
इकाई 4 समाचार संकलन, लेखन और संपादन

इकाई की रूपरेखा

- 4.0 उद्देश्य
- 4.1 प्रस्तावना
- 4.2 समाचार का अर्थ
- 4.3 समाचार संकलन
 - 4.3.1 संवाददाता
 - 4.3.2 समाचार लेखन और जवाबदेही
 - 4.3.3 रिट्रिंगर
 - 4.3.4 एजेंसियां
 - 4.3.5 प्रेस विज्ञप्ति
- 4.4 समाचारों का चयन
 - 4.4.1 समाचार बनाम मनोरंजन
 - 4.4.2 लोकरुचि के समाचार
 - 4.4.3 समाचार विश्लेषण
- 4.5 समाचार लेखन
 - 4.5.1 उलटे पिरामिड की परंपरा
 - 4.5.2 भाषा और तथ्यों का जादू
- 4.6 समाचार संपादन
 - 4.6.1 संवाददाताओं से तालमेल
 - 4.6.2 अनुवाद की जरूरत
 - 4.6.3 शीर्षक की सिरदर्दी
 - 4.6.4 पेज बनवाने की जिम्मेदारी
- 4.7 सारांश
- 4.8 बोध प्रश्नों/अभ्यासों के उत्तर

4.0 उद्देश्य

यह समाचार पत्र और फीचर लेखन के पहले खंड की चौथी इकाई है। इस इकाई को पढ़ने के बाद आप:

- समाचार संकलन की प्रक्रिया के बारे में बता सकेंगी/सकेंगे;
- समाचार के चयन में बरती जाने वाली सावधानियों का उल्लेख कर सकेंगी/सकेंगे;
- समाचार लेखन के आवश्यक पहलुओं पर प्रकाश डाल सकेंगी/सकेंगे; और
- समाचारों में अनुवाद और भाषा की स्थिति को रेखांकित कर सकेंगी/सकेंगे।

4.1 प्रस्तावना

पिछले कुछ वर्षों में संचार माध्यमों में तेजी से हुए विस्तार के कारण न सिर्फ लोगों में समाचारों की भूख बढ़ी है, बल्कि संचार माध्यमों में भी इनके संकलन, चयन और प्रस्तुतीकरण को लेकर काफी सजगता-सक्रियता आई है। चाहे वह अखबार हों, समाचार चैनल हों, पत्रिकाएं हों या फिर इंटरनेट के जरिए समाचारों का प्रकाशन-प्रसारण करने वाले पोर्टल, पल-पल की खबरों पर नजर रखने की तेजी हर जगह दिखाई देने लगी है। अखबारों के पास समाचारों के प्रकाशन के लिए चूंकि करीब चौबीस घंटे का समय होता है इसलिए वहां खबरें जुटाने के मामले में हड़बड़ी थोड़ी कम दिखाई देती है, मगर चौबीसों घंटे चलने वाले समाचार चैनलों और इंटरनेट पोर्टल पर यह तेजी कुछ ज्यादा दिखाई देती है। इसलिए समाचारों के संकलन और प्रस्तुतीकरण के साधन बदले हैं, उनके चयन के नजरिए और साज-सज्जा में भी बदलाव आया है। समाचारों का संकलन आमतौर पर संवाददाताओं, स्ट्रिंगरों, समाचार ऐजेंसियों, प्रेस वार्ता, प्रेस विज्ञप्ति आदि के जरिए किया जाता है। यह तरीका अखबार, समाचार चैनल, पोर्टल और पत्रिकाएं सभी अपनाते हैं। बस इनके संकलन के माध्यम भिन्न हो जाते हैं। अखबारों के संवाददाता लिखकर यह काम करते हैं और इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के कैमरे में कैद करके। इसलिए सभी महत्वपूर्ण खबरें और बड़ी घटनाओं की सूचनाएं सभी समाचार माध्यमों तक लगभग एक ही रूप में पहुंचती है। मगर जब इन्हें प्रस्तुत किया जाता है तो सभी अखबारों, टी.वी. चैनलों पर इनमें कुछ न कुछ भिन्नता दिखाई देने लगती है। ऐसा उस माध्यम के संवाददाता की भाषा-शैली और समाचार संपादक, उप-संपादक के संपादन कौशल की वजह से होता है। समाचार जुटाने की प्रक्रिया से तो आप थोड़े-बहुत परिचित होंगे, आप में से कुछ लोगों को शायद यह भी पता हो कि समाचारों का संपादन क्यों जरूरी होता है। लेकिन ज्यादातर लोगों को यह जिज्ञासा हो सकती है कि समाचारों के चयन और संपादन में किस-किस तरह की सावधानियां बरतने की जरूरत होती है, क्यों होती है और प्रकाशित-प्रसारित होने या पाठक-दर्शक तक पहुंचने से पहले समाचारों को संपादन के किन स्तरों से गुजरना पड़ता है।

इस पाठ में हम समाचारों के संकलन, उनके चयन, संपादन और उन्हें अंतिम रूप में प्रस्तुत करने के तरीकों पर चर्चा करेंगे।

4.2 समाचार का अर्थ

मोटे तौर पर समाचार का अर्थ नई घटना से लगाया जाता है। हर पल कोई न कोई नई घटना घटती है और वह किसी न किसी रूप में समाचार होती है। जब आप किसी से बहुत दिनों या काफी देर बाद मिलते हैं तो बातचीत शुरू करते हुए पूछते हैं, 'क्या हालचाल है' या 'क्या नई खबर है?' अक्सर लोगों को यह भी पूछते सुना जाता है कि 'क्या समाचार है' या 'और सुनाइए, क्या चल रहा है?' यानी न सिर्फ हर पल कहीं न कहीं कोई न कोई नई घटना घटती और समाचार बनती है, बल्कि हर व्यक्ति में हर पल नया कुछ जानने की जिज्ञासा बनी रहती है। व्यक्ति के भीतर नई घटनाओं के बारे में जानने की इसी भूख के कारण मीडिया का विस्तार होता रहता है। मगर मुश्किल यह है कि हर घटना को प्रकाशित-प्रसारित कर पाना किसी भी संचार माध्यम के लिए संभव नहीं है। इसलिए हर पल घटने वाली घटनाओं में से ऐसी

खबरों को छांटना होता है जो व्यापक जनता के हित में हों, उनका किसी न किसी रूप में समाज पर असर पड़ता हो या उन्हें जानना जरूरी हो।

कुछ लोगों का मानना है कि 'खबर का अर्थ बुरी खबर' होता है। ऐसी धारणा इसलिए बन गई है कि आमतौर पर सामाजिक मुद्दों से जुड़ी खबरों में वही खबरें ज्यादा प्रकाशित होती हैं, जिनसे किसी गड़बड़, खोट, कमी या समाज में हुई किसी बुरी घटना की सूचना मिलती है। लेकिन सरकार के फैसलों या नीतियों के बारे में यह मान्यता काम नहीं करती। सरकार के अनेक फैसले जनहित से जुड़े होते हैं। हां कई बार सत्ता पक्ष अपने दलगत हितों को ध्यान में रखते हुए फैसला करता है, तब उसकी नीतियां संदेह और आलोचना के घेरे में आ जाती हैं। समाज में होने वाली हत्या, बलात्कार, चोरी, डकैती जैसी घटनाओं के समाचार अधिक होते हैं इसलिए यह धारणा विकसित होती चली गई है कि खबरें हमेशा बुरे पक्षों को उजागर करती हैं। लेकिन ऐसी खबरें देने के पीछे एक मकसद लोगों को जागरूक और सतर्क करना होता है। बुरी खबरों से सबक लेकर लोग सावधान रहने की कोशिश कर सकते हैं, उनसे बचने की कोशिश कर सकते हैं।

इसलिए खबर जुटाने वाले से यह अपेक्षा की जाती है कि वह उन्हीं घटनाओं, फैसलों या सूचनाओं को वरीयता दे जिनसे बड़े जन समुदाय का हित जुड़ा हो। कोई घटना सिर्फ किसी एक व्यक्ति, परिवार या उसके छोटे से समुदाय के हित से जुड़ी हो और उसका शेष समाज पर कोई खास असर न होता हो तो वह संचार माध्यम के लिए खबर नहीं हो सकती। समाचारों में नयापन, व्यापक जन समूह के हित साधने, उसमें संवेदना जगाने और उसकी रुचि के अनुकूल होने का गुण होना जरूरी माना जाता

4.3 समाचार संकलन

जैसा कि ऊपर कहा गया है, समाज में हर पल कोई न कोई घटना घटती रहती है और वह समाचार हो सकती है, इसलिए समाचारों का संकलन खासा पेचीदा काम हो जाता है। हर संचार माध्यम की कोशिश होती है कि वह हर महत्वपूर्ण घटना पर नजर रखे। जिससे कोई ऐसी घटना छूट जाती है, उसे पिछड़ा हुआ मान लिया जाता है और आज जिस तरह संचार माध्यमों में, खासकर इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में, खबरों के जरिए ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुंचने की होड़-सी पैदा हो गई है उसमें समाचार संकलन को लेकर सतर्कता काफी बढ़ी है। टी.वी. के समाचार चैनलों के विज्ञापनों में 'सबसे तेज', 'नंबर वन', 'सबसे आगे' जैसे जुमले यही बताने के लिए इस्तेमाल होते हैं। मगर क्या किसी भी संचार माध्यम के लिए यह संभव है कि वह हर गांव, तहसील, जिले स्तर तक अपने संवाददाता भेज कर समाचारों का संकलन कर सके? सामाजिक विषयों के अलावा केन्द्र, राज्य और पंचायत सरकारों के फैसलों, खेल और उद्योग जगत की सूचनाओं पर भी नजर रखनी होती है। क्या हर माध्यम के लिए यह संभव है कि वह केन्द्र और सभी राज्यों के हर मंत्रालय और विभाग तक अपने संवाददाता को भेज सके? दुनिया के तमाम देशों में कुछ न कुछ घटनाएं घटती रहती हैं जो लोगों की रुचि का विषय हो सकती हैं। विभिन्न देशों की सरकारें राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय मसलों पर आए दिन फैसले करती रहती हैं। जरा सोचिए, क्या किसी भी संचार माध्यम के लिए अपने नियमित संवाददाताओं के जरिए उन्हें जुटा पाना संभव है? इसी तरह विभिन्न खेलों और औद्योगिक समूहों, बाजार के बदलते रुख से संबंधित समाचार जुटाना भी मुश्किल काम हो सकता है।

इसीलिए कोई संचार माध्यम समाचारों के लिए सिर्फ अपने नियमित संवाददाता पर निर्भर नहीं रह सकता। कई स्थानों पर उन्हें अंशकालिक संवाददाता यानी स्ट्रिंगर रखने होते हैं। विभिन्न एजेंसियों की मदद लेनी पड़ती है। आप में से बहुत से लोगों को पता होगा कि हमारे देश में प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (पीटीआई) और यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (यूएनआई) दो प्रमुख समाचार एजेंसियां हैं जो विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं, टेलीविजन चैनलों को हिन्दी और अंग्रेजी में समाचार उपलब्ध कराती हैं। इस तरह एसोसिएटेड प्रेस (एपी)एजेंसे फ्रांस प्रेस (एएफपी), रायटर, जैसी अनेक विदेशी समाचार एजेंसियां हैं जो विभिन्न संचार माध्यमों को खबरें बेचती हैं। पहले एजेंसियां टेलीप्रिंटर के जरिए विभिन्न संचार माध्यमों तक खबरें पहुंचाती थीं जिसके लिए उन्हें भारतीय टेलीग्राफ विभाग से लाइन लेनी पड़ती थी। यह तरीका अब भी काम में लिया जाता है, मगर जबसे इंटरनेट का प्रचलन अस्तित्व में आया है, उपग्रह के जरिए खबरें पहुंचाना आसान हो गया है। टेलीग्राफ के जरिए विदेशी एजेंसियों से समाचार मंगाना पहले सभी संचार माध्यमों के लिए संभव नहीं था। अब इंटरनेट के जरिए यह काम आसान हो गया है। आइए, पहले जानते हैं कि समाचारों के संकलन का तरीका क्या होता है।

4.3.1 संवाददाता

आमतौर पर समाचार संकलन का काम संवाददाताओं के जरिए किया जाता है। हर अखबार, पत्रिका, टी.वी चैनल विभिन्न क्षेत्रों के अनुसार अपने संवाददाता नियुक्त करता है। इसी तरह समाचार एजेंसियां भी संवाददाताओं पर निर्भर रहती हैं। हर संवाददाता का क्षेत्र बीट यानी बंटा होता है। कोई राजनीति से संबंधित मामले देखता है, कोई शिक्षा, कोई पर्यावरण, कोई सामाजिक मुद्दे, कोई खेल, कोई अर्थव्यवस्था, तो कोई अपराध। इनमें भी अलग-अलग संवाददाताओं के अलग-अलग क्षेत्र बंटे होते हैं। मसलन, राजनीति की बीट पर कोई संवाददाता सरकार के शिक्षा संबंधी मामलों को देखता है, कोई गृह मंत्रालय, कोई विदेश, कोई पर्यावरण, कोई खेल। ऐसे ही विभिन्न विभागों से जुड़े मसलों को अलग-अलग संवाददाता देखते हैं। कोई राज्यसभा की कार्रवाई देखता है तो कोई लोकसभा की। कोई सत्ता पक्ष की पार्टी की खबरें जुटाने के काम में लगा होता है तो कोई विपक्ष की। कुछ संवाददाताओं को दूसरी छोटी पार्टियों की जिम्मेदारी भी दी जाती है।

लेकिन जैसा कि आप जानते हैं, हमारे देश में राजनीतिक दलों की संख्या खासी बड़ी है और सरकारी विभाग भी सौ से ऊपर हैं। ऐसे में हर विभाग और पार्टी के लिए अलग-अलग संवाददाता रखने का अर्थ है कि सिर्फ केन्द्र सरकार के फैसलों की खबरें जुटाने के लिए सौ से ऊपर संवाददाता रखने होंगे। राजनीति के अलावा खेल, व्यापार, बाजार, सामाजिक घटनाओं, अपराध वगैरह के लिए भी अलग-अलग क्षेत्रों के अनुसार संवाददाताओं की जरूरत होती है। ऐसे में हर अखबार और समाचार एजेंसी को हजारों संवाददाताओं की नियुक्ति करनी पड़ेगी। जरा सोचिए कि क्या यह संभव है? नहीं।

इसीलिए अक्सर हर विभाग के अलग-अलग संवाददाता नियुक्त करने की बजाय अखबार और एजेंसियां तीन-चार विभिन्न विभागों की जिम्मेदारी एक संवाददाता को दे देती हैं। इसी प्रकार राज्यों की राजधानियों में संवाददाताओं की जिम्मेदारियां बांटी जाती हैं। सरकार से जुड़ी खबरों के अलावा विदेश, खेल, अर्थ जगत, व्यापार, बाजार, फैशन, साहित्य-संस्कृति, अपराध आदि की खबरें जुटाने के लिए संवाददाताओं की

नियुक्ति की जाती है। ध्यान यह रखा जाता है कि एक जैसी प्रकृति के कई क्षेत्रों की जिम्मेदारी एक संवाददाता को दी जाये ताकि उन्हें खबरें जुटाने में आसानी हो। उदाहरण के लिए, लोकसभा की कार्रवाई देखने वाले संवाददाता को अगर अपराध से जुड़ी खबरें जुटाने का काम दे दिया जाए तो उसके लिए खासी परेशानी पैदा हो जाएगी। इसलिए उसे इस जिम्मेदारी के साथ-साथ कुछ दूसरे विभागों-मंत्रालयों की जिम्मेदारी दे दी जाती है।

ऐसा इसलिए भी किया जाता है कि किसी संवाददाता को सिर्फ एक विभाग या क्षेत्र की जिम्मेदारी देने से कई बार उस विभाग में पूरे दिन कोई ऐसी बात नहीं होती, जिसे समाचार बनाया जा सके। ऐसे में वह पूरे दिन कोई खबर नहीं दे पाता। मान लीजिए लोकसभा की कार्रवाई की जिम्मेदारी जिस संवाददाता को दी जाती है वह अगर सिर्फ वही काम देखे तो साल के ज्यादातर दिन उसे बैठे रहना पड़ेगा, क्योंकि संसद साल में सिर्फ तीन बार बैठती है, वह भी कुछ दिनों के लिए। ऐसे में बाकी दिनों में उस संवाददाता के लिए कोई काम नहीं रह जाएगा। इसी तरह साहित्य-संस्कृति से जुड़ी खबरों के लिए अगर एक संवाददाता नियुक्त किया जाए तो वहां भी कई-कई दिन कोई खबर न होने की संभावना हो सकती है। इसलिए अगर साहित्य-संस्कृति के संवाददाता को फैशन या दूसरी सामाजिक गतिविधियों की जिम्मेदारी दे दी जाए तो हर दिन कोई न कोई खबर मिलने की गुंजाइश बनी रहती है।

फिर भी अनेक ऐसे क्षेत्र हैं जिनकी खबरें नियमित संवाददाता से छूट जाती हैं। उन खबरों के लिए अखबारों और दूसरे संचार माध्यमों को समाचार एजेंसियों या अंशकालिक संवाददाताओं पर निर्भर रहना पड़ता है। बहुत सारी खबरें विभिन्न विभागों-मंत्रालयों में नियुक्त मीडिया प्रवक्ता या जनसंपर्क अधिकारी प्रेस रिलीज के जरिए जारी करते हैं। इसी तरह विभिन्न नागरिक संगठन भी विज्ञप्तियां जारी कर अपनी समस्याओं से संचार माध्यमों को रूबरू कराते हैं।

4.3.2 समाचार लेखन और जवाबदेही

आमतौर पर खबरें विभिन्न स्रोतों से अपने आप जाहिर हो जाती हैं। जैसे, जिस विभाग या मंत्रालय को कोई फैसला करना होता है वह उसके बारे में पहले ही समाचार माध्यमों को सूचित कर देता है। कई बार प्रेस वार्ता आयोजित करके खबरों का खुलासा किया जाता है। इसी तरह अगर कहीं कोई घटना घटती है तो पुलिस कंट्रोल रूम या आसपास के लोग उसकी सूचना संवाददाताओं को दे देते हैं। फिर भी एक सतर्क संवाददाता से उम्मीद की जाती है कि वह अपने क्षेत्र की खबरों के बारे में विभिन्न स्रोतों से पता करता रहे, सिर्फ प्रेस विज्ञप्ति या किसी अन्य स्रोत से सूचना आने का इन्तजार न करे।

सफल संवाददाता वही माना जाता है जो सिर्फ प्रत्यक्ष रूप से प्राप्त होने वाली खबरों पर आश्रित नहीं रहता। वह अपनी सूझबूझ और संपर्क के आधार पर खबरें इकट्ठी करता है। कई खबरें स्पष्ट रूप से उजागर नहीं होतीं, उन्हें उजागर करना पड़ता है। भ्रष्टाचार या अपराध से जुड़ी खबरों के मामले में ऐसा अक्सर होता है। कई लोग जानते-समझते हुए भी भय के कारण भ्रष्टाचार और अपराध की सूचनाएं नहीं देते। ऐसे में कुशल संवाददाता उन खबरों को भांप लेता है और उनसे जुड़े तथ्यों को इकट्ठा करने के लिए युक्ति सोचता है। उदाहरण के लिए, पेट्रोल पंप घोटाले के

मामले में ऐसा ही हुआ। पूरे देश में गैरकानूनी तरीके से पेट्रोल पंपों का आवंटन किया गया। जाहिर है, इसमें सत्ता पक्ष और समाज के ताकतवर लोग शामिल थे। इस मामले में तथ्य जुटाना कठिन काम था। इसलिए संवाददाताओं को नाटकीय तरीके अपनाने पड़े। इसी तरह सांसद निधि कोष के दुरुपयोग करने वालों के खिलाफ पत्रकारों ने गुप्त अभियान चलाया, रक्षा सौदों में दलाली लिए जाने और गुजरात दंगों के दौरान बेस्ट बेकरी मामले से जुड़े अभियुक्तों को बचाने के लिए गवाहों के साथ सौदेबाजी करने वालों का मामला उजागर करने में भी नाटकीय तरीके अपनाए गए।

ऐसे अनेक मामले होते हैं जिन्हें उजागर करने के लिए संवाददाता को जोखिम भी उठाना पड़ता है। कई बार उन्हें हमलों का शिकार होना पड़ता है, सत्ता पक्ष या ताकतवर लोगों की धमकियां सुननी पड़ती हैं। मगर चूंकि पत्रकारिता समाज और जनता के सामूहिक हित को ध्यान में रखकर सच्चाई सामने लाने का पेशा है इसलिए संवाददाता से उम्मीद की जाती है कि वह ईमानदारी और साहस के साथ इस काम को पूरा करे। मगर साथ ही इस बात का ध्यान रखा जाना चाहिए कि किसी को बदनाम करने की नीयत अथवा बदले की भावना से उसके खिलाफ झूठे समाचार या तथ्यों को तोड़-मरोड़ कर पेश न किया जाये। सिर्फ कुछ लोगों के कहने पर भी समाचार नहीं लिखा जाना चाहिए। जब तक सच्चाई के पुख्ता प्रमाण न मिल जाएं, खबर लिखने का उपक्रम नहीं करना चाहिए।

खबरों से संबंधित तथ्य जुटाने के साथ-साथ संवाददाता में यह कौशल जरूरी होता है कि वह उन तथ्यों और घटनाओं को साफ-सुथरी भाषा में प्रस्तुत करे। चूंकि समाचारों में तथ्य पूरे आ जाने चाहिए, घटनाओं का ठीक तरह से प्रस्तुतीकरण होना चाहिए। इसलिए संवाददाता से उम्मीद की जाती है कि वह किसी भी तथ्य को छिपाए नहीं या किसी भी तरह का पक्षपात न करे। समाचार तथ्य-आधारित होते हैं इसलिए इनमें संवाददाता को अपने विचार प्रस्तुत करने की गुंजाइश बहुत कम होती है। जहां समाचार में संवाददाता का जोर अपने मंतव्य प्रकट करने पर होता है वहां समाचार, समाचार न रहकर संपादकीय टिप्पणी की तरह हो जाता है।

समाचारों की भाषा में भी निष्पक्षता जरूरी है। किसी भी तरह तथ्यों को तोड़-मरोड़ कर पेश करने या घटनाओं को भ्रामक बनाने की कोशिश संवाददाता की ईमानदारी के प्रति शक पैदा करता है। इसी तरह भाषा के इस्तेमाल में शब्दों का चयन सोच-समझकर किया जाना चाहिए। ऐसा न लगे कि किसी के प्रति आप कटु हो गए हैं या पूर्वग्रह ग्रस्त हैं। किसी को ठेस पहुंचाने की नीयत से समाचार नहीं लिखे जाने चाहिए। समाचारों का मकसद लोगों को सूचनाएं देना होना चाहिए।

4.3.3 स्ट्रिंगर

अनियमित या अंशकालिक संवाददाता को स्ट्रिंगर कहा जाता है। ऐसे संवाददाता नियमित वेतन पर काम करने की बजाय अनियमित आधार पर खबरें भेजते हैं। मगर इसका अर्थ यह कतई नहीं है कि अनियमित होने के नाते वे अपने मर्जी से खबरें दें। अगर उनके क्षेत्र में कोई घटना घट जाती है तो उनकी जिम्मेदारी बनती है कि वे उससे जुड़े तथ्य जुटाएं और समाचार दें। स्ट्रिंगर भी संवाददाता होता है, इसलिए उससे भी संवाददाता होने की सभी शर्तें मानने की अपेक्षा की जाती है। खबरें लिखते समय उससे भी तथ्यों और भाषा के प्रति ईमानदारी बरतने की उम्मीद की जाती है। अगर वह ऐसा नहीं कर पाता है तो उसकी विश्वसनीयता प्रभावित होती है। इस तरह

खबरें जुटाने के लिए स्ट्रिंगर को अखबारों की तरफ से कुछ जरूरी सुविधाएं प्रदान की जाती हैं। जैसे, उसे पहचान-पत्र जारी किया जाता है। इसके साथ ही फैक्स करने या ई-मेल करने का अधिकार दिया जाता है ताकि वह किसी भी जगह से अपनी लिखी खबर को तुरंत पत्र कार्यालय तक भेज सके। स्ट्रिंगर को प्रति खबर के आधार पर भुगतान किया जाता है।

4.3.4 एजेंसियाँ

पत्र-पत्रिकाओं के संवाददाता जिन खबरों को जुटा पाने में विफल रहते हैं उन के लिए एजेंसियों पर निर्भर रहना पड़ता है। लेकिन ऐसा नहीं है कि एजेंसियां सिर्फ वही खबरें भेजती हैं जिनकी जरूरत होती है। एजेंसियां दो प्रकार से खबरें, चित्र ग्राफिक, लेख वगैरह बेचती हैं। एक तो उन संचार माध्यमों को सीधे खबरें भेजती हैं जो नियमित ग्राहक होते हैं और दूसरे उन्हें, जो चुनिंदा खबरें, फोटो या लेख वगैरह चाहते हैं। नियमित ग्राहकों को मासिक शुल्क अदा करना पड़ता है। जिन्हें चुनिंदा खबरों या दूसरी सामग्री की जरूरत होती है, उन्हें सिर्फ उसी सामग्री का भुगतान करना पड़ता है। एजेंसियां अपने नियमित ग्राहकों को निरंतर खबरें और फोटो भेजती रहती हैं। उनके संवाददाता जो भी खबरें या फोटो लेकर आते हैं वे उन्हें संपादित करके संचार माध्यमों को जारी कर देती हैं। समाचार माध्यम उन खबरों में से अपनी जरूरत की सामग्री छंट लेते हैं।

एजेंसियां भी खबरें जुटाने का काम उसी तरह करती हैं जिस तरह संचार माध्यमों के संवाददाता करते हैं। लेकिन आमतौर पर समाचार एजेंसियां भंडाफोड़ या पोलखोल किस्म की खबरें जारी करने से परहेज करती हैं। वे प्रायः वही खबरें भेजती हैं जो सरकार या विभिन्न विभाग जारी करते हैं, या तो संवाददाता सम्मेलनों और प्रेस विज्ञप्तियों से प्राप्त होती हैं। चूंकि एजेंसियों की खबरों की विश्वसनीयता के आधार पर विभिन्न समाचार माध्यम उनसे खबरें खरीदते हैं इसलिए वे ऐसी कोई भी खबर जुटाने या जारी करने से परहेज करती हैं जिनसे गलत या भ्रामक तथ्य उजागर होते हों।

4.3.5 प्रेस विज्ञप्ति

प्रेस विज्ञप्ति भी समाचार संकलन का एक महत्वपूर्ण स्रोत होता है। प्रायः सरकारी विभाग, नागरिक संगठन और स्वयंसेवी संस्थाएं अपनी नीतियों, योजनाओं, कार्यक्रमों आदि के बारे में जानकारी प्रेस विज्ञप्ति के जरिए समाचार माध्यमों के पास भेजती हैं। चूंकि हर समय प्रेस वार्ता आयोजित करना संभव नहीं होता इसलिए प्रेस विज्ञप्ति के जरिए सूचनाएं भेजी जाती हैं। प्रेस विज्ञप्तियां फैक्स, ई-मेल या दस्ती रूप में भेजी जाती हैं।

समाचार संपादक, उप-संपादकों और संवाददाताओं की जिम्मेदारी बनती है कि वे विज्ञप्ति के जरिए आई खबरों के तथ्यों और सच्चाइयों की पहचान करें। कई बार कुछ राजनीतिक दल या उनके समर्थक ऐसी विज्ञप्तियां जारी करते हैं जिनमें विवादास्पद तथ्य हो सकते हैं। अपने प्रतिद्वंद्वी को बदनाम करने या नीचा दिखाने की नीयत से। ऐसा वे अक्सर करते देखे भी जाते हैं। ऐसे में उन तथ्यों की जांच करना, उनके कथन की पुष्टि करना समाचार संपादक, उप-संपादक और संवाददाता की जिम्मेदारी बनती है। इसी तरह कई संस्थाएं या व्यक्ति भी व्यक्तिगत प्रशंसा या किसी को

बेवजह परेशान करने की नीयत से विज्ञप्तियां जारी कर सकते हैं। ऐसे में विज्ञप्तियों को प्रकाशित करते समय काफी सावधानी की जरूरत होती है।

बोध प्रश्न 1

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर संक्षेप में दें।

1) आपके अनुसार समाचार का अर्थ क्या होना चाहिए?

.....
.....
.....
.....
.....

2) संवाददाता की नैतिक जिम्मेदारी क्या होनी चाहिए?

.....
.....
.....
.....
.....

3) एजेंसियां किस प्रकार की खबरें जारी करती हैं?

.....
.....
.....
.....
.....

4. स्ट्रिंगर की जरूरत क्यों पड़ती है?

.....
.....
.....
.....
.....

4.4 समाचारों का चयन

जैसा कि आप जानते हैं, अलग-अलग क्षेत्रों के अनुसार हर अखबार में पन्ने निर्धारित होते हैं। आमतौर पर मुखपृष्ठ पर राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक, पर्यावरण या नीतिगत मामलों से जुड़ी घटनाओं या फैसलों को प्रकाशित किया जाता है। बाकी

खबरों को विदेश, खेल, अर्थ जगत, साहित्य-संस्कृति, अपराध, नगर आदि के आधार पर वर्गीकृत किया जाता है। महत्वपूर्ण खबरों के अलावा मुखपृष्ठ पर भीतर के पन्नों पर प्रकाशित महत्वपूर्ण खबरों की भी संक्षिप्त झलक पट्टी या खिड़की-विंडो के रूप में प्रकाशित की जाती है ताकि पाठक को एक नजर में पता चल सके कि कौन-सी खबर किस पन्ने पर है। और जैसी कि हम चर्चा कर आए हैं, हर दिन हजारों खबरें विभिन्न स्रोतों से अखबारों, इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के दफ्तरों में आती हैं। सभी को प्रकाशित-प्रसारित कर पाना संभव नहीं होता। अखबारों में चूंकि पन्ने अधिक होते हैं इसलिए हर क्षेत्र से जुड़ी महत्वपूर्ण खबरों को प्रकाशित कर पाना संभव होता है, मगर इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के पास चूंकि समय की सीमा निर्धारित होती है और उन्हें खबरों को दिखाना भी पड़ता है, अतः उनके लिए ज्यादा खबरें प्रसारित कर पाना संभव नहीं होता। आपने ध्यान दिया होगा कि उन पर आधे घंटे के बुलेटिन में बमुश्किल दस समाचार प्रसारित हो पाते हैं। उसमें भी अगर कोई बड़ी घटना हो गई हो या सरकार ने कोई बड़ा फैसला किया हो तो उस पर विभिन्न विशेषज्ञों की राय लेने में समय निकल जाता है, इसलिए अनेक खबरें उन्हें ग्राफिक या टी.वी के पर्दे चल रही पट्टी के तौर पर प्रसारित करनी पड़ती है।

हालांकि ज्यादातर समाचार चैनल चौबीसों घंटे खबरों का प्रसारण करते हैं और कारोबारी होड़ में आगे निकलने की मंशा से वे खबरों के पीछे भागते नजर आते हैं, मगर समय की सीमा होने के कारण चौबीस घंटों में वे अखबारों की तुलना में काफी कम खबरें दे पाते हैं। कुल मिलाकर देखें तो उनकी एक तिहाई भी नहीं। इस तरह अखबारों और इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों पर खबरों के चयन और प्रकाशन-प्रसारण करने का तरीका भिन्न हो जाता है। अखबारों में संवाददाताओं और उनके चयन-संपादन की जिम्मेदारी बंटी होती है, पन्ने बंटे होते हैं इसलिए निर्धारित पन्ने पर उस क्षेत्र में संबंधित समाचार प्रकाशित करना अनिवार्य होता है, जबकि इलेक्ट्रॉनिक माध्यम इस मामले में स्वतंत्र हैं। वे महत्वपूर्ण खबरों, जिन्हें अखबारों की भाषा में मुख्य या लीड खबरें कहा जाता है, की तरफ ज्यादा ध्यान देते हैं। विज्ञप्तियों के माध्यम से आने वाले समाचारों का उनके यहां बहुत महत्व नहीं रह जाता। वे एजेंसियों पर भी सिर्फ आंशिक रूप से निर्भर रहते हैं।

समाचार पत्रों में एजेंसियों और अपने संवाददाता या स्ट्रिंगर के माध्यम से आने वाली खबरों को विश्वसनीय माना जाता है। फिर भी उनकी भाषा और खबरों के महत्व को ध्यान में रखकर उनका संपादन जरूरी होता है। कई बार संवाददाता या स्ट्रिंगर अपने विवेक के आधार पर खबरें ले आते हैं, मगर समाचार संपादक और उप-संपादक उन्हें देखकर उनके महत्व के अनुरूप अस्वीकृत भी कर देते हैं। खबरों के चयन की जिम्मेदारी चूंकि मुख्य रूप से समाचार संपादकों की होती है, सारी खबरें क्षेत्र के अनुसार पहले उनके पास पहुंचती हैं। वे महत्व के हिसाब से उनमें से खबरें छांटते हैं और उप-संपादकों के पास संपादन के लिए भेजते हैं। ध्यान देने की बात है कि समाचार सिर्फ हिन्दी में नहीं आते। काफी संख्या में अंग्रेजी में भी आते हैं। उनका हिन्दी में अच्छा अनुवाद करना पड़ता है।

समाचारों का चयन करते समय समाचार संपादक अपने अखबार की प्रकृति, पाठक वर्ग और उद्देश्य को ध्यान में रखता है। कई अखबार सिद्धांत के तौर पर कुछ क्षेत्रों की खबरें नहीं प्रकाशित करते, जैसे आज जब लगभग सभी अखबारों में फैशन की धूम दिखाई देती है, विभिन्न कंपनियों के उत्पादों को प्रोत्साहित करने के मकसद से लेख दिए जाते हैं, 'जनसत्ता' में इस तरह की खबरें प्रकाशित नहीं की जातीं। इसी

तरह 'जनसत्ता' धर्म और अध्यात्म से संबंधित खबरें नहीं छापता, किसी संत-महात्मा के प्रवचन नहीं प्रकाशित करता। कई अखबार साहित्य से संबंधित समाचारों को खास तवज्जो नहीं देते, पर 'जनसत्ता' में ऐसी खबरों को भरपूर जगह दी जाती है। जिन अखबारों में जिन क्षेत्रों की खबरें सिद्धांततः नहीं प्रकाशित की जातीं, उनमें उनसे संबंधित समाचारों को छांटना मुश्किल नहीं होता, पर कुछ क्षेत्र ऐसे हैं जिनके समाचारों को कोई भी अखबार या इलेक्ट्रॉनिक माध्यम नजरअंदाज नहीं कर सकता। उनसे संबंधित खबरें छांटना कई बार खासा पेचीदा काम हो जाता है।

उदाहरण के लिए, जिस दिन संसद में किसी मुद्दे पर प्रधानमंत्री का बयान आता है उस दिन लगभग सभी अखबारों की सुर्खी वही होगी। या बजट के समय या विपक्ष के किसी मुद्दे को लेकर खड़े किए गए हंगामे की खबरें आसानी से सुर्खी बनाई जा सकती हैं। मगर ऐसे अनेक दिन होते हैं जब इस तरह की कोई बड़ी खबर नहीं होती। तब मुख्य खबर के लिए समाचार संपादक यह देखते हैं कि राजनीति के अलावा किसी दूसरे क्षेत्र में कौन-सी बड़ी खबर है जो सामाजिक हितों से जुड़ी हो जिसमें समाज के बड़े वर्ग की रुचि हो। ऐसे में विदेश, खेल, पर्यावरण आदि क्षेत्र से जुड़े समाचारों को मुख्य खबर बना लिया जाता है। कई अखबार अपने

संवाददाताओं की विशेष तौर पर जुटाई खबरों को मुख्य समाचार के रूप में प्रकाशित करते हैं।

हैं। अंग्रेजी का 'इंडियन एक्सप्रेस' आमतौर पर ऐसी ही खबरों को सुर्खी बनाता है।

दूसरे पन्नों के लिए समाचारों का चुनाव करते समय सभी खबरों में से सिर्फ उन्हीं खबरों को छांटा जाता है, जिनका दायरा व्यापक हो और जो किसी न किसी रूप में सामाजिक हितों से जुड़े हों। जो ज्यादा महत्व की खबरें होती हैं उन्हें बड़े आकार में प्रकाशित किया जाता है और जो कम महत्व की होती हैं उन्हें उसी के अनुरूप काट-छांट कर प्रकाशित किया जाता है। उन खबरों को छोड़ दिया जाता है जिनके प्रकाशित न होने से कोई फर्क नहीं पड़ता, हालांकि लगभग सभी अखबारों को स्थान का ध्यान रखते हुए कई ऐसी खबरों को भी छोड़ना पड़ता है जिन्हें प्रकाशित किया जा सकता है।

4.4.1 समाचार बनाम मनोरंजन

इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों पर प्रसारित किए जाने वाले समाचारों में इस बात का ध्यान जरूर रखा जाता है कि समाचारों को प्रस्तुत किए जाते समय मनोरंजन का पुट भी बना रहे। समाचार सुनते-देखते समय दर्शक ऊबें नहीं, वे उन्हें बांधे रखें। इसे ध्यान में रखते हुए भाषा और शब्दों का चयन किया जाता है। भरपूर संख्या में चित्रों (क्लिपिंग्स) का इस्तेमाल किया जाता है। अब पहले जैसा नहीं रहा कि समाचार वाचक या वाचिका समाचार पढ़ते जाएं और जहां बहुत आवश्यक हो वहां चित्र डाल दिए जाएं। निजी समाचार चैनल के चौबीसों घंटों खबरें प्रसारित करना शुरू करने के बाद यह परिपाटी-सी बन गई है हर समाचार के चित्र हों और भरपूर हों। चित्र चलते रहते हैं और पीछे से समाचार पढ़ने की आवाज आती रहती है। जब समाचार बदलते हैं तो समाचार वाचक का चेहरा कुछ पल के लिए दिखा दिया जाता है। अब संवाददाताओं से सीधे संवाद भी किया जाता है और खबरें उनके ही मुंह से सुनी जाती हैं। समाचारों को मनोरंजक रूप में पेश करने की प्रवृत्ति आंशिक रूप से ही सही, अखबारों में भी दिखाई देने लगी है। इस प्रयोग को इस मायने में बेहतर कहा

जा सकता है कि बरसों से एक ही ढर्रे पर लिखे जा रहे समाचारों की शैली में बदलाव आने से लोगों को समाचारों का अलग स्वाद मिला है। मगर इसे जब कारोबारी होड़ का हिस्सा बना दिया जाता है तो खटकना स्वाभाविक है। अधिक विज्ञापन जुटाने और अधिक से अधिक लोगों तक पहुंचने की होड़ में अखबारों ने भी समाचार संकलन, लेखन और संपादन में पारंपरिक शैली को छोड़ना शुरू कर दिया है। लोक रुचि के समाचारों की अधिकता दिखाई देने लगी है। उनकी प्रस्तुति में भाषा के साथ खेलने का चलन भी बढ़ रहा है। जो अखबार आधुनिक रहन-सहन, फैशन, मनोरंजन, बाजार आदि को अधिक महत्व देते हैं उनमें यह प्रवृत्ति ज्यादा दिखाई देती है।

4.4.2 लोकरुचि के समाचार

राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय समाचारों में विविध क्षेत्रों से जुड़ी खबरों में कुछ खबरें ऐसी भी छांटी जाती हैं जिनका ताल्लुक लोकरुचि से हो। हालांकि इन खबरों का चयन करते वक्त जन साधारण की रुचि का ध्यान रखा जाता है, मगर इनका भी यह मकसद होता है कि इन समाचारों से कोई न कोई सरोकार जरूर सधता हो। आपने ध्यान दिया होगा कि ज्यादातर समाचार पत्र पहले पृष्ठ पर नीचे की तरफ, जिसे बॉटम कहा जाता है, कुछ ऐसी खबरें छापते हैं जो गंभीर किस्म के राजनीतिक, आर्थिक या नीतिगत मामलों से नहीं, बल्कि सामाजिक सरोकारों से जुड़ी होती हैं। जैसे पर्यावरण को पहुंचने वाले नुकसान या सामाजिक विकृति या नयी जीवनशैली, सूचना क्रांति और संबंधों में आ रहे बदलावों से जुड़ी खबर। आमतौर पर हर अखबार इस स्थान पर उन इलाकों से जुड़ी खबरों का चुनाव करते हैं जहां उनका वितरण मुख्य रूप से होता है। मगर लोगों की सेहत, रहन-सहन, सामाजिक प्रवृत्तियों में आ रहे बदलाव से संबंधित खबरें चूंकि व्यापक जन समुदाय पर असर छोड़ती हैं इसलिए ऐसी खबरों को कहीं भी प्रकाशित किया जा सकता है। जैसे किसी देश में अगर किसी व्यक्तिने पचासवीं शादी की हो और उसका साठवां बच्चा पैदा हुआ हो तो यह लोक रुचि का समाचार हो सकता है। इसी प्रकार कोई व्यक्ति अगर अपनी जीभ पर रोज किसी जहरीले सांप से कटवाता हो या ऐसा ही कोई और करिश्मा करता हो तो यह लोक रुचि का समाचार हो सकता है।

4.4.3 समाचार विश्लेषण

समाचार विश्लेषण आमतौर पर ऐसी खबरें होती हैं जो देश की राजनीतिक, आर्थिक, विदेश या किसी महत्वपूर्ण मुद्दे पर जुड़ी हो, लंबे समय से चल रही हो या देश की जनता पर उसका व्यापक असर पड़ने वाला हो। उदाहरण के लिए, पाकिस्तान के साथ चल रही शांति वार्ता को लेकर कोई बैठक होनी हो, अमेरिकी राष्ट्रपति की भारत यात्रा होने वाली हो, रक्षा संबंधी सौदे होने हों या बजट पेश किया जाना हो, तब समाचार विश्लेषण किया जाता है। इसे अक्सर वरिष्ठ संवाददाता अपने विवेक पर ऐसे समाचारों को चुनते हैं या संपादक निर्धारित करते हैं कि किस खबर का विश्लेषण किया जाएगा। समाचार विश्लेषण की प्रकृति आम समाचारों से भिन्न होती है। इसमें तथ्यों को घटनाओं के आधार पर पेश करने के बजाय संभावनाओं पर आधारित रखा जाता है और उस घटना के निहितार्थों और परिणामों का आकलन किया जाता है। गौर करें तो टेलीविजन पर प्रसारित किए जाने वाले समाचारों में प्रायः जिन खबरों में संवाददाताओं से सीधे बातचीत की जाती है उनमें संवाददाता अक्सर विश्लेषण शैली

का सहारा लेते हैं। संपादकीय पृष्ठ के लिए लेखन संबंधी पाठ में आप इस बारे में विस्तार से पढ़ेंगे।

बोध प्रश्न 2

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर संक्षेप में दें।

1) समाचारों के चयन में किस तरह की सावधानियां बरतनी आवश्यक होती हैं?

.....
.....
.....
.....
.....

2) समाचारों के मनोरंजनपरक शैली में लिखे जाने को आप किस रूप में देखते हैं?

.....
.....
.....
.....
.....

3) समाचार विश्लेषण की जरूरत क्यों पड़ती है?

.....
.....
.....
.....
.....

4.5 समाचार लेखन

समाचार संकलन में जिस सावधानी की जरूरत होती है वैसी ही सावधानी उन्हें प्रस्तुत करने में बरतनी होती है। जैसा कि हम ऊपर कह आए हैं, समाचारों में संवाददाता को अपने निजी विचार प्रस्तुत करने की गुंजाइश नहीं होती इसलिए उसे महज घटना को मुकम्मल तौर पर पेश करना होता है और यह सावधानी रखनी होती है कि कोई तथ्य कट न जाए। चूंकि समाचार का मकसद लोगों तक सूचना पहुंचाना होता है इसलिए समाचार लिखते समय उसमें बोधगम्यता और सहजता बहुत जरूरी है।

एक परंपरा—सी बन गई है कि समाचार लिखते समय पहले पैरे में इंट्रो के तौर पर पूरे समाचार का संक्षेप लिख दिया जाए और फिर अगले पैरे से उसका विस्तार किया जाए। इसे उल्टा पिरामिड फॉर्मूला कहा जाता है। समाचार लिखते समय लेख की

तरह पहले कुछ आदर्श वाक्य लिखने या फीचर की तरह शोरो-शायरी करने को निषिद्ध माना जाता रहा है, मगर अब यह परंपरा धीरे-धीरे टूटती नजर आने लगी है।

4.5.1 उल्टे पिरामिड की परंपरा

उल्टे पिरामिड की परंपरा इसलिए ज्यादा प्रभावी मानी जाती है कि अगर किसी पाठक के पास पूरे समाचार को पढ़ने का समय नहीं है तो वह सिर्फ इंट्रो पढ़कर ही समाचार का सार जान ले। अगर समाचार बड़ा है तो उसके मुख्य बिन्दुओं को अलग से बॉक्स में इसी मकसद से प्रकाशित किया जाता है। अगर संबंधित समाचार में कुछ महत्वपूर्ण लोगों के बयान या विचार हैं तो उन्हें भी अलग से बॉक्स में दिया जाता है। आपने देखा होगा कि समाचार लेखन में लगभग एक सा तरीका सभी अखबारों में मिलता है। मगर यह परंपरा कुछ अखबारों में टूटती दिखाई देने लगी है। समाचार लेखन की शुरुआत भी अब कुछ आदर्श वाक्यों के साथ होने लगी है। संवाददाता एक-दो वाक्य में ही सही अपने विचार भी रखने लगे हैं, जैसा संपादकीय टिप्पणियों के शुरू या अंत में किया जाता है। उदाहरण के लिए, नीचे दिए गए समाचार को पढ़ें तो बात स्पष्ट हो जाएगी :

1 टके का सवाल, स्कीम से नफा है या नुकसान ?

<p>बीकानेर बीकानेर पुलिस और एम्बुलेंस सेवा के बीच हुए एक मुठभेड़ में एक पुलिस अधिकारी की मौत हो गई। पुलिस ने आरोप लगाया कि एम्बुलेंस ड्राइवर ने पुलिस अधिकारी को धक्का मारा। पुलिस ने आरोप लगाया कि एम्बुलेंस ड्राइवर ने पुलिस अधिकारी को धक्का मारा।</p>	<p>बीकानेर पुलिस/एम्बुलेंस सेवा के बीच हुए एक मुठभेड़ में एक पुलिस अधिकारी की मौत हो गई। पिक्चर चार्ज 299 रु. हर महीना लोकल कॉल (बीएसएनएल या एमटीएनएल के पिक्चर या विल फोन पर) का 1 रुपया दाखी सभी कॉल (लोकल या एसटीडी) का 1 रुपया</p>	<p>बीकानेर पुलिस/एम्बुलेंस सेवा के बीच हुए एक मुठभेड़ में एक पुलिस अधिकारी की मौत हो गई। पिक्चर चार्ज हर महीना 299 रुपये प्रोपेड 88 महीना 799 जिस्में 550 का टॉकट/एम. लोकल कॉल (बीएसएनएल/एमटीएनएल मोबाइल पर) 1 मिनट के 40 पैसे (पोस्टपेड) 1 मिनट के 60 पैसे (प्रोपेड) दाखी सभी कॉल (लोकल/एसटीडी) 1 रुपया</p>	<p>बात को, कल का फार्म एक ही रहता। कल के रेट में कल, एक रेट एम्बुलेंस। अब आप सोच रहे होंगे कि क्या-क्या नुकसान के इस खेल में किया गया है। अपने, हम बताते हैं। अगर आप एम्बुलेंस कॉल किया करते हैं, तो इस से क्या फायदा होगा होगा। और अगर आप लोकल कॉल किया करते हैं तो आपको अपने बिल के साथ कुछ मायापत्तों करनी होगी। बिल विभागात् देखें कि एक महीने में आपने कितने मिनट कॉल को है। यदि आपने 500 मिनट कॉल को है तो वह विद्यमान में आपको हमारे 500 रुपये फायदा 200 रुपये 799 रुपये, 800 मिनट कॉल को है तो आपको फायदा होगा 800 रुपये फायदा 299 रुपये फायदा 1099 रुपये। यदि कितने मिनट को है, इन सभों में 200 रुपये बॉन्ड फायदा। यदि यह टायल रकम अपने विचारों बिल से फायदा है तो फायदा यह रहेगा। यदि यह कम है तो कम फायदा से लॉसिंग। पैस यह डिवाइस को पूरा तरह समझें नहीं है। लेकिन एक मोबाइल फोन नुकसान अब कर ही नहीं है। ● नुकसान का इंडिया और INDIA में है। रेट 10-</p>
--	---	---	---

4.5.2 भाषा और तथ्यों का जादू

यह बात हम बार-बार कह रहे हैं कि समाचार में भाषा और तथ्यों की सावधानी न सिर्फ आपकी विश्वसनीयता के लिए जरूरी है, बल्कि अधिक से अधिक पाठकों पर भी अपना जादू बिखेरती है। जटिल से जटिल विषयों से जुड़े समाचार भी रोचक भाषा के जरिए एक लेख या संपादकीय टिप्पणी से कम प्रभाव नहीं छोड़ते। भाषा ठीक न हो, बार-बार दोहराव हो और तथ्यों को परोसते समय उनके क्रम का ध्यान न रखा जाये या कई तथ्य आपस में गड़बड़मड़ होकर भ्रामक बन जायें तो समाचार न सिर्फ ऊबाऊ हो जाता है, बल्कि सही तरीके से सूचनाएं संप्रेषित कर पाने में भी नाकाम होता है। समाचार लेखन का मकसद चूंकि पाठक को सही तरीके से घटना के बारे में जानकारी देना होता है इसलिए यह संवाददाता पर निर्भर करता है कि किस तरह के समाचार को प्रस्तुत करने के लिए, किस तरह की शैली का इस्तेमाल करता है।

उदाहरण के लिए एक समाचार देखें तो शायद आपको यह समझने में मदद मिलेगी कि सिर्फ पारंपरिक तरीके से ही समाचार नहीं लिखा जा सकता। कई मामलों में लीक छोड़कर चलने से पाठकों पर उसका सकारात्मक प्रभाव पड़ता है :



हाय दिल्ली की कहानी... सीने में है प्यास और बोतल में पानी।

4.6 समाचार संपादन

जैसा कि समाचार संकलन और लेखन के बारे में बात करते हुए ऊपर हम जाने चुके हैं खबरें कई स्रोतों से समाचार कक्ष तक पहुंचती हैं। उनमें से चयनित खबरों को अखबार या समाचार चैनलों की प्रकृति के अनुसार ढालने के लिए संपादन की जरूरत पड़ती है। समाचारों के संपादन का कार्य समाचार डेस्क में बैठे उप-संपादक करते हैं। आपको जानकर हैरानी होगी कि ब्रिटिश काल में अखबारों में खबरें जुटाने का काम प्रायः कम पढ़े-लिखे और भाषा के स्तर पर अकुशल लोग किया करते थे इसलिए उनके लिखे समाचारों को दुबारा लिखकर प्रकाशित करने योग्य बनाया जाता था। इसलिए समाचार संपादन को रीराइटिंग (पुनर्लेखन) कहा जाता था। अब स्थिति वैसी नहीं है। अब ज्यादातर संवाददाता भाषा और तथ्यों के प्रति काफी जागरूक और संवेदनशील हैं। वे खबरों से संबंधित तथ्यों की पुष्टि और भाषा के लिए काफी मेहनत करते हैं, पुस्तकें और पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित लेखों का अध्ययन करते और नवीनतम सूचनाओं के प्रति जागरूक रहते हैं। लगभग सभी अखबारों का काम कंप्यूटर पर होने के कारण प्रायः संवाददाता अपनी खबरें सीधे कंप्यूटर पर लिखते हैं और खुद ही संपादित करके उसे इस तरह बना लेते हैं कि सीधे छापा जा सके।

टेलीविजन पर समाचारों के प्रसारण के वक्त चूंकि खबरों के बारे में संवाददाताओं से सीधे बातचीत करके जानकारी ली जाती है, इसलिए उनसे अपेक्षा की जाती है कि मुकम्मल तौर पर एक बार में ही पूरे समाचार को शुद्ध और साफ तरीके से बोलें। ऐसे में संपादन की कम गुंजाइश रह गई है। इसी तरह अखबारों में भी समाचार संपादन के लिए अलग लोगों को जिम्मेदारी सौंपने की बजाय अब संवाददाताओं को इस तरह तैयार किया जाने लगा है कि वे खुद ही समाचार साफ और शुद्ध लिखें। भ्रामक तथ्य या पक्षपातपूर्ण समाचार लेखन की वजह से अखबारों को अक्सर मानहानि या झूठी

सूचनाएं देने के मुकदमों का सामना करना पड़ता है इसलिए वे ऐसी स्थितियों से बचने की कोशिश करते हैं।

फिर भी संवाददाता की लिखी खबरों को समाचार संपादक की नजर से गुजरे बिना प्रकाशित या प्रसारित करना उचित नहीं माना जाता। अखबारों के पन्ने बनवाना, उनकी साज-सज्जा और खबरों के लिए स्थान निर्धारित करने की जिम्मेदारी वरिष्ठ उपसंपादकों की होती है। इसलिए वे न सिर्फ खबरों को उनके महत्व के हिसाब से देखते और उनकी जगह निर्धारित करते हैं, बल्कि उनकी भाषाई और तथ्यात्मक त्रुटियों की जांच भी करते हैं। समाचार एजेंसियों द्वारा जारी खबरों का भी संपादन करना आवश्यक होता है। यह इसलिए भी जरूरी होता है कि एजेंसियों के समाचार प्रायः संक्षेप में आते हैं। कई बार टुकड़ों-टुकड़ों में जारी किए जाते हैं। उनकी भाषा ऐसी नहीं होती कि उन समाचारों को जस का तस प्रकाशित-प्रसारित किया जा सके। उन समाचारों को अखबारों की भाषा-शैली के अनुसार ढालना पड़ता है। कई बार एजेंसियों की खबरों के आधार पर नए सिरे से खबरें बनानी पड़ती हैं। इसमें संवाददाता भी मदद करते हैं, मगर यह जिम्मेदारी मुख्य रूप से समाचार डेस्क टीम की होती है।

4.6.1 संवाददाताओं से तालमेल

समाचारों के चयन, उनकी प्रस्तुति, संपादन आदि की जिम्मेदारी चूंकि समाचार डेस्क टीम की होती है इसलिए उसे काफी सतर्क रहना पड़ता है। यह न सिर्फ भाषा और तथ्यों के स्तर पर होता है, बल्कि घटनाओं और नई खबरों के स्तर पर भी जरूरी है। इसलिए एजेंसियों से आने वाली खबरों पर नजर रखते हुए अगर उसको लगता है कि कोई संवाददाता उससे संबंधित खबर लिख रहा है या लिखकर उसके पास दे चुका है और उसमें नई घटना का उल्लेख नहीं हो पाया है तो वह उससे नए तथ्यों को शामिल करने को कहता है या खुद उसे उसमें शामिल कर लेता है। अगर किसी महत्वपूर्ण घटना पर संवाददाता ने खबर नहीं लिखी है, तो वह उसके लिए निर्देश भी देता है। किसी दूसरे शहर में घटी घटना के नवीनतम तथ्यों के बारे में जानकारी रखने के लिए वह वहां के संवाददाता से लगातार संपर्क बनाए रखता है। मान लीजिए, बनारस के संकटमोचन मंदिर में बम विस्फोट हुआ और उस शहर में कोई संवाददाता है तो दिल्ली में बैठा समाचार संपादक न सिर्फ उससे तमाम घटनाओं पर नजर रखने को कहता है, बल्कि खबर छपने से पहले वह उससे जानकारी लेना नहीं भूलता कि घटना में कोई नया मोड़ तो नहीं है। इस तरह समाचारों को अंतिम रूप देने तक वह विभिन्न स्रोतों से आई खबरों के आधार पर सभी तथ्यों और घटना के पहलुओं पर नजर रखी जाती है।

4.6.2 अनुवाद की जरूरत

कोई भी समाचार माध्यम सिर्फ उसी भाषा से काम नहीं चला सकता जिसमें वह खबरों का प्रकाशन-प्रसारण करता है। उसके संवाददाता भले उस भाषा में खबरें दे दें, पर एजेंसियों, विज्ञप्तियों और दूसरे स्रोतों से आने वाली खबरें अक्सर अंग्रेजी में होती हैं। खासकर विदेशों, खेल, व्यापार और आर्थिक विषयों से जुड़ी खबरें ज्यादातर अंग्रेजी में आती हैं। हिन्दी के अखबारों और संचार माध्यमों को काफी खबरें एजेंसियों से हिन्दी में ही मिल जाती हैं, मगर सिर्फ उन्हीं से काम नहीं चल पाता। अंग्रेजी में आने वाली खबरों का सहारा लेना ही पड़ता है। इस तरह समाचार डेस्क टीम के

लोगों का अनुवाद में दक्ष होना भी जरूरी होता है। अंग्रेजी में आई खबरों का अनुवाद करते वक्त उप-संपादक इस बात का ध्यान रखते हैं कि अनुवाद शब्दशः न हो, बल्कि उसमें आए तथ्यों को अपने अखबार या संचार माध्यम के अनुरूप ढाल लिया जाए। खबर की भाषा में रवानगी हो, सभी की समझ में आ सकने वाली और खबर के रूप में पूर्ण हो।

4.6.3 शीर्षक की सिरदर्दी

हालांकि संवाददाता अपनी विज्ञप्तियों पर लिखी खबरों का शीर्षक अक्सर खुद लगा कर देते हैं, मगर विज्ञप्तियों, समाचार एजेंसियों या दूसरे स्रोतों से मिलने वाली खबरों में शीर्षक नहीं होते। ऐसे में अच्छे शीर्षक देने की जिम्मेदारी भी समाचार डेस्क के लोगों परहोती है। अक्सर संवाददाताओं के लगाए शीर्षक भी सटीक या नये ढंग के नहीं होते हैं। इसलिए उन्हें बदल कर शीर्षक लगाने पड़ते हैं। शीर्षक लगाना खासा रचनात्मक काम है। शीर्षक आकर्षक और ऐसा होना चाहिए जिसे पढ़ते ही पाठक को खबर पढ़ने की उत्सुकता हो और उसे साफ-साफ जानकारी मिल सके। अस्पष्ट, दुरुह और खबर से अलग शीर्षक उपयुक्त नहीं होता। शीर्षक की भाषा में रवानगी, चुटीलापन और ऐसा आकर्षण होना चाहिए कि पाठक पूरी खबर पढ़ने को प्रेरित हो। इसलिए अक्सर खबरों के शीर्षक लगाते वक्त उप-संपादकों को खासी मशक्कत करनी पड़ती है। इस बात का ध्यान भी रखना पड़ता है कि शीर्षक की लंबाई-चौड़ाई ऐसी हो कि जिस स्थान पर खबर दी जाए वहां उसके शब्द अंट जाएं। ऐसा न हो कि एक कॉलम की पन्द्रह-बीस लाइनों वाली खबर का शीर्षक ही चार लाइनों का हो, या पांच-छह कॉलम वाली मुख्य खबर का शीर्षक तीन-चार शब्दों का हो। बड़ी खबरों में शीर्षक दिए जाते हैं और जरूरत पड़ने पर उसके मुख्य बिन्दुओं को बॉक्स में भी दिया जाता है। इस तरह शीर्षक लगाना भी समाचार डेस्क के लोगों के कौशल का परिचायक होता है। कई अखबार खबरों के आकर्षक, नये और मुहावरेदार शीर्षकों के लिए भी जाने जाते हैं।

4.6.4 पेज बनवाने की जिम्मेदारी

समाचारों के चयन, उनके संपादन, शीर्षक लगाने और महत्व के अनुसार उनका आकार-प्रकार निर्धारित करने के साथ-साथ पेज पर खबरों को लगवाने और उनके अनुसार चित्रों का चयन भी समाचार डेस्क के लोगों की जिम्मेदारी है। प्रायः मुख्य उप-संपादक पेज बनवाते हैं। पेज बनवाते समय छोटी-बड़ी खबरों को उनके महत्व के अनुसार इस ढंग से बिछाना होता है कि पेज देखने में सुन्दर लगे और पाठक को हर खबर आसानी से नजर आ जाए। इसलिए प्रायः पन्नों के बाएं हिस्से में एक कॉलम के हाशिये के रूप में छोटी खबरों को दिया जाता है और बाकी पृष्ठ पर बड़ी-छोटी हर तरह की खबरों को स्थान देते हुए परोसा जाता है। कई बार विज्ञापन, चित्र और बड़ी खबरों के आकार के कारण बीच-बीच में जगह बच जाती है। उन जगहों पर छोटी खबरों को रखना उपयुक्त होता है। पहले पेज बनाने का काम पन्ने पर छपी खबरों को काट-छांट-चिपका कर किया जाता था इसलिए इस काम में खासी मशक्कत करनी पड़ती थी। अब कंप्यूटर पर ही पेज बनाने की सुविधा होने के कारण खबरों को व्यवस्थित कर पाना काफी आसान हो गया है। शीर्षक के प्वाइंट साइज घटाने-बढ़ाने में पहले जैसी परेशानी नहीं रह गई है। जगह के अनुसार कंप्यूटर पर ही बदलाव किया जा सकता है। पहले जब कंप्यूटर की व्यवस्था नहीं थी तब उप-संपादकों को खबरों का चयन, संपादन और आकार निर्धारित करते वक्त

पहले यह तय कर लेना होता था कि शीर्षक की लंबाई-चौड़ाई और इसके अक्षरों की मोटाई कितनी होगी। अब पेज बनाते वक्त इसमें आसानी से परिवर्तन किए जा सकते हैं।

बोध प्रश्न-3

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर संक्षेप में दें।

- 1) समाचार संपादन के वक्त मुख्य रूप से किस तरह की सावधानियां बरतनी पड़ती हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- 2) समाचार डेस्क के लोगों को संवाददाताओं से तालमेल बनाए रखना क्यों जरूरी होता है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- 3) क्या अनुवाद के बिना संचार माध्यमों का काम नहीं चल सकता?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- 4) शीर्षक लगाते वक्त किस तरह की परेशानियों का सामना करना पड़ता है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.7 सारांश

- समाचार का अर्थ हर ऐसी घटना से है जिसका प्रभाव व्यापक जन समुदाय पर पड़ता हो। व्यक्तिगत अनुभव या निजी घटनाएं समाचार माध्यमों की खबर नहीं बन सकतीं।
- समाचार संकलन में तटस्थता, निष्पक्षता और पाठक वर्ग की रुचि और हितों का ध्यान रखना जरूरी होता है।
- समाचारों के संकलन की मुख्य कड़ी संवाददाता होते हैं, पर सिर्फ उनके भरोसे हर क्षेत्र की खबरें जुटा पाना संभव नहीं होता। इसलिए अंशकालिक संवाददाताओं, समाचार एजेंसियों विज्ञप्तियों, आदि की मदद लेनी पड़ती है।
- समाचार लिखते वक्त घटना से जुड़े सभी तथ्यों का उल्लेख और घटना के सभी पहलुओं की सूचनाएं देना जरूरी है। पक्षपातपूर्ण या बदले की भावना से लिखी खबरें संवाददाता की विश्वसनीयता को कमजोर बनाती हैं।
- समाचार लिखने की पारंपरिक शैली अब कुछ बदली है। इसमें उल्टे पिरामिड यानी पहले इंट्रो लिखने, फिर खबरों का विश्लेषण करने को अब धीरे-धीरे पुरानी शैली माना जाने लगा है।
- टेलीविजन की तरह अखबारों-पत्रिकाओं में भी मनोरंजन को ध्यान में रखकर कुछ खबरें लिखी जाने लगी हैं।
- समाचारों के चयन की जिम्मेदारी समाचार संपादक, उप-संपादकों की होती है। खबरों को उनके महत्व, पाठक वर्ग और व्यापक जन समुदाय के हितों को ध्यान रखते हुए चुनते हैं।
- खबरों का संपादन करते वक्त तथ्यों, घटना के विभिन्न पहलुओं, भाषा-शैली आदि का खास ध्यान रखा जाता है।
- खबरों के चयन और संपादन की प्रक्रिया में समाचार डेस्क के लोगों को संवाददाताओं से तालमेल बनाए रखना होता है। उनसे विभिन्न खबरों की जानकारी लेना और नई घटनाओं के बारे में उन्हें अवगत कराते रहना भी उनकी जिम्मेदारी होती है।
- चूंकि काफी खबरें अंग्रेजी में आती हैं इसलिए उनके सहज अनुवाद की जिम्मेदारी भी समाचार डेस्क के लोगों की होती है।
- खबरों का शीर्षक लगाना खासा पेचीदा काम है। शीर्षक लगाते वक्त यह ध्यान रखना जरूरी होता है कि शीर्षक को पढ़ते ही पाठक को यह अंदाजा लग जाए कि भीतर खबर में क्या होगा। शीर्षक की भाषा सरल, चुटीली और आकर्षक होनी चाहिए।
- पेज बनवाना भी समाचार डेस्क के लोगों की जिम्मेदारी होती है। पेज बनवाते वक्त छोटी-बड़ी खबरों को इस ढंग से सजाना होता है कि पेज सुन्दर लगे और हर खबर पाठक की नजर में आए।

अभ्यास

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर विस्तार से उदाहरण सहित दें।

- 1) समाचार चयन में किस तरह की सावधानियां बरतनी जानी चाहिए। क्या एजेंसी या विज्ञप्ति के जरिए आने वाली हर खबर को प्रकाशित किया जा सकता है?

.....
.....
.....
.....
.....

- 2) समाचार लेखन में किस तरह की सावधानियां आवश्यक होती हैं? संवाददाता के नैतिक दायित्व क्या हैं?

.....
.....
.....
.....
.....

- 3) समाचारों के संपादन की जरूरत क्यों पड़ती है और समाचार संपादक इस काम को करते वक्त किन बातों का ध्यान रखते हैं?

.....
.....
.....
.....
.....

- 4) समाचार संपादन के साथ-साथ अनुवाद की जरूरत क्यों पड़ती है? क्या आप समझते हैं कि इसके बिना किसी क्षेत्रीय भाषा के अखबार का काम चल सकता है? तर्क सहित बताएं।

.....
.....
.....
.....
.....

- 5) पेज बनवाते वक्त शीर्षक लगाने और समाचारों का स्थान निर्धारित करने में उप-संपादक का कौशल किस रूप में काम आता है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.7 बोध प्रश्नों / अभ्यासों के उत्तर

बोध प्रश्न 1

- 1) जिन घटनाओं का व्यापक जनसमुदाय के जीवन पर प्रभाव पड़ता हो, जिनसे सरकार की किसी नीति या फैसले की जानकारी मिलती हो, राष्ट्रीय सुरक्षा स्थितियों पर प्रभाव पड़ता हो, वे समाचार हो सकती हैं।
- 2) संवाददाता की नैतिक जिम्मेदारी होती है कि वह न तो तथ्यों के साथ छेड़छाड़ करे और न ही पक्षपातपूर्ण या बदले की भावना से कोई समाचार प्रस्तुत करे। उससे तटस्थता और निष्पक्षता की अपेक्षा की जाती है।
- 3) समाचार एजेंसियां मुख्य रूप से वही खबरें जारी करती हैं जो सरकारी विभागों या सामाजिक संगठनों आदि की ओर से जारी की जाती हैं। वे प्रायः खोजी पत्रकारिता या ऐसी खबरें जारी करने से परहेज करती हैं जिनमें उनके संवाददाताओं को खोजी या गोपनीय पड़ताल करनी पड़े।
- 4) चूंकि हर स्थान पर, हर शहर, कस्बे, गांव में नियमित संवाददाताओं की नियुक्ति कर पाना किसी भी समाचार माध्यम के लिए संभव नहीं है, इसलिए अंशकालिक संवाददाताओं की नियुक्ति की जाती है। उन्हें समाचारों के हिसाब से भुगतान किया जाता है।

बोध प्रश्न 2

- 1) समाचारों का चयन करते समय संवाददाता या उप-संपादक मुख्य रूप से अपने पाठक वर्ग का ध्यान रखते हैं। उनका ध्यान इस बात पर भी होता है कि जिन समाचारों का वे चयन कर रहे हैं उनसे व्यापक जनसमुदाय का हित सधता हो या उनसे जुड़ी समस्याएं उजागर होती हों।
- 2) मनोरंजनपरक शैली में समाचारों का लिखा जाना इस अर्थ में बेहतर माना जा सकता है कि बरसों से एक ही तरीके से लिखे जा रहे समाचारों को पढ़ते-पढ़ते पाठकों को कई बार ऊब महसूस होने लगती है। नई शैली से उन्हें नए स्वाद का अनुभव होता है।
- 3) समाचार विश्लेषण की आवश्यकता इसलिए पड़ती है कि महत्वपूर्ण घटनाओं, नीतियों, सरकार के फैसलों के बारे में पहले से या बाद में भी, उसके प्रभावों और

नकारात्मक—सकारात्मक पक्षों के बारे में विश्लेषण के जरिए लोगों को जानकारी उपलब्ध कराई जा सके। समाचार माध्यमों की एक जिम्मेदारी लोगों में जागरूकता पैदा करना भी होता है और समाचार विश्लेषण के जरिए इस मकसद को पूरा करना आसान है।

बोध प्रश्न 3

- 1) समाचार संपादन में मुख्य रूप से तथ्यों, घटनाओं के ब्यारे, भाषा-शैली और पाठकों की रुचि का ध्यान रखना पड़ता है।
- 2) संवाददाताओं से तालमेल बनाए रखना समाचार डेस्क के लोगों के लिए समाचारों की विश्वसनीयता के लिहाज से जरूरी होता है। वे न सिर्फ नई घटनाओं के बारे में संवाददाताओं को बताते रहते हैं, बल्कि उनसे लगातार उनके बारे में जानकारी भी हासिल करते रहते हैं।
- 3) अंग्रेजी अखबारों का काम बिना अनुवाद के चल भी सकता है, मगर हिन्दी या क्षेत्रीय भाषाओं का काम इसके बिना नहीं चल सकता। चूंकि एजेंसियों और विज्ञप्तियों के माध्यम से आने वाली काफी खबरें अंग्रेजी में होती हैं इसलिए उनके अनुवाद की जरूरत पड़ती है। अनुवाद करते वक्त खबरों को अपनी भाषा और संचार माध्यम की प्रकृति के अनुरूप ढालना होता है।
- 4) शीर्षक लगाते वक्त यह ध्यान रखा जाता है कि उसकी भाषा सरल, स्पष्ट चुटीली और आकर्षक हो ताकि पाठक में उत्सुकता पैदा हो और उसे पढ़ते ही यह अंदाजा लग जाए कि भीतर खबर में क्या लिखा होगा।

अभ्यास के लिए दिए गए प्रश्नों के उत्तर स्वयं लिखिए।