्ति इसके सम्पादक बने और मराठी के इस अखबार ने इस क्षेत्र की पत्रकारिता में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

इसी समय दो अन्य गुजराती समाचार पत्रों का प्रकाशन हुआ १ सितम्बर, १८३० में मुम्बई वर्तमान और १८३२ में जामे जमशेद। ये सभी अखबार एक तरह से उसी लाइन पर विकसित हुए और अपना स्वरूप निर्धारित किया जिस तरह अंग्रेजी अखबारों में चलन था। यानि सरकारी अधिकारियों तथा कार्यालयों की गतिविधियों का विवरण, सामाजिक घटनाओं का विवरण तथा राजनीति से सम्बद्ध समाचार।

बाल गंगाधर टिळक जैसे उद्‌भट विद्वान को ही मराठी के सबसे बड़े सुचिन्तित पत्रकार को श्रेय जाता है। जब बम्बई प्रेसिडेन्सी का गठन हुआ तब उन्होंने शिक्षा और पत्रकारिता के बिल्कुल नए परिवेश में एल्फिस्टन इन्स्टिट्युट में प्रोफेसर हुए और ६ जनवरी, १८३२ को पाक्षिक दर्पण का प्रकाशन किया। मराठी का यह पाक्षिक ४ नई, १८३२ को साप्ताहिक हो गया। दर्पण को उन्होंने वास्तव में जनता का एक खुला मंच बना दिया जिसमें जनता और राष्ट्र की बेहतरी के लिए तमाम बहसें आयोजित की जाती थी। श्री शास्त्री ने इसमें सामाजिक समस्याओं को भी विस्तार से उठाया उन्होंने भारत की हिन्दु जाति व्यवस्था पर विस्तार से बहसें चलाई और राजा राममोहन राय की

गतिविधियों, उपलब्धियों पर भी विस्तार से चर्चा कराई तथा समाचार प्रकाशित किए । बाद में दर्पण को जनार्दन वासुदेवजी तथा रघुनाथ हरिश्चंद्रजी का भी सह्योग प्राप्त हुआ । दर्पण ने सम्भवतः तत्कालीन मराठी पत्रकारिता और चिंतन का सर्वोच्च मानक प्रस्तुत किया पर १८४० के बाद इसका प्रकाशन सम्भव नहीं हो सका ।

दर्पण के प्रकाशन के कुछ ही समय बाद १८३५ में आनन्द देव विनोबा ने पुना वार्तिक नाम से एक अखबार निकालने की अनुमति ईस्ट इण्डिया कंपनी से माँगी थी, जिसमें बड़े आदर्शों की चर्चा थी । पर इसे प्रकाशित करके की अनुमति नहीं मिली । दर्पण के बन्द होने के बाद ३ जुलाई, १८४० को मुम्बई अखबार का प्रकाशन मराठी में शुरु हुआ । तय यह हुआ था कि इसमें अंग्रेजी में भी एक ऐसा आलेख प्रकाशित होगा जिसके माध्यम से विभिन्न समस्याओं पर अंग्रेज शासकों का ध्यान खींचा जाएगा ।

इन अखबारों के बाद मराठी में अखबारों की एक लम्बी शृंखला की शुरुआत हो जाती है । मुम्बई अखबार के बाद प्रभाकर,ज्ञान सिन्धु, चन्द्रोदय, मित्रोदय, वर्तमान दीपिका, विचार लहरी, धूमकेतू, वर्तमान संघर्ष, शुभिसूचक, जगत मित्र, ज्ञानोदय, ज्ञान प्रकाश, अरुणोदय, सूर्योदय, धूमकेतु, किरण, इन्दुप्रकाश, सुबोध पत्रिका, लोक कल्याणेषु, खान्देश वैभव, बेलगाम समाचार, नासिक वार्ता, ज्ञानासागर, सत्यशोधक , दीनबन्धु जैसे सैंक़ड़ों अख़बार बम्बई, पूना, नासिक, कोल्हापूर, शोलापूर, रत्नागिरी, थाणे, धुलिया आदि आदि स्थाों से १९वीं ताब्दी के अन्त (१८९७) तथा उनके बाद राष्ट्रमत (१९०८) तक निकलते रहे । इन मराठी व कुछ गुजराती अख़बारों के बीच के वर्षों में निकलते रहे, जैसे – नेटिव ओपिनियन आदि । अखबार निकलने की यह परम्परा २० वीं शताब्दि में और भी परिपकव ढंग से जारी रही और आज भी है ।

मराठी पत्रकारिता की विशेषता यह रही कि देशभक्ति, सामाजिक चेतना तत्कालीन समस्याओं को उठाते हुए (जैसा कि इन अखबारों के नाम से भी जाहिर है ।) विभिन्न गम्भीर साहित्यिक, सांस्कृतिक सामाजिक तथा शैक्षिक विशयों पर भी विचार – विनिमय की राह प्रशस्त की जाती रही । पत्रकारिता को ेक गम्भीर विषय व उत्तरदायित्त्व के साथ लिया गया। मराठी अखबारों के अतिरिक्त पत्र पत्रिकाओं की पत्रकारिता भी अपने ढंग की अनूठी रही । १९वीं शताब्दी के मध्य से ही उसकी शुरुआत हो जाती है । उनमें रहस्य, रोमांच, जासूसी आदि के तत्त्व तो मिलते ही हैं, मराठी साहित्य के विकास की स्थिति भी दिखाई देती है । अख़बारों और पत्र पत्रिकाओं के इस विकासशील तथा सचेत स्थिति का ही मराठी पत्रकारिता में आज कई आयामों में विकास दिखाई देता है । गुजराती पत्रकारिता से इसका साथ साथ का सम्पर्क रहा है । इस पूरे क्षेत्र की पत्रकारिता तो गुजराती अख़बारों से शुरू होती है पर कुछ ही समय बाद मराठी अख़बारों व पत्र–पत्रिकाओं की धूम दिखाई देने लगती है । इस प्रकार गुजराती पत्रकारिता को कहीं पीछे छोड़ती हुई मराठी पत्रकारिता ओ निकल जाती है और भारतीय पत्रकारिता में अपना एक विशिष्ट स्थान बनाती है ।

२.१.३. तमिल और तेलगू क्षेत्र की पत्रकारिता

इस क्षेत्र की पत्रकारिता का भारतीय पत्रकारिता में एक विशेष महत्त्व इसलिए है कि प्रारंभ से ही इसमें साहित्यिक पत्रकारिता का जोर रहा है । गद्य का विकास काफी बाद में हुआ, पद्य और कविता में लोगों की रूचि ज्यादा थी । साथ ही यह प्रवृत्ति भी वहाँ के लोगों में थी कि अपने आप में डूबा रहा जाए, बाहरी दुनिया और उसकी गतिविधियों से कया लेना देना । इसलिए सामाजिक, राजनीतिक गतिविधियों, निरन्तर घटने वाली घटनाओं आदि में कोी खास दिलचस्पी नहीं दिखाई

देती । सम्भवतः यही कारण है कि भारत में सबसे पहले अखबार अंग्रेजी में इसी क्षेत्र से निकला, १६२२ई. में, परन्तु उसके बाद अन्य अख़बारों के प्रकाशन का कोई इतिहास नहीं मिलता । तमिल पत्रकारिता में इसके बाद एक लम्बी चुप्पी रही । १८३१ में तमिल भाषा में पहला अखबार निकला – तमिल मैगजिन के नाम से । इसे भी एक ईसाई मिशनरी ने ही निकाला – क्रिश्चियन रिलिजियस ट्रैकट सोसायटी ने । जाहीर है मिशनरी संस्थां के प्रचार का एक उद्देश्य इस मैगजिन को निकालने में था । इस मैगजिन के प्रकाशन के बाद ही तमिल पत्रकारिता में थोड़ी बहुत सुगुगाहट दिखाई देती है । इसके बाद ही तमिल साप्ताहिक दीना वर्तमानी का मद्रास में प्रकाशन हुआ । इस साप्ताहिक में भी धर्म प्रचार, धर्म विश्लेषण आदि पर काफी सामग्री दी जाती थी पर तत्कालीन समाचारों को भी इसमें समेटा गया ।

वस्तुतः तमिल भाषा में प्रकाशित सबसे पहला अखबार, १८८२ में स्वदेश मित्र के नाम से निकला. इस अखबार को जी. सुब्रमण्य अय्यर ने शुरू किया। शुरू के कुछ दिनों तक तो इसका प्रकाशन अनियमित रहा पर बाद में एक साप्ताहिक और फिर सप्ताह में तीन बार निकालने की इसका आवृत्ती बरकरार रही । इसी बीच हिन्दू नाम से एक अखबार श्री अय्यर ने ही निकाला. १८९८ तक इन दोनों ्खबारो से श्री अय्यर सम्बद्ध रहे, पर १८९९ में उन्होने स्वदेशमित्र को दैनिक कर दिया । १९१७ तक स्वदेश मित्र तमिल भाषा का अकेला अखबार रहा । १९१७ के अन्तिम दिनों में ही देश भक्ति नाम से एक अखबार शुरू हुआ जिससे केई तमिल विद्वान् सम्बद्ध हुए । टी. वी. के. मुदालिय इस दैनिक के सम्पादक हुए । इन दिनों तमिल पत्रकारिता ने अपना पूर्ण वैभव व विशिष्टता प्राप्त की । तमिल पत्रकारिता में देशभक्त का एक विशिष्ट योगदान है । हालाँकि १९२० में यह बन्द हो गया । इस अखबार ने वैचारिक और राजनीतिक बहसो, खबरों, विश्लेषणों को महत्त्व दिया और बहुत अच्छी भाषा में उसे प्रस्तुत किया ।

स्वदेश मित्र और देशभक्त वास्तव में तमिल पत्रकारिता के मानक हैं, जिनसे आगे की राह खुलती दिखाई पड़ी । कहाना चाहिए कि बाद के अखबारों पर इनका अच्छा खासा प्रभाव रहा । महत्त्वपूर्ण है कि १९०४ में श्री अय्यर ने प्रसिद्ध कवि सुब्रमण्यम भारती को उप सम्पादक के रूप बहाल किया । बाद में यही सुब्रमण्यम भारती प्रसिद्ध कवि के रूप में समाद्रित हुए । इन्होंने तमिल पत्रकारिता को एक नया स्वरूप दिया, कयोंकि उनके पास अत्यन्त सरल लेकिन बहुत ही उत्कृष्ट गद्य लिखने की क्षमता थी जिससे आम जनता काफी प्रभावित हुई । बंगाल विभाजन से वे परेशन और दुःखी थे तथा बाद में बाल गंगाधर तिलक के साथ वे रहे । तिलक के साथ उन्होने दो साप्ताहिक तमिल और अंग्रेजी में शुरू किए – इण्डिया (तमिल) और बाल भारती (अंग्रेजी) लेकिन इन पत्रिकाओं के राष्ट्रीय तेवर के कारण वे सरकार का कोपभाजन हुए, उन्हें पाँडेचेरी भागना पड़ा । इन तमाम जहोजहद के साथ १९१० में ये दोनों साप्ताहिक बन्द हो गए । बाद में सुब्रमण्यम भारती मद्रास आए और फिर स्वदेश मित्र से सम्बद्ध हो गए ।

तमिल पत्रकारिता में वास्तव में २०वीं शताब्दी में कई तरह की धाराओं का वर्चस्व दिखाई देता है सरकार समर्थक, जनजातिसे सम्बद्ध समस्याओं को उठाती हुई, सिविल नाफरमानी के असहयोग में की गई पत्रकारिता आदि विभिन्न धाराएँ दिखाई देती है । द्रविड़ में जनजातियों की यों कहे कि ब्राह्मणों के अतिरिक्त सभी जातियों की समस्याएँ उठाई गई । सी. आर. श्रीनिवास उसके सम्पादक थे उन्होंने तमिल पत्रकारिता को एक नई साहसिक व्यवस्था दी । बाद में जस्टिस पार्टी के मुख पत्र जैसा इसका स्वरूप हो गया । इसके बाद डॉ. पी. वरदराजुल नायडू ने तमिलनाडू नाम से दैनिक निकाला जिसने गाँधी जी के सिविल नाफरमानी आन्दोलन का समर्थन नहीं किया और इस

प्रकार पत्रकारिता एक तरह से आधुनिक युग में प्रवेश कर जाती है ।

तमिल पत्रकारिता के प्रारम्भिक साहित्यिक और धार्मिक स्वरूप जैसा प्रभाव तेलुगू पत्रकारिता का भी रहा पर तेलगू पत्रकारिता पर बंगाल की पत्रकारिता का प्रभाव सबसे ज्यादा रहा । इसलिए दिखाई यह देता है कि तेलगू पत्रकारिता का भी पहला अखबार एक क्रिश्चियन मिशनरी द्वारा ही ईसाई धर्म के प्रचार के लिए निकला । इसका नाम सत्यदूत था, जो १८३६ में निकला – बेलारी से । यह मद्रास में छपता था और बेलारी तथा दूसरे क्षेत्रों में बँटता था । इसके बाद कई अखबार निकले – १८४० में वृजंतिनी, १८४५ में सुजान रंजिनी, १८६० में दिना वर्तमानी, हितवादी और रवि । इन सारे अखबारों की भाषा संस्कृत निष्ठ तमिल थी । तमिल लिपि थोडी उलझी हुई लिपि है इसलिए उर्दू की तरह इसके लिए भी कातिब जैसे लोग हुआ करते थे और पूरे पन्न को लिखते थे ।

बाद में वेद समाज (मद्रास) के तत्वावधान में १८६४ में तत्वबोधिता अखबार निकला । मुख्य रूप से यह अखबार लोगों में वेद का प्रचार-प्रसार करने के लिए शुद्ध उच्चारम आदि को बताने के लिए निकला । इसमें धार्मिकता पर बहस तथा विभिन्न सामाजिक समस्याओं पर बहसे व विचार-विमर्श इसमें जारी रहता था । पर तेलगू पत्रकारिता में मोड़ आया राव बहादुर कंदुकरी वीराजिंगम पंतुलु के आगमन से, आन्ध्र में पत्रकारिता के नए आयाम इनके आने के बाद से ही शुरू हुआ । राजामुंदरी से विवेकवर्द्धिनी, सतिहित रोधिनी, हास्यवर्धिनी, सत्यवादिनी, आन्ध्र भाषा संजीवनी, पुरुषार्थ प्रदायिनी, आन्ध्र प्रकाशिका, लोक रंजिनी, शशिलेखा, कृष्ण पत्रिका, पुरुषार्थ प्रदायिनी, आन्ध्र प्रकाशिका, लोक रंजिनी, शशिलेखा, कृष्ण पत्रिका, गोदावरी, आन्ध्र केशरी, देशाभिमानी, आन्ध्रप्रभा आदि विभिन्न पत्रिकाओं द्वारा तेलगू पत्रकारिता का विकास हुआ । तमिल पत्रकारिता की तरह तेलगू पत्रकारिता भी वास्तव में २०वी शताब्दी में ही पूरी तरह विकसित हुई ।

इसे एक अजब स्थिती ही कहनी चाहिए कि दक्षिण भारत की ज्यादातर भाषाओं की पत्रकारिता के जन्मदाता कोई न कोई मिशनरी ही है । तमिल, तेलगू को जिस तरह ईसाई मिशनरियों ने शुरू किया, उसी तरह कन्नड पत्रकारिता की शुरुआत जर्मन मिशनरी ने शुरू किया, उसी तरह कन्नड़ पत्रकारिता की शुरुआति मिशनरी द्वारा होती है । बेलारी में जर्मन मिशनरी भी थी जिसने १८१२ में ही कन्नड़ समाचार निकाला, शीघ्र ही यह मिशनरी मैंगलोर चली गई और वहीं से अपना प्रकाशन कार्य जारी रखा । इस मिशनरी ने अपना छापखाना भी लगा रखा था अतः वहाँ से शिक्षा सम्बन्धी विभिन्न पुस्तकें और अखबार भी निकलने लगे । इन प्रकाशकों का मुख्य उद्देश्य धार्मिक प्रचार तथा अंग्रेजी, कन्नड़ भाषा का सम्यक ज्ञान लोगों को कराना था ।

१८१२ में कन्नड़ समाचार तो निकला लेकिन वास्तव में कन्नड़ पत्रकारिता की शुरुआत १८६३ से ही शुरू होती है जब वहाँ हिन्दूस्थानी में कासिम-उल-अखबार निकला । इसकेबाद १८६५ में कर्नाटक प्रकाशिका, १८६६ मं मैसूरगजट, मेल, हिरो, मैसूर टाईम्स जैसे अखबार अंग्रेजी में निकले, क्रमशः १९०८, १९१० में । कन्नड़ में निकले कर्नाटक केसरी (१८८८), सनिवुदी (१९००), वोककालिगर पत्रिका (१९०७), अर्थसाधक पत्रिका (१९१४) तथा सूर्योदय प्रकाशिका एक दैनिक अख़बार था जो १८८८ में प्रकाशित हुआ ।

ये सारे अखबार एक तरह से कन्नड पत्रकारिता की आधारशिला तैयार करते हैं, जिनमें विकास की गति यानि जीवन जगत समाज, सरकार से सहज ही एक कटु – मधुर रिश्ता भी स्पष्ट होता चलता है । वास्तव में कन्नड़ पत्रकारिता के पिता एम. वैंकटकृष्णैया को कहा जाता है । पूरे

मैसूर क्षेत्र में इन्हें तातैया या वृद्ध पितामह के रूप में और नाम से जाता जाता है। इन्होंने पत्रकारिता के आधुनिक युग में चेतना के सबसे सबल, सच्चा और प्रेरक हथियार के रूप में चिह्नित किया। इनके लिए पत्रकारिता सबसे उत्तम सामाजिक कर्म था जिसके द्वारा जनता में लोकतान्त्रिक मूल्यों को जगाकर उनकी गहरी असामाजिक नींद तोड़ी जा सकती थी। इसी उद्देश्य से उन्होंने १८८५ में वृत्तान्त चिन्तामणी जैसे साप्ताहिक की शुरुआत की। इसमें ब्रिटिश शासकों के रूप, अपनी भूमी के लिए नागरिकों के कर्तव्य, पूरे मैसूर क्षेत्र में शान्ति व सौहार्द के प्रयासों के लिए चेतना जगाने सम्बन्धी आलेख प्रकाशित किए जाते थे। इसी के बाद अंग्रेजी और कन्नड़ के कई अखबार निकले – हितबोधिनी, वेदान्त चिम्तामणि, साहनी, मैसूर, पैट्रियाट, वैल्थ ऑफ मैसूर, नेचर कयोर मैसूर हेराल्ड, कन्नड नादंगेदी, मैसूर स्टैंटर्ड, समाचार संग्रह, सुमति, कर्नाटक, जनवाणी आदि इत्यादि। ये अखबार कर्नाटक के विभिन्न क्षेत्रों से निकले मुख्य तथा बाजीपूर से भी कई अखबार निकलते रहे। इस अखबारों के साथ एम गोपाल ऐमंगार, एम. श्रीनिवास ऐमंगार, डी. बी. गुंडप्पा, एम. विश्वेश्वरैया, मिर्जा इस्मार, टी.टी. शर्मा, ए. के. शर्मा, शमा ऐमंगार, गुरुप्रद स्वामी आदि अनेक महत्त्वपूर्ण लोग जुड़े रहे।

कन्नड़ पत्रकारिता की विशेषता यह रही कि प्रारम्भ में ही एक आदर्शवादी और प्रतिबद्ध पत्रकार इसे मिल गया जिसने पत्रकारिता के मूल्यों की स्थापना की और अखबार चाहे धार्मिक हों या प्राकृतिक विषयों पर केन्द्रित, उनका स्तर बराबर बना रहा। राष्ट्र चेतना बढ़ाने का तथा वस्तुस्थितियों के विश्लेषण की चेतना का विकास होता रहा और २० वीं शताब्दी में प्रवेश करते न करते उसका एक स्वरूप निश्चित हो रहा था जिसने भारतीय पत्रकारिता के प्रारम्भिक स्वरूप को बहुत स्पष्ट रूप से सामने रखा तथा इसके विकास की तमाम संभावनाओं की तरफ संकेत किया।

उर्दू पत्रकारिता का कोई निश्चित स्वरुप भारतीय पत्रकारिता के प्रारम्भ में नहीं मिलता पर देश के लगभग सभी क्षेत्रों में फारसी और उर्दू में कुछ अखबार भी अन्य क्षेत्रीय भाषाओं के महज ही निकलते रहे। दक्षिण भारत से ज्यादा, उत्तर भारत में उर्दू पत्रकारिता का एक सिलसिला रहा और इस बात को नहीं भूलना चाहिए कि भारतीय स्वाधीनता आन्दोलन में उर्दू पत्रकारिता की भी एक अहम् भूमिका रही है। कई लोगों का यहाँ तक भी मानना है कि उर्दू पत्रकारों ने देश में राजनीतिक चेतना बुनियाद डाली, आजादी की राह दिखाई और ब्रिटिश साम्राज्यवादियों के विरुद्ध मोर्चा लगाया।

इस बात को अगर हू ब बू न भी माना जाए तो उर्दू पत्रकारिता की अत्यन्त महत्त्वपूर्ण भमिका से इन्कार नहीं किया जा सकता इसका एक बड़ा कारण यह था कि ब्रिटिश साम्राज्यवादियों के सीधे शिकार मुसलमान शासक ही हुई थे और उनका अस्तित्व ही एक तरह से समाप्त कर दिया गया था – हिन्दुस्थान जो उनका अपना था, वही गुलाम हो गया था। इसलिए उर्दू पत्रकारिता का एक अलग तेवर अवश्य दिखाई देता है। दिल्ली के उर्दू खबार – अलहिलाल, अलबलाग, हमदर्द, जमींदार, हमदम, ज़माना आदि इस तेवर से भरे दिखाई देते हैं। दक्षिण भारत के अखबारों की तुलना में इनमें ज्यादा तेवर और जोश दिखाई देता है। उर्दू पत्रकारिता की विशेषता यह है कि उसमें धार्मिक प्रचार तथा उपदेश आदि का रंग या ज़ोर बहुत कम है। विज्ञान की प्रगति से लोगों को परिचित कराना, देशभक्ति की भावना पैदा करना, ब्रिटिश हुकूमत के जन विरोधी क्रिया-कलापों को सबके सामने स्पष्ट आदि उर्दू अखबारों के केन्द्रित उद्देश्य थे। कलकत्ता से प्रकाशित जाम-ए-जहाँनुमा, शमशुल अखबार। आगरा से सुन्तानगुल, गुलशन ए नौबहार, जामिउल, उलूम आदि ऐसे अखबार थे जिन्होंने अपने उद्देश्यों को बहुत स्पष्टता से सामने रखा। २०वीं शताब्दी के प्रारम्भ

तक ये अखबार तमाम शिद्दतों व जुल्मों के बाद भी निकलते रहे और भारतीय पत्रकारिता को एक नया स्वनरूप दिया ।

ऊपर के इस संक्षिप्त विवेचन से हमें भारतीय पत्रकारिता के विविध क्षेत्रों की पत्रकारिता के एक स्वरूप का पता चलता है । यह स्पष्ट होता है कि स्वतन्त्रतापूर्व भारतीय पत्रकारिता का क्षेत्रवार कया स्वरूप था तथा उनमें कितनी प्रवृत्तियाँ समान थीं । पत्रकारिता में धार्मिकता का स्वरूप कया था और वह किस तरह सामाजिक, राजनीतिक चेतना के साथ लुप्त होता गया और स्वतन्त्रतापूर्व की पत्रकारिता वास्तव में एक मिशन के साथ की गई पत्रकारिता थी ।

अब हिन्दी क्षेत्र की पत्रकारिता पर विचार करें । इस क्षेत्र की पत्रकारिता का भारतीय पत्रकारिता में विशेष महत्त्व इसलिए है कि हिन्दी अन्ततः एक राष्ट्रीय स्वरूप ग्रहण कर लेती है और उसके विकास के आयाम कई दिशाओं में बढ़ चलते हैं । भारत में पत्रकारिता की आज जब भी चर्चा होती है, हिन्दी पत्रकारिता पर ही चर्चा केन्द्रित करनी पड़ती हैं कयोंकि पूरे उत्तर भारत के प्रतिनिधित्व के साथ वह राष्ट्रईय पत्रकारिता का स्वरूप भी स्पष्ट करता है । उसकी अपनी एक विशिष्टता और व्यापकता है, जो कई मायनों में अंग्रेजी पत्रकारिता से टककर लेता है । अंग्रेजी पत्रकारिता ने चाहे विश्व की तमाम भाषाओं की पत्रकारिता को प्रभावित किया हो पर भारतीय पत्रकारिता की चर्चा के समय अंग्रेजी पत्रकारिता की चर्चा समीचीन नहीं है । अतः अब हम हिन्दी क्षेत्र की पत्रकारिता पर विचार करते हैं ।

कहा जाता है कि हिन्दी पत्रकारिता की शुरुआत के पीछे कला और साहित्य की सेवा तथा धर्म का प्रचार था लेकिन वस्तुस्थिति से पता लगता है कि हिन्दी पत्रकारिता के पीछे युग चेतना, राष्ट्रीय चेतना व स्वाधीनता की भावना सबसे प्रबल थी । इसके बाद ही साहित्य का विकास, कला और संस्कृति में लोगो की रूचि पैदा करने की बात आती है । इसका सबसे बड़ा कारण दिखाई देता है कि साहित्य, संस्कृति, कला, धर्म आदि के प्रचार प्रसार, विकास आदि की परम्परा तो भारत में काफी पहले से रही, लेकिन सामाजिक विडम्बनाओं, शासकों के शोषण, दुनिया के बदलते परिवेश, विज्ञान की प्रगति, शिक्षा के नए मानदण्ड, भाषा के बदलते स्वरूप, स्वाधीनता का अहसास जगाने की बात, देश भक्ति की चेतना फैलाने की बात आदि के लिए कोई सुसम्बद्ध माध्यम नहीं था । सामाजिक और राजनीतिक विसंगतियों को बताना तथा सत्ता पक्ष के शोषण तथा आम आदमी की हालत लोगों तक पहुँचाने का सबसे नया, विश्वसनीय और अनूठा माध्यम पत्रकारिता ही थी । इसलिए पत्रकारिता के शुरू करने के पीछे मुख्य रूप से यह नई चेतना और नए मूल्य तथा विषय ही कारक तत्त्व थे इस नई चेतना को विकसित करने में छापखाना ने बड़ी महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई । इसलिए पत्रकारिता बिल्कुल नए माध्यम के रूप में सर्वथा नई ऊर्जा के साथ शुरू की गई और इसकी मुख्य भूमिका सामाजिक और राजनीतिक ही रही । चूँकि यह आधुनिक, वैज्ञानिक आई नई विधा, एक पराधीन भारत में आई थी । इसलिए इसे एक राजनीतिक हथियार के रूप में इस्तेमाल किया गया और देश की मुक्ति की लड़ाई का एक हथियार होने के कारण यह विधा एक मिशन के रूप में परिवर्तित हो गई ।

हिन्दी पत्रकारिता के इस प्रारम्भिक इतिहास के लगभग एक सौ साल को हम सुविधानुसार तीन खण्डों में बाँटकर देख सकते हैं – प्रारम्भिक युग (सन १८२६ से १८६७ तक), भारतेन्दु युग (१८६७ से १९०० तक) तथा द्विवेदी युग (१९०० से १९२० तक) । देखा जाए तो हिन्दी पत्रकारिता का प्रारम्भ बंगाल से ही, वह भी मुख्य रूप से कलकत्ता से होता है, क्योंकि तब बिहार बंगाल अलग नहीं थे और ब्रिटिश शासन तथा व्यापार के केन्द्र के रूप में कलकत्ता सबसे पमुख

नगरों में से एक था साथ ही वहाँ मुद्रण कला का प्रारम्भ भी हो चुका था । यों भारतीय पत्रकारिता का पहला अखबार हिककी के बंगाल गजट से २९ जनवरी, १७८० में ही हो चुका था इसके बाद १७९१ में बंगाल जर्नल विलियम डुआनी ने निकाला लेकिन इन दोनों ही सम्पादकों को ब्रिटिश शासकों के गम्भीर क्रोध का शिकार होना पड़ा । इन दोनों ही सम्पादकों के ब्रिटिश शासकों तथा ईस्ट इण्डिया कम्पनी से अपने मतभेद थे जिसके कारण गवर्नर जनरल वारेन हेस्टिंग तथा सुप्रीम कोर्ट के एक जज के विरुद्ध इसमें विवरण प्रकाशित किए गए । उनमें भारतीय जनता की बदहाली को उजागर करने तथा यहाँ के लोगों पर ब्रिटिश शासकों के दमन चक्र का बयान करना उद्देश्य नहीं था । कारण चाहे जो भी रहे हो लेकिन इन पत्रों में सरकार की जो आलोचना थी वह पत्रकारिता के मूल गुण की तरफ संकेत करती थी जिसने भारतीय पत्रकारिता को एक दृष्टि भी दी ।

इस पृष्ठभूमि में हिन्दी पत्रकारिता का पहला चरण शुरू होता है और बंगाल के अतिरिक्त मध्य प्रदेश, राजस्थान, काशी, बिहार, हरियाणा आदि क्षेत्रों की हिन्दी पत्रकारिता के योगदान के साथ उसका इतिहास निर्मित होता है ।

हिन्दी का पहला अखबार उदंत मार्तण्ड था तो १८२६ में कलकत्ता से एक साप्ताहिक के रूप में निकला । उसे पंडित युगल किशोर शुकल ने निकाला, ३० मई १८२६ को इसका पहला अंक निकला । इसमें कुछ देसी खबरें तथा ज्यादातर विदेशी हलचल, घटनओं का विवरण आदि रहता था यानि विदेशी सूचनाओं से भरा एक साप्ताहिक था । लेकिन यह अखबार बहुत दिनों तक नहीं चल सका । १९ मिहनों के बाद ११ दिसम्बर, १९२७ को बन्द हो गया । इसके बन्द होने के मुख्य कारण थे बंगाल में हिन्दी के पाठकों की कमी, विज्ञापनों का न मिलना और लागत ज्यादा लगना । यानि आर्थिक कठिनाइयों के कारण इसे बन्द करना पड़ा । युगल किशोर कानपूर के रहनेवाले थे पर कलकत्ते की सदर दीवानी में कलर्क थे बाद में वहीं वकील हुए । हिन्दी प्रेमी थे और लोगों को देश विदेश की गतिविधियों को बताने के पक्षधर थे – खासतौर से विदेशी घटनाओं के बारे में जरूर बताना चाहते थे ।

हिन्दी के भी पहले, अखबार को लेकर प्रारम्भ में थोड़ा विवाद रहा । १८९४ में जब राधाकृष्ण दास ने हिन्दी भाषा के सामयिक पत्रों का इतिहास लिखा तो उन्होंने शिव प्रसाद सितारेहिन्द के बनारस अखबार का जो १८४५ में निकला था उसे हिन्दी का पहला अखबार घोषित किया । भारत मित्र के सम्पादक बाल मुकुन्द गुप्त ने भी १९०५ में तत्कालीन हिन्दी पत्रों को लेकर जो लेख लिखा उसमें बनारस अखबार को ही हिन्दी का पहला अखबार माना । दरअसल इस तरह के दावे पहले के प्रकाशित पत्रों की अनुपलब्धता के कारण किए गए । यह बात १९३१ तक सर्वविदित रही कि बनारस अखबार ही हिन्दी का पहला अखबार यानि हिन्दी पत्रकारिता का इतिहास १८४५ से शुरू होता है । पर मॉडर्न रिव्यू और प्रवासी के उपसम्पादक बृजेन्द्र नाथ बंडोपाध्याय ने बंगला पत्रों की खोज करते हुए राधाकान्त दवे पुस्तकाय से उदंत मार्तण्ड प्रतियाँ हासिल की तब सिद्ध हुआ कि हिन्दी पत्रकारिता का इतिहास वास्तव में १८२६ से शुरू होता है । इसमें हिन्दुस्तानियों के हित की बात थी पर गवर्नर जनरल की स्तुति थी ।

इस तरह उदंत मार्तण्ड के बाद भी हिन्दी पत्रों का एक सिलिसला मिलना शुरु हुआ । राजा राममोहन रॉय हिन्दू हेराल्ड नाम से अंग्रेजी पत्र निकालते थे पर अपने विचारों को व्यापकता प्रदान करने के लिए ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुँचाने के लिए १० मई, १८२९ को हिन्दी में बंगदूत नाम से भी निकाला । इसके सम्पादक बनाए गए नील रतन हालदार । बाद में फारसी और बंगला में भी बंगदूत निकला ।

हिन्दी पत्रकारिता का विकास वस्तुतः किसी एक क्षेत्र विशेष से नहीं हुआ । इसकी शुरुआत भले ही बंगाल के उदंड मार्तण्ड से हो पर मध्यप्रदेश, राजस्थान, बिहार आदि विभिन्न क्षेत्रों से समान रूप से होती है । इसलिए हिन्दी पत्रकारिता की व्यापकता का अन्दाज सहज ही लग सकता है । बनारस अखबार के बाद इंडियन सन नाम से हिन्दी, फारस अंग्रेजी, उर्दू और बंगला में १८४६ में साप्ताहिक अखबार निकला. १८४८ में मालवा साप्ताहिक कलकत्ता से उर्दू में निकला । १८४९ में कलकत्ता से ही हिन्दी और बंगला में जयदीप भास्कर साप्ताहिक निकला ।बनारस से तारामोहन मैत्रेय ने १८५० में सुधाकर निकाला । यह हिन्दी और बंगला में निकलता था । १८५० में ही युगल किशोर शुकल ने फिर हिन्दी में सामदण्ड मार्तण्ड निकाला तथा १८५२ में आगरा से बुद्धिप्रकाश निकला, सम्पादक थे मुंशी सदासुख । १८५४ में हिन्दी का पहला दैनिक सुधावर्षण निकला, सम्पादक थे श्यामसुन्दर सेन । यह हिन्दी और बंगला का द्वैभाषिक अखबार था । इस अखबार न बाद १८५७ के संग्राम समाचारों को तथा अंग्रेजी के अत्याचार को लगातार प्रकाशित किया । १८५७ के स्वाधीनता संग्राम का समर्थन करते हुए इस अख़बार ने ५, ९, और १० जून १८५ के अंकों में सिपाहियों तथा ग्रामीणों की विजयी सेना की प्रगति के समाचार छापे । १२ जून के सुधावर्षण के सम्पादक के विरुद्ध सरकार ने मुकदमा चलाने का फैसला किया तथा १३ जून, १८५७ को अखबारों का गला घोंटने के लिए गैंगिंग एकट (गला घोंट कानून) लागू कर दिया । सम्पादक से ने इसका विरोध किया । कलकत्ता के सर्वोच्च न्यायालय में उन्होंने मामला दायर किया और उन्हें मामले से बरी कर दिया गया । पर ऐसे भी अखबार थे जिन्होंने मुकदमा होने के बाद माफी माँगी, जैसे – दूरबीन और सुलतान–उल–अखबार ।

उधर १८५२ में आगरा से बुद्धि प्रकाश अखबार निकला था पर वह एक सुधारवादी पत्र था । लाला सदासुख लाल द्वारा सम्पादित इस पत्र का मुख्य स्वर सामाजिक अन्धविश्वासों और रूढ़ियों का विरोध करना था । इसमें गणित, भूगोल, शिक्षा व अन्य विषयों पर भी आलेख होते थे । १८५५ में हिन्दी, उर्दू में सर्वहितकारक नाम का अखबार निकला इससे पहले १८४८ में शेख अब्दुल्ला ने हिन्दी और उर्दू में शिमला अख़बार निकाला ।

दरअसल हिन्दी पत्रकारिता का प्रारम्भिक तीन दशक एक तरह से हिन्दी पत्रकारिता की तैयारी का इतिहास है । १८५७ और उसके बाद से हिन्दी पत्रकारिता जैसे अपने प्रारम्भिक दौर में ही एक छलांग लेती है । राजनीतिक चेतना तथा सामाजिक चेतना विकसित करने का मिशन, जैसे – हिन्दी पत्रकारिता में धीरे धीरे प्रवेस करने लगती है ।

१५ अगस्त, १८६७ में काशी से कवि वचन सुधा मासिक पत्रिका निकली पर बाद में पाक्षिक और फिर साप्ताहिक अखबार के रूप में आया । १८७३ में भारतेन्दु हरिश्चन्द्र ने हरिश्चन्द्र मैगजीन निकाली तथा १८७४ में बाल बोधिनी, १८८० में कलकत्ता से दुर्गाप्रसाद मिश्र ने उचित वक्ता निकाला । सार सुधा निधि १८७९ में निकला तथा भारत मित्र १८७८ में । मजहरूल, सरुर, ग्वालियर गजट, सर्वहित कारक, प्रजा हितैषी, धर्मप्रकाश, तत्वबोधिनी, ज्ञानदायिनी, सत्य दीपक, वृतान्त विलास, रतन प्रकाश, आदि अखबार निकलते रहे और कलकत्ता, आगरा, बनारस, बरेली, इटावा, अहमदाबाद, जम्मू काश्मिर, लाहौर – आदि हिन्दी पत्रकारिता का अबाध विकास दिखाई देता है । वस्तुतः कलकत्ता की हिन्दी पत्रकारिता ने राजनीतिक और सामाजिक चेतना जगाने में अहम् भूमिका अदा की । छोटूलाल मिश्र तथा दुर्गाप्रसाद मिश्र ने भारत मित्र निकालकर साहसऔर प्रतिबद्धता का परिचय दिया । बालमुकुन्द गुप्त, पं. रुद्रदत्त शर्मा, अम्बिका प्रसाद वाजपेयी, भारतेन्दु हरिश्चन्द्र आदि उस दौर के धाकड़ पत्रकारों में से थे ।

फरवरी, १८५७ में ही दिल्ली से पयामें आजादी नामक अखबार अजीमुल्ला खाँ के नेतृत्व में निकला था जिसने हिन्दी पत्रकारिता में अपना विशिष्ट योगदान किया। अजीमुल्ला खाँ स्वतन्त्रता सेनानी थे। १६ पंक्तियों का कौमी गीत उन्होंने इसमें प्रकाशित किया और १८५७ में कौमी झण्डे की सलामी के वक्त इसे गाया भी था। दुर्भाग्य है कि पयामें आज़ादी की एक भी प्रति भारत में आज उपलब्ध नहीं है, लंदन म्युजियम में इसकी एक प्रति है। बताया जाता है कि पयामे आज़ादी का आलम यह था कि जिसके घर में उसकी प्रति पाई गई उसे फाँसी पर चढ़ा दिया गया, उसे देशद्रोही करार किया गया।

कवि वचन सुधा से ही वासल्तव में हिन्दी पत्रकारिता के भारतेन्दु युगचरण का आरम्भ होता है। १९वीं शताब्दी के इन अन्तिम तीन दशकों में बिहार, बंगाल, मध्य प्रदेश, उत्तर प्रदेश, राजस्थान, पंजाब आदि क्षेत्रों में साहित्यिक, राजनीतिक, सामाजिक पत्रकारिता के श्रेष्ठ उदाहरण मिलते हैं। भारतेन्दु हरिश्चन्द्र का हिन्दी पत्रकारिता में वस्तुतः वही स्थान है, जो बंगाल की पत्रकारिता में राजा राममोहन राय का। इस युग में वस्तुतः भारतेन्दु का सबसा ज्यचादा प्रभाव हिन्दी पत्रकारिता पर रहा। उनकी पत्रिकाएँ – हरिश्चन्द्र मैगजीन, हरिश्चन्द्र चंद्रिका, बाल बोधिनी अपने ढंग की अनूठी पत्रिकाएँ थी।

भारतेन्दु ने एक तरफ गद्य और दूसरी तरफ काव्य भाषा का उत्कृष्ट प्रयोग कर हिन्दी पत्रकारिता को उन्नत किया। काव्य भाषा सत्य को अतिरिक्त सौन्दर्य के साथ प्रकाशित करनेवाला संरचना होती है। भारतेन्दु में प्रहार की अद्‌भुत शक्ति थी और प्रहार के लिए वे मुहावरों और काव्य भाषा का सटीक पयोग करते थे। पत्रकारिता की भाषा में काव्य प्रयोग वांछनीय तभी होता है, तब वह लोकहित में हो और सत्य को प्रकाशित करे। भारतेन्दु सरीखे स काल के कई पत्रकार इस कसौटी पर खरे उतरते हैं। भारतेन्दु का यह लोकहित वस्तुतः जनचेतना से जुड़ा हुआ है।

यह आश्चर्य की बात नहीं है कि भारतेन्दु काल तक हिन्दी पत्रकारिता को साढ़े तीन सौ से अधिक अख़बार विकसित कर रहे थे जिनमें से अधिसंख्य लोगों में राष्ट्रीय भावना पैदा करने, देश के लिए मर मिटने तथा स्वाधीनता की लड़ाई के लिए तैयारी करा रहे थे। सामाजिक, राजनीतिक स्थितियों पर चुटीली टिप्पणियाँ शुरू हो गई थीं।

इन्हीं साढ़े तीन सौ से अधिक अख़बारों में बालकृष्ण भट्ट का हिन्दी प्रदीप मासिक था जो सितम्बर १८७७ से शुरू होकर ३३ वर्षों तक निलकता रहा। ब्रिटीश सरकार पर टिप्पणी के कारण यह बन्द हुआ। इसके अतिरिक्त विविध विषय विभूषित, वृत्तान्त दर्पण, प्रयाग दूर, हिन्दू प्रकाश, ललितपुर बुन्देल खण्ड समाचार निकले। १८७१ में अल्मोड़ा अखबार उत्तरप्रदेश की पत्रकारिता को एक नया मोड़ देता है। ४७ वर्षों तक यह कभी पाक्षिक और कभी साप्ताहिक के रूप में निकला। इस अखबार ने अपने क्षेत्र में व्यापक चेतना पैदा की और सैंकड़ों लेखक – पत्रकार पैदा किए। १८७२ में कार्तिक प्रसाद ने हिन्दी दीप्ति प्रकाश एवं १८७४ में कलकत्ते से बिहार बन्धु निकाला (बाद में यह पटना से प्रकाशित होने लगा।) जबरपूर से जबलपूर समाचार १८७४ में लखनऊ से भारत पत्रिका, आगरा से मर्यादा, परिपाटी समाचार, मेरठ से नागरी प्रकाश, पंजाब से जगत अर्शना, अलीगढ़ से भारत बन्धु, दिल्ली से सददर्श, शाहजहाँपूर से आर्य दर्पण तथा हिन्दू बांधव, मित्र विलास, भारत दीपिका, भारत हितैषी आदि के प्रकाशन से हिन्दी पत्रकारिता के विविध आयाम उभरकर सामने आए। १८८३ से १८८५ तक लन्दन से हिन्दुस्तान त्रैमासिक के रूप में हिन्दी, उर्दू, अंग्रेजी में निकलता रहा। कालाकांकर के राजा रामपाल सिंह के प्रयत्नों से यह निकला। १८८५ में इसे कालालांकर से दैनिक के रूप में प्रकाशित किया गया। हिन्दी क्षेत्र से

निकलनेवाला यह हिन्दी का पहला दैनिक अखबार था। पं. मदन मोहन मालवीय इसके सम्पादक थे। इस प्रकार न्दिी पत्रकारिता सात दशकों का अपना एक पारम्भिक चरण पूरा करती है। इसके बाद द्विवेदी युग का प्रारम्भ होता है। यानि हिन्दी पत्रकारिता २० वीं सदी में प्रवेश करती है। यह काल भारतीय पत्रकारिता की परिपकवता का काल है। इस काल में अंग्रेज शासकों का अखबारों पर तथा बुद्धिजीवियों, राष्ट्रभक्तों पर एक तरह से कहर का काल था। २०वीं शताब्दी का प्रथम दशक वस्तुतः लार्ड कर्जन के कुशासन का काल था। बंगभंग लार्ड कर्जन के कुकृत्य की पराकाष्ठा थी। इस राजनीतिक दुर्घटना पर टिप्पणी करते लोकमान्य तिलक ने लिखा – लार्ड कर्जन बंगालियों की संघशक्ति को कुचलना चाहता है, कयोंकि उसे डर है कि कहीं अंग्रेजी सरकार पर वे हावी न हो जाएँ। स्वदेशी आन्दोलन तब जोरों पर था। इस आन्दोलन को उजागर करनेवाले प्रवक्ता थे – वन्दे मातरम, संध्या, केसरी, मराठा, पंजाबी और भारत मित्र। बंगभंग का पूरे देश की पत्रकारिता पर एक खास असर पड़ा। २१ अक्टूबर, १९०५ को भारत मित्र ने बंग विच्छेद शीर्षक से लेख प्रकाशित किया। शाइस्ता खाँ का खत और शिव शम्भू के चिट्ठे – भारत मित्र के ऐसे स्तम्भ थे जो अंग्रेज शासकों की धज्जियाँ उड़ा रहे थे। यह एक ऐतिहासिक तथ्य है कि लार्ड कर्जन और आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी समान शक्ति से जूझते रहे। भारत मित्र – सम्पादक बालमुकुन्द गुप्त की जागरूक दृष्टि समस्त जातीय परिदृश्य पर निबद्ध थी। भारत मित्र के माध्यम से उनकी साधना ने हिन्दी और भारत को समृद्ध किया।

२० वीं शताब्दी का प्रारम्भ अगर अंग्रेजों के कुशासन का मानक काल था तो हिन्दी पत्रकारिता के तीखे होने का भी काल था। इसी समय कलकत्ता से दो विशिष्ट अखबार निकले – अम्बिका प्रसाद वाजपेयी तथा आचार्य गोविन्द नारायण मिश्र के सम्पादन में – नृसिंह जो एक शुद्ध राजनीतिक अखबार था। दूसरे देवनागर जिसके सम्पादक में – नृसिंह जो एक शुद्ध राजनीतिक अखबार था। दूसरा देवनागर जिसके सम्पादक थे पं. उमापति दत्त शर्मा तथा यशोनन्दन अखौरी। दोनों ही अखबार १९०७ में निकले और राजनीतिक तथा सांस्कृतिक मोर्चा सँभाला। समन्वय, हिन्दू पंथ, विशाल भारत, सेनापति जैसे अखबारों के साथ मतवाला और विशाल भारत को अपनी एक विशिष्ट पहचान थी, जिनसे – आचार्य शिवपूजन सहाय पाम्डेय, बेचन सर्मा उग्र, सूर्यकान्त त्रिपाठी निराला, मुन्शी नवजादिकलाल, बनारसी दास चतुर्वेदी, श्रीराम सर्मा अज्ञेय – जैसे सम्पादक – लेखक – कवि जुड़े हुए थे सम्पादन का मानक स्थापित कर रहे थे।

ग्वालियर गजट १८९६ से हिन्दू, उर्दू में छपने लगा था जो रियासती सूचनाओं के लिए जाना जाता था। इसी लाइन पर ११ जनवरी, १९०६ में आलीजाद दरबार प्रेस से एक पत्र प्रकाशित हुआ जयाजी प्रताप। मध्यप्रदेश का यह सबसे सुगठित व सबसे पुराना पत्र माना जाता है। यों रींवा से भारत भ्राता का प्रकाशन १८८७ से ही शुरू हो गया था पर वह द्विवेदी काल के प्रारम्भ तक रहा, १९०२ में वह बन्द हुआ पर एक महत्त्वपूर्ण राजनैतिक अखबार के रूप में उसने अपनी छाप छोड़ी। वास्तव में वह जन–जीवन से जुड़ा अखबार था और तब उसकी तीन हजार प्रतियों का प्रसार था।

मध्यप्रदेश में भी २०वीं शताब्दी की शुरुआत के साथ हिन्दी पत्रकारिता में एक नई लहर आई। माधवराव सप्रे ने बिलासपूर जिले के पेंड्रा से १९०० में मासिक छत्तीगढ़ मित्र निकाला। हिन्दी पत्रकारिता को इसने नई दिशा दी और भाषा को भी सँवारा। हालाँकि यह पत्र तीन ही साल तक निकला पर इसे राष्ट्रीय स्तर पर ख्याति मिली। सम्पादक थे रामराव चिंचोलकर। १९०३ में सप्रे जी ने नागपूर से हिन्दी केसरी निकाला तथा १९२० में जबलपूर से कर्मवीर। इसी काल में

इन्दौर से नवजीवन (१९१५, सं. केशव देव शास्त्री द्वारका प्रसाद सेवक), आगरा से बाल मनोरंजन (१९१४, सं. गणेशदत्त शर्मा इन्दु), हिन्दी सर्वस्व, चन्द्रप्रभा (सनावद) तथा इन्दौर से भारतीय आदर्श निकला । १९१० में जबलपूर से शिक्षा प्रकाश, १९१३ में कालू राम गंगराडे ने प्रभा निकाला । १९१५ में शारदा विनोद जबलपूर से निकला । १९१० में रघुवर प्रसाद शास्त्री ने शुभचिंतक निकाला जो शुद्ध साहित्यिक पत्र था ।

स्वाधीनता सन्मानी पं. सुन्दर लाल ने इलाहाबाद से १९०९ में कर्मयोगी निकाला तथा १९१९ में गोरखपूर से दशरथ प्रसाद द्विवेदी ने स्वदेश निकाला, कानपूर से प्रताप निकला । इनके नाम से स्पष्ट है कि इनकी विषयवस्तु कया होगी तथा इन्हें सरकार से किस तरह लोहा लेना पड़ता होगा, जब सम्पादकों व पत्रकारों का एक पैर जेल में ही होता था । ७ अप्रैल, १९१९ को गाँधी जी ने बम्बई से सत्याग्रही नाम से एक पन्ने का बुलेटिन निकाला जिसमें रोलेट एकट का विरोध किया गया था ।

द्विवेदी युग की पत्रकारिता में विरोध का स्वर पहले से काफी प्रमुख तीखा था । बालकृष्ण भट्ट का प्रदीप (इलाहाबाद) मदन मोहन मालवीय का अभ्युदय. (इला.), पं. सुन्दर लाल का कर्मयोगी, बाबूराव विष्णु पराड़कर ने १९०६ में कलत्ता से बंगवासी और बाद में हितवार्ता – आदि सभी अखबार इसके उदाहरण थे । यही नहीं ५ सितम्बर, १९२० को आज दैनिक का प्रकाशन शुरु हुआ जिसमें राष्ट्र प्रेम, राष्ट्र भाषा, काँग्रेस आदि को केन्द्रितरत किया गया था । यही नहीं, कलकत्ता समाचार (१९१४), विश्वमित्र (१९१६) और स्वतन्त्र (१९२०) जैसे पत्रों में खुलकर ब्रिटिश शासन का विरोध किया गया और इसे प्रचारित करने का अभियान चलाया गया । इन अखबारों का शंख फूँकने का अभियान चलाया । इसके लिए अम्बिका प्रसाद वाजपेयी, मूलचन्द अग्रवाल, अमृतलाल चक्रवर्ती के नाम विशेष रूप से उल्लेखनीय है । इन्हें अंग्रेजी हुकूमत का कोपभाजन भी बनना पड़ा, मूलचन्द अग्रवाल को जेल जाना पड़ा पर पत्रकारिता को एक नया आयाम मिला और पत्रकारों को एक नई ऊर्जा । नए पत्रकारों को इन पत्रों से जुड़ने का साहस जागा । इस प्रकार हिन्दी और भारतीय पत्रकारिता को तथ्यों तथा दमन से रूबरू होने का मौका मिला और जनता को सचेतन करने के उत्तरदायित्व का गहरा बोध पैदा हुआ । इस तरह द्विवेदी युग तक आते आते और उससे निकलते निकलते पत्रकारिता के नए आयाम का विकास हुआ जिसने आगे की पत्रकारिता को नया स्वरूप दिया ।

अपनी प्रगती जाँचिए ।

१. भारतीय पत्रकारिता के इतिहास का संक्षिप्त विवेचन कीजिए ।

२. बंगाल की पत्रकारिता और हिन्दी पत्रकारिता के सम्बन्ध को अपने शब्दों में लिखिए ।

३. हिन्दी पत्रकारिता की विशिष्टताओं को वर्णित कीजिए।

४. स्वाधीनता पूर्व पत्रकारिता की मुख्य प्रवृत्तियों को चिह्नित कीजिए ।

५. हिन्दी के प्रथम अखबार के बारे में तथ्यात्मक टिप्पणी कीजिए ।

६. दक्षिण भारत की पत्रकारिता का संक्षिप्त परिचय दीजिए ।

७. टिप्पणियाँ लिखिए :

अ) उर्दू पत्रकारिता का महत्त्व ब) उदंत मार्तण्ड

स) सुधा वर्षण

द) भारतेन्दु युग का महत्त्व

य) मध्यप्रदेश का प्रथम राजनीतिक जनप्रिय अखबार

२.२. स्वातंत्र्योत्तर पत्रकारिता का विकास

स्वाधीनता के बाद भारतीय समाचार पत्र, पत्रकारिता

हिन्दी में जिसे हम द्विवेदी युग कहते हैं यानि १९०० से १९२० तक का समय, भारतीय पत्रकारिता एक तरह से यहाँ आते आते या यों कहें कि लगभग एक शताब्दि की अपनी यात्रा पूरी कर एक स्वरूप और उद्देश्य ग्रहण कर लेती है। भारतीय पत्रकारिता का यह काल उत्थान काल भी कहा जा सकता है। पूरे देश में, सभी क्षेत्रों में, पत्रकारिता अपने प्रारम्भिक प्रयोगों, गलतियों से सीखने की स्थिति आदि को पार करते हुए एक सोद्देश्य प्रयोगों, गलतियों से सीखने की स्थिति आदि को पार करते हुए एक सोद्देश्य पत्रकारिता की तरफ अग्रसर होती है। १९२० तक आते हुए वह कई उत्तरह के राजनीतिक दबावों व उत्तरदायित्त्व का अनुभव करती है और एक राजनीतिक कर्म की तरह उसकी दिशा निश्चित होने लगती है। पत्रकारिता के मूल उद्देश्य यानि जनता के व्यापकतम समूह तक देश, काल, समाज, विकास, शोध, विज्ञान, प्रगति, राजनीति के सभी हालचाल पहुँचना – बहुत साफ हो जाते हैं और राष्ट्र भक्ति तथा स्वाधीनता के लिए उठाए जानेवाले तमाम कदमों की आहट उसमें सुनाई देने लगती है। कहना चाहिए कि आधुनिक युग में पत्रकारिता अपने पूरे लक्षणों के साथ भारत जैसे उप महाद्वीप में ही सबसे सकारात्मक भूमिका में खड़ी होने लगती है। चूँकि तब भारत पराधीन था इसलिए भारतीय पत्रकारिता को प्रारम्भ में उन आक्रमक काननों व प्रतिबन्धों का भी सामना करना पड़ा जो पत्रकारिता का गला घोंटने के लिए लागू किए गए थे। ऐसी स्थिति शायद एक स्वतनत्र देश का पत्रकारिता को झेलनी नहीं पड़ती। भारत की पराधीनता और पत्रकारिता के मूल उद्देश्यों की खब बनी। इस पराधीनता और पत्रकारिता के मूल उद्देश्यों की खूब बनी। इस पराधीनता ने ही भारतीय पत्रकारिता को वह धार व ऊर्जा दी जो पत्रकारिता के लिए सबसे ज्यादा उपेक्षित है। इसलिए भारतीय पत्रकारिता का इतिहास संघर्ष व चुनौतियों से भरा रहा और ये चुनोतियाँ उसने न केवल अपने सवा सौ साल के प्रारम्भिक दौर में ही झेली बल्कि नए रूपों में उसे स्वाधीन भारत में भी झेलनी पड़ रही है। इसलिए भारतीय पत्रकारिता का अपना विशिष्ट इतिहास है। स्वाधीनता के पहले लगभग छियानवें वर्षों या सौ वर्षों तक उसने अपने स्वरूप को स्थिर करने में लगाए और १९२० के बाद उसने विकास की नई दिशा व चेतना पकड़ी, कयोंकि १९२० के बाद भारतीय राजनीतिक क्रिया–कलापों तथा सामाजिक चेतना में भी परिवर्तन की एक लहर दिखाई देती है। १९१९ से ही इस लहर की शुरुआत होती है जब रोलोट एकट पास किया जाता है, जालियाँवाला बाग काण्ड होता है आदि। इसके बाद १९२० में काँग्रेस ने असहयोग आन्दोलन को स्वीकृत दी। छात्रों ने पढ़ाई छोड़ी। वकीलों ने अदालत, अंग्रेजी कपड़ों की होली जलाई गई और १९२० में मोपला विद्रोह हुआ। प्रिन्स ऑफ वेल्स की भारत यात्रा हुई और राष्ट्रव्यापी हड़ताल...

ये सारी राजनीतिक स्थितियाँ भारतीय पत्रकारिता को प्रभावित करती रहीं और १९२० के भारतीय पत्रकारिता में विरोध का प्एक निश्चित स्वर उभरता हुआ दिखाई देता है। भारतीय पत्रकारिता की इस प्रवृत्ति के कारण ही हम स्वाधीनता के बाद की पत्रकारिता की सहज और विशिष्ट पृष्ठभूमि की तरह १९२० के बाद से १९४७ बल्कि १९५० यानि तीस वर्षों की पत्रकारिता को विशेष महत्त्व देते हैं। स्वाधीनता के बाद की पत्रकारिता की चर्चा करने से पहले हम इस दौर की पत्रकारिता पर भी नज़र डालना चाहते हैं।

दरअसल १९२० के बाद से १९४७ तक भारतीय राजनीति का सबसे उत्तेजक, गर्म और

निर्णायक दौर रहा है । इस दौर में भारतीय पत्रकारिता ने अपने विकास का एक नया आयाम छुआ । हम यह भी कह सकते हैं कि यह दौर एक तरह से महात्मा गाँधी की राजनीति के अत्यन्त विकसित हो जाने तथा उसे एक निर्णय तक पहुँचाने का दौर रहा है, इसीलिए इस हिस्से को हम गाँधी युग भी कह सकते हैं और पत्रकारिता का उत्थान युग भी । भारत में स्वाधीनता के लिए चल रहे तमाम क्रान्तिकारी और अहिंसक आन्दोलनों के इस संघर्षपूर्ण और मारकाट से भरे दौर में अन्ततः भारतीय राष्ट्रीय काँग्रेस तथा गाँधी के सिद्धान्तों को ही विजय दिखाई देती है, इसलिए भारतीय पत्रकरिता के इस दौर में कुछ ऐसा ही प्रभाव दिखाई देता है । यह प्रभाव भारतीय पत्रकारिता पर समग्र रूप से पड़ता है ।

इसी सन्दर्भ में मराठी पत्रकारिता पर विचार करते हुए डॉ. वसन्तराव ने एक जगह स्पष्ट किया है, कि १९३० का सिविल नाफरमानी आन्दौलन और १९४२ के भारत छोड़ो आंदोलन ने भारतीय पत्रकारिता, खासतौर से मराठी पत्रकारिता को काफी हद तक प्रभावित किया । मराठी अखबारों की विषयवस्तु ही एक प्रकार से बदल गई, वह शुद्ध राजनीतिक और आम जनता को स्वाधीनता हासिल करने के लिए प्रेरणा देने वाली हो गई । मुस्लिम लीग द्वारा पाकिस्तान को अलग किए जाने से उत्पन्न राजनीतिक समस्याओं को इस समय के अखबारों ने उठाया । भारतीय राजनीति और ब्रिटेन के शासकों की नीतियों के द्वन्द्व तथा विकास को अखबारों ने दिखाया । इसके लिए सन्देश, लोकसत्ता, नवशक्ति, महाराष्ट्र टाइम्स, नवकाल, मराठा, केसरी, सकाल जैसे अखबार देखे जा सकते हैं, जिनके सम्पादक क्रमशः कोल्हाटकर, एच. आर. महाजनी, पी. बी. गाडगील, डी. बी. कार्तिक, पी. के. खाडिलकर, आचार्य अत्रे, तिलक तथा जे.एम.तिलक हुए । राष्ट्रीय, अन्तर्राष्ट्रीय राजनीति खबरों सहित साहित्य, खेल आदि जैसे विषय भी इनमें उठाए गए । आम जनता में इन अखबारों की एक विश्वसनीयता भी कायम हो गई ।

स्वाधीनता पूर्व पत्रकारिता का यह दौर वस्तुतः प्रथम विश्व युद्ध की समाप्ति और देश की राजनीतिक हलचल से सबसे ज्यादा प्रभावित था इसलिए इस दौर के पत्रकारों का सबसे बड़ा संकल्प था देश को पराधीनता की बेड़ी से मुक्त कराना । इस समय को साप्ताहिकों का समय भी कहा जाता है, कयोंकि इस समय अनेक महत्त्वपूर्ण साप्ताहिक प्रकाशित हुए जिनका जनता पर काफी व्यापक असर था । मदन मोहन मालवीय का अभ्युदय तथा खेमकाज श्री कृष्णदास का श्री वंकटेश्वर समाचार दैनिक होकर फिर साप्ताहिक हो गया । कलकत्ता समाचार १९२५ में दिल्ली आ गया और हिन्दू संसार के नाम से निकलने लगा । गणेश शंकर विद्यार्थी ने कानपूर से प्रताप निकाला । १९२१ में ही संयुक्त प्रान्त के गवर्नर ने कहा था कि जब तक प्रताप का अन्त न कर दिया जाए तब तक संयुक्त प्रान्त की सार्वजनिक सुरक्षा एक स्वप्न मात्र है । १९३१ में आगरकर जी ने खंडवा से साप्ताहिक स्वराज्य निकाला । १९३२ में रींवा से साप्ताहिक प्रकाश का प्रकाशन नृसिंह राम शुक्ल ने किया । इस प्रकार साप्ताहिकों और फिर मासिकों की एक लम्बी परम्परा हिन्दी पत्रकारिता में रही । इन अखबारों में प्रतिबद्धता ही इनका सर्वोपरी गुण था ।

इसी तरह ग्वालियर में १९३९ में जगन्नाथ प्रसाद मिलिन्द ने जीवन निकाला तथा १९४६ में श्यामलाल पांडलीय और त्र्यम्बक सदाशिव गोखले ने प्रजा पुकार का प्रकाशन किया । भोपाल से प्रकाशित प्रजा पुकार इस क्षेत्र का पहला नियमित पत्र था । इनके अलावा आवाज १९३३), सुबहे वजन (१९३४), किसान १९३९, तथा भोपाल से उर्दू का पहला दैनिक नदीम (१९३८) थे । इस युग में आकर महाकौशल क्षेत्र की पत्रकारिता की धार निरन्तर पैनी होती गई । १८ फरवरी, १९३० को बाबू गोविन्द दास एवं पं. द्वारिका प्रसाद मिश्र ने दैनिक लोकमत निकाला । १९२९ में

दैनिक सत्य का प्रकाशन श्री कृष्ण स्वामी ने किया तथा १९३४ में खंड़वा से अंकुश का प्रकाशन श्री रामकृष्ण पालीवाल ने किया । द्वारिका प्रसाद मिश्र ने १९४१ में सारथी निकाला । १९४३ में जी. बी. अवस्थी अटल ने लोकसेवा निकाला। इसी तरह इन्दौर, उज्जैन आदि स्थानों से अनेकानेक पत्र निकले । छत्तीसगढ अंल से, विकास (बिलासपूर), उत्थान (रायपूर १९३५), अग्रदूत (रायपूर १९४२), सावधान १९४३, महाकोशल (जयपूर, १९४६), मधुकर टीकमगढ १९३०, लोकवार्ता (टीकमगढ), लोकेन्द्र (दतिया, १९४०), बांधव (रींवा, १९४२), विन्ध्य भूमि (पन्ना १९४५), आदि अखबारों की एक लम्बी शृंखला है, जिससे यह पता चलता है कि सदूर स्थानों में भी चेतना का विकास किस तरह हो रहा था तथा जनजागृति का अभियान चलाने की कोशिश की जा रही थी । छोटे स्थानों तथा ग्रामीण क्षेत्रों में भी पत्रकारिता के प्रवेश ने सिद्ध कर दिया कि पत्रकारिता के महत्त्व को किस प्रकार समझा जा रहा था और उसे विकसित करने के लिए किस प्रकार तत्कालीन बुद्धिजीवी, साहित्यिक रूचि के व्यक्ति और सामाजिक प्रतिबद्धता से बँधे लोग लगे हुए थे ।

इस प्रकार इस संक्षिप्त विवेचन से हमारे सामने स्पष्ट होता है, कि भारतीय पत्रकारिता किस प्रकार एक प्रतिबद्ध पत्रकारिता थी और उसने अन्ततः अपने उद्देश्यों को पूर्ति की । भारतीय पत्रकारों में चेतना, राष्ट्रभक्ति, स्वाधीनता की भावना तथा अपने देश को मुक्त कराने की लालसा प्रबल थी । वे एक साथ गद्य, पद्य, साहित्य, समाचार राजनीतिक रिपोर्ट, विश्लेषण आदि सब कुछ लिखते थे और एक व्यापक जन गोलबन्दी का प्रयास करते थे । जन गोलबन्दी के अपने प्रयास में भारतीय पत्रकारों ने अन्ततः एक बड़ी सफलता हासिल की और भारतीय पत्रकारिता का लक्ष्य पूरा किया । १५ अगस्त, १९४७ को ब्रिटिश शासकों ने भारतीय नेताओं को देश की सत्ता सौंप दी । अगर हिककी गजट से हम भारतीय पत्रकारिता की शुरआत मानने हैं तो १६७ वर्ष की लम्बी लड़ाई के बाद भारतीय पत्रकारों ने देश को मुक्त कराने में अपनी अहम भूमिका का एक महत्त्वपूर्ण इतिहास कायम किया । स्वाधीनता का सूरज निकला और भारतीय पत्रकारिता को एक नया आयाम मिला । इस दौर तक आते आते भारतीय पत्रकारिता से दैनिक अखबारों, साप्ताहिकों तथा मासिक पत्रों की भूमिका स्वयं स्पष्ट होती गई । इनका फर्क भी समझा जाने लगा । इसके साथ ही राजनीतिक पत्रकारिता और साहित्यिक पत्रकारिता का विभाजन भी स्पष्ट हो गया तथा दोनों तरह की पत्रकारिता की विशिष्टता भी सम्पादक तथा पाठक वर्ग के समझने लगे । कई चरणों को पार करते हुए भारतीय पत्रकारिता ने अन्ततः एक बड़ा पड़ाव देश की स्वाधीनता प्राप्ति के बाद डाला । यह पडाव सफलता, स्फूर्ति, ऊर्जा, आश्वस्ति के भाव से भरा हुआ था, इसलिए स्वाधीनता के बाद की पत्रकारिता का स्वरूप एक भिन्न स्थिति में पहुँचता है । अब हम इसके बारे में जानने की कोशिश करेंगे ।

स्वाधीनता के बाद भारतीय पत्रकारिता की स्थिति पहले से काफी भिन्न हुई है । पत्रकारों और सम्पादकों को आमतौर पर कुछ ऐसा महसूस हुआ कि अब तो देश आजाद हो गया है, अब उनकी भूमिका सामाजिक और राजनीतिक वस्तुस्थिति को जनता के सामने रखने से ज्यादा जरूरी है सरकार द्वारा प्रगति के किए गए प्रयासों का सरकारी विवरण लोगों तक पहुँचाना । इस चिन्तन ने एक तरह से भारतीय पत्रकारिता के टोन व टेम्पर को बदल दिया और प्रतिबद्ध, संघर्षशील तथा मिशनयुक्त पत्रकारिता में एक बदलाव आया ।

इसके अतिरिक्त स्वाधीनता के बाद की पत्रकारिता में विषयवार पत्रकारिता का स्पष्ट विभाजन भी हो गया । अब ऐसा कोई भी विषय नहीं बचा जिसे लेकर पत्रकारिता न की जा सके । स्वाधीनता से पूर्व जहाँ पत्रकारों का दायित्व एक साथ कई विषय समेटने, साहित्य से लेकर

राजनीति करने का दायित्व था यह स्वाधीनता के बाद धीरे धीरे बदलना शुरू हो गया । यानि अब पत्रकारिता में विशेषज्ञतया का बोलबाला बढ़ने लगा । अगर कोई राजनीतिक विषयों को कवर करनेवाला पत्रकार है तो उससे अब जरा भी अपेक्षा नहीं की जा सकती कि वह अन्य सामाजिक या साहित्यिक विषयों पर भी पत्रकारिता करें । अगर वह ऐसा करता है तो यह उसकी अतिरिक्त विशेषता या रूचि के कारण होता है । कोई खेल पत्रकार है तो कोई जरूरी नहीं कि उसे वाणिज्य से सम्बद्ध पत्रकारिता भी करनी चाहिए । इस प्रकार स्वाधीनता के बाद पत्रकारिता विषय व रुचि के अनुसार धीरे धीरे विशेषज्ञतया में बदलती गई है और आज तो उसका रूप बिलकुल स्पष्ट है । यहाँ तक कि अगर कोई अखबार के लिए फोटो उतारता है, यानि फोटो पत्रकारिता करता है तो इस बात के लिए उसे क्षमा किया जा सकता है, कि उसने चित्र परिचय अशुद्ध लिखा है । यह भारतीय पत्रकारिता की बिलकुल अधुनातन प्रवृत्ति है जो स्वतन्त्रता हासिल करने के बाद चालीस वर्षों में यहाँ के पत्रकारों ने हासिल की है । स्वाधीनता के बाद पत्रकारिता में इस स्थिति का क्रमशः विकास हुआ है, पर आज के समय में वह बिल्कुल स्पष्ट है ।)

स्वाधीनता के बाद भारतीय पत्रकारिता में आए इस परिवर्तन के अनुसार ही अब अख़बारों का स्वरूप और रुझान भी परिवर्तित हुआ है । अब राजनीति, वाणिज्य - व्यवसाय, खेल, फिल्म, साहित्य, महिला, विज्ञान, पर्यावरण, अर्थनीति आदि विभिन्न विषयों को लेकर अखबार और पत्र-पत्रिकाएँ निकल रही हैं । भारतीय पत्रकारिता में क्रमशः विविधता और विस्तार का समावेश हुआ है । इस दृष्टि से यहाँ हम अपनी बातचीत को आधुनिक, स्वाधीन भारत की पत्रकारिता को उस काल तक केन्द्रित रखेंगे जो भारतीय राजनीति का एक महत्त्वपूर्ण मोड़ है । यानि हम भारतीय पत्रकारिता के उस दौर तक की चर्चा करेंगे जो भारत में आपातकाल लागू करने के पहले तक था । कुल मिलाकर यह लगभग तीन दशकों की पत्रकारिता है ।

स्वतन्त्रता प्राप्ति के बाद लोगों में तथा रचनाकारों, पत्रकारों, सम्पादकों में एक नई चेतना व ऊर्जा का विकास हुआ । जागृतिबोध पैदा हुआ और पत्रकारिता में कुछ नया करने की लालसा पैदा हुई । इस लालसा को विज्ञान की प्रगति से बल मिला । विज्ञान ने छापे की मशीन दी अतः प्रेस और प्रकाशन की सुविधाएँ बढ़ गई । औद्योगिक विकास के साथ साथ मुद्रण कला का भी विकास हुआ और नए अखबारों को नया बाज़ार भी मिला । समयबद्धता और काम करने के निश्चित तौर - तरीके विकसित हुए । पत्रकारिता जीवन के बृहत्तर मूल्यों के विकास, प्रसार और स्थापन का कारक बनने लगी । सामाजिक, राजनैतिक, साहित्यिक जगत की प्रतिछवि बन कर पत्रकारिता सामने स्पष्ट होने लगी । अखबारों के द्वारा परिवेश तथा जीवन जगत की कुछ समस्याएँ, संघर्ष व माँगे भी सामने आने लगीं । इस तरह पत्रकारिता के आयाम का विस्तार हुआ ।

स्वाधीनता के बाद पत्रकारिता में वे पुराने मूल्य काफी समय तक बचे रहे जो उसने स्वाधीनता की लड़ाई के समय हासिल किए थे । अतः स्वाधीनता के तुरन्त बाद की पत्रकारिता में भारतीय जनता तथा समाज के लिए निर्माण व सुविधाजनक जीवन तथा जनता की बदहाली समाप्त करने की एक माँग भी उभरकर आने लगी । इसीलिए उस समय के अख़बारों को गौर से देखने की जरूरत है ।

स्वाधीनता के तुरन्त बाद १९४८ में लश्कर में नव प्रभात दैनिक निकला जिसका सम्पादन किया यशवंत सिंह कुशवाहा ने । इस अखबार के नाम से ही स्पष्ट होता है कि स्वाधीनता मिलने का उछाह लोगों में कितना था तथा वे किस तरह नई जिन्दगी की तलाश और आशा में अटके हुए थे । इसी तरह १९५० में महान भारत प्रकाश का प्रकाशन हुआ और १९५४ में ग्वालियर के नव

प्रभात प्रेस से साहित्यिक पत्रिका भारती का प्रकाशन हुआ, सम्पादक थे जगन्नाथ प्रसाद मिलिन्द। यह एक उत्कृष्ट साहित्यिक पत्रिका थी और इसे तमाम बुद्धिजीवियों व साहित्यकारों का सह्योग प्राप्त था ।

निष्कर्ष

स्वाधीनता के बाद भारत में एक विशिष्ट प्रकार की जन-चेतना का विकास भी दिखाई देता है । इस जन-चेतना के पीछे आम लोगों, किसानों-मजदूरों तथा अन्य गरीब तबके के लोगों ने अपने बेहतर जीवन के लिए, स्वतन्त्र देश के स्वतन्त्रता प्राप्त नागरिक की तरह जीवन बिताने के लिए सरकार से माँग शुरू की । इसलिए देश के विभिन्न भागों में जन आन्दोलनों की छोटी - बड़ी शुरुआत भी दिखाई पड़ने लगी । गौर करने की बात है कि स्वतन्त्र देश के स्वतन्त्र नागरिकों के बेहतर जीवन की माँग के आन्दोलनों को भारतीय पत्रकारिता ने तरजीह दी । भारतीय पत्रकारिता में यह एक बिलकुल नई चेतना थी । कई अखबारों ने ऐसे जन-आन्दोलनों का समर्थन किया । भोपाल से नई राह का प्रकाशन इसी चेतना के साथ प्रकाशित हुआ । जन - आन्दोलनों को स्वर देनेवाले, उनकी जरूरत को जनता के सामने लाने तथा इस अखबार को एक विशिष्ट भूमिका में खडा करने के पीछे जनादी नौजवानों की टोली थी । भाई रतन कुमार इसके सम्पादक थे । जल्दी ही यह अखबार आम नता में समादृत हुआ, इसे जनता की आवाज की संज्ञा दी गई और बहुत जल्दी इसकी प्रसार संख्या में उल्लेखनीय वृद्धि हुई । जनता की आवाज के रूप में अपने ढंग का यह अकेला अखबार था पर विडम्बना यह हुई कि अपनी बेलाग टिप्पणियों और खबरों के कारण स्वतन्त्र देश में अपनी सरकार ने ही इसके सम्पादक को गिरफ्तार कर लिया और बाद में इस अखबार को बन्द हो जाना पड़ा । नई दुनिया जहाँ सरकार समर्थक अखबार था वहीं नई राह सरकार के कारनों को उजागर करनेवाला । दोनों को अपने अपन ढंग से पुरस्कार मिलते रहे ।

अनेकानेक अखबारों की चर्चा हम चुके हैं, विषयवार कुछ अखबारों की चर्चा यहाँ हम अलग से कर रहे हैं । जिनका महत्त्व सूचना और ठोस उदाहरण के रूप में ही आँका जाना चाहिए।

अपनी प्रगती जाँचिए

एक वाक्य में उत्तर लिखिए ।

1. हिंदी पत्रकारिता के पीछे कौन सी प्रेरणा थी ?
2. हिंदी के पहले अखबार का नाम क्या था ?
3. भारतीय पत्रकारों में कौन सी लालसा थी ?
4. स्वातंत्र्योत्तर पत्रकारिता जीवन के किन मूल्यों की कारक बनी ?
5. 'भारती' पत्रिका किस प्रकार की पत्रिका थी ?

२.२.१. समाचार व सामायिक सन्दर्भ

दैनिक हिन्दी मिलाप (आंध्र), अकेला (असम), प्रदीप (पटना, आवाज (धनबाद), बिहार मेल (मुजफ्फरपूर), चाणकय (पटना), आर्यावर्त (पटना), हमारा सन्देश (चम्पारण), मनुदा, नव बिहार, बसन्त बिहार (पटना), पन्द्रह अगस्त (अहमदाबाद), करनाल टाइम्स (करनाल), अशोक महान (गुडगाव), हिम केसरी (शिमला), हिमप्रताप (शिमला), नवभारत टाइम्स (बम्बई, दिल्ली), बिल्टिज (बम्बई), धर्मयुग (बम्बई), हिन्दी मिलाप (जालंधर), पंजाब

केसरी, वीर प्रताप (जालंधर), राजस्थान पत्रिका (जयपूर, उदयपूर, जोधपूर), राष्ट्रदूत (जयपूर, कोटा, बीकानेर), अमर उजाला (आगरा, बरेली), नवजीवन भारत (लखनऊ) भारत (इलाहाबाद), सन्मार्ग (वाराणसी), विश्वमित्र (कलकत्ता, पटना, कानपूर) हिन्दुस्थान, वीर अर्जून, दिनमान (दिल्ली)

२.२.२ धर्म एवं दर्शन

खुशवीर (पटना), निशंकलंका (रांची), गीता ज्योती (कुरुक्षेत्र), गीता उपदेश (अम्बाला), आनन्द सन्देश (गुना), धर्मसूर्य (भोपाल), कल्याण (गोरखपूर), पुरोधा (पाँडिचेरी), ज्ञान अमृत (दिल्ली)

२.२.३. साहित्यिक एवं सांस्कृतिक

सांकल्य (हैदराबाद), कल्पना (हैदराबाद), आधे (सिकन्दराबाद), विप्लव, ज्योत्स्ना, समीक्षा, नर नारी (पटना), आदि प्रचार समाचार (मद्रास), सप्तवर्णा (भोपाल), केरल ज्योति (त्रिवेन्द्रम), हिमाचल सौन्दर्य (शिमला), मनोरमा, माया, मनोहर कहानियाँ, हंसादेश, अरुण (इलाहाबाद), साप्ताहिक हिन्दुस्तान, मुक्ता, सरिता, माधुरी, सुषमा, आजकल (दिल्ली) लोक संस्कृति (जोधपुर), साथी (मुरादाबाद) आदि – इत्यादि ।

२.२.४. विज्ञान

विज्ञान प्रगति, विज्ञान लोक, विज्ञान जगत, लोक विज्ञान, आविष्कार, विज्ञान डाइजेस्ट, विज्ञान इन, विज्ञान भारती, वैज्ञानिक आदि

२.२.५. खेल कूद

खेल खेल (जालन्धर), क्रीडा जगत (जयपूर), भारतीय कुश्ती, क्रिकेट सम्राट, खेल खिलाड़ी (दिल्ली), खेल भारती, स्पोटर्स सिटी ।

२.२.६. उद्योग – व्यवसाय

उद्योग बंधु, ग्राम श्री (पटना), खादी ग्रामोद्योग, जागृति (बम्बई), आर्थिक जगत, आर्थिक चेतना, व्यापार उद्योग समाचार, स्टेशनरी टाईम्ल, उत्पादकता, योजना सम्पदा (दिल्ली)

२.२.७. फिल्म

उर्वशी, रजनीगंधा, चित्रावली, चित्रा, माधुरी, नटराज, फिल्म फेअर (बम्बई), सिने एडवांस स्क्रिन (कलकत्ता), छायाकार, चित्रलेखा, फिल्मरेखा, रंगभूमी, मायापुरी, फिल्मी दुनिया, फिल्मी कलियाँ, सिने एडवाइजर, सुचित्रा, प्रिया, मूवी (दिल्ली), सिनेपत्र (अजमेर) आदि ।

२.२.८. बाल सन्दर्भ

बालक, चुन्न-मुन्नू, उभरते सितारे (पटना), इन्द्रजाल कॉमिकस (बम्बई), चन्दामामा (मद्रास), लोट पोट, चम्पक, राजा भैया, बाल भाररती, नन्दन, पराग, मधु मुस्कान, सुमन सौरभ (दिल्ली), बाल हंस (जयपूर)

२.२.९. कृषि सम्बन्धी अखबार

हिमाचल कृषी सूचना (शिमला), हार्टिकल्चर बुलेटिन (पटियाला), युवा रश्मि (लुधियाना), कृषी विकास (जयपूर)

ये वैसी पत्र-पत्रिकाओं, अखबारों की एक संक्षिप्ततम सूची है जो स्वाधीनता के बाद निकली । इनमें से कई पत्र-पत्रिकाएँ आज बन्द हो चुकी है और कई नई शुरू हो गई है । इस सूची की उपयोगिता मात्र इतनी है कि विषयवार पत्रकारिता और अखबारी प्रकाशन की एक स्पष्ट

तस्वीर हमारे सामने उभररती है, जिससे यह पता चलता है कि भारतीय पत्रकारिता में विविधता के कया रूप हैं । अंग्रेजी में जिसे कम्पार्टमेंट लाइज जर्नलिज्म कहते हैं । उसके उदाहरण भारतीय पत्रकारिता में उपलब्ध है ।

२.३. भारतेन्दु युगीन पत्रकारिता की प्रवृत्तिमूलक विशेषताएँ

राष्ट्रीय चेतना – १६ वीं शती की हिन्दी पत्रकारिता में राष्ट्रीय चेतना का स्वर सर्वोपरि है । उस समय का प्रत्येक लेखक पत्रकार होता था । वह साहित्य और पत्रकारिता के माध्यम से जीवन को एक नयी दृष्टि और दिशा देना चाहता था । इसके लिए पत्रकारिता एक सबल साधन अथवा हिथायार सिद्ध हुई । इसका उपयोग कर वह भारतीय जीवन में नवजागरण लाना चाहता था । विदेशी शासन से उसने यह कला सीखी और अब उसी पर पत्रकार शक्ति का उपयोग करने लगे । सरकार को समय समय पर उद्बोधन देकर और कभी कभी सावधान कर समाज और देश की सामान्य स्थिति में सुधार लाने की कोशिश की जाती थी । भारतेन्दु युग के पत्रकार राष्ट्रीयता की प्रारम्भिक स्थिति का वातावरण तैयार करते थे । २०वीं सदी में पहुँचकर आज से सौ वर्ष पूर्व की पत्रकारिता पर विचार करें तो दोनों पक्षों में एक बड़ा अन्तर दिखता है, किन्तु यदि उस युग की पत्रकारिता ने राष्ट्रीयता के बीज नहीं बोये होते तो आज यह परिवर्तन नहीं दिखाई पडता ।

सामाजिक रुढ़ियाँ और अशिक्षा के प्रभाव से भारतीय अपनी पुरातन संस्कृति को भूलते जा रहे थे । उन सबको पुनर्प्रतिष्ठित करना उस युग की पत्रकारिता का मुख्य लक्ष्य था । इस देश की शक्ति, धर्म, दर्शन और प्रगतिशील चेतनाओं को उस युग की पत्रकारिता ने हमारे समक्ष रखा । उसने केवल सामाजिक सुधार पर ही बल नहीं दिया अपितु प्रशंसनिय सुधार के लिए भी संघर्ष किया और अन्ततः सफलता पाई । आधुनिक युग की राष्ट्रीयता के विकास में उस युग की पत्रकारिता नींव के रूप में आज भी अक्षुण्ण् है । वस्तुतः नीड़ के निर्माण में उसकी भूमिका सराहनीय है ।

एकनिष्ठ संकल्प – भारतेन्दुयुगीन पत्र–पत्रिकाओं के साथ एक बड़ी इच्छा शक्ति, महत् संकल्प और ऊँचा आदर्श जुड़ा था । स्त्री शिक्षा का प्रसार, विधवा विवाह आदि का समर्थन तत्कालीन पत्रों के माध्यम से हुआ । वस्तुतः देश–देशा का जितना यथार्थ चित्रण उस समय के पत्रों में हुआ है और ब्रिटिश सरकार के अनौचित्य का उद्घाटन जिस साहस से उस काल की पत्रकारिता ने किया है, वह हर दृष्टि से असाधारण है । डॉ. रामविलास शर्मा भारतेन्दुकाल के पत्रकारों के महत् संकल्प पर विचार करते हुए लिखते हैं – राजनीतिक वातावरण में जो रूढ़िप्रियता, अंध परम्परा प्रियता, शासकों की खुशावमद और अपनी सभ्यता के प्रति हीन भावना फैली हुई थी, उसे देखते हुए हिन्दी पत्रकारों की निर्भीक लेखन शैली और भी चमक उठती है । उनमें पर्याप्त साहस था और उस साहस का उपयोग वे बेपर की बातें करने में न करते थे वरन् वे दिन–प्रतिदिन की देश तथा विदेश संबंधी समस्याओं के विवेचन में उसका उपयोग करते थे । काबुल युद्ध, जुलुस और अंगरेजों की लड़ाई आदि पर जो कुछ तब लिखा गया था, उससे और साफ–सुथरा लिखना आज के लेखकों के लिए भी कठिन है ।

उच्चकोटि की आदर्शवादिता : उस समय पत्रकारों में उच्चकोटि की आदर्शवादिता थी । उन्हें अर्थ – चिंता अपने लिए नहीं, बल्कि पत्रों के सकुशल संचालन के लिए थी । इसके चलते उन्हें प्रायः क्षति उठानी पड़ती थी । उनके सामने आर्थिक लाभ का प्रश्न नहीं था । पाठकों की स्तिति इसके विपरीत थी । उनकी राजनीतिक चेतना विकसित नहीं थी और न समाचार पत्रों में

उन्हें कोई विशेष रूचि थी । ऐसी स्थिति में पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन उच्च आदर्श का प्रमाण है।

सामाजिक मुल्यों के उन्नयन का प्रश्न :

पत्रकारों के समक्ष सामाजिक मूल्यों के उन्नयन का प्रश्न था । उन्हों पत्रों में उस प्रश्न को बड़ी तेजस्विता और प्रगतिशीलता से उठाया था । चाहे देवोत्तर संपत्ति का प्रश्न हो, चाहे गोवध का, चाहे किसानों के दैन्य की बात हो अथवा साम्प्रदायिकता की, पत्रों में सामाजिक प्रश्नों पर समान रूप से ध्यान दिया गया । उनमें देश, काल और परिस्थिति के अनुसार आवश्यक परिवर्तन और सुधार की माँग की गयी । वैदिक जीवन के प्रति उस काल के पत्र पत्र अधिक सजग दिखते हैं । एक और वे देश को बिल्कुल अतीतोन्मुखी नहीं बनाना चाहते थे और दूसरी और अंग्रेजों से देशभक्ति, समाजसेवी, निज भाषा ज्ञान आदि अनेक अच्छी - अच्छी बातें लेने के पक्ष में थे । यदि उन्हें अपना कूप मंडूक समाज पसंद नहीं था तो साथ ही अंगरेजी शिक्षितों की अभारतीय बातें भी पसंद नहीं थी । इससे यह स्पष्ट है कि पत्रों का रास्ता समन्वय का था । उन्हें विश्वास था कि समन्वय के द्वारा ही देश अधोगति के गर्त से निकलकर उन्नति के पथ की और गतिमान हो सकता है ।

भाषा का प्रश्न – साहित्य और भाषा का संबंध अटूट है । भारतेन्दुकाल में साहित्य सृजन के साथ ही भाषा की समस्या भी जटिल थी । अतः इ, समस्या के कारण भाषा का उग्र आंदोलन उठ खड़ा हुआ था । उस आंदोलन को उस समय पत्रों ने खुलकर भाग लिया कयोंकि आरम्भ में ही पत्रों ने प्रतिज्ञा की थी कि यथासाध्य देश प्रतिनिधि स्वरूप होकर कर्तव्य साधन में निरत रहेंगे और उनकी निश्चित प्रतीति थी कि बिना मातृभाषा की उन्नति के साधारणतः देशोन्नती होनी असंभव है।

हिन्दी भाषा के प्रचार – प्रसार के लिए तद्‌युगीन पत्रों में बराबर टिप्पणियाँ प्रकाशित होती रहती थी । पत्रकारों की दृढ धारणा थी कि देसोन्नति के लिए देश में एक सामान्य भाषा की उन्नति होनी चाहिए और उस पद पर हिन्दी ही प्रतिष्ठित हो सकती है, कयोंकि भारत वर्ष की यही प्रधान भा,ा है । उसका समर्थन उस युग के अनेक समाज सुधारकों ने भी किया था । भारतेन्दु काल की भाषाप्रवृत्ति की चर्चा करते हुए, आचार्य रामचन्द्र शुकल लिखते है – उस काल में हिन्दी का शुद्ध व्यवहारोपयोगी रूप ही नहीं, व्यवहारोपयोगी रूप भी निखरा ।

अलंकृत भाषा :

भारतेन्दुयुगीन हिन्दी पत्रकारिता की सबसे बड़ी विशेषता यह थी कि उसने साहित्य को नवीन मार्ग प्रदर्शित किया । हिन्दी साहित्य अपने पुराने रास्ते पर चल रहा था । उस युग के पत्रकारों ने साहित्य की वह दिशा मोड़ दी और उसका संबंध जीवन से जोड़ दिया । इसका परिणाम यह हुआ कि यथार्थ जीवन के आग्रह से साहित्य का कलापक्ष गौण हो गया और भाषा सर्वथा अनलंकृत हो गयी, उसमें प्राणवत्ता का संचार हुआ ।

निष्कर्ष : उपर्युक्त विवरण से भारतेन्दुयुगीन हिन्दी पत्रकारिता के दो स्वरूप दृष्टिगत होत हैं – एक बाह्य और दूसरा आंतरिक । पहले का सम्बन्ध पत्रकारिता के कलापक्ष से है और दूसरे का उसके विचार पक्ष से । बाह्य पक्ष के अन्तर्गत विषय वैविध्य के कारण पत्रकारों को पर्याप्त श्रम करना पड़ा था, फिर भी उन्होंने इसके लिए जो कुछ किया, उससे उनकी संपादन – कुशलता का परिचय मिलता है ।

सम्पादक पत्रों को आकर्षक बनाने के लिए अनेक उपाय काम में लाते थे । वे सामग्री – संकलन पाठकों को रूचि और उनके हित को ध्यान में रखकर करते थे । पाठकों के रूचि-वैविध्य

को देखते हुए पत्र–पत्रिकाओं के विषय भी अनेक प्रकार के होते थे । यदि अग्रलेखों और विशेष लेखों में महत्त्वपूर्ण विषय छपते थे तो दूसरी ओर प्रश्नोत्तर, चुटकुले, चोज और लटके आदि पाठकों के मनोरंजन के प्रति भी प्रकाशित होते थे । सम्पादक पाठकों को सदैव युग के अनुरूप आगे बढ़ने को प्रोत्साहित करते थे । उनकी प्रत्येक पंक्ति में युग का संदेश और मानव भावना निहित थी । मनोरंजक सामग्रीयाँ भी लोकहित भी भावना से ही आप्लावित थीं ।

सामग्री – वितरण में भी पत्रकार कुशल थे । उन्होंने यह कार्य बड़े मनोवैज्ञानिक ढंग से किया था । उनका यह पक्ष बड़ा आकर्षक और सजीव था । रचनाओं के शीर्षक ऐसे विशिष्ट ढंग से रखे जाते थे कि पाठक उन्हें देखते ही आकृष्ट हो जाते थे । बहुत से शीर्षक लोकोक्तियों के अन्तर्गत रखे जाते थे, इसीलिए वे अधिक आकर्षक बन जाते थे । इसके अतिरिक्त पत्रों में समाचारवाली, समालोचना या प्राप्ति स्वीकार, स्थानीय समाचार आदि स्तंभ भी भारतेन्दुयुगीन पत्रकारिता के सामग्री वितरण कार्य के प्रतीक थे ।

पाठकों की आर्थिक स्थिती को ध्यान में रखते हुए पत्रों के मूल्यादि के निर्धारण में सम्पादकों ने उदारता से काम लिया । पाठकों के सर्वागीण विकास के लिए पत्रों में पुस्तक समीक्षा, विज्ञापन आदि का प्रकाशन भी होता था । इन सभी कार्यों का उद्देश्य पाठकों से तादाम्त्य स्थापित करना था, कयोंकि सम्पादकों का यह विश्वास था कि ऐसा कर वे देश का उद्धार कर सकेंगे ।

(यही विशेषताएँ इस काल की सभी पत्रकारिता में दिखाई दती हैं – कम अधिक मात्रा में)

२.४. भारतेन्दु युग :

प्रस्तावना

इस तरह हम देखते है कि लोगों ने इस बात को अच्छी तरह जाना था कि समाचार पत्र जनता को जागृत कर सकता है, परन्तु सरकार के दबाव से अखबार बंद कर दिये जाते हैं । इस समय हम देखते हैं कि भारतेन्दुजी ने किस तरह जनजागृति का कार्य किया है । समाचार पत्र पत्रिका तथा साहित्य की बाकी विधाओं के साथ भी वे निरंतर कार्यरत रहे । अपने उद्देश्य पर अटल रहे ।

हिन्दी भाषा के विकास के लिए निरंतर कार्यरत भारतेन्दुजी ने पत्रकारिता को नई पहचान दी । सन १८६८ से १९०० तक का काल भारतेंदु युग नाम से पहचाना गया । इस काल में हिन्दी की अनेक स्वतंत्र पत्रिकाएँ प्रकाशित हुई । इन में अन्य किसी भाषा अथवा अनुवाद को महत्व नहीं दिया गया । उन्नीसवीं शती में मध्यप्रदेश, उत्तर प्रदेश, राजस्थान, बिहार, पंजाब तथाबंगाल से हिन्दी पत्रिकाएँ प्रारम्भ हो गई ।

सन १८६८ में विविध विषयों पर वृत्तान्त दर्पण पं. सदासुखलाल नियाज के संपादन में प्रकाशित हुई । इसी समय सन १८७५ में भारतेन्दुजी के कविवचन सुधा (मासिक से पाक्षिक कालान्तर में) हरिश्चन्द्र मैगजीन, हरिश्चंद्र चंद्रिको वं बालबोधनी आदि को सम्पादन एवं प्रकाशन किया । यह पत्र पत्रिकाएँ पद्य के स्थान पर गद्य में प्रकाशित होने लगे । इनमें राजनैतिक, सामाजिक लेखों् का प्रकाशन किया जाता था । शुरुआत के समाचार पत्रों की तरह राजभक्ति और देशभक्ति का स्वर प्रमुख था । हरिश्चंद्र चन्द्रिका में उपन्यास, कहानी, व्यंग्य, लेख, पुरातत्व, कविता, आलोचना जैसी साहित्यिक विधाओं की रचनाएँ प्रकाशित होती थी । हिन्दी पत्रकारिता में भारतेन्दु का नाम श्रेष्ठ है ।

भारतेन्दुजी ने साहित्य, राष्ट्रीय चेतना एवं सामजिक सुधारों के लिए भारतेन्दु मंडल की स्थापना की । इस मंडल के वरिष्ठ सदस्य पं. बालकृष्ण भट्ट ने १८७६ में अल्मोडा अखबार का प्रकाशित किया । सन १८७४ में बिहार से बिहार बन्धु नाम से पहला समाचार पत्र शुरु हुआ । इसी समय अनेक प्रदेशों से अलग पत्र-पत्रिकाएँ अपने अपने ढंग से शुरू हुई जैसे प्रयाग से नाटक प्रकाश, मेरठ से नागरी प्रकाश अलीगढ से भारत बन्धु १८७५ में प्रयास से धर्म प्रकाश का प्रकाशन हुआ । जबलपूर में १८२३ में जबलपूर समाचार, पंजाब से जगत, दिल्ली से सदादर्श, मिर्जापुर से पं. बदरीनारायण चौधरी, प्रेमधन के सम्पादन में नागरी भारतेंदु मंडल के सदस्य बाल मुकुन्द गुप्त ने हिन्दी प्रदीप (१८७७) में प्रकाशित किया । साामाजिक, राजनीतिक, धार्मिक, कूरितियों पर व्यंग्यात्मक शैली में प्रहार हिन्दी प्रदीप की विशेषती थी : पं. प्रतापनारायण मिश्रने कानपूर से ब्राह्मण का प्रकाशन शुरू किया । कलकत्ता से तीन प्रमुख पत्र भारत मित्र सार सुधा निधी तथा उचित वक्ता पं. दुर्गाप्रसाद मिश्र के संपादन में प्रकाशित हुए । सन १८५५ में राजा रामपाल सिंह ने दैनिक हिन्दुस्तान की शुरुआत की ।

इसी बीच एक और परिवर्तन सामने आता है । जब बार बार ब्रिटिश सरकार उनके विरोध में आवाज उठानेवाले समाचार पत्र बंद कर रहा ता, उस समय सन १८८६ से ब्रिटिश सरकार ने प्रादेशिक समाचार पत्रों को सरकारी समाचार देने की शुरुआत की । ऐसे समय समाज को शिक्षित करने का कार्य समाज सुधारवादी संगठन ब्रह्मसमाज, आर्या समाज, रामकृष्ण मिशन तथा थियोसोफिकल सोसायटी ादि संस्थाएँ शिक्षितों के बीच कर रही थी । हिन्दी पत्रकारिता को नया मोड देने में इन शिक्षितों का सराहनीय योगदान था । इस युग में लगभग ३५० पत्रिकाएँ प्रकाशित हुई ।

दैनिक समाचार पत्र तथा पत्रिकाएँ निश्चित रूप से समाज के सोच विचार को योग्य दिशा देने का कार्य करती है । भारतेन्दुजी ने इस प्रयत्न की शुरुआत की फिर उनके साथ कितने लोग आ गये । यह एक सामूहिक कार्य बन गया । इतना ही नहीं यह कार्य खंडित नहीं हुआ बल्कि द्विवेदी युग के रूप में संपन्न होकर हमारे सामने आता है । अधिक सजग बनकर जनता को दिशानिर्देश का कार्य शुरू होता है ।

२.५. द्विवेदी युग (सन १९०० से १९२०)

सन १९०० हिन्दी वर्ष हिन्दी पत्रकारिता के विकास के इतिहास विशिष्ट स्थान रखता है । पं. माधवप्रसाद मिश्र ने काशी से आध्यात्मिक पत्रिका सुदर्शन निकाली । इसी समय सरस्वती का प्रकाशन भी शुरू हुआ था । जिसमें साहित्यिक रचनाएँ एवं आलोचना के लेख भी होते थे । यह काशी नागरी प्रचारिणी सभा से प्रकाशित हुई थी । इसके सम्पादक मण्डल में गणमान्य विद्वान सम्मिलित थे जैसे बाबू राधाकृष्ण दास, बा. जगन्नाथ रत्नाकर, पं. किशोरीलाल गोस्वामी और लाला श्यामसुंदर दास आदि थे । बाद में महावीर प्रसाद द्विवेदी ने सरस्वती का सम्पादन कर उसे एक नई ऊँचाई दी । उनके पश्चात पदुमलाल पुन्नलाल बख्शी तथा देवीदयाल चतुर्वेदी ने भी इस पत्रिका का सम्पादन किया ।

इस युग में साहित्यिक पत्रिकाओं के साथ साथ शुध्द राजनीतिक पत्रिकाएँ भी प्रकाशित हुई । कलकत्ता नृसिंह (१९०४) देवनागर (१९०७), कलकत्ता समाचार (१९१४) विश्वमित्र (१९१६) स्वतंत्र (१९२०) आदि । इसमें विदेशी शासन की समाप्ति पराधीनता का धिककार अंग्रेजी के स्थान पर हिन्दी के प्रयोग का आग्रह आदि विषयों पर विशेष आलेख छपते थे ।

१९ वीं शती में देश के विभिन्न क्षेत्रों से दैनिक, साप्ताहिक एवं मासिक पत्र – पत्रिकाएँ प्रकाशित हुई । परन्तु इसके विकास में उर्दू, अंग्रेजी भाषाओं तथा सरकारी मिशनरी की ओर से नए नए प्रशासनिक तथा वैधानिक अवरोध पैदा किए गए, फिर भी समाचार पत्र अपना कार्य करते ही रहे । १९२० में लोकमान्य तिलक जो राजनीति में, पत्रकारिता में जनजागरण में अग्रणी थे, उनकी मृत्यु हई । परन्तु अब समाज जागृत हुआ था स्वतंत्रता पाने के लिए अग्रसर हो रहा था । इसी समय गांधीजी की आवाज की ावाज लोगों तक पहुँच चुकी थी ।

२.६. गांधी युग (१९२० से १९४७)

महात्मा गांधी की प्रेरणा से देश की स्वतंत्रता के महत्त्व को जन जन तक पहुँचाने के लि अनेक दैनिक, साप्ताहिक मासिक पत्रों का प्रकाशन हिन्दी में हुा । गांधीजी ने स्वयं यंग इंडिया, नवजीवन तथा हरिजन इन तीन पत्रों का संचालन किया । तदनन्तर गुजराती के नवजीवन का हिन्दी अनुवाद नवजीवन तथा हरिजन का हरिजन सेवक (१९३३) तथा तरुण भारत (१९२१) प्रकाशित होने लगे । नवजीवन (१९२१) तथा हरिजन सेवक का सम्पादन हरिभाऊ उपाध्याय तथा हिन्दी तरुण भारत का सम्पादन मधुराप्रसाद दीक्षित ने किया । इन समाचार पत्रों के सबसे बडी विशेषता यह थी की इन में विज्ञापन नहीं होते थे । राष्ट्रीय भावना तथा नैतिक मूल्यों का जतन इन समाचार पत्रों द्वारा किया जाता था । गांधी विचारधारा से प्रेरित त्यागभूमी का प्रकाशन शुरू हुआ । इनमें समाज सुधार, सामाजिक सुधार, सामाजिक छुआछुत, शिशुहत्या, बालविवाह, दहेज प्रथा, सती प्रथा आदि के विरोध में लेख छपते थे । इस तरह राष्ट्री और समाज की चिंता करनेवाले अनेक समाचार पत्र, पत्रिकाएँ और उनके संपादक सम्मान के पात्र है । उदाहरणार्थ :

गणेश शंकर विद्यार्थी का प्रताप (१९१३) महामना मालवीयजी का अभ्युदय (१९०७), शिवप्रसाद गुप्तजी का और पराडकरजी का आज (१९२०), पं. कमलापति त्रिपाठी का संसार (१९४४), आचार्य नरेंद्र देव का संघर्ष (१९३७) इत्यादी राजनीतिक पत्र थे ।

माधुरी (१९२२), चांद (१९२२), मतवाला, सुधा, विश्वभारती, वीणा, विशाल भारत, विप्लवव, हंस और रुपा आदि पत्रिकाएँ साहित्यिक, सामाजिक तथा सांस्कृतिक धरातल को लेकर चली ।

आज, हिन्दुस्थान, अर्जून, प्रताप, नवभारत,. विश्वबंधु तथा आर्यावर्त आदि दैनिक समाचार पत्रोंद्वारा राष्ट्रीय जागरण का कार्य बहुत ही तेज गति से किया । उग्रराष्ट्रीय विचारों को हवा देने में बंगभंग, प्रथम विश्वयुद्ध तथा तिलक एवं गांधीजी के आंदोलनों ने बहुत बड़ी सहायता दी। इन पत्र पत्रिकाओं के संपादकों को कई बार जेल की सजा हुई ।

भूमिगत प्रकाशन

स्वतंत्रतापूर्वक हिन्दी पत्रकारिता ने राजकीय सेवाओं के भारतीयीकरण लेजिस्लेटिव काउंसिल में भारतीय प्रतिनिधित्व, प्रांतीय लेजिस्लेटिव की माँग, ब्रिटिश संसद में भारतीय प्रतिनिधित्व की माँग, आर्थिक शोषण, स्वदेशी आंदोलन, सामाजिक सुधार आदि पर स्वयं को केंद्रित किया । था । ब्रिटिश शासन को पत्रकारिता का यह तेवर अच्छा नलीं लगा । इसलिए हिन्दी पत्रकारिता पर प्रहार करने के लिए उसने प्रेस अधिनयम १८५७), इंडियन पीनल कोड में परिवर्तन, रेग्युलेशन ऑफ प्रिंटिंग प्रेस एण्ज न्यूज पेपर्स एकट (१८६७), गलाघोट प्रेस अधिनियम (१८७८), ऑफशियल सिक्रेट्स अधिनयम (१८८९), तथा राजद्रोह अधिनियम (१८९८) आदि

वैधानिक अवरोध पैदा किए । इसके कारण अनेक पत्र पत्रिकाएँ बन्द हो गई । कुछ प्रेस बंद या जब्त किए गए । संपादकों को जेल जाना पड़ा । परन्तु देश की स्वतंत्रता के लिए कटिबद्ध पत्रकारों ने अंग्रेजी की इस दमननीति के खिलाफ भूमिगत प्रकाशन शुरु किया और स्वतंत्रता संग्राम को सजीव एवं सक्रीय बनाए रखा ।

पराडकर तथा आ. नरेंद्र देव, रणभेरी, बवण्डर, बोलदेधावा, शंखनाद, रणचन्द्रिका तथा ज्वालामुखी को सायकलोस्टाइल शैली में छापकर जनसामान्य में वितरित करते थे ।

पं. माखनलाल चतुर्वेदी का कर्मवीर (१९१९), सिद्धनाथ माधव आगरकर का स्वराज्य, पं. द्वारिकाप्रसाद मिश्र का लोकमत १९३०, एवं सारथी (१९४१) आदि पत्र क्रांति के पहरुए बने थे ।

इस प्रकार गांधी युग की पत्रकारिता शान्ति और क्रान्ति दोनों छोरों पर खडी थी । पर इस विरोधाभास के बावजूद राष्ट्रीय चेतना, राष्ट्रीय अस्मिता तथा देश की स्वतंत्रता यही इन दोनों का लक्ष्य था ।

स्वतंत्रता पूर्व की पत्रकारिता तेजस्विनी, निर्भय, परम न्यायपरायण रही है । इसलिए तो महर्षि अरविंद, भुपेंद्रनाथ दत्त, डॉ. एनी बेसेण्ट, गोपालकृष्ण गोखले, बाल गंगाधर तिलक, लाला लजपतराय, बिपिनचंद्र पाल, चित्तरंजन दास, सुरेन्द्रनाथ बॅनर्जी, महात्मा गांधी, जवाहरलाल नेहरु, डॉ. राजेन्द्रप्रसाद, आदि श्रेष्ठ नेताओं ने राष्ट्रसेवा हेतु समाचार पत्रों के साथ अपना घनिष्ठ सम्बन्ध रखा । साहित्यानुरागी भारतेन्दु हरिश्चंद्र, लाल खडग बहादूर मल्ल, अम्बिकादास व्यास, गणेशशंकर विद्यार्थी, बाबूराव विष्णु पराडकर, माखनलाल चतुर्वेदी, लक्ष्मणनारायण गर्दे, बालकृष्ण शर्मा नवीन तथा श्रीकृष्ण दत्त पालीवाल ने पत्रकारिता को राष्ट्रीय जागरण का एक साधन स्वीकार किया तथा मिशन के रूप में इसको त्यागशील संघर्षमयी परम्परा का नियामक माना।

स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद भारत में लोकतंत्र की स्थापना हुई । नए रचनात्मक क्रिया कलापों और राष्ट्रहित में कर्तव्य पालन करते हुए समाचार पत्र ठोस भूमिका निभा रहे हैं । बढ़ती हुई जनसंख्या, आर्थिक और औद्योगिक भूमिका का आयाम, संचार की सुविधा, साक्षरता की वृध्दि के कारण पत्रों के पाठकों में वृध्दि हुई हैं । नये परिवेश में भावुक नहीं पत्रकार को चतुर होना पडेगा । भ्रष्टाचार, पक्षपात, लालफीताशाही, सत्ता के दुरुपयोग और अव्यवस्था के खुले विरोध द्वारा लोकरूचि के परिष्कार का पत्रकारिता द्वारा ही संभव है । नवीन अविष्कारों के कारण संवाद प्रेषण, मुद्रण एवं पत्र प्रसारण में क्रांतिकारी परिवर्तन हुए है । अब ग्राहक और पाठक वर्ग की आवश्यकताएँ, आकांक्षाएँ, अपेक्षाएँ बढ रही है वे पत्र जगत में युगान्तकारी परिवर्तन की अपेक्षा करते है ।

अपनी प्रगति जाँचिए ।

१. समाचार पत्रों को इतिहास अपने शब्दों में बताइए ।

२. स्वतंत्रता पूर्व समाचार पत्र की स्थिति का वर्णन करते हुए कुछ विशेष समाचार पत्रों की जानकारी लिखिए ।

३. टिप्पणी :

१. भारतेन्दु युग और द्विवेदी युग

२. गांधीयुग तथा भूमिगत प्रकाशन

२.८. सूचना समाज की अवधारणा

सूचना समाज उन्नत देशों, चंद तथाकथित नव–औद्योगिक दिशों तथा विकासशील देशों के संपन्न तबकों तक ही सीमित है । इन देशों में सभी अन्य प्रौद्योगिकियों के केंद्र में सूचना प्रोद्योगिकी है । सूचना समाज की कार्य प्रणाली अत्यधिक सूचना संसाधनों पर निर्भर है । सूचना समाज में सूचना के संदर्भ टेलीविजन, रेडियो, प्रेस तथा अन्य तरह के मीडिया तक ही सीमित नहीं है बल्कि इनमें सूचना उद्योग और इसके तंत्र ने प्रभुत्व पाया है । औद्योगिक उत्पादन और वितरण भी अधिकाधिक सूचना संसाधनों पर निर्भर होता चला जा रहा है । जीवन के हर क्षेत्र में सूचना संसाधन केंद्रीय भूमिका हासिल कर रहे हैं ।

सूचना समाज औद्योगिक समाज का विस्तार मात्र हैं । इस समाज ने कार्यात्मक रूप से मानव जीवन में आमूलाग्र परिवर्तन किए हैं । औद्योगिक क्रांति से सूचना समाज में स्वाभाकि रूपांतरण हुआ . औद्योगिक समाज का शासक वर्ग सूचना समाज में और भी अधिक शक्तिशाली हुआ । सैद्धान्तिक रूप से सूचना समाज विकास के नियंत्रण और शासन के साधन ही औद्योगिक समाज से कहीं अधिक प्रभावशाली हैं । परंतु सूचना समाज का औद्योगिक समाज के साथ सहअस्तित्व है जोकि मित्रपूर्ण सम्बन्ध पर टीका है ।

सूचना समाज के उदय ने औद्योगिक समाज के सामाजिक ाार पर के विस्तार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई । उन्नत औद्योगिक देश पहले से ही मध्यमवर्गीय समाज में परिवर्तित हो गए थे । औद्योगिक व्यवस्था के लिए नए बाजार संकुचित होते जा रहे थे । सूचना क्रांति और उसके गर्भ से जन्म सूचना समाज ने श्रम और पूंजी के उत्पादन को बढ़ाकर विकासशील देशों में मध्यवर्ग के विस्तार को नई गति, नई उर्जा प्रदान की । साथ ही अपने लिए और औद्योगिक समाज के लिए भी तेजी से बाजार का विस्तार किया । सूचना संसाधनों ने दुनिया के अनेक देशों में मध्यवर्ग के विस्तार में ही मदद नहीं प्रदान की बल्कि इसे ग्लोबल सूचनातंत्र का अंग बनन के लिए भी प्रेरित किया । सूचना समाज की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि सूचना प्रौद्योगिकी ही इसकी केंद्रीय शक्ति है । सूचना समाज की ताकत के बल परअनेक देशों और समाजों में आधुनिकीकरण के नाम पर पश्चिमीकरण की प्रक्रिया तेज हुई है ।

२.८.१. सूचना निर्माण

हमें प्रतिक्षण सूचना की आवश्यकता होती है । आज सूचना प्रौद्योगिकी राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक जीवन की रीढ़ बन गई है । मानव के सारे कार्य, घटनाएँ, व्यवहार तथा अन्य क्रियाएँ ये सभी सूचना से प्रभावित होती हैं । सूचना के बिना मानव जीवन अधूरा है ।

बहुराष्ट्रीय सत्तातंत्र के तहत आज अंतर्राष्ट्रीय सूचना तंत्र अत्यंत विशाल और प्रभावशाली हो चुका है । इस सूचनातंत्र के बल पर लोगों के दिमाग जीतकर देश जीते जा रहे हैं । सूचना उद्योग आज विश्व का सबसे बड़ा उद्योग बन चुका है । विकसित पश्चिमी देशों में तो सूचना उद्योग ने नंबर एक की स्थिति हासिल कर ली है । सूचना उद्योग का आशय सूचनाओं का निर्माण करने, उन्हें एकत्रित करके उनकी प्रोसेसिंग, भंडारण और जरूरत के अनुसार खास सूचनाओं को चयनित करके इनका उपयोग करने से हैं ।

सूचना पर जिसका नियंत्रण है सत्ता पर भी वही काबिज है । सूचना उद्योग पर विकसित देशों का ही राज है । इस प्रक्रिया में विकासशील देश पीछे छूट गए हैं । इस वक्त पश्चिम नियंत्रित सूचना उद्योग के पास विकासशील देशों के बारे में इतनी सारी सूचनाएं हैं जितनी स्वयं उसकी

उपलब्ध नहीं है । क्योंकि वे इसके लिए पर्याप्त सूचना तंत्र विकसित नहीं कर पाए । सूचना के स्वामित्व के इस ढांचे के कारण तमाम तरह की सूचनाओं का निर्माण किया जा रहा है तथा उनका इस्तेमाल विकसित देशों के हितों की पूर्ति के लिए किया जा रहा है विकासशील देश स्वयं अपनी सूचना जरूरतों के लिए विकसित देशों पर निर्भर हो गए हैं ।

वाई मसुदा ने अपनी किताब दि इनफॉर्मेशन एज पोस्ट इंडस्ट्रीयल सोसायटी में लिखा है, सूचना–युग, जो कम्प्यूटर युक्त तकनीकी और संचार साधनों के साथ साथ आया है, यह समकालीन औद्योगिक समाज पर बड़ा सोसायटी और आर्थिक प्रभाव ही नहीं डालेगा, अपितु ऐसे पैमाने के सामाजिक परिवर्तन लाएगा, जिनके कारण वर्तमान प्रणाली का एक नए प्रकार के मानव समाज यानी सूचना समाज में पूर्ण रूपान्तरण हो जाएगा । इस नए समाज का लक्ष्य है भौतिक उपभोग की बजाय मनुष्य की बौद्धिक रचनात्मकता को उजागर करना । यह ऐसा समाज है जहां भौतिक मूल्यों की बजाय सूचना मूल्यों का उत्पादन होता है । यही समाज की संचालिका शक्ति है ।

यहाँ प्रश्न उत्पन्न होता है कि भौतिक मूल्यों का उत्पादन कया सूचना मूल्यों के उत्पादन के बाद बंद हो जाता है ? मानव सभ्यता के किसी युग की कल्पना कया संभव है जहाँ भौतिक समाज हो और भौतिक मूल्य न हो? मानवीय श्रम और मानवीय जरूरतों की पूर्ति की जब तक आवश्यकता बनी रहेगी तब तक भौतिक मूल्यों के सृजन का परिवेश भी बना रहेगा और भौतिक मूल्य प्रभुत्वशाली मूल्य के रूप में अपनी भूमिका बनाए रखेंगे । मेरे विचार से विकसित पूंजीवादी अवस्था के युग में सूचना मूल्य भी एक भौतिक मूल्य ही है । मूल्य वस्तुतः मनुष्य के मौजुदा सामाजिक संबंधों के ठोस प्रतीकों का काम करते हैं । वे वस्तु मूल्यों के साथ साथ मानवहीत लक्षित होते हैं ।

मसूदा का मानना है कि कम्प्यूटर के उदय से सूचना के पूर्णतः वस्तुगत रूप में सामने आने की संभावनाएं हैं । अब सूचना मनुष्य से स्वतंत्र जन्म ले सकती है । साथ ही सूचनाओ को संरक्षित भी कर सकती हैं ।

दरअसल सूचना अब वस्तुग नहीं रही । कयोंकि विकसित पूंजीवादी समाजों में बहुराष्ट्रीय संचार कंपनियों द्वारा सूचना के संचय, मंथन और वितरण का जो उद्योग उभरा हैं, साथ ही सूचना के मेनीपुलेशन की जिस तरह कोशिशें चल रही है, उससे ही सूचना वस्तुगत नहीं रही । सूचना या तो पूंजीपतियों के या फिर राज्य के कब्जे में है । वे उससे केवल व्यापार करके मुनाफा पाना चाहते है ।

आज भाषा की सूचनात्मक क्षमता बेहद बढ़ गई है । विशेष बात यह है कि हिन्दी केवल अपने देश की राष्ट्रीय भाषा नहीं है, बल्कि वह अंतर्राष्ट्रीय भाषा हैं । चीनी भाषा का प्रथम क्रमांक उसकी जनसंख्या की वजह से लगता है । दूसरे स्थान पर अंग्रेजी और तीसरे स्थान पर हिन्दी भाषा है । जो भाषा समय की नजाकत देखकर परिवर्तित नहीं होती वह मृतप्राय हो जाती है । परंतु हिंदी भाषा ने अपने क्षमता में वृद्धि की है इसलिए आज हिंदी साहित्यिक भाषा के अलावा विज्ञान की भाषा, कम्प्यूटर की भाषा बन गई है । हिंदी भाषा ने अपने शब्द भण्डार में अंग्रेजी भाषा के तकरीबन दस हजार शब्दों को अपना लिया है । हिंदी की भाषा क्षमता को देखकर तथा भारत की ओर एक विशाल मार्केट के रूप में विकसित राष्ट्रों ने देखा । इसलिए विश्व के विविध देशों के डैढ़सौ विश्वविद्यालयों में हिंदी विभाग खोले गए हैं जहाँ विदेशी छात्र प्रयोजनमूलक हिंदी सीख रहे हैं । पहले कम्प्यूटर की भाषा अंग्रेजी तथा अन्य विदेशी भाषा थी । परंतु हिन्दी ने अपनी क्षमता में वृद्धि की है इसलिए हिंदी में तकनीकी शब्दों को धडल्ले से अपनाना प्रारंभ किया है । उदाहरणार्थ कुछ तकनीकी शब्दों पर संक्षेप में विचार करें जो सूचना निर्माण में सहायता प्रदान करते हैं ।

१. बैंडविड्थ : यह शब्द किसी संचार माध्यम की सूचना वहन करने की क्षमता दर्शाता है। डिजीटल युक्तियों के संदर्भ में बैंडविड्थ का अर्थ है किसी निश्चित अवधि के दौरान संचारित की गई सूचना अथवा डाटा की मात्रा (बिट्स) यानी बैंडविड्थ जितनी अधिक होगी उतनी ही अधिक सूचनाओं का आदान-प्रदान संभव होगा।

२. ब्रॉडबँड : सूचनाओं के संचारण की आधुनिक तकनीक, जिसमें मात्र एक केबल या तार के माध्यम से कई चैनलों को एक साथ प्रसारित किया जा सकता हैं, ब्रॉडबैंड कहा जाता है। इसका सबसे लोकप्रिय उदाहरण केबल टी.वी. है तथा बी.एस.एन.एल. द्वारा ब्राडबैंड के नाम से इंटरनेट सेवा प्रदान की जाती है। ब्रॉडबैंड में डाटा संचारण की गति ६४ के.बी.पी.एस. से अधिक होती है।

३. ऑप्टिकल फाइबर : काँच से बना पतला तार, जिसमें मात्र चंद सैंकदों में सूचनाओं की विशाल मात्रा का प्रवाह संभव है, ऑप्टिकल फाइबर कहा जाता है। इसमें डाटा का संचारण प्रकाश के रूप में होता है। सूचना संचारण की गति प्रकाश की गति की लगभग ६० प्रतिशत अर्थात् १,७९,८७६ कि.मी. प्रति सेकंद होती है।

४. बैकबोन : एक बड़ी प्रसारण लाइन, जो अपनी साथ जुड़ी अनेक छोटी-छोटी प्रसारण लाइनों से सूचनाएँ एकत्र कर आगे संचारित करती है, बैकबोन कहलाती है। अपने देश, इंटरनेट की बैकबोन की स्थापना नहीं हुई है। दूरसंचार विभाग द्वारा राष्ट्रीय इंटरनेट बैकबोन की स्थापना की योजना बनाई गई है। इसमें देश के ५४९ केंद्रों को जोड़ा जाएगा।

५. ऐसेस प्रोवायडर : वे कंपनियाँ, ज इंटरनेट कनेकशन उपलब्ध कराती हैं, ऐसेस प्रोवायडर कहलाती है। जैसे - विदेश संचार निगम लि., महानगर टेलिफोन निगम लिमिटेड, सत्यम, मंत्रा इत्यादी।

६. डिजिटल सब्सक्राइबर लाइन (डी.एस.एल.) : इसके अन्तर्गत कम्प्यूटर को टेलिफोन के सामान्य तांबे के तार द्वारा टेलिफोन से जोड़ दिया जाता हैं। इसके साथ ही डी.एस.एल. मॉडेल जोडने से कम्प्यूटर पर चौबीसों घंटे इंटरनेट सुविधा हासिल की जा सकती है। इस तरह टेलीफोन लाइन बातचीत के लिए मुक्त रहती है। मॉडेम और स्थापना शुल्क को शामिल करने पर हमारे देश में डी.एस.एल. की लागत लगभग तीस हजार रूपए बैठती है।

७. इंटीग्रेटेड सर्विसेस डिजिटल नेटवर्क (आई.एस.डी.एन. : इसके अंतर्गत डिजिटल सूचना को सामान्य टेलिफोन नेटवर्क पर १२८ के.पी.बी.एस. की रफ्तार पर प्रेषित किया जा सकता है। इसमें डाटा, वीडियो और आवाज का एक साथ प्रसारण संभव है। हमारे देश में महानगर टेलिफोन निगम लिमिटेड और विदेश संचार निगम लिमिटेड द्वारा आई. एस. डी. एन. सुविधा उपलब्ध कराई जा रही है।

८. लीज्ड लाइन : किन्ही दो स्थानों की बीच स्थायी टेलीफोन कनेकशन को लीज्ड लाइन कहा जाता है। लीज्ड लाइन की विशेषता है कि यह हमेशा सक्रिय रहती है।

९. सोनेट : यह सिनक्रोनस ऑप्टिकल नेटवर्क का संक्षिप्त रूप है। इसे फाइबर ऑप्टिक संचारण प्रणालियों को जोड़ने का मानक बनाया गया है। यह अंतर्राष्ट्रीय एस.डी.एच. के समान है।

१०. के.बी.पी.एस., एम.बी.पी.एस. और जी. बी. पी. एस : ये इकाइयाँ डिजिटल माध्यम में संचार की गति दर्शाती है। इनका अर्थ है किलो बिट्स प्रति सेकंद, मेगा बिट्स प्रति सेकंद और गीगा बिट्स प्रति सेकंद (किलो - एक हजार, मेगा - दस लाख, गीगा - एक अरब)

११. मल्टिमीडिया : यह सूचन निर्माण में सहयोग प्रदान करनेवाला संसाधन है । यह ऐसा बहुमाध्यम है, जिसमें नवइलेकट्रानिक उपकरमों का समुच्चय होता है । इसने सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में सारी दुनिया को अपने साथ जोड़ लिया है . इसमें सम्मिलित प्रमुख माध्यम इस प्रकार है – १) पाठमाला (text) २) श्रव्य (Audio), ३) दृश्य ४) आरेखिकी (Graphic) ५) सजीव आरेखिकी चित्रण (Animation) । विशेषतः टेलीविजन पत्रकारिता तथा टेलीविजन के अन्य शिक्षा एवं मनोरंजनपरक कार्यक्रमों में मल्टीमिडिया का उपयोग व्यापक स्तर पर होता है । यही नहीं, प्रकाशन, दूरसंचार, शिक्षा, मनोरंजन, खेल, इंजीनियरिंग, निर्माण इकाइयों एवं औद्योगिक उपक्रमों में संसाधन परिविक्षण (Process monitoring) आदि क्षेत्रों में भी मल्टीमीडिया का प्रयोग खूब हो रहा है ।

सूचना निर्माण भाषिक संरचना है । सूचना पर भौतिक नियंत्रण से अधिक प्रभावी बौद्धिक नियंत्रण होता है । बौद्धिकता हमेशा अपने अस्तित्त्व में ही वैज्ञानिकता की तलाश में रहती है । इसलिए सूचना ऐसा उत्पाद है जिसे मौजूदा वैज्ञानिक विचारों से या भविष्य में अस्तित्व में आनेवाले वैज्ञानिक विचारों से बचकर रखना असंभव है । आज हिन्दी भाषा केवल साहित्य की भाषा नहीं रही, बल्कि वह विज्ञान की भाषा भी बन गई है । इसलिए हिंदी भाषा की सूचना क्षमता में वृद्धि होने से वह सूचना निर्माण की भाषा बन गई है ।

२.८.२. सूचना शैली

सूचना शैली के अंतर्गत विविध शैलियों का समावेश होता है । इसके लिए पहले शैली के प्रकार पर विचार करें । जो इस प्रकार हैं – व्यास सैली (जिसमें बात फैलाकर कहीं गई हो), समास सैली (इस शैली में कसाव होता है), सूत्रात्मक शैली (कम से कम शब्दों में, सूत्रबद्ध ढंग से विचार व्यक्त किए जाते हैं.), सरल शैली, किलष्ट शैली, व्यंग्यात्मक शैली, लाक्षणिक शैली, प्रतीकात्मक शैली, सपाटबयानी शैली, सांकेतिक शैली, साक्षात्कार शैली, संवादात्मक शैली, डायरी शैली, एब्सर्ड शैली, विट शेली (वाग्विदध्दता शैली), वर्णनात्मक शैली, विचारात्म शैली, अभिधा शैली, बिंबात्मक शैली, सारगर्भित शैली, निवेदन शैली आदी ।

समाज को सूचना प्रदान करने का साधन है – पत्रकारिता । पत्रकारिता के साधन प्रकारों में उसके निम्नांकित मूलाधार हैं – १) आकाशवाणी २) दूरदर्शन ३) समाचार पत्र ४) इंटरनेट । इनमें आकाशवाणी, दूरदर्शन तथा समाचार पत्र सूचना प्रदान करने वाले लोकप्रिय साधन के रूप में जनता की पहली पसंद है । सूचना शैली के अंतर्गत सबसे सस्ता संसाधन समाचार पत्र है । जनता को महज तीन रुपए में स्थानीय, शहर, राज्य, देश – विदेश की खबरे सूचनात्मक रूप में मिलती है । अखबार में सूत्रात्मक शैली, समास शैली, सरल शैली, सपाटबयानी शैली रपट के रूप में दिखाई देती है । समाचार पत्र में खबरे कॉलमों में छपती है । सिंगल कॉलम, डबल कॉलम, फोर कॉलम में खबरे छपती है । अखबारों में सबसे ज्यादा कमी जगह की कमी है । इसलिए कम से कम जगह में ज्यादा से ज्यादा खबरें छापी जाती हैं । समाचारपत्र का पाठक आम आदमी होता है जो ज्यादा पढ़ा–लिखा नहीं होता । इसलिए समाचार की खबरों की भाषा आम आदमी के समझ में आए, इस तरह की सरल और सूत्रात्मक भाषा होती है । सूत्रात्मकता शीर्षकों में भी दिखाई देती है, जैसे सड़क दुर्घटना में चार मरे, दो घायल ।, बस – ट्रक की भिडन्त में पांच मृत । शेअर बाजार उछला, सोने–चांदी के भाव के साथ अनाज के दामों की बढ़तसे महंगाई कितनी बढ़ी, इस संदर्भ में सूचना प्रदान की जाती है ।

हर अखबार में संपादकीय लेख छपता है । किसी खास खबर को लेकर संपादक विचारात्मक

शैली में विविध आँकड़ों द्वारा संपादकीय लिखता है । जबकि खेल की खबरे वर्णनात्मक शैली में लिखी जाती हैं । अपने देश की जनता क्रिकेट – बुखार से पीड़ित है । अब तो क्रिकेट मैच बारहों महीने कही–ना–कहीं जारी रहती है । इसलिए जनता का मनोरंजन क्रिकेट के वर्णन पढ़ने से होता है । इतना ही नहीं क्रिकेट की हार–जीत का फैसला वर्णनात्मक ढंग से, क्रिकेट के कैप्शन दिखाकर टी.वी. की खबरों में भी बतलाया जाता है ।

दूरदर्शन पत्रकारिता के अंतर्गत निम्नांकित शैलियों के दर्शन होते है – सूत्रात्मक शैली, व्यंग्यात्मक शैली, साक्षात्त्कार शैली, लाक्षणिक शैली, प्रतीकात्मक शैली, संवादात्मक शैली, विचारात्मक शैली, वर्णनात्मक शैली, निवेदन शैली । दूरदर्शन पर लघु फिल्म दिखाते है, उस समय निवेदन शैली का प्रयोग किया जाता है । दृश्य चलते रहते हैं और निवेदक अपने खास अंदाज में निवेदन करके सूचना प्रदान करता रहता है । टी.वी. पर प्रसारित होने वाली डाकयूमेन्ट्री अधिकांशतः चित्रों, ध्वनि, संगीत संमिश्रित होती है । पर यह जरूरी नहीं कि डॉकयूमेन्ट्री हमेशा संवादात्मक हो या कमेन्ट्री द्वारा प्रस्तुत की जाए । डॉकयूमेन्ट्री के साथ साधारणतः तीन प्रक्रिया निहित है : – (१) डाकयूड्रामा शैली २) जीवित दृश्यों का संकलन ३) स्थिर चित्रों में एकजुटता। डाकयूड्रामा शैली में पात्र स्वयं कहानी कहते हैं, लेकिन अन्य दोनों विधाओं में कथा स्पष्ट होते हु भी उद्घोषक या निवेदक (कमेन्टेटर) की सहयोग से कथ्य को सम्प्रेषणीय बनाया जाता है । डॉकयूमेन्ट्री की भाषा सूत्रात्मक शैली से निहित होती है । दूरदर्शन पर प्रस्तुत डॉकयूमेन्ट्री में लेखक को शब्द प्रयोग में कंजूसी करनी चाहिए । क्योंकि दूरदर्शन कानों का नहीं आँखों का माध्यम है । सुनी हुई बात की अपेक्षा देखी गई बात अधिक देर तक जिंदा रही है । दूरदर्शन पर दृश्य सब कुछ स्वयं कहते हैं । इसलिए लेखक से यह आशा की जाती है वह अनावश्यक शब्दों के प्रयोग से बचे। लेकिन इस बात का ख्याल भी रखना चाहिए कि दृश्य की संवेदनशीलता बनी रहने हेतु दृश्य और शब्द के बीच समन्वय होना चाहिए । इसलिए लेखक को सूत्रात्मक शैली का प्रयोग करना चाहिए ताकि जो सूचना दी जा रही है वह कम से कम शब्दों में प्रभावपूर्ण ढंग से पहुँचे ।

रेडिओ नाटक और टी.वी. पर दिखाई जानेवाले धारावाहिकों में संवादात्मक शैली दिखाई देती है । संवाद ही रेडिओ नाटक है । वैसे संवाद च पर भी महत्वपूर्ण हैं । संवाद द्वारा ही घटित सूचना, घटना वाली घटना के बारे में पूर्व सूचना प्राप्त होती है । संवाद के बगैर रेडियो प्राणहीन हो जाता है । परंतु संवाद में प्रतीकात्मक, बिंबात्मकता, तेजी, कसाव, चुस्ती, पात्रानुकुलता, तीखापन, घटनानुकुलता भी होनी चाहिए । रेडियो नाटक की कहानी की पर्ते संवाद से ही खुलती है । पात्रों का परिचय संवाद से ही मिलता है । संवाद से द्वंद्व उत्पन्न होता है । रेडियो नाटक की भाषा सहज, बोलचाल की हो । ताकि सुनने वाला सहजता से उसे समझ सके । संवाद में प्रयुक्त शब्द के समझने के लिए शब्दकोश की आवश्यकता नहीं होनी चाहिए । शब्द कहानी अनुसार ही चले, पात्रों के सुख–दुख कहें और घटित घटनाओं का परिचय भी दे । यह संवाद की, भाषा की सार्थकता है । जैसे कोई पात्र टेलीफोन पर बात कर रहा है । उस समय उसके संवाद विशेष तरह के होंगे । वह कया कह रहा है यह सुनाई देता है, परंतु दुसरे व्यक्ति की आवाज हमें नहीं सुनाई देती ह। वह पात्र उसकी बात, उसके प्रश्न सुनकर स्वयं ही जवाब देता चलता है । इस तरह रेडियो नाटक में संवादात्मक शैली के दर्शन होते है ।

साक्षात्कार शैली का प्रयोग समाचार पत्र, रेडियो, टी.वी. पर धडल्ले से किया जा रहा है । किसी भी व्यक्ति का साक्षात्कार लिया जा सकता है । परंतु वह व्यक्ति बड़े नाम वाला होना चाहिए जिसका साक्षात्कार पढ़ने और सुनने के साथ देखने की ललक श्रोता में होनी चाहिए । स व्यक्ति

के अनुभव के बोल से आम जनता कुछ विचार ग्रहण कर सके । उस व्यक्ति के जीवन के अनुभव के बोल से आम जनता कुछ विचार ग्रहण कर सके । उस व्यक्ति के जीवन के बारे में, उसकी सोच के बारे में साथ ही समाज में उसके द्वारा दि गए योगदान के बारे में लोगों के मन में जानने की उत्सुकता रहती है ताकि वह साक्षात्कार देख कर लोग प्रेरणा ग्रहण कर सकें । साक्षात्कार लेनेवाले व्यक्ति को जिसका साक्षात्कार लिया जा रहा है उसके बारे में पूर्ण जानकारी होनी चाहिए । उसने केवल सवाल पूछने चाहिए और उक्त व्यक्ती को ज्यादा बोलने का अवसर प्रदान करना चाहिए । टी.वी. पर रजत शर्मा द्वारा आपकी अदालत नाम धारावाहिक चलाया जाता है जिसमें हर हफ्ते कोई-न-कोई नामी व्यक्ति का साक्षात्कार हँसी-मजाक के तौर पर आरंभ होता है और उक्त व्यक्ति भी अपने बारे में सहज होकर जानकारी देता रहता है ।

२.८.३. सूचना सम्प्रेषण

सम्प्रेषण एक कला है । सम्प्रेषण कला का प्रयोग अखबार, रेडियो, टी.वी, इंटरनेट आदि पर स्पष्ट से किया जाता है । सूचना सम्प्रेषण में कम्युनिकेशन स्किल स्पष्ट झलकता है । सूचना सम्प्रेषण की विशेषता यह है कि इसके द्वारा पाठक या श्रोता या दर्शक को आकर्षित किया जाता है । उदाहरणार्थ रेडियो को लें । रेडियो पर विविध भारती सुनने वाले श्रोता करोड़ों हैं । उन्हें अपनी और आकर्षित करने हेतु विविध भारती पर रात के साढ़े ग्यारह बजे तक और अन्य स्टेशन पर रात भर विविध कार्यक्रमों का प्रसारण होता रहता है । निवेदक अपने अंदाज में कार्यक्रम का सचालन करता है । विशेषतः लोगों का मनोरंजन का साधन फिल्मी गीत सुनना है । अब मोबाइल पर भी एफ. एम. चैनल पर कई रेडियो प्रोग्राम उपलब्ध हैं । निवेदक उस गाने के बारे में आकर्षक पद्धति से जानकारी देता है । साथ ही रेडियो, टी.वी. से समाचार भी प्रसारित होते हैं जो सूचना सम्प्रेषण के एक अंग है ।

सूचना सम्प्रेषण के विविध रूपों में विज्ञापन का समावेश भी किया जा सकता है । विशेषतः टी.वी. पर दिखाए जाने वाले विज्ञापनों में सम्प्रेषण कौशल देखने ही बनता है । उदाहरणार्थ निरमा डिटर्जंट पावडकर का विज्ञापन ले । एक महिला सफेद साडी पहने रास्ते से जा रही है । रास्ते में पानी भरा है । एक कार तेजी से आती है और वह किचड़ भरा पानी उस महिला को भिगाने ही वाला था कि इतने वह उस पानी को डपटते हुए बस इतना ही कहता - निरमा, दूध-सी सफेदी निरमा से आए और किच.भरा पानी फ्रिज हो जाता है । उसके जाते ही वह पानी अन्य व्यक्ति पर गिरता है । यह सब बताने के लिए केवल एक मिनट पर्याप्त है । इसमें दृश्य ज्यादा कहता है और सम्प्रेषण के लिए मात्र एक वाक्य है । कम से कम शब्दों में ज्यादा से ज्यादा कहना भी सम्प्रेषण ही है । आजकल विज्ञापनों में हिन्दी बजाए हिंग्लिश भाषा का धडल्ले से प्रयोग हो रहा है । इसके लिए जिम्मेवार यदि कोई है तो वह है प्रिंट मीडिया और इलेकट्रानिक मीडिया, जो इस प्रकार की भाषा पढ़ने, समझने, लिखने के लिए आज की नई पीढ़ी को मजबूर कर रहा है । वैसे भी आज का शहरी युवक अंग्रेजी मिश्रित हिंदी बोलने में गौरव महसूस करता है । इसलिए हिंग्लिश अब बाजार की, विज्ञापन की भाषा न बनती तो ज्यादा आश्चर्य होता । कुछ विज्ञापन उदाहरणार्थ देखें - ये दिल मांगे मोर, अमुल दूध पिता है इंडिया, टेस्ट में बेस्ट मम्मी और एवरेस्ट, बिग शापिंग बिग धमाल, मॉम और किड्स एक साथ । ठंड में स्किन केअर मस्ट, एशियन परफ्यूम हमारे गाँव का मोगरा, वीडियोकॉन डी.व्ही.डी. प्लेयर्सदे घर में ही मजा, वर्ल्ड - कलास इंटरटेनमेंट का ।

उपर्युक्त उदाहरण से साफ दिखाई देता है कि वर्तमान समय में मीडिया की मानक भाषा का रूप बदल रहा है । लोग भी भाषा की इस बदलती सम्प्रेषण शैली का स्वीकार कर रहे हैं । आज

देश में सबसे अधिक संख्या में प्रकाशित होने वाले समाचार पत्र तथा पत्रिकाओं पर गौर करने पर ज्ञात होता है कि अनेक समाचारों के शीर्षक, विज्ञापन के वाकय तथा विविध वैचारिक लेखों में अंग्रेजी शब्द प्रचूर मात्रा में पाए जाते हैं ।

विज्ञापन गुरू प्रल्हाद कककड ने हिंग्लिश भाषा के संदर्भ में नवभारत टाइम्स में एक लेख लिखा था जिसमें उन्होंने कहा है, हिंदी और अंग्रेजी का फ्यूजन पिछले दो दशक में सामने आया है । इसे हिंग्लिश कहा जा सकता है । लेकिन यह प्रक्रिया तो इंग्लिश के साथ भी चल रही है । फ्रांस के भाषा वैज्ञानिक डॉ. ज्यां पाल नेरियेर ने १५०० शब्दों की इंग्लिश तैयार की है, जिसे उन्होंने ग्लोबिश नाम दिया है । जिस तरह हिंदी आज हिंग्लिश मैं बदल रही है, उसी तरह इंग्लिश भी ग्लोबिश में बदल रही है । दुनिया की कोई भी जीवित भाषा आज वैसी नहीं, जैसी १०० साल पहले थी । इसलिए हिंदी को हिंग्लिश होने से डरने की कोई वजह नहीं है ।

सूचना सम्प्रेषण के संबंध में मीडिया विशेषज्ञ सुधीश पचौरी के अनुसार,हर मीडिया सूचना का अपना रूप तैयार करता है । हर सूचना प्रति सूचना को जन्म देती है । इन दिनों सूचना क्रांति जारी है । सूचना संजाल विकराल है । मामूली टेलीफोन फैकस से आगे सूचना सुपर हायवे तक है । फाइबर स्पेस में वर्चुअल रीयलिटी है । चूँकि सैटेलाईट में आकाश एक कर दिया है, इसलिए इस गलतफहमी में बहुत देर रहना संभव नहीं है कि हम चाहे तो सूचना तंत्र को नकार सकते हैं।

सूचना सम्प्रेषण में भाषा का अपना महत्व दिखाई देता है । अपने देश पर साढ़े आठ सौ वर्षों तक मुगलों ने राज किया परिणामस्वरुप अदालती भाषा में अरबी–फारसी–उर्दू के शब्दों का प्रचलन दिखाई देता है । जैसे गवाह, मुकदमा, पैरवी बयान, दलील, पेशकश, मुवककिल, धोखाधड़ी, सेंधमारी, खारिज, खिलाफ, कार्रवाई, तकलीफ, कब्जा, कड़की, फरार आदि । दरअसल हिंदी भाषा ने अँग्रेजी से छह हजार और अरबी–फारसी–उर्दू से चार हजार शब्द उधार ले रखे हैं । ऐसा करने से ही हिंदी समृद्ध हो पाई है ।

सूचना सम्प्रेषण के अंतर्गत जब हम टी.वी. की बात करते हैं तब सम्प्रेषण के संसाधन के रूप में कैमरा आ धमकता है । कयोंकि टी.वी. श्रव्य तथा दृश्य माध्यम है । टी. वी. पर होने वाले कार्यक्रमों को गहराई से देखने पर ज्ञात होता है कि टी. वी. पर जो दिखाया जा रहा है वह हम कैमेरे की आँख से देख रहे हैं । वातावरण निर्माण करने के लिए किताबों में शब्द सम्प्रेषण का माध्यम बनते हैं । परंतु टी. वी. पर कैमरा वातावरण को प्रत्यक्ष साकार कर देता है । उसका साथ ध्वनि और प्रकाश योजना देती है । जैसे सागर किनारे का दृश्य है । अगर मुंबई बतानी है तो कैमेरा गेटवे ऑफ इंडिया पर अपनी नजर गड़ाता है और उसके बाद लहरों पार आकर रूकता है । क्रुद्ध सागर दिखाने हेतु रात का समय और ज्वार (उफनती लहरें) पर फोकस डाला जाता है ।

सूचना सम्प्रेषण के अंतर्गत समाचार पत्र भी अहम भूमिका निभाते हैं । विशेष खबर को चौखट में दर्शाया जाता है । अखबार के ले आऊट का प्रश्न भी सम्प्रेषण के अन्तर्गत समाविष्ट होते हैं । हर समाचार पत्र की अपनी नीति होती है, उसके अनुसार ही अखबार के पृष्ठ सजते हैं, सँवारे जाते है । जैसे अंग्रेजी समाचार पत्र का तीसरा पन्ना – थ्री पेज कहलाता है जो फिल्मों से जुड़ा होता है । यह पृष्ठ महानायक और महानायिकाओं की रंगीन तसविरों से सजाया जाता है । उनके गॉसिप भी छपते हैं जिन्हें पाठक के मनोरंजनार्थ परोसा जाता है । नई फिल्मों की समीक्षा भी उसी कृष्ठ पर छपती है । साथ ही किसी अभिनेता का साक्षात्कार भी रोचक ढंग से छापा जाता है ।

अखबार का हर पन्ना सुचना सम्प्रेषण की गवाही देता है । हर पन्ने की साज – सज्जा

विशिष्ट पद्धते से की जाती है । इसमें शिक्षा जगत्, राजनति के समीकरण, नेताओं के घोटाला कांड, सांस्कृतिक – सामाजिक कार्यक्रमों की विशिष्ट खबरें, पुस्तक – विमोचन, शेयर बाजार, बाजार भाव, सर्राफा बाजार, खेल जगत के साथ विविध विषयों से जुड़े फोटोग्राफ सम्प्रेषण पर ही रोशनी डालते हैं । हर अखबार में कार्टून कोना सुरक्षित होता है जो राजनीतिक घटनाओं पर जबर्दस्त व्यंग्य सिद्ध होता है । स्थानिय रपट से लेकर विश्वस्तरीय रपट को चौखट में अधोरेखित किया जाता है ताकि उस पर पाठक की सीधी नजर पड़े । समाचार पत्र में छपनेवाले विज्ञापन लाख रूपए का होता है । इन विज्ञापनों की वजह से ही समाचार पत्र केवल तीन रुपए में पाठकों को उफलब्ध कराना संभव हो पाना है । तात्पर्य यह है कि सूचना सम्प्रेषण में प्रिंट मीडिया, इलेकट्रानिक मीडिया की अहम भूमिका होती है । सूचना सम्प्रेषण का महत्त्वपूर्ण उद्देश्य पाठक, दर्शक को अपनी ओर आकर्षित करना होता है । इसलिए साज–सजा पर विशेष ध्यान रखा जाता है । समाचार पत्र के ले आऊट की ओर ध्यान देने वाले कला पारखी व्यक्ति की नियुक्ति की जाती है जो पाठकों की रूचि का ध्यान रखकर समाचार पत्र को आकर्षक रूप में छापने हेतु अथक कोशिश करता है ।

२.८.४. वाचिक भाषा, लेखन भाषा

भाषा मानव समाज की तरह प्राचीन है । भाषा हमारे सम्प्रेषण का महत्त्वपुर्ण माध्यम है । भाषा के कारण ही मनुष्य अपने विचारों का आदान–प्रदान करता है । वह दो अंजाने लोगों के बीच सेतु का कार्य करती है । अभिव्यक्ति के स्तर पर भाषा के दो रूप है – वाचिक (मौखिक) २) लिखित । भाषा कई वर्षों तक वाचिक भाषा बनी रही । आज भी ग्रामों में बोली भाषा का प्रयोग वांचिक रूप में ही ज्यादा होता है । अपने देश को आजाद हुए ६२ वर्ष हो गए । इसके बावजूद आज भी ३५ प्रतिशत जनार्दन अनपढ़ है जो मौखिक भाषा का ही प्रयोग करती है ।

मौखिक या वाचिक रुप में अभिव्यक्ति का साधन ध्वनी होता है । वक्ता अपने विचारों को भाषा में बांधकर मुंह से उच्चारित करता है और श्रोता उसे सुनकर अर्थ ग्रहण करता है । इसके विपरीत लिखित रूप में लेकक अपने विचारों को लिखकर व्यक्त करता है और पाठ पढ़कर उसका अर्थ ग्रहण करता है । भाषा सम्प्रेषण व्यापार के द्वारा ही व्यक्ति अपने भाषाई समुदाय के अन्य सदस्यों के साथ संबंध स्थापित कर विचार–विनिमय करता है और एक दूसरे का सह्योग प्राप्त करता है ।

किसी भी समाज का उत्कर्ष एवं अपकर्ष भाषा पर निर्भर होता है । भाषा का परिनिष्ठित स्वरूप समाज के उत्कर्ष को दर्शाता है । भाषिक असमर्थता के कारण कोई भी समाज पतनोन्मुख होता है, कयोंकि भाषा व्यक्ति की बुद्धि एवं चिंतन क्षमता को विकसित करती है । विवेकी व्यक्ति अपना हित–अहित समझकर उसके अनुरुप आचरण करता है । भाषा का प्रमुख कार्य ही है व्यक्ति के व्यक्तित्त्व में सत् – असत् विवेक जागृत करना ।

भाषा व्यक्ति एवं समाज सापेक्ष होती है । समाज और व्यक्ति परत्वे उसका रुप परिवर्तित होता है । वक्ता के वक्तव्य से उसके सामाकि, शैक्षिक स्तर का पता चलता है कि वक्ता उच्चवर्गीय है या कि मध्यवर्गीय । यदि वक्ता उच्चवर्गीय एवं शिक्षित वर्ग का व्यक्ति हो तब वह अपनी भाषा में अंग्रेजी के साथ तत्सम शब्दों का प्रयोग करेगा । अगर वक्ता निम्नस्तरीय, अनपढ़ हो तब वह बोली भाषा का प्रयोग करता है और उसकी भाषा में तद्‌भव एवं देशस शब्द की भरमार दिख पड़ती है । भाषा भावों की अभिव्यक्ति का साधन है । व्यक्ति और समाज के अनुभव भिन्नता के अनुरूप उसका स्वरुप बदलता है ।

जब तक बोली भाषा में लिखित साहित्य का सृजन नहीं होता तब तक भाषा की जीवितावस्था पर भी प्रश्नचिह्न लग जाता है । महावीर प्रसाद द्विवेदी ने कहा है, सब प्रकार के भावों को प्रकट करनेवाली और निर्दोष होने पर भी यदि कोई भाषा निज का साहित्य नहीं रखती तो वह रुपवती भिखारीन की तरह कदापि आदरणीय नहीं हो सकती ।

तात्पर्य यह है कि लिखित साहित्य उस भाषा की महत्ता को बढ़ाकर उसके श्रेष्ठत्व को सिद्ध करता है । भाषा साहित्य में बँधकर अमरत्व प्राप्त कर लेती है । अवधी में रामचरितमानस का सृजन तुलसीदास ने किया उसी तरह ब्रजभाषा में भी कई प्राचीन कवियों ने सृजन किया जिससे वे बोली भाषाएँ गौरवान्वित हुई ।

साहित्य में प्रयुक्त होने के पूर्व भाषा वाचिक ही होती है, केवल अभिधापरक । परंतु साहित्यकार उस पर संस्कार कर सृजनात्मक सौंदर्य भर देता है, जिससे भाषा अभिधा के स्तर से ऊपर उठकर लाक्षणिक, व्यंजनात्मक एवं प्रतीकात्मक होकर समृद्ध होती है ।

लिखित (किताबें और अखबार) और मौखिक (वर्तमान में टेलीविजन) के बारे में वाल्टर आँग का कहना है,मुद्रित या लिखित माध्यम ने प्राचीन वाककला को शिक्षा के केन्द्र से विस्थापित करके विषय-विश्लेषण, रेखाचित्रों तथा तालिकाओं के माध्यम से ज्ञान का परिमाण अधिकाधिक बढ़ने पर बल दियाहै । मुद्रित शब्द ने व्यक्तिगत पहचान और वैयक्तिक निजता को स्थापित करने में सहायता की । मुद्रण से किताबें बनीं जिससे एकांत अध्ययन का मनोवैज्ञानिक चरण प्राप्त किया जा सका .... और इसका परिणाम हुआ पुरी शांति के साथ अध्ययन ... मुद्रण ने शब्दों पर निज स्वामित्व का नया एहसास पैदा किया ।

टेलीविजन वाचिक भाषा के अंतर्गत समाविष्ट होता है । आज बड़े पैमाने पर टी. वी. देखा जाता है । टी. वी. शिक्षा का सर्वव्यापी माध्यम बन गया है । आज एक औसत अमेरिकी प्रतिदिन सात घंटे टी.वी. देखता है । सैंकड़ों वर्ष पहले मौखिक शिक्षा का जो युग शुरू हुआ था, उसने अंततः लिखित परंपरा का स्थान ले लिया । शायद इतिहास स्वयं को दोहरा रहा है । हम एक बार फिर मौखिक संवाद परंपरा की ओर लौट चले हैं ।

मीडिया ने अपने लिए एक हिंदी (इंग्लिश) बना ही लै । इसके लिए उसने अपने दर्शकों की बहुविधता, बहुराष्ट्रीयता और विश्वंभर के स्तर पर हिंदी भाषियों की प्रवासिता एवं स्थानांतरण को ध्यान में रखा है । किसी फटीचर व्याकरण में न बंधनेवाली एक व्यावहारिक हिंदी तेजी से बनी है जो अंग्रेजी या मराठी या सिंधी या तमिल या कन्नड शब्दों के चलन से परहेज नहीं करती । पॉपूलर राजनीति में वह लालू की हिंदी है और पॉपूलर फिल्मों में वह गोविंदा की हिंदी है जो हर तरह से सम्प्रेषणीयता को अपना नियामक मानती है और किताबी व्याकरण को नहीं मानती ।

टी. वी. की भाषा वाचिक भाषा है । इस संदर्भ में सुधीश पचौरी के अनुसार, मीडिया का काम मूलतः भाषा के प्रतीकों या चिन्हों को विनिमित (एकसचेंज) करना होता है । माध्यम के रूप के अनुसार यह विनिमय अपनी गति पकड़ता है । यदि माध्यम अंतवैंयक्तिक यानी मुंह और कान और परस्पर की बातचीत है तो प्रतीकों, चिन्हं का विनिमय संदर्भ को स्थिर बनाता चलता है । .... परस्पर संवाद के माध्यमों में शब्दार्थ स्थिर किए जा सकते हैं कयोंकि उनके संदर्भ स्थिर किए जा सकते हैं । प्रिंट मीडिया में परस्पर संवाद जितने तो नहीं लेकिन भाषागत या व्याकरणगत प्रसंग और संदर्भ स्थिर किए जा सकते हैं । इन दोनों प्रकार के माध्यमों में देश और काल, विनिमय को इसलिए निश्तित करते हैं कयोंकि वे स्थिर होते हैं और चंचल नहीं होते । हम उनके निकट - संदर्भ पाठ से एक अर्थ निश्चित कर सकते हैं जैसे स्थिर करते हुए एकमात्र अर्थ की तरह दृढ़ीकृत

किया जा सकता है ।

इलेकट्रानिक मीडिया में इस्तेमाल होते हुए प्रतीक / भाषा के चिन्ह अपने संदर्भों को अस्थिर करते चलते हैं । उनकी तेज गति उनमें अर्थ की ऐसी तेज तरलता भर देती है कि पाठक, दर्शक, श्रोता उन्हें अति चंचल गति में तो देख सुन पाना है लेकिन स्थिर नहीं कर पाता और वह अति चंचल यथार्थ के समक्ष होता है । वह अत्यंत गतिशील संदर्भों में रहता है जिन्हें हम नहीं पकड़ सकते । यह तेज बाइटों यानी सूचना की न्यूनतम इकाई के मिश्रण का जगत होता है । यह एक नए किस्म का पाठ (टैकस) होता है जो पृष्ठ पर छपी हुई स्थिर टैकस्ट से भिन्न होता है । इसीलिए इसका पाठ ठीक उस तरह नहीं हो सकता जिस तरह किताब का होता है ।

सुधीश पचौरी इस संदर्भ में लिखते हैं,संदर्भ की हानि और इस तरह चिन्ह (यहां चिन्ह का अर्थ छवि या स्वर से लें) का देश-काल से स्वतंत्र स्वच्छंद सा हो उठना, चिन्हों की अनंत मिकिसंग से पैदा होने वाला अति चंचल यथार्थ और उसे पकड़ कर पढ़ न पाने से पैदा होने वाली झुंझलाहट और चिढ़, टी.वी. या कम्प्यूटर के भीतर बन रहे वर्चुअल या आभासी - यथार्थ में देशकाल का सिमट जाना ऐसे नये वातावरण हैं जो इलेकट्रॉनिक मीडिया बनाता है । इसीलिए उसे किताब की तरह नहीं पढ़ा जा सकता और नहीं उसकी उस तरह समीक्षा ही की जा सकती है जैसे कि किताब की जा सकती है ।

मीडिया इस तरह नया जन क्षेत्र यानी नई जनता बनाता है जिसे दर्शक या उपभोक्ता कहते हैं । वह जगत को सूचना-युक्त और सूचना रहित समाज में विभक्त करता है । वह उदात्तता को तमाशे में बदलता है । वह हर क्षण एक आर्थिक क्रिया भी होता है । वह समाज के अब तक के संबंधों को बदल देता है, हर क्षण बदलताहै । सूचना की एक विशेषता यह होती है कि वह विनिमय में आकर अन्य चीजों की तरह नष्ट नहीं होती बल्कि गुणीकृत, मल्टीप्लाई होती है । इस तरह हमारे अनुभव सूचना बनकर अमर होते हैं, नष्ट नहीं होते । परंतु यह अमरता क्षणभंगुर (१५ सेकंद) होती है ।

निष्कर्ष रूप में हम कह सकते हैं कि वाचिक भाषा और लिखित भाषा का अपना महत्व है । आज भी करोड़ो लोगों की भाषा वाचिक ही है । कयोंकि वे अनपढ़ हैं, इसलिए बोली भाषा का प्रयोग करके अपना काम चलाते हैं । परंतु टी.वी. पर भी वाचिक भाषा का प्रयोग स्पष्ट रूप से दिखाई देता है । जबकि प्रिंट मीडिया जिससे अखबार, किताबों का समावेश होता है तथा इलेकट्रानिक मीडिया रेडिओ, कम्प्यूटर, सम्प्रेषण आदि की भाषा लिखित भाषा है । भाषा चाहे वाचिक हो या लिखित सूचना सम्प्रेषण का ही कार्य सम्पन्न करती है । सही अर्थों में वाचिक भाषा ही जनसामान्य की भाषा है जिसे विविध जानकारी विविध तरह के संसाधन सूचना रूप में प्रदान करते हैं ।

२. ९. वैश्वीकरण की प्रक्रिया और जनसंचार

भारत में वैश्वीकरण की प्रक्रिया का आरंभ सन १९९१ से हुआ । वैश्वीकरण के लिए ग्लोबलायजेशन, भूमंडलीकरण, जगतीकरण, खगोलीकरण जैसे शब्दों को भी उसके विकल्प के रूप में प्रयुक्त किया जा रहा है । वैश्वीकरण शब्द ने अपनी मूल संकल्पना से हटते हुए नये संदर्भों के साथ नये अर्थ ग्रहण कर लिए हैं । यह चिंता की बात है कि वैश्वीकरण की यह विकासयात्रा नहीं अर्थसंकोच की यात्रा है । आज भूमंडलीकरण भूमंडीकरण बनता जा रहा है । इसलिए वैश्वीकरण को बाजारीकरण कहना अनुचित न होगा । भारतीय संस्कृति में वैश्वीकरण की ओर वसुधैवकुटुम्बकम

की भावना से देखा गया है । मूलतः यह मानव का उदार, उदात्त एवं विशाल मनोभाव है जहाँ पहुँचकर सारे भेदभाव भूला देने चाहिए । वर्ण, जाति, देश की सीमाओं से ऊपर उठकर वह मानव मात्र की दृष्टि से और विश्व कल्याण की कामना से संलग्न होना चाहिए । परिवार इसकी लघु इकाई है और विश्व बृहद इकाई है । यह पारिवारिक सौहार्द्रता को वैश्विक सौहार्द्रता में विकसित करनेवाला सूत्र है । वैश्वीकरण की मूल अवधारण यही है । इसलिए आज मानव किसी एक देश का नागरिक नहीं, बल्कि विश्व नागरिक बना है ।

भारत में बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ रुपया उगाने आ पहुँची है । क्योंकि विश्व के सारे देश अब भारत की ओर विशाल बाजार के रूप में देख रहे हैं । भारत की राष्ट्रभाषा, अंग्रेजी के साथ हिंदी है । साथ ही भारत की ९५ प्रतिशत जनता हिंदी जानती है । हिंदी का महत्त्व बढ़ने से वह विश् की तीसरे नंबर की भाषा बनी है । इसलिए जनसंचार की भाषा हिंदी है । विश्व के डेढ़सौ देशों में हिंदी विभाग खुल गए हैं । विदेशी अब धडल्ले से हिंदी सीखकर स्वयं को बाजारीकरण के लिए उपयोगी बना रहे हैं । परिणामस्वरूप अब विश्वबन्धुत्व की भावना पीछे छूट गई है । कयोंकि विश्व वित्ततंत्र और विश्व व्यापार से ही सरोकार रह गया है । वैश्वीकरण वास्तव में साम्राज्यवाद का उच्चतम चरण है । वैश्वीकरण पूंजीवाद के दीर्घकालीन ऐतिहासिक प्रक्रिया की उपज है और पूंजीवाद का उदय विश्व बाजार की निर्माण प्रक्रिया के बीच हुआ । उदाहरणार्थ, पूंजीवादी देशों के विकास के मूल में आर्थिक घुसपैठ की प्रिक्रया, प्रतिस्पर्धा, पूंजी के अनवरत संचय की आकांक्षा तथा कच्चे माल पर नियंत्रण स्थापित करने के प्रतिद्वन्दिता, लाभार्जन की कामना, व्यापरिक कार्यों को राष्ट्रीय सीमाओं के पार फैलाने की मंशा, राजनीतिक और आर्थिक परिस्थितियों का लाभ उठाकर कमजोर देशों को उपनिवेश (बाजार) बनाने के लिए पूँजीवादी देशों के मध्य युद्ध छेड़ने, माल ढोने एवं संचार साधनों और तकनीकी आदि से प्रभावित रही है ।

मैनेजर पाण्डेय के अनुसार भूंडलीकरण के नारे का सम्मोहन और चित्र विजय का सर्वग्राही अभियान नई पीढ़ी को जितना चकित कर रहा है उससे अधिक आंतकित, कयोंकि भूमंडलीकरण का लक्ष्य हैं – पूंजीवाद को दिग्विजयी बनाना, सारी दुनिया का पश्चिमीकरण करना जिसका वास्तविक अर्थ है – अमेरिकीकरण, अर्थात् एक सकल संपूर्ण भूमंडलीय अर्थव्यवस्था के रूप में पूँजीवाद का विकास ।

आज संपूर्ण विश्व में वित्तीय बाजार के निर्माण में जनसंचार केंद्रीय भूमिका निभा रहा है । जनसंचार में प्रिंट मीडिया और इलेकट्रानिक मीडिया का समावेश होता है । वर्तमान परिदृश्य में इलेकट्रॉनिक मीडिया विश्व पूँजीवाद और उसके बाजारवाद का सबसे सशक्त माध्यम बन गया है।

सफल जनसंचार हेतु आवश्यक है सहज बोध । जनसंचार की भाषा सहज, सरल होनी चाहिए । उदाहरण के लिए अखबार की भाषा को लें । आम आदमी के समझ में आए ऐसी भाषा का प्रयोग अखबार में किया जाता है । साहित्यिक, किलष्ट भाषा का प्रयोग अखबार में करने पर वह बोधगम्य न रहेगी । निश्चय ही रेडियो की भाषा और सिनेमा की भाषा अलग है ।

जनसंचार भाषा के लिए आवश्यक है कि हम शब्द से जुड़ी भाषिक संवेदना को पहचाने, विशेष रूप से भाषा में मूड्स, वक्रता, विदग्धता, नजाकत या भंगिमा होती है, उसको समझे । यह भी अपेक्षित है कि हम प्रतीकों, आद्यबिंबो, मिथकीय, कूट पर्वों और गूढ़ार्थों का सही अर्थोद्घाटन करें, ताकि सृजन और अर्थपन में कोई अंतराल न आने पाये । राष्ट्रीय, अन्तर्राष्ट्रीय प्रतीकों, कूट पदों, संकेताक्षरों, संक्षिप्ताक्षरों, आद्याक्षरों और परिभाषिकों का सही ज्ञान होना चाहिए । जिस प्रकार डॉलर का विशेष चिह्न है, उसी तरह अब विश्वस्तर पर रूपए को भी नया चिह्न मिल गया

है । इससे अपने देश के रूपए की साख विश्वस्तर पर बढ़ गई है ।

भाषा-प्रयोग के एक विशिष्ट क्षेत्र में इलेकट्रॉनिक संचार माध्यम आज भी बहुत प्रभावकारी है । इस माध्यम के अंतर्गत रेडिओ, दूरदर्शन, कम्प्युटर, इंटरनेट, मल्टीमीडिया आदि का भी समावेश होता है । इसलिए जनसंचार के ये सशक्त माध्यम बनने से वैश्वीकरण की प्रक्रिया में अपना बहुमोल योगदान प्रदान कर रहे हैं । कम्प्युटर ने जनसंचार के माध्यमों को द्रुततर से द्रुततम बना दिया है । आज कम्प्युटर की भूमिका मुद्रण, रेडियो, दूरदर्शन, इंटरनेट में देखी जा सकती है । मानव की आधुनिकता की रचना में वास्तविक रूप से स्वतंत्र बन जनसंचार माध्यम है ।

डॉ. सुरेश गौतम ने लिखा है,ध्वनि और रोशनी की तीव्रता से हिंदी शब्दावली में निरंतर परिवर्तन आ रहा है । समूल हिला देने वाली आज की सूचना क्रांति के दौर में हम एक ओर भूमंडलीकरण, वैश्वीकरण, खगोलीकरण, उदारीकरण, निजीकरण, विनिवेश आदि शब्दों की अपनी दैनंदिनी कार्य प्रणाली का हिस्सा मानकर चल रहे हैं तो दूसरी और फ्लापी, हार्डडिस्क, माऊस, साफ्टवेअर, हार्डवेअर, मेमोरी, कम्प्युटर वाइरस, कम्प्युटरीकरण, स्कैनर, उपग्रह - दूरसंचार, डिश एंटेना, मोडम, इंटरनेट, ई-मेल, वेबसाइट, वेब पेज, होम पेज, साइबर स्पेस (यानी इलेकट्रानिक नेटवर्क, वह जगह जो कम्प्युटर अपने अंदर बनाता है) इसके अतिरिक्त पेजर, हमफर फोन, सेलुलर मोबाइ फोन, वीडियोकवरेज, मीडिया, मीडियोन्मुखी, स्पीड पोस्ट, प्रायोजक, प्रयोजित, सूचना प्रौद्योगिकी, कुरियर सेवा, क्रेडिट कार्ड, कंपैकट डिस्क (सी.डी.) जैसी नई संचार शब्दावली आज हमारे जीवन की दृष्टि और अंग बन चुकी है ।

जनसंचार के वैश्वीकरण प्रक्रिया के अंतर्गत सारी दुनिया इंटरनेट से जुड़ने से अब डिजिटल क्रांति आ गई है । याहू या रीडिफ कॉम की उपलब्ध पोर्टलों (साइबर स्पेस के मंचों) में जाएँ तो ज्ञात होका कि अकेले याहू के पास हर वक्त नौ हजार से ज्यादा चुनिंदा अखबार साढ़े तीन हजार से ज्यादा पत्रिकाएँ उपलब्ध हैं । वहाँ हिन्दी के अखबार और पत्रिकाएँ भी हैं । वहाँ विज्ञान, तकनीक, धर्म और कलासंस्कृति की असंख्य वेबसाइट्स हैं ।

अब जनसंचार के लिए रोज नई - नई तकनीकों का विस्तार हो रहा है । अपने देश ने कम्प्युटरीकरण के क्षेत्र में विशिष्ट स्थान प्राप्त कर लिया है । सूचना प्रौद्योगिकी के अंतर्गत पुणे स्थित सिडॅक ने भाषा प्रौद्योगिकी का नया अभियान प्रारंभ किया है । जिसके लक्ष्य हैं कम्प्युटर अनुवाद, द्विभाषिक या बहुभाषिक रुपांतर, वर्तनी, संशोधन, व्याकरण विधान, श्रुतलेखन, दूरमुद्रण, भाषा-प्रशिक्षण, लेखा-जोखा आदि । सिडॅक के विप्रो, मंत्र, प्रबोध, प्राज्ञ, प्रवीण, लिपि-माला, स्पेलचेक आदि के साफ्टवेअर प्रोग्राम बेहद सफल हैं । सी.डी. वेबसाइट एवं इंटरनेट का संकलन, डिजिटल लाइब्रेरी डाटा, वर्ड प्रोसेसिंग आदि भाषिक जनसंचार की आधुनिक प्रविधियाँ हिंदी में बन गई हैं ।

जनसंचार में अब हिंग्लिश प्रचलन में आई गई हैं । दूरदर्शन के विज्ञापनों में उक्त भाषा का प्रयोग स्पष्ट दिखाई देता है ।

१. टेस्ट में बेस्ट, मम्मी और एव्हरेस्ट

२. यही है राईट चॉईस बेबी

३. रिलायन्स टू रिलायन्स - फ्री टॉक टाईम

४. अमूल दुध पिता है इंडिया ।

आज जनसंचार की वजह से विज्ञापन की भाषा हिंग्लिश बनी । ऐसे प्रयोगों में कोई हर्ज नहीं है । कयोंकि जो भाषा जितनी उदार होगी और समय के साथ बदलती चली जाएगी, वह उतनी ही

लोकप्रिय होगी । उसकी जीवन क्षमता उतनी ही अधिक हो जाएगी । जो भाषा जितनी प्रयुक्त होगी उतनी वह ज्योदा वर्षों तक जीवित होगी । जैसे लैटिन भाषा एवं विश्व की कई भाषाएँ मृतप्राय हो गई हैं ।

निष्कर्ष

निष्कर्ष रूप में हम कह सकते हैं कि जनसंचार में वैश्वीकरण की प्रक्रिया में अहम भूमिका निभाई है । वैश्वीकरण की प्रक्रिया अपने देश में आरंभ हुए २० वर्ष हुए हैं । परंतु इन २० वर्षों में सारे विश्व का ध्यान अपने देश की ओर एक बाजार के रूप में लगा रहा । परिणामस्वरुप भारत की सर्वमान्य भाषा और राष्ट्रभाषा हिंदी जनसंचार का संवाहक बनी । अंग्रेजदाँ को भी यह बात माननी पड़ी की वैश्वीकरण में जनसंचार का संवाहक बनी । अंग्रेजदाँ को भी यह बात माननी पड़ी कि वैश्विकरण में जनसंचार की भाषा हिंदी नहीं होगी, तब हम मार्केट पर अपना वर्चस्व नहीं कर पाएँगे । इस दृष्टि से हिंदी अकब केवल साहित्य की भाषा नहीं रही, बल्कि वह मीडिया की भाषा बनी । विश्व की तीसरे नंबर की भाषा होने का सौभाग्य हिंदी को मिला । परिणामस्वरुप इंटरनेट पर भी हिंदी का बोलबाला हुआ । हिंदी भाषा को अपने रूप को बदलना पड़ा । वह हिंग्लिश बनी । वैश्वीकरण की प्रक्रिया यानी पूँजीवाद का विकास है । अब अमेरिका जैसे देश के बाजार में मंदी की लहर थी, तब उस लहर का असर बड़े पैमाने पर अपने देश के बाजार पर नहीं पड़ा । यहाँ का बाजार डाँवाडौल नहीं हुआ । यह बात विदेशी देशों को प्रभावित कर गई । इसलिए भारत का बाजार उन्हें आश्वस्त करने लगा । जनसंचार माध्यमों की वजह से यह सब सहज, सुलभ हो पाया।

अधिक टिप्पणी के लिए

अधिक टिप्पणी के लिए

अध्याय 3

समाचार पत्रों की कार्यप्रणाली

३. ०. प्रस्तावना – विषय परिचय

३.१. सम्पादक का कार्य :

3. 2. संपादक का महत्त्व, उपसंपादक का महत्व

3.3. संवाददाता

3.4 वार्तालेखन

3.5 प्रूफ शोधन

3.6. विज्ञापन

3.7. विशेष संवाददाता

उद्देश्य

- इस पाठ को पढ़कर छात्र,
- संपादक, उपसंपादक का कार्य एवं उनके महत्व को विशद कर सकेंगे ।
- संवाददाता का कार्य एवं उसकी कार्य प्रणाली को स्पष्ट कर सकेंगे ।
- प्रूफ शोधन की विधियों का परिचय दे सकेंगे ।
- विशेष संवाददाता एवं संवाद लेखन की कार्य प्रणाली को स्पष्ट कर पाएंगे ।

प्रस्तावना

पत्रकारिता के क्षेत्र में सम्पादक का पद सर्वोपरि माना जाता है । सम्पादक समाचार, पत्ररुपी विशाल जलपोत के कर्णधार की प्रकार होता है । किसी समाचारपत्र की सफलता और अच्छाई हेतू यह अत्यन्त आवश्यक है कि उसे कुशल सम्पादक का नेतृत्व मिले । सम्पादक ही वह शक्ति है जो समाचारपत्र रुपी शरीर के अंग-प्रत्यंग और सभी भागो में गतिशीलता, स्पंदन और रस का संचार करता है । उसी के उपर इस महान यंत्र को चलाने की जिम्मेदारी है । समाचारपत्र के सभी क्षेत्रों के संचालन, नियमना और प्रोत्साहन एवं निर्माण हेतु सम्पादक ही वह मूल स्थान है जहाँ से जीवनदायनी प्रकाश की किरणें चारों तरफ फूटती रहती हैं । पत्र के सभी पाठक-पाठिकाओं हेतु वह खुद पत्र का प्रतीक है । अलग किसी को अपनी समस्या पत्र में छपवानी है तो वह सम्पादक को लिखेगा । किसी को रोजगार चाहिए, कोई विज्ञापन हेतू स्थान खोजता है, किसी को अपना लेख प्रस्तुत करना है, किसी को वक्तव्य देना है, कोई अपनी लिखी पुस्तक की आलोचना चाहता

है, कोई अधिकारियों के अत्याचार से पीड़ित है – ऐसे सभी लोग समाचारपत्र से मदद चाहते हैं जिसके लिए पत्र की सजीव मूर्ति की प्रकार प्रतिष्ठित सम्पादक को ही जानते है और डाक विभाग के माध्यम से उसके करीब पहुँचकर टेबल पर विराजमान हो जाते हैं । भले ही उससे व्यक्तिगत परिचय न हो पर अपरिचित व्यक्ति भी निजी प्रश्नों और समस्याओं को उस तक पहुँचाता है और उससे निदान एवं मार्गदर्शन की उम्मीद करता है ।

पत्र का क्षेत्र और सम्पादकीय विभाग तो उसके वरदहस्त की छाया की उम्मीद करता ही रहता है । वह पत्र की नीति का निर्धारण करता है, उस नीति का परिपालन करता है और जब इसमें गलती होती है तो उसके दोषी को अपराध का मूल्यांकन भी करता है । पत्र की व्यवस्था और न्याय्य के तीनों विभागों का केन्द्रीकरण इसी व्यक्ति में होता है । इसका यह आशय है कि, सम्पादक निरंकुश या स्वतन्त्र शासक का प्रकार है । बल्कि वह खिलाडियों की टीम के प्रमुख की प्रकार हैं । जो अपने साथियों पर अपने विचार जबरदस्ती लादा नहीं करता । वह खुद सहयोगियों की इच्छा और भावना की प्रतिमूर्ति होता है अतः उसकी आज्ञा और इच्छा सर्वमान्य होती है । सम्पादक अपने सहायकों के स्वयं अपने भाव और विचार से चैतन्यता प्रदान करता है, उन्हें काम करने का तरीका बताता है एवं अपने उज्ज्वल व्यक्तित्व से प्रभावित करता है । वह उनके भाव और उनके विचार एवं संगति से खुद भी स्फुर्ति प्राप्त करता रहता है । नीति हेतु जिम्मेदार होने की वजह से पत्र की भलाई–बुराई का सारा भार उसे ही वहन करना होता है । प्रत्येक एक सहयोगी अपने कर्तव्य को समझता है या नहीं और जो काम उसे मिला है उसे क्षमतानुसार कर रहा है या नहीं इन सभी पर नजर सम्पादक का ही काम है ।

अलग अलग क्षेत्रो में काम करनेवाले अनेक प्रकार के कर्मचारी उसके अतः दृष्टि के समक्ष रहने चाहिए कयोंकि, सब उसी से प्रेरणा लेते हैं । उसके लिए कौन सा काम है, कौन संवाददाता कहाँ किस स्थान पर नियुक्त किया गया है, किस रिपोर्ट के माध्यम से भेजा गया समाचार आज पत्र का सर्वोत्तम और अत्यंत महत्त्वपूर्ण संवाद होगा, भूमण्डल के किस जगह में कौन सी महत्वपूर्ण घटना घटित होने जा रही है उसकी गतिविधि पर तीव्र निगाहें लगाए रहना चाहिए, जनता के समक्ष आज कौन सा प्रश्न सबसे ज्यादा महत्वपूर्ण है, किस प्रश्न के गर्भ में भविष्य निहित है जिसकी और इशारा करना चाहिए, कौनसा विषय देश के समक्ष मौजूद है जिसके सम्बन्ध में विचार व्यक्त करना और जनता का मार्गदर्शन करना आवश्यक है आदि अनेक बातों पर सम्पादक के मस्तिष्क में स्पष्ट रेखांकन होना आवश्यक है इनके अभाव में वह अपने कार्य को सफलतापूर्वक पूर्ण नहीं कर सकता।

सम्पादक के पद पर आसीन व्यक्ति की जिम्मेदारी यहीं खत्म नहीं हो जाती । वह समाचारपत्र रुपी उन मशिनों का संचालक है जिसका सामाजिक जीवन में गहरा प्रभाव व्याप्त है । इसलिए सम्पादक पर नैतिक जिम्मेदारी होती है । अलग समाचारपत्रों का उद्देश्य सिर्फ धन अर्जित करना नहीं है, और जिनका आदर्श सभी के हितों की रक्षा करना एवं साधारण मनुष्य का साथी, मित्र एवं रक्षक और मार्गदर्शक होना है तो उसका सम्पादक, सम्पादक होने की वजह से उस विराट जनता के प्रति जिम्मेदार है जिसकी सेवा करने हेतु उसका पत्र छपता है । पत्र स्वयं निर्जीव और जड़ वस्तु है । कागज में प्राण नहीं हुआ करते । कठिन मेहनत से निर्मित किया गया अपने पाठक के हाथ में पहुँचने के दो घंटे पश्चात कूड़े की टोकरी में ही जगह पाता है । फिर उसका प्रयोग भी रद्दी की प्रकार ही होता है पर इतना स्थायी और अल्पकालीन जीवन लेकर भी वह सामूहिक रूप से लोगों के हृदय पर जो स्थायी और दीर्घकालीन प्रभाव छोड़ देता है उसे कोई झुठला नहीं सकता ।

अमेरिका के विख्यात लेखक उमर्सन ने लन्दन के टाईम्स का मूल्यांकन करते हुए कहा है कि, इंग्लैंड में टाइम्स के महत्त्व को जितना महसूस किया जाता है उतना और किसी का नहीं । इस प्रकार की अन्य कोई ताकत नहीं है । जिससे लोग इतना भयभीत होते हों या जिसके आदेश का इतना अनुपालन किया जाता हो । सुबह के समय टाईम्स में आप जो पढेंगे वहीं चर्चा शाम के समय समस्त अन्य समाज में होती दिखाई देगी । टाईम्स के काम इतने तेज है कि, वे सर्वत्र बात सुन लेते हैं । सभी घटनाओं की सम्पूर्ण जानकारी उसे सबसे पहले हो जाती है । पल – पल वह चलता जा रहा है और और पग पग उसकी जीत होती चलती है ।

पत्रों की ताकत से मन्त्रिमण्डल और शासक डरते हैं । उसी ताकत की वजह से वे अनेक बार सरकारों का सृजन और कभी कभी विघटन एवं संहार तक में भी कामयाब होते रहे हैं । सोचने का विषय है कि, उन कागज के टुकडों में जो सामने आने के घण्टे दो घण्टे पश्चात चिथडों से अधिक महत्वपूर्ण नहीं है । टाईम्स ने अपने पंक्तियो में सम्पादक के कर्तव्य, उत्तरदायित्व और आदर्श की रुपरेखा का सृजन किया है । वह एक शताब्दी के पहले जीतना सत्य उतनी ही सत्य वर्तमान में भी है । भारत के विशेषकार पत्रकार को पेशा उत्सर्ग, कष्टसहन और तप का पेशा है । यहाँ की एकता गिरी हुई है और उसे उपर उठाकर पुनः संगठीत करना है । इस भयानक आवर्तो के बीच से सम्पादक को अपने नैया लेकर आगे जाना है । देश को उठाना है, जनहीत की रक्षा करना है, सत्य और न्याय पर मर मिटना है, राष्ट्र की अर्जित स्वतंत्रता की रक्षा करना है और प्रगति एवं सभ्यता के विकासपथ को मजबुत करने में अपनी शक्ति लगा देना है ।

३.१.१. सम्पादक का महत्त्व

सम्पादक का स्थान समाचारपत्रों में अत्यंत महत्वपूर्ण होता है । जिस तरह किसी हवाई जहाजों को चलाने हेतु पायलट की जरूरत होती है ठीक उसी तरह समाचारपत्रों को चलाने हेतु सम्पादक की जरूरत होती है । सम्पादक समाचारपत्र का प्राण होता है, जो उसके सभी अंगों को नियंत्रित करता है । समाचारपत्र के सभी क्षेत्रों, प्रोत्साहन संचालन नियमन, एवं निर्माण हेतु सम्पादक की उत्तरदायी होता है । वह कवि की भाँति कल्पना का सहारा लेकर नहीं चलता बल्कि उसे देशविदेश की परिस्थितियों को दृष्टि में रखकर चलता है । उसे समाचारपत्र के पाठकों की पसंद और नापसंद का विशेष रूप से ध्यान रखना होता है ।

संपादक समाचारपत्र के प्रकाशन से संबंधित सभी पहलूओं एवं नियमों को ध्यान में रखकर कार्य करता है । समाचारपत्र की प्रशासन व्यवस्था और अन्य तरह की व्यवस्था की जिम्मेदारी उसकी ही होती है । वह एक निरंकुश शासक की प्रकार कार्य नहीं करता । बल्कि वह लोकतांत्रिक ढंग से अपने साथियों और सहयोगियों की इच्छा को दृष्टि में रखकर ही उनका मार्ग प्रशस्त करता है । अतः नीति से संबंधित उत्तरदायित्व उसका अपना है ।

संपादक को समाचार पत्र के विविध विभागों में कार्य करनेवाले सभी कर्मचारियों का मार्गदर्शन करना होता है । किसके लिए कौन सा काम है, कौन संवाददादा कहाँ किस स्थानपर नियुक्त किया गया है, किस रिपोर्ट क माध्यम से भेजा गया समाचार आज के पत्र का सर्वोत्तम और महत्वपूर्ण संवाद होगा । विश्व के किस कोने में कौन सी महत्वपूर्ण घटना घटने जा रही है इन सभी गतिविधि पर पैनी दृष्टि लगाए रहना चाहिए । जनता के सम्मुख कौन सा प्रश्न सबसे ज्यादा महत्वपूर्ण है, किस प्रश्न के गर्भ में भविष्य छिपा है उसकी और संकेत करना चाहिए । देशके सामने महत्वपूर्ण प्रश्न कया है, जिसे समाज को बताना है, आदि सभी विषयों से संबंधित तथ्यों का वह अपने मस्तिष्क में मूल्यांकन करता रहता है ।

उसे समाचारपत्र के प्रकाशन के समय भी ध्यान रखना होता है कि, उसका पत्र समय पर प्रकाशित हुआ है या नहीं, पत्र में छपा मसाला उसकी नीति के अनुरूप है या नहीं, कोई जरुरी प्रश्न छूट तो नहीं गया आदि बातें उनके सामने शिशे की भाँति रहनी चाहिए । विश्व में होनेवाली गतिविधियाँ अत्यंत तीव्र गति से चलती है । अतः वह हमेशा जागृत, सचेष्ट और सचेत रहता है ।

वह अपने सह्योगियों की त्रुटियों का भी जिम्मेदार होता है । अलग पत्र में मानहानि करनेवाली कोई बात प्रकाशित हो जाए, तो ककोई अश्लिल विज्ञापन हो अथवा कोई वाकय जिसे अधिकारी पसन्द न करते हो, प्रकाशित हो जाए तो दंड हेतु सम्पादक ही पकड़ा जाता है । चाहे उस समाचारपत्र लेखक का नाम भी कयों न छपा हो ऐसे किसी भी त्रुटी का जिम्मेदार सम्पादक को ही माना जाता है ।

समाचारपत्र की खबरें समाज को प्रभावित करती है । अतः सम्पादक की नैतिक जिम्मेदारी भी होती है । उसका आदर्श जनहीत की रक्षा करना तथा साधारण मनुष्य का साथी, मित्र रक्षक और पथ प्रदर्शक होता है । इस तरह से वह अपने पाठकों की सेवा करता है । समाचारपत्र एक निर्जीव पदार्थ है परन्तु वह अपने पाठकों के मस्तिष्क पर स्थायी छाप छोड़ता है । इस तरह का प्रभाव अन्य और कोई चीज नहीं छोड़ता । प्रातःकाल समाचारपत्र में जो पढा जाता है वह सारे दिन चर्चा का विषय रहता है । सम्पादक इन प्रतिक्रियाओं को हमेशा दृष्टि में रखता है एवं इसी के आधारपर ही वह जनहीत के विषय में सोचता है ।

वह केवल समाचारपत्र और उनपर टीका टिप्पणी ही प्रकाशित नहीं करता, बल्कि व्यापारियों के विज्ञापन आदि को समाचारपत्र में उचित स्थान देकर समाचारपत्र हेतु धन भी अर्जित करता है।

सम्पादक अपने पत्र द्वारा जनता के जीवनमूल्यों और चरित्रनिर्माण के विकास में सहायक होता है । अगर वह बुद्धिमान नहीं तो उन मुल्यों का पतन और विनाश भी कर देता है । वह देश के अस्थिरता का वातावरण बनाकर अशान्ति की धारा प्रवाहित कर सकता है और द्वेष की आग भडका सकता है । वह निरंकुश शासक के हाथ की कठपुतली बनाकर जनहित का संहार भी कर सकता है । परन्तु वह अपनी लेखनी के माध्यम से उत्पीडितों, दलितों के विरुद्ध अंधिवश्वासों और रुढियों के विरुद्ध स्वार्थ और प्रतिक्रियावादिता के विरुद्ध, दासता और अन्याय के विरुद्ध भीषण युद्ध का सूत्रपात भी कराता है । इससे पता चलता है कि, ऐसे व्यक्ति पर कितना महान उत्तरदायित्व होता है और उसका रास्ता कितना दुर्गम है । उसमें हर प्रकार के सदगुणों का होना परम जरुरी है ।

उसमें देश के सभी महत्वपूर्ण क्षेत्रों से जुड़े व्यक्तियों जैसे व्यवसायी, सैनिक, विद्वान, राजनीतिज्ञ, सन्त, लेखक, कलाकार एवं विवेचक आदि के भी गुण होने चाहिए । विषद ज्ञान, तीव्र कल्पनाशक्ति, राजनीतिक, आर्थिक, धार्मिक और सामाजिक विषयों का उसे पूर्ण ज्ञान होना चाहिए । उसके भीतर इन सभी विषयक्षेत्रों पर प्रकाश डालने हेतु विवेचनात्मक बुद्धि, समस्याओं की गहराई में पहुँचनेवाला ज्ञान, दृढ संकल्प, न्यायपक्ष, सत्यता निष्पक्षता एवं साहस आदि गुण होने जरुरी है । अगर ये गुण उसके पास नहीं है तो वह लोभ, भय और स्वार्थ में दबकर एक सम्पादक के उत्तरदायित्व को पूरी प्रकार नहीं निभा सकता । अलग किसी सत्य से जनहित न होकर उसका अहित होता है तो उसे उस सत्य को छिपाना चाहिए । कयोंकि उसका मुख्य उद्देश्य जनहित करना होता है । भले ही इस संबंध में कानूनों की अवहेलना करनी पड़े । वह जनका का सेवक है जिसके हित हेतू वह पत्र का प्रकाशन करता है । परन्तु इसके बाद भी उसका कर्तव्य है कि, एक स्वच्छंद संपादक की प्रकार सत्य का प्रकाशन करें और असत्य की पोल खोलें । कयोंकि जनकल्याण और सत्यता की रक्षा करना उसका कर्तव्य है । अगर वह ऐसा नहीं करता तो उसकी कोई

उपयोगिता ही नहीं । भारत जैसे देश में संपादकों हेतु ऐसी भावना होना और भी अधिक जरुरी है कभी कभी ऐसा होता है कि, शिकायत करनेवाला अपने पत्र में किसी व्यक्तिविशेष को झूठे रूप में बदनाम करना चाहता अथवा स्वार्थ के वशिभूत होकर किसीपर प्रभाव जमाना चाहता है, तो ऐसे समय सतर्क और सचेत रहना चाहिए । ऐसे पत्रों को संपादकों को स्वयं देखना चाहिए । अगर घटना में सच्चाई है तो उसे प्रकाशित करने में उसे हिचकना नहीं चाहिए । चाहे उसे दंड ही कयों न भोगना पड़े । वह दंड का भागीदार बनकर जनता के समक्ष नैतिकता और साहस का उदाहरण प्रस्तुत करेगा और इस प्रकार अपने कर्तव्यों का पूर्णरुपेण निर्वाह कर सकेगा ।

उसे जनता के अधिकार और भलाई हेतु सरकार की गलत नितीयों की भी निन्दा करनी चाहिए । यद्यपि इसमें उसे अधिकारियो और शासकों का सामना करना पडेगा । परन्तु संपादकीय पद के गौरव और मर्यादा की रक्षा के लिए, इस तरह की समस्याओं का सामना कर सकता है ।

इस तरह से हम देखते हैं कि, संपादक एक व्यक्ति होते हुए भी एक संस्था के समान है । यह जनाधिकार, जन-चेतना, जनाकांक्षा और जनहित का संरक्षण करता है ।

३.१.२. पत्रकार मंडल तथा संपादक :

पत्रकार मंडल में संपादक का पद सर्वश्रेष्ठ होता है । पत्र के नीतियों का निर्धारण, रचनाओं के संशोधन, संपादन छपी गयी रचनाओं की सम्पूर्ण अभिव्यक्ति का उत्तरदायित्व के अलावा पत्र - पत्रिकाओं के प्रतिनिधी रचनाओं और मुखिया के रुप में सबसे पहले संपादक का ही नाम आता है । पत्र-पत्रिकाओं के संपादक विभाग में एक नाम उपसंपादक का भी होता है । प्रमुख संपादक की व्यवस्था के अंतर्गत उपसंपादक पत्रकार्यालय के संपूर्ण संपादकीय कार्यालय के प्रति उत्तरदायी होता है । वह स्थान और पद की नजरिये से प्रधान संपादक से छोटा जरुर है लेकिन उसका काम अनेक क्षेत्रों में प्रमुख संपादक की अपेक्षा ज्यादा श्रमसाध्य जरुर है ।

३.१.३. पत्रकार व संपादक का दायित्व :

भाषा के माध्यम से ज्ञान एवं विज्ञान एक दूसरे के नजदीक आते हैं । संपादक उस तकनीक का कार्यान्वियन और निर्धारण करनेवाला होता है । भारत की पत्रकारिता की शुरुआत समाचार संपादन से हुअी थी जो आज एक उच्चस्तर का व्यवसाय बन गया है । सामाजिक प्रति द्वंद्वता के स युग में पत्रकारिता देश की सबसे ज्यादा सुदृढ शक्ति बन गयी है । लंदन टाईम्स के भूतपूर्व संपादक एच. विखेम स्टीड ने अपने वक्तव्य में कहा था, पत्रकारिता वृत्ति कला है और जनसेवा भी । जबतक कोई यह नहीं समझता कि, मेरा कर्तव्य अपने पत्र द्वारा लोगो का मार्गदर्शन, ज्ञान बढाना करता है तबतक उसे पत्रकारिता की चाहे जितनी प्रशिक्षा दी जाए, वह पत्रकार नहीं बन सकता । सच्चे पत्रकार हेतु यह भी आवश्यक है कि, वह यह न भूले कि, पत्र की व्यवसायिक और व्यापारिक पुष्टता के बल पर ही उसके अपने कर्तव्य की पूर्ति का संबल प्राप्त हो सकता है ।

पत्र जगत में संपादक का स्थान अत्यंत उत्तरदायित्वपूर्ण और सर्वश्रेष्ठ है । योग्य संपादक के नेतृत्त्व में ही कोई पत्र जनमानस को गतिशील और जागृत बनाए रखने की जिम्मेदारी पूरी कर सकता है । पत्र पत्रिकाओं की नीति का निर्धारण करनेवाला संपादक ही होता है । संपादक पत्रकारिता की न्यायिक, अनुशासनिक और व्यावसायिक धाराओं का संगम है । संपादक का निरंकुशता और अराजकता तथा आतंक से कोसों दूर रहनेवाला तथा समाज के प्रति जिम्मेदारी की प्रतिभूति माना जा सकता है ।

पं. कमलापति त्रिपाठी ने संपादक की जिम्मेदारी को इन शब्दों में वर्णन किया है :

संपादक वह पत्ररुपी संचालक है जिसका समाज के जीवन में गहरा प्रभाव छाया हुआ है

। फलतः संपादक पर नैतिक उत्तरदायित्व भी होता है । अगर पत्र का उद्देश्य सिर्फ धन कमाना नहीं है, अगर उनका आदर्श जनहीत की रक्षा करना साधारण मनुष्य का मित्र, साथी, रक्षक और उपदेश्टा होना है तो मार्गदर्शक संपादक होने के नाते, उस व्यापक जनसमूह के प्रति उसका महान उत्तरदायित्व है, जिसकी सेवा करने हेतु उसका पत्र छपता है । पत्र स्वयं जड़ और निर्जिव पदार्थ है । इतनी मेहनत से निर्मित किया गया पत्र पाठकों के हाथ में पहुँचने के घंटे – दो घंटे पश्चात रद्दी की टोकरी में ही जगह पाता है, फिर उनका उपयोग भी रद्दी की प्रकार होता है, पर इतना अल्पकालिन और अस्थायी जीवन लेकर भी वह सामूहिक रूप से सभी के हृदय पर जो दीर्घकालीन और स्थायी प्रभाव छोड़ जाता है, उसे कोई अस्विकार नहीं कर सकता ।

युग का समसामायिक इतिहास लिखनेवाला जागरुक पत्रकार सत्य का आलंबन लेकर ही आगे की तरफ अग्रसर होता है । पत्रकारों की वैचारिक एकता मजबूत होनी चाहिए, यह तभी संभव है जब वह राजीय गुलामी से दूर रहे । ज्ञान स्वातंत्र्य की आंतरराष्ट्रीय, राष्ट्रीय, सामाजिक, सांस्कृतिक और मानवतावादी प्रक्रियाओं को सुलझाना स्वाधीन पत्रकारिता के माध्यम से ही संभव है । नैतिक पत्रकारिता का आग्रह है कि शिष्ट और सभ्य मनुष्य दूसरों से समक्ष जिस शब्दावली का प्रयोग नहीं करता उसे, संपादक भी अपने पत्र में जगह न दें । सच्ची पत्रकारिता का अर्थ जनसेवा तथा समाजसेवा में ही सार्थक सिद्ध होता है । निडर पत्रकार अन्याय को देखकर शांत नहीं रह सकता । स्वतंत्र विवेक के आग्रह से रुढियों से परे होकर पत्रकारिता की सच्ची सेवा की जा सकती है । ऐसा संपादक मानव समाज की नैतिक जागरुकता को सदैव प्रेरणा प्रदान करता रहता है ।

३.२. उपसंपादक

आधुनिक पत्रकारिता के शुरुआती चरण में पत्र पत्रिकाओं से संबंधित समस्त कार्यों हेतू एक ही व्यक्ति पर्याप्त होता है । मुद्रक, प्रकाशक, प्रबंधक और संपादक वह खुद ही होता था । परंतु आधुनिक विस्तार और स्वरुप ने उपसंपादक, समाचार संपादक और सहायकों की जरुरत निश्चित कर दी । आज के समाचारपत्रों की जरुरत निश्चित कर दी । आज के समाचारपत्रों का प्रकाशन विशद रुप ग्रहण कर चुका है । इसलिए पत्र के प्रकाशन में अनेक व्यक्तियों के श्रम की जरुरत होती है । संपादक के सहायकों में उपसंपादक भी होता है जिनका कार्य अपने विषयसंबंधी लेखों का लिखना एवं बाहर से आए लेखों को संपादित करना इसके साथ ही अन्य समाचार जो कार्यालय में आते है, उनकी भी देखभाल करनी होती है ।

प्रमुख संपादक के पश्चात सबसे महत्त्वपूर्ण पद उपसंपादक का होता है । समाचारों के संकलन में इसकी ही सबसे महत्त्वपूर्ण जिम्मेदारी होती है । समाचार प्राप्त करने के सूत्रों की देखभाल करने का दायित्त्व भी इनका है । विभिन्न विषयों के संवाद को छाँटकर उनकी नकल तैयार करके सम्पादक के पास भेजने का कार्य भी उसी का है ।

कुछ कार्यालयों में प्रधान उपसंपादक (चीफ सब एडीटर) के पद की भी व्यवस्था होती है जिसका विभाग उपसंपादकीय कहलाता है । परंतु जिन पत्रों में ऐसे पद की व्यवस्था नहीं होती वहाँ पर उपसंपादक पत्र का कर्ता – धर्ता तथा प्रमुख संचालक होता है । उसका विभाग ही पत्र की रचना और निर्माण करता है । इसी के परिश्रम, दूरदर्शिता, कला, सावधानी एवं कुशलता से पत्र के स्वरुप का सृजन होता है जो जनता की सेवा में पहुँचता है ।

उपसंपादक और सहायक भी होते हैं जो प्रुफ संशोधन संपादन संकलन, अनुवाद, मेकअप

आदि सब कार्य सुचारु रूप से करते हैं । उपसम्पादक, रिपोर्टर, लेखक, संवाददाता और अन्य लोगों की सहायता करते हैं । उपसंपादक समाचारपत्र की साजसज्जा का भी खयाल रखता है, ताकि समाचार पत्र आकर्षक और सुंदर हो सके । उपसंपादक यह भी ध्यान में रखता है कि, उसका पत्र जनता के जीवन में नैतिक मुल्यों को प्रस्तुत करके आकर्षण का केंद्रबिंदू बने । वह व्यापारिक फायदा हेतु विज्ञापनों को सही तरीके से सजाकर प्रकाशित करता है ताकि अधिक से अधिक विज्ञापन पत्र में प्रकाशन हेतु आए जिससे पत्र की आमदनी में वृद्धी हो सकें ।

संपादक पाठकों के ज्ञानवृद्धि और मनोरंजन, रुचि हेतु संवाद, सुंदर कहानी एवं गंभीर लेख आदि को प्रकाशित करके अपने समाचार पत्र के महत्त्व को बढाता है । उपसंपादक समाचारपत्र के संपूर्ण ढाँचे का सृजन करता है जैसे लेख और चित्रादि को सही स्थान देना, मॅटर का कम्पोजिंग करना, प्रुफ संशोधन करना और मेकअप आदि की देखभाल करना ।

उपसम्पादक सदैव नवीन और ताजे समाचार को एकत्र करता है और उसके पश्चात कागज को स्तंभों में बाँट देता है । उसे इस बात का भी ध्यान रखना होता है कि, कहीं कोई विषय दुबारा न सम्मिलित हो जाए । इस प्रकार कहा जा सकता है कि, ऐसा कोई कार्य नहीं जिसे उपसंपादक नहीं करता । परंतु वह नीति का निर्धारण नहीं करता । वह केवल बदलाव कर सकता है । यह भी कहा जाता है कि, उपसंपादक को चार आँखें होनी चाहिए, एक घड़ी पर हो, दूसरी समाचार की सत्यता पर हो, तीसरी मानहानी एवं आपत्तीजनक बातों को रोकने के लिए और चौथी पत्र की ज्यादा पूर्णता एवं सामायिकता की ओर होनी चाहिए ।

उपसंपादक को सभी कर्मचारियों के कार्यों का भी ध्यान रखना होता है, एवं उन्हें उनके सही स्थान पर नियुक्त करना भी होता है जैसे रिपोर्टर, संवाददाता, विशेष संवाददाता कहाँ है एवं कहाँ होना चाहिए । इस सारी व्यवस्था की जिम्मेदारी उसी की है । वह चुस्त एवं तेज होना चाहिए ताकि, अपने विभाग के सभी सहायकों के कार्यों की देखभाल ठीक तरह से कर सके । उसके हाथ में नीली एवं लाल पेन्सिल हर क्षण रहनी चाहिए ।

यद्यपि उसका लेखन का कार्य कम है परंतु वह लिखने में निपुण होना चाहिए । उसे पत्रकारिता के सभी सिद्धांतों में पारंगत होना चाहिए । अगर उसमें योग्यता नहीं है तो विभिन्न विषयों के साथ न्याय नहीं कर सकता । उसमें व्यवस्थापक के गुण भी होने चाहिए । चूँकि उसे अपने सह्योगियों को काम देना है और लेना है । उसमें संवाददाताओं और रिपोर्टरों के गुण होने चाहिए ।

उपसंपादक को समाचार से संबंधित सभी विषयों हेतु शीर्षक लगाने की कला में कुशल होना जरुरी है । शीर्षक लगाना उसी तरह की कुशलता है जिस तरह कहानी लिखना अथवा चित्र बनाना । शीर्षक लगाकार उपसंपादक पाठकों को समाचार की ओर आसानी आकर्षित कर लेा है । अतः यह समाचार का प्राण होता है । उपसंपादक की कला और तेजस्विता, सफलता एवं सजीवता देखनी हो तो उस पत्र के समाचारों के शीर्षकों को देखिए । शिर्षक के कुछ अक्षरों से सारे समाचार सजीव हो जाते हैं । शीर्षक उपसंपादक विभाग का आईना है । पत्र की बिक्री बढाने हेतू शीर्षक रोचक होना चाहिए । शीर्षक बनाते समय यह ध्यान रखना चाहिए कि शीर्षक कहीं विशद न हो जाए उसे एक ही लाईन में समाप्त होना चाहिए, शीर्षक लगाते समय कानूनी पहलू को दृष्टि में रखना चाहिए । उपसंपादक को लेख आदि लिखने हेतु दिन प्रतिदिन की घटनाओं का ज्ञान होना जरुरी है ।

उसके लिए अध्ययन करना बहुत आवश्यक है । उसे पुराने समाचारपत्रों की फाइल बनाकर रखनी होती है ताकि आवश्यकता होने पर उसको देख सके।

उसे मेहनती होना चाहिए । जो उपसंपादक मेहनत नहीं कर सकता, से इस क्षेत्र में नहीं आना चाहिए और उसका लक्ष्य मात्र पैसा कमाना नहीं वरन मिशन होना चाहिए । उपसंपादक में व्यापक दृष्टिकोण, कल्पनाशीलता, समाचार बोध, विवेचनात्मक बुद्धि, सहानुभूतिपूर्ण भाव, सत्यता आदि नैसर्गिक गुणों के साथ उसमें निम्नांकित योग्यताएँ भी होनी चाहिए ।

१) पत्रकारिता एवं साहित्य का ज्ञान

२) कानून का ज्ञान

३) भाषा पर अधिकार और अपने धन्धे के प्रति ष्ठिावान

४) सन्तुलित मस्तिष्क

५) धैर्य

६) शीघ्र निर्णय करनेवाला

७) शिक्षित

८) घटना के तथ्य को तुरंत जाननेवाला

९) समय की पहचान

१०) दृढ निश्चय होना चाहिए ।

इस प्रकार से हम देखते है कि, उपसंपादक का मार्ग अत्यंत ही कंटक एवं अपने जीवन की आहुति देनेवाला होता है । इसलिए सफल उपसंवादक के भीतर ये सभी गुण निहित होने चाहिए।

३.२.१. उपसंपादक का महत्त्व :

सहायक संपादक समाचारपत्र रूप जलयान के यंत्र का प्रमुख संचालक होता है । जो वास्तव में उसके कामयाब संपादन हेतू उत्तरदायी होता है । विदेशी समाचारपत्रों के कार्यालय संपादक के अतिरिक्त अन्य बहुत सहायकों की नियुक्ती पर चलते है जो अनेक नामों से बुलाये जाते है । समाचार संपादक, सहायक संपादक, उपसंपादक आदि इसी प्रकार के संपादकों की रचना समाचारपत्रों के आधुनिक और उसके प्रसार ने आवश्यक कर दी है । पहले पृष्ठों से पाठकों यह एहसास पूरी प्रकार मिल गया होगा कि आज समाचारपत्रों का प्रकाशन विशिष्ट प्रारंभ के आधारपर होता है कयोंकि, उन्होंने संसार के विषयकों का अपने क्षेत्र के अंदर कर लिया है । ऐसी स्थिति में किसी समाचारपत्र के एक भी प्रति का छपना किसी दो-चार लोगों हेतू नहीं हो सकता । वह प्रतिफल होता है ऐसे सैंकड़ों व्यक्तियों के अध्यावसाय और परिश्रम का जो उसके तमाम क्षेत्रों में अपना अपना कार्य अपने अपने स्थान से संपादित करते रहते है । सिर्फ संपादकीय विभाग के कार्यालय को ही ले लिजिए तो आप पायेंगे कि, उसके अंतर्गत अनेक छोटे छोटे विभाग अलग अलग कार्य करते है ।

संपादक यद्यपि कंगूरे के समान इस भव्य भवन के उपर सौभायमान रहता है एवं उसके आधार में वह अनेक उपादान और तत्व होते हैं जिनकी नींव पर यह इमारत खड़ी होती है । संपादक के सहयोगियों में अग्रलेख लेखक के अतिरिक्त अनेक विषयों के अलग अलग संपादक होते हैं । राजनीति, विज्ञान, विदेश, खेलकूद, साहित्य आलोचना आदि अनेक विषयों का उत्तरदायित्व अनेक बार उन विषयों के जानकारों पर छोड़ दी जाती है जो इसके जगत के संपादक के नाम से बुलाये जाते हैं । अनेक बार न्यूयॉर्क टाइम्स के विज्ञान संपादक या लंदन टाइम्स के राजनीतिक सम्पादक आदि की जानकारी पत्रों में पढ़ने को मिल जाया करती है अमेरिकन और ब्रिटिश पत्रों में अनगिनत धन व्यय हुआ है एवं सुविधाओं से पूरी प्रकार संपन्न हैं । उनकी पत्रकार

कला भी अत्यधिक स्थिति में पहुँच गई है । यही कारण है कि, वे इतने लेखकों और विद्वानों की सेवा प्राप्त करने में सक्षम होते है । ये ही वे सहायक सम्पादक या असिस्टेंट एडिटर है जिनका कार्य अपने अपने विषय से जुड़े लेखों को लिखना, बाहर से आए लेखों का सम्पादन करना एवं समाचारों और तत्संबंधी नई बातों को जो कार्यालय में आते रहते हैं, अवलोकन एवं निरीक्षण करना होता है ।

सहायक संपादक के अतिरिक्त समाचार सम्पादक होता है जो वास्तव में प्रमुख संपादक के पश्चात सबसे ज्यादा महत्वपूर्ण है । समाचारों के संकलन हेतु यही सबसे ज्यादा उत्तरदायी है । समाचार प्राप्त करने का जरिया अच्छी प्रकार से कार्य करते है या नहीं और किन-किन जरिये से समाचार मिल सकता है एवं कहाँ, कब किस समाचार की उपयोगिता है जिसे अर्जित करना चाहिए आदि बातों की पूरी व्यवस्था करना इसी को जिम्मेदारी होती है । आनेवाले संवाद के विषय के अनुरुप अलग कर संपादकों के अलग अलग भागों में कॉपी तैयार करने हेतु भेजना भी इसी का कार्य होता है । इसे ही न्यूज एडिटर या समाचार संपादक के नाम से जाना जाता है । पर इसके बाद कहीं - कहीं प्रधान उपसंपादक (चिफ सब एडिटर) पृथक होते हैं । जिनका विभाग उपसंपादकीय विभाग कहलाता है । अनेक बार समाचार संपादक का प्रमुख उपसंपादक भी कहलाता है पर कुछ पत्रों में जो धनी होते हैं और ज्यादा व्यक्तियों की नियुक्ति करने की योग्यता रखते है उपर्युक्त दोनों पदों को बाँट भी देते हैं । पर पृथक हो या एक हो उपसंपादक वास्तव में पत्र का कर्ताधर्ता और प्रधान संचालक होता है । यही विभाग है जो मूल रूप से पत्र की निर्माण और रचना करता है इसी की कला, सावधानी, दूरदर्शिता,स अध्यवसाय और कुशलता का मूर्त रूप वह पत्र होता है । अनेक तरह के संपादक को इतनी व्याख्या हमने कर दी पर हमारे देश में बहुत कम पत्रों के अतिरिक्त उनका इतना विभाग अबतक नहीं हुआ है । भारत के पत्र अधिकतर निर्धन हैं और धन की कमी का विपक्षी सदैव उनके मस्तिष्क पर छाया रहता है ।

दो-चार सहयोगी जरुर होते हैं जो प्रूफ संशोधन, संवाद संकलन, मेकअप, अनुवाद आदि सभी कार्य करते हैं । यही कारण है कि, हिंदी पत्रों में अबतक सहायक और संपादक होते हैं जो मिलकर उन तमाम कामों का संपादन करते हैं । जिनके लिए बड़े बड़े भी संपन्न पत्रों में अलग अलग विभाग और लोग होते है । उनको हम उपसंपादक और सहायक संपादक लोग कहते हैं । हमारे यहाँ दोनों शब्द पर्यायवाची हो गए हैं । यह मानना पडेगा कि, सहायक संपादक या उपसंपादक आज के संपादकीय विभाग और समाचारपत्र का मेरुदंड है जो सारे भार का वहन करता है । उसके गुण, कर्तव्य और विशिष्टताओं की व्याख्या आवश्यक है कयोंकि पत्रकार कला का वह जरुरी और प्रमुख अंग है । अच्छे से अच्छे रिपोर्टर, संवाददाता, विशेषज्ञों और लेखक की बढ़िया से बढ़िया कृति अलग उसे योग्य सहायक संपादक सहयोगी की प्रकार न मिले तो बेकार और व्यर्थ हो जा सकती है । सहायक संपादकों का विभाग तो उस छलनी की प्रकार है जहाँ हर तरह का सम्मान पहुँचता है ।

एक तरह से वह भौतिक व्यवसाय के साथ साथ नैतिक व्यवसाय भी करता है । इस व्यवसाय की कुशलता भी अन्य अनेक उद्योगों के भाँति इसी मैं कि, उसके क्रेता उसे क्रय करें । पाठकों में बिक्री में वृद्धि हो जाए सब पत्रों की एकांक कोशिश होती है ।

३.२.२. उपसंपादक का कार्य :

उपसंपादकीय विभाग के कामों का अलग अवलोकन किया जाए तो हम देखते हैं कि, उसका न सिर्फ विशद कार्यक्षेत्र है वरन उपसंपादक एक प्रकार की कडी के समान है जो पत्र के सभी

क्षेत्रों को एक दूसरे से जोड़ता है । साधारण कंपोजिटर बहुत नीचे है और संपादक अलग बहुत है एवं मशीन का कारीगर उससे कहीं दूर है तो उन सबको जोड़नेवाला उपसंपादक ही होता है । संवाददाता, रिपोर्टर, विशेष संवाददाता, विशेष लेखक, मिस्तरी, व्यवस्था विभाग, संपादक, पाठक और विज्ञापनदाता इन सबको एक दूसरे से मिलानेवाली कड़ी आखिर उपसंपादकीय विभाग के अतिरिक्त दूसरी कौन है । सबका संस्करण निकालने के पश्चात ही तुरंत उसका कार्य आरंभ हो जाता है । समाचारपत्र के कार्यालय में आकर इस टोली का कार्य करते देखिए । समाचार संपादक या प्रधान उपसंपादक के मेज पर नजर डालते ही आप कागजों का भारी पुलिंदा देखेंगे । समाचार बाँटनेवाली एजन्सियों के भेजे हुए तार जिन्हें प्रेस टेलिग्राम कहते हैं एक के पश्चात दूसरे प्राप्त होते रहते हैं । जिस तरह परदे पर होनेवाले सिनेमा के जीन एक के पश्चात एक तेजी से परिवर्तित होते हते है वैसे ही समाचारों का ताना सिलसिला रहता है, देखते देखते उनका ढ़ेर ल जाता है । टेलिप्रिंटर इन तारों को लंबी कागज की रोल पर छाप छापकर बाहर फेंकता चलता है । उसका सिलसिला समाप्त होता दिखाई नहीं देता । मानों द्रौपदी का नहीं समाप्त होनेवाला चीर हो । केवल समाचार एजन्सियाँ ही तार नहीं भेजती, पत्रों के अपने रिपोर्टर विशेष संवाददाता और संवाददाता आपसी और बुद्धि और सुझबूझ से प्राप्त किए संवादकों को जल्दी से भेजने हेतू उतावले रहते हैं । उनके तार अनेक घटनाओं, उनकी व्याख्या या उद्घाटित रहस्य को लिए हुए क्रमशः उसके समक्ष पहुँचते रहते है । टेलिफोन की घंटी बराबर बजती रहेगी और कहीं दूर से बोलनेवाले की रबर लहरी अनेक समाचारों की सवारी बनकर पहुँचती रहेगी । चिट्टियों का थैला भी उसके सामने रख दिया जाएगा । स्थानीय रिपोर्टरों की रिपोर्ट भी आ पहुँचेगी प्रधान उपसंपादक समाचारों के ढ़ेर से दब जाएगा पर उसे तुरंत सावधान होकर नीर–नजीर बुद्धि से कार्य करना पड़ता है । तुरंत आए हुए चिट्टियों, तारों, रिपोर्टों की छाँटाई आरंभ हो जाती है । जिस विभाग से संबंध रखनेवाले संदेश होती है । वे उस विभागों में पहूँचाने हेतू अलग किए जाते हैं ।

विदेशी, देशी, अर्थनीतिक, राजनीतिक, समाचार विषयानुसार पृथक किए जाते हैं अबतक अनेक विभागों के प्रमुख पहुँचकर उसे घेर लेते हैं । जिन्हें उनके विभाग के चिट्ठी देते हुए समाचार संपादक या जरुरी या गैर आवश्यक तारों या संवादों की छँटाई भी कर देता है । महत्वहीन, निकम्मे समाचार पृथक कर दिए गए और जिनको छाँपना होता है वे अपने – अपने विभागों में पहुँचा दिए गए । वहाँ समाचारों की संस्कार और शुद्धि आरंभ होता है । अनुवाद किया गया, भाषाशोध दी गई, प्रकाशित होने लायक रुप दे दिया गया । समाचारों के मस्तक पर भावगर्भ और आकर्षक शीर्षकों को स्थापित कर उन्हें जीवन और महत्व प्रदान कर दिया गया । दीर्घ विवरणों और समाचारों में बीच बीच में उपशीर्षक भी जोड़ दिए गए जिससे पाठक की सरासरी नजर को कहीं कहीं रुककर आराम कर लेने का मौका मिल जाए । जिन संवादों के साथ चित्र देना जरुरी है उनके साथ चित्र, किसी के साथ मानचित्र या किसी के उपर – नीचे छोटे नोट या टिप्पणी आदि अवश्य हुई तो जोड़ दी गई । संवादों के आवश्यक भागों पर ज्यादा ध्यान देना है तो बीच बीच में लिखावट परिवर्तित कर दिए गए जो विशिष्टता को प्रदर्शित करते चलते हैं । जो संवाद बहुत दीर्घ होते हैं उनपर या आई रिपोर्ट में गैर आवश्यक भूमिका हुई तो उस पर प्रधान उपसंपादक या समाचार संपादक ही संपादक के समक्ष वास्तव में उत्तरदायी होता है । उसकी जिम्मेदारी कानून की नजर में भले ही न हो पर पत्र कार्यालय में समाचार पत्र के हर स्तंभ और अधिकांशतः हर वाकय हेतु वहीं जिम्मेदार है । समाचार प्राप्त होनेवाले समस्त जरिए को सही प्रकार से क्रियान्वयन करना उसी का कार्य है । कहाँ रिपोर्टर नियुक्त है, कहाँ नहीं है, कहाँ नियुक्त होना चाहिए, संवाददाता या विशेष

संवाददाता कहाँ कहाँ है और कहाँ कहाँ होने चाहिए, जो है वे ठिक समय से संवाद भेजते हैं या नहीं, कौन सी घटनाएँ विशेष रुप से की आवश्यकता महसूस कर री है, कहीं विशेष घटनाओं महत्वपूर्ण संवाद प्राप्त होने की संभावना है, अपने पत्र में अन्य प्रतिध्वनियों की अपेक्षा समाचार स्तंभ ज्यादा नवीन मौलिक और ताजे रहते है या नहीं आदि सभी बातों की व्यवस्था करना उसी का कार्य है । उसी का कार्य है कि, वह अपने सह्योगियों में कार्य वितरित करें और देखें कि, वे सही प्रकार से अपने कर्तव्य की पूर्ति कर रहे है या नहीं । पत्र का समाचार स्तंभो में कया छपे कया नहीं कौन संवाद विशिष्टता प्राप्त करें, पृष्ठ का शीर्षक कया हो, किस समाचार का विशद और विशिष्ट रूप हो आदि सभी बातों को वही निश्चित करें ।

आधुनिक दैनिक समाचारपत्र के प्रमुख उपसंपादक हेतु तो स्थिति का ज्ञान प्रज्ञता प्राप्त करने की इच्छा उसे निश्चित रूप से जरुरी तथा उपयोगी है । मन और मस्तिष्क को सचेष्ट एवं सक्रिय रखते हुए भी शांत बनाए रखना भी अत्यंत जरुरी है । कारण यह है कि, उसे व्यवस्था का काम करना पडता है । भविष्य की घटनाओं के विषय में प्राप्त संकेतों से कल्पना करने की क्षमता होनी चाहिए कि, किसी घटना के पेट में विशिष्ट समाचार की महत्ता है जिसका प्रस्तुतीकरण करके वह अपने पत्र के प्रतिष्ठा और अपनी कला की पूर्णता की छाप पाठकों के दिल में बैठा सकता है।

उपसंपादक अपनी नीली पेन्सिल का प्रयोग बेझिझक कर देते हैं । गैर आवश्यक भागों को पृथक दिया जाता है । उपसंपादक इस अधिकार से कोई भी अपने को नहीं रख पाता । उसकी पेन्सिल अस्त्र शस्त्र की प्रकार संवादकों पर गिरती है और विषय सामन्तों को समाप्त कर जाती है । निश्चित रूप से ही यह उपेक्षित संवादों को विकृत या असुंदर नहीं बनाता । उसकी कला उस बात में है कि, गैर आवश्यक बातें इस तरह अलग कर दी जाएं कि, समाचार और ज्यादा सजीव एवं चुस्त हो उठे । उसका मूल सार प्रभावित होने पाये, न असंगति का दोष आने पाये और न अर्थ और स्पष्टता में किसी तरह की कमी हो ।

कई बार उसे किसी घटना की कहानी का संक्षिप्त रुप और बिल्कुल नये तरीके से फिर से लिख देना भी पड़ता है । किसी भी समय एवं स्थान के बाह्यता का उतना महसूस नहीं करना पडता जितना उपसंपादक को । प्राप्त हुए समाचारों को विशेषकर अनेक नए और महत्वपूर्ण और मनोरंजनक समाचारों को छापना उसका उद्देश होता है । लेख, चित्रादि जितनी विशेषताएँ होती है उन्हें प्रदान करना आवश्यक होता है । सीमित पत्र के स्तंभ होते है . उतने में ही सबका समावेश करना अनेक बार होता है । इसलिए उसे आवश्यक संक्षिप्तीकरण का सह्योग लेना पड़ता है । किसी को काँट काँट कर दी, किसी का भाव मात्र लेकर थोड़े में नए नये तरीके से रुपांतरीत कर दिया, किसी लेखक का कोई अंश दिया इस तरह कापियाँ तैयार होने लगी ोर कम्पोजिंग की लिए तुरल तरंग की भाँति एक के पश्चात दूसरी प्रस्तुत होने लगती है । मैटर कंपोज होकर आने के बाद प्रूफ परिवर्तित प्रूफ के पूरा होते ही किया जाता है । यह कार्य भी उपसंपादकीय विभाग ही करता है । मेकअप का काम आरंभ हो जाता है । मेकअप दूकान सजाने की कला है ।

३.३. संवाददाता

संवाददाता की भूमिका

समाचारपत्रों, समाचारपत्रिकाओं या न्यूज चैनलों के लिए समाचारों के संकलन का कार्य करनेवाला संवाददाता कहा जाता है । इन्हें अंग्रेजी में रिपोर्टर या परेस्पांडेंट भी कहा जाता है । संवाददाता कई तरह के होते हैं :

१) कार्यालय संवाददाता :
कार्यालय संवाददाता समाचार पत्र कार्यालय के नियमित वेतनभोगी होते हैं तथा नगर में उपलब्ध समाचारों का संकलन करता है ।

2. विशेष संवाददाता
विशेष संवाददाता समाचारों के संकलन के साथ उनका विश्लेषण एवं विवेचन भी करता है ।

३) मुफस्सिल या नगरेतर संवाददाता :
वे संवाददाता जो नगर के बाहर के स्थानों के समाचार भेजते है मुफस्सिल या नगरेतर संवाददाता कहे जाते हैं ।

४) विदेश संवाददाता :
वे संवाददाता जो विदेशों में रहकर वहाँ के समाचार भेजते है, विदेश संवाददाता कहे जाते है ।
दूसरे वेतन आयोग ने संवाददाताओं को चार श्रेणी में विभाजित किया है ।

अ) विशेष संवाददाता : विशेष संवाददाता समाचार पत्र के सहायक संपादक, संपादकीय लेखक एवं समाचार संपादक के समकक्ष होते है ।

ब) मुख्य कार्यालय संवाददाता : अंग्रेजी में इन्हें चीफ रिपोर्टर कहते हैं जो विशेष संवाददाताओं के बाद दूसरी श्रेणी में आते हैं ।

क) उपमुख्य कार्यालय संवाददाता या वरिष्ठ कार्यालय संवाददाता : ये तीसरे वर्ग में आते है ।

ड) कार्यालय समाचारदाता / संवाददाता : ये चौथे वर्ग में आते हैं ।

आजकल स्थानिय समाचारों के लिए नियुक्त संवाददाताओं तथा उपसंपादकों में प्रायः कार्य की अदला-बदली होती रहती है । यानी जो उपसंपादक है, उन्हें समाचार संकलन का कार्य भी सौंपा जाता है और संवाददाताओं को उप सांदक का काम करने के लिए भी कहा जाता है । बल्कि आजकल तो रिक्तियाँ भी ऐसे ही निकली जाती है कि, अमुक समाचार पत्र को संवाददाता - उपसंपादक का नाम आना चाहिए और संवाददाता को संपादन कला की पूरी जानकारी होनी चाहिए । यानि टू इन वन । संवाददाता के रूप में उपसंपादक को हर तरह के समाचारों के संकलन का ज्ञान हना चाहिए । उे भी पता होना चाहिए कि, समाचारों के स्त्रोत कया है और समाचार या घटनाओं का सिलसिला या संभावना कहाँ और कैसा है ।

स्थानीय समाचारों के संकलन के लिए प्रायः संवाददाताओं के काम बाँटे होते है जिन्हे अंग्रेजी में बीट या कार्यक्षेत्र भी कहते हैं । मसलन अपराध, जिला प्रशासन, खेल, वाणिज्य, कला, संस्कृति, अस्पताल या स्वास्थ्य सेवाएँ आदि । और हर संवाददाता से यह उम्मीद की जाती है कि, वह अपने कार्यक्षेत्र के लिए जिम्मेदार होगा लेकिन इसका यह मतलब नहीं कि, वह अन्य क्षेत्रों को कवर नहीं कर सकता । कर सकता है और करता भी है ।

विशेष संवाददाता के रूप में उन्हीं संवाददाताओं की नियुक्ति की जाती है जो अनुभवी होते हैं । प्रदेशों की राजधानियों तथा अन्य महत्त्वपूर्ण स्थानों में प्रायः विशेष संवाददाताओं की नियुक्तियाँ होती हैं । विशेष संवाददाता जब स्थानीय संवाददाताओं की टीम का नेतृत्व करता है तो उसे मुख्य संवाददाता भी कहा जाता है । ऐसी स्थिति में समाचार संकलन के पूरे कार्य का वह समन्वय और आयोजन करता है वहीं, संवाददातों को एआइनमेण्ट भी देता है । कवरेज के संबंध में विभिन्न संस्थाओं, पार्टियों का समारोहों के जो इन्वीटेशन प्राप्त होते हैं, अलग अलग संवाददाताओं

को उसकी जिम्मेदारी वहीं सौंपता है । इस दौरान सभी संवाददाताओं के कार्यो पर नजर रखता है तथा फालोअप के लिए संवाददाताओं को आगाह करता रहता है ।

वैसे तो अखबारों में जनसंपर्क अधिकारी अलग से होता है लेकिन कभी कभी यह काम विशेष संवाददाता को ही करना पड़ता है । इसके तहत वह समाचारपत्र के प्रबंधन तथा जिला प्रशासन एवं अन्य विभागों के अधिकारियों, विभिन्न पार्टियों के राजनेताओं आदी के बीच संबंध, संपर्क और सौजन्य संवाद स्थापित करता है । इसलिए उसे कभी आधा जासूस तो कभी आधा राजदूत भी कहा जाता है ।

समाचारपत्रों में संपादकीय / समाचार संकलन और प्रबंधन से जुडे दो पदाधिकारीयों की बात के बिना यह अध्याय पूरा नहीं हो सकता । इनमें एक है अंशकालिक संवाददाता – फुटकर संवाददाता दूसरा है ब्यूरो प्रमुख ।

अपनी प्रगति जाँचिए

अ) उचित जोड लगाइए ।

1) संपादक	1) रिपोर्टर
2) उपसंपादक – विभाग	2) अदृश्य श्रोतृवर्ग
3) संवाददाता	3) सरल शैली
4) रेडिओ वार्ता	4) उप संपादकीय
5) वार्ता की भाषा	5) समाचार पत्र का कर्णधार

ब) रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए ।

1) पत्रकारिता के क्षेत्र में संपादक का पद .... माना जाता है ।

2) पत्र की ताकद .... और .... डरते हैं ।

3) संपादक उस .... का............ और करनेवाला होता है ।

4) समाचार बाँटनेवाली .... के भेजे हुए .... जिन्हें कहते हैं ।

३.४. अंशकालिक संवाददाता

इस पदनाम से ऐसा लगता है जैसे वह कुछ निश्चित अवधि के लिए नियुक्त किया जाता है । लेकिन आजकल जितने भी बड़े समाचारपत्र है, उनमें अंशकालिक संवाददाताओं की भरमार है । कहीं कहीं किसी किसी समाचारपत्र का तो पूरा दारामदार उन्हीं पर निर्भर है । लेकिन जिनसे जितना काम लिया जाता है उसकी तुलना में उन्हें परिश्रमिक नहीं के बराबर दिया जाता है । ४ से ६ साल तक लगातार काम करनेवाले स्ट्रिंगर को शायद ही चार हजार रुपए मिलते हो । जब से ठेके पर पत्रकाराओं की नियुक्तियाँ होने लगी हैं, तब से बड़े – बड़े पदों पर नियुक्त पत्रकारों की कोई बरकत नहीं है फिर बेचारे अंशकालिक संवाददाता को कौन सुनता है ? हाँ, जितने भी संपादक आते हैं, जितने भी ब्यूरो प्रमुख आते हैं, वे सभी बहला फुसलाकर बेचारों से काम तो करा लेते है, लेकिन जब वेतन बढोतरी या उन्हें स्थायी पद देने के बात आती है तो सभी मुकर जाते है । यही कारण है कि जो अंशकालिक संवाददाता एक साल के लिए आता है, वह इसी उम्मीद में की, शायद अब उसे पूर्णकालिक होने का अवसर मिलेगा, बेचारा कई कई साल काट देता है लेकिन उसे मिलती है सिर्फ निराशा – सिर्फ फ्रस्ट्रेशन । लेकिन वह कहे किससे? उसके लिए न्याय की उम्मीद के सारे दरवाजे बंद रहते है ।

३. ५. ब्यूरो प्रमुख (Bureau Chief)

जब एक अखबार के कई जगहों से कई संस्करण निलकने लगे हैं जब से ब्यूरो प्रमुख का रुतबा बढ़ गया है । जाहिर है हर संस्करण संपादक की देखरेख में नहीं निकल सकता इसलिए उसके लिए प्रबंधन ने ब्यूरो प्रमुख पद का इस्तेमाल शुरू किया । सैद्धांतिक रूप से ब्यूरो प्रमुख में संपादक के बराबर की योग्यता होनी चाहिए यानी संपादकीय दृष्टी और समाचार संकलन में महारत हासिल होनी चाहिए क्योंकि, उसे वह सबकुछ वैसे ही करना पड़ता है जैसे संपादक को । लेकिन ब्यूरो प्रमुख रहता है उसीके अधीन । उसका अंतर यों समझा जा सकता है कि, यदि बनारस में स्थित संपादक यदि एक लाख रूपये वेतन पाता है तो अलाहाबाद में बैठनेवाले ब्यूरो प्रमुख को सिर्फ २७-२८ हजार रुपये मिलते हैं । जाहिर है, ब्यूरो प्रमुख की देखरेख में ५ पेज बनते हैं और संपादक के ऊपर सभी १६ या १८ पृष्ठों की पूरी जिम्मेदारी रहती है । लेकिन ब्यूरो प्रमुख जभी जगहों पर बहुत लाभ का ही पद हो जरुरी नहीं, नही उसकी कोई पूर्वनिर्धारित योग्यता है क्योंकि प्रबंधन किसी स्ट्रिंगर को भी कह सकता है कि, कल से तुम आजमगढ़ (उ.प्र.) में जाकर ब्यूरो प्रमुख के रूप में ज्वाइन कर लो । तुम्हारे वेतन में एकमुश्त तीन हजार की बढ़ोत्तरी कर दी जाएगी । यानी जो पूर्णकालिक संवाददाता नहीं बन सका, वह ब्यूरो प्रमुख बन सकता है । यदि प्रबंधन ते तालमेल सही हो तो छोटे शहरों से बडे शहरों में पदोन्नत होकर आ भी सकता है । लेकिन यदि तालमेल फिर नहीं हुआ तो बॉस किसी समय यह भी कह सकता है, जहाँ ठिक जगह मिले वहाँ, ज्वाईन कर लिजिए । हाँ, समाचार पत्रिकाओं में ब्यूरो प्रमुख का बडा रुतबा होता है, कयोंकि यह पद प्रायः प्रदेशों की राजधानियों में होता है । मसलन लखनऊ, पटना, दिल्ली, कलकत्ता और मुंबई जैसे राजधानियों में होता है । वहाँ बकायदा अलग से इस्टेब्लिशमेंट ही होता है जिसके सर्वेसर्वा ब्यूरो प्रमुख होता है । उसके अधीन कई संवाददाता और फोटोग्राफर ही कया पूरा स्टाफ ही होता है । प्रदेशभर की सरगर्मियों पर उसकी नजर रहती है । संपादक के निर्देश पर ब्यूरो प्रमुख संवाददाताओं को एसाइनमेण्ट देता है, उनसे स्टोरी करवाता है । उन्हें ब्रीफ करता है । किसी समाचारपत्रिका का ब्यूरो प्रमुख इस मायने में काफी ताकतवर माना जाता है कयोंकि, सत्ता, पक्ष और विपक्ष के सभी नेताओं विशेषकर मैत्रियों और उनके सचिवों से उसके अच्छे ताल्लुकात होते है । एक तरह से वह पत्रिका का प्रतिनिधि होता है । लिहाजा अधिकारी भी होता है । मैनेजमेंट के छोटे बडे काम निपटाने की उसकी भी जिम्मेदारी होती है । वैसे तो ओहदे की दृष्टि से संपादक बड़ा होता है । लेकिन अपने रसूख, काम धाम कराने की कला एवं पहुँच के कारण कभी कभी ब्यूरो प्रमुख भारी पड़ जाता है ।

३. ६. वार्ता लेखन

रेडिओं से प्रसारित होनेवाली वार्ताएँ मोटे तौर पर दो तरह की होती हैं :

१) लिखित २) अलिखित

रेडिओ की भाषा में कहे तो अलिखित वार्ताओं में साक्षात्कार, इंटरव्यू या भेंट वार्ताएं शामिल है । जिनमें आलेख की जरूरत नहीं पडती, सिर्फ हिंट और पॉईंट से ही काम चल जाता है । लेकिन लिखित वार्ताओं में आलेख आवश्यक है कयोंकि, आकाशवाणी की ओर से जो अनुबंध पत्र वार्ताकार को जारी होता है, उसपर यह निवेदन जारी रहता है कि, प्रसारण की तिथि से १० दिन पहले लिखित वार्ताएँ केंद्र निदेशक के पास पहुँच जानी चाहिए ताकि वह देख सके कि, वार्ता में कोई आपत्तीजनक हिस्सा तो नहीं । वार्ता ठीक बन पड़ी है या नहीं ? विषय की दृष्टि

से प्रस्तुतिकरण की दृष्टि से और भाषा की दृष्टि से यदि वार्ता ठीक नहीं है तो उसे ठीक कर लिया जाए क्योंकि, रेडियो संचार का सबसे प्रबल माध्यम होने के साथ साथ एक जिम्मेदार माध्यम भी है । उसके जरिए कोई ऐसी चीज न प्रसारित हो जाए जिससे समाज में गलत संदेश जाए । इसलिए वार्ता प्रसारित करने के लिए विषय के जानकार और अधिकारी विद्वानों को ही बुलाया जाता है ।

लिखित वार्ताएँ कई प्रकार की हो सकती है । मसलन, सामान्य वार्ता, विकास वार्ता, सोदाहरण वार्ता, विनोद वार्ता, संस्मरणात्मक वार्ता, प्रासंगिक या सामायिक वार्ता, जीवन परिचायक वार्ता और साहित्यिक वार्ता आदि । इतनी वार्ताओं में जाहिर है एक समय में किसी एक की तरह की वार्ता, किसी एक ही विषय पर देनी होती है जिसकी अवधि पूर्व निर्धारीत होती है । दुनिया भर की प्रसारण संस्थाओं पर नजर दौडाएँ तो आदर्श वार्ता की अवधि ५-६ मिनट की होती है, आजकल प्रायः १२ मिनट की वार्ताएँ होती है । कुछ है प्रसारण की तिथि से लगभग एक महिने पहले वार्ताकार को पता चल जाता है ताकि, वह तैयारी कर सकें और तैयारी करके रिकार्डींग करा सकें । यह अनुबंध यों तो भारत के राष्ट्रपति के लिए और उनकी ओर से केंद्र निदेशक जारी करता है लेकिन आम तौरपर इस पर कार्यक्रम अधिकारी के ही दस्तखत होते हैं ।

वार्ता के अनुबंध मिलने के बाद दो बातों पर सबसे पहले ध्यान जाता है । एक विषय क्या है, दूसरा प्रसारण की अवधि कितनी है । जितनी देर का प्रसारण होता है, उतने के ही हिसाब से पांडुलिपि तैयार करनी पड़ती है । पांडुलिपि तैयार करने की शुरुआत सामग्री संकलन से होती है फिर उस एकत्रित सामग्री को बातचीत के लहजे में लिपिबद्ध करना पड़ता है । अच्छा वार्ताकार पांडुलिपि तैयार करन के बाद घरमें घडी के सामने एक दो बार बोलकर पूर्वाभ्यास भी कर लेता है ताकि नियत समय के हिसाब से वार्ता छोटी - बड़ी न हो जाए । सामग्री जुटाने में कई बार बड़ी दिककतों का सामना भी करना पड़ सकता है कयोंकि, जरुरी नहीं कि, एक स्थान पर सब सामग्री इकट्ठे मिल जाएं । इस संबंध में आकाशवाणी के अवकाश प्राप्त निदेशक श्री मुरली मनोहर मंजुळ ने बहुत ही उपयोगी सुझाव दिया है । उनका मानना है कि, यदि रेडिओ से आनेवाले अनुबंध - पत्र के साथ वार्ता का संक्षिप्त विषय विस्तार भी संलग्न कर दिया जाए तो वार्ताकार को विषय को ठीक से समझने और तदनुसार सामग्री जुटाने में सहायता मिलेगी । हालाँकि, इतना सिरदर्द कोई कार्यक्रम अधिकारी नहीं उठाना चाहता इसलिए सारी जिम्मेदारी वार्ताकार के मत्थे ही मढ़ दी जाती है । सामग्री संकलन के बाद लिपिबद्ध करते समय यह ध्यान रखना आवश्यक होता है कि, लेखनकार्य विषय के इर्द - गिर्द ही हो, उसमें भटकाव न आये । उस विषय से संबंधित जितने सवाल श्रोताओं के मन में बैठ सकते हों, सभी का समुचित तार्किक उत्तर आलेख में आ जाना चाहिए । विषय का अपेक्षित विस्तार तो होना ही चाहिए आलेखन में गांभीर्य भी होना चाहिए । वार्ता लेखन में यह बात सदैव ध्यान में रखनी चाहिए कि, किसी धर्म, किसी जाति और किसी संप्रदाय के बारे में कोई प्रतिकूल टिप्पणी न हो और न ही किसी राजनीतिक दल पर कोई टिप्पणी हो, चाहे वह सत्तापक्ष में हो या विपक्ष में, न ही कोई भडकाऊ कमेंट हो ।

वार्ता की भाषा सरल और संप्रेषणीय होनी चाहिए । बहुत अलंकारिक भाषा, तत्सम शब्दावली और प्रतिकात्मक शैली का प्रयोग न करके सरल और सहज ढंग से अपनी बात रखनी चाहिए । वार्ताकार को हमेशा यह ध्यान रखना चाहिए कि, वह एक ही बात को बार बार न फेटे । कई बार कई वार्ताकार आँकड़ों के जाल में फँस जाते हैं और पूरी वार्ता बेमजा हो जाी है । आँकडों की जितनी जरुरत हो, उतने तो होने ही चाहिए ताकि श्रोता को सुने में मजा आए । कहीं ऐसा न हो कि, वह ऊबकर रेडियो ही बंद कर दें । वार्ताकार को यह मानकर चलना चाहिए कि,

उसका श्रोता अदृश्य होने के बावजूद उसके सामने हैं, इसलिए आलेख ऐसा हो कि, उसकी सार्थक अभिव्यक्ती हो सके । यदि आपकी वार्ताओं को सुनने के बाद श्रोता संतुष्ट हो जाते हैं वाह वाह कह उठते हैं तभी आप सफल वार्ताकार माने जायेंगे ।

आलेख तैयार करते समय वार्ताकार को सदैव यह ध्यान रखना चाहिए कि, रेडिओ वार्ताओं का कोई एक निश्चित श्रोतावर्ग नहीं होता, उसमें हर वर्ग, हर आयु के लोग शामिल होते हैं । बकौल मंजुल अकबर महान पर प्रसारित होनेवाली रेडिओ वार्ता के लिए कोई आवश्यक नहीं कि, उसे इतिहास के छात्र या अकबर के जीवन में रूचि लेनेवाले श्रोता ही सुनेंगे । हो सकता है कि, उस वार्ता को चाव के साथ कोई गृहिणी भी सुन रही हो, कोई डाकटर भी सुन रहा हो या कोई रिक्षा चलानेवाला भी । इस तरह आम बजट पर प्रसारित होनेवाली वार्ता को केवल अर्थशास्त्र के अध्यता ही नहीं सुनते, साधारण से साधारण आदमी भी सुनता है । इसी तरह सुनीता विलियम्स की अंतरिक्ष यात्रा का संबंध किसी एक वर्ग से नहीं, उनके बारे में सभी जानना चाहते हैं, इसलिए वार्ता ऐसी होनी चाहिए कि, समाज के सभी लोगों को उसमें इंटरेस्ट जग जाए, उससे सभी को कुछ न कुछ मिले ।

वार्ताकार को सहयोगी स्वभाव का और उदार होना चाहिए कयोंकि कई बार पांडुलिपि तैयार करते समय कुछ दोष रह जाता हैं जिसे कार्यक्रम अधिकारी की सलाह पर रिकार्डींग से पूर्व ठिक किया जा सकता है । बहुत से वार्ताकार झूठ – मूठ का अहं पाले रहते है और समझते है कि, उन्होंने जो लिख दिया, वहीं अंतिम सत्य है और टस से मस नहीं होते, लेकिन कई बार कार्यक्रम अधिकारी भी अपनी मूर्खताओं को वार्ताकार पर थोपते हुए देखे जाते हैं, जबकि ये दोनों स्थितियाँ ठीक नहीं । वार्ता अच्छी हो, बहुजन हिताय और बहुजन सुखाय हो, इसके लिए आवश्यक है कि, वार्ताकार और कार्यक्रम अधिकारी दोनो में आपसी समझ होनी चाहिए, दोनों अधिकारी प्रतिभासंपन्न भी हो तभी कोई वार्ता ठीक ठाक बन पाती है और आकाशवाणी केंद्र का मान बढ़ता है ।

३.७. प्रूफ शोधन (प्रूफ रीडिंग)

शुद्ध मुद्रणकार्य के लिए कंपोज की गई सामग्री की प्रूफ पठन अथवा संशोधन करना अत्याधिक आवश्यक है । प्रति संशोधक के अभाव में मुद्रणकार्य सुचारू रूप में कदापि संभव नहीं होता । इस कार्य के लिए स्वतंत्र प्रूफ संशोधक की सेवाओं का भी लाभ उठाया जा सकता है ।

समाचार पत्र-पत्रिकाएं, लेख तथा अन्य प्रकार की पुस्तकों को पढते समय पाठक तथ्य, भाषा और कुछ अन्य प्रकार की गलतियों को देखकर परेशान हो जाता है । वह खीझकर कभी कभी तो समाचारपत्र के संपादक तथा अन्य प्रकाशन विभाग के संपादकों को शिकायती पत्र लिख देता है । यदि पत्र न भी लिखे तो अपने साथियों को कहे बिना नहीं चुकता । पत्र में होनेवाली गलतियाँ उसके मन को ठेस पहुँचाती है । तथ्य और भाषा की गलतियों के बारे में कुछ न लिखकर समाचारलेखन, कंपोजिंग और संशोधन की क्रियाओं के पश्चात भी जो गलतियाँ रह जाती हैं, उनपर यहाँ विचार किया जा रहा है । यहाँ यह बताना उचित नहीं है कि, समाचारों का अंतिम रूप किस प्रकार तैयार होता है और गलतियाँ कहाँ रह जाने की संभावना होती है । संपादक तथा उपसंपादकों द्वारा समाचार लेख तथा अन्य प्रकार की सामग्री लिखकर और टाईप करवावर कंपोज होने चली जाती है । कंपोज होने के पश्चात उसका प्रूफ संशोधक के पास संशोधन के लिए चला जाता है । प्रूफ रिडर उसके पढ़कर तथा कॉपी (मूल प्रति) के अनुसार गलतियों का संशोधन करके वापस कंपोजिंग विभाग में गलतियों के शुद्धिकरण के लिए भेज देता है । कंपोजिटर द्वारा प्रूफ की

गलतियाँ लगाकर कंपोज की गई सामग्री पेज निर्माता (मेकअप मैन) के पास चली जाती है जो उसे ठिक आकार प्रकार में ढाल देता है । इस समस्त प्रक्रिया में प्रूफ रीडर की अत्याधिक जिम्मेदारी होती है ।

संपादकीय विभाग या लेखक द्वारा अधिकतर प्रतियाँ हाथ से लिखी जाती है । प्रति की लिखावट अधिक खराब और अस्पष्ट होती है । जल्दी में लिखने के कारण भी प्रति का स्वरूप बिगड़ जाना स्वाभाविक है । इसके अतिरिक्त अनेक कारणों से भाषा के गठन में अशुद्धियाँ रह जाती है । कभी कभी तो समाचार तथा लेख के विचार और तथ्यों में तालमेल ही नहीं मिलता । अस्पष्ट लिपि और खराब टायपिंग के कारण कंपोजिटर उल्टी सीधी सामग्री कंपोज कर डालता है, इनके अशुध्दीकरण के लिए प्रूफ संशोधन में अशुद्धियाँ रह जाने से अनेक वाकयों की रचना महाहास्यास्पद, बिल्कुल उल्टे और पत्र के सम्मान में बट्टा लगानेवाली हो जाती है । कभी कभी छोटी सी अशुद्धि के कारण अर्थ का अनर्थ भी हो जाता है ।

इस प्रकार गलतियों को देखकर पाठकों का मन खिन्न हो उठता है । प्रूफ संशोधक अनेक गलतियाँ ऐसी हो जिनके सुधार में सामान्य बुद्धि काम न करें, उन्हें शीघ्र संपादकीय विभाग को प्रश्नवाचक चिन्ह लगाकर भेज देना चाहिए, जिसको ठीक करने की जिम्मेदारी संपादक की हो जोगी । यदि प्रूफ संशोधक समझदार, चौकन्ना, दूरदर्शी और समाचारों के प्रति सजग हों तो अनेक तथ्यात्मक भयंकर, अशुद्धियाँ प्रकाशित कराकर मुद्रण तकनीक की जग हँसाई न करें ।

अशुद्धियों के लिए जहाँ संपादकीय विभाग उत्तरदायी है, वहाँ उतनी ही जिम्मेदारी प्रूफ संशोधन विभाग की भी है । इसी बड़ी जिम्मेदारी का एहसास करते हुए प्रेस आयोग ने अपने प्रतिवेदन में समाचार पत्र के प्रूफ संशोधकों को पत्रकार की कोटि में रखने का सुझाव दिया, पर प्रेस के स्वामियों ने इस मान्यता को देने से इन्कार कर दिया । अखिल भारतीय श्रमजीवी पत्रकार संघ तथा उसके अनेक शाखाओं ने सर्वोच्च न्यायालय में मामला पेश करके यह निर्णय प्राप्त कर लिया कि, समाचारपत्र के प्रूफ संशोधक पत्रकारों की कोटि में सम्मिलित हैं । अतः यह स्पष्ट है कि, योग्यता, शिक्षा और अनुभव की दृष्टि से प्रूफ संशोधक का कार्य विशेष महत्त्वपूर्ण और उत्तरदायित्वपूर्ण है । प्रूफ संशोधक एक और विचारों, तथ्यों और भाषा के क्षेत्र में संपादकीय कार्य पर कड़ी नजर रखनेवाले हैं, तो दूसरी ओर टंकण (टाइपरायटींग) आदि को लेकर होनेवाली अशुद्धियों के सुधारक । इसमें एक सूक्ष्म कार्य है, तो दूसरा स्थूल ।

प्रूफ संशोधन करते समय मन की एकाग्रता और एकांत माहौल का होना आवश्यक है । एकाग्रता होनेपर भाषा, तथ्य और टंकण की अशुद्धियाँ स्वतः मन और आँखों को खटक जाती हैं । संशोधन करते समय प्रूफ को अपने–आप पढ़ जाना उचित नहीं है । ऐसा करने से बड़ी भारी भूल रह लजाने की संभावना रहती है । मूल प्रति के अनुसार सामग्री गायब हो जाने का खतरा भी अत्याधिक होता है । जो अपने आप में महान भूल है । कार्य की सुचारुता के लिए यह आवश्यक है कि, एक साथी मूल प्रति को पढ़ें और दूसरो उसको सुनते हुए प्रूफ में संशोधन करता जाए । प्रति पढ़नेवाले व्यक्ति को कॉपी होल्डर तथा संशोधन करनेवाले को प्रूफ संशोधक कहा जाता है ।

छोटे मुद्रणालयों में प्रूफ संशोधन की व्यवस्था कंपोजिंग विभाग में ही कर ली जाती है, जबकि बड़े मुद्रणालयों या प्रकाशन संस्थाओं में प्रूफ रीडिंग विभाग अलग से होते हैं । जिसमें एक से अधिक (अनेक) प्रूफ रीडर नियुक्त किये जाते है । इस विभाग के अंतर्गत संपादक के अतिरिक्त निम्नलिखित नियुक्तियाँ की जाती हैं ।

१) मुख्य /प्रधान प्रूफ रीडर
२) प्रथम ग्रेड प्रूफ रीडर
३) द्वितीय ग्रेड प्रूफ रीडर
४) कॉपी होल्डर

३.७.१. प्रूफ संशोधन के लिए सुझाव

संशोधन कार्य से संबंधित कुछ आवश्यक सुझाव निम्नलिखित है । एक प्रणाली यह है कि, समाचार या लेख का संशोधन करते समय पृष्ठ के बीच में रेखा मानकर संशोधन किया जाना चाहिए । बाई ओर के संशोधन चिन्ह बाएँ हाशिए पर और दाई ओर के चिन्ह दाहिनी हाशिए में लगाए जाएं जिससे वे संशोधित पंक्ति में हो । दूसरी प्रणाली के अनुसार गलती के स्थान से लेकर हाशिए तक रेखा खींच ली जाती है । और उसके छोर पर आवश्यक चिह्न के साथ संशोधन शब्द लिख दिए जाते हैं ।

अशुद्धियाँ अत्याधिक होनेपर साथ के प्रति में अलग और साफ – साफ संकेत चिन्ह संशोधक द्वारा कंपोजिटर की जानकारी के लिए लगा दिए जाएँ जिससे कंपोजिटर को अशुद्धियाँ ठीक करते समय भ्रम पैदा न हो ।

- एक शब्द अथवा पंक्ति में बहुत अधिक अशुद्धियाँ होने पर उनके अलग अलग निशान न लगाकर उन्हें पूरा – का – पूरा फिरसे लिख देना चाहिए ।
- साधारण छूट अथवा शब्दों को बढ़ाने की हालत में यह चेष्टा की जाए कि, आगे – पीछे के कुछ अनावश्यक शब्द इस प्रकार कम कर दिए जाएँ कि, सुधारक कंपोजिटर को कंपोज की गई सामग्री आगे चलाने अथवा नई लाईन बनाने में कोई कठिनाई न हो ।
- किसी प्रकार के भ्रम को न टाला जाए । गलती को स्वयं शुद्ध करने की चेष्टा की जाए । यदि यह संभव न हो तो तुरंत संपादकीय विभाग के पूछताछ करनी चाहिए । अथवा भ्रम निवारण के लिए कॉपी भेज देनी चाहिए ।
- प्रूफ संशोधन करते समय मूल प्रति से मिलन अति आवश्यक है ।

शब्दों को इस प्रकार नहीं तोडना चाहिए कि, उनका स्वरुप हास्यास्पद और बेतुका हो जाए ।
शब्द के बनने में सदैव एकरूपता रहनी चाहिए ।

- प्रूफ के उपर अत्याधिक परिवर्तन कष्टदायक होते हैं । इससे समय की बरबादी अधिक और सुधार की संभावना कम रहती है ।
- मूल प्रति में अधिक गड़बड़ और उलझन होने की स्थिति में प्रूफ संशोधक को कंपोजिटर के पास जाकर सामग्री को ठीक कराने में सहायता करनी चाहिए।
- प्रूफ संशोधक को अपना संशोधन कार्य संपन्न करने के उपरांत प्रूफ के ऊपर अपने लघु हस्ताक्षर करने चाहिए ।

मुद्रणालय में प्रूफ रिडर का स्थान यद्यपि अत्याधिक महत्वपूर्ण होता है परंतु हमारे देश में यह दुर्भाग्यपूर्ण स्थिति है कि, प्रूफ संशोधक को उचित देयभान नहीं दिया जाता । मुद्रमण व्यवसाय में भी प्रूफ संशोधक को विशेष आदरणीय स्थान प्राप्त नहीं होता, तभी इस क्षेत्र में कार्य करनेवाले व्यक्ति इस कार्य को धन्यवाद रहित कार्य की संज्ञा देते हैं । उनका कहना है कि, किसी भी स्थिति में अशुद्धि प्रकाशित हो जाने पर पूरा का पूरा दोष फ्रूफ संशोधक के सिर पर थोप दिया जाता है, चाहे वह गलती लेखक या संपादक की ही कयों न हो । इससे उसकी प्रतिष्ठा को ठेस पहुँचाती है।

अन्य किसी भी व्यवसाय में ऐसा नहीं है । इन सब बातों के बावजूद भी यह सच है कि प्रूफ संशोधक एक ऐसा व्यक्ति है जो अपने प्रूफ पठन के कौशल से मुद्रणालय की प्रतिष्ठा बढ़ाता है और चंद कागज के टुकड़ों पर लिखे शब्दों को समाचार पत्र या पुस्तक का रुप प्रदान करता है ।

३.७.२. प्रूफ संशोधक (प्रूफ रीडर) के आवश्यक कर्तव्य एवं गुण

प्रूफ संशोधक का कार्य अत्याधिक महत्वपूर्ण और जिम्मेदारीयुक्त होने के कारण उसे एक ऐसा व्यक्ति होना चाहिए जिसे संबंधित भाषा एवं व्याकरण का अच्छा ज्ञान हो । उसे प्रिंटिंग मशीन पर होनेवाली प्रत्येक गतिविधियों व कार्यो से परिचित होना अत्यंत आवश्यक है । प्रत्येक प्रकार के टाईपयों (मुद्राक्षरों) का ज्ञान, प्रूफ पठन संबंधी प्रत्येक चिन्हों का ज्ञान तथा अक्षरविन्यास आदि की पूर्ण जानकारी उसके लिए आवश्यक है । इन बातों के अभाव में उसका कार्य सफल नहीं हो सकता । प्रूफ संशोधन को ऐसा व्यक्ति होना चाहिए जो प्रति संशोधन की जिम्मेदारी को अच्छी तरह समझता हो । प्रूफ संशोधक को पांडूलिपि (प्रति) में अपने आप कोई परिवर्तन नहीं करना चाहिए, यदि उसे लगे कि, पांडुलिपि में कहीं कोई अशुद्धि है या कोई वाकय गलत है, तो इसके लिए से पांडुलिपि (प्रति) में संबंधित स्थान पर प्रश्नचिन्ह लगा देना चाहिए । जिससे लेखक या संपादक का ध्यान अशुद्धिवाले स्थान पर चला जाएगा और वह उस अशुद्धि का संशोधन कर देगा या उपयुक्त सुझाव दे देगा ।

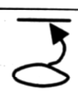
एक योग्य प्रूफ संशोधक के निम्नलिखित कर्तव्य हैं :

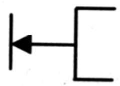
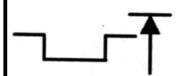
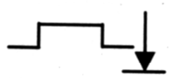
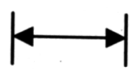
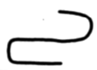
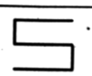
- प्रूफ पढ़ने के पश्चात प्रूफ संशोधक को संकेत देना चाहिए कि, प्रूफ के अनुसार सामग्री में गलतियाँ लगाने के बाद मुद्रक या कंपोजिटर को कया करना है । उसके लिए प्रूफ संशोधक को प्रूफ के बाएँ या दाएँ किनारे पर निर्देश लिखने चाहिए । यदि वह संशोधन करें लिखकर उसके नीचे अपने लघु हस्ताक्षर करके प्रूफ वापस कर दें तो उसका स्पष्ट अर्थ होता है कि, प्रूफ में संकेतित, अशुद्धियाँ का संशोधन करके दूसरा प्रूफ प्रस्तुत करें इसके लि प्रूफ रीडर प्रूफ पर सो अगेन या दुबारा दिखाएँ शब्द लिखता है । जब वह संशोधक एवं मैकअप लिखता है तो उसका अर्थ होगा अशुद्धियों को ठीक करके पेज प्रूफ दिखाए तथा जब वह मशिन प्रूफ लिखे तो इसका अर्थ यह माना जाता है कि, छपाई प्रारंभ करने से पहले मशीन पर निकाला गया पहला कागज पढ़वा लिया जाए । साफ प्रूफ या फिर से प्रूफ उठाए लिखने का अर्थ है कि, प्रूफ साफ – सुथरा और उठाकर प्रस्तुत किया जाए । ओ. के. संशोधन करके छापें लिखने का अर्थ है सामग्री को मशिन पर छपने के लिए दे दिया जाए । अगर प्रूफ के ऊपर प्रूफ रीडर द्वारा संशोधन करके मिलाएँ और छापें लिखा गया हो तो इसका अर्थ होता है कि, गलतियाँ ठीक तरह से लगाकर एक बार मुद्रक द्वारा स्वयं मिलन करके जिम्मेदारीपूर्वक प्रकाशित कर दिया जाए । प्रूफ रीडर ऐसा तभी लिखता है जबकि प्रूफ के ऊपर कुछ गलतियाँ संकेतीत होती है और उन गलतियों को ठीक करने की जिम्मेदारी वह मुद्रक के ऊपर छोड़ देता है ।
- प्रूफ संशोधक ने कहीं पर प्रूफ के उपर प्रश्नवाचक चिन्ह लगाकर भेजा हो, तो लेखक या संपादक को चाहिए कि, वह उसे अवश्य देखें । यदि कहां अशुद्धि रह गई हो या कुछ सामग्री छूट गई हो, तो उसे ठीक कर दिया जाए और यदि सब ठिक हो तो प्रश्नवाचक चिन्ह को काट दिया जाए ।

- जो भी सामग्री प्रूफ के रूप में प्रूफ संशोधक के पास शोधनार्थ आई है वह प्रेस अधिनियम (एकट) के अनुसार है या नहीं यह देखना प्रूफ संशोधक के लिए आवश्यक होता है ।
- यदि कोई प्रूफ किसी की मानहानी या किसी के प्रति अपमानजनक हो या कानून की दृष्टि से कुछ भी यदि आपत्तिजनक लिखा गया है, तो ऐसी परिस्थिति में प्रूफ संशोधक का कर्तव्य है कि, वह मुद्रणालय के व्यवस्थापक या स्वामी का ध्यान इस ओर अवश्य आकर्षित करें, जिससे इस प्रकार की महान गलतियों का समय पर उचित समाधान हो सकें ।
- मूल कॉपी में यदि किसी प्रकार की त्रुटी का आभास हो तो प्रत्येक स्थल पर हाशिए में प्रश्नवाचक चिन्ह लगाकर प्रूफ फाइनल करने के लिए लेखक या मूल प्रति प्रेषक या संपादक के पास भेजना भी प्रूफ संशोधक का कर्तव्य है । प्रूफ के वापस आने पर प्रूफ संशोधक को इस बात के लिए आश्वस्त हो जाना चाहिए कि, उसके द्वारा लगाई गई कवेरी का समाधान हो चुका है ।
- प्रूफ संशोधन करने में प्रूफ संशोधक को अपनी स्वतंत्रता का प्रयोग नहीं करना चाहिए । समस्त संशोधन उसे मूल प्रति के अनुसार हो करने चाहिए ।
- एक योग्य और कुशल प्रूफ संशोधक की दृष्टि सदैव कंपोज की गई सामग्री में रह गई अशुद्धियों पर ही केंद्रित होती है ।
- प्रूफ पठन के लिए मूल प्रति पठन में तीव्रता होना और उसके साथ साथ प्रूफ संशोधन की दृष्टि की सुस्थिरता और अशुद्धि पर केंद्रियता होना भी आवश्यक है ।
- प्रूफ संशोधक की नजर अत्यंत पैनी होना अत्याधिक महत्त्वपूर्ण है जिससे गलतियाँ छूट जाने की संभावनाँ कम रहती है ।
- चित्रों, तालिकाओं संदर्भों आदि का संयोजन मूल प्रति के अनुसार हुआ है अथवा नहीं इसकी छानबीन भी प्रूफ संशोधकों को जिम्मेदारीपूर्वक करना अति आवश्यक है ।
- प्रत्येक चित्रसंख्या, अनुच्छेद संख्या, अध्यायक्रम, तालिका संख्या आदि को क्रमबद्ध रुप में देखना भी प्रूफ संशोधक का एक महत्वपूर्म कर्तव्य है । इसके लिए उसे छपी हुई पिछली सामग्री अवश्य देख लेनी चाहिए जिसे डमी या फाईल कॉपी कहते है ।
- सामान्य ज्ञान के क्षेत्र में भी प्रूफ संशोधक को योग्य होना चाहिए ताकि वह प्रूफ संशोधन के साथ – साथ लेखक तथा संपादक की त्रुटियों की ओर भी संकेत कर पाए अन्यथा वह मूल प्रति से ही प्रूफ का मिलन कर पाएगा ।

३.७.३. प्रुफ संशोधन चिन्ह तथा अनेक अर्थ

प्रूफ के उपर निर्देश चिन्ह अर्थ

चिह्न	निर्देश	अर्थ
Journalism (three lines underscore)	Three lines underscore	केपिटल अक्षरों में करे
Journalism (double line underscore)	Double line underscore	स्माल केपिटल में करें
Journalism (single line underscore)	Single line underscore	तिरछे (इटालिक) में करें
Journalism (wavy line underscore)	Wavy line underscore	काले अक्षरों में करें
	Caret	भूला हुआ जोड़ें
(?)	Query for author	मूल प्रति की शुद्धता
≢	Three lines underscore	केपिटल अक्षरों को छोटे अक्षरों में करें
There	Transfer loop	अक्षरों का स्थान बदलें
~~Journalism~~	Cross out	प्रयोग न करें
Diagonal	Diagonal cross out line	छोटे अक्षर में करें
¶	Paragraph Mark	नया अनुच्छेद शुरू करें
no ¶	No paragraph	अनुच्छेद समाप्त कर दें
	Encircle character to be changed	अक्षर को घुमाएं
[ ]	Enclosing matter to be centred	मध्य में करें
	Through words to be delete	अक्षर निकान कर मिलाएं
\1/ \a/	Figure or letter in chevron	संदर्भ के लिए संकेत
stat	For crossed out material	ज्यों का त्यों रहने दे
	Ringed word or face	संकेत के अनुसार
□ □□ □□□	I em space/two em space/ three em space	संकेतानुसार जगह छोड़ें

चिह्न	निर्देश	अर्थ
	Give the amount of the indent as marked	अन्दर की ओर जगह छोड़ें
		इंडेंट समाप्त करें
	Under matter to be raised	नीचे की सामग्री को ऊपर की ओर उठाएं
	Over matter to be lowered	नीचे को खिसकेगा
	Give the exact dimension when necessary	कॉलम माप का संकेत
	Character to be changed	शब्द अथवा अक्षरों का स्थान बदलें
3 2 1 c b a	1 2 3 a b c	क्रम ठीक करें
	No new paragraph	सामग्री को मिला दे
	Separation between lines	पंक्तियों को अलग-अलग करें
	Linking characters	जगह हटा कर मिलाएं
—(or)—	Required space	जगह छोड़ने का संकेत
—)or(—	Space not required	जगह कम करने का संकेत
#	To be shinked	संकेतानुसार नीचे करें

प्रूफ संशोधन चिह्न एवं अर्थ

प्रूफ के ऊपर निर्देश	चिह्न	अर्थ
Telev/sion	i|	यहां जोड़िये
Ra/dio	(d)	निकालकर मिलाएं
Newspaper/	d	हटा दे

Robin Smith	#	जगह छोड़ें
Close up	⁀	जगह कम करें
Journ alism	⁀‿	पूर्णतया मिला दें
Dr Mazumdar	⊙	फुल स्टाप लगाएं
January 1 1994	(,)	कॉमा लगाएं
as below	(:)	कॉलन लगाएं
Cant	’ V	ऊपर की ओर कॉमा लगाएं
World wide	-	हाइफन डालें
Paper	*wf*	गलत अक्षर के लिए संकेत
Reply	*stat*	इसे रहने दें
st. stephen	≡	बड़े वर्णमाला के अक्षर लगाएं
indeed	*Rom*	रोमन अक्षर के लिए
indeed	*Ital*	इटालिक
25	*sp. out*	हिज्जों में लिखें
five kgs	(?)	शुद्धता का प्रमाणन करें
indeed	*bf*	काला अक्षर
Brgin	⊙	घुमा दें
Gandhi Mahartma	*tr.*	स्थान परिवर्तन
Mahatma?	*lc.*	छोटा अक्षर
It is that this book	*s/c*	कॉपी देखें
It has been said that	⌇	एक साथ करें

३.७.४. विज्ञापन

विज्ञापन एक यौगिक शब्द है जो ज्ञापन में वि उपसर्ग लगाकर बनाया गया है । इसमें वि का मतलब है विशेष और ज्ञापन का मतलब है सूचना देना अर्थात् किसी वस्तु या तथ्य की विशेष जानकारी देना । अंग्रेजी में क़्लस्त्रबमघभघथह कहते हैं । क़्लस्त्रबमघभघथह लैटिन के क़्लस्त्रमस्त्रबस्त्र शब्द से बना है जिसका अर्थ होता है टू टर्न टू यानी किसी ओर मुड़ना । मुड़ने से मतलब किसी वस्तु के प्रति आकर्षित होना । लेकिन विज्ञापन अ महज आकर्षण की चीज़ नहीं रही, ुसके माध्यम से दर्शकों को प्रेरित किया जाता है कि विज्ञापित वस्तु का वे क्रय भी करें । यानी इस आकर्षण के खेल में बाजार भी शामिल है । अब यह जरूरी नहीं कि विज्ञापन के जरिए जो बातें किसी चीज के बारे में बताई जायें वे सही ही हों । विज्ञापन कुछ हो सकता है और हकीकत कुछ और कयोंकि निरमा का ऐड यह भले कहता हो कि दूध की सफेदी निरमा से आये रंगीन कपड़ा खिलखिल जाये। लेकिन न तो दूध सी सफेदी आती है और न हीं रंगीन कपड़ा खिल ही जाता है । कोलगेट टूथपेस्ट भले आपके मसूड़ों की तकलीफ दूर कर उन्हें स्वस्थ बनाने का दावा करता हो लेकिन हकीकत उसके उलट है । लकस तो ऐसा दावा करता है कि लगाने वाले की खूबसूरती इतनी बढ़ जाती है कि उसका रंग गहरा और सुनहरा दोनों हो जाता है लेकिन विज्ञापन में ऐसा केवल ऐश के साथ होता होगा । हेयर कलर का तो दावा कि वह ऐसा नानस्टिक तेल है कि उसके लगाने से बाल सुन्दर तो बनते ही हैं टावेल पर टूटे बाल भी नहीं दिखते । उससे बालों को स्टाइल भी मिलती है और पोषण भी लेकिन सच ऐसा है नहीं । इसी तरह कलीनिक प्लस शैम्पू डैंड्रफ गायब करने का दावा करता है लेकिन डैंड्रफ गायब होते ही नहीं । कहने का तात्पर्य यह है कि कुछ उत्पादों के विज्ञापन पछत्तर फीसदा झूठ पर आधारित एक ऐसी कला है जिससे ऐड बनानेवाली एजेंसियाँ तो शामिल हैं ही, उनको प्रसारित करने वाली भी । इसलिए अमेरिकन मार्केटींग एसोसिएशन तो शामिल हैं ही, उनको प्रसारित करनेवाली भी । इसलिए अमेरिकन मार्केटींग असोसिएशन द्वारा बताई गयी उसकी परिभाषा ज्यादा ठीक लगती है । जिसमें कहा गया है कि विज्ञापन एक सुपरिचित या निश्चित विज्ञापक द्वारा अनैतिक रूप से विचारों, वस्तुओं या सेवाओं की प्रस्तुति तथा संवर्द्धन हेतु एक प्रारूप है जिसके लिए विज्ञापक द्वारा भुगतान यिा जाता है । जैम्स सी मिलर (तृतीय) का भी विचार कुछ ऐसा ही है जिसमें उन्होंने कहा है कि विज्ञापन का अर्थ उसकी प्रकृति और सामर्थ्य उपभोक्ता को प्रेरणा देने अथवा वास्तव में धोखा देने से है । विज्ञापन की बहुत सी ऐसी परिभाषाएँ भी दी जा सकती हैं जो उसके पक्ष में भी है जैसे – इनसाइकलोपीडिया ब्रेटैनिका में कहा गया है कि किसी वस्तु के विक्रय अथवा किसी सेवा के प्रसार हेतु मूल्य चुकाकर की गयी घोषणा ही विज्ञापन है । जाहिर है जिस विज्ञापन एजंसी द्वारा मूल्य लेकर विज्ञापन तैयार किया जाता है, वह उस उत्पाद का परिचय तो कराती ही है, उसकी विशेषताएँ और लाभ बताकर उपभोक्ताओं को रिझाने का काम भी करती ही है, उसकी विशेषताएँ और लाभ बताकर उपभोक्ताओं को रिझाने का काम भी करती है । यह बात भी सही है जब किसी उत्पाद का विज्ञापन बार बार दिखाया जाता है तो उपभोक्ताओं के दिलों–दिमाग पर उसका असर भी पड़ता है और मार्केटिंग करते समय वह याद भी रखता है और ुसे खरीदता भी है । बकौल अर्जुन तिवारी १९३२ में अमरीकी पत्रिका एडवरटाइजिंग एज ने एक प्रतियोगिता के ज़रिए विज्ञापन की जो सर्वोत्तम परिभाषा निर्धारित की, वह इस प्रकार है – किसी व्यक्ति, वस्तु, सेवा या आंदोलन को प्रस्तुत

करनेवाली मुद्रित सामग्री, लिखित शब्द, बोले गये शब्द या चित्र विज्ञापन हैं जिन्हें विज्ञापनदाता अपने खर्चे पर बिक्री, प्रयोग, वोट या अन्य प्रकार की सहमति प्राप्ति के लिए खुल्लमखुल्ला प्रस्तुत करें ।

३.७.५. विज्ञापन के प्रकार

मीडिया चाहे प्रिंट हो या आडियो या आडिय विजुअल विज्ञापन के बिना इनकी कल्पना ही नहीं की जा सकती कयोंकि विज्ञापन ही इनकी इनकी आय का मूल स्रोत है । विज्ञापन के कई प्रकार हैं । कृष्ण कुमार मालवीय ने तो २९ प्रकार के विज्ञापन बताये हैं, जबकि अर्जुन तिवारी ने समाचार पत्रों में प्रकाशित होनेवाले कुल ४ ही प्रकार के विज्ञापन बताये हैं । प्रमुख विज्ञापन इस प्रकार हैं :

१. स्थानीय विज्ञापन – जहाँ जहाँ से समाचार पत्र प्रकाशित होते हैं, उस जगह के निवासियों को स्थानीय विज्ञापनों द्वारा सूचनाएँ मुहैया करायी जाती हैं । इस तरह विज्ञापनों में सिनेमा, नाटक, मनोरंजन, होटर रेस्त्राँ आदि से संबंधित सूचनाएँ फराहम जाती है।

२. राष्ट्रीय विज्ञापन – वे विज्ञापन जो पूरे राष्ट्र के बाजारों को ध्यान में रखकर बनाये जाते हैं । चाय, साबुन, बैंकों की सेवा, सिगरेट और साइकिल से संबंधित विज्ञापन इसी कोटि में आते हैं । ऐसे विज्ञापनों के आलेख के लिए मानक भाषा का प्रयोग किया जाता है । इस प्रकार के विज्ञापन प्रायः राष्ट्रीय स्तर पर प्रसारित होनेवाले समाचार पत्रों में ही दिये जाते हैं । इन विज्ञापनों के माध्यम से इनके उत्पादक यह भी बताना चाहते हैं कि इनके उत्पादों का उद्देश्य केवल आर्थिक लाभ ही नहीं राष्ट्र–निर्माण में योगदान भी है .

३. वर्गीकृत विज्ञापन -

प्रायः सभी दैनिक समाचार पत्रों में वर्गीकृत विज्ञापन प्रकाशित कराये जाते हैं । वर्गीकृत विज्ञापनों की दरें समाचार पत्रों की प्रतिष्ठा और सरकुलेशन के आधार पर तय की जाती है यी एक समाचार पत्र से दूसरे समाचार पत्र के वर्गीकृत विज्ञापनों की दरें अलहदा होती है । इसके अंतर्गत वैवाहिक आवश्यकता है. वांटेड, रिकवायर्ड, बिकाऊ है, किराये हेतु, शिक्षा सुविधा, प्रवेश सुचना, यौन संबंधी, ऋण संबंधी, चिकित्सा संबंधी कितने ही विज्ञापन प्रकाशित होते हैं ।

४. सजावटी विज्ञापन : चित्रों और शीर्षकों से सुसज्जित वे विज्ञापन जिनके जरिए किसी संस्था या संगठन के सिद्धांत, नीति, कार्यक्रम या संदेसों का प्रचार–प्रसार किया जाता है, सजावटी विज्ञापन की श्रेणी में आते हैं । राष्ट्र की भावात्मक एकता, अल्प बचत, परिवार नियोजन, स्वच्छता, अभियान और वृक्षारोपम को सफल बनाने के उद्देश्य से सजावटी विज्ञापन ही सबसे कारगर माने जाते हैं । समाचार पत्रों के लिए इन विज्ञापनों की अहमियत इसलिए भी ज्यादा होती है कयोंकि कुल विज्ञापन आय का बड़ा हिस्सा इन्हीं विज्ञापन से हासिल होता है । यह बात भी सही है कि आम विज्ञापन दरों के मुकाबले इनकी दरें कुछ अधिक होती है ।

विज्ञापन के माध्यम

विज्ञापन के माध्यमों से तात्पर्य संचार व संप्रेषण के उन साधनों से है जो विज्ञापनदाताओं द्वारा लिखित, दृश्यगत व श्रव्यगत प्रचार सामग्री को उपभोक्ताओं तक पहुँचाने में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करते हैं । केनन एवं विचर्ट के अनुसार, विज्ञापन का उद्देश्य उपभोक्ताओं के क्रय विचार व माँग–आचरण को प्रभावित करना है । लिखित, दृश्य एवं मौखिक संदेशों को

विभिन्न विज्ञापन माध्यमों - समाचार पत्र, पत्रिका, फिल्म, रेडियो, टेलीविजन, वाहन, होर्डिंग आदि द्वारा भुगतान के आधार पर निष्पादित किया जाता है ।

३.७.६. माध्यमों के चयन का सवाल

यह बात बिल्कुल सच है कि अलग अलग विज्ञापन माध्यमों की प्रभावोत्पादकता अलग-अलग होती है । यानी टीवी की अलग है तो पत्रक-पत्रिकाओं की अलग । फिल्मों का अलग महत्व है तो रेडियो का कुछ और । वाहनों के जरिए किये गये विज्ञापनों का महत्व कुछ और है तो होडिंग्ज का कुछ और। लेकिन माध्यमों के चयन में विज्ञापन एजेंसियों की मदद ली जा सकती है । इनकी मदद से विज्ञापनदाता सही माध्यम का चयन कर सकता है और घर बैठे बैठे दूरदराज के क्षेत्रों तक आसानी से पहुँचा सकता है । लेकिन यह निर्विवाद है कि विज्ञापन का सबसे सशक्त माध्यम आजकल टी.वी. है । इसकी पहुँच न केवल महानगरों तक है बल्कि देश के कोने-कोने तक है । इसलिए कोई भी विज्ञापनदाता टीवी को प्राथमिकता देना चाहेगा लेकिन है यह सबसे महँगा माध्यम । जिन कंपनियों का कारोबार लाखों-करोड़ों रुपयों का होगा, वे ही इसको अफोर्ड कर सकते हैं, जाहिर है महँगा भी होता होगा, लेकिन फायदेमंग्द भी । टीवी के बाद दूसरा सशक्त माध्यम रेडियो है, लेकिन यह केवल श्रव्य है इसलिए प्रसारित संदेशों के जरिए ही विज्ञापन किया जा सकता है । जहाँ तक नेटवर्किंग का सवाल है तो रेडिओ की नेटवर्किंग भी देश के कोने-कोने तक फैली है । रेडियो के बाद पत्र-पत्रिकाएँ विज्ञापन के सबसे सस्ते साधन हैं । यह बात और है कि विज्ञापन दरों का निर्धारण उनकी प्रसार संख्या के आधार पर होता है । जिनकी प्रसार संख्या ज्यादा होती है, उनकी विज्ञापन की दरें कुछ महँगी अवश्य होती है लेकिन बावजूद इसके ऐसे पत्रों की पूछ ज्यादा होती है । आलम यह है कि कम प्रसार संख्या वाले पत्रों के मालिक जहाँ विज्ञापनदाताओं का पीछा करते देखे जाते हैं वहीं लाखों में छपनेवाले पत्रों में विज्ञापन छपवाने के लिए विज्ञापनदाता उनकी परिक्रमा किया करते हैं । पत्र-पत्रिकाओं के बाद नंबर आता है पोस्टरों और होर्डिंगों का कयोंकि कम पढ़-लिखे उपभोक्ताओं के लिए ये उपयुक्त माध्यम माने जाते हैं । ज़ाहिर है कि पोस्टरों और होर्डिंगों में चित्रों पर ज्यादा जोर होता है, इबारतों पर कम ताकि लोग आते-जाते देखें तो उन्हें वे चित्र बराबर आकर्षित करते रहें और वे उन्हें याद रख सकें । हालाँकि पास्टरों की उम्र ज्यादा नहीं होती लेकिन होर्डिंग्ज तो लंबे समय तक काम देती हैं और लोगों का ध्यान अकसर उन पर जाता भी है । फिल्में भी विज्ञापन का एक सशक्त माध्यम हैं, कयोंकि सिनेमा हालों में फिल्म की शुरुआत में बीच में और अंत में अकसर कई उत्पादों के विज्ञापन दिखाये जाते हैं । इन विज्ञापनों का प्रदर्शन स्लाइडों के ज़रिए किया जाता है । दरअसल सिनेमा दिखानेवाली मशीन के साथ इन स्लाइडों को जोड़ किया जाता है और अपने निर्धारित समय पर सिनेमा के दर्शकों को कई बार रोज़ाना इन्हें दिखाया जाता है । आमतौर पर इसमें खर्च भी कम आता है । प्रदर्शनियाँ भी विज्ञापन का एक प्रचलित माध्यम हैं । इन प्रदर्शनियों में दुकानें लगानेवाले लोग अपना उत्पाद तो बेचते ही है, उनका प्रचार भी करते हैं । कई बार तो प्रदर्शनियाँ देखकर लौटनेवाले उपभोक्ता खुद ही प्रचार करते देखे जाते हैं । बहुत सी कंपनियाँ अपने उत्पादों के चित्र, स्टिकर या संदेश आने-जानेवाले वाहनों पर चस्पा कर देते हैं । जाहिर है जो सवारियाँ इनसे आती जाती हैं, वे तो देखते ही हैं, जहाँ जहाँ से ये गुजरती हैं, प्रायः सभी की नजर एक न एक बार इन पर अवश्य पड़ती है । कई बार छोटी - मोटी चीजों का विज्ञापन लाऊडस्पीकर के जरिए भी किया जाता है,

लेकिन यह एक सीमित क्षेत्र में ही किया जा सकता है, बहुत दूर तक नहीं । विज्ञापन का एक तरीका हैंडबिल्स भी माने जाते हैं । इन्हें बाँटने के लिए या तो दरवाजे दरवाजे जाना पड़ता है या समाचार पत्रों के जरिए ये पर्चे बाँटे जाते हैं । लेकिन इनकी भी एक सीमा है । आजकल नियोन साइन के जरिए भी अपनी चीजों का प्रचार किया जाता है । दरअसल बड़े-बड़े शहरों में दुकानों और इमारतों के ऊपर बिजली से चलनेवाले ऐसे साइन बोर्ड और चित्र अकसर दिखाई देते हैं जिनमें या तो किसी विशेष उत्पाद का चित्र होता है या संदेश या दोनों । बिजली की चकाचौंध के कारण अकसर आने-जाने वालों का ध्यान उस ओर खिंच जाता है । दिन में तो नहीं, लेकिन रात में इनका आकर्षण देखने लायक होता है । कई बार आपने देखा होगा कि गलियों, मकानों और दीवारों पर ढेर सारे विज्ञापन लिखे होते हैं । प्रायः हरेक विज्ञापन सचित्र तो होते ही है, कुछेक पर उत्पादों की विशेषताएँ भी लिखी होती है । इन्हीं को दीवार विज्ञापन या मूरल ऐडवर्टाइजमेंट कहते हैं । बीड़ी, सिगरेट, साबुन, अगरबत्तियों और पंखों आदि के ढेर सारे विज्ञापन दीवारों पर देखे जा सकते हैं । ये सस्ते भी पड़ते हैं, कयोंकि इनमें सिर्फ लिखाई का ही खर्च देना पड़ता है, वह भी सिर्फ एक बार।

३.७.७. विज्ञापन की आचार संहिताएँ

एडवरटाइजिंग स्टैंडर्ड्स कौंसिल ऑफ इंडिया, इंडिया न्यूज पेपर सोसाइटी, एडवरटाइजिंग, एजन्सीज एसोसिएसन ऑफ इंडिया जैसी विज्ञापन की समस्थाओं ने विज्ञापन के संबंध में कुछ आचार -संहिताएँ बनायी हैं ताकि राष्ट्रीय, सामाजिक, धार्मिक एवं सांस्कृतिक दृष्टि से कोई हानि न हो सके । प्रमुख आचार संहिताएँ निम्नवत हैं -

१. विज्ञापन के अंतर्गत उसकी डिजाइन और योजना इस प्रकार बनायी जाय कि वह देश के कानूनी प्रावधानों के अनुकूल हो ।

२. विज्ञापन से किसी की धार्मिक, सामाजिक तथा नैतिक भावनाओं को ठेस न पहुँचे न ही किसी की संवेदनाओं को ।

३. ऐसे विज्ञापन को प्रकाशन अथवा प्रसारण की अनुमति नहीं दी जानी चाहिए जिससे किसी को अवमानना या किसी का अनादर होता ो ।

४. विज्ञापन द्वारा न तो कोई अंधविश्वास फैलाया जाये न ही आम जनता की अज्ञानता का फायदा उठाया जाय ।

५. तिलिस्म, जादू-टोने या किसी फोटो के के आधार पर अपने को सुपरमैन बताने या ऐसा ही कोई तथ्य या विज्ञापन जिनसे जनता में अंधविश्वास को बढ़ावा मिले, भ्रम की स्थिति पैदा हो, प्रस्तुत नहीं किया जाना चाहिए ।

६. विज्ञापन सत्य पर आधारित होना चाहिए तथा इसमें तथ्यों को तोड़-मरोड़कर गलत ढंग से प्रस्तुत नहीं किया जाना चाहिए । जानबूझकर अथवा अनजाने में भी जनता को गलत वे असत्य वक्तव्यों द्वारा छला नहीं जाना चाहिए ।

टीवी, रेडिओ तथा फिल्मों में विज्ञापन हेतु आचार संहिता

टीवी, रेडियो तथा फिल्मों में विज्ञापनों के लिए जो आचार संहिता बनायी गयी है, इसके कुछ प्रावधान निम्नलिखित हैं -

१. विज्ञापन इस प्रकार निर्मित किये जाये कि वे देश की धार्मिक मान्यताओं, कानूनों एवं नैतिकता के विरुद्ध न हो ।

२. जाति, व्यक्ति,रंगभेद, राष्ट्र निंदा, संविधान के प्रतिकूल आचरण व टिप्पणी वाले विज्ञापन स्वीकार्य व प्रसारित नहीं होंगे। अपराध, हिंसा या दंगों की पैरबी करते। दूसरे देशों से मैत्री संबंध को प्रभावित करते हों, राष्ट्रीय चिन्ह, राष्ट्रीय नेता या राष्ट्रीय प्रतीक की अवमानना करते हो। जिन विज्ञापनों का संबंध नशीले पदार्थों के सेवन व धुम्रपान आदि से हो, उन्हें पूरी तरह नकारा जाना चाहिए।
३. नारी की गरिमा व पुरुष – नारी के बीच भेदभाव दर्शानेवाले विज्ञापन स्वीकार नहीं किये जाने चाहिए।
४. धर्म व राजनीति से संबंधित विज्ञापन भी स्वीकार नहीं किये जाने चाहिए।
५. जुआ व लॉटरी के विज्ञापन ग्राह्य नहीं है।
६. जादुई इलाज, भविष्यवाणी, सम्मोहन, घुड़दौड से संबंधित विज्ञापन भी स्वीकार्य नहीं माने जाते।
७. द्विअर्थी व अश्लील विज्ञापन किसी कीमत पर प्रसारित नहीं किये जाने चाहिए।
८. ऐसा विज्ञापन जिसमें दूसरे निर्माताओं के उत्पादों या सेवाओं की अवमानना हो, स्वीकार नहीं किये जाने चाहिए।
९. विज्ञापनों में प्रामाणिक व तथ्यात्मक जानकारी देना आवश्यक है।
१०. हिंसा, बर्बरता व अपराध दर्शानेवाले विज्ञापन स्वीकार्य नहीं है।
११. बच्चों की मानसिकता पर बुरा प्रभाव डालनेवाले या हीन भावना पैदा करनेवाले विज्ञापन प्रतिबंधित माने जाने चाहिए
१२. ऐसे विज्ञापन जिनमें नकल हो या तथ्यों को तोड़-मरोड़ कर पेश किया गया हो, वे भी स्वीकार्य नहीं माने जाएंगे।

३.७.८. खबर बनाम विज्ञापन

इसमें दो राय नहीं कि खबरों का विज्ञापनों से नाभि-नाल संबंध है इसलिए उसे बिल्कुल काटा तो जा नहीं सकता, कयोंकि समाचार पत्रों की धड़कन विज्ञापनों से ही है। यानी विज्ञापन का मतलब है पैसा। अर्थात् कोई समाचार पत्र बिना आर्थिक मजबूती के चल ही नहीं सकता और विज्ञापन ही उसके मूल में है। प्रिंट मीडिया में विज्ञापन का खेल है तो इलेकट्रानिक मीडिया में टीआरपी का और इन दोनों के बिना इन माध्यमों की कल्पना ही नहीं की जा सकती है। हाँ, सवाल सिर्फ इतना उठाया जा सकता है कि समाचार पत्रों में या इलैकट्रानिक मीडिया में खबरों और विज्ञापनों का अनुपात कया हो? आमतौर पर समाचार पत्रों के विक्रय से प्राप्त धन और विज्ञापन की आय में १:२ का अुपात हो तो पत्र का आर्थिक स्थिति अच्छी मानी जाती है। प्रेस कमीशन की संस्तुति की बात करें तो पाठ्य सामग्री और विज्ञापन में ६० : ४० का अनुपात होना चाहिए। प्रेस आयोग ने अपने क वक्तव्य मेंकहा है – इससे यह सुनिस्चित हो जाएगा कि पाठक को समुचित मात्रा में समाचार एवं विचार प्राप्त हो रहे हैं और विज्ञापनों का प्रभाव बहुत अधिक विज्ञापन ठूँसे जाने के कारण कमनहीं हो रहा है। विज्ञापनों की अधिकतम सीमा ४० प्रतिशत निर्धारित करने के लिए हमने केवल तात्कालिक प्रथा को ही दृष्टि में नहीं रखा है वरन् इस भावी मनोवृत्ति को भी ध्यान में रखा है जिसकी हमें प्रति पृष्ठ मूल्य निर्धारण होने पर उभरने की आशा है। हमें इस बात की आशा है कि जब समाचार पत्रों की पृष्ठ संख्या कम करने या प्रति का मूल्य बढ़ाने

पर बाध्य होना पड़ेगा तब समाचारों व संपादकीयों का संक्षेप में प्रस्तुत करने का आकर्षण गंभीर रूप से बढ़ जाएगा ताकि सभी आरक्षित विज्ञापन – समाचार पत्र में समा सकें । इसके फलस्वरूप विज्ञापन और पाठ्य–सामग्री के स्थान का अनुपात बढ़ जाएगा । इसीलिए हमारी राय है कि इसकी हमारे द्वारा प्रतिपादित सीमा तक ही रखा जाय।

निश्चय ही समाचार पत्रों की आर्थिक स्थिती सुधारने, व्यापार या नौकरी की सूचना अपने पाठकों तक पहुँचाने तथा समाचार पत्र को आकर्षक बनाने के लिए विज्ञापनों का प्रकाशन अपरिहार्य है लेकिन खबरों की कीमत पर विज्ञापन देना, उनके स्वरूप को ही नष्ट कर देना कितना तर्कसंगत है । लेकिन आकल ऐसा ही हो रहा है । सच बात तो यह है कि समाचार पत्रों में विज्ञापन विभाग को कमाऊ पूत माना जाता है, जबकि संपादकीय विभाग को दोयम नंबर पर रखा जाता । कोई कितनी ही महत्वपूर्ण न्यूज हो, कथा हो, किसी पेज पर हो, यदि विज्ञापन आ गया तो उसे किल होना ही है । डमी या ले आऊट बनाने से पहले विज्ञापन विभाग से विज्ञापनों की पोज़िशन पहले माँगी जाती है और उसका प्रायोजक जहाँ कहता है, उसे वहीं लगाया जाता है । दी हुई जगहों में ही खबरें और कथाएँ बिठायी जाती है यानि पत्रकारिता की दशा और दिशा आजकल विज्ञापनों पर निर्भर है । मीडिया विशेषज्ञ रामशरण जोशी के मुताबिक आज ६० से ७० प्रतिशत के बीच विज्ञापनों को अखबार में स्थान मिला है । विज्ञापन महामारी के कारण समाचार का अस्तित्व लुंज–पुंज दिखाई देता है । विज्ञापनों के दबाव के कारण समाचारों का संवादन अवैज्ञानिक ढंग से किया जाता है । स्थान की तंगी के कारण संपादक की पहली कैंची खबर पर चलती है । खबर के अंग को कहीं से काटकर रद्दी की टोकरी में फेंक दिया जाता है । कभी कभी समाचार का ओर–छोर दिखाई नहीं पडता व संपादन की दृष्टि से बिखरा–बिखरा दिखाई देता है । कई समाचारों में इन्ट्रो तक गायब रहता है । इसमें खबर की सौंदर्यता नष्ट हो जाती है ।

विज्ञापनों की मारा–मारी के कारण खबरों के बीच में विज्ञापनों को ठुंसने की प्रवृत्ती भी उभरी है । खबर के किसी हिस्से पर विज्ञापन चस्पा कर दिया जाता है । देखने में यह भी आया है कि विज्ञापनों को खबरे के ढंग से प्रकाशित कर दिया जाता है । पाठक को यह पता ही नहीं चल पाता कि कौन सी खबर प्रायोजित है और कौन सी जेनुइन ?

ऐसा नहीं कि यह सब केवल प्रिंट मीडिया में ही चल रहा है, इलेकटानिक मीडिया भी पीछे नहीं । वहाँ भी विज्ञापनों का ही राज है । ६०:४० की बात वहाँ बेमानी है । किसी भी चैनल पर चलनेवाले किसी आधे घंटे के कार्यक्रम को ध्यान से देखने पर पता चलता है कि उसमें १५ मिनट विज्ञापन अवश्य रहता है यानी वहाँ मामला फिफ्टी – फिफ्टी का है । न्यूज, व्यूज, पैनल डिस्कशन, फिल्म, अनलिसिस, सीरियल, गीत संगीत पर आाधारित कोई कार्यक्रम, अन्त्याक्षरी, इंडियन आयडल, सारेगमप गीत संगीत पर आधारीत हरेक में ब्रेक के नाम पर विज्ञापन परोसा जाता है । विबना विज्ञापन के यहाँ भी कोई कार्यक्रम संभव ही नहीं । अब तो विज्ञापनदाता ही कार्यक्रमों को प्रायोजित करता है । दो वर्ष पहले विज्ञापन पर प्रतिवर्ष १५ खरब डॉलर खर्च किये जाते थे । भारत के संदर्भ में १९५३ में ७ करोड रुपए, १९८० में १७६ करोड़ रुपए, १९८३ में २३३ करोड़ रुपए, १९८४ में ४०३ करोड़ रुपए, १९८५ में ५०० करोड़ रुपए विज्ञापन पर खर्च हुए । भूमंडलीकरण के बाद २००१ में विज्ञापन पर ८५०० करोड़ रुपए खर्च किये गये । यानी विज्ञापन का महत्व साल दर साल बढ़ता गया है ।

अपनी प्रगति जाँचिए ।

अ) रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए ।

1) विज्ञापन एक .... शब्द है ।

2) विज्ञापन बार – बार दिखाने से .... के पर इसका असर पडता है ।

3) प्रायः सभी दैनिक समाचार पत्रों में विज्ञापन प्रकाशित कराये जाते है ।

4) विज्ञापन का उद्देश्य .... के .... एवं .... को प्रभावित करता है ।

5) पत्र – पत्रिकाओं के बाद नंबर आहा है .... और .... का ।

ब) एक वाक्य में उत्तर लिखिए ।

1) विज्ञापनों का डिजाइन और योजना कैसी होनी चाहिए ?

2) किस प्रकार के विज्ञापनों को अनुमति नहीं देनी चाहिए ?

3) विज्ञापन किनके विरुद्ध नहीं होने चाहिए ?

4) कौन से विज्ञापन स्वीकार्य नहीं होते ?

5) विज्ञापनों में किस प्रकार की जानकारी की आवश्यकता होती है ?

३.८.१. विशेष संवाददाता एवं संवाद लेखन

पृष्ठभूमि

पत्रकारिता के क्षेत्र में सर्वोत्तम और सर्वाधिक रुचिकर कार्य विशेष संवाददाता का है कयोंकि वह दूसरों के व्यय पर जीवन के विभिन्न रूपों को देखता है जो बहुत काम का होता है, कयोंकि यह एक विशेष क्षेत्र में कार्य करता है । वह दैनिक कार्यो और सुदृढ होती है, कयोंकि वह एक विशेष क्षेत्र में कार्य करता है । वह दैनिक कार्यों से स्वतंत्र होता है और उसका परिश्रमिक सामन्यतः आकर्षक होता है । वह अपने कार्य क्षेत्र में बिना किसी बंधन के कार्य करता है, उसके ऊपर समाचार संपादक तथा संपादक की ओर से कोई अंकुश नहीं होता । ये अनेक बातें से विशेष स्थान और महत्वपूर्ण स्थिति का वातावरण प्रदान कराती है ।

विशेष संवाददाता : महत्व एवं विशेषताएँ :

लोकतांत्रिक शासन प्रणाली वाले देशों में विशेष संवाददाता का होना अपरिहार्य है, इसके दो प्रमुख कारण है :

पहला, किसी भी लोकतंत्र के लोगों को न केवल सभी तथ्य जानने का अधिकार है बल्कि उन सभी दृष्टिकोणों को जानने का भी अधिकार होता है जिनसे विभिन्न तथ्यों को देखा जाता है और साथ ही साथ न तथ्यों के जो विभिन्न निर्वचन किए जाते हैं उनको भी जानने का अधिकार है । मात्र कोरे और निर्भीक तथ्यों से काम नहीं चलता । मात्र तथ्यों के साथ उनकी वास्तविक पृष्ठभूमि और निर्वचन न दिए जाने की स्थिति पाठकों को भ्रम में डाल सकती है । लोगों को इन बातों की आवश्यकता इसलिए होती है कि लोकतंत्र निर्माता होने के नाते वे इन तथ्यों के माध्यम से सुदृढ निष्कर्ष निकाल सकें और उसी आधार पर अपनी गतिविधियों की विशेष रूपरेखा तैयार कर सकें।

दूसरा, आजकल सर्वत्र समस्याएँ जटिल और दुरूह हो गई है । अनेक विषय ऐसे होते हैं जो आमतोर पर तो सरल दिखाई देते हैं लेकिन उनमें गहरा भेद अन्तर्निहित होता है उनके लिए विशेष संवाददाता की आवश्यकता होती है जो तथ्यों के भेद का खुलासा कर सके । विशेष संवाददाता एक खान मजदूर की भाँति होता है । जिस प्रकार खान में कार्य करने वाला वव्यक्ति

खान के अंदर छुपी हुई धातु को खोद-खोदकर निकालता है ठीक उसी प्रकार विशेष संवाददाता विषयगत तथ्य में छुपे हुए रहस्य को अपने विचारों और बुद्धिमत्ता के माध्यम से आम जनता के सामने रखता है और लोगों को बताता है कि कया हुआ तथा कया होने की संभावना है। वह आने वाले कल के समाचारों की भविष्यवाणी आज ही कर सकता है। महान पत्रकार डॉ. कृष्णपाल श्रीधरानी ने विशेष संवाददाता की विशेषताओं का वर्णन करते हुए कहा है कि,वह एक संकेत भी होता है और सतर्क करने वाला भी होता है । विशेष संवाददाता समाचार समितियों की ही भाँति घटनाओं की सूचना देता है किन्तु उसकी अपनी विशेष प्रवृत्ति अलग से होती है। वह समाचारों का पूर्वेक्षण भी कर सकता है।

विभिन्न प्रकार के तथ्यों तथा आँकड़ों को एकत्र करने के पश्चात विशेष संवाददाता का कार्य प्रारम्भ होता है। वह समय और परिस्थितियों को ध्यान में रखकर उस समय की आर्थिक, राजनैतिक और सामाजिक स्थितियों तथा घटनाओं के बारे में पाठकों को अवगत कराता है। विश्व के किसी भी भाग में जो कुछ भी घट रहा हो उसकी प्रतिक्रिया विश्व के अन्य भागों में भी होती है और उससे प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष रूप से समस्त विश्व के लोगों का जीवन प्रभावित होता है। अतः इस स्थिति के संदर्भ में समाचार का निर्वाचन आवश्यक होता है। एक अमेरिकी संपादक ने ठीक ही कहा है कि,जब विश्व समाचार स्थानीय समाचार बन रहा हो तो ऐसा करना विशेष रूप से महत्वपूर्ण होता है। जब तक हम इस तथ्य को न समझ लें तब तक यह समझा जाएगा कि हम भूतकाल के स्वप्न लोक में रहते हैं।

वर्तमान युग की परिस्थितियों में कोई विशेष संवाददाता निर्वाचन और विश्लेषण के माध्यम से ही अपना विशेष स्थान बना सकता है। वर्तमान में एकांतिक समाचारों का कोई महत्व नहीं है। आज पूरी दुनिया में सूचना और जनसम्पर्क अधिकारियों की भरमार है। विशेष संवाददाताओं को व्यावहारिक रूप से अलग अलग और संबद्ध मदों के अर्थ और महत्व का पता लगाना होता है तथा उन्हें राष्ट्रीय मनःस्थिती के शब्द चित्र के अभिन्न रंग के रूप में प्रस्तुत करना होता है।

विशेष संवाददाताओं को निर्वाचन और विश्लेषण की विशेष स्वतंत्रता होती है। संपादकों की ओर से उन्हें सामान्य संवाददाताओं और समाचार संग्राहकों से अधिक स्वतंत्रता प्रदान की जाती है। विशेष संवाददाता घटनाओं की छानबीन करके और विभिन्न विषयों पर प्रलेख तैयार करके संपादक तथा अग्रलेख लेखकों को सहायता पहुँचाता है। संपादक अपना संपादकीय लेख लिखने के लिए विशेष संवाददाता को उसकी पृष्ठभूमि तथा प्रलेख की सामग्री तैयार करने का संकेत देता है।

विशेष संवाददाता अपने समाचार पत्र और उसके संपादक के व्यक्तित्व से प्रभावित होता है, लेकिन वह अपने व्यक्तित्व से समाचार पत्र को प्रभावित करता है। इस विषय में विशेष संवाददाता और स्तंभ लेखक की स्थिति लगभग एक समान होती है। कुछ मामलों में विशेष संवाददाता और स्तंभ लेखक में अत्यधिक अंतर पाया जाता है, जिसका संक्षिप्त विवेचन निम्न प्रकार है :

१. विशेष संवाददाता को निर्वाचन तथा विश्लेषण के क्षेत्र में बहुत स्वतंत्रता तो होती है लेकिन उसको अपने समाचार पत्रों की नीति के अनुसार कार्य करना पड़ता है। वह अपनी सीमाओं का उल्लंघन करने के लिए स्वतंत्र नहीं है। इसके विपरीत स्तंभ लेखक की स्थिति एक आज़ाद पक्षी की भाँति होती है। वह अपना दृष्टिकोण अभिव्यक्त करने के लिए स्वतंत्र होता है। उसे समाचार पत्र की नीति के विपरीत भी अपना लेख प्रकाशित करने की स्वतंत्रता होती है।

२. स्तंभ लेखक के लेख विभिन्न नीतियों वाले अनेक समाचार-पत्र में प्रकाशित होते हैं। उसे विचारों को अभिव्यक्त करने की पूर्ण स्वतंत्रता होती है। इसके विपरीत विशेष संवाददाता को अपने समाचार पत्र द्वारा निर्धारित सीमाओं के अंतर्गत कार्य करने की अनुमति प्राप्त होती है। वह अपने दृष्टिकोण अभिव्यक्त करने के लिए निर्धारित सीमाओं का उल्लंघन नहीं कर सकता।

३.८.२. विशेष संवाददाता की कठिनाइयाँ :

मुख्य रूप से विशेष संवाददाता को अपने कर्तव्य का निर्वाह करते समय दो अत्यन्त महत्वपूर्ण कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। उसकी प्रथम कठिनाई तो गोपनीयता की जानकारी के संबंध में होती है जिन्हें प्राधिकारी वर्ग देना नहीं चाहते, तथा दूसरी कठिनाई यह कि, जो जानकारी प्राधिकारी देते हैं उसके लिए प्रायः वह कहा जाता है कि वह प्रकाशन के लिए नहीं है।

देश की सुरक्षा और प्रतिरक्षा के संबंध में कुछ क्षेत्र ऐसे हैं जिनके संबंध में सार्वजनिक जानकारी सर्वथा निषिद्ध होती है। गोपनीयता के क्षेत्रों के संबंध में यह बात सदैव स्वीकार की जानी आवश्यक है. प्रकाशन की स्वतंत्रता और देश की सुरक्षा के बीच आंतरिक द्वंद्व का क्षेत्र पत्रकारिता के क्षेत्र में क्रांतिक होता है। किसी भी पत्रकार को ऐसा समाचार प्रकाशित नहीं करना चाहिए जिससे शत्रु पक्ष को सहायता मिलती हो। पत्रकार को ऐसा संवाद नियंत्रण भी पसन्द नहीं करना चाहिए जिससे समाचार पत्र की स्वतंत्रता पर आघात पहुँचता हो। यद्यपि अधिकांश व्यक्ति इस सिद्धांत को स्वेच्छापूर्वक स्वीकार करेंगे अपितु जिस रीति से उसे कार्यान्वित किया जाता है उससे संघर्ष की स्थिति उत्पन्न हो सकती है और कोई भी पत्रकार संघर्ष से मुँह नहीं मोडता। मुख्यतया सुरक्षा का अधिकांश क्षेत्र जन साधारण की जानकारी से परे होता है किन्तु कभी कभी कोई घटना प्रतिरक्षा विभाग के जनसंपर्क अधिकारी द्वारा बता दी जाती है। किसी भी राष्ट्र या देश में कई ऐसे संवेदनशील क्षेत्र होते हैं जिनकी सार्वजनिक जाँच - पड़ताल नहीं की जा सकती है। संपादक वर्ग इसे पसंद करते हैं और उसे सामान्यरूप से स्वीकार कर लेते हैं, किन्तु संपादक इस बात को भी दोहराते हैं कि रहस्यमय गुप्तता नहीं रखी जा सकती है। अनेक विश्व विख्यात संपादकों ने कहा है कि,शासन जितनी गोपनीयता रखता है उसकी स्वतंत्रता उतनी ही कम होती जाती है। शासन के संबंध में जनता की जानकारी कम करना शासन में जनता के सहयोग को कम करना है। गोपनीयता के परिणाम कम नहीं होते कयोंकि गुप्तता के कारण अधिक होते हैं। गोपनीयता के कारण अच्छे हो या बुरे लेकिन दुष्परिणाम एक जैसे होते हैं।

राष्ट्र की सुरक्षा तथा प्रतिरक्षा से संबंधित कतिपय क्षेत्रों की गोपनीयता बनाए रखना एक अलग विषय है, किन्तु जिस बात की जानकारी साधारण जनता को होनी चाहिए, उस पर भी पर्दा डालकर लोगों को गुमराह करना स्वतंत्रता का हनन और अपहरण करने के समान है। संवाददाताओं के अनुभव और तजुर्बे के माध्यम से इस बात का पता चलता है कि कुछ प्राधिकारयुक्त व्यक्ति यह समझते हैं कि जो समाचार वे दे सकते हैं वह उनकी निजी संपत्ति है तथा वे यह नहीं चाहते कि अन्य लोग भी उसे जान सकें। इसका प्रमुख कारण यह हो सकता है कि या तो वे स्वार्थी होते हैं या लोकतंत्रात्मक व्यवस्था में पत्रकारिता के महत्व का मुल्यांकन नहीं कर पाते हैं। उनकी इस कमी को दूर करने का प्रभावशाली उपाय यह है कि समस्त प्राधिकारयुक्त अधिकारियों को जनसंपर्क का प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए। इस माध्यम से जनता को उस वस्तु की प्राप्ति हो सकती है जो उनकी अपनी होती है।

विशेष संवाददाताओं के सामने दूसरी कठिनाई यह होती है कि प्राधिकारयुक्त अधिकारी से उन्हें समाचार तो प्राप्त हो जाता है लेकिन उसके साथ ही साथ यह भी सुनने को मिलता है कि उक्त समाचार को प्रकाशित न किया जाए। संवाददाता को समाचार प्राप्त करने की योग्यता अनेक बातों पर निर्भर करती है, उन योग्यताओं में से विशेष योग्यता यह है कि उसमें अपने प्रति दूसरों में विश्वास जागृत करने की योग्यता होनी चाहिए। विश्वास जागृत करने के पश्चात वह समाचार प्राप्त करने में सफल तो हो जाता है, लेकिन उस समाचार का प्रकाशित करने के लिए या तो विशेष सावधानी बरतनी पड़ती है या वह उसे प्रकाशित नहीं कर सकता। वह उसे तब भी प्रकाशित नहीं कर सकता यदि वह समाचार उसे किसी अन्य स्त्रोतों से स्वतंत्र रूप से प्राप्त हुआ हो, कयोंकि ऐसी स्थिति में संवाददाता पर संदेह किया जा सकता है और उस पर विश्वास भंग करने का आरोप भी लगाया जा सकता है।

अधिकांशतः यह पाया जाता है कि जिन समाचारों को गुप्त कहा जाता है उन्हें अनेक लोग जान चुके होते हैं और विशेष संवाददाता को इस खतरे के प्रति सचेत रहना आवश्यक है। उच्च पदों पर आसीन हस्तियों तथा अधिकारियों के साथ उसका जो संपर्क होता है उसका उपयोग उसे अत्यधिक सावधानीपूर्वक करना चाहिए तथा भूलकर भी उसका प्रचार नहीं करना चाहिए। वह जो भी सूचना तथा सामग्री एकत्रित करता है उसका उसे अध्ययन और अनुसंधान करने के बाद एक सुसंगत समाचार का रूप देकर समाचार पत्रों में प्रकाशित करना चाहिए और सभी प्रकार के खतरों से बचते हुए अपनी निष्ठा बनाए रखनी चाहिए।

विशेष संवाददाता का कार्य अत्यधिक कठिन है। उसे अपने समाचारों को एक संहत चित्र के संबद्ध अंशों के रूप में प्रस्तुत करना पड़ता है। साथ ही साथ इस बात पर भी ध्यान देना होता है कि उसका समाचार बिल्कुल साधारण सा जान पड़े और दूसरों द्वारा उसके लिए खोदे गए गड्ढों में न जा गिरे। यदि वह इस कार्य में सफलता प्राप्त कर लेता है, तो वह न केवल समकालीन इतिहास का ही निर्णय करेगा बल्कि जो कुछ भी लिखेगा वह एकदम साहित्य के समान लगेगा।

३.८.३. विशेष संवाद लेखन

उन्नत और विकासशील देशों में विशेषीकृत संवाद लेखन का कार्य अपनी चरम सीमा पर है। भारत में भी विशेषीकृत संवाद लेखन का विकास हो चुका है। आधुनिक तकनीकी युग की बढ़ती हुई जटिलताओं के साथ ही साथ विशेषीकृत संवाद लेखन का महत्व बढ़ता जा रहा है। पत्रकारिता आज अनेक लेखकों तथा विशेषज्ञों को जन्म दे चुकी है जिससे इस क्षेत्र में लगातार विकास हो रहा है। मुख्य रूप से समाचार पत्रों में सांस्कृतिक सामाजिक गतिविधियों, राजनैतिक गतिविधियों, वाणिज्यिक-व्यापरिक गतिविधियों, खेलकूद, मनोरंजन, महिला जगत, विज्ञान, शिक्षा, मनोविनोद, समाज कल्याण, चिकित्सा तथा स्वास्थ्य संबंधी विषयों को सम्मिलित किया जाता है। इनके अतिरिक्त और भी अनेक क्षेत्र हैं जिनके प्रति लोगों की रूचि बढ़ती जा रही है। इसलिए आम जनता की आवश्यकता और रुचियों की पूर्ति के लिए समाचार पत्र अनेक विषयों के बारे में लिखते हैं।

प्रत्येक समाचार पत्र के लिए यह संभव नहीं है कि वे सभी प्रकार के विशेषीकृत संवाद लेखन की व्यवस्था एक साथ कर सकें। इस कार्य के लिए वे विषयकों का चयन करते हैं और प्राथमिकता के आधार पर विशेषीकृत संवाददाताओं की सहायता से अपने प्रतिदिन तथा जो भी समाचार पत्र की प्रकाशित होने की अवधि हो, के संस्करणों में विशेषीकृत संवाद प्रकाशित करते

हैं। खासतौर पर समाचार पत्र के शनिवार और रविवार के संस्करण अत्यधिक महत्वपूर्ण होते हैं कयोंकि इन संस्करणों में पाठकों के लिए अनेक प्रकार की पठनीय तथा जानकारीयुक्त सामग्री प्रकाशित की जाती है।

खेल-कूद संवाददाता क्रिकेट, हॉकी, फुटबॉल, वालीबॉल, टैनिस, बैडमिंटन, गोल्फ बास्केट बॉल, तैराकी आदि खेलों से संबंधित संवाद लेखन करता है। कुछ समााचार पत्रों में तो खेल संवाददाताओं का विशेष दल होता है। आजकल खेलकूद के प्रति लोगों को रूचि और जिज्ञासा दिन प्रतिदिन बढती जा रही है। इसलिए अंग्रेजी तथा भारतीय भाषाओं में प्रकाशित होने वाले अधिकांश समाचार पत्र खेलकूद के समाचारों को प्रमुखता देते हैं। अनेक समाचार पत्रों में एक पूरा पृष्ठ या इससे भी अधिक भाग का उपयोग खेल समाचारों को प्रकाशित करने के लिए किया जाता है। ये संवाद समाचार समितियों के अतिरिक्त उनके अपने विशेषीकृत संवाददाताओं की सहायता से प्रकाशित किए जाते हैं। इस क्षेत्र में विशेष जानकारी के लिए संवाददाताओं और समाचार समितियों के अतिरिक्त स्वतंत्र रूप से लिखनेवाले व्यक्तियों की सेवाओं की भी सहायता ली जाती है जो इस क्षेत्र के संबंध में विशेष रूचि रखते हैं और अनेक आँकड़ों तथा तथ्यों की जानकारी अपने पाठकों तक पहुँचाते हैं।

वाणिज्य भी एक ऐसा ही क्षेत्र हैं जिसमें पाठकों की विशेष रूचि रहती है। समाचार पत्रों में व्यापार तथा वाणिज्य के समाचार, बाजार भाव तथा वस्तुओं की आवक आदि संबंधी समाचार प्रकाशित होते हैं। भारत में मुख्य रूप से इकोनोमिक टाइम्स तथा फाइनेन्शियल एकसप्रेस ऐसे समाचार पत्र हैं जो पूर्ण रूप से वित्तीय, औद्योगिक तथा आर्थिक पत्रकारिता से संबंधित हैं। वित्तीय औद्योगिक तथा वाणिज्यिक पत्रकारों का कार्य क्षेत्र तेजी से बढ़ता जा रहा है।

समाचार पत्रों में चलचित्र समीक्षक तथा समालोचक भी होते हैं। पाठक चलचित्र संबंधी समाचारों में भी विशेष रूचि रखते हैं, विशेषकर आज का युवा पुरुष तथा महिला वर्ग। समय-समय पर समाचार-पत्रों में शहर में प्रदर्शित होने वाली फिल्मों की जानकारी तथा समीक्षा प्रकाशित की जाती है। यद्यपि भारत में चलचित्रों से संबंधित अलग से कोई दैनिक समाचार पत्र नहीं है, लेकिन सामान्य दैनिक समाचार-पत्रों में फिल्मों के समाचार अवश्य प्रकाशित होते है। जब हम फिल्म-पत्रिकाओं की बात करते हैं, तो हमारे देश में उनका अभाव नहीं है। हमारे देश में अनेक फिल्मी पत्रिकाएँ प्रकाशित होती हैं जिनमें इस क्षेत्र में रुचि रखनेवाले पाठकों के लिए भरपूर सामग्री उपलब्ध होती है। इस प्रकार की पत्रिकाओं की बिक्री भी भारी संख्या में होती है।

विधि संबंधी संवाद लेखन अपने आप में एक अनोखा कार्य है। इसके लिए संवाददाताओं को न्यायालयों की कार्य प्रणाली, प्रक्रियाओं तथा विधि एवं विधान का व्यावहारिक ज्ञान होना आवश्यक है। भारत में विधि संबंधी संवाद लेखन के क्षेत्र में राजाओं का प्रिवीपर्स, बैंकों का राष्ट्रीयकरण, भूतपुर्व राष्ट्रपति श्री. वी. वी. गिरी और मुख्यमंत्री श्री श्यामाचरण शुकल के विरुद्ध निर्वाचन याचिकाएँ आदि विषय राष्ट्रीय रुचि के विषय रह चुके हैं और उनका संवाद लेखन भी एक विशेषीकृत कार्य के रूप में जाना जाता है। यह संपूर्ण कार्य कुशल और बुद्धिजीवी संवाददाताओं की कार्यकुशलता का परिणाम है। इन राष्ट्रीय प्रश्नों के अतिरिक्त सनसनीखेज हत्या, आतंकवाद, आंतरिक विद्रोह और अपहरण जैसे अनेक स्थानीय मामलों के बारे में जानकारी रखने में भी लोगों की बहुत रुचि होती है। लोगों की अभिरुचि के अनुरूप हमारे देश में प्रकाशित होने वाले अनेक प्रमुख दैनिक समाचारपत्र भरपूर सामग्रई पाठकों के सम्मुख प्रस्तुत करते हैं।

विशेषीकृत संवाददाता सीधे कॉलेजों तथा विश्वविद्यालयों से आए हुए व्यक्ति नहीं होते,

उन्हें समाचार पत्र के कार्यालयों और व्यावसायिक संस्थानों में आधारभूत प्रशिक्षण प्राप्त करना पड़ता है । वर्तमान पत्रकारिता का विशेषीकरण हो चुका है । इसलिए यह कहना कोई अतिशयोक्ती नहीं है कि भविष्य पूर्ण रूप से विशेषज्ञों का न हो किन्तु कोई भी बुद्धिमान संपादक उनकी उपेक्षा नहीं करेगा ।

निष्कर्ष

अंत में यही निष्कर्ष निकलता है कि विशेष संवाददाताओं की बहुत आवश्यकता है । विशेष रूप से इस अभिप्राय से जैसा कि एक संपादक द्वारा कहा गया है कि, हमारी समाचार की व्याख्या आधुनिकतम नहीं है, हम घटनाओं का वर्णन करने में सक्षम और अच्छे हैं, हम संवाद को पहचानते हैं, हम प्रसंगों से आकर्षित होते हैं, परंतु उन बातों से नहीं जिनसे घटनाएँ या प्रसंग उत्पन्न होते हैं । कहाँ कया खिचड़ी पक रही है, इसको ढुंढना एक विशेष संवाददाता का कर्तव्य और विशेषता है ।

उत्तरमाला

3.3 अ) 1-5, 2) 2 - 4,
3) 3 - 1 4) 4 - 3 5) 5 - 3

ब) 1) सर्वोपरि 2) मंत्रीमंडल - शासक
3) तकनीक, कार्यान्वयन , निर्धारण 4) एजेन्सियों, चार, प्रेसटेलिग्राम

3.8. अ) रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए ।
1) योगिक 2) उपभोक्ता, दिलो-दिमाग
3) वर्गीकृत 4) उपभोक्ता, क्रयविचार, भोग
5) पोस्टरों और होर्डिंगो

ब) एक वाक्य में उत्तर लिखिए ।
1) देश के कानूनी प्रावधान के अनुकूल
2) जिस विज्ञापन से किसीकी अवमानना या अनादर हो
3) देश की धार्मिक मान्यताएँ, कानून और नैतिकता के विरोध में न हो ।
4) धर्म और राजनीति से संबंधित
5) प्रामाणिक और तथ्यात्मक जानकारी

अधिक टिप्पणी के लिए

अधिक टिप्पणी के लिए

अधिक टिप्पणी के लिए

अध्याय ४

पत्रकारिता के अन्य क्षेत्र

४.१.उद्देश्य
४.२. फीचर (रूपक) लेखन
४.३ सांस्कृतिक लेखन
४.४ भेंट वार्ता लेखन
४.५.विज्ञापन
४.६ समारोप

४.१. उद्देश्य :

- इस पाठ को पढ़कर छात्र,
- पत्रकारिता के अन्य क्षेत्रों का परिचय बता सकेंगे ।
- फीचर (रूपक) लेखन के संदर्भ में विशद रूप से जानकारी दे सकेंगे ।
- सांस्कृतिक लेखन एवं भेंट वार्ता के स्वरूप को स्पष्ट कर सकेंगे ।
- विज्ञापन क्षेत्र की जानकारी स्पष्ट कर सकेंगे ।

भूमिका

समाचार पत्रों के प्रतिरूप दिन – प्रतिदिन बदलते जा रहे हैं । यह परिवर्तन बीसवीं शताब्दी की प्रगति के साथ साथ हुआ । पहले पहले संपादकों द्वारा समाचार सामग्री को प्रायः निम्न तीन श्रेणियों में विभाजित किया जाता था ।

१. सीधे समाचार
२. रूपक (फीचर), तथा
३. नीति संबंधी सामग्री

वर्तमान समय में इन तीनों श्रेणियों का विलय केवल एक श्रेणी के रूप में हो चुका है । कोई भी विशेष व प्रधान लेख जो किसी समाचार पत्र पत्रिका में किसी भी प्रकरण संबंधी विषय पर प्रकाशित होता है उसे फीचर (रूपक) या प्रधान लेख कहते हैं । फीचर तैयार करने की विशेषता भारतीय समाचार पत्रों में बहुत कम पाई जाती है । अनेक विशेषताएँ ऐसी होती हैं जो फीचर तथा लेख दोनों के निर्माण में समान रूप से पाई जाती हैं । दोनों के लिखने के ढंग ऐसे होते हैं जिनमें समाचारों का समावेश नहीं होता । दोनों ही ऐसे गुणों से परिपूर्ण होते हैं जो एक अच्छे गद्य साहित्य के लिए आवश्यक है । प्रायः एक लेख फीचर का रूप ग्रहण कर सकता है और एक फीचर में लेख के लक्षण विद्यमान होते हैं । फीचर तथा लेख के बीच अंतर स्पष्ट करना संभव नहीं होता है । दोनों

ही कलाएँ एक-दूसरे के क्षेत्र में अतिक्रमण करती हैं । संक्षेप में फीचर में किसी घटना, व्यक्ति, वस्तु या स्थान के बारे में लिखा जाने वाला विशिष्ट आलेख है जो कल्पनाशीलता और सृजनात्मक कौशल के साथ मनोरंजक और आकर्षक शैली में पाठकों के सम्मुख प्रस्तुत किया जाता है।

फीचर लिखने के लिए लेखक को प्रायः अपनी आँखों और कानों पर भरोसा करना पड़ता है तथा प्रतिक्रियाओं, अनुभूतियों एवं भावों का सहारा लेना होता है । इसके विपरीत लेख निर्माण के लिए लेखक को प्रायः पुस्तकों का अध्ययन एवं पूर्व पीठिका में दी जाने वाली सामग्री की आवश्यकता हाती है।

सीधा समाचार तत्कालिक घटनाओं का यथातथ्य अभिलेख होता है, जो निर्वैयक्तिक शैली में लिखा जाता है । फीचर अकस्मात आने वाले समाचार के बाहर किसी भी खण्ड, चित्रावली या समाचार-वृत्त या श्रेणीगत नाम है । उसे हमेशा अपनी इच्छानुसार लिखा जाता है । लेख लिखते समय आँकड़ो, तथ्यों और अभिनिर्देशों की सहायता ली जाती है । फीचर लिखना लेख लिखने से जटिल कार्य है । फीचर तैयार करने में एक विशेष ढंग की आवश्यकता होती है, किन्तु लेख लिखना तथ्यों, आँकड़ो और अभिनिर्देशों को सामने रख देने के कारण एक सरल कार्य होता है ।

लेख गंभीर और नीरस भाषा शैली में लिखे जाने के बावजूद भी अपने महत्व को बनाए रखता है लेकिन फीचर लेखन में यह ढंग अत्यधिक घातक होता है । फीचर मनोरंजक, अनौपचारिक एवं घुल-मिलकर की जानेवाली बातचीत की शैली में लिखा जाता है जिससे वह पाठकों को आकर्षित कर सके तथा अपने महत्व को बनाए रखे ।

वर्तमान पत्रकारिता में मानवीय अभिरुचियों का इंद्रधनुष संपूर्ण विचारकाश पर छाया हुआ है । फीचर का विकास रंगीन वृत्तात्मक रचनाओं के रूप में हुआ है । सीधा समाचार मानवीय अभिरूचि के तत्व का समावेश ऐसी स्थितियों में अधिकाधिक होता जा रहा है जिनमें पहले सरल घोषणात्मक वाकयों या सीधे समाचार का प्रयोग किया जाता था । इसमें संवाद को व्यापक बनाने और मात्र घटनाओं के अभिलेखन से कुछ अधिक करने की आवश्यकता होती है ।

उन्नत व विकासशील देशों में फीचर लेखन पत्रकारिता की अभिव्यक्ति के रूप में अत्यधिक लोकप्रिय हुआ है । हमारे देश में भी इस दिशा में अत्यधिक विकास होने लगा है । भारतीय पत्रकारिता को राजनीति ने जन्म दिया है । समाचार पत्र हमारे देश के स्वतंत्रता संग्राम के प्रमुख साधन भी थे, इसलिए समाचार पत्रों में राजनीति प्रमुख रूप से छाई रही । गैर-राजनीतिक विषयों पर कम ध्यान दिया गया । भारत में पत्रकारिता के उद्‌भव और विकास का अध्ययन करने से प्रतीत होता है कि स्वतंत्रता संग्राम में लेखनी का उपयोग साहित्यिक अभिव्यक्ति के साधन के रूप में न करके तलवार की भाँति किया गया ।

स्वतंत्रता के बाद इस क्षेत्र में अत्यधिक परिवर्तन आया । यद्यपि राजनीति और राजनीतिक नेताओं का सम्मोहन जारी है, फिर भी समाचार पत्रों ने वृहत्तर आयामों का अन्वेषण करने और जीवन में उसकी समग्रता को देखने और समझने का प्रयास किया है । मानवीय अभिरूचि की सामग्री को अब सचित्र रूप में प्रकाशित करके आम जनता तक प्रस्तुत किया जाता है । अनेक प्रकार के गैर-राजनैतिक विषयों का प्रतिपादन कलाकारों की निपुणता के माध्यम से करके पाठकों को विभिन्न स्तरों पर क्रियाशील जीवन के बारे में अवगत कराया जाता है । स्वतंत्रता और आधुनिक घटनाओं के फलस्वरूप पत्रकारिता में अभिव्यक्ति का रूप संबंधी जो भी परिवर्तन हुआ है उसी के परिणामस्वरूप विशेषकर फीचर का प्रादुर्भाव हुआ है ।

4.2. फीचर (रुपक) लेखन लेखन

फीचर तथा लेख में अंतर

फीचर तथा लेख में कुछ विशेषताएँ ऐसी होती हैं जो दोनों में ही विद्यमान होती है, लेकिन दोनों का अपना अलग अलग अस्तित्व होता है । दोनों ही समाचार लेखन से भिन्न शैलियों में लिखे जाते हैं । पृष्ठभूमि के संदर्भ और अध्ययन से एक लेख की रचना की जा सकती है, पर फीचर की नहीं । फीचर लेखन के लिए विशेष तौर पर अनुभूतियों, भावनाओं, अवलोकन तथा कल्पना की आवश्यकता होती है । तथ्यों और आँकड़ो के आधार पर लेख का निर्माण तो सरल है पर फीचर लेखन का कार्य अत्यधिक कलात्मक और कठिन है । प्रत्येक की अपनी भिन्न शैली होती है । लेख के लिए पांडित्यपूर्ण शैली ठीक हो सकती है, लेकिन फीचर के लिए ऐसी शैली से काम नहीं चलता । फीचर के लिए पांडित्यपूर्ण शैली न होकर छोटी नदी के प्रवाह जैसी तथा सरल शैली की आवश्यकता होती है ।

दोनों की विषय वस्तु एक तो हो सकती है लेकिन उसका प्रतिपादन भिन्न होता है । लेख सामान्यतः किसी विशेष समस्या या उसके किसी विशेष पहलू का सूक्ष्म और विस्तृत अध्ययन होता है, इसके विपरीत फीचर में इतनी गहराई और विस्तृतता नहीं होती । फीचर के अंतर्गत गिने-चुने वाकयों से ही अपेक्षित प्रभाव उत्पन्न किया जा सकता है । स्पष्ट है कि लेख की अपेक्षा फीचर का आकार अत्यधिक छोटा होता है लेकिन उसका प्रभाव लेख से अधिक महत्व का होता है ।

फीचर लेखन सामान्यतः अगंभीर लेखन होता है । इसमें यत्र तत्र परिहास का पुट होता है । लेख में लेखक की रचना जीवन और जीवन की समस्याओं के प्रति दृष्टिकोण के आधार पर की जाती है । फीचर लिखने वाला व्यक्ति एक आजाद पंछी की तरह होता है जो स्वच्छंद विचरण करता है । प्रशंसा और निंदा करने के क्षेत्र में उसे लेख लिखने वाले व्यक्ति से अधिक स्वतंत्रता प्राप्त होती है । इन समस्त बातों का अर्थ यह बिल्कुल भी नहीं है कि फीचर की रचना केवल कल्पना के आधार पर की जाती है और उसके लिए अध्ययन की आवश्यकता नहीं होती । यदि लेखक की कल्पना अध्ययन और ठोस तथ्यों पर आधारित नहीं होगी तो फीचर निरर्थक हो जाएगा ।

फीचर की लोकप्रियता

भारतीय समाचार पत्रों में फीचर लेखन अत्यधिक लोकप्रिय हुआ है और उसके प्रति पाठकों की जिज्ञासा बढ़ती जा रही है । हमारे स्वदेश में अनेक फीचर लेखक उत्कृष्ट शब्द शिल्पी हैं जिनकी तुलना विश्व स्तर के उत्तम फीचर – लेखकों से की जा सकती है । भारतीय पत्रकारिता में अनेक विषयों से संबंधित रुपकों (फीचर) का विकास हुआ है, जैसे – त्यौहार संबंधी फीचर, व्यक्तित्व संबंधी फीचर, चित्रात्मक फीचर, ऐतिहासिक घटनाओं संबंधी फीचर, वैज्ञानिक आविष्कार संबंधी फीचर, आदि । इसके अतिरिक्त फीचर लेखन मानवीय अभिरुचि की सामग्री प्राप्त करने के लिए नए नए विषयों तथा क्षेत्रों के लिए प्रयत्नशील और प्रगतिशील है ।

यदि व्यक्तित्व से संबंधित रुपकों के विषय किसी राष्ट्रीय महापुरुष पर आधारित होते हैं, तो वे विशेष रूप से रूचिकर और लोकप्रिय होते हैं । पहले पहले रुपकों का संबंध मुख्य रूप से राजनीतिज्ञों से होता था । लेकिन वर्तमान समय में जीवन के अन्य क्षेत्रों, जैसे – साहित्य और कला के विख्यात व्यक्तियों पर फीचर लिखे जाने लगे हैं ।

यह प्रवृत्ति दिन-प्रतिदिन बढ़ती जा रहा है कि कवि एवं साहित्यकार के जन्म दिवस, किसी चित्रकार की स्वर्ण जयंती, किसी महान संगीतकार की जयंती, या किसी प्रख्यात वैज्ञानिक

की हीरक जयंती, आदि अवसरों पर व्यक्तित्व संबंधी रुपकों की प्रख्यात वैज्ञानिक की हीरक जयंती, आदि अवसरों पर व्यक्तित्व वर्णित व्यक्तियों की उपलब्धियों और राष्ट्रीय जीवन की समृद्धी में उनके योगदान और कर्तव्यनिष्ठा की प्रशंसा की जाती है ।

तीज–त्यौहार संबंधी फीचर भी अत्यधिक पसंद किए जाते है । हमारे देश में समय – समय पर अनेक प्रकार के त्यौहार विभिन्न प्रकार के संप्रदायों और धर्मों के आधार पर मनाए जाते हैं, जैसे – होली, दीपावली, दशहरा, क्रिसमस, ईद, मुहर्रम, पोंगल, ओड़म, आदि । इन अवसरों पर प्रत्येक समाचार पत्र तथा पत्रिकाएँ उनके अर्थ, महत्त्व तथा उनकी समकालीन प्रासंगिकता पर फीचर प्रकाशित करते हैं ।

चित्रात्मक रुपकों का प्रचलन दिन–प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है । इनका विकास नियमित रूप से हो रहा है, जिससे उनके उज्ज्वल भविष्य की कामना की जा सकती है । समय समय पर चित्रात्मक रुपकों को प्रकाशित करने के तौर – तरीकों में परिवर्तन होता रहता है । ये परिवर्तन उनके महत्व और प्रचार को बढाने के लिए किए जाते हैं । पहले पहल लेख को आकर्षक बनाने के लिए उस पर आधारित एक या दो चित्र प्रकाशित करके उनके नीचे चित्रों के बारे में एक या दोन पंक्तियाँ लिखी जाती थीं या उपयुक्त शीर्षक दे दिया जाता था, लेकिन अब यह प्रचलन एकदम बदल गया है । आजकल चित्रों का चयन इस प्रकार किया जाता है कि चित्र स्वयं अपनी कहानी को बताने योग्य होते हैं । उनको देखते ही ऐसा लगता है कि वे अपने बारे में स्वयं बता रहे हैं । चित्रों के शीर्षक केवल एक चित्र को दुसरे चित्र से संबद्ध करने के लिए दिए जाते है । लेख की कुछ पंक्तियों का उपयोग संपूर्ण सामग्री का सिलसिला तथा क्रमबद्धता को बनाएं रखने के लिए किया जाता है । किसी लेख के साथ एक – दो चित्र प्रकाशित करने से लेख की शोभा को चार चाँद लग जाते हैं और वे पाठकों को तुरंत अपनी और आकर्षित करते हैं । जब चित्र स्वयं बोलकर अपनी कहानी सुनाते हैं, तो उनका प्रभाव वर्णनातीत होता है । शब्दों के स्थान पर चित्रोंद्वारा उभरे बिंब पाठकों के लिए अधिक स्थायी होते हैं । कम पढ़े – लिखे व्यक्तियों तथा साहित्यिक भाषा के सूक्ष्म अर्थ को न समझने वाले व्यक्तियों को भी चित्र अपना अर्थ स्वयं समझा देते हैं ।

वर्तमान समय में प्रत्येक प्रतिष्ठित समाचार पत्रों के कार्यालयों में अनेक प्रतिभावान चित्र पत्रकार कार्यरत हैं जो अपनी प्रतिभा को कला के लिए आम जनता के बीच प्रसिद्ध हैं । वे अपनी कला और कलाकौशल के माध्यम से इस क्षेत्र के विकास में हर क्षण जुटे हुए है ।

अपनी प्रगति जाँचिए ।

प्र. 1. अ) एक वाक्य में उत्तर लिखिए ।

1. संपादक द्वारा समाचार सामग्री के कौन–से तीन विभागों में विभाजित किया जाता है ।
2. फीचर लेखन के प्रमुख दो गुण कौन–से ?
3. फीचर लेखन के दो बिंदू स्पष्ट स्पष्ट कीजिए ।
4. जीवन का अनमोल रस क्या है ?
5. फीचर लेखन की भाषा कैसी होनी चाहिए ?

ब) उचित जोड लगाइये ।

1) फीचर लेखन	निर्वैयक्तिक शैली
2) सीधा समाचार	अनुभूतियों एवं भावों का सहारा
3) विकासशील संस्थाएँ	पांडित्यपूर्ण शैली
4) फीचर के लिए बाधा	फीचर सिंडीकेट

4.2.1. व्यंग्य चित्र और हास्य चित्र :

व्यंग्य चित्र और हास्य चित्र एक अन्य प्रकार के फीचर हैं जो अत्यधिक लोकप्रिय होते हैं। व्यंग्य और हास्य चित्रों के क्षेत्र में भारत में कुछ ऐसे निपुण चित्रकार हैं, जो विश्व के उत्तम व प्रसिद्ध चित्रकारों के साथ तुलना करने के प्रमुख दावेदार हैं । शंकर वीकली के शंकर को भारत के विख्यात चित्रकारों में गिना जाता है । स्वतंत्रता से पूर्व वे ब्रिटिश शासकों की आलोचना तथा उनका उपहास करने के लिए अपनी कला का प्रयोग करते थे । स्वतंत्रता के बाद सामाजिक व्यंग्यकार भी हुए । व्यंग्य चित्र मात्र पेन्सिल और कलम द्वारा खींची गई रेखाएँ होती हैं लेकिन उनको देखते ही हँसी के ठहाके लगाने में कोई देर नहीं लगती । परिहास की भाँति व्यंग्य चित्रों में यह एक सबसे बड़ी विशेषता होती है जिस पर व्यंग्य चित्र बनाया गया हो । व्यंग्य चित्र यदि किसी को पीड़ा पहुँचाने वाला या चोट करने वाला हो तो वह अपने उद्देश्य में असफल रहता है, उसमें विद्वेष की भावना नहीं होनी चाहिए । व्यंग्य चित्रों की ओर देखने का एक विहंगम दृष्टिकोण होता है. जो कि व्यंग्य चित्रकार का अपना स्वयं का दृष्टिकोण होता है । मुद्रित सामग्री में अनेक स्तंभों से अभिप्रेत प्रभाव सावधानीपूर्वक चुने गए और संपादित किए गए कुछ चित्रों से उत्पन्न किया जा सकता है । इसलिए एक व्यंग्य चित्रकार अपनी कलम की कुछ रेखाओं से उस पूरे प्रभाव को उत्पन्न कर सकता है ।

भारतीय समाचार - पत्रों तथा पत्रिकाओं में व्यंग्य चित्रों का प्रयोग दिन - प्रतिदिन अधिकाधिक मात्रा में हो रहा है । आजकल देश के प्रमुख समाचार पत्रों में अनेक विख्यात व्यंग्य चित्रकार हैं । इन व्यंग्य चित्रकारों के व्यंग्य चित्र और लघु व्यंग्य चित्र नियमित रूप से समाचार पत्रों में प्रकाशित होते हैं जो आमतौर पर पाठकों द्वारा सराहें जाते हैं जिससे इनकी उपयोगिता दिन - प्रतिदिन बढ़ती जा रही है ।

4.2.2. फीचर लेखन के सहायक तत्त्व :

रोचकता तथा आकर्षण फीचर का सबसे प्रमुख गुण होता है । फीचर को आकर्षक और रोचक बनाने के लिए जिन सहायक तत्वों की सहायता ली जाती है, उनका संक्षिप्त वर्णन निम्न प्रकार है :

१. फीचर लेखक को निश्चितता और उपयुक्तता का विशेष ध्यान रखना चाहिए । एक ही बात को बार - बार दोहराना फीचर की उपयोगिता को नष्ट करने के बराबर होता है । किसी भी तथ्य को घुमा-फिरा कर नहीं लिखना चाहिए । लिखने की शैली सरल और सहज होनी अत्यन्त आवश्यक है । फीचर लिखते समय लेखक को प्रारंभ से अंत तक अपने विषय की सीमा के अंदर रहना चाहिए । विषय से अन्यत्र कहीं भटकना नहीं चाहिए, ऐसा करने पर फीचर का धारा प्रवाह समाप्त हो जाता है और उसकी क्रमबद्धता नष्ट हो जाती है ।

२. किसी भी लेखक या व्यक्ति द्वारा कही गई बात को उसी के शब्दों में प्रस्तुत करना चाहिए।

३. फीचर लेखक को अपने पाठकों को सतर्क रखने का प्रयास करना चाहिए । जिससे पाठक आगे आनेवाली बातों को पढ़ने के लिए उत्सुकता दिखाएँ ।

४. रचना को रोचक और आकर्षक बनाने के लिए प्रतिक्रियाओं और घटनाओं का उचित प्रयोग होना चाहिए । इस बात का विशेष ध्यान रखना चाहिए कि पाठक को कोई बात अखरे नहीं।

५. हास – परिहास जीवन का अनमोल रस है जो जीवन को रसमय बनाता है । इसलिए लेखक को अपने द्वारा लिखित फीचर में उपयुक्त स्थान पर हास्य रस का प्रयोग करके अपनी रचनाओं को सुंदर बनाने का प्रयत्न करना चाहिए । लेखक के विचार सटीक और सूझबुझ युक्त होना चाहिए ।

६. फीचर लिखते समय लेखऱक को भूमिका इस तरह से लिखनी चाहिए की पाठक के मन में उसके संबंध में जिज्ञासा तथा अभिरुचि उत्पन्न हो जाए ।

७. फीचर लिखने की सफलता का महत्त्वपूर्ण तत्व अच्छा प्रारंभ और आनंदमय अंत होता है ।

८. फीच गद्य का गीत होने के नाते लंबा, नीरस तथा गंभीर नहीं होना चाहिए । उसे रोचक तथा धमाकेदार होना चाहिए जिससे लोगों के चित्त प्रसन्न हो जाएं तथा उनक दिलों में आकर्षण उत्पन्न हो ।

९. फीचर प्रमुख रूप से विनोद और आनंद के लिए ही लिखा जाना चाहिए ।

१०. फीचर में लेखक को अपने मनोवृत्ति और अपनी समझ के अनुसार किसी विषय या व्यक्ति का चित्रण करना पडता है । फीचर लिखते समय हास्य और कल्पना का विशेष योगदान होता है ।

११. लेखक अनुभव और अनुमान भी महत्वपूर्ण तत्व है जिससे विभिन्न प्रकार के फीचर्स का जन्म होता है ।

१२. पुराने पत्रों तथा पत्रिकाओं का अध्ययन महत्वपूर्ण होता है, कयोंकि कभी कभी उनमें बहुत अच्छी सामग्री प्राप्त हो जाती है और उसी विषय से संबंधित अनेक विचार भी मन में आ जाते हैं । जिससे एक सुंदर और उपयोगी फीचर की रचना की जा सकती है ।

4.2.3. लेख के आवश्यक तत्व

जिस प्रकार रूपकों को आकर्षक और मनोरंजक बनाने के लिए अनेक तत्व सहायक होते हैं ठीक उसी तरह लेख लिखते समय अनेक बातों का ध्यान रखना अत्यंत आवश्यक है । लेख लिखते समय विशेषकर जिन तत्वों की सहायता की जाती है वै इस प्रकार है :

१. लेख लिखते समय अधिक से अधिक सामग्री का संयोजन करना पडता है । इसके लिए अध्ययन और विषय के विशेषज्ञों के सुझाव मुख्य रूप से उपयोगी सिद्ध होते हैं ।

२. लेख लिखने के लिए सरल और सुबोध भाषा – शैली का प्रयोग करना चाहिए । एक बार लिखे गए लेख को बार बार पढ़कर उसमें आवश्यक परिवर्तन करने चाहिए जिससे वह समाचार पत्रों तथा पत्रिकाओं में प्रकाशित करने योग्य बन सके ।

३. एक बार लिखे गए लेख को दोबारा पढ़ने पर अगर कोई अन्य विचार दिमाग में आ

जाए, तो उस विषय से संबंधित हो, तो उसका भी समावेश लेख में अवश्य कर देना चाहिए ।

४. प्रारंभ से ही लेख में ऐसी भाषा का प्रयोग करना चाहिए जो पाठकों को लगातार ललचाने वाली हो ।

५. लेख के विषय में संबंधित उपयोगी चित्रों को भी सम्मिलित करना चाहिए जिनसे उनकी उपयोगिता बढ़ जाती है ।

६. ऐसे प्रश्नों के उत्तर भी लेख में क्रमबद्ध रूप में शामिल करने चाहिए जो अचानक पाठकों के मन में आ जाते हैं ।

७. लेख को रुचिकर बनाने के लिए उसमें आँकड़ों और तथ्यों का उचित पुट होना चाहिए. जो निश्चित और उपयुक्त हों ।

८. लेख का प्रत्येक अनुच्छेद एक संपूर्ण विचार से परिपूर्ण होना चाहिए । अनायास के अनुच्छेद बना देने से लेख का स्वरूप बिगड़ सकता है ।

९. जहाँ कहीं भी किसी नई बात का वर्णन करना हो उसे नए अनुच्छेद से प्रारंभ करना चाहिए ।

१०. लेख को ऐसी विधा से लिखा जाना चाहिए जो पाठकों को उसका अंत जानने के लिए मजबूर कर दे । यह बात तभी संभव होती है जब लेख का प्रारंभ आकर्षक और सुंदर हो।

4.2.4.फीचर सिंडीकेट :

समाचार पत्रों तथा नियतकालिक पत्रिकाओं के लिए रूपकों, फोटोग्राफी, हास्य चित्रों, व्यंग्य चित्रों आदी की पूर्ति कराने हेतु फीचर सिंडीकेट का विशेष योगदान होता है । हमारे देश में इण्डिया प्रेस सर्विस, इण्डियन न्यूज एण्ड फीचर एलाइन्स तथा फॉरिन न्यूज फीचर्स आदि सिंडीकेट इस क्षेत्र के विकास के लिए कार्य कर रहे हैं । इनके अतिरिक्त किंग्ज फिचर्स सिंडीकेट तथा इन्टरनेशनल न्यूज फोटोज तथा ऐसी ही कुछ अन्य विदेशी सिंडीकेट भी हैं जो भारत में पत्रकारिता के विकास के लिए कार्य कर रही हैं ।

भारत में फीचर सिंडीकेट की स्थापना एक नया प्रयास है । ये संस्थाएँ अत्यधिक विकासशील हैं जो आमतौर पर एक व्यक्ति द्वारा संचालित की जातीं । भारतीय समाचार पत्रों में सिंडीकेट्स द्वारा दिए गए फिचर्स का प्रचार बड़ी तीव्र गति से बढ़ता जा रहा है । इसके साथ ही साथ अनेक स्वदेशी फीचर विशेषकर हास्य चित्र और व्यंग्य चित्र हमारे देश के प्रमुख समाचार - पत्रों में नियमित रूप से प्रकाशित होते रहते हैं । समाचार पत्र आयोग ने इस पहलू पर ध्यान आकर्षित करते हुए कहा है कि, यद्यपि सिंडीकेट्स द्वारा दी गई सामग्री सामान्यतः हानिकारक सिद्ध नहीं हुई है तथापि इस बात की संभावना है कि कुछ विदेशी हास्य चित्रावलियाँ बच्चों के मन पर बुरा प्रभाव डालती हैं । किसी कहानी को व्यंग्य चित्रों के क्रम में प्रकाशित करना आपत्तिजनक प्रतीत नहीं होता और वह हमें उपयोगी तकनीक जान पड़ती है, किन्तु हमारा यह विचार है जिन कथाओं को धारावाहिक रूप में दिखाया जाता है ये अवांछनीय होती हैं । उनमें से कुछ तो अपराध का गौरव बढ़ाती हैं और वह भी कुछ ऐसी पृष्ठभूमि के साथ जो भारत के लिए परकीय होती हैं और नैतिक मूल्यों के प्रति भ्रमित होने की स्थिति उत्पन्न कर देती हैं ।

इस चेतावनी के पश्चात समाचार - पत्र आयोग ने फिर कहा है कि,हमने यह देखा है कि समाचार पत्रों ने हास्य चित्रावलियों और व्यंग्य चित्रों में भारतीय हासल्य कला को न तो प्रोत्साहित

किया है और न ही उसके उपयोग का प्रयास किया है हमारा विचार है कि इस दिशा में समाचार पत्रों को प्रयत्न करना चाहिए । अब समाचार पत्रों तथा नियतकालिक पत्रिकाओं में ऐसे प्रयासों को अधिक से अधिक प्रोत्साहन दिया जा रहा है ।

- फीचर सिंडीकेट का महत्त्व
- फीचर लेखन के मुख्य बिन्दु

एक आकर्षक और उत्कृष्ट फीचर को लिखने के लिए निम्नलिखित बिन्दुओं पर ध्यान देना अति आवश्यक है :

१. विषयवस्तु का चयन
२. सामग्री संकलन
३. प्रस्तावना अथवा पृष्ठभूमि
४. विवेचन तथा विश्लेषण
५. निष्कर्ष अथवा उपसंहार
६. प्रभावपूरण शीर्षक
७. यदि आवश्यक हो तो उचित छायांकन
८. सरल और बोधगम्य भाषाशैली
९. सामायिकता, आकर्षण, सूचना और शिक्षण के साथ – साथ मनोरंजन पर आधारित
१०. जिज्ञासा और सत्यता

4.3. सांस्कृतिक लेखन

हमारा देश बहुभाषिक देश है । अनेक प्रांतों की अनेक भाषाएँ अनेक र्म एवं अनेक रीति-रिवाजों का देश है । जैसे किसी देश की भौगोलिक ऐतिहासिक पृष्ठभूमि या परंपराएँ होती हैं वैसे ही हर धर्म, हर जाति के अपने संस्कार होते हैं, वे पीढ़ी दर पीढ़ी चले आते हैं । इन सबका मेल होकर देश की भी एक सांस्कृतिक पृष्ठभूमि होती है ।

समाचार पत्रों में इन्हीं सांस्कृतिक गतिविधियाँ एवं विशेषों का प्रतिबिंब देखने को मिलता है । जो भी समाचार, सूचना या जानकारी सांस्कृतिक पक्ष से जुड़ कर आती है वह सांस्कृतिक कहलाती है । समाचार पत्रों में सांस्कृतिक लेखन विविध अंगों से दिखाई देता है । संस्कृतिगत बातें, मुद्दे, तीज़-त्यौहार-पर्व, उत्सव, धार्मिक यात्राएँ, सांस्कृतिक दृष्टि से महत्त्वपूर्ण स्थान विशेषों में लगनेवाले मेले, उनके स्थान, विशेषों की महत्ता, उससे जुड़ी परंपरागत बातें, कुछ प्राचीन काल से चली आई हुई अद्‌भुत एवं फंटासी युक्त कहानियाँ इनके संदर्भ में समाचार पत्रों के लिए किए गए लेखन को सांस्कृतिक लेखन कहते हैं ।

सांस्कृतिक लेखन के साथ एक आध्यात्मिक एवं दार्शनिक पक्ष भी जुड़ा होता है अतः सांस्कृतिक लेखन अपने आप में विशिष्ट होता है । इसमें नीतिमूल्य, जीवन के धार्मिक पक्ष एवं संस्कारपूर्ण अंगों का भी विवेचन होता है । प्राचीन परंपराएँ एवं ग्रंथों से चले आए संस्कारों का विवेचन होता है । किसी धर्मोपदेशक एवं संत महात्माओंका जीवन एवं मानव के प्रति अभिव्यक्त दृष्टिकोण भी होता है ।

भारत जैसे विशालतम देश में सांस्कृतिक पक्ष पर लिखने जैसा बहुत कुछ है । हर प्रांत के सांस्कृतिक समारोहों, तीज़, त्यौहारों, मेलों आदि की जानकारी एवं परिचयात्मक लेखन तो इसमें होता है है, परंतु राष्ट्रीय त्योहार एवं पर्व का भी अंतर्भाव कभी कभी इसमें दिखाई देता है । इन

सबके साथ जुड़ा हुआ लेखन सांस्कृतिक लेखन कहलाता है । दिवाली, होली, ओणम, पोंगल आदि त्योहारों एवं पर्व पर आधारीत लेखन, विविध प्रकार के चित्र एवं फोटो समाचार पत्रों के समय समय पर हम देख सकते हैं । साथ ही बिहू, बैसाखी, ईद, रमजान, शिव जयंति, नवरात्रोत्सव इन त्योहारों को मनाने की पद्धतियों पर भी लिखा जाता है । इन प्रसंगों में खान-पान, पहनाना, व्रत - उपवास आदि के संदर्भ में भी जानकारी समाचार पत्रों में प्रकाशित होती रहती है ।

महाराष्ट्र में गणेशोत्सव कैसे मनाया जाता है । नैवेद्य में कौन-से पदार्थ होते हैं - गौरी की कहानी कया है, हरतालिका का व्रत कया है, यह व्रत कयों किया जाता है, इसमें कौन-कौन सी प्राचीन परंपराएँ कार्यरत हैं ? आदि की जानकारी सांस्कृतिक लेखन में आती है । गंगा की आरती, प्रयाग तीर्थों का स्नान, कुंभ मेले आदि के संदर्भ में भी समय समय पर विपुल जानकारी प्रसारित होती है । इस प्रकार के लेखन में फोटोज, व्हिडिओ आदि का भी प्रयोग किया जाता है । न केवल समाचार पत्रों के लिए बल्कि रेडिओ और दूरदर्शन की पत्रकारिता में भी सांस्कृतिक लेखन को बड़ा महत्त्व है । दूरदर्शन, रेडियो, समाचार पत्रों में इससे संबंधित साक्षात्कार, प्रत्यक्ष स्थान पर से सीधा प्रसारण भी किया जाता है । आज के वैज्ञानिक युग में सांस्कृतिक पक्ष का वर्णन, लेखन, दर्शन सहज साध्य हो गया है । इससे जिज्ञासा, कौतुलहता तो बढ़ती ही है, साथ में राष्ट्रीय एकात्मता का भाव भी बढ़ता है । इस प्रकार के लेखन के प्रसार से पर्यटन वृत्ति को बढ़ावा मिलता है और देश का भावनिक एवं आर्थिक विकास भी होता है ।

4.4. स्तंभ लेखन

पत्रकारिता के क्षेत्र में स्तंभलेखन का अपना महत्व है । स्तंभ अर्थात् खंबा अंग्रेजी में समाचार पत्रों के अंतर्गत इसे कॉलम कहते हैं । किसी भी समाचार पत्र में सबसे अधिक स्तंभ समाचारों के होते हैं । समाचार पत्र के पहले पृष्ठ से लेकर अंतिम पृष्ठ तक विविध प्रकार के समाचार छपे होते हैं । इन सबके अलावा विविध विषय होते हैं, उनके लिए विविध स्तंभों (कॉलम) का निर्माण किया जाता है । समाचार पत्र में कौन-कौन से स्तंभों की योजना होनी चाहिए इसे समाचार पत्रों के मालिक, संपादक, उपसंपादक या संपादक मंडल भी तय करता है । वे केवल स्तंभों की योजना नहीं करते, उसके साथही पृष्ठ सज्जा के अंतर्गत स्तंभों का विभाजन भी करते हैं । हिंदी समाचार पत्रों का अवलोकन करने के उपरांत हम यह देखते है कि समाचारों के अलावा उनमें बहुत कुछ होता है जो स्तंभों में समाविष्ट होता है । विशेष रूप से महिलाओं के संदर्भ में या अभिनेत्री या अभिनेता के संदर्भ में लेख एवं स्तंभ होते हैं, फिल्मी जगत् की खबरे भी इससे जुड़ी होती हैं । विविध प्रकार के स्तंभों में कई विषयों पर लेखन होता है । जैसे - पर्यटन, भूगोल, स्वास्थ्य, आहार, भविष्य या राशिफल, त्योहार तथा पर्व, व्यंग्यचित्र, हास्य, विनोद, चुटकुले, कार्टून, फिल्मे, नाटक, नई पुस्तकों की समीक्षा इसमें होती है । संगीत एवं खेलों की जानकारी भी स्तंभों में होती है । सांस्कृतिक पक्ष्यों पर परिचर्चा, विविध पक्षों पर मत इसमें दिए जाते हैं । विविध प्रकार के समाचार होते हैं, उनके प्रकारों के अनुसार विविध प्रकार के स्तंभों की योजना होती है । महत्वपूर्ण समाचार, विशिष्ट समाचार - समाचार पत्र के पहले पृष्ठ पर छापे जाते हैं । स्थानीय समाचार भी महत्वपूर्ण होते हैं, उनके लिए भी छोटे-छोटे स्तंभों की योजना की जाती है । शहर में विविध प्रकार के हादसे या अपराध होते हैं उन्हें मद्देनजर रखकर स्तंभ बनाये जाते हैं - दुर्घटना, गुनाहगीरा या चोरी-डकैती स्तंभ के अंतर्गत उनके समाचार या घटनाओंका ब्यौरा होता है । शहर में विविध प्रकार के राष्ट्रीय - सामाजिक कार्यक्रमों का आयोजन होता है ।

प्रासंगिक घटनाओं पर सभाएँ एवं व्याख्यान भी होते हैं । रेडिओ और दूरदर्शन पर भी रोजमर्रा के कार्यक्रमों से हटकर कुछ विशेष कार्यक्रम होते हैं – उनका भी विशेष स्तंभों में उल्लेख होता है आज शाम रेडिओपर, दूरदर्शन पर आज या शहर की खास खबर या शहर में आज इन शीर्षकों के अंतर्गत ये स्तंभ बनाये जाते हैं । इनके जैसे स्तंभों के प्रति पाठकों की हमेशा रूचि रहती है । ऐसे स्तंभ पाठकों के आकर्षण का केंद्र बनते हैं । कुछ स्तंभ केवल फोटो – विशेष के लिए सुरक्षित होते हैं । वहाँ केवल फोटो कॅप्शन के लिए ही स्थान होता है । उदा. जापान में आयी त्सुनामी, पूल गिरने के दृश्य, भूख भरी या अकाल के संकट को दर्शाने फोटो – इस प्रकार के फोटोज के लिए कुछ शब्दों में लिखने की आवश्यकता नहीं होती । इन स्तंभों के कारण प्रसंग एवं दृश्य की परिणामकारिता तो व्यक्त होती ही है परंतु समाचार पत्र की विश्वसनीय भी बनी रहती है।

संपूर्ण पत्रकारिता शीर्षक की हेरंब मिश्र की पुस्तक में स्थानीय, प्रांतीय, राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय ऐसे चार वर्गों में विविध प्रकार के समाचारों को विभाजित किया गया है और समाचार पत्रों में उसीके अनुसार स्तंभों का निर्माण किया जाता है । कई प्रकार के समाचार, सामाजिक कार्य, सुयश, विशिष्ट बैठकों, समारोह, प्रदर्शनियाँ, जुलूस, मोर्चे, आंदोलन आदि के संदर्भ में समाचार बने हुए विशिष्ट स्तंभों में छापे जाते हैं ।

विविध प्रकार के सांस्कृतिक एवं धार्मिक समाचारों के भी स्तंभ होते हैं, उनमें विविध व्रत, आध्यात्मिक कार्य, त्यौहार, पर्व, उत्सव, धार्मिक यात्राएँ आदि का विवरण सचित्र भी छपा जाता है । समाचार पत्रों में महत्वपूर्ण एक स्तंभ होता है संपादकीय स्तंभ या अग्रलेख – उसका पाठकों की दृष्टि से बड़ा महत्व होता है ।

इस प्रकार विविध प्रकार के स्तंभों के लिए विविध स्थान, पृष्ठ आदि के संदर्भ में स्तंभ योजना का निर्णय संपादक मंडल लेता है । आज कल विज्ञापनों का बड़ा बोलबाला है, कभी-कभी विज्ञापन पूरे पृष्ठपर छाए हुए दिखाई देते हैं । व्यावसायिक, कृषि, खेल के विज्ञापन तो होते ही हैं परंतु सरकारी सूचनाएँ, विज्ञप्तियाँ संस्थाओंकी ओर से आए विवरण भी स्तंभों की अंतर्गत छापे जाते हैं ।

उपसंहार :

इस अंतिम अध्याय में पत्रकारिता के अन्य क्षेत्रों पर यथा संभव प्रकाश डालने का प्रयास किया है। जैसे – जैसे मानव प्रगति और विकास करता जाएगा वैसे – वैसे पत्रकारिता के क्षेत्र की व्याप्ति बढ़ जाएगी, इसके साथ कई आयाम आकर जुड़ जाएंगे ।

समापन :

इस छोटे से पुस्तक में वृत्तविद्या (पत्रकारिता) का परिचय देने का देने का यथासंभव प्रयास किया है । यह विषय जानकारी के एवं अन्य ग्रंथों के आधारपर ही प्रस्तुत किया जा सकता है, अतः कई ग्रंथों की सहायता इसमें ली गई है । अंतमें पुस्तक सूची दी गई हैं । स्वयं लेखक होने का दावा भी यहाँ अनधिकार होगा । यह सामग्री संकलन हैं । इसे प्रस्तुति कह सकते हैं । आप सभी छात्रों के लिए यह अध्ययनार्थ है । अंत में लोकमान्य बाल गंगाधर टिळक जी के व्यक्तित्त्व एवं कृतित्व के प्रति हम नतमस्तक हैं । महाराष्ट्र की पत्रकारिता को एक नया रूख एवं नई दिशा देने का

कार्य उन्होंने किया है । केसरी पत्र इसके साक्ष्य रूप में आज भी है । इस विषय के समापन क्षण में लोकमान्य टिळकजी के प्रति विनम्र अभिवादन !

उत्तरमाला :

अ) एक वाक्य में उत्तर लिखिए ।

1) रूपक तथा नीति संबंधी सामग्री

2) रोचकता और आकर्षण

3) विषय वस्तु का चयन और प्रभावपूर्ण शीर्षक

4) हास – परिहास

5) पाठकों को आकर्षित करनेवाली, सीधी

ब) उचित जोड लगाइए

1) 1 – 2 2) 2 – 1

3) 3 – 4 4) 4 – 3

प्रश्नमंजुषा

दीर्घोत्तरी प्रश्न तथा टिप्पणियाँ

दीर्घोत्तरी प्रश्न :

१. वृत्तविद्या (पत्रकारिता) की परिभाषा को उद्‌धृत करते हुए पत्रकारिता के महत्व एवं आधुनिक स्वरूप को स्पष्ट कीजिए ।

२. पत्रकारिता का स्वरूप एवं सकी विशेषताओं को स्पष्ट कीजिए ।

३. आधुनिक युगीन वृत्तविद्या (पत्रकारिता) की स्थिति एवं समाजपर परिलक्षित उसके प्रभाव का विश्लेषण कीजिए ।

४. पत्रकारिता के इतिहास को स्पष्ट कीजिए ।

५. पत्रकारिता (वृत्तविद्या) के विविध आयामों पर प्रकाश डालिए ।

६. मीडिया के विविध प्रकारों पर प्रकाश डालिए ।

७. वृत्तविद्या (पत्रकारिता) के पारंपरिक एवं आधुनिक स्वरूप को स्पष्ट कीजिए ।

८. पत्रकारिता के उद्देश्यों का सोदाहरण विवेचन कीजिए ।

९. स्वतंत्रता पूर्व एवं स्वातंत्र्योत्तर पत्रकारिता की स्थिति की विवेचना कीजिए ।

१०. प्रिंट मीडिया एवं इलेकट्रॉनिक मीडिया की तुलना कीजिए ।

११. रेडिओ एवं दूरदर्शन पत्रकारिता के स्वरूप को स्पष्ट कीजिए ।

१२. वृत्तविद्या (पत्रकारिता) के विकास क्रम को स्पष्ट कीजिए ।

१३. पत्रकारिता के मानव, मौखिक एवं लिखित संचारों को विश्लेषित कीजिए ।

१४. मुद्रण युग (बघथम ह्स्त्र) के कारण पत्रकारिता में आए हुए परिवर्तनों को सोदाहरण स्पष्ट कीजिए ।

१५. पत्रकारिता के क्षेत्र में इलेकट्रानिक सुविधा के कारण आए बदलावों का सोदाहरण विवेचन कीजिए ।

१६. भारतेन्दु युग से गांधी युग तक की पत्रकारिता की विशेषताओं को रेखांकित कीजिए ।

१७. समाचार पत्रों की कार्यप्रणाली को स्पष्ट कीजिए ।

१८. संपादक के महत्त्व एवं कार्य पर प्रकाश डालिए ।

१९. उपसंपादक की आवश्यकता एवं समाचार पत्रों के संबंध में उसके कार्य को विशद कीजिए

२०.	संवाददाता कार्य एवं महत्व एवं स्वरूप रेखांकित कीजिए ।
२१	भेंटवार्ता का महत्व एवं स्वरूप स्पष्ट कीजिए ।
२२.	स्तंभ लेखन के संदर्भ में जानकारी दीजिए ।
२३.	फिचर लेखन एवं सांस्कृतिक लेखन के स्वरूप को स्पष्ट कीजिए ।
२४.	विज्ञापन का लेखन एवं समाचार पत्र में उसके महत्व को विशद कीजिए ।
२५.	गांधी-युग और भूमिगत प्रकाशन की विशेषताओं को रेखांकित कीजिए ।
२६.	स्वतंत्रता पूर्व एवं स्वातंत्र्योत्तर पत्रकारिता के उद्देश्योंपर प्रकाश डालिए ।
२७.	विज्ञापन एवं दूरदर्शन (टी.वी.) के परस्परसंबंध को स्पष्ट कीजिए ।
२८.	हिंदी सिनेमा की विशेषताओं को स्पष्ट कीजिए ।
२९.	हिंदी सिनेमा के द्वारा हुए समाज सुधार के कार्य पर प्रकाश डालिए ।
३०.	संपादक के गुण एवं उसके दायित्व को स्पष्ट कीजिए ।
३१.	रेडिओ के महत्व एवं उसकी उपयोगिता पर प्रकाश डालिए ।

टिप्पणियाँ :

१. पत्रकारिता की परिभाषा और समीक्षा
२. आधुनिक पत्रकारिता की विशेषताएँ
३. पत्रकारिता का समाजपर प्रभाव ।
४. पत्रकारिता और समाज सुधार
५. प्रिंट मीड़िया
६. मुद्रण-युग का प्रभाव
७. पारस्परिक क्रियात्मक संचार प्रणाली
८. इलेकट्रॉनित मीडिया
९. भूमिगत प्रकाशन
१० पत्रकाति की भाषा
११ रेडिओ
१२. गांधीयुगीन पत्रकारिता
१३. भारतेन्दु युगीन पत्रकारिता ।
१४. द्विवेदी युगीन पत्रकारिता
१५. संपादक का कार्य
१६. स्तंभ लेखन
१७. प्रुफ शोधन
१८. भेंट वार्ता
१९. सांस्कृतिक लेखन
२०. समाचार पत्र और विज्ञापन
२१. विज्ञापन की भाषा
२२. फीचर लेखन
२३. संवाददाता का कार्य

२४. संपादक के गुण

२५. मीडिया के प्रकार

२६. पारंपारिक पत्रकारिता

२७. वैश्विकरण की प्रक्रिया और जनसंचार

२८. संवाद लेखन

२९. समाचार पत्रों की कार्यप्रणाली

३०. समाचार पत्रों की भाषा

३१. समाचार पत्रों की विशेषताएँ

संदर्भ ग्रंथ सूची :

१. समाचार पत्रों की भाषा – डॉ. माणिक मृगेश

२. हिन्दी पत्रकारिता में अभिव्यंजन शिल्प – डॉ. राम अवतार शर्मा

३. पत्रकारिता में अनुवाद की समस्याएँ – डॉ. भोलानाथ तिवारी, जितेंद्र गुप्त

४. समाचार पत्रों का इतिहास – पं. अंबिका प्रसाद वाजपेयी

५. हिन्दी पत्रकारिता – डॉ. कृष्णबिहारी मिश्र

६. दि राइज अॅण्ड ग्रोथ ऑफ हिन्दी जर्नलिज्म – रामरतन भटनागर

७. हिंदी पत्रकारिता विकास और विविध आयाम – डॉ. सुशीला जोशी

८. हिंदी पत्रकारिता के सौ वर्ष – पद्‌माकर पाण्डेय

९. हिंदी पत्रकारिता : विविध आयाम (भाग १ व भाग २) संपादक – डॉ. वेद प्रताप वैदिक

१०. भारतेन्दु युग और हिंदी भाषा / भारतेंदु की विकास परंपरा – डॉ. रामविलास शर्मा

११. स्वतंत्रता आंदोलन और हिंदी पत्रकारिता – डॉ. अर्जुन तिवारी

१२. हिंदी गद्य का निर्माण – पं. चंदबेली पाण्डेय

१३. बीसवीं शताब्दी : दो दशक (पत्र – पत्रिकाओं का साहित्यिक अवदान) – डॉ. कुसुम अग्रवाल

१४. आधुनिक हिंदी साहित्य के विकास – आधुनिक हिंदी में सरस्वती का योगदान – डॉ. संतबकश सिंह

१५. पत्रकार प्रेमचंद और हंस – डॉ. रत्नाकर पाण्डेय

१६. पत्रकारिता के छह दशक – जगदीश प्रसाद चतुर्वेदी

१७. पत्रकारिताका इतिहास – एन. सी. पंत

१८. पत्रकारिता की चुनौतियाँ – गणेश मंत्री

१९. पत्रकारिता सिद्धांत और व्यवहार – इंद्रचंद्र रजवरा

२०. जनसंचार और पत्रकारिता – विविध आयाम : डॉ. ओमप्रकाश शर्मा

२१. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी. डी. ओझा

२२. पत्रकारिता के सिध्दांत – डॉ. राजेशचंद्र त्रिपाठी

२३. एस. एन. डी. टी. महिला महाविद्यालय, प्रकाशित – जनसंचार माध्यम : डॉ. वसुधा सहस्त्रबुद्धे

वृत्तविद्या एवं पत्रकारिता का स्थान स्वतंत्रतापूर्व काल से लेकर आज तक महत्वपूर्ण बना है । राष्ट्रीय स्तर से लेकर अंतर्राष्ट्रीय स्तर तक पत्रकारिता की अपनी अहमियत है । प्राचीन काल की परंपरागत पत्रकारिता से लेकर आज के इलेक्ट्रॉनिक मीडिया तक पत्रकारिता के क्षेत्र में बदलाव आए हैं और आगे भी आते रहेंगे । हर कालखंड के लिए पत्रकारिता ने अपना महत्त्व सिद्ध किया है और हर समय के लिए अपनी प्रयोगधर्मिता को उपयुक्त साबित किया है । एक आम आदमी की आकांक्षाएँ, दुःख, दर्द, पीड़ाओं को वाणी देने का काम पत्रकारिता करती है । विकृतियों पर प्रहार करते हुए`क सभ्य, उर्जावान समाज एवं राष्ट्र तथा विश्व का सपना देखती है । और उस सपने की ओर जाने के मार्ग का संकेत देती है ।