

# इकाई 1 समाचार पत्रों की दुनिया

## इकाई की रूपरेखा

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 समाचार पत्रों की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि
- 1.3 अखबार का स्वरूप
  - 1.3.1 अखबार के अंग
    - 1.3.1.1 मास्टहेड और विंडोज
    - 1.3.1.2 समाचार
    - 1.3.1.3 संपादकीय
    - 1.3.1.4 फोटो
    - 1.3.1.5 फीचर
    - 1.3.1.6 साक्षात्कार
    - 1.3.1.7 कार्टून
    - 1.3.1.8 ग्राफिक्स
    - 1.3.1.9 विज्ञापन
    - 1.3.1.10 पत्र
    - 1.3.1.11 मौसम और बाजार भाव
    - 1.3.1.12 प्रिंट लाइन
- 1.4 समाचार माध्यमों में कामकाज
- 1.5 सारांश
- 1.6 बोध प्रश्नों/अभ्यासों के उत्तर

## 1.0 उद्देश्य

यह समाचार पत्र और फीचर लेखन के पहले खण्ड की पहली इकाई है। इस इकाई का उद्देश्य आपको समाचार पत्रों की दुनिया से परिचित कराना है। इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :

- समाचार माध्यमों की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि पर प्रकाश डाल सकेंगे;
- समाचार के विभिन्न अंगों—समाचार, संपादकीय, फीचर, फोटो, कार्टून, ग्राफिक्स, विज्ञापन आदि के महत्व को बता सकेंगे;
- एक ही मुद्दे पर विभिन्न अखबारों में प्रकाशित समाचारों की तुलना कर सकेंगे;
- किसी घटना के बारे में लिख या बोल कर अपने विचार प्रकट करने का कौशल विकसित कर सकेंगे;
- समाचारों का विश्लेषण कर सकेंगे;
- समाचारों की भाषा से परिचित हो सकेंगे; और
- समाचारों की उपयोगिता बता सकेंगे।

## 1.1 प्रस्तावना

समाचारों की उपयोगिता किसी न किसी रूप में हर व्यक्ति के जीवन में होती है। आपस में मिलने पर हर आदमी दूसरे से उसका हालचाल पूछता है, नए समाचार

जानने की कोशिश करता है। समाचारों के बारे में जानने की यह आदिम प्रवृत्ति है। मगर सिर्फ अपने से जुड़े लोगों के बारे में जान कर या एक-दूसरे का कुशल-क्षेम पूछ लेने से कोई भी संतुष्ट नहीं होता। अपने आसपास, देश-दुनिया की घटनाओं, राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक हलचलों के बारे में जानने की इच्छा हमेशा बनी रहती है। हालांकि सरकार के फैसलों का समाज के हर व्यक्ति पर प्रत्यक्ष या परोक्ष प्रभाव पड़ता है, मगर अनेक ऐसी भी सामाजिक घटनाएं होती हैं, जिनका बहुत से लोगों के जीवन पर सीधा असर नहीं पड़ता, मगर उनके बारे में जान कर वे विचलित हो उठते हैं या भविष्य में वैसी घटनाओं के प्रति सावधान रहने की कोशिश करते हैं, एहतियाती उपाय तलाशते हैं। मसलन, अगर केन्द्र सरकार ग्रामीण स्वास्थ्य मिशन की शुरुआत करती है तो उसका सीधा लाभ करोड़ों लोगों को पहुंचता है इसलिए यह महत्वपूर्ण खबर हो सकती है। इसके बारे में जानने की इच्छा सभी को हो सकती है। असम के किसी इलाके में किसी बस के नदी में गिरने से पचास बच्चों की मौत हो जाती है तो भले उसका असर दूसरे लोगों पर वैसा न होता हो, जैसा प्रभावित परिजनों पर होता है, पर वे विचलित जरूर होते हैं। ऐसे समाचारों को पढ़-सुनकर ऐसी स्थितियों के प्रति देश के सारे स्कूल सावधान रहने की कोशिश करते हैं, बचाव और एहतियाती उपाय तलाशते हैं। लिहाजा, समाचार माध्यमों की कोशिश होती है कि वे उन सभी समाचारों को प्रकाशित-प्रसारित करें जिनका समाज पर व्यापक प्रभाव पड़ता हो।

हालांकि इधर के कुछ सालों में टेलीविजन और इंटरनेट का तेजी से प्रसार हुआ है और इनके जरिए उन लोगों को भी आसानी से सूचनाएं-समाचार उपलब्ध होने लगे हैं जिन तक अखबारों की पहुंच संभव नहीं हो पाई है। इसके बावजूद दुनिया में जितने भी संचार माध्यम हैं उनमें अखबार सबसे महत्वपूर्ण और सशक्त माध्यम है। क्योंकि जितने विस्तार से खबरों को इस माध्यम के जरिए प्रस्तुत करने की गुंजाइश है, दूसरे माध्यमों में संभव नहीं है। दूसरे, अखबार में प्रकाशित खबरों का इस्तेमाल लंबे समय तक किया जा सकता है, जबकि टेलीविजन, रेडियो, इंटरनेट की खबरों को सहेज कर रखना खासा मुश्किल काम होता है। और चूंकि अखबार सिर्फ खबरों का माध्यम नहीं होता; इसके माध्यम से अनेक सूचनाओं, संदेशों, ज्ञानवर्धक सामग्रियों का प्रकाशन भी किया जाता है इसलिए दूसरे समाचार माध्यमों की तुलना में यह अधिक व्यापक जन-समुदाय की रुचियों को समेटता और तुष्ट करता है। आपमें से लगभग सभी लोग नियमित अखबार पढ़ते होंगे, लेकिन क्या आपने कभी सोचा है कि संचार माध्यमों की शुरुआत क्यों और कैसे हुई? समाचार पत्रों का स्वरूप निर्धारित करते वक्त किन बातों का ध्यान रखा जाता है और उसके महत्वपूर्ण अंग कौन से हैं? अखबारों में छपने वाले समाचारों का क्या महत्व होता है, उनमें समाचारों के अलावा छपने वाली दूसरी चीजें क्यों महत्वपूर्ण होती हैं? आइए, इस इकाई में हम इन्हीं सवालियों के जवाब जानने की कोशिश करते हैं।

---

## 1.2 संचार माध्यमों की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि

---

भारत में समाचार पत्रों के प्रकाशन की शुरुआत जन जागरूकता पैदा करने के उद्देश्य से हुई। अंग्रेजी शासन के फैसलों, उसकी नीतियों और कार्यकलापों की जानकारी लोगों तक पहुंचाना शुरुआती पत्रों का मकसद था। इसके साथ ही अपनी संस्कृति, अपने समाज की परंपराओं के प्रति लोगों में रुचि पैदा करना, उन्हें सहेज कर रखने के प्रति जागरूकता पैदा करना भी शुरुआती समाचार पत्रों का मकसद था। यही वजह है कि अंग्रेजी शासकों ने भारतीय पत्रों पर अनेक मौकों पर पाबंदी लगाई और उनके प्रकाशकों-संपादकों को उत्पीड़ित करने की कोशिश की। मगर जब-जब अखबारों पर प्रतिबंध लगे और भी लोगों ने नए पत्र निकालने का उत्साह दिखाया।

'बंगाल गजट' नामक पहला पत्र 29 जनवरी, 1780 को निकला था। इसके साथ ही कुछ लोगों ने पर्चा की शक्ल में कुछ समाचार पत्र निकालने की कोशिश की, मगर लॉर्ड वेलेजली ने पत्रों पर प्रतिबंध लगा दिया तो एक तरह से भारतीय पत्रकारिता का लोप ही हो गया। जब लॉर्ड हेस्टिंग्स भारत के गवर्नर जनरल हुए तो उन्होंने भारतीय पत्रों पर लगा प्रतिबंध 1818 में हटा दिया और उसी साल अंग्रेजी के तीन पत्र निकले—'बंगाल हरकार', 'इंडिया गजट' और 'कलकत्ता जर्नल'। इसके बाद बांग्ला और हिन्दी में भी पत्र निकलने शुरू हो गए। 1818 में ही 'दिग्दर्शन', 'समाचार दर्पण', 'बंगाल गजट' नामक पत्र निकले। बांग्ला पत्रों में 'संवाद कौमुदी' नामक पत्र सबसे शक्तिशाली बनकर उभरा। इसका प्रकाशन 1819 में शुरू हुआ था। इसके बाद अनेक बांग्ला-अंग्रेजी अखबारों की शुरुआत हुई। मगर 1823 में जब सर एडम्स गवर्नर जनरल हुए तो उन्होंने ईस्ट इंडिया कंपनी की अनुमति से यह नियम लागू किया कि कोई भी अखबार सरकार की अनुमति के बगैर न तो प्रकाशित किया जा सकता है और न ही कोई प्रेस लगाया जा सकता है। इस नियम का उल्लंघन करने वाले पर एक हजार रुपए का जुर्माना किया जाएगा और न अंदा करने पर छह महीने का सजा होगी। इस नियम के लागू होने से समाचार पत्रों के अलावा पुस्तकों के प्रकाशन पर भी एक तरह से अघोषित प्रतिबंध लग गया। हर प्रेस पर सरकार की नजर होती थी। जब भी सरकार को लगता कि कोई प्रेस सरकार के खिलाफ लिख रहा है या प्रचार करने की कोशिश कर रहा है तो वह उस पर अंकुश लगाने की कोशिश करता। इस अध्यादेश के खिलाफ कलकत्ते के सुप्रीम कोर्ट में अपील की गई, जो अस्वीकृत हो गई। इसके बाद ब्रिटेन के तत्कालीन सम्राट की कौंसिल में अपील की गई। वह भी खारिज हो गई। इसके बाद अंग्रेजी सरकार के इस नियम के विरोध में एक-एक कर सभी महत्वपूर्ण अखबार बंद होने लगे।

मगर इस अध्यादेश के लागू रहने के बावजूद युगलकिशोर शुक्ल (सुकुल) ने हिन्दी का पहला पत्र 'उदंत मार्तंड' पूरे साहस के साथ 30 मई 1826 को शुरू किया। इस पत्र ने पहली बार शुद्ध हिन्दी और पेशेवर पत्रकारिता का उदाहरण पेश किया। इसकी खबरों के लिखने की शैली काफी कुछ आज के समाचारों से मेल खाती थी। यह साप्ताहिक पत्र था, जो 11 दिसंबर 1827 तक चला और प्रोत्साहन न मिल पाने के कारण बंद हो गया। 'उदंत मार्तंड' के बंद हो जाने के बाद कलकत्ते से ही दूसरा पत्र निकला जो हिन्दी, बांग्ला और फारसी में निकलता था। इसके अंग्रेजी संस्करण का नाम था—'हिन्दू हेराल्ड' और बाकी भाषाओं के संस्करण 'बंगदूत' नाम से निकलते थे। इसने 'उदंत मार्तंड' की ही भाषा और शैली अपनाई। 'बंगदूत' एक साल के बाद ही बंद हो गया और कलकत्ते से ही 'मार्तंड' नामक पत्र शुरू हुआ।

उत्तर प्रदेश से हिन्दी का पहला अखबार 1845 में 'बनारस अखबार' नाम से शुरू हुआ। इसकी भाषा उर्दू-फारसी मिश्रित थी। इसके संपादक मराठीभाषी गोबिंद रघुनाथ थत्ते थे और स्वामित्व शिवप्रसाद सितारेहिंद का था। इस पत्र के साथ ही 'बनारस गजट' नाम से उर्दू में अखबार भी निकलता था। इन अखबारों में समसामयिक समाचारों के अलावा धर्मशास्त्रों के बारे में जानकारियां भी प्रकाशित की जाती थीं। बनारस से ही 1850 में हिन्दी का दूसरा पत्र शुरू हुआ—'सुधाकर'। पहले यह हिन्दी और बांग्ला में प्रकाशित होता था, पर बाद में सिर्फ हिन्दी में प्रकाशित होने लगा। भाषा और विषय-वस्तु की दृष्टि से यह इतना लोकप्रिय हुआ कि इसकी आधी प्रतियां ग्रामीण स्कूलों में वितरण के लिए सरकार खरीदती थी। इस पत्र को प्रभावी शैक्षिक उपकरण और लाभकारी सूचना प्रसारण करने वाला माना जा सकता है।

इस तरह अंग्रेजी शासन के प्रतिबंधों की कोशिश और कड़े नियमों के बावजूद देश के विभिन्न हिस्सों से विभिन्न भाषाओं में पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन शुरू हुआ। इनमें हिन्दी की पत्र-पत्रिकाओं की संख्या काफी थी। सामाजिक-साहित्यिक पत्रिकाओं की संख्या भी लगातार बढ़ती गई। आजादी की लड़ाई के दौरान इन पत्रों ने समाज में जागरूकता पैदा करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। आजादी के बाद पत्र-पत्रिकाओं का स्वरूप राजनीतिक, सामाजिक, सांस्कृतिक सूचनाओं पर आधारित होता गया। इसलिए कई बार लोगों को यह कहते सुना जाता है कि पत्र-पत्रिकाओं का मकसद पहले जो मिशन के तौर पर काम करने का हुआ करता था, अब वह बदल कर व्यावसायिक हो गया है। इस बात से पूरी तरह इंकार नहीं किया जा सकता, लेकिन आजादी से पहले और उसके बाद स्थितियों में काफी बदलाव आया है। पहले एक विदेशी शासन को उखाड़ फेंकना मकसद था, अब वह मकसद पूरा हो गया है। मगर यह कहना भी पूरी तरह सही नहीं माना जा सकता कि अखबारों में मिशन की भावना नहीं है। अब अपनी चुनी हुई सरकार भले है, मगर जब उसकी नीतियों/फैसलों में कोई खामी नजर आती है, कानून-व्यवस्था कहीं लचर नजर आती है या राजनीतिक प्रणाली में गिरावट दिखती है तो उस पर उंगली उठाने का काम सबसे पहले समाचार पत्र या दूसरे संचार माध्यम ही करते हैं।

इधर के कुछ सालों में रेडियो और टेलीविजन का काफी प्रसार हुआ है। भारत में एशियाई खेलों के आयोजन के समय टेलीविजन का तेजी से प्रसार हुआ। उसी साल पहली बार रंगीन टेलीविजन अस्तित्व में आया। तब से धीरे-धीरे टेलीविजन का प्रसार शहरों में जोर पकड़ने लगा। हालांकि टेलीविजन पर कार्यक्रमों और समाचारों के प्रसारण की जिम्मेदारी सरकार की थी, पर समाचारों के साथ-साथ उस दौरान कई बेहतरीन टेलीविजन धारावाहिकों और मनोरंजक कार्यक्रमों का प्रसारण हुआ, जिसे लोग आज तक नहीं भूल पाए हैं। नब्बे के दशक में संचार संबंधी कानूनों को लचीला बनाए जाने के बाद कई निजी और विदेशी कंपनियां भी इस क्षेत्र में तेजी से आगे आई हैं। इस तरह सरकारी चैनलों के अलावा कई निजी चैनल शुरू हो गए। पहले उपग्रह पट्टे पर लेना खासा महंगा काम होता था, अब नए भारतीय उपग्रहों के स्थापित हो जाने और अपलिंकिंग की सुविधाओं के कारण समाचारों का चौबीसों घंटे और पल-पल की खबरों का प्रसारण काफी आसान हो गया है।

---

### 1.3 अखबार का स्वरूप

---

लगभग यह धारणा-सी बन गई है कि अखबारों में सिर्फ समाचार छपते हैं। काफी हद तक यह बात सही है, मगर अखबारों में सिर्फ समाचार नहीं, बल्कि मुख्य रूप से समाचार छपते हैं। समाचारों के अलावा इनमें अनेक ज्ञानवर्धक, जानकारीपूर्ण सूचनाएं-संदेश भी प्रकाशित होते हैं जिनका हर आदमी के जीवन में किसी न किसी रूप में उपयोग होता है। इनमें खबरों के अलावा उपभोक्ता वस्तुओं, रोजगार और कैरियर के विभिन्न अवसरों के विज्ञापन, पढ़ाई-लिखाई से जुड़ी सूचनाएं, स्वास्थ्य और रहन-सहन से संबंधित जानकारियां, मनोरंजन और खेल से जुड़े विश्लेषणपरक वैचारिक लेख भी प्रकाशित होते हैं। हालांकि इस तरह की चीजें टेलीविजन पर भी प्रसारित होती हैं, मगर चूंकि इसका दायरा काफी फैलता गया है, मनोरंजन, समाचार और विचार के अलग-अलग चैनल खुल गए हैं। इसलिए एक ही चैनल पर तमाम चीजों की जानकारी पा लेना संभव नहीं है। बार-बार चैनल बदलते रहने की झंझट और एक को देखने से दूसरे कार्यक्रम छूट जाने की आशंका बनी रहती है। अखबार में यह परेशानी नहीं होती। अखबार में हर क्षेत्र से जुड़े समाचारों, जानकारियों आदि के

लिए स्थान निर्धारित होते हैं इसलिए जिस अखबार को आप नियमित पढ़ते हैं उसके सभी हिस्सों से भलीभांति परिचित हो जाते हैं। आपको पता होता है कि किस क्षेत्र से संबंधित खबरें किस पृष्ठ पर छपी होंगी। हालांकि हर अखबार का स्वरूप थोड़े से फेर-बदल के साथ लगभग एक-सा होता है। आइए, पहले अखबार के विभिन्न अंगों के बारे में चर्चा करते हैं। इससे अखबार के स्वरूप के बारे में काफी कुछ स्पष्ट हो जाएगा।

### 1.3.1 अखबार के अंग

आपने देखा होगा कि हर अखबार में कुछ चीजें अनिवार्य रूप से प्रकाशित होती हैं। इन्हें अखबार का अंग कह सकते हैं। इनमें समाचार, संपादकीय, फोटो, फीचर, लेख, कार्टून, ग्राफिक, विज्ञापन आदि होते हैं। इसके अलावा मास्टहेड, विंडोज, प्रिंटलाइन आदि अखबार के अनिवार्य अंग होते हैं। नीचे दिए गए रेखांकन के माध्यम से अखबार के विभिन्न अंगों के बारे में आसानी से समझा जा सकता है :

#### समाचार पत्र

मास्टहेड	संपादकीय	फीचर	साक्षात्कार	ग्राफिक्स	पत्र	प्रिंट लाइन
समाचार	फोटो	लेख	कार्टून	विज्ञापन	मौसम और बाजार भाव	

लेकिन जरूरी नहीं कि हर अखबार में ये चीजें एक ही तरह से छपी हों। हर अखबार अपने-अपने ढंग से अलग-अलग स्थान और साज-सज्जा के साथ इन्हें प्रकाशित करता है। इन्हें छापने का हर अखबार का तरीका अपना होता है। आइए, इन अंगों के बारे में थोड़ा विस्तार से जानकारी प्राप्त करें।

#### 1.3.1.1 मास्टहेड और विंडोज

अखबारों के पहले पृष्ठ पर सबसे ऊपर जो अखबार का नाम माटे सुलेख में लिखा होता है उसे मास्टहेड कहते हैं। चूंकि यह अखबार की पहचान में भी सहायक होता है इसलिए इसे सुन्दर और कलात्मक तरीके से लिखा जाता है। कई अखबारों के मास्टहेड में अखबार के नाम के साथ कोई प्रतीक चिह्न भी छपा होता है जैसे 'हिन्दुस्तान' के साथ दो लाल और दो नीली पट्टियां आड़ी और सीधी छपी होती हैं, 'राष्ट्रीय सहारा' के नाम के साथ तिरंगे को राष्ट्रीय प्रतीक रूप में दिया जाता है। इसी तरह 'गांडीव' में तीर-धनुष लिए अर्जुन को प्रतीक रूप में प्रकाशित किया जाता है। मगर जरूरी नहीं कि हर अखबार में ऐसा प्रतीक चिह्न छपे। अनेक अखबार बिना प्रतीक चिह्न वाले सादे नाम का मास्टहेड प्रकाशित करते हैं।

इसी प्रकार मास्टहेड के नीचे कुछ चित्रों के साथ प्रमुख खबरों की सूचना प्रकाशित होती है। इसे विंडोज कहते हैं। विंडोज यानी झरोखा। जिसके जरिए अखबार के भीतरी पन्नों पर प्रकाशित होने वाली प्रमुख खबरों की जानकारी मिल जाती है। कई अखबारों में विंडोज का प्रचलन अभी नहीं है।

#### बोध प्रश्न

पूछे गए प्रश्नों के उत्तर संक्षेप में दें:

1. शुरु में समाचार पत्रों के प्रकाशन में किस तरह की परेशानियों का सामना करना पड़ा?

2. समाचार पत्रों के स्वरूप के निर्धारण में कौन-सी बातें महत्वपूर्ण हैं?

3. समाचार पत्रों के प्रमुख अंग क्या हैं?

### 1.3.1.2 समाचार

जैसा कि हमने ऊपर आपसे कहा, समाचार अखबार का प्रमुख अंग होते हैं। आपमें से कुछ के मन में यह सवाल उठ सकता है कि क्या अखबारों में छपने वाले समाचारों को ही समाचारों की श्रेणी में रखा जा सकता है या वे बहुत-सी खबरें जो अखबारों में आने से रह जाती हैं वे भी समाचार कहला सकती हैं। अक्सर ऐसा होता है कि एक खबर एक अखबार में है, पर दूसरे अखबारों में नहीं है। इसी तरह एक खबर जो एक टीवी चैनल पर प्रमुखता से दिखाई जाती है दूसरे चैनलों में नहीं दिखाई देती या उसका अखबारों में कोई जिक्र नहीं होता। फिर खबरों के चयन और उनके प्रकाशन-प्रसारण का आधार क्या होता है? इस बारे में हम आगे **समाचार संकलन, लेखन और संपादन** वाले पाठ में विस्तार से चर्चा करेंगे। आइए, यहां हम समाचारों की प्रकृति पर चर्चा कर लेते हैं।

समाचारों का क्षेत्र बहुत व्यापक है। समाज और जीवन का कोई भी ऐसा क्षेत्र नहीं है जिनसे जुड़ी घटनाएं रोज समाचार न बनती हों। मगर इन सभी क्षेत्रों से समाचारों का संकलन खासा मुश्किल काम होता है। फिर भी हर समाचार माध्यम की कोशिश होती है कि वह हर क्षेत्र की अधिक से अधिक और हर महत्वपूर्ण खबर को स्थान दे। इसके लिए वे अपने विशेष संवाददाताओं, नगर संवाददाताओं, अंशकालिक संवाददाताओं, समाचार एजेंसियों, विज्ञप्तियों आदि का सहारा लेते हैं। फिर भी स्थान और समय की बाध्यता के चलते किसी भी समाचार माध्यम के लिए यह संभव नहीं होता कि वह हर क्षेत्र की हर खबर को प्रकाशित-प्रसारित कर सके।

समाचारों के प्रकाशन के लिए अखबारों में उनकी प्रकृति और क्षेत्र के अनुरूप अलग-अलग श्रेणियों में बांटा जाता है और उसी के अनुरूप पृष्ठों और स्थान का निर्धारण किया जाता है। जिस क्षेत्र की खबरें अधिक होती हैं उसके लिए अधिक जगह रखी जाती है और जिनकी खबरें कम या पाठक वर्ग को देखते हुए जिनका कम महत्व होता है उनके लिए कम स्थान रखा जाता है। समाचारों का मोटे तौर पर निम्नलिखित रूपों में वर्गीकरण किया जाता है :

### समाचार

राजनीतिक	सामाजिक	व्यापार/अर्थजगत	खेल
	राष्ट्रीय	अंतरराष्ट्रीय	स्थानीय

### विविध समाचार

साहित्य	संस्कृति	विज्ञान	पर्यावरण	अन्य
---------	----------	---------	----------	------

इसी आधार पर हर अखबार में समाचारों का स्थान निर्धारण किया जाता है। आम तौर पर राजनीतिक और राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय मुद्दों से जुड़ी बड़ी खबरें पहले पन्ने पर प्रकाशित की जाती हैं। सामाजिक मुद्दों की और स्थानीय खबरें भीतरी पन्नों पर दी जाती हैं। अर्थजगत, व्यापार और खेल की खबरें अगर पहले पन्ने के महत्व की न हों, तो प्रायः अंत के तीन-चार पृष्ठों पर दी जाती हैं। इसके पीछे एक मनोवैज्ञानिक कारण भी है। आमतौर पर पाठक बड़ी घटनाओं के बारे में पहले पढ़ना-जानना चाहता है। उसके बाद स्थानीय घटनाओं के बारे में और खेल और आर्थिक विषयों से जुड़ी खबरों को सबसे बाद में। इसी तरह पाठकों का भी वर्गीकरण किया जा सकता है। सबसे अधिक पाठक राजनीतिक और स्थानीय खबरों के प्रति रुचि रखते हैं। सांस्कृतिक गतिविधियों, अर्थजगत, व्यापार और खेल से जुड़ी खबरों के पाठक अपेक्षाकृत कम होते हैं। इसलिए भी पृष्ठों का निर्धारण करते समय इनसे जुड़ी खबरों के लिए बाद के पन्ने रखे जाते हैं। चूंकि महानगरों में एक बड़ा वर्ग ऐसा भी उभरा है जो सांस्कृतिक गतिविधियों, फैशन, खानपान आदि में खासी रुचि रखता है। इसलिए ज्यादातर महानगरों से निकलने वाले अखबार ऐसी हलचलों की सूचना के लिए अलग से परिशिष्ट निकालते हैं। कई अखबार यह परिशिष्ट रोज निकालते हैं, तो कुछ के दिन निर्धारित हैं।

समाचारों के चयन, लेखन, संपादन और प्रस्तुतीकरण के बारे में तो आगे हम विस्तार से चर्चा करेंगे ही, आइए, यहां समाचारों के अंगों की चर्चा कर लेते हैं।

समाचारों का प्रस्तुतीकरण उनकी प्रकृति को ध्यान में रखते हुए तो किया ही जाता है, साथ ही यह ध्यान भी रखा जाता है कि उन्हें किस तरह प्रस्तुत किया जाए कि पाठक को सुविधा हो। आमतौर पर अनेक पाठकों के पास वक्त की कमी होती है और वे कम से कम समय में पूरे अखबार की खबरों पर नजर डाल लेना चाहते हैं। कई लोग एक साथ कई अखबार पढ़ते हैं इसलिए उनके लिए संभव नहीं होता कि हर खबर को शब्दशः पढ़ें। जिन लोगों के पास समय होता है वे भी पहले उलट-पुलट कर पूरे अखबार को देखते हैं और अंदाजा लगाते हैं कि कौन-कौन-सी खबरें महत्वपूर्ण हैं या उनकी रुचि की हैं। उन पर वे सरसरी निगाह डालते हैं और बाद में उन्हें विस्तार से पढ़ते हैं। इन्हीं बातों को ध्यान में रखते हुए खबरों को प्रस्तुत किया जाता है। खबरों के प्रमुख अंग इस प्रकार हैं—

### समाचार

मुख्य शीर्षक    उप शीर्षक    समाचार स्रोत    इंट्रो    ब्योरा    बॉक्स मैटर

आइए, इन अंगों के बारे में भी चर्चा कर लेते हैं। इन्हें आप निम्नलिखित तालिका के आधार पर समझ सकते हैं—

	समाचार
मुख्य शीर्षक	मुख्य शीर्षक लिखते समय इस बात का ध्यान रखा जाता है कि पाठक को एक बार में यह समझ में आ जाए कि समाचार का सार क्या है।
उप शीर्षक	उप शीर्षक मुख्य रूप से मुख्य शीर्षक की बातों को संक्षेप में विस्तार देने के मकसद से दिए जाते हैं। इनके जरिए समाचार के मुख्य बिन्दुओं को बताया जाता है।
समाचार स्रोत	समाचार स्रोत का उल्लेख इसलिए किया जाता है कि पाठक समझ सकें कि खबर किस माध्यम से आई है। जैसे खबरों के शुरू में तारीख के साथ-साथ संवाददाता, एजेंसी या संवाददाता का नाम या एजेंसी या अखबार विशेष की सूचना सेवा का नाम लिखा होता है। यह समाचारों की विश्वसनीयता के लिए भी जरूरी होता है।
इंट्रो	इंट्रो में समाचार की मुख्य बातें लिखी जाती हैं ताकि पाठक को एक नजर में समाचार के सबसे प्रमुख हिस्से का पता चल सके। इंट्रो आमतौर पर समाचार के पहले पैरे को कहते हैं।
ब्यौरा	इंट्रो के बाद समाचार की घटनाओं के बारे में विस्तार से बताया जाता है। इसे ब्यौरा कहते हैं।
बॉक्स मेटर	इसमें मुख्य समाचार से जुड़ी आनुषंगिक घटनाओं, प्रसंगों, बातों का उल्लेख किया जाता है। जैसे प्रमुख विपक्षी दल के नेता की प्रतिक्रिया, मुख्य समाचार को पुष्ट करने वाले तथ्य, पुरानी घटनाओं का जिक्र आदि।

आप अखबार पढ़ते हुए विभिन्न समाचारों को ध्यान से देखेंगे तो इन सभी अंगों के बारे में ठीक से समझ पाएंगे।

### 1.3.1.3 संपादकीय

संपादकीय किसी भी अखबार का विचार पक्ष होता है। इसके माध्यम से इस बात का अंदाजा लगाया जा सकता है कि किसी घटना या फैसले पर अखबार के क्या विचार हैं। संपादकीय संपादक या उनकी तरफ से सहायक संपादक लिखते हैं। आमतौर पर संपादकीय टिप्पणियां समसामयिक घटनाओं या सरकार के फैसलों, नीतियों आदि पर अखबार की प्रतिक्रिया होती हैं। संपादकीय पृष्ठ पर सामयिक घटनाओं पर आधारित वैचारिक लेख भी प्रकाशित किए जाते हैं। इन लेखों के प्रकाशन का मकसद भी सामयिक घटनाओं पर प्रतिक्रिया व्यक्त करना होता है। चूंकि ये लेख ज्यादातर अखबार के नियमित कर्मचारियों से अलग बाहर के लोग लिखते हैं इसलिए जरूरी नहीं कि ये लेख संपादकीय टिप्पणियों से मेल खाते हों। मगर चूंकि इनके विचारों से संपादक का सहमत होना अनिवार्य होता है इसलिए इनकी ज्यादातर बातें किसी न किसी रूप में संपादक के विचारों से मेल खाती हैं।

संपादकीय पृष्ठ पर छपने वाली टिप्पणियों, लेखों आदि के बारे में विस्तार से आप संपादकीय पृष्ठ के लिए लेखन वाले पाठ में पढ़ेंगे।



### 1.3.1.4 फोटो

अखबारों-पत्रिकाओं में फोटो का महत्व भी समाचारों जितना ही होता है। ये सिर्फ साज-सज्जा के लिए ही नहीं होते, बल्कि इनके जरिए कई महत्वपूर्ण तथ्यों, घटनाओं को सप्रमाण प्रस्तुत करने में मदद मिलती है। फोटो अपने आप में एक समाचार भी हो सकता है। कई बार आपने देखा होगा कि स्वतंत्र रूप से कोई फोटो प्रकाशित की जाती है और उसके नीचे मात्र कैप्शन लिखा होता है। उसे देखकर संबंधित घटना के बारे में आपकी जिज्ञासा वैसे ही तुष्ट होती है जैसे समाचारों को पढ़ने के बाद। समाचारों के साथ प्रकाशित होने वाले फोटो उस घटना से संबंधित तथ्यों की पुष्टि एक दस्तावेज के रूप में करते हैं। एक पुरानी उक्ति है कि एक अच्छी तस्वीर हजार शब्दों के बराबर होती है। जिस तरह समाचार लिखना एक कला है वैसे ही फोटो खींचना भी एक कला है। चूंकि फोटो को भी पत्रकारिता का अहम हिस्सा माना जाता है इसलिए फोटोग्राफर से संवाददाता की तरह ही सजग और सतर्क रहने की अपेक्षा की जाती है। कई बार वह भी संवाददाता की तरह ही जोखिम उठाकर घटना की तस्वीरें उतारता है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में तस्वीरों का अधिक महत्व होता है। समाचार चैनलों पर प्रसारित खबरें तस्वीरों के जरिए अधिक दिखाई जाने लगी हैं। चूंकि अखबारों में समाचार लिखित माध्यम में दिये जाते हैं इसलिए वहां तस्वीरों की उतनी गुंजाइश नहीं होती, मगर यदि फोटोग्राफर संजीदगी और सभी पक्षों का ध्यान रखते हुए तस्वीर खींचता है तो अखबारों में छपने वाली एक तस्वीर भी इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों पर दिखाई जाने वाली चित्र शृंखला से अधिक प्रभावित और विचलित कर सकती है। जिन लोगों ने गुजरात दंगों के दौरान एक बिलबिलाते हुए व्यक्ति की तस्वीर या सूनामी में हुई तबाही की तस्वीरें देखी होंगी – जो सभी अखबारों-पत्रिकाओं में छपी थीं-वे इस बात का अंदाजा लगा सकते हैं।

जिन अखबारों में पन्ने अधिक हैं वे बड़ी घटनाओं की तस्वीरें शृंखला रूप में प्रकाशित करते हैं। इसे फोटो फीचर कहा जाता है। सूनामी की त्रासदी, भूकंपों से हुई तबाही, गुजरात की हिंसा या महाकुंभ आदि मेलों के समय ऐसी तस्वीरें आपने पत्र-पत्रिकाओं में देखी होंगी। फोटो फीचर के जरिए घटना के विभिन्न पहलुओं पर प्रकाश डालने में सुविधा होती है। समाचार संकलन की तरह फोटो का संकलन भी जटिल काम है इसलिए अखबार सिर्फ अपने फोटोग्राफर पर निर्भर नहीं रहते। वे विभिन्न देशी-विदेशी समाचार एजेंसियों से भी इस काम में मदद लेते हैं। आप अखबारों में छपने वाली विभिन्न तस्वीरों को देखें और उनका विश्लेषण करें। अंदाजा लगाएं कि उन तस्वीरों को प्रकाशित करने का क्या मकसद हो सकता है और अगर वे फोटो प्रकाशित नहीं किए जाते तो समाचारों पर क्या प्रभाव पड़ता। दूसरे अखबारों में भी उसी घटना के समाचार के साथ प्रकाशित तस्वीरों की तुलना कीजिए।

### 1.3.1.5 फीचर

फीचर अखबारों का एक बहुत ही सुन्दर और आकर्षक अंग है। हालांकि इसकी प्रकृति लेखों की तरह की होती है, पर प्रस्तुति संपादकीय पृष्ठ के लेखों से भिन्न होती है। इनका दायरा भी संपादकीय पृष्ठ के लेखों से विस्तृत होता है। संपादकीय पृष्ठ के लेख समसामयिक घटनाओं पर आधारित होते हैं, जबकि फीचर मनोरंजन, ज्ञानवर्धन, जागरूकता पैदा करने आदि के मकसद से लिखे जाते हैं इसीलिए इनके लेखन की शैली संपादकीय पृष्ठ के लेखों से भिन्न होती है। इनकी भाषा में रवानगी, काव्यमयता और जहां जरूरत पड़े नाटकीयता और चित्रात्मकता का पुट भी हो सकता है।

पहले अखबारों में फीचर परिशिष्ट आमतौर पर रविवार के दिन प्रकाशित हुआ करता था। अब इनका दायरा व्यापक होने के कारण ज्यादातर अखबारों में हर दिन किसी न किसी क्षेत्र से संबंधित फीचर प्रकाशित करने का प्रचलन बढ़ा है। नगर की हलचलों, सामाजिक-सांस्कृतिक गतिविधियों के लिए हिन्दी अखबारों में भी रोज अलग से परिशिष्ट निकलने लगे हैं। इसके अलावा शिक्षा, कैरियर, विज्ञान, स्वास्थ्य, रहन-सहन, बदलती जीवन शैली, फैशन, युग वर्ग, गृहसज्जा, साहित्य, संस्कृति, खेल, राजनीति आदि से संबंधित फीचर के लिए अलग-अलग दिन निर्धारित हैं। फीचर सिर्फ अखबारों में नहीं, टेलीविजन के समाचार चैनलों में भी महत्वपूर्ण अंग बनते गए हैं। हर दिन अलग-अलग क्षेत्रों और विषयों पर फीचर कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं।

फीचर का मकसद सूचनाएं देना, लोगों में जागरूकता पैदा करना और मनोरंजन प्रदान करना होता है। इनमें पठनीयता और लोकप्रियता पर विशेष ध्यान दिया जाता है। इसलिए इन्हें चित्रों, ग्राफिक्स, डिजाइन आदि से भी सजाया जाता है। फीचर की प्रकृति और अलग-अलग क्षेत्रों से संबंधित फीचर के बारे में इस पाठ्यक्रम की विभिन्न इकाइयों में विस्तार से पढ़ेंगे।

### बोध प्रश्न

पूछे गए प्रश्नों के संक्षेप में उत्तर दें:

4. समाचार के महत्वपूर्ण अंग क्या हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

5. समाचारों के लिए अखबारों में स्थान निर्धारित करते वक्त किन बातों को ध्यान में रखना होता है?

.....

.....

.....

.....

.....

6. अखबार में फोटो का क्या महत्व है और फोटो फीचर की ज़रूरत क्यों पड़ती है?

.....

.....

.....

.....

.....

### 1.3.1.6 साक्षात्कार

किसी विशेष मुद्दे पर किसी व्यक्ति से बातचीत को साक्षात्कार कहते हैं। साक्षात्कार के जरिए किसी घटना या मुद्दे पर संबंधित अधिकारियों, राजनेताओं, उद्योगपतियों, चर्चित हस्तियों, विश्लेषकों, विद्वानों आदि से बातचीत के माध्यम से महत्वपूर्ण पक्षों को उजागर करने की कोशिश की जाती है। समाचारों के बीच में संबंधित घटना की पुष्टि के लिए लोगों से बातचीत करनी ही पड़ती है। कई नीतिगत मामलों में भी बातचीत के जरिए विभिन्न पहलुओं को उजागर करने की ज़रूरत होती है। साक्षात्कार में कही गई बातें दस्तावेज की तरह काम करती हैं इसलिए साक्षात्कार देने वाला खासतौर पर अपनी बातों के प्रति सतर्क रहता है। साक्षात्कार के कई प्रकार हो सकते हैं। घटनाओं के बारे में सूचनात्मक जानकारी लेने के लिए की गई बातचीत को आमतौर पर साक्षात्कार की कोटि में नहीं रखा जाता है। साक्षात्कार स्वतंत्र विधा है। इसमें मुद्दों, विषयवस्तु पर आधारित साक्षात्कार, किसी प्रसिद्ध व्यक्ति से उसके जीवन और योगदान के बारे में साक्षात्कार प्रमुख होते हैं। साक्षात्कार प्रायः स्वतंत्र रूप से प्रकाशित किए जाते हैं। इनकी प्रकृति के अनुसार अखबारों में जगह निर्धारित की जाती है।

### 1.3.1.7 कार्टून

कार्टून का अर्थ होता है—व्यंग्यचित्र। कार्टून मुख्य रूप से अखबारों—पत्रिकाओं में प्रकाशित होते हैं। लेकिन इधर कुछ टेलीविजन के समाचार चैनल भी कार्टून का इस्तेमाल करने लगे हैं। अखबारों में मुख्य रूप से दो प्रकार के कार्टून प्रकाशित किए जाते हैं। एक तो समाचारों पर आधारित और दूसरे शुद्ध मनोरंजन के लिए। समाचारों पर आधारित कार्टून एक बॉक्स वाले होते हैं और आमतौर पर अखबारों के मुखपृष्ठ या कभी—कभी सम्पादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित किए जाते हैं। यानी ऐसी जगह जहां लोगों का सहज ही उन पर ध्यान जाए। इन दिनों दैनिक 'हिन्दुस्तान' में कार्टून को पहले पृष्ठ से उठा कर संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित किया जाने लगा है। इससे कार्टून के महत्व का अंदाजा लगाया जा सकता है।

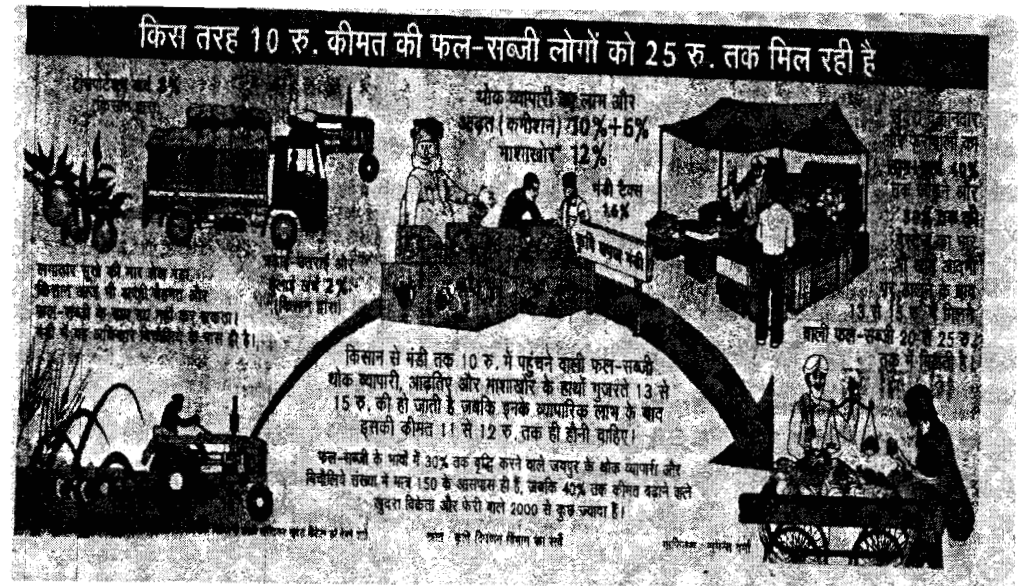
समाचारों पर आधारित कार्टून अखबार की संपादकीय टिप्पणियों, लेखों और फोटो की तरह ही महत्वपूर्ण होता है। कई बार कार्टून की एक पंक्ति में जितनी तीखी बात कह दी जाती है उतनी पूरे लेख या संपादकीय टिप्पणी के जरिए व्यक्त नहीं हो पाती। कार्टून में कई बार बिना कुछ लिखे सिर्फ रेखांकन के माध्यम से बड़ी से बड़ी बात कह दी जाती है। ऐसे कार्टून की भाषा में पैनापन और तीखे, कचोट पैदा करने वाले कथन की भंगिमा जरूरी होती है। वैसे तो कार्टून हर अखबार में प्रकाशित होते हैं, मगर अंग्रेजी में जैसा प्रभाव आर.के. लक्ष्मण और हिन्दी में राजेंद्र धोड़पकर तथा इरफान के कार्टून पैदा करते हैं वैसे दूसरों में कम दिखाई देता है।

शुद्ध मनोरंजन के लिए बनाए जाने वाले कार्टूनों में प्रायः हास्य पैदा करने या बच्चों का मनोरंजन करने का मकसद निहित होता है। ऐसे कार्टून प्रायः एक से अधिक बॉक्स वाले होते हैं और इन्हें फीचर वाले पृष्ठों पर प्रकाशित किया जाता है। कॉमिक्स या चित्रकथाओं के रूप में ऐसे कार्टूनों का इस्तेमाल होता है। टेलीविजन पर बच्चों के लिए कथाओं को ऐसे कार्टूनों के जरिए प्रस्तुत किया जाता है। अब तो दूसरे मनोरंजन चैनलों की तरह कार्टून के अलग—अलग, स्वतंत्र चैनल भी शुरू हो चुके हैं।

### 1.3.1.8 ग्राफिक्स

यह सूचनाओं और चित्रों का एक मिलाजुला रूप है। इसकी प्रकृति फोटो से भिन्न होती है। हालांकि यह भी समाचारों या घटनाओं पर आधारित होते हैं, लेकिन इनके

चित्र प्रायः कंप्यूटर के माध्यम से या हाथ से तैयार किए जाते हैं। फोटो के साथ सूचनाएं नहीं दी जातीं, जबकि ग्राफिक्स में सूचनाएं चित्रों के साथ ही दी जाती हैं। ये सूचनाएं उनका रंग होती हैं। ग्राफिक्स के चित्र कैमरे से खींचे हुए वास्तविक भी हो सकते हैं और कल्पना से रेखांकन करके तैयार किए हुए भी। ग्राफिक्स के माध्यम से मुख्य रूप से घटना या विषय से संबंधित सूचनाएं और आंकड़े प्रस्तुत किए जाते हैं। बड़ी घटनाएं होने पर उनके साथ ग्राफिक्स अवश्य दिए जाते हैं। इस तरह ग्राफिक्स समाचारों का अंग बन जाते हैं। ग्राफिक्स में एक तरह से घटनाक्रम का नक्शा होता है। उदाहरण के लिए नीचे दिए गए ग्राफिक्स को ध्यान से देखें और पढ़ें तो आपको इसके बारे में अंदाजा लगाना आसान होगा।



### 1.3.1.9 विज्ञापन

विज्ञापन हालांकि न तो समाचारों या अखबारों-पत्रिकाओं में प्रकाशित होने वाली सामग्री का मुख्य अंश होते हैं और न ही समाचार माध्यमों की पहचान में सहायक होते हैं पर चूंकि ये समाचार माध्यमों के लिए आमदनी का बेहतर जरिया होते हैं इसलिए इन पर खास ध्यान दिया जाता है। विज्ञापन जुटाने के लिए भी संवाददाताओं की तरह हर अखबार में कर्मचारी और एजेंट होते हैं। इसका स्वतंत्र विभाग होता है। जिस समाचार माध्यम को जितने अधिक विज्ञापन मिलते हैं उसे उतनी ही आय होती है। इस तरह विज्ञापन समाचार माध्यमों का प्रमुख अंग बन गए हैं।

विज्ञापन का मकसद किसी वस्तु, उत्पाद या योजनाओं-नीतियों-कार्यक्रमों की जानकारी लोगों तक पहुंचाना होता है। इसलिए इन्हें आकर्षक साजसज्जा और आकर्षक कथनों के साथ प्रस्तुत किया जाता है। इन्हें समाज के प्रतिष्ठित या आकर्षक व्यक्तित्व वाले लोगों के माध्यम से भी प्रस्तुत किया जाता है। इन दिनों फिल्मी सितारों और क्रिकेट खिलाड़ियों या मॉडलों को विज्ञापन में लेने का प्रचलन इसलिए बढ़ा है क्योंकि उनसे ज्यादातर लोग परिचित होते हैं और उनकी कही बातों को गौर से सुनते एवं उन पर भरोसा करते हैं। यही वजह है कि विभिन्न कंपनियां उनके माध्यम से अपने उत्पाद की तारीफ कराती और उन्हें खरीदने के लिए प्रेरित करने की कोशिश करती हैं। हर कंपनी अपने उत्पाद के प्रचार-प्रसार के लिए अलग से बजट का प्रावधान करती हैं।

लेकिन यह कहना कि समाचार माध्यमों के लिए विज्ञापन सिर्फ आय का जरिया हैं, पूरी तरह सही नहीं है। विज्ञापन से जहां विज्ञापनदाता कंपनी और उन्हें प्रकाशित-प्रसारित करने वाले समाचार माध्यमों को लाभ पहुंचता है, वहीं पाठक-दर्शक-श्रोता को भी कई तरह के लाभ होते हैं। विज्ञापनों के जरिए आप न सिर्फ नए उत्पादों और कंपनियों की योजनाओं के बारे में जानकारी प्राप्त करते हैं बल्कि जनजागरूकता अभियान के मकसद से जारी विज्ञापनों के माध्यम से जीवन के विविध मौकों पर सावधानी बरतने को भी प्रेरित होते हैं। समाचार माध्यमों के जरिए प्रकाशित-प्रसारित विज्ञापनों से घर बैठे अनेक सूचनाएं प्राप्त हो जाती हैं। उदाहरण के लिए मान लीजिए, कि आप पाँच दोस्त हैं। पाँचों की रुचियां और जरूरतें भिन्न हैं। आपमें से एक दोस्त को अपने लिए नौकरी की जरूरत है, दूसरे को अपनी बहन के लिए वर की तलाश है, तीसरा स्कूटर खरीदना चाहता है, चौथा पुस्तक मेले में अपनी रुचि की पुस्तकें खरीदना चाहता है या आप यह जानकारी हासिल करना चाहते हैं कि होटल प्रबंधन के लिए कहां-कहां पाठ्यक्रम चलते हैं और इनमें से कहां पढ़ाई करना बेहतर होगा। ये सारी जरूरतें अखबारों-संचार माध्यमों में प्रकाशित विज्ञापन पूरे कर सकते हैं। विज्ञापनों का एक मकसद विभिन्न समस्याओं के प्रति लोगों को जागरूक करने का भी होता है। इसलिए इनके जरिए आपको कई प्रकार की शिक्षा भी प्राप्त होती है। मसलन, बढ़ती जनसंख्या को रोकने के लिए नसबंदी या गर्भ निरोधक उपायों के विज्ञापन, एड्स से रोकथाम संबंधी जागरूकता के विज्ञापन, गरमी में होने वाली बीमारियों से बचने के उपायों संबंधी जानकारियां, बच्चों के स्वास्थ्य संबंधी टीके, उपभोक्ता अधिकारों के प्रति जागरूकता के विज्ञापन, कृषि संबंधी योजनाएं और कार्यक्रमों की घोषणाओं आदि से संबंधित अनेक विज्ञापन, जो सरकारें समय-समय पर जारी करती रहती हैं, आपमें जागरूकता पैदा करने में सहायक होते हैं। आज समाज और जीवन का शायद ही कोई ऐसा क्षेत्र हो जिससे जुड़े विज्ञापन न बनते, प्रकाशित-प्रसारित होते हों।

विज्ञापन कई तरह के होते हैं। कुछ विज्ञापन अखबारों के पूरे पृष्ठ पर प्रकाशित होते हैं या श्रृंखलाबद्ध रूप में छपते हैं। इनमें बड़ी कंपनियों के उत्पाद और विपणन योजनाओं की जानकारी होती है। कुछ विज्ञापन अखबारों के आधे पृष्ठ के या इससे छोटे होते हैं। इनमें कंपनियों के अलावा सरकारों की तरफ से जारी विज्ञापन भी खूब होते हैं। इनमें चित्रों के साथ प्रभाव और आकर्षण पैदा करने वाले कथन दिए जाते हैं। मुख्य सूचनाएं भी बिंदुवार दी जाती हैं। इनके अलावा बहुत सारे विज्ञापन मझोले आकार के होते हैं। इनमें भी चित्र और नारे वगैरह देने की गुंजाइश रहती है। इनके लिए कॉलम या सेंटीमीटर के हिसाब से जगह का निर्धारण होता है। लेकिन अखबारों में आपको तीन-चार-पांच पंक्तियों वाले विज्ञापन सबसे अधिक दिखते हैं। ये वर्गीकृत विज्ञापन कहलाते हैं। इनमें नौकरियों से लेकर वैवाहिक विज्ञापन तक आते हैं, जिनमें संक्षेप में सूचनाएं दी जाती हैं और चित्रों का इस्तेमाल नहीं होता। अनेक समाचारपत्र अब हर सप्ताह वर-वधू, नौकरी, कैरियर आदि के अलग-अलग परिशिष्ट निकालने लगे हैं। उदाहरण के लिए किसी भी रविवार का कोई भी अखबार उठाइए और उसमें प्रकाशित विज्ञापनों को ध्यान से देखिए। अलग-अलग विज्ञापनों को काट कर अलग कीजिए और उनका विश्लेषण कीजिए। जानने की कोशिश कीजिए कि किस विज्ञापन का क्या महत्व है और उनके आकार के निर्धारण पर भी गौर कीजिए, विज्ञापनों की प्रकृति और महत्व के बारे में पता चल जाएगा।

### 1.3.1.10 पत्र

पाठकों के पत्रों का समाचार माध्यमों, खासकर पत्र-पत्रिकाओं में विशेष महत्व होता है। इनके जरिए न सिर्फ पाठकों की सहभागिता बढ़ती है, बल्कि संचार माध्यमों को कई दिशा-निर्देश भी प्राप्त होते हैं। इसीलिए हर समाचार माध्यम पाठकों की प्रतिक्रियाएं आमंत्रित करता रहता है और उन्हें प्रमुखता से प्रकाशित-प्रसारित करता है। अखबारों में छपने वाले पत्रों के माध्यम से कई बार उनमें छपने वाले लेख या संपादकीय टिप्पणियों से भी अधिक महत्वपूर्ण बातें उभर कर आ जाती हैं। संपादकीय टिप्पणियों-लेखों में प्रकाशित विचारों से अलग भी कई ऐसे विचार, जो उनमें छूट गए होते हैं, पत्रों के माध्यम से प्रकट होते हैं। इस तरह अखबारों के विचार पक्ष में पाठकों की सहभागिता सुनिश्चित हो पाती है। यही वजह है कि हर अखबार में पाठकों के पत्रों को संपादकीय पृष्ठ पर जगह दी जाती है। जो लोग लेखों के जरिए किसी घटना पर अपने विचार प्रकट करने से रह जाते हैं वे पत्रों के जरिए इसमें स्थान पा सकते हैं। पाठकों के पत्रों को महत्व देनेवाले अखबार हमेशा बेहतर माने जाते हैं।

### 1.3.1.11 मौसम और बाजार भाव

जिस तरह लोगों को समाचारों की प्रतीक्षा रहती है उसी तरह बहुत से लोगों को व्यापारिक-आर्थिक समाचारों और वस्तुओं, शेयरों के बाजार भाव जानने की इच्छा होती है। अखबारों में प्रकाशित विभिन्न वस्तुओं, शेयरों के बाजार भाव ऐसे लोगों की जिज्ञासाओं-जरूरतों को शांत करने में काफी मददगार हैं। आढ़ती, सर्राफा, मुद्रा और शेयर बाजार में भाव हर रोज बदलते रहते हैं इसलिए व्यापारियों को उनके अनुसार कारोबार में काफी सुविधा होती है। मौसम की जानकारी आम नागरिकों के लिए भी मददगार है।

इसी प्रकार जो लोग कृषि, मत्स्य पालन, खुदरा व्यापार आदि के काम में लगे हैं उन्हें मौसम की जानकारी हासिल करनी होती है। किसानों को बरसात, गर्मी, ओले, कुहरे आदि की जानकारी से जहां फसलों या अनाज-सब्जियों को खराब होने से बचाने के एहतियाती उपाय करने में मदद मिलती है वहीं मछली पालन या समुद्र से मछलियां पकड़ने वालों को समुद्री तूफान, ज्वार-भाटा आदि की सूचनाएं मिलने से काफी मदद मिलती है। इसी तरह जो लोग ट्रकों में भर कर एक स्थान से दूसरे स्थान पर कच्चा माल पहुंचाने का काम करते हैं उन्हें मौसम की मुकम्मल जानकारी मिल जाने से वे एहतियाती उपाय कर लेते हैं। इससे न सिर्फ दुकानदारों, किसानों, व्यापारियों को मदद मिलती है, बल्कि ग्राहकों को भी काफी मदद मिलती है।

### 1.3.1.12 प्रिंट लाइन

अगर आपसे पूछा जाए कि जो अखबार आप पढ़ते हैं उसका संपादक कौन है, प्रकाशक कौन है, कहां-कहां से प्रकाशित होता है, मुख्य कार्यालय कहां है, उसके फोन नंबर क्या हैं और उसमें प्रकाशित खबरों के लिए कानूनी रूप से कौन जिम्मेवार है, तो आप इसकी जानकारी कहां से प्राप्त करेंगे? हर अखबार-पत्रिका में इसकी सूचना प्रकाशित होती है। पत्रिकाओं में आमतौर पर यह सूचना सूची वाले पन्ने पर होती है और अखबारों में आखिरी पन्ने पर सबसे नीचे। कुछ अखबार यह सूचना बीच के पन्ने पर भी देते हैं। इस सूचना को प्रिंट लाइन कहते हैं। अखबारों-पत्रिकाओं में प्रिंट लाइन प्रकाशित करने से न सिर्फ पाठकों को उस अखबार से संबंधित जिम्मेदार लोगों और संबंधित कार्यालयों, पतों की जानकारी प्राप्त होती है, बल्कि इसे प्रकाशित करना कानूनी रूप से भी अनिवार्य होता है।

## 1.4 समाचार माध्यमों में कामकाज

लगभग हर समाचार माध्यम में समाचार संकलन और संपादन का तरीका एक सा होता है। अखबारों में जहां यह काम मुद्रित रूप में होता है वहीं इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में कैमरों से खींची तस्वीरों के माध्यम से। मगर दोनों माध्यमों में समाचारों या फीचर आदि के प्रस्तुतिकरण का तरीका भिन्न होता है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में कैमरे का महत्व है इसलिए इनके कार्यक्रमों के लिए अलग तरह के उपकरण इस्तेमाल होते हैं। अखबारों-पत्रिकाओं के प्रकाशन में उससे भिन्न उपकरण उपयोग में लाए जाते हैं। हर काम के लिए अलग-अलग विभाग बने होते हैं। समाचारों के संकलन के लिए संवाददाताओं का अलग विभाग होता है। इसमें स्थानीय खबरों और ब्यूरो के अलग-अलग अनुभाग होते हैं। इसी तरह समाचार संपादन का अलग विभाग होता है। संपादकीय टीम इन सबसे अलग काम करती है। फीचर में अलग-अलग क्षेत्रों के अनुसार काम का बंटवारा होता है। इसी प्रकार अखबारों की खबरें टाइप करने के लिए पी टी एस यानी फोटो टाइपसेटिंग विभाग होता है। फोटो बनाने, स्कैन करने, ग्राफिक्स तैयार करने का विभाग अलग होता है। पेज बनाने की जिम्मेदारी डिजाइनिंग विभाग की होती है। इसी तरह विज्ञापन जुटाने का विभाग अलग होता है। वह भी बाकी टीमों के साथ तालमेल बनाकर चलता है।

आजकल अखबारी पन्ने कंप्यूटर पर बनने लगे हैं इसलिए इस काम में ज्यादा परेशानी नहीं होती। समाचारों के स्थान निर्धारण, फोटो के लिए जगह बनाने और पेज बनवाने की जिम्मेदारी समाचार संपादन विभाग की होती है। वैसे तो वरिष्ठ उपसंपादक पन्नों की साजसज्जा का ध्यान रखते हैं, मगर कई अखबारों में इसके लिए अलग से कर्मचारी भी नियुक्त होते हैं जो डिजाइनिंग विभाग को निर्देश देते हैं। पेज बनने के बाद उसके निगेटिव निकाले जाते हैं। जो पन्ने एक ही रंग में बनते हैं उनका एक निगेटिव निकलता है। रंगीन पृष्ठों के चार निगेटिव निकलते हैं—चार रंगों की—काला, स्यान यानी नीला, पीला और मजेंटा जिसे संक्षेप में सी एम वाई के कहते हैं। इसके लिए सामान्य प्रिंटरों से अलग प्रिंटर होते हैं। इसके बाद इन निगेटिव से प्लेटें बनती हैं। फिर प्लेटों को मशीन पर चढ़ाया जाता है और पूरा अखबार एक बार में अंतिम रूप में छप कर सामने आ जाता है।

इसी तरह इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों समाचारों के संपादन, कार्यक्रम निर्धारण, उसमें चित्रों का चुनाव और प्रसारण के इंजीनियरों का काम अलग-अलग बंटा होता है। कुल मिलाकर पाठकों या दर्शकों के सामने जो समाचार, लेख या फीचर पहुंचते हैं उन्हें तैयार करने में अलग-अलग विभागों की पूरी टीम का सहयोग होता है। अखबारों-पत्रिकाओं के प्रकाशित होने के बाद एक और महत्वपूर्ण काम होता है— उन्हें बेचना और उनकी बिक्री बढ़ाना। इसके लिए अलग से वितरण और विक्रय विभाग होते हैं। प्रसार या वितरण विभाग अलग-अलग स्थानों पर अखबारों-पत्रिकाओं की पहुंच सुनिश्चित करने, वहां के ब्योरे और मांग का ध्यान रखता है वहीं विक्रय विभाग अधिक से अधिक ग्राहक बनाने की कोशिश करता है। इसके लिए वह तरह-तरह की योजनाएं चलाता और कार्यक्रम आदि निर्धारित करता है।

इसके अलावा एक लेखा विभाग होता है जो कर्मचारियों के वेतन-भत्तों आदि का हिसाब-किताब रखने के अलावा संस्थान के आय-व्यय का लेखाजोखा रखता है।

### बोध प्रश्न

पूछे गए प्रश्नों का संक्षेप में उत्तर दें :

7. साक्षात्कार की जरूरत क्यों पड़ती है?

.....

.....

.....

.....

.....

8. संचार माध्यमों में विज्ञापन की क्या उपयोगिता है?

.....

.....

.....

.....

.....

9. प्रिंट लाइन का क्या उपयोग है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

---

### 1.5 सारांश

---

- समाचार पत्रों की शुरुआत अंग्रेजी शासन के दौरान सरकार की नीतियों और फैसलों की जानकारी उपलब्ध कराने के मकसद से हुई थी, मगर सरकार के दमनकारी रवैए के चलते बहुत से अखबार बहुत कम समय में ही बंद हो गए। अंग्रेजी शासन की दमनकारी नीतियों से लोगों का उत्साह कम नहीं हुआ और नए-नए पत्र प्रकाशित होते रहे।
- आम धारणा सी बन गई है कि अखबारों में केवल समाचार प्रकाशित होते हैं, जबकि उनमें जानकारीपूर्ण लेख और जागरूकता पैदा करने वाली बहुत सी सामग्री भी प्रकाशित की जाती है।



- मास्टहेड, संपादकीय, फीचर, साक्षात्कार, ग्राफिक्स, पत्र, प्रिंट लाइन, समाचार, फोटो, लेख, कार्टून, विज्ञापन, मौसम और बाजार भाव आदि समाचार पत्रों के प्रमुख अंग हैं।
- मुख्य शीर्षक, उप शीर्षक, समाचार स्रोत, इंट्रो, ब्योरा, बॉक्स मैटर आदि समाचारों के मुख्य अंग हैं।
- मास्टहेड अखबार की प्रारंभिक पहचान होता है। विंडोज के जरिए भीतर के पन्नों पर छपी खबरों के बारे में जानकारी मिलती है।
- फोटो और ग्राफिक्स के जरिए समाचारों के तथ्यों की पुष्टि और बल प्रदान किया जाता है।
- विज्ञापन हालांकि संचार माध्यमों की आय का मुख्य स्रोत है, मगर इसके जरिए पाठकों को भी अनेक प्रकार के लाभ मिलते हैं।
- संचार माध्यमों में कामकाज अलग-अलग विभागों के संयुक्त प्रयास से होता है। इसमें समाचार, संपादकीय, फीचर, फोटो-ग्राफिक्स, पी टी एस, डिजाइनिंग, प्लेट मेकिंग, छपाई मशीन, विज्ञापन, वितरण, विज्ञापन आदि विभाग शामिल होते हैं।

### अभ्यास

1. समाचारों के शुरूआती स्वरूप के बारे में बताएं।
2. समाचार के विविध अंगों का विश्लेषण करते हुए बताएं कि इनके स्थान निर्धारण में किन बातों का ध्यान रखना आवश्यक होता है?
3. फोटो और ग्राफिक्स में अंतर स्पष्ट करते हुए सोदाहरण स्पष्ट करें कि पत्र-पत्रिकाओं में इनका क्या महत्व है?
4. पत्र-पत्रिकाओं में विज्ञापन क्यों प्रकाशित किए जाते हैं और इनसे पाठकों को क्या लाभ मिलता है?
5. संचार माध्यमों में कामकाज के तरीके पर प्रकाश डालें।

## 1.6 बोध प्रश्नों/अभ्यासों के उत्तर

### बोध प्रश्नों के उत्तर

1. अंग्रेजी शासन के दौरान शुरू हुए पत्रों को सरकारी नीतियों और दमन का शिकार होना पड़ा, मगर उन्होंने लोगों को जागरूक बनाने के मकसद से इस काम से हाथ नहीं खींचा। आर्थिक दबावों के बावजूद नए-नए पत्र शुरू होते रहे।
2. समाचार पत्रों के स्वरूप को लेकर आम धारणा है कि इनमें समाचार ही छपते हैं, मगर सच्चाई यह है कि इनमें समाचारों के अलावा शिक्षा, स्वास्थ्य, रहन-सहन, फैशन, संस्कृति, विज्ञान, पर्यावरण, कृषि, सिनेमा आदि से संबंधित विषयों पर जानकारीपूर्ण और जागरूकता पैदा करने वाले लेखों, फीचर आदि का प्रकाशन किया जाता है।
3. मास्टहेड, संपादकीय, फीचर, साक्षात्कार, ग्राफिक्स, पत्र, प्रिंट लाइन, समाचार, फोटो, लेख, कार्टून, विज्ञापन, मौसम और बाजार भाव।

4. मुख्य शीर्षक, उप शीर्षक, समाचार स्रोत, इंट्रो, ब्योरा, बॉक्स मैटर।
5. अखबारों में समाचारों के लिए स्थान निर्धारित करते वक्त उनके महत्व और पाठकों की रुचियों को ध्यान में रखा जाता है। जिन समाचारों की रुचि अधिक होती है उन्हें पहले पृष्ठ पर और फिर उसी के अनुसार सामाजिक, आर्थिक, विदेश और खेल संबंधी समाचारों का स्थान निर्धारित किया जाता है।
6. फोटो का महत्व भी समाचारों की तरह होता है। ये समाचारों में व्यक्त तथ्यों की पुष्टि में दस्तावेज का काम करते हैं। कई बार एक फोटो पूरे समाचार का काम करता है।
7. घटनाओं के बारे में तथ्यों की जानकारी के लिए जहां आम लोगों से बातचीत करनी पड़ती है वहीं विशेष विषयों और मुद्दों पर संबंधित क्षेत्र के लोगों से भी बातचीत जरूरी है। मुद्दों पर आधारित बातचीत को साक्षात्कार कहते हैं। इससे घटनाओं – मुद्दों पर मुकम्मल राय मिल पाती है।
8. समाचार माध्यमों विज्ञापनों जहां आय का प्रमुख जरिया होता है, वहीं इसके माध्यम से लोगों तक बहुत सारी जानकारियां पहुंचाई जाती हैं। ये जनजागरुकता में भी सहायक सिद्ध होते हैं।
9. प्रिंट लाइन से हमें अखबार या पत्रिका के संपादक, प्रकाशक और मुख्य कार्यालय आदि के बारे में जानकारी मिलती है।

**अभ्यास :** इस इकाई का गहन अध्ययन करने के पश्चात स्वयं उत्तर लिखने का प्रयास करें।