



MATS
UNIVERSITY

NAAC
GRADE **A+**
ACCREDITED UNIVERSITY

MATS CENTRE FOR DISTANCE & ONLINE EDUCATION

जनसंचार एवं हिन्दी पत्रकारिता

मास्टर ऑफ़ आर्ट्स - हिन्दी

प्रथम सेमेस्टर



SELF LEARNING MATERIAL

COURSE DEVELOPMENT EXPERT COMMITTEE

1. Prof. (Dr.) Reshma Ansari, HOD, School of Arts and Humanities, Hindi Department, MATS University, Raipur, Chhattisgarh.
 2. Dr. Sudhir Sharma, Subject Expert, HOD Hindi Department, Kalyan College, Bhilai, Chhattisgarh.
 3. Dr. Kamlesh Gogia, Associate Professor, School of Arts and Humanities, Hindi Department, MATS University, Raipur, Chhattisgarh.
 4. Dr. Sunita Shashikant Tiwari, Associate Professor, School of Arts and Humanities, Hindi Department, MATS University, Raipur, Chhattisgarh.
 5. Dr. Rajesh Kumar Dubey, Subject Expert, principal Shahid Rajiv Pndey Govt. College, Bhatagouan, Raipur Chhattisgarh.
-

COURSE COORDINATOR

Prof. (Dr.) Reshma Ansari, HOD, School of Arts and Humanities, Hindi Department, MATS University, Raipur, Chhattisgarh.

COURSE /BLOCK PREPARATION

Priyanka Goswami
Assistant Professor, School
of Arts and Humanities,
Hindi Department, MATS
University, Raipur,
Chhattisgarh.

March, 2025

@MATS Centre for Distance and Online Education, MATS University, Village- Gullu, Aarang, Raipur- (Chhattisgarh)

All rights reserved. No part of this work may be reproduced, transmitted or utilized or stored in any form by mimeograph or any other means without permission in writing from MATS University, Village- Gullu, Aarang, Raipur-(Chhattisgarh)

Printed & published on behalf of MATS University, Village-Gullu, Aarang, Raipur by Mr. Meghanadhu Katabathuni, Facilities & Operations, MATS University, Raipur (C.G.)

Disclaimer: The publisher of this printing material is not responsible for any error or dispute from the contents of this course material, this completely depends on the AUTHOR'S MANUSCRIPT.
Printed at: The Digital Press, Krishna Complex, Raipur-492001(Chhattisgarh)

Acknowledgement

The material (pictures and passages) we have used is purely for educational purposes. Every effort has been made to trace the copyright holders of material reproduced in this book. Should any infringement have occurred, the publishers and editors apologize and will be pleased to make the necessary corrections in future editions of thisbook.



जनसंचार एवं हिन्दी पत्रकारिता

MODULE NAME		PAGE NUMBER
	मॉड्यूल 1 जनसंचार का सिद्धांत और स्वरूप	
इकाई: 1.1	संचार की परिभाषा, प्रक्रिया और प्रकार	1-6
इकाई: 1.2	संचार के मॉडल	7-13
इकाई: 1.3	जनसंचार का स्वरूप	14-25
इकाई: 1.4	जनसंचार माध्यम	26-30
इकाई: 1.5	संचार और समाज	31-34
इकाई: 1.6	सूचना प्रौद्योगिकी और वैश्वीकरण	35-42
	मॉड्यूल 2 हिंदी पत्रकारिता का इतिहास और विकास	
इकाई: 2.1	हिंदी पत्रकारिता का उद्भव और प्रारंभिककाल	43-58
इकाई: 2.2	पत्रकारिता के अग्रदूत	59-64
इकाई: 2.3	स्वतंत्रता आंदोलन और हिंदी पत्रकारिता	65-74
इकाई: 2.4	स्वतंत्रता के बाद हिंदी पत्रकारिता	75-79
इकाई: 2.5	क्षेत्रीय पत्रकारिता	80-84
इकाई: 2.6	नई प्रवृत्तियाँ	85-92
	मॉड्यूल 3 आधुनिक पत्रकारिता - स्वरूप और कार्य प्रणाली	
इकाई: 3.1	समाचार का स्वरूप	93-113
इकाई: 3.2	समाचार संकलन	114-121
इकाई: 3.3	रिपोर्टिंग	122-127
इकाई: 3.4	संपादन कला	128-134
इकाई: 3.5	संपादकीय और फीचर लेखन	135-138
इकाई: 3.6	खोजी और जनपक्ष धर पत्रकारिता	139-148
	मॉड्यूल 4 जनसंचार माध्यम और तकनीकी पहलू	
इकाई: 4.1	रेडियो पत्रकारिता	149-154
इकाई: 4.2	दूरदर्शन पत्रकारिता	155-161
इकाई: 4.3	फिल्म और पत्रकारिता	162-166
इकाई: 4.4	ऑनलाइन पत्रकारिता	167-175
इकाई: 4.5	सोशल मीडिया पत्रकारिता	176-183
इकाई: 4.6	मोबाइल पत्र कारिता (MOJO)	184-189
	मॉड्यूल 5 पत्रकारिता की नीतियाँ, आचार संहिता एवं कानून	
इकाई: 5.1	प्रेस कानून	190-189
इकाई: 5.2	प्रेस की स्वतंत्रता और दायित्व	190-199
इकाई: 5.3	मीडिया नैतिकता और आचारसंहिता	200-208
इकाई: 5.4	पत्रकारिता और गोपनीयता	209-214
इकाई: 5.5	विज्ञापन और मीडिया	215-223
इकाई: 5.6	पीआर और जनसंपर्क	224-233

मॉड्यूल 1

जनसंचार का सिद्धांत और स्वरूप

संरचना

इकाई 1.1: संचार की परिभाषा, प्रक्रिया और प्रकार

इकाई 1.2: संचार के मॉडल

इकाई 1.3: जनसंचार का स्वरूप

इकाई 1.4: जनसंचार माध्यम

इकाई 1.5: संचार और समाज

इकाई 1.6: सूचना प्रौद्योगिकी और वैश्वीकरण

1.0 उद्देश्य

- संचार की परिभाषा, प्रक्रिया और प्रकारों की गहन समझ विकसित करना।
- प्रमुख संचार मॉडलों और उनके व्यावहारिक अनुप्रयोगों को पहचानना।
- जनसंचार की अवधारणा, स्वरूप और महत्व का विश्लेषण करना।
- विभिन्न जनसंचार माध्यमों—प्रिंट, रेडियो, टीवी, सिनेमा और इंटरनेट—का तुलनात्मक अध्ययन करना।
- समाज, संस्कृति और वैश्वीकरण पर संचार के प्रभावों को समझना।

इकाई 1.1: संचार की परिभाषा, प्रक्रिया और प्रकार

1.1.1 संचार की परिभाषा

क्रिया, और बहुदिशीय संचार शामिल हैं। समूह के सदस्य एक सामूहिक पहचान विकसित करते हैं और 'हम' की भावना से जुड़े होते हैं। वे एक सामान्य लक्ष्य की प्राप्ति के लिए एक-दूसरे पर निर्भर होते हैं और उनके बीच संचार अनेक दिशाओं में होता है। समूह संचार के विभिन्न प्रकार होते हैं। छोटे समूह संचार में 3-15 सदस्य होते हैं जो आमने-सामने बातचीत कर सकते हैं। इसमें परिवार, मित्र समूह, कार्य दल,



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

समितियाँ आदि शामिल हैं। बड़े समूह संचार में 15 से अधिक सदस्य होते हैं और यह अधिक औपचारिक होता है, जैसे कक्षा में शिक्षण या विभागीय बैठक।

समूह में संचार के पैटर्न विविध होते हैं। केंद्रीकृत पैटर्न में एक व्यक्ति केंद्र में होता है और सभी संचार उसके माध्यम से होता है। विकेंद्रीकृत पैटर्न में सभी सदस्य एक-दूसरे से सीधे संवाद कर सकते हैं। श्रृंखला पैटर्न में संचार एक क्रम में होता है, जबकि वृत्त पैटर्न में प्रत्येक सदस्य अपने निकटतम सदस्यों से संवाद करता है। समूह संचार में विभिन्न भूमिकाएँ उभरती हैं। कार्य-उन्मुख भूमिकाओं में नेता, सूचना प्रदाता, विचारक, समन्वयक शामिल हैं। संबंध-उन्मुख भूमिकाओं में प्रोत्साहक, मध्यस्थ, तनाव-निवारक शामिल हैं। कुछ सदस्य नकारात्मक भूमिकाएँ भी निभा सकते हैं जैसे अवरोधक, आक्रामक या पीछे हटने वाले। समूह संचार की प्रक्रिया में विभिन्न चरण होते हैं। गठन चरण में सदस्य एक-दूसरे को जानते हैं और समूह की संरचना बनती है। तूफान चरण में विचारों का टकराव और संघर्ष हो सकता है। मानकीकरण चरण में नियम और प्रक्रियाएँ स्थापित होती हैं। प्रदर्शन चरण में समूह अपने लक्ष्य पर काम करता है। समापन चरण में कार्य पूर्ण होने पर समूह विघटित हो सकता है। समूह संचार के लाभों में विविध दृष्टिकोण, रचनात्मकता में वृद्धि, बेहतर निर्णय लेना, सामाजिक समर्थन, और कौशल विकास शामिल हैं। समूह में विचार-मंथन से नए और नवीन समाधान निकल सकते हैं। अनेक दृष्टिकोणों से समस्या को देखने से बेहतर निर्णय लिए जा सकते हैं। सदस्य एक-दूसरे से सीखते हैं और अपने कौशल विकसित करते हैं। समूह संचार की चुनौतियों में समूह-चिंतन (Groupthink), सामाजिक आलस्य (Social Loafing), संघर्ष प्रबंधन, समन्वय की कठिनाई, और असमान भागीदारी शामिल हैं। समूह-चिंतन में सर्वसम्मति के दबाव में आलोचनात्मक विचार दब जाते हैं। कुछ सदस्य दूसरों पर निर्भर होकर कम योगदान देते हैं। व्यक्तित्व और विचारों के टकराव से संघर्ष उत्पन्न हो सकते हैं। प्रभावी समूह संचार के लिए स्पष्ट लक्ष्य, परिभाषित भूमिकाएँ, खुली संचार संस्कृति, सक्रिय भागीदारी, रचनात्मक संघर्ष समाधान, और नियमित प्रतिक्रिया आवश्यक है। सभी सदस्यों को अपने विचार व्यक्त करने का समान अवसर मिलना चाहिए और विविधता का सम्मान किया जाना चाहिए।

1.1.2 संचार की प्रक्रिया

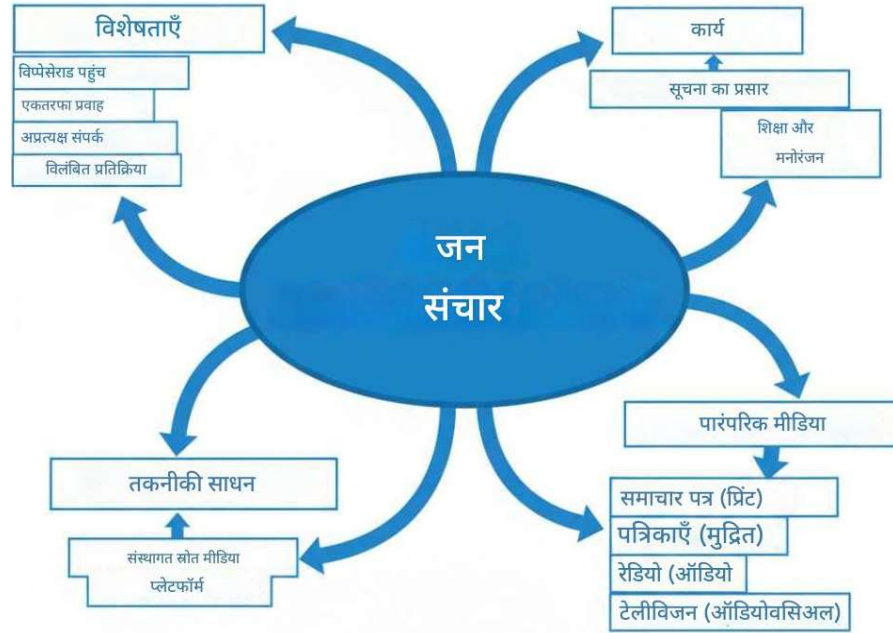
जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप



जन संचार एक संस्थागत स्रोत द्वारा तकनीकी माध्यमों के उपयोग से बड़ी, विविध और भौगोलिक रूप से बिखरी हुई जनता तक संदेश पहुँचाने की प्रक्रिया है। यह आधुनिक समाज की एक महत्वपूर्ण विशेषता है जो सूचना प्रसार, जनमत निर्माण, शिक्षा और मनोरंजन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। जन संचार की प्रमुख विशेषताओं में व्यापक पहुँच, एकतरफा संचार, अप्रत्यक्ष संपर्क, विलंबित या सीमित फीडबैक, संस्थागत स्रोत, और तकनीकी माध्यमों का उपयोग शामिल है। जन संचार माध्यम एक साथ लाखों-करोड़ों लोगों तक पहुँच सकते हैं। संचार मुख्यतः एकतरफा होता है - स्रोत से दर्शकों तक। स्रोत और प्राप्तकर्ता के बीच कोई प्रत्यक्ष संपर्क नहीं होता और फीडबैक विलंबित या अप्रत्यक्ष होता है। जन संचार के पारंपरिक माध्यमों में समाचार पत्र, पत्रिकाएं, रेडियो, टेलीविजन और सिनेमा शामिल हैं। समाचार पत्र और पत्रिकाएं मुद्रित माध्यम हैं जो विस्तृत जानकारी और विश्लेषण प्रदान करते हैं। रेडियो एक श्रव्य माध्यम है जो त्वरित सूचना प्रसार और व्यापक पहुँच के लिए जाना जाता है। टेलीविजन श्रव्य-दृश्य माध्यम है जो सबसे प्रभावशाली माना जाता है। सिनेमा मनोरंजन का एक शक्तिशाली माध्यम है जो सामाजिक संदेश भी देता है।

नए मीडिया या डिजिटल माध्यमों ने जन संचार के परिदृश्य को बदल दिया है। इंटरनेट, सोशल मीडिया, ब्लॉग, पॉडकास्ट, स्ट्रीमिंग सेवाएं आदि ने संचार को अधिक अंतरक्रियात्मक बना दिया है। ये माध्यम उपयोगकर्ताओं को सामग्री निर्माता बनने का अवसर देते हैं और द्विमार्गी संचार को संभव बनाते हैं। जन संचार के कार्यों में सूचना प्रसार, शिक्षा, मनोरंजन, अनुनयन, सांस्कृतिक प्रसारण, और सामाजिक एकीकरण शामिल हैं। समाचार माध्यम जनता को देश-विदेश की घटनाओं से अवगत कराते हैं। शैक्षिक कार्यक्रम ज्ञान का प्रसार करते हैं। मनोरंजन कार्यक्रम विश्राम और आनंद प्रदान करते हैं। विज्ञापन और प्रचार अनुनयन का कार्य करते हैं। जन संचार का समाज पर गहरा प्रभाव होता है। यह जनमत निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है और राजनीतिक, सामाजिक और आर्थिक विषयों पर लोगों के विचारों को प्रभावित करता है। एजेंडा सेटिंग सिद्धांत के अनुसार, मीडिया यह निर्धारित करता है कि लोग किन मुद्दों के बारे में सोचें। गेटकीपिंग की प्रक्रिया में मीडिया यह तय करता है कि कौन सी सूचना जनता तक पहुँचे। जन संचार के सकारात्मक प्रभावों में सूचना का

लोकतंत्रीकरण, जागरूकता का प्रसार, शिक्षा के अवसर, सांस्कृतिक आदान-प्रदान, और सामाजिक परिवर्तन शामिल हैं।



चित्र 1.1: जनसंचार

यह दूरदराज के क्षेत्रों में रहने वाले लोगों को मुख्यधारा से जोड़ता है और विकास की प्रक्रिया में भागीदार बनाता है। जन संचार की चुनौतियों और नकारात्मक प्रभावों में सूचना अधिभार, गलत सूचना का प्रसार, सांस्कृतिक समरूपीकरण, निजता की हानि, और व्यावसायीकरण शामिल हैं। अत्यधिक सूचना से लोग भ्रमित हो सकते हैं। फेक न्यूज़ और प्रोपेगंडा से गलत धारणाएं फैल सकती हैं। वैश्विक मीडिया से स्थानीय संस्कृति को खतरा हो सकता है। डिजिटल युग में जन संचार तेजी से बदल रहा है। कनवर्जेंस की प्रक्रिया में विभिन्न माध्यम एक साथ आ रहे हैं। उपयोगकर्ता-जनित सामग्री (User Generated Content) का महत्व बढ़ रहा है। व्यक्तिगत अनुकूलन (Personalization) और लक्षित संचार (Targeted Communication) संभव हो गया है। कृत्रिम बुद्धिमत्ता और मशीन लर्निंग संचार की प्रक्रिया को और भी परिष्कृत बना रहे हैं

1.1.3 संचार के प्रकार

जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप



अंतर्व्यक्तिगत, समूह और जन संचार तीनों की अपनी विशेषताएं, लाभ और सीमाएं हैं। अंतर्व्यक्तिगत संचार सबसे व्यक्तिगत और प्रभावशाली है, लेकिन इसकी पहुँच सीमित है। समूह संचार विविध विचारों और सहयोग का अवसर देता है, लेकिन समन्वय की चुनौती है। जन संचार व्यापक पहुँच रखता है, लेकिन व्यक्तिगत स्पर्श का अभाव है। आधुनिक समाज में तीनों प्रकार के संचार परस्पर संबंधित हैं और एक-दूसरे को प्रभावित करते हैं। सोशल मीडिया ने इन सीमाओं को धुंधला कर दिया है, जहाँ व्यक्तिगत संदेश सार्वजनिक हो सकते हैं और जन माध्यम व्यक्तिगत संवाद का अवसर देते हैं। प्रभावी संचार के लिए विभिन्न संदर्भों में उपयुक्त प्रकार के संचार का चयन करना महत्वपूर्ण है। व्यक्तिगत संबंधों के लिए अंतर्व्यक्तिगत संचार, सामूहिक निर्णय और सहयोग के लिए समूह संचार, और व्यापक सूचना प्रसार के लिए जन संचार उपयुक्त है। भविष्य में संचार के ये प्रकार और भी एकीकृत होंगे। आभासी वास्तविकता (Virtual Reality) और संवर्धित वास्तविकता (Augmented Reality) जैसी तकनीकें दूरस्थ संचार को अधिक व्यक्तिगत बना रही हैं। कृत्रिम बुद्धिमत्ता संचार को अधिक बुद्धिमान और अनुकूलित बना रही है।

संचार मानव सभ्यता की आधारशिला है जो व्यक्तियों, समूहों और समाजों को जोड़ता है। इसकी परिभाषा केवल सूचना के आदान-प्रदान तक सीमित नहीं है, बल्कि यह अर्थ के सृजन, संबंधों के निर्माण और सामाजिक वास्तविकता के निर्माण की एक जटिल प्रक्रिया है। संचार की प्रक्रिया में स्रोत, संदेश, माध्यम, प्राप्तकर्ता और फीडबैक जैसे तत्व मिलकर एक गतिशील प्रणाली बनाते हैं। अंतर्व्यक्तिगत, समूह और जन संचार के विभिन्न प्रकार समाज की विविध आवश्यकताओं को पूरा करते हैं। प्रत्येक प्रकार की अपनी विशेषताएं, शक्तियाँ और सीमाएं हैं। तकनीकी विकास ने संचार के इन पारंपरिक वर्गीकरणों की सीमाओं को धुंधला कर दिया है और नए संचार के रूप उभर रहे हैं। 21वीं सदी में संचार की समझ और कुशलता व्यक्तिगत और व्यावसायिक सफलता के लिए अनिवार्य है। डिजिटल क्रांति ने संचार की गति, पहुंच और प्रकृति को मौलिक रूप से बदल दिया है। इस बदलते परिदृश्य में प्रभावी संचार के लिए पारंपरिक कौशल के साथ-साथ नई तकनीकों और माध्यमों की समझ भी आवश्यक है। संचार केवल एक कौशल नहीं, बल्कि एक कला और विज्ञान दोनों है।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

इसमें निरंतर अभ्यास, सीखने और सुधार की आवश्यकता होती है। समानुभूति, सक्रिय श्रवण, स्पष्टता और सांस्कृतिक संवेदनशीलता जैसे गुण प्रभावी संचार के लिए आवश्यक हैं। भविष्य में संचार और भी महत्वपूर्ण होगा क्योंकि वैश्वीकरण और तकनीकी विकास से दुनिया और भी जुड़ी हुई होगी।

इकाई 1.2: संचार के मॉडल

जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप



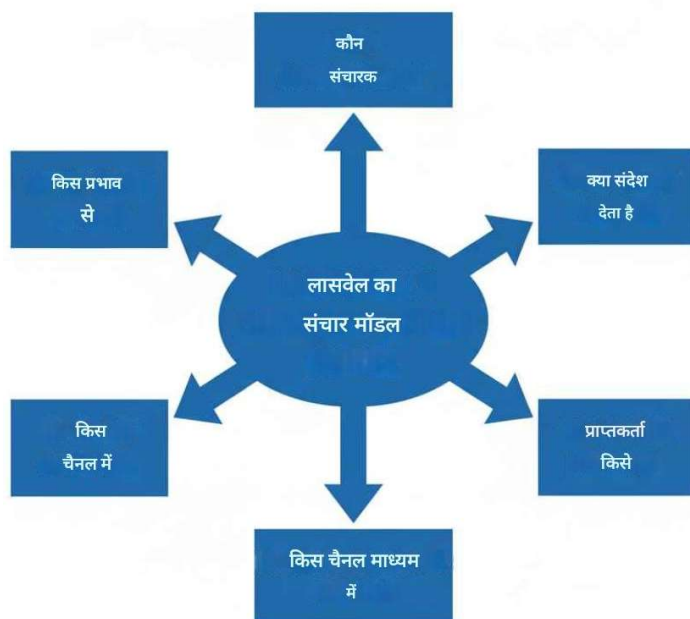
1.2.1 लासवेल का संचार मॉडल

“कौन किससे क्या कहता है, किस माध्यम से, किस प्रभाव से”

राजनीति विज्ञानी हेरोल्ड डी. लासवेल ने 1948 में इस मॉडल का प्रस्ताव रखा था। उनका मॉडल संचार प्रक्रिया को समझने के लिए सबसे शुरुआती और सबसे प्रभावशाली ढाँचों में से एक है। लासवेल का मॉडल सरल, रेखिक है और संचार को सूचना और प्रभाव संचार की एक प्रक्रिया के रूप में देखता है। लासवेल के अनुसार, संचार का विश्लेषण पाँच बुनियादी प्रश्नों के उत्तर देकर किया जा सकता है: कौन (संचारक) क्या (संदेश) किससे (प्राप्तकर्ता) कहता है, किस चैनल (माध्यम) में किस प्रभाव (प्रभाव) के साथ। प्रत्येक घटक संचार प्रक्रिया में एक चरण का प्रतिनिधित्व करता है।

- कौन: संचारक या प्रेषक जो संदेश तैयार करता है और उसे वितरित करता है।
- क्या कहता है: वह विषय-वस्तु या जानकारी जो संप्रेषित की जा रही है।
- किसके लिए: वह श्रोता या प्राप्तकर्ता जो संदेश प्राप्त करता है और उसकी व्याख्या करता है।
- किस चैनल में: संदेश भेजने के लिए प्रयुक्त माध्यम या विधि (जैसे, प्रिंट, रेडियो, टीवी, डिजिटल)।
- किस प्रभाव के साथ: संदेश का प्राप्तकर्ता पर परिणाम या प्रभाव (जैसे, ज्ञान, दृष्टिकोण या व्यवहार में परिवर्तन)।

यह मॉडल पत्रकारिता, विज्ञापन और प्रचार अध्ययन जैसे जनसंचार के क्षेत्रों में विशेष रूप से उपयोगी है। यह संचार में प्रभावों और प्रभाव के महत्व पर प्रकाश डालता है। हालाँकि, यह एकतरफ़ा मॉडल है, अर्थात् इसमें प्राप्तकर्ता की प्रतिक्रिया शामिल नहीं होती है, जो एक सीमा है।



चित्र 1.2: लासवेल का संचार मॉडल

व्यावहारिक रूप से, लासवेल का मॉडल मीडिया पेशेवरों और संचारकों को प्रत्येक तत्व पर सावधानीपूर्वक विचार करके प्रभावी संदेश तैयार करने में मदद करता है— उदाहरण के लिए, सही श्रोताओं की पहचान करना और अधिकतम प्रभाव के लिए उपयुक्त माध्यम चुनना। यह संचार के बाद के मॉडलों के लिए आधार का भी काम करता है, जिनमें फीडबैक और शोर जैसे तत्व शामिल किए गए।

1.2.2 संचार का शैनन-वीवर मॉडल

“संचार का गणितीय मॉडल”

क्लाउड शैनन और वॉरेन वीवर द्वारा 1949 में विकसित शैनन-वीवर मॉडल को अक्सर संचार का गणितीय मॉडल कहा जाता है क्योंकि इसे मूल रूप से दूरसंचार प्रणालियों की दक्षता में सुधार के लिए डिज़ाइन किया गया था। हालाँकि, यह जल्द ही सभी प्रकार के संचार पर लागू होने वाला एक सार्वभौमिक मॉडल बन गया। मॉडल में पाँच प्रमुख घटक शामिल हैं: सूचना स्रोत, ट्रांसमीटर, चैनल, रिसीवर और गंतव्य। बाद में, इसकी व्याख्यात्मक क्षमता में सुधार के लिए शोर और प्रतिक्रिया को भी जोड़ा गया।

- सूचना स्रोत: संदेश या डेटा का उद्गम।
- ट्रांसमीटर: वह उपकरण या व्यक्ति जो संदेश को संकेतों में परिवर्तित करता है।
- चैनल: वह माध्यम जिसके माध्यम से सिग्नल प्रेषित किये जाते हैं।
- रिसीवर: वह उपकरण या व्यक्ति जो सिग्नलों को डिकोड या व्याख्या करता है।
- गंतव्य: संदेश का अंतिम लक्ष्य।
- शोर: कोई भी हस्तक्षेप जो प्रसारण के दौरान संदेश को विकृत या बाधित करता है।

शैनन-वीवर मॉडल ने शोर की अवधारणा प्रस्तुत की, जो संचार को प्रभावित करने वाले किसी भी प्रकार के व्यवधान को संदर्भित करता है। यह भौतिक (जैसे फ़ोन लाइन पर स्थैतिक शोर), मनोवैज्ञानिक (जैसे ध्यान भटकाना), या अर्थगत (भाषाई अंतर के कारण गलतफहमी) हो सकता है। इस मॉडल का सबसे बड़ा योगदान संचार की सटीकता और स्पष्टता पर इसका ज़ोर है। आधुनिक संचार में, यह मॉडल कंप्यूटर नेटवर्किंग, डेटा संचार, प्रसारण और डिजिटल मीडिया जैसे क्षेत्रों में लागू होता है। यह समझने के लिए विशेष रूप से उपयोगी है कि तकनीकी और बाहरी कारक संचार की गुणवत्ता को कैसे प्रभावित कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, खराब इंटरनेट कनेक्शन डिजिटल संचार में "शोर" पैदा कर सकता है, जिससे गलतफहमी या डेटा हानि हो सकती है। हालाँकि, शैनन-वीवर मॉडल की एक आलोचना यह है कि यह भी संचार को सामाजिक और सांस्कृतिक संदर्भों पर विचार किए बिना एक रैखिक प्रक्रिया के रूप में देखता है। इसके बावजूद, यह संचार सिद्धांत, भाषाविज्ञान और मीडिया अध्ययन में प्रयुक्त एक आधारभूत मॉडल बना हुआ है।



1.2.3 बर्लो का संचार का एसएमसीआर मॉडल

“स्रोत – संदेश – चैनल – प्राप्तकर्ता”

डेविड के. बर्लो ने 1960 में संचार का एसएमसीआर मॉडल विकसित किया। उनका मॉडल पूर्ववर्ती सिद्धांतकारों के विचारों पर आधारित है और प्रेषक और प्राप्तकर्ता दोनों के कौशल, दृष्टिकोण और ज्ञान पर ज़ोर देता है। बर्लो का मॉडल मानव-केंद्रित है और संदेशों को कोड करने और डिकोड करने की प्रक्रिया पर केंद्रित है।

मॉडल के चार प्रमुख घटक हैं:

1. स्रोत (S): वह व्यक्ति या समूह जो संदेश उत्पन्न करता है। स्रोत के संचार कौशल, दृष्टिकोण, ज्ञान, सामाजिक व्यवस्था और संस्कृति संदेश की प्रभावशीलता को प्रभावित करते हैं।
2. संदेश (M): संप्रेषित की जा रही विषयवस्तु। इसमें कोड (भाषा या प्रतीक), विषयवस्तु (सूचना), और संरचना (संगठन) शामिल हैं।
3. चैनल (सी): संचरण के लिए प्रयुक्त माध्यम - मानव संचार में सुनना, देखना, स्पर्श करना, सूंघना या चखना (पांच इंद्रियां)।
4. प्राप्तकर्ता (R): वह व्यक्ति जो संदेश प्राप्त करता है और उसकी व्याख्या करता है। प्राप्तकर्ता की पृष्ठभूमि, अनुभव और दृष्टिकोण भी समझ को प्रभावित करते हैं।

बर्लो ने इस बात पर ज़ोर दिया कि संचार एक गतिशील, अंतःक्रियात्मक प्रक्रिया है जो आपसी समझ पर निर्भर करती है। यदि प्रेषक और प्राप्तकर्ता के कौशल, दृष्टिकोण और सांस्कृतिक संदर्भ समान हों, तो संचार अधिक सफल होता है। उदाहरण के लिए, किसी वैज्ञानिक अवधारणा को प्रभावी ढंग से समझाने वाला शिक्षक अपने ज्ञान और छात्र की वैज्ञानिक शब्दों को समझने की क्षमता, दोनों पर निर्भर करता है। एसएमसीआर मॉडल संचार में मानवीय कारकों के महत्व पर प्रकाश डालता है — शैनन-वीवर मॉडल के यांत्रिक महत्व के विपरीत। इसका व्यापक रूप से शिक्षा, पारस्परिक संचार और संगठनात्मक संचार में उपयोग किया जाता है क्योंकि यह बताता है कि व्यक्तित्व और धारणा संचार की सफलता को कैसे प्रभावित करते हैं।

हालाँकि, बलों के मॉडल में फीडबैक और शोर जैसे घटकों का अभाव है , जिसका अर्थ है कि यह संचार के लिए आदर्श परिस्थितियों को मानता है। फिर भी, यह संदेश विनिमय के मनोवैज्ञानिक और समाजशास्त्रीय पहलुओं को समझने के लिए एक शक्तिशाली ढाँचा है।

1.2.4 संचार के अन्य प्रमुख मॉडल

लासवेल, शैनन-वीवर और बेलों के अलावा, कई अन्य विद्वानों ने प्रभावशाली मॉडल प्रस्तावित किए हैं जो संचार की कार्यप्रणाली के बारे में हमारी समझ को बढ़ाते हैं। इनमें से दो सबसे उल्लेखनीय हैं ऑसगूड-श्राम मॉडल और न्यूकॉम्ब मॉडल ।

ए. ऑसगूड-श्राम संचार मॉडल

चार्ल्स ऑसगूड और विल्बर श्राम द्वारा विकसित , यह मॉडल संचार को एकतरफ़ा प्रवाह के बजाय एक चक्रीय और सतत प्रक्रिया के रूप में प्रस्तुत करता है। यह इस बात पर ज़ोर देता है कि दोनों प्रतिभागी बारी-बारी से एनकोडर, इंटरप्रेटर और डिकोडर की भूमिका निभाते हैं।

ऑसगूड-श्राम मॉडल के अनुसार:

- प्रेषक अपने विचारों के आधार पर संदेश को कोडित करता है ।
- प्राप्तकर्ता अपनी समझ के अनुसार संदेश को डिकोड और व्याख्या करता है।
- इसके बाद प्राप्तकर्ता , प्रेषक बन जाता है , तथा मूल संचारक को फीडबैक प्रदान करता है।

यह चक्रीय प्रकृति मॉडल को द्वि-मार्गी और संवादात्मक बनाती है , यह स्वीकार करते हुए कि संचार अर्थ-निर्माण की एक साझा प्रक्रिया है । उदाहरण के लिए, बातचीत के दौरान, दोनों व्यक्ति लगातार प्रेषक और प्राप्तकर्ता के रूप में अपनी भूमिकाएँ बदलते रहते हैं, अर्थ स्पष्ट करते हैं और अपनी प्रतिक्रियाओं को समायोजित करते हैं। यह मॉडल फीडबैक और साझा समझ की भूमिका पर भी प्रकाश डालता है , जिससे यह पारस्परिक और समूह संचार में विशेष रूप से प्रासंगिक हो जाता है । हालाँकि, यह



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

मानता है कि दोनों प्रतिभागी एक समान भाषा और संदर्भ साझा करते हैं, जो कि अंतर-सांस्कृतिक या मध्यस्थता संचार में हमेशा संभव नहीं हो सकता है।

बी. न्यूकॉम्ब का संचार मॉडल

1953 में थियोडोर एम. न्यूकॉम्ब द्वारा विकसित यह मॉडल संचारकों के बीच सामाजिक संबंधों और संतुलन पर केंद्रित है। यह इस विचार को प्रस्तुत करता है कि संचार व्यक्तियों और समूहों के बीच सामाजिक संतुलन बनाए रखने में मदद करता है। इस मॉडल में, तीन तत्व हैं: व्यक्ति A, व्यक्ति B, और वस्तु X। मॉडल बताता है कि A और B, X के प्रति अपने झुकाव या दृष्टिकोण साझा करने के लिए संवाद करते हैं। उदाहरण के लिए, दो दोस्त (A और B) किसी राजनीतिक मुद्दे (X) पर चर्चा करते हैं। यदि उनकी राय अलग-अलग है, तो संवाद उन्हें संतुलित समझ तक पहुँचने या तनाव कम करने में मदद करता है। न्यूकॉम्ब का मॉडल दर्शाता है कि संचार केवल सूचना के आदान-प्रदान के बारे में नहीं है, बल्कि सामाजिक सद्भाव और साझा मूल्यों को बनाए रखने के बारे में भी है। यह समाजशास्त्र, मनोविज्ञान और जनसंचार अध्ययनों में विशेष रूप से उपयोगी है ताकि यह समझा जा सके कि मीडिया और पारस्परिक संवाद किस प्रकार दृष्टिकोण और संबंधों को आकार देते हैं।

संचार मॉडलों का अध्ययन इस बात की व्यवस्थित समझ प्रदान करता है कि संदेश किस प्रकार बनाए जाते हैं, प्रेषित किए जाते हैं, प्राप्त किए जाते हैं और उनकी व्याख्या की जाती है।

- लासवेल का मॉडल संचार की मूल संरचना और उद्देश्य पर केंद्रित है।
- शैनन-वीवर मॉडल शोर के तकनीकी आयाम और अवधारणा का परिचय देता है।
- बर्लो का एसएमसीआर मॉडल मानवीय कारकों और संचार की मनोवैज्ञानिक प्रक्रिया पर जोर देता है।
- ऑसगुड-श्राम और न्यूकॉम्ब मॉडल फीडबैक, अंतःक्रिया और सामाजिक संतुलन पर प्रकाश डालते हैं।

ये मॉडल मिलकर आधुनिक संचार सिद्धांत की नींव रखते हैं। ये न केवल पारंपरिक और जनसंचार माध्यमों के संचार का विश्लेषण करने में मदद करते हैं, बल्कि **डिजिटल संचार, सामाजिक नेटवर्क, संगठनात्मक व्यवस्था और शिक्षा** पर भी लागू होते हैं। इन मॉडलों को समझने से संचारक अधिक प्रभावी संदेश तैयार कर सकते हैं, बाधाओं को कम कर सकते हैं और आपसी समझ को बढ़ा सकते हैं—जिससे संचार उद्देश्यपूर्ण और प्रभावशाली बनता है।

जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप



चित्र 1.3: संचार का ओसगॉड-श्रम मॉडल



इकाई 1.3: जनसंचार का स्वरूप

1.3.1 जनसंचार: अर्थ और स्वरूप

जनसंचार एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके माध्यम से संदेश एक साथ बहुत बड़ी संख्या में लोगों तक पहुँचता है। यह आधुनिक समय का एक महत्वपूर्ण माध्यम है जो समाज को जोड़ता है और विभिन्न विचारों को प्रसारित करता है। जनसंचार शब्द अंग्रेजी के "Mass Communication" का हिंदी अनुवाद है, जहाँ "Mass" का अर्थ बहुसंख्यक लोग है और "Communication" का अर्थ संवाद या संचार है। इस प्रकार, जनसंचार का अर्थ है जनता को संबोधित करना, उन तक संदेश पहुँचाना और समाज में सूचना, ज्ञान तथा विनोदन का प्रचार-प्रसार करना। जनसंचार की परिभाषा विभिन्न विद्वानों द्वारा विभिन्न तरीकों से दी गई है। वाइली और कनान के अनुसार, जनसंचार वह प्रक्रिया है जिसमें पेशेवर संचारकर्ता समाचार, सूचना, मनोरंजन और अन्य सामग्री को एक बड़ी, विविध और बिखरी हुई जनता तक पहुँचाते हैं। जॉन डेविज के विचार में, जनसंचार ऐसी संचार प्रणाली है जो जनता को सूचित करने, मनोरंजन देने और प्रेरित करने के लिए डिज़ाइन की गई है। इन परिभाषाओं से यह स्पष्ट होता है कि जनसंचार एक व्यवस्थित प्रक्रिया है जो संगठित माध्यमों के द्वारा संपन्न होती है।

जनसंचार की सबसे महत्वपूर्ण विशेषता यह है कि यह एक समय में असंख्य लोगों तक संदेश पहुँचाता है। यह संदेश दूरदर्शन, रेडियो, समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, इंटरनेट और सोशल मीडिया जैसे विभिन्न माध्यमों के द्वारा प्रसारित होता है। जनसंचार की एक अन्य महत्वपूर्ण विशेषता यह है कि यह एकमुखी संचार है, अर्थात् संदेश प्रेषक से प्राप्तकर्ता की ओर बहता है, परंतु तुरंत प्रतिक्रिया नहीं मिलती। हालाँकि, आजकल डिजिटल माध्यमों के आने से यह स्थिति परिवर्तित हो गई है, और अब प्राप्तकर्ता तुरंत अपनी प्रतिक्रिया दे सकते हैं। जनसंचार की एक अन्य महत्वपूर्ण विशेषता यह है कि इसका संचार सार्वजनिक होता है। इसका अर्थ है कि किसी भी व्यक्ति को इस संदेश को ग्रहण करने का अधिकार है, और यह किसी व्यक्ति विशेष के लिए नहीं होता। जनसंचार में संदेश तैयार करने वाले व्यक्ति को संचारकर्ता, संदेश को माध्यम कहा जाता है, और संदेश को प्राप्त करने वाले को दर्शक या श्रोता कहा जाता है। यह

प्रक्रिया तीन प्रमुख तत्वों पर निर्भर करती है: संदेश का स्रोत, संदेश स्वयं, और संदेश का लक्ष्य। जनसंचार के स्वरूप को समझने के लिए यह जानना आवश्यक है कि इसमें किन-किन माध्यमों का प्रयोग होता है। परंपरागत माध्यमों में समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, रेडियो, दूरदर्शन और सिनेमा शामिल हैं। ये सभी माध्यम लंबे समय से समाज में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। समाचार पत्र दैनिक आधार पर समाचार, विचार और विविध सामग्री प्रदान करते हैं। पत्रिकाएँ विशेष रुचियों वाले पाठकों के लिए विस्तृत जानकारी प्रदान करती हैं। रेडियो ध्वनि के माध्यम से संदेश पहुँचाता है, जबकि दूरदर्शन ध्वनि और दृश्य दोनों का प्रयोग करके संदेश प्रसारित करता है। आधुनिक युग में डिजिटल माध्यमों का जनसंचार में महत्वपूर्ण स्थान हो गया है। इंटरनेट, वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप, यूट्यूब और पॉडकास्ट आदि नए जनसंचार माध्यम बन गए हैं। ये माध्यम अपनी तीव्रता, पहुँच, और इंटरैक्टिविटी के कारण युवा पीढ़ी में अत्यधिक लोकप्रिय हो गए हैं। डिजिटल माध्यमों ने न केवल सूचना का प्रसार तेज़ किया है, बल्कि लोगों को स्वयं संचारकर्ता बनने का मौका भी दिया है।

जनसंचार का स्वरूप तीन प्रमुख स्तरों पर देखा जा सकता है। पहला स्तर अंतर्व्यक्ति संचार है, जिसमें दो या कुछ व्यक्तियों के बीच सीधा संवाद होता है। दूसरा स्तर समूह संचार है, जिसमें कुछ निश्चित समूह के लोगों को संदेश दिया जाता है। तीसरा और सबसे बड़ा स्तर जनसंचार है, जिसमें असंख्य लोग संदेश प्राप्त करते हैं। जनसंचार का यह विस्तृत स्वरूप ही इसे अन्य संचार माध्यमों से अलग करता है। जनसंचार प्रक्रिया में संदेश तैयार करने से लेकर उसे प्रसारित करने तक कई चरण होते हैं। सबसे पहले, एक विचार या सूचना को संदेश का रूप दिया जाता है। इसके बाद, इस संदेश को उपयुक्त माध्यम का चयन करके प्रसारित किया जाता है। संदेश प्रसारित होने के बाद, दर्शक या श्रोता उसे ग्रहण करते हैं और अपनी प्रतिक्रिया देते हैं। यह पूरी प्रक्रिया गतिशील है और निरंतर विकसित हो रही है। जनसंचार की एक विशेष विशेषता यह भी है कि इसमें संदेश की सार्वभौमिकता होती है। इसका अर्थ है कि एक ही संदेश सभी लोगों तक पहुँचता है, चाहे वे किसी भी क्षेत्र में हों, किसी भी समाज में हों, या किसी भी सामाजिक वर्ग में हों। यह विशेषता जनसंचार को शक्तिशाली और प्रभावशाली बनाती है। परंतु साथ ही, यह जिम्मेदारी भी बढ़ाती है कि



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

संदेश उचित, सत्य और सार्वजनिक हित में हो। जनसंचार में नैतिकता का बहुत महत्व है। संचारकर्ताओं को अपनी जिम्मेदारी समझनी चाहिए और ऐसे संदेश का प्रसार नहीं करना चाहिए जो समाज में विद्वेष, भय, या असामाजिक व्यवहार को बढ़ावा दें। जनसंचार का उद्देश्य समाज को जागरूक करना, शिक्षित करना, मनोरंजन देना और सांस्कृतिक मूल्यों को संरक्षित करना है। यह उद्देश्य तभी पूरा हो सकता है जब संचारकर्ता नैतिक मूल्यों का पालन करें और सत्य का अनुसरण करें। जनसंचार की प्रकृति समझने के लिए यह भी जरूरी है कि हम इसके द्विपक्षीय प्रभाव को समझें। एक ओर, जनसंचार लोगों को प्रभावित करता है, उनके विचारों को बदलता है, और उनके व्यवहार को निर्देशित करता है। दूसरी ओर, लोग भी जनसंचार को प्रभावित करते हैं। दर्शकों की रुचि, माँग और प्रतिक्रिया के अनुसार संचारकर्ता अपने संदेशों को तैयार करते हैं। यह पारस्परिक संबंध जनसंचार को गतिशील और प्रभावी बनाता है। जनसंचार का एक अन्य महत्वपूर्ण पहलू यह है कि यह बहु-संवेदनशील है। अलग-अलग माध्यमों में अलग-अलग संवेदनाओं का प्रयोग होता है। उदाहरण के लिए, समाचार पत्र में दृश्य और पाठ का प्रयोग होता है, रेडियो में केवल ध्वनि का प्रयोग होता है, दूरदर्शन में ध्वनि और दृश्य दोनों का प्रयोग होता है, और सोशल मीडिया में पाठ, ध्वनि, दृश्य, वीडियो सभी का प्रयोग होता है। यह बहु-संवेदनशीलता जनसंचार को विविध और रोचक बनाती है।

1.3.2 जनसंचार का महत्व

समाज में भूमिका

जनसंचार का महत्व आधुनिक समाज में अत्यंत गहरा और व्यापक है। यह केवल सूचना प्रदान करने तक सीमित नहीं है, बल्कि समाज के विभिन्न पहलुओं को प्रभावित करता है। जनसंचार ने समाज को एक सूत्र में बाँधा है और वैश्विक एकता का भाव पैदा किया है। आज का व्यक्ति अपने स्थानीय समाज की ही नहीं, बल्कि पूरे विश्व की घटनाओं से अवगत है। यह सब जनसंचार की शक्ति के कारण ही संभव हुआ है। समाज में जनसंचार की भूमिका को कई आयामों से समझा जा सकता है। सबसे पहले, सूचना प्रदान करने की भूमिका आती है। जनसंचार का प्राथमिक कार्य समाज को सूचित रखना है। समाचार पत्र, रेडियो, दूरदर्शन और इंटरनेट के माध्यम से लोगों

को दिन भर की महत्वपूर्ण घटनाओं, राजनीतिक विकास, आर्थिक परिस्थितियों और सामाजिक मामलों की जानकारी मिलती है। यह सूचना लोगों को सचेत रखती है और उन्हें आत्मनिर्भर निर्णय लेने में सहायता करती है।

जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप



चित्र 1.4: जनसंचार का महत्व

एक सूचित नागरिक ही लोकतांत्रिक प्रक्रिया को सफल बना सकता है, और यह सूचना जनसंचार के माध्यम से ही संभव है। जनसंचार का दूसरा महत्वपूर्ण कार्य शिक्षा प्रदान करना है। समाचार पत्रों में शैक्षणिक लेख, दूरदर्शन पर शैक्षणिक कार्यक्रम, इंटरनेट पर ऑनलाइन पाठ्यक्रम और विविध जानकारीपूर्ण सामग्री उपलब्ध होती है। जनसंचार के माध्यम से लोग घर बैठे विभिन्न विषयों का ज्ञान प्राप्त कर सकते हैं। बच्चों से लेकर बुजुर्गों तक सभी को शैक्षणिक सामग्री मिलती है। यह असंगठित और अनौपचारिक शिक्षा का एक महत्वपूर्ण माध्यम है। विशेष रूप से, विकासशील देशों में जहाँ औपचारिक शिक्षा सभी को उपलब्ध नहीं है, वहाँ जनसंचार शिक्षा का एक अपरिहार्य माध्यम है।

जनसंचार की तीसरी भूमिका मनोरंजन प्रदान करना है। समाज में लोगों के जीवन में तनाव, परिश्रम और दबाव होता है। जनसंचार उन्हें आराम, खुशी और मनोरंजन प्रदान करता है। फिल्मों, सीरीज़, संगीत, खेल और विविध मनोरंजक कार्यक्रमों के माध्यम से लोग अपने तनाव को भूल जाते हैं। यह मनोरंजन न केवल व्यक्तिगत स्तर पर महत्वपूर्ण है, बल्कि समाज के सामंजस्य और शांति के लिए भी आवश्यक है।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

जनसंचार की चौथी महत्वपूर्ण भूमिका समाज में एकता और सामंजस्य लाना है। जनसंचार विविध समुदायों, क्षेत्रों और सांस्कृतिक पृष्ठभूमियों के लोगों को एक साथ लाता है। समान समाचारों को सुनकर, समान कार्यक्रमों को देखकर, और समान विचारों को पढ़कर लोग एक-दूसरे के करीब आते हैं। यह भाव राष्ट्रीय एकता, भाईचारे और सामूहिक पहचान को मजबूत करता है। जनसंचार की पाँचवीं भूमिका सामाजिक परिवर्तन लाना है। जनसंचार के माध्यम से सामाजिक कुरीतियों, अंधविश्वास और पिछड़ेपन के विरुद्ध जनचेतना जागृत की जाती है। शिक्षा, स्वास्थ्य, महिला सशक्तिकरण, पर्यावरण संरक्षण और सामाजिक न्याय जैसे विषयों पर जनसंचार के माध्यम से व्यापक अभियान चलाए जाते हैं। ये अभियान समाज में सकारात्मक परिवर्तन लाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। भारत में दहेज प्रथा के विरुद्ध, बाल विवाह के विरुद्ध, कन्या भ्रूण हत्या के विरुद्ध और विभिन्न सामाजिक अभियानों में जनसंचार ने महत्वपूर्ण योगदान दिया है।

जनसंचार की छठी भूमिका राजनीतिक प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका निभाना है। लोकतांत्रिक समाज में जनसंचार सार्वजनिक वाद-विवाद का माध्यम है। राजनीतिक विचार, सरकारी नीतियों की आलोचना, और विभिन्न राजनीतिक दलों के विचार जनसंचार के माध्यम से जनता तक पहुँचते हैं। चुनावों के समय, जनसंचार राजनीतिक प्रचार का सबसे महत्वपूर्ण माध्यम बन जाता है। यह प्रक्रिया लोकतांत्रिक मूल्यों को सुदृढ़ करती है और जनता को सचेत निर्णय लेने में सहायता करती है। जनसंचार की सातवीं भूमिका आर्थिक विकास में योगदान देना है। विज्ञापन और प्रचार के माध्यम से जनसंचार उपभोक्ताओं को वस्तु और सेवाओं के बारे में सूचित करता है। यह बाजार को गतिशील रखता है और आर्थिक गतिविधियों को बढ़ावा देता है। कंपनियों को अपने उत्पादों को बेचने के लिए जनसंचार का सहारा लेना पड़ता है। साथ ही, जनसंचार के माध्यम से व्यावसायिक समाचार, शेयर बाजार की जानकारी और आर्थिक संकेत प्रदान किए जाते हैं, जो आर्थिक निर्णयों को प्रभावित करते हैं।

जनसंचार की आठवीं भूमिका सांस्कृतिक संरक्षण और प्रचार में है। जनसंचार के माध्यम से परंपरागत संस्कृति, कला, साहित्य और सांस्कृतिक मूल्यों को संरक्षित किया जाता है। संगीत, नृत्य, नाटक और अन्य सांस्कृतिक कार्यक्रमों को दूरदर्शन पर प्रसारित किया जाता है। सांस्कृतिक ज्ञान को समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में



जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप

प्रकाशित किया जाता है। यह सांस्कृतिक विरासत को नई पीढ़ी तक पहुँचाता है और सांस्कृतिक सातत्य को बनाए रखता है। जनसंचार की नवमी भूमिका जनमत निर्माण में है। जनसंचार के माध्यम से किसी विषय पर जनमत तैयार किया जा सकता है। सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक मामलों पर जनसंचार जनता की राय को प्रभावित करता है। यह शक्ति जिम्मेदारी के साथ आती है, क्योंकि गलत जानकारी या पूर्वाग्रह से समाज में दरार पड़ सकती है। जनसंचार की दसवीं भूमिका निगरानी और जवाबदेही सुनिश्चित करना है। जनसंचार, विशेषकर समाचार माध्यम, सरकार, प्रशासन और शक्तिशाली लोगों पर निगरानी रखते हैं। यह "चौथा स्तंभ" कहा जाता है क्योंकि यह व्यवस्थापिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका के अलावा एक चौथी शक्ति के रूप में कार्य करता है। जनसंचार के माध्यम से भ्रष्टाचार, अनियमितता और अन्याय को उजागर किया जाता है। यह समाज में पारदर्शिता और जवाबदेही लाता है।

जनसंचार की ग्यारहवीं भूमिका आपातकालीन स्थितियों में जनता को सूचित करना है। प्राकृतिक आपदा, महामारी, दुर्घटना या किसी अन्य संकटकालीन परिस्थिति में जनसंचार लोगों को तुरंत सूचित करता है। यह सूचना जीवन बचाने में सहायक हो सकती है। सरकार और प्रशासन भी आपातकालीन निर्देश जनसंचार के माध्यम से जनता तक पहुँचाते हैं। जनसंचार की बारहवीं भूमिका आंतरराष्ट्रीय समझ और सहयोग को बढ़ावा देना है। विश्व के विभिन्न देशों की संस्कृति, परंपरा, विचार और जीवन शैली के बारे में जनसंचार के माध्यम से जानकारी मिलती है। यह अंतरराष्ट्रीय समझदारी को बढ़ाता है और वैश्विक दृष्टिकोण विकसित करता है। विविधता में एकता का भाव आता है। जनसंचार की यह भूमिका केवल एकतरफा नहीं है। जनसंचार समाज को प्रभावित करता है, लेकिन समाज भी जनसंचार को प्रभावित करता है। समाज की माँग और रुचि के अनुसार जनसंचार माध्यम अपनी सामग्री तैयार करते हैं। समाज के परिवर्तन के साथ-साथ जनसंचार भी परिवर्तित होता है। यह पारस्परिक संबंध जनसंचार को जीवंत और प्रासंगिक रखता है।

आधुनिक युग में जनसंचार का महत्व और भी अधिक बढ़ गया है। डिजिटल माध्यमों ने संचार को तीव्र, सरल और सुलभ बना दिया है। इंटरनेट के माध्यम से लोग न केवल सूचना प्राप्त करते हैं, बल्कि स्वयं भी संचारकर्ता बन जाते हैं। सोशल मीडिया ने सामान्य लोगों को अपनी आवाज़ उठाने का मंच दिया है। कोविड-19 महामारी के



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

दौरान, जनसंचार ने विश्व को जोड़े रखा। ऑनलाइन शिक्षा, दूरवर्ती कार्य, और आपातकालीन सूचना सभी जनसंचार के माध्यम से ही संभव हुए। हालाँकि, जनसंचार की इतनी सारी महत्वपूर्ण भूमिकाओं के बावजूद, इसके साथ कुछ चुनौतियाँ भी आती हैं। सूचना का दुरुपयोग, गलत सूचना, भ्रामक विज्ञापन, हिंसक सामग्री और सांस्कृतिक मूल्यों के विरुद्ध सामग्री का प्रसार जनसंचार के नकारात्मक प्रभाव हैं। गोपनीयता का उल्लंघन, साइबरबुलिंग और ऑनलाइन उत्पीड़न आधुनिक युग की समस्याएँ हैं। इसलिए, जनसंचार को न केवल शक्तिशाली होना चाहिए, बल्कि जिम्मेदार और नैतिक भी होना चाहिए। जनसंचार का भविष्य तकनीकी विकास से जुड़ा है। कृत्रिम बुद्धिमत्ता, आभासी वास्तविकता, कार्यक्षमता का हस्तांतरण और अन्य उद्भव प्रौद्योगिकियाँ जनसंचार को नई दिशा दे रही हैं। ये तकनीकें जनसंचार को अधिक व्यक्तिगत, इंटरैक्टिव और प्रभावशाली बना रही हैं। भविष्य में, जनसंचार और भी अधिक विविध, गतिशील और सर्वव्यापी होगा। तकनीकी विकास के साथ-साथ नैतिकता और जिम्मेदारी का भी विकास होना चाहिए।

जनसंचार समाज का एक अभिन्न अंग बन गया है। आधुनिक समाज में यह लोकतंत्र का रक्त है। इसके बिना समाज अधूरा है, अविकसित है। जनसंचार के माध्यम से समाज को जोड़ा जा सकता है, समाज को शिक्षित किया जा सकता है, समाज को प्रगतिशील बनाया जा सकता है। लेकिन साथ ही, जनसंचार का दुरुपयोग भी समाज को नुकसान पहुँचा सकता है। इसलिए, जनसंचार माध्यमों की जिम्मेदारी बहुत अधिक है। उन्हें सत्य का पालन करना चाहिए, समाज के हितों को ध्यान में रखना चाहिए, और नैतिक मूल्यों का संरक्षण करना चाहिए। जनसंचार के विभिन्न माध्यमों में समाचार पत्र का विशेष स्थान है। समाचार पत्र सबसे पुराना और सबसे विश्वसनीय जनसंचार माध्यम माना जाता है। यह प्रतिदिन लाखों लोगों तक पहुँचता है और समाज को सूचित रखता है। हालाँकि, डिजिटल माध्यमों के आने से समाचार पत्रों का महत्व कुछ कम हुआ है, लेकिन ये अभी भी अत्यंत महत्वपूर्ण हैं। पत्रिकाएँ जनसंचार का एक अन्य महत्वपूर्ण माध्यम हैं। ये विशेष रुचियों वाले पाठकों के लिए विस्तृत और गहन जानकारी प्रदान करती हैं। फैशन पत्रिकाएँ, खेल पत्रिकाएँ, साहित्यिक पत्रिकाएँ, वैज्ञानिक पत्रिकाएँ और व्यावसायिक पत्रिकाएँ सभी अपनी-अपनी विशेष भूमिका निभाती हैं।



जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप

रेडियो जनसंचार का एक शक्तिशाली माध्यम है। यह ध्वनि के माध्यम से संदेश पहुँचाता है। भारत में रेडियो की पहुँच ग्रामीण क्षेत्रों तक बहुत अधिक है। समाचार, संगीत, मनोरंजन, शिक्षा और विभिन्न जानकारीपूर्ण कार्यक्रमों के लिए रेडियो एक महत्वपूर्ण माध्यम है। आजकल, इंटरनेट पर पॉडकास्ट भी रेडियो के समान काम कर रहे हैं। दूरदर्शन आधुनिक युग का सबसे प्रभावशाली जनसंचार माध्यम है। यह ध्वनि और दृश्य दोनों का प्रयोग करके संदेश पहुँचाता है। दूरदर्शन समाचार, शिक्षामूलक कार्यक्रम, मनोरंजन, क्रीड़ा, पारिवारिक नाटक और विविध सामग्री प्रदान करता है। घर बैठे लोग दूरदर्शन के माध्यम से विश्व की घटनाओं से परिचित होते हैं। दूरदर्शन की दृश्य शक्ति के कारण इसका प्रभाव बहुत अधिक होता है। राजनीति से लेकर समाज तक सभी क्षेत्रों में दूरदर्शन की महत्वपूर्ण भूमिका है। सिनेमा भी जनसंचार का एक महत्वपूर्ण माध्यम है। सिनेमा मनोरंजन प्रदान करता है, लेकिन साथ ही यह सामाजिक संदेश भी प्रदान करता है। अच्छी फिल्मों के माध्यम से समाज में जागरूकता लाई जाती है। सिनेमा की पहुँच और प्रभाव विश्वव्यापी है। भारतीय सिनेमा (बॉलीवुड) विश्व में सबसे अधिक फिल्में बनाता है। इंटरनेट आधुनिक युग का सबसे क्रांतिकारी जनसंचार माध्यम है। यह सूचना, मनोरंजन और संचार सभी कुछ प्रदान करता है। इंटरनेट के माध्यम से लोग न केवल सूचना प्राप्त करते हैं, बल्कि स्वयं भी सूचना साझा कर सकते हैं। ब्लॉग, वेबसाइट, ऑनलाइन समाचार पोर्टल और ई-पत्रिकाएँ इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। इंटरनेट की तीव्रता, सुलभता और व्यापकता इसे एक अद्वितीय माध्यम बनाती है।

सोशल मीडिया वर्तमान समय का सबसे लोकप्रिय जनसंचार माध्यम है। फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप, यूट्यूब, टिकटॉक और अन्य प्लेटफॉर्म लाखों लोगों को जोड़ते हैं। इन माध्यमों पर लोग अपने विचार, अनुभव, समाचार और मनोरंजक सामग्री साझा करते हैं। सोशल मीडिया की तुरंत प्रतिक्रिया और व्यापक पहुँच इसे विशेष महत्व देती है। हालाँकि, सोशल मीडिया पर गलत सूचना, साइबरबुलिंग और अन्य समस्याएँ भी हैं। जनसंचार की प्रभावशीलता अनेक कारकों पर निर्भर करती है। पहला कारक संदेश की स्पष्टता है। संदेश को स्पष्ट, सरल और समझने में आसान होना चाहिए। दूसरा कारक माध्यम का चयन है। सही माध्यम का चयन करने से संदेश सही लोगों तक पहुँचता है। तीसरा कारक समय है। सही समय पर संदेश देना



जनसंचार एवं हिन्दी पत्रकारिता

बहुत महत्वपूर्ण है। चौथा कारक विश्वसनीयता है। यदि संदेश देने वाला विश्वसनीय है, तो संदेश अधिक प्रभावशाली होता है। जनसंचार के प्रभाव को समझने के लिए विभिन्न सिद्धांत दिए गए हैं। हाइपोडर्मिक नीडल सिद्धांत के अनुसार, जनसंचार का प्रभाव सीधा और तुरंत होता है। लेकिन बाद के शोधों ने दिखाया कि जनसंचार का प्रभाव अधिक जटिल है। चर्चित क्षेत्र सिद्धांत के अनुसार, प्राप्तकर्ता का सामाजिक परिवेश, मूल्य और पूर्वाग्रह संदेश को प्रभावित करते हैं। सीमित प्रभाव सिद्धांत के अनुसार, जनसंचार का प्रभाव सीमित होता है, और अन्य कारक भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

जनसंचार की नैतिकता का प्रश्न आधुनिक समय में बहुत महत्वपूर्ण है। जनसंचार माध्यमों को कई नैतिक सिद्धांतों का पालन करना चाहिए। पहला, सत्य का पालन करना चाहिए। झूठी या भ्रामक सूचना देना अनैतिक है। दूसरा, जनहित को ध्यान में रखना चाहिए। ऐसी सामग्री प्रकाशित नहीं करनी चाहिए जो समाज को नुकसान पहुँचाए। तीसरा, गोपनीयता का सम्मान करना चाहिए। व्यक्तिगत जानकारी को प्रकाशित नहीं करना चाहिए। चौथा, संवेदनशील मामलों में सावधानी बरतनी चाहिए। पीड़ितों की गरिमा का सम्मान करना चाहिए। जनसंचार में विविधता भी महत्वपूर्ण है। माध्यमों में विभिन्न विचार, सांस्कृतिक पृष्ठभूमि और आवाज़ें होनी चाहिए। एकाधिकार से बचना चाहिए। समाचार माध्यमों को स्वतंत्र होना चाहिए, लेकिन जिम्मेदार भी होना चाहिए। सेंसरशिप से बचना चाहिए, लेकिन अनुचित सामग्री को नियंत्रित करना चाहिए। भारत में जनसंचार का विकास काफी गतिशील है। भारतीय मीडिया विश्व का सबसे विविध मीडिया माना जाता है। भारत में सैकड़ों समाचार पत्र, हजारों टेलीविजन चैनल, अनगिनत रेडियो स्टेशन और लाखों ब्लॉगर हैं। भारतीय संविधान द्वारा मीडिया को स्वतंत्रता प्रदान की गई है। लेकिन साथ ही, कुछ नियम और प्रतिबंध भी हैं। भारतीय मीडिया में सकारात्मक परिवर्तन हो रहे हैं, लेकिन कुछ चुनौतियाँ भी बनी हुई हैं।

जनसंचार के अध्ययन के लिए विभिन्न विषय और दृष्टिकोण हैं। समाजशास्त्र, मनोविज्ञान, राजनीति विज्ञान, अर्थशास्त्र और संस्कृति अध्ययन सभी जनसंचार को अलग-अलग कोणों से देखते हैं। जनसंचार अध्ययन एक अंतःविषय क्षेत्र है, जिसमें विभिन्न विषयों का ज्ञान आवश्यक है। जनसंचार के भविष्य की बात करें तो, तकनीकी



जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप

विकास इसे और अधिक व्यक्तिगत बना देगा। कृत्रिम बुद्धिमत्ता के माध्यम से व्यक्तिगत समाचार और सामग्री तैयार की जाएगी। आभासी वास्तविकता और संवर्धित वास्तविकता का प्रयोग करके नई प्रकार की सामग्री बनाई जाएगी। ड्रोन और अन्य नई तकनीकें समाचार संकलन को सुविधाजनक बनाएँगी। हालाँकि, ये तकनीकें नए नैतिक प्रश्न भी उत्पन्न करेंगी। जनसंचार में व्यावहारिक कौशल का विकास भी महत्वपूर्ण है। पत्रकारों, समाचार वाचकों, फोटोग्राफरों, वीडियोग्राफरों और अन्य मीडिया पेशेवरों को उच्च कौशल की आवश्यकता होती है। उन्हें न केवल तकनीकी कौशल होने चाहिए, बल्कि संचार कौशल, समालोचनात्मक सोच और नैतिक मूल्यों का भी ज्ञान होना चाहिए।

जनसंचार के अध्ययन के लिए शिक्षा संस्थान अत्यंत महत्वपूर्ण हैं। विश्वविद्यालय और कॉलेजों में जनसंचार के पाठ्यक्रम चलाए जाते हैं। ये पाठ्यक्रम सैद्धांतिक और व्यावहारिक दोनों ज्ञान प्रदान करते हैं। समाचार पत्र, रेडियो, दूरदर्शन और इंटरनेट के लिए पेशेवरों का प्रशिक्षण दिया जाता है। जनसंचार और सूचना प्रौद्योगिकी का संबंध अत्यंत गहरा है। इंटरनेट, डिजिटल मीडिया और नई तकनीकें जनसंचार को रूपांतरित कर रही हैं। डेटा विश्लेषण, कृत्रिम बुद्धिमत्ता और क्लाउड कंप्यूटिंग जनसंचार को अधिक कुशल और प्रभावी बना रहे हैं। लेकिन साथ ही, साइबर सुरक्षा, डेटा गोपनीयता और ऑनलाइन सुरक्षा के नए प्रश्न भी उत्पन्न हो गए हैं। जनसंचार में महिलाओं की भूमिका भी बहुत महत्वपूर्ण है। आधुनिक समय में महिलाएँ पत्रकारिता, प्रसारण, फिल्मनिर्माण और अन्य मीडिया क्षेत्रों में सक्रिय हैं। वे समाचारों को रिपोर्ट करती हैं, संपादकीय लिखती हैं, और महत्वपूर्ण कार्यक्रमों का नेतृत्व करती हैं। लेकिन महिला पत्रकारों को अभी भी कई चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। लैंगिक भेदभाव, कम वेतन और सुरक्षा की समस्याएँ बनी हुई हैं। जनसंचार में अल्पसंख्यकों और हाशिए के समूहों की आवाज़ को भी महत्व दिया जाना चाहिए। ये समूह अक्सर मुख्य मीडिया में दबी हुई होती हैं। समावेशी जनसंचार के लिए इन आवाज़ों को सुना जाना चाहिए। सामुदायिक रेडियो, समुदाय आधारित मीडिया और अन्य वैकल्पिक माध्यम इसमें सहायक हो सकते हैं।

जनसंचार में युवाओं की भूमिका भी महत्वपूर्ण है। युवा न केवल मीडिया का उपभोग करते हैं, बल्कि इसे बनाते भी हैं। सोशल मीडिया पर युवा अत्यंत सक्रिय हैं। वे कन्टेन्ट



जनसंचार एवं हिन्दी पत्रकारिता

क्रिएटर हैं, ब्लॉगर हैं, और यूट्यूबर हैं। यह लोकतांत्रिकरण मीडिया को अधिक विविध और जीवंत बनाता है। जनसंचार के माध्यम से विकास संचार भी महत्वपूर्ण है। विकास संचार का अर्थ है सामाजिक-आर्थिक विकास के लिए जनसंचार का प्रयोग करना। शिक्षा, स्वास्थ्य, कृषि, पर्यावरण और अन्य क्षेत्रों में विकास संचार का महत्वपूर्ण योगदान है। भारत जैसे देशों में, जहाँ साक्षरता और जागरूकता की कमी है, वहाँ विकास संचार अत्यंत महत्वपूर्ण है। स्वास्थ्य संचार जनसंचार का एक विशेष क्षेत्र है। जनसंचार के माध्यम से स्वास्थ्य के बारे में जनता को शिक्षित किया जाता है। कोविड-19 महामारी के दौरान, जनसंचार स्वास्थ्य संचार का सबसे महत्वपूर्ण माध्यम था। टीकाकरण, सामाजिक दूरी, स्वच्छता और अन्य स्वास्थ्य उपायों के बारे में जनता को सूचित किया गया। हालाँकि, गलत जानकारी (मिसइनफॉर्मेशन) और भ्रामक जानकारी भी फैली, जिससे जनसंचार की जिम्मेदारी और भी अधिक बढ़ गई।

जनसंचार और पर्यावरण संरक्षण का संबंध भी महत्वपूर्ण है। जलवायु परिवर्तन, वन विनाश, वायु प्रदूषण और अन्य पर्यावरणीय समस्याओं के बारे में जनसंचार के माध्यम से जनता को जागरूक किया जा सकता है। पर्यावरण दिवस, विश्व पृथ्वी दिवस और अन्य पर्यावरण कार्यक्रमों का जनसंचार में विशेष महत्व है। जनसंचार में गलत सूचना (मिसइनफॉर्मेशन) और अनजाने में गलत जानकारी (डिसइनफॉर्मेशन) एक बड़ी समस्या है। सोशल मीडिया पर विशेषकर, झूठी खबरें तेज़ी से फैलती हैं। ये झूठी खबरें समाज में दरार, भय और हिंसा का कारण बन सकती हैं। जनसंचार माध्यमों और उपयोगकर्ताओं दोनों को गलत सूचना के खिलाफ सचेत रहना चाहिए। तथ्य-जाँच (फैक्ट-चेकिंग) आधुनिक युग में जनसंचार का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन गई है। विभिन्न तथ्य-जाँच वेबसाइटें और संगठन गलत सूचना को सत्यापित करते हैं। मीडिया साक्षरता भी महत्वपूर्ण है, ताकि लोग समालोचनात्मक दृष्टि से समाचार और सूचना को समझें। शिक्षा संस्थानों में मीडिया साक्षरता का पाठ्यक्रम होना चाहिए। जनसंचार का विनियमन और स्व-नियमन एक संवेदनशील विषय है। एक ओर, जनसंचार की स्वतंत्रता महत्वपूर्ण है, जो लोकतंत्र का एक मूलभूत सिद्धांत है। दूसरी ओर, जनसंचार माध्यमों की जिम्मेदारी भी है। भारत में भारतीय समाचार पत्र परिषद (Press Council of India) और भारतीय प्रसारण प्राधिकरण (Broadcasting Regulation

Authority) जैसे निकाय मीडिया के विनियमन में भूमिका निभाते हैं। हालाँकि, स्व-नियमन अधिक प्रभावी माना जाता है।

जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप



यह कहा जा सकता है कि जनसंचार आधुनिक समाज का एक अभिन्न अंग है। इसका महत्व दिन-प्रतिदिन बढ़ रहा है। जनसंचार समाज को सूचित करता है, शिक्षित करता है, मनोरंजन देता है, और सामाजिक परिवर्तन लाता है। लेकिन साथ ही, इसकी शक्ति का जिम्मेदारी से प्रयोग करना होगा। सत्य, न्याय, नैतिकता और लोकहित को ध्यान में रखते हुए जनसंचार को कार्य करना चाहिए। केवल तभी ही जनसंचार समाज के लिए वास्तव में एक आशीर्वाद साबित हो सकता है। भविष्य में, जैसे-जैसे तकनीक विकसित होगी, वैसे-वैसे जनसंचार की भूमिका और भी अधिक महत्वपूर्ण हो जाएगी। इसलिए, आज ही नैतिक और जिम्मेदार जनसंचार की नींव मजबूत करना आवश्यक है।



इकाई 1.4: जनसंचार माध्यम

1.4.1 पत्र-पत्रिकाएँ: परिचय और महत्व

पत्र-पत्रिकाएँ मानव सभ्यता के विकास के साथ-साथ विचारों, सूचनाओं और ज्ञान के आदान-प्रदान का सबसे पुराना माध्यम रही हैं। प्रिंट मीडिया का इतिहास बहुत प्राचीन है—भारत में “उदंत मार्तंड” (1826) से लेकर आज के आधुनिक समाचार पत्रों तक यह माध्यम निरंतर जनजागरण का कार्य करता रहा है। पत्र-पत्रिकाएँ केवल समाचार का साधन नहीं हैं, बल्कि वे समाज के विचार, संस्कृति, साहित्य और राजनीति का दर्पण भी हैं। एक लोकतांत्रिक समाज में जहाँ नागरिकों की भागीदारी आवश्यक है, वहाँ पत्र-पत्रिकाएँ सूचना, विमर्श और आलोचना का एक स्वस्थ मंच प्रदान करती हैं। शिक्षा, विज्ञान, राजनीति, साहित्य, और अर्थव्यवस्था के क्षेत्र में इनका योगदान अमूल्य है।

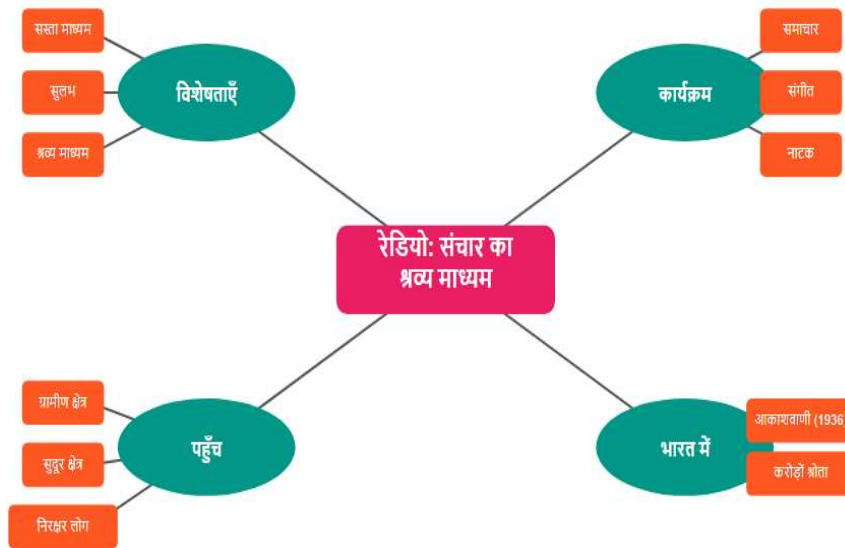
प्रिंट मीडिया की भूमिका: जनमत निर्माण और शिक्षा में योगदान

प्रिंट मीडिया अर्थात् समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, जर्नल्स और बुलेटिन—ये सभी समाज में जनमत निर्माण के प्रमुख उपकरण हैं। ये नागरिकों को सरकारी नीतियों, सामाजिक परिवर्तनों और वैश्विक घटनाओं से जोड़ते हैं। शिक्षा के क्षेत्र में प्रिंट मीडिया विद्यार्थियों को अद्यतन जानकारी, करियर मार्गदर्शन, और विभिन्न विषयों पर विश्लेषणात्मक दृष्टिकोण प्रदान करता है। उदाहरण के लिए, ‘प्रतियोगिता दर्पण’ और ‘योजना’ जैसी पत्रिकाएँ छात्रों को प्रतियोगी परीक्षाओं की तैयारी में सहायता करती हैं। इसके अतिरिक्त, संपादकीय लेख समाज में विचार-विमर्श की संस्कृति को प्रोत्साहित करते हैं। पत्रकारिता के माध्यम से समाज में पारदर्शिता और उत्तरदायित्व की भावना विकसित होती है। प्रिंट मीडिया लोकतंत्र का चौथा स्तंभ माना जाता है क्योंकि यह सत्ता की नीतियों पर नज़र रखता है और जनता की आवाज़ को सशक्त बनाता है।

1.4.2 रेडियो: संचार का श्रव्य माध्यम

रेडियो संचार का सबसे सस्ता और सुलभ माध्यम है, जो विशेष रूप से ग्रामीण और सुदूर क्षेत्रों तक पहुँचने में सक्षम है। यह एक श्रव्य माध्यम है जो बिना दृश्य प्रस्तुति के

केवल ध्वनि के माध्यम से संदेश पहुँचाता है। भारत में 'ऑल इंडिया रेडियो' (आकाशवाणी) ने 1936 से लेकर अब तक करोड़ों श्रोताओं तक पहुँच बनाई है। रेडियो कार्यक्रमों में समाचार, संगीत, नाटक, शिक्षा, कृषि और स्वास्थ्य से संबंधित जानकारी दी जाती है। रेडियो साक्षरता के अभाव वाले लोगों तक भी जानकारी पहुँचाने में सक्षम है क्योंकि इसे सुनने के लिए पढ़ने-लिखने की आवश्यकता नहीं होती।



चित्र 1.5: रेडियो: संचार का श्रव्य माध्यम

रेडियो की भूमिका: समाज और शिक्षा में प्रभाव

रेडियो ने समाज में सूचना प्रसार, जनजागरण और शिक्षा के क्षेत्र में गहरा प्रभाव छोड़ा है। स्वतंत्रता संग्राम के दौरान रेडियो ने जनता को राष्ट्रवादी विचारों से जोड़ा। आज भी यह आपदा प्रबंधन, मौसम पूर्वानुमान, और ग्रामीण विकास योजनाओं के प्रचार में प्रभावी है। शिक्षा के क्षेत्र में 'शैक्षिक प्रसारण' एक महत्वपूर्ण प्रयोग रहा है, जिसमें विद्यार्थियों को विषयगत ज्ञान, भाषा सुधार, और करियर संबंधी मार्गदर्शन प्रदान किया जाता है। ग्रामीण महिलाओं को स्वास्थ्य और स्वच्छता की जानकारी देने वाले रेडियो कार्यक्रम समाज में सकारात्मक परिवर्तन लाए हैं।



1.4.3 टेलीविजन: दृश्य श्रव्य माध्यम की शक्ति

टेलीविजन एक ऐसा माध्यम है जिसमें दृश्य और श्रव्य दोनों तत्वों का समावेश होता है। यह रेडियो से अधिक प्रभावशाली है क्योंकि चित्र और ध्वनि दोनों मिलकर दर्शकों पर गहरा प्रभाव डालते हैं। भारत में दूरदर्शन की शुरुआत 1959 में हुई और 1980 के दशक तक यह हर घर की ज़रूरत बन गया। टेलीविजन मनोरंजन, शिक्षा, समाचार, खेल, संस्कृति और धार्मिक कार्यक्रमों का संगम है। यह केवल सूचना का माध्यम नहीं बल्कि सामाजिक परिवर्तन का उपकरण भी है।

टेलीविजन की सामाजिक और शैक्षिक भूमिका

टेलीविजन ने शिक्षा को घर-घर तक पहुँचाने में मदद की है। शैक्षिक चैनल जैसे 'गुरु', 'संसद टीवी', और 'डीडी ज्ञानदर्शन' विद्यार्थियों के लिए गुणवत्तापूर्ण सामग्री उपलब्ध कराते हैं। यह दृश्य माध्यम जटिल विषयों को सरलता से प्रस्तुत करने की क्षमता रखता है। सामाजिक दृष्टि से, टीवी ने लिंग समानता, पर्यावरण संरक्षण, स्वास्थ्य जागरूकता और नागरिक उत्तरदायित्व जैसे विषयों को जनता के सामने लाकर एक सकारात्मक सोच का निर्माण किया है। हालांकि, मनोरंजन चैनलों पर बढ़ती व्यावसायिकता और हिंसा के चित्रण से नैतिक मूल्यों पर भी प्रश्न उठे हैं, फिर भी शिक्षा और जागरूकता के क्षेत्र में इसकी भूमिका निर्विवाद है।

1.4.4 सिनेमा: मनोरंजन और सूचना का समन्वय

सिनेमा आधुनिक समाज का सबसे प्रभावशाली दृश्य माध्यम है। यह कला, संस्कृति, मनोरंजन और सूचना का अद्वितीय संगम है। भारत में सिनेमा का इतिहास 1913 में दादा साहेब फाल्के की फिल्म 'राजा हरिश्चंद्र' से शुरू हुआ। सिनेमा केवल मनोरंजन का साधन नहीं बल्कि सामाजिक यथार्थ, सांस्कृतिक विविधता, और ऐतिहासिक घटनाओं को प्रदर्शित करने का सशक्त माध्यम भी है। फिल्मों के माध्यम से सामाजिक मुद्दे जैसे—गरीबी, भ्रष्टाचार, लैंगिक असमानता, पर्यावरण, और राष्ट्रवाद पर चर्चा होती रही है।

सिनेमा की सामाजिक भूमिका और प्रभाव

जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप



सिनेमा समाज का दर्पण कहा जाता है क्योंकि यह जनता की सोच और व्यवहार पर गहरा प्रभाव डालता है। एक अच्छी फिल्म जनचेतना को जगाने, विचारों में परिवर्तन लाने, और सामाजिक सुधार की दिशा में प्रेरित करने में सक्षम होती है। उदाहरण के लिए, 'तारे ज़मीन पर' ने शिक्षा और बाल मनोविज्ञान पर समाज की सोच बदली, वहीं 'स्वदेस' और 'रंग दे बसंती' ने युवाओं को सामाजिक भागीदारी की ओर प्रेरित किया। सिनेमा ने तकनीकी दृष्टि से भी समाज को विकसित किया है—एनिमेशन, डिजिटल प्रोजेक्शन, और वैश्विक सिनेमाई संवाद ने भारतीय सिनेमा को विश्व स्तर पर प्रतिष्ठित बनाया है।

1.4.5 इंटरनेट: डिजिटल माध्यम की क्रांति

21वीं सदी की सबसे बड़ी तकनीकी उपलब्धि इंटरनेट है। यह एक ऐसा माध्यम है जिसने सूचना, शिक्षा, व्यापार, मनोरंजन और संवाद के सभी रूपों को एक मंच पर समाहित कर दिया है। इंटरनेट ने समय और दूरी की सीमाओं को समाप्त कर दिया है। आज कोई भी व्यक्ति अपने मोबाइल या कंप्यूटर से वैश्विक स्तर की जानकारी सेकंडों में प्राप्त कर सकता है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे फ़ेसबुक, ट्विटर (अब X), इंस्टाग्राम और यूट्यूब ने व्यक्तिगत और सामाजिक संचार के स्वरूप को बदल दिया है।

डिजिटल माध्यम की भूमिका: शिक्षा, समाज और लोकतंत्र में प्रभाव

डिजिटल माध्यम ने शिक्षा के क्षेत्र में क्रांतिकारी परिवर्तन किया है। ऑनलाइन शिक्षण प्लेटफॉर्म जैसे SWAYAM, Coursera, और Khan Academy ने ज्ञान को सभी के लिए सुलभ बना दिया है। कोविड-19 महामारी के दौरान ऑनलाइन शिक्षा ने यह सिद्ध कर दिया कि डिजिटल माध्यम भविष्य की शिक्षा का मुख्य आधार है। सामाजिक दृष्टि से, इंटरनेट ने नागरिकों को अपनी बात रखने, आंदोलनों को संगठित करने, और शासन की नीतियों पर प्रतिक्रिया देने की स्वतंत्रता दी है। ई-गवर्नेंस, डिजिटल बैंकिंग, और ऑनलाइन स्वास्थ्य सेवाओं ने नागरिक जीवन को अधिक पारदर्शी और सुविधाजनक बनाया है। हालाँकि, इंटरनेट के नकारात्मक पहलू भी हैं—जैसे फेक



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

न्यूज़, साइबर अपराध, और डिजिटल लत—but यदि इनका जिम्मेदारी से उपयोग किया जाए तो यह माध्यम मानव सभ्यता को ज्ञान, सूचना और रचनात्मकता की नई ऊँचाइयों तक ले जा सकता है। पत्र-पत्रिकाएँ, रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा और इंटरनेट—ये सभी माध्यम समाज के विकास, शिक्षा, और जनजागरण के सशक्त उपकरण हैं। जहाँ पत्र-पत्रिकाएँ विचारों की गहराई प्रदान करती हैं, वहीं रेडियो और टेलीविजन व्यापक पहुँच सुनिश्चित करते हैं। सिनेमा भावनात्मक जुड़ाव के माध्यम से सामाजिक परिवर्तन लाता है, और इंटरनेट ने ज्ञान के वैश्विक लोकतंत्रीकरण का मार्ग खोला है। इस प्रकार, इन सभी माध्यमों का सामूहिक उद्देश्य समाज को शिक्षित, जागरूक और प्रगतिशील बनाना है।



1.5.1 संचार माध्यमों की भूमिका

सांस्कृतिक भूमिका**1. संस्कृति का अर्थ और संचार से संबंध**

संस्कृति किसी समाज की जीवन शैली, विश्वास, परंपराएँ, कला, भाषा, मूल्य और सामाजिक व्यवहारों का समुच्चय है। यह वह आधार है जिस पर समाज की पहचान टिकी होती है। संचार माध्यम — जैसे रेडियो, टेलीविज़न, समाचार पत्र, सिनेमा, इंटरनेट और सोशल मीडिया — संस्कृति के संरक्षण, प्रसार और नवाचार में अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। संचार के माध्यम से समाज अपनी सांस्कृतिक धरोहरों को आने वाली पीढ़ियों तक पहुँचाता है। इस प्रकार संचार संस्कृति को न केवल जीवित रखता है बल्कि समयानुसार विकसित भी करता है।

2. संस्कृति संरक्षण में संचार माध्यमों की भूमिका

संचार माध्यम सांस्कृतिक विरासत को संरक्षित रखने में प्रभावी उपकरण के रूप में कार्य करते हैं। टेलीविज़न पर प्रसारित सांस्कृतिक कार्यक्रम, लोक संगीत, नृत्य, लोककथाएँ, और धार्मिक आयोजन समाज को अपनी जड़ों से जोड़ते हैं। उदाहरण के लिए, दूरदर्शन पर “भारत एक खोज” और “मालगुड़ी डेज़” जैसे कार्यक्रमों ने भारतीय संस्कृति के विविध आयामों को संरक्षित किया। इसी प्रकार रेडियो पर प्रसारित लोकसंगीत और आकाशवाणी के कार्यक्रमों ने क्षेत्रीय संस्कृति को जीवंत बनाए रखा।

3. संस्कृति प्रसार में संचार माध्यमों की भूमिका

संचार माध्यम केवल संरक्षण तक सीमित नहीं हैं, वे संस्कृति के प्रसार का भी प्रमुख माध्यम हैं। जब कोई स्थानीय परंपरा या कला मीडिया के माध्यम से राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय स्तर पर पहुँचती है, तो वह व्यापक संस्कृति का अंग बन जाती है। जैसे बॉलीवुड फिल्मों के माध्यम से भारतीय पहनावे, भाषा और संगीत विश्व भर में



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

लोकप्रिय हुए। इंटरनेट और सोशल मीडिया ने इस प्रसार को और भी तेज़ बना दिया है, जिससे एक वैश्विक सांस्कृतिक संवाद उत्पन्न हुआ है।

4. सांस्कृतिक परिवर्तन और मीडिया

आधुनिक संचार माध्यम समाज में सांस्कृतिक परिवर्तन का वाहक भी हैं। वैश्वीकरण और डिजिटल क्रांति के दौर में नई सांस्कृतिक प्रवृत्तियाँ उभर रही हैं। युवा वर्ग सोशल मीडिया के माध्यम से न केवल अपनी संस्कृति साझा कर रहा है, बल्कि अन्य संस्कृतियों को भी आत्मसात कर रहा है। इस प्रकार मीडिया ने “संस्कृति के आदान-प्रदान” की प्रक्रिया को तीव्र बना दिया है, जिससे सांस्कृतिक एकता और विविधता दोनों का संरक्षण संभव हुआ है।

1.5.2 राजनीतिक भूमिका

लोकतंत्र में संचार माध्यमों की आवश्यकता

लोकतांत्रिक व्यवस्था में संचार माध्यम नागरिकों और शासन के बीच सेतु का कार्य करते हैं। लोकतंत्र का मूल सिद्धांत ‘जनता द्वारा, जनता के लिए, जनता का शासन’ है, और इस सिद्धांत की पूर्ति में मीडिया का योगदान अपरिहार्य है। मीडिया नागरिकों को सरकार की नीतियों, योजनाओं और निर्णयों की जानकारी देता है तथा जनमत के निर्माण में सहायता करता है। इसे लोकतंत्र का “चौथा स्तंभ” कहा जाता है क्योंकि यह विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका के साथ लोकतांत्रिक नियंत्रण का कार्य करता है।

लोकमत निर्माण और राजनीतिक सहभागिता

संचार माध्यम लोकमत निर्माण की प्रक्रिया को प्रभावित करते हैं। समाचार पत्र, टीवी बहस, और डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म पर प्रकाशित विचार नागरिकों की सोच और राजनीतिक दृष्टिकोण को आकार देते हैं। जैसे चुनावों के समय मीडिया उम्मीदवारों के घोषणापत्र, नीतियों और विचारों को जनता तक पहुँचाता है, जिससे वे सूचित निर्णय ले सकें। सोशल मीडिया ने राजनीतिक सहभागिता को और भी सशक्त बनाया है, जहाँ नागरिक सीधे नीति-निर्माताओं तक अपनी बात पहुँचा सकते हैं।

7. पारदर्शिता, जवाबदेही और जनसंपर्क

संचार माध्यम सरकार की पारदर्शिता और जवाबदेही को सुनिश्चित करते हैं। मीडिया रिपोर्टिंग के माध्यम से भ्रष्टाचार, कुप्रशासन और नीतिगत विफलताओं का खुलासा होता है। इससे लोकतंत्र में उत्तरदायित्व की भावना विकसित होती है। दूसरी ओर, सरकार भी जनसंपर्क कार्यक्रमों और प्रेस विज्ञप्तियों के माध्यम से अपनी नीतियों को स्पष्ट करती है। इस प्रकार मीडिया शासन और नागरिकों के बीच संवाद को सक्रिय बनाए रखता है।

8. राजनीतिक शिक्षा और जागरूकता

मीडिया नागरिकों को राजनीतिक प्रणाली, संविधान, अधिकारों और कर्तव्यों की जानकारी प्रदान करता है। इस तरह यह राजनीतिक शिक्षा का माध्यम बनता है। समाचार चैनलों पर होने वाली चर्चाएँ, वृत्तचित्र और शैक्षिक कार्यक्रम नागरिकों को राजनीतिक प्रक्रिया में भागीदारी के लिए प्रेरित करते हैं। उदाहरणस्वरूप, चुनाव आयोग द्वारा चलाए जाने वाले “मतदान जागरूकता अभियान” मीडिया के माध्यम से हर वर्ग तक पहुँचते हैं।

1.5.3 शैक्षिक भूमिका

9. शिक्षा में संचार माध्यमों का उपयोग

शिक्षा प्रणाली में संचार माध्यमों का उपयोग शिक्षण-अधिगम प्रक्रिया को सजीव और प्रभावशाली बनाता है। पारंपरिक कक्षाओं के साथ-साथ आज रेडियो, टेलीविज़न, इंटरनेट, स्मार्टफोन और सोशल मीडिया शिक्षा के नए उपकरण बन चुके हैं। शैक्षिक टेलीविज़न चैनल जैसे “ज्ञानदर्शन”, “स्वयंप्रभा” तथा रेडियो पर “ज्ञानवाणी” जैसी पहल ने दूरस्थ शिक्षा को सुलभ बनाया है। इसके अतिरिक्त, ऑनलाइन शिक्षण प्लेटफॉर्म (जैसे SWAYAM, Coursera, NPTEL) ने विद्यार्थियों को विश्वस्तरीय संसाधनों तक पहुँच प्रदान की है।



जनसंचार
एवं हिन्दी
पत्रकारिता

10. शैक्षिक नवाचार और डिजिटल संचार

डिजिटल संचार के युग में शिक्षण पद्धतियों में नवाचार हुए हैं। ऑडियो-वीडियो लेक्चर, पॉडकास्ट, इंटरैक्टिव ई-लर्निंग, और आभासी कक्षाएँ (virtual classrooms) शिक्षा को अधिक सहभागी और सुलभ बना रही हैं। शिक्षक अब केवल ज्ञान का स्रोत नहीं, बल्कि सीखने के मार्गदर्शक बन गए हैं। मीडिया शिक्षा को व्यावहारिक, अनुभवात्मक और बहुआयामी बना रहा है। ग्रामीण क्षेत्रों में भी ICT (Information and Communication Technology) के माध्यम से शिक्षा की गुणवत्ता में सुधार हो रहा है।

संचार माध्यम आज के युग में केवल सूचना प्रसार का साधन नहीं, बल्कि समाज की सांस्कृतिक, राजनीतिक और शैक्षिक चेतना का आधार बन गए हैं। सांस्कृतिक क्षेत्र में ये परंपरा और आधुनिकता के बीच संतुलन बनाए रखते हैं; राजनीतिक क्षेत्र में लोकतंत्र को सुदृढ़ करते हैं; और शैक्षिक क्षेत्र में ज्ञान के लोकतंत्रीकरण की दिशा में कार्य करते हैं। इस प्रकार, संचार माध्यम आधुनिक समाज की आत्मा हैं — जो विचार, ज्ञान, मूल्य और चेतना के प्रवाह को निरंतर गतिशील बनाए रखते हैं।

इकाई 1.6: सूचना प्रौद्योगिकी और वैश्वीकरण

जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप



1.6.1 सूचना प्रौद्योगिकी (Information Technology)

1. सूचना प्रौद्योगिकी की भूमिका और परिभाषा

सूचना प्रौद्योगिकी (Information Technology) वह क्षेत्र है जो कंप्यूटर, सॉफ्टवेयर, नेटवर्किंग और डिजिटल उपकरणों की सहायता से सूचनाओं के संग्रहण, प्रसंस्करण, विश्लेषण, संचार और प्रस्तुति की प्रक्रिया को संचालित करता है। 20वीं सदी के उत्तरार्द्ध से लेकर 21वीं सदी तक सूचना प्रौद्योगिकी ने मानव जीवन के प्रत्येक क्षेत्र—शिक्षा, संचार, चिकित्सा, व्यापार, शासन और मनोरंजन—को गहराई से प्रभावित किया है। सूचना के त्वरित प्रसार, डेटा के सुरक्षित संकलन और तकनीकी एकीकरण ने इसे आधुनिक सभ्यता का आधार बना दिया है। आज का युग 'सूचना युग' कहलाता है क्योंकि सूचना ही शक्ति का स्रोत बन चुकी है। जिस समाज में सूचना तक पहुँच और उसका विश्लेषण करने की क्षमता अधिक है, वही समाज आर्थिक और सामाजिक रूप से सशक्त होता है। अतः सूचना प्रौद्योगिकी केवल तकनीकी क्षेत्र नहीं बल्कि एक सामाजिक क्रांति का माध्यम भी है।

2. IT का संचार में योगदान

संचार मानव समाज की आत्मा है, और सूचना प्रौद्योगिकी ने इस आत्मा को गति और दिशा प्रदान की है। पहले जहां संचार साधन सीमित थे—पत्र, रेडियो या टेलीफोन—वहीं आज ई-मेल, वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग, सोशल मीडिया, ब्लॉग्स, वेबसाइट्स, और मोबाइल एप्लिकेशन ने इसे असीमित बना दिया है। IT ने संदेशों को भौगोलिक सीमाओं से मुक्त कर दिया है। आज कोई व्यक्ति विश्व के किसी भी कोने में बैठकर लाइव बातचीत कर सकता है, विचार साझा कर सकता है या व्यापारिक लेन-देन कर सकता है। सूचना प्रौद्योगिकी ने संचार को तात्कालिक (instantaneous) बना दिया है। व्हाट्सएप, टेलीग्राम, ज़ूम, गूगल मीट, और माइक्रोसॉफ्ट टीम्स जैसे प्लेटफॉर्म ने संवाद की गति, स्पष्टता और प्रभावशीलता को बढ़ाया है। इसके अलावा, IT ने पत्रकारिता और जनसंचार के स्वरूप को भी बदला है। अब समाचार केवल अखबारों



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

तक सीमित नहीं, बल्कि वेबसाइट्स, न्यूज़ पोर्टल्स, और सोशल मीडिया से हर पल अपडेट होते रहते हैं। इस परिवर्तन ने नागरिकों को अधिक जागरूक और सहभागितापूर्ण बना दिया है।

3. सूचना प्रौद्योगिकी और शिक्षा

शिक्षा के क्षेत्र में सूचना प्रौद्योगिकी ने न केवल शिक्षण के माध्यमों को बदला है बल्कि ज्ञान की पहुँच को लोकतांत्रिक बना दिया है। ई-लर्निंग प्लेटफॉर्म, डिजिटल क्लासरूम, स्मार्ट बोर्ड, और वर्चुअल लैब्स ने पारंपरिक शिक्षा को आधुनिक स्वरूप प्रदान किया है। आज किसी भी विद्यार्थी के लिए ज्ञान सीमित नहीं है—ऑनलाइन कोर्स, MOOCs (Massive Open Online Courses), यूट्यूब लेक्चर्स, और डिजिटल लाइब्रेरी के माध्यम से विश्वस्तरीय संसाधन उपलब्ध हैं। COVID-19 महामारी के दौरान, IT ने यह सिद्ध कर दिया कि शिक्षा किसी भी परिस्थिति में रुक नहीं सकती। जूम, गूगल क्लासरूम, और MS Teams जैसी तकनीकों ने ऑनलाइन शिक्षा को संभव और प्रभावी बनाया। इसके साथ ही, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और डेटा एनालिटिक्स ने शिक्षा में व्यक्तिगत शिक्षण (personalized learning) की अवधारणा को जन्म दिया है, जिससे हर विद्यार्थी अपनी गति और क्षमता के अनुसार सीख सकता है।

4. सूचना प्रौद्योगिकी और शासन प्रणाली (E-Governance)

IT ने शासन प्रणाली को अधिक पारदर्शी, उत्तरदायी और नागरिक-केन्द्रित बना दिया है। ई-गवर्नेंस के अंतर्गत सरकारी सेवाओं का डिजिटलीकरण हुआ है जिससे नागरिक बिना किसी मध्यस्थ के सीधे ऑनलाइन सेवाएँ प्राप्त कर सकते हैं। भारत में “Digital India” अभियान इस दिशा में एक ऐतिहासिक पहल रही है। इससे ग्रामीण क्षेत्रों तक इंटरनेट पहुँचने लगा, और ऑनलाइन सेवाएँ जैसे—आधार, ई-कोर्ट्स, ई-पंचायत, ई-हॉस्पिटल, और ई-टेंडरिंग प्रणाली—ने प्रशासनिक दक्षता को बढ़ाया है। सूचना प्रौद्योगिकी ने भ्रष्टाचार पर अंकुश लगाने, समय की बचत करने और नागरिकों के साथ शासन के संवाद को सशक्त बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। अब शासन ‘Government to Citizen (G2C)’ से आगे बढ़कर ‘Citizen to Government (C2G)’ के सक्रिय संबंध में परिवर्तित हो चुका है।

5. सूचना प्रौद्योगिकी और आर्थिक विकास

जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप



IT सेक्टर आज भारतीय अर्थव्यवस्था का आधार स्तंभ है। सॉफ्टवेयर निर्यात, बिज़नेस प्रोसेस आउटसोर्सिंग (BPO), और आईटी सेवाएँ विदेशी मुद्रा अर्जन का प्रमुख स्रोत हैं। इसने लाखों युवाओं को रोजगार प्रदान किया है और उद्यमिता को भी बढ़ावा दिया है। इसके अतिरिक्त, ई-कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म जैसे Amazon, Flipkart, और Meesho ने डिजिटल व्यापार को सामान्य बना दिया है। डिजिटल पेमेंट्स—जैसे UPI, Paytm, Google Pay—ने वित्तीय समावेशन को मजबूत किया है। ग्रामीण स्तर पर भी आईटी आधारित योजनाएँ जैसे—कॉमन सर्विस सेंटर (CSC)—ने छोटे गाँवों को भी डिजिटल सेवाओं से जोड़ा है। इस प्रकार सूचना प्रौद्योगिकी ने न केवल शहरी बल्कि ग्रामीण अर्थव्यवस्था में भी परिवर्तन लाया है।

1.6.2 वैश्वीकरण और मीडिया (Globalization and Media)

वैश्वीकरण की अवधारणा

वैश्वीकरण (Globalization) वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा विश्व के विभिन्न देश आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, और तकनीकी रूप से परस्पर जुड़े हुए हैं। इसने पूरी दुनिया को एक “ग्लोबल विलेज” में परिवर्तित कर दिया है। वास्तव में, वैश्वीकरण केवल व्यापार तक सीमित नहीं, बल्कि विचारों, संस्कृति, और सूचनाओं का वैश्विक आदान-प्रदान है। तकनीकी प्रगति, संचार माध्यमों का विस्तार और परिवहन की तीव्रता ने इस प्रक्रिया को गति दी है। इंटरनेट ने सीमाओं को लगभग समाप्त कर दिया है—अब कोई भी व्यक्ति अपने उत्पाद, विचार या कला को वैश्विक मंच पर प्रस्तुत कर सकता है। वैश्वीकरण ने मानव समाज को एक वैश्विक समुदाय के रूप में देखने की दृष्टि दी है।

मीडिया की भूमिका वैश्वीकरण में

मीडिया वैश्वीकरण का सबसे प्रभावशाली माध्यम है। चाहे वह प्रिंट मीडिया हो, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया या डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म—सभी ने विश्व को जोड़ने में अहम भूमिका निभाई है। टेलीविज़न चैनलों के वैश्विक प्रसारण से लेकर इंटरनेट न्यूज़ पोर्टल्स तक, मीडिया ने सीमाओं को पार किया है। BBC, CNN, Al Jazeera जैसे चैनल और



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे Facebook, X (Twitter), और Instagram ने सूचनाओं का वैश्विक प्रवाह सुनिश्चित किया है। मीडिया ने न केवल सूचनाएँ प्रसारित की हैं बल्कि विभिन्न संस्कृतियों के बीच संवाद और समझ को भी बढ़ाया है। हालांकि, इसने सांस्कृतिक समरूपता (cultural homogenization) की चुनौतियाँ भी उत्पन्न की हैं, जहाँ स्थानीय संस्कृति पर वैश्विक संस्कृति का प्रभाव बढ़ा है।

ग्लोबल विलेज की अवधारणा (Concept of Global Village)

कनाडाई मीडिया सिद्धांतकार मार्शल मैक्लुहान ने “Global Village” शब्द का प्रयोग किया था। इसका तात्पर्य है कि आधुनिक संचार माध्यमों ने पूरी दुनिया को एक छोटे से गाँव में परिवर्तित कर दिया है जहाँ हर व्यक्ति एक-दूसरे से जुड़ा है। आज इंटरनेट, मोबाइल नेटवर्क, और सोशल मीडिया ने इस अवधारणा को वास्तविकता बना दिया है। किसी भी घटना की जानकारी कुछ सेकंड में विश्व के हर कोने तक पहुँच जाती है। यह पारस्परिक जुड़ाव न केवल सूचनाओं का प्रवाह बढ़ाता है बल्कि एक साझा वैश्विक चेतना का निर्माण करता है। उदाहरण के लिए, जलवायु परिवर्तन, मानवाधिकार, और वैश्विक महामारी जैसे मुद्दों पर अब लोग एक साथ सोचते और कार्य करते हैं। यह “ग्लोबल विलेज” केवल तकनीकी रूप से नहीं, बल्कि नैतिक और मानवीय स्तर पर भी समाजों को जोड़ रहा है।

वैश्वीकरण, मीडिया और संस्कृति का अंतर्संबंध

वैश्वीकरण ने संस्कृति को वैश्विक स्तर पर पहुँचाया है, और मीडिया इसका प्रमुख माध्यम बना है। भारतीय सिनेमा, योग, संगीत, और भोजन अब विश्व के हर कोने में लोकप्रिय हैं। वहीं, विदेशी संस्कृति का भी भारतीय जीवनशैली पर प्रभाव स्पष्ट है। मीडिया ने इस सांस्कृतिक विनिमय को बढ़ावा दिया है, जिससे बहुलता और विविधता का प्रसार हुआ है। Netflix, YouTube, और Spotify जैसे प्लेटफॉर्म ने स्थानीय और वैश्विक सामग्री को एक साझा मंच पर ला दिया है। हालाँकि, इस सांस्कृतिक अंतर्संबंध ने कुछ चुनौतियाँ भी दी हैं—जैसे स्थानीय भाषाओं और परंपराओं का ह्रास। इसलिए आवश्यक है कि वैश्वीकरण के इस युग में स्थानीय पहचान की रक्षा के लिए मीडिया जिम्मेदारी से कार्य करे।

सूचना प्रौद्योगिकी, मीडिया, और वैश्वीकरण—तीनों आपस में गहराई से जुड़े हुए हैं। सूचना प्रौद्योगिकी ने वैश्वीकरण की गति को बढ़ाया, जबकि मीडिया ने इसे समाज तक पहुँचाया। इन दोनों के समन्वय से मानव समाज अधिक जागरूक, जुड़ा हुआ और सशक्त बना है। हालाँकि, इस डिजिटल युग में सूचना की प्रामाणिकता, गोपनीयता, और नैतिकता जैसे प्रश्न भी उभरे हैं। इसलिए आवश्यक है कि तकनीक का उपयोग केवल विकास के लिए नहीं, बल्कि मानवता की भलाई के लिए किया जाए। आज का विश्व सचमुच “ग्लोबल विलेज” बन चुका है—जहाँ एक क्लिक पर ज्ञान, विचार, संस्कृति और अर्थव्यवस्था का प्रवाह होता है। सूचना प्रौद्योगिकी और मीडिया ने मिलकर मानव सभ्यता को नयी दिशा दी है—एक ऐसी दिशा जहाँ सीमाएँ मिट रही हैं और विश्व एक साझा मंच पर संवाद कर रहा है।

जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप





1.7 स्व-मूल्यांकन प्रश्न

1.7.1 बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQs):

1. संचार शब्द की उत्पत्ति किस भाषा से हुई है?

क) संस्कृत

ख) लैटिन (Communicare)

ग) ग्रीक

घ) फ्रेंच

उत्तर: ख) लैटिन (Communicare)

2. संचार प्रक्रिया में कितने मूल तत्व होते हैं?

क) तीन

ख) चार

ग) पाँच (स्रोत, संदेश, माध्यम, प्राप्तकर्ता, फीडबैक)

घ) छह

उत्तर: ग) पाँच

3. "Who says What to Whom in Which channel with What effect"

किस मॉडल से संबंधित है?

क) लैसवेल मॉडल

ख) शैनन-वीवर मॉडल

ग) बर्लो मॉडल

घ) ऑसगुड-श्रेम मॉडल

उत्तर: क) लैसवेल मॉडल

4. SMCR मॉडल किसने प्रस्तुत किया?

क) लैसवेल

ख) शैनन-वीवर

ग) डेविड बर्लो

घ) विल्बर श्रेम

उत्तर: ग) डेविड बर्लो



जनसंचार का
सिद्धांत और
स्वरूप

5. **जनसंचार की सबसे महत्वपूर्ण विशेषता है:**
क) व्यक्तिगत संचार
ख) **विशाल और विविध जनसमूह तक पहुँच**
ग) सीमित दर्शक
घ) औपचारिक भाषा
उत्तर: ख) विशाल और विविध जनसमूह तक पहुँच
6. **प्रिंट मीडिया में शामिल नहीं है:**
क) समाचार पत्र
ख) पत्रिकाएँ
ग) **रेडियो**
घ) पुस्तकें
उत्तर: ग) रेडियो
7. **"ग्लोबल विलेज" की अवधारणा किसने दी?**
क) **मार्शल मैकलुहान**
ख) हेरोल्ड लैसवेल
ग) विल्बर श्रैम
घ) क्लाउड शैनन
उत्तर: क) मार्शल मैकलुहान
8. **इंटरनेट किस प्रकार का माध्यम है?**
क) एकतरफा
ख) **इंटरएक्टिव/द्विपक्षीय**
ग) केवल मनोरंजन
घ) सीमित पहुँच
उत्तर: ख) इंटरएक्टिव/द्विपक्षीय
9. **संचार में 'Noise' का अर्थ है:**
क) केवल आवाज
ख) **संचार में बाधा या व्यवधान**
ग) संगीत



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

घ) फीडबैक

उत्तर: ख) संचार में बाधा या व्यवधान

10. फीडबैक का महत्व है:

क) संचार को प्रभावी बनाना

ख) केवल औपचारिकता

ग) समय की बर्बादी

घ) इनमें से कोई नहीं

उत्तर: क) संचार को प्रभावी बनाना

1.7.2 लघु उत्तरीय प्रश्न

1. संचार की परिभाषा देते हुए इसके प्रमुख तत्व बताइए।
2. लैसवेल के संचार मॉडल को संक्षेप में समझाइए।
3. जनसंचार और अंतर्व्यक्तिक संचार में अंतर स्पष्ट कीजिए।
4. प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में क्या अंतर है?
5. वैश्वीकरण का संचार माध्यमों पर क्या प्रभाव पड़ा है?

1.7.3 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. संचार की परिभाषा, प्रक्रिया और प्रकारों का विस्तार से वर्णन कीजिए।
2. प्रमुख संचार मॉडलों (लैसवेल, शैनन-वीवर, बर्लो) का विस्तृत परिचय दीजिए।
3. जनसंचार का अर्थ, स्वरूप और महत्व का विस्तृत विवेचन कीजिए।
4. विभिन्न जनसंचार माध्यमों (पत्र-पत्रिकाएँ, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट) का तुलनात्मक अध्ययन कीजिए।
5. संचार की सांस्कृतिक, राजनीतिक और शैक्षिक भूमिका पर विस्तृत निबंध लिखिए।

मॉड्यूल 2

हिंदी पत्रकारिता का इतिहास और विकास

संरचना

इकाई 2.1: हिंदी पत्रकारिता का उद्भव और प्रारंभिककाल

इकाई 2.2: पत्रकारिता के अग्रदूत

इकाई 2.3: स्वतंत्रता आंदोलन और हिंदी पत्रकारिता

इकाई 2.4: स्वतंत्रता के बाद हिंदी पत्रकारिता

इकाई 2.5: क्षेत्रीय पत्रकारिता

इकाई 2.6: नई प्रवृत्तियाँ

2.0 उद्देश्य

- हिंदी पत्रकारिता के उद्भव और प्रारंभिक विकासक्रम को समझना।
- प्रमुख अग्रदूतों—राजाराम मोहन राय, भारतेन्दु हरिश्चंद्र, तिलक—के योगदान का अध्ययन करना।
- स्वतंत्रता आंदोलन में पत्रकारिता की भूमिका और प्रभाव को पहचानना।
- स्वतंत्रता पश्चात हिंदी पत्रकारिता के व्यावसायिक और वैचारिक विकास का मूल्यांकन करना।
- क्षेत्रीय और आधुनिक प्रवृत्तियों के माध्यम से पत्रकारिता के बदलते स्वरूप को समझना।

इकाई 2.1: हिंदी पत्रकारिता का उद्भव और प्रारंभिक काल

2.1.1 हिंदी पत्रकारिता का उद्भव और प्रारंभिक काल (1826-1867)

हिंदी पत्रकारिता का इतिहास भारतीय स्वाधीनता संग्राम, सामाजिक जागरण और सांस्कृतिक पुनर्जागरण से गहरे रूप से जुड़ा हुआ है। उन्नीसवीं शताब्दी के प्रारंभ में जब भारतीय उपमहाद्वीप ब्रिटिश औपनिवेशिक शासन के अधीन था



जनसंचार एवं हिन्दी पत्रकारिता

तब समाज में एक नई चेतना का उदय हो रहा था। यह वह समय था जब पश्चिमी शिक्षा और विचारधारा का प्रभाव भारतीय बुद्धिजीवियों पर पड़ने लगा था, परंतु साथ ही अपनी भाषा और संस्कृति के प्रति गहरा लगाव भी उनके मन में था। इसी सामाजिक-सांस्कृतिक पृष्ठभूमि में हिंदी पत्रकारिता का बीजारोपण हुआ। भारत में आधुनिक पत्रकारिता की शुरुआत अंग्रेजी और बांग्ला भाषा में हुई थी। बंगाल गजट, बंगाल जर्नल और समाचार दर्पण जैसे समाचार पत्रों ने पत्रकारिता की नींव रखी थी। परंतु हिंदी भाषी प्रदेशों में जनसाधारण तक सूचना और विचारों को पहुँचाने के लिए हिंदी भाषा में समाचार पत्र की आवश्यकता महसूस की जा रही थी। उस समय हिंदी उत्तर भारत के विशाल क्षेत्र में बोली जाती थी और यह जनसामान्य की भाषा थी। इसी आवश्यकता को पूरा करने के लिए हिंदी पत्रकारिता का सूत्रपात हुआ। हिंदी पत्रकारिता के उद्भव के पीछे कई सामाजिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक कारण थे। सबसे प्रमुख कारण था जनसाधारण को शिक्षित करना और उनमें सामाजिक चेतना जागृत करना। उस समय भारतीय समाज में अनेक कुरीतियाँ व्याप्त थीं जैसे सती प्रथा, बाल विवाह, अशिक्षा और छुआछूत। समाज सुधारक इन बुराइयों को दूर करने के लिए जनमत तैयार करना चाहते थे और इसके लिए समाचार पत्र एक प्रभावी माध्यम था। दूसरा महत्वपूर्ण कारण था राजनीतिक जागरूकता फैलाना। ब्रिटिश शासन की नीतियों के बारे में लोगों को जानकारी देना और स्वदेशी आंदोलन को बढ़ावा देना भी पत्रकारिता का उद्देश्य था।

हिंदी पत्रकारिता के उद्भव में भारतेंदु युग के साहित्यकारों और समाज सुधारकों की महत्वपूर्ण भूमिका रही। यद्यपि भारतेंदु हरिश्चंद्र का काल हिंदी पत्रकारिता के प्रारंभिक काल के बाद आता है, परंतु प्रारंभिक पत्रकारों ने उस मार्ग को प्रशस्त किया जिस पर चलकर बाद में पत्रकारिता का विकास हुआ। प्रारंभिक हिंदी पत्रकारों को अनेक चुनौतियों का सामना करना पड़ा। उस समय हिंदी गद्य का विकास प्रारंभिक अवस्था में था, छापेखाने कम थे, वितरण व्यवस्था अविकसित थी और पाठकों की संख्या भी सीमित थी। फिर भी इन पत्रकारों ने अपने दृढ़ संकल्प और समर्पण से हिंदी पत्रकारिता की नींव रखी। हिंदी पत्रकारिता का उद्भव केवल एक माध्यम के जन्म की घटना नहीं थी, बल्कि यह भारतीय नवजागरण का एक अभिन्न अंग था। यह वह समय था जब भारतीय समाज में आधुनिकता और परंपरा के बीच संवाद स्थापित हो रहा था।



हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और विकास

पत्रकारिता ने इस संवाद को संभव बनाया और एक सार्वजनिक मंच प्रदान किया जहाँ विभिन्न विचारधाराओं और मतों को व्यक्त किया जा सकता था। हिंदी पत्रकारिता ने भाषा के विकास में भी महत्वपूर्ण योगदान दिया। समाचार पत्रों में प्रयुक्त भाषा धीरे-धीरे मानकीकृत होने लगी और एक सरल, सुबोध गद्य शैली का विकास हुआ जो आम जनता की समझ में आ सके।

उदंत मार्तंड: हिंदी का प्रथम समाचार पत्र

हिंदी पत्रकारिता के इतिहास में 30 मई 1826 का दिन स्वर्णाक्षरों में अंकित है। इस दिन कलकत्ता (अब कोलकाता) से पंडित जुगल किशोर शुक्ल ने 'उदंत मार्तंड' नामक पहले हिंदी साप्ताहिक समाचार पत्र का प्रकाशन प्रारंभ किया। यह ऐतिहासिक घटना थी क्योंकि इसने हिंदी भाषा को पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रवेश दिलाया और जनसाधारण तक सूचना पहुँचाने का एक नया माध्यम स्थापित किया। 'उदंत मार्तंड' का शाब्दिक अर्थ है 'समाचार सूर्य' या 'उगता हुआ सूर्य', जो इस पत्र के उद्देश्य को स्पष्ट करता है - अज्ञानता के अंधकार को दूर कर ज्ञान का प्रकाश फैलाना। उदंत मार्तंड साप्ताहिक पत्र था जो प्रति मंगलवार को प्रकाशित होता था। इसका आकार 12 इंच गुणा 8 इंच था और यह चार पृष्ठों में छपता था। प्रत्येक अंक में लगभग 4000 शब्द होते थे। पत्र की भाषा सरल और सुबोध हिंदी थी, यद्यपि उसमें उर्दू और फारसी के शब्दों का भी प्रयोग मिलता था। यह उस समय की भाषाई स्थिति को दर्शाता है जब हिंदी-उर्दू में स्पष्ट विभाजन नहीं था और दोनों एक साझी भाषा के रूप में विकसित हो रही थीं। पत्र देवनागरी लिपि में छपता था, जो इसे विशिष्ट पहचान देता था।

उदंत मार्तंड का मुख्य उद्देश्य था राजनीतिक और सामाजिक समाचारों को जनसाधारण तक पहुँचाना। पत्र में स्थानीय, राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय समाचार प्रकाशित होते थे। इसमें ब्रिटिश सरकार की नीतियों, कानूनों और आदेशों की जानकारी दी जाती थी। सामाजिक सुधार से संबंधित लेख भी प्रकाशित होते थे। पत्र में शिक्षा, स्वास्थ्य और व्यापार से संबंधित जानकारी भी दी जाती थी। विज्ञापन भी पत्र का एक भाग थे जो व्यावसायिक गतिविधियों को दर्शाते थे। उदंत मार्तंड ने पत्रकारिता के विभिन्न पहलुओं को समाहित करने का प्रयास किया और एक संपूर्ण समाचार पत्र बनने की दिशा में कार्य किया।



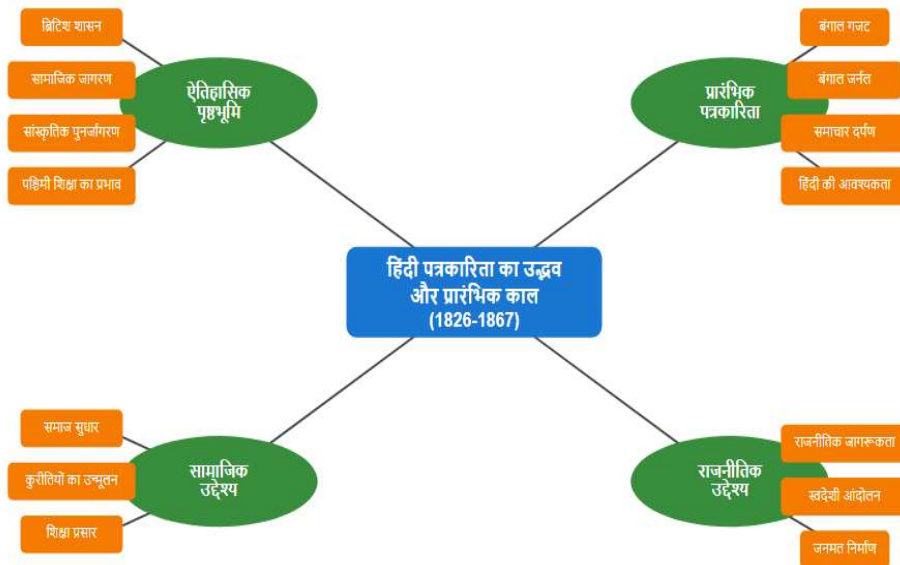
जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

पत्र का मूल्य प्रति माह दो रुपये था जो उस समय काफी अधिक था। इसलिए इसके पाठक मुख्यतः शिक्षित और संपन्न वर्ग के लोग थे। पत्र का संचालन पूरी तरह से निजी था और किसी भी सरकारी या संस्थागत सहायता के बिना चलाया जा रहा था। इससे पत्र की स्वतंत्रता बनी रहती थी परंतु आर्थिक कठिनाइयाँ भी बढ़ जाती थीं। वितरण की व्यवस्था भी सीमित थी और पत्र मुख्यतः कलकत्ता और उसके आसपास के क्षेत्रों में ही उपलब्ध था। दुर्भाग्य से उदंत मार्तंड केवल डेढ़ वर्ष तक ही चल सका। 4 दिसंबर 1827 को इसका अंतिम अंक प्रकाशित हुआ। आर्थिक कठिनाइयाँ इसके बंद होने का मुख्य कारण थीं। पाठकों की संख्या सीमित थी और कई ग्राहक समय पर शुल्क नहीं देते थे। विज्ञापनों से भी पर्याप्त आय नहीं हो पाती थी। अंतिम अंक में पंडित जुगल किशोर शुक्ल ने लिखा था कि "आज दिवस लौं उग चुक्यौ, मार्तंड उदंत। अस्ताचल को जात है, दिनकर दिन अब अंत।" यह पंक्तियाँ पत्र के बंद होने का दुख और निराशा व्यक्त करती हैं। परंतु यद्यपि उदंत मार्तंड अल्पजीवी रहा, इसने हिंदी पत्रकारिता की नींव रखी और आने वाले पत्रकारों के लिए मार्ग प्रशस्त किया। उदंत मार्तंड का ऐतिहासिक महत्व अपार है। इसने सिद्ध कर दिया कि हिंदी भाषा समाचार पत्र निकालने के लिए सक्षम है। इसने हिंदी गद्य के विकास में महत्वपूर्ण योगदान दिया और पत्रकारीय भाषा के मानकीकरण की दिशा में पहला कदम उठाया। इसने सार्वजनिक संवाद की परंपरा स्थापित की और मुद्रित माध्यम की शक्ति को प्रदर्शित किया। आज उदंत मार्तंड को हिंदी पत्रकारिता का जनक माना जाता है और इसे सम्मान के साथ याद किया जाता है।

पंडित जुगल किशोर शुक्ल: हिंदी पत्रकारिता के अग्रदूत

पंडित जुगल किशोर शुक्ल को हिंदी पत्रकारिता का जनक कहा जाता है। उनका जन्म कानपुर के निकट एक ब्राह्मण परिवार में हुआ था। वे संस्कृत और फारसी के विद्वान थे और उन्हें अंग्रेजी का भी ज्ञान था। व्यापार के सिलसिले में वे कलकत्ता आए थे जहाँ उन्होंने कोलकाता कोर्ट ऑफ रिक्लेस्ट में अनुवादक के रूप में भी कार्य किया। कलकत्ता उस समय ब्रिटिश भारत की राजधानी थी और यहाँ बौद्धिक और सांस्कृतिक गतिविधियों का केंद्र था। यहाँ रहते हुए उन्होंने समाचार पत्रों के महत्व को समझा और हिंदी में समाचार पत्र निकालने का संकल्प लिया।

जुगल किशोर शुक्ल एक दूरदर्शी व्यक्ति थे। उन्होंने महसूस किया कि अंग्रेजी और बांग्ला समाचार पत्र तो उपलब्ध हैं परंतु हिंदी भाषी जनता के लिए उनकी अपनी भाषा में कोई समाचार पत्र नहीं है। उन्होंने यह भी समझा कि सूचना और ज्ञान का प्रसार करने के लिए मातृभाषा सबसे प्रभावी माध्यम है। इसी दृष्टिकोण से प्रेरित होकर उन्होंने उदंत मार्तंड की स्थापना की। उन्होंने अपने निजी संसाधनों से छापेखाना स्थापित किया और पत्र के संपादन, प्रकाशन और वितरण की व्यवस्था की। पंडित जुगल किशोर शुक्ल केवल प्रकाशक ही नहीं बल्कि एक कुशल संपादक और लेखक भी थे। वे स्वयं अधिकांश सामग्री लिखते थे और समाचारों का चयन और संपादन भी करते थे। उनकी लेखन शैली सरल और प्रभावी थी। वे जटिल विषयों को भी सरल भाषा में प्रस्तुत कर सकते थे। उन्होंने हिंदी गद्य के विकास में महत्वपूर्ण योगदान दिया और एक ऐसी भाषा का निर्माण किया जो समाचार पत्रों के लिए उपयुक्त थी। उनकी भाषा में संस्कृत, हिंदी और उर्दू का समन्वय था जो उस समय की सहज भाषा को दर्शाता है।



चित्र 2.1: हिंदी पत्रकारिता का उद्भव और प्रारंभिक काल (1826-1867)

उदंत मार्तंड के प्रथम अंक में प्रकाशित अपने संपादकीय में पंडित जुगल किशोर शुक्ल ने पत्र के उद्देश्य को स्पष्ट किया था। उन्होंने लिखा था कि यह पत्र हिंदी भाषा भाषियों के लाभ के लिए निकाला जा रहा है ताकि वे भी समाचारों से अवगत हो सकें



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

और ज्ञान प्राप्त कर सकें। उन्होंने पाठकों से अपील की थी कि वे पत्र का प्रचार करें और अधिक से अधिक लोगों को इसका ग्राहक बनाएं। उन्होंने यह भी स्पष्ट किया था कि पत्र किसी राजनीतिक दल या धार्मिक संप्रदाय से जुड़ा नहीं है बल्कि सभी के लिए है। पंडित जुगल किशोर शुक्ल ने अत्यधिक समर्पण और कठिनाइयों के बावजूद पत्र को चलाने का प्रयास किया। जब आर्थिक संकट ने पत्र को बंद करने पर मजबूर कर दिया तो उन्होंने अंतिम अंक में अपनी पीड़ा व्यक्त की। परंतु उन्होंने आशा भी व्यक्त की कि भविष्य में हिंदी पत्रकारिता फिर से उभरेगी। उनकी यह आशा सच साबित हुई और बाद के वर्षों में अनेक हिंदी समाचार पत्र प्रकाशित हुए। पंडित जुगल किशोर शुक्ल ने जो बीज बोया था, वह धीरे-धीरे विशाल वृक्ष बन गया।

पंडित जुगल किशोर शुक्ल का योगदान केवल एक पत्र निकालने तक सीमित नहीं है। उन्होंने हिंदी भाषा और साहित्य के प्रति गहरा प्रेम प्रदर्शित किया और हिंदी को आधुनिक संचार का माध्यम बनाने में अग्रणी भूमिका निभाई। उन्होंने यह सिद्ध किया कि हिंदी भाषा केवल साहित्य और धर्म की भाषा नहीं है बल्कि समाचार, विज्ञान और व्यापार की भाषा भी बन सकती है। उनकी दृष्टि और साहस ने हिंदी पत्रकारिता को जन्म दिया और आने वाली पीढ़ियों के लिए प्रेरणा का स्रोत बना।

प्रारंभिक काल की सामाजिक-राजनीतिक पृष्ठभूमि

हिंदी पत्रकारिता के प्रारंभिक काल (1826-1867) को समझने के लिए उस समय की सामाजिक और राजनीतिक परिस्थितियों को जानना आवश्यक है। यह वह समय था जब भारत में ब्रिटिश साम्राज्य का विस्तार हो रहा था और पारंपरिक भारतीय समाज में आधुनिकता के तत्व प्रवेश कर रहे थे। 1857 के प्रथम स्वाधीनता संग्राम से पहले का यह काल भारतीय इतिहास में एक संक्रमण काल था जब पुराने और नए मूल्यों के बीच द्वंद्व चल रहा था। उन्नीसवीं शताब्दी के प्रारंभ में ईस्ट इंडिया कंपनी का शासन भारत के विशाल भूभाग पर स्थापित हो चुका था। लॉर्ड वेलेजली, लॉर्ड हेस्टिंग्स और लॉर्ड डलहौजी जैसे गवर्नर जनरलों ने विस्तारवादी नीतियाँ अपनाईं और भारतीय रियासतों को अंग्रेजी शासन में मिलाया। इस राजनीतिक परिवर्तन का भारतीय समाज पर गहरा प्रभाव पड़ा। परंपरागत शक्ति संरचनाएं टूट रही थीं और नए सामाजिक वर्ग



हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और विकास

उभर रहे थे। अंग्रेजी शिक्षा प्राप्त भारतीय मध्यम वर्ग का विकास हो रहा था जो पश्चिमी विचारों से प्रभावित था परंतु भारतीय परंपरा से भी जुड़ा था।

सामाजिक स्तर पर यह नवजागरण का युग था। राजा राममोहन राय ने बंगाल में ब्रह्म समाज की स्थापना की और सामाजिक सुधारों की मांग की। सती प्रथा, बाल विवाह, विधवा पुनर्विवाह निषेध जैसी कुरीतियों के खिलाफ आवाज उठने लगी। शिक्षा के प्रसार पर जोर दिया जा रहा था और स्त्री शिक्षा की आवश्यकता महसूस की जा रही थी। धार्मिक और सामाजिक रूढ़िवादिता को चुनौती मिल रही थी और तर्कसंगत चिंतन को महत्व दिया जा रहा था। इन सभी आंदोलनों में समाचार पत्रों और पत्रिकाओं की महत्वपूर्ण भूमिका थी। आर्थिक दृष्टि से भी यह परिवर्तन का काल था। औद्योगिक क्रांति का प्रभाव भारत पर पड़ने लगा था। पारंपरिक उद्योग धंधे नष्ट हो रहे थे और नई आर्थिक प्रणाली विकसित हो रही थी। रेलवे का विकास हुआ जिससे देश के विभिन्न भागों में संपर्क सुगम हुआ। डाक और तार सेवाओं का विस्तार हुआ। इन सबका प्रभाव पत्रकारिता पर भी पड़ा क्योंकि समाचारों का संग्रहण और वितरण सुगम हो गया। शिक्षा के क्षेत्र में महत्वपूर्ण विकास हो रहे थे। मैकाले की शिक्षा नीति 1835 में लागू हुई जिसने अंग्रेजी को शिक्षा का माध्यम बनाया। इससे एक ओर अंग्रेजी शिक्षित वर्ग का विकास हुआ तो दूसरी ओर भारतीय भाषाओं की उपेक्षा का भय पैदा हुआ। इसने भारतीय भाषाओं के समर्थकों को अपनी भाषाओं के विकास और प्रचार-प्रसार के लिए प्रेरित किया। हिंदी पत्रकारिता का विकास इसी संदर्भ में देखा जाना चाहिए। यह हिंदी भाषा को आधुनिक ज्ञान-विज्ञान की भाषा बनाने का प्रयास था।

धार्मिक क्षेत्र में भी हलचल थी। ईसाई मिशनरियों की गतिविधियाँ बढ़ रही थीं और वे हिंदू धर्म की आलोचना कर रहे थे। इसके प्रतिक्रिया में हिंदू सुधारवादी आंदोलन शुरू हुए। आर्य समाज की स्थापना बाद में हुई परंतु धार्मिक विचार-विमर्श उस समय भी चल रहा था। समाचार पत्रों में धार्मिक और सामाजिक विषयों पर बहस होती थी और विभिन्न मत प्रकाशित होते थे। इस पृष्ठभूमि में हिंदी पत्रकारिता का विकास एक स्वाभाविक घटना थी। समाज को जागरूक करने, सूचना प्रदान करने और विचारों के आदान-प्रदान के लिए एक माध्यम की आवश्यकता थी। हिंदी पत्रकारिता ने यह आवश्यकता पूरी की और सामाजिक-राजनीतिक परिवर्तन में सक्रिय भागीदारी



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

निभाई। प्रारंभिक हिंदी पत्रकारों ने अपने समय की चुनौतियों को समझा और उनका सामना करने के लिए पत्रकारिता का माध्यम चुना।

बंगाल प्रांत में हिंदी पत्रकारिता का विकास

प्रारंभिक हिंदी पत्रकारिता का केंद्र बंगाल प्रांत, विशेषकर कलकत्ता था। यह आश्चर्यजनक प्रतीत हो सकता है क्योंकि बंगाल हिंदी भाषी प्रदेश नहीं था, परंतु कई कारणों से कलकत्ता हिंदी पत्रकारिता का प्रारंभिक केंद्र बना। सबसे पहला कारण था कि कलकत्ता उस समय ब्रिटिश भारत की राजधानी थी और यहाँ राजनीतिक, सामाजिक और सांस्कृतिक गतिविधियों का केंद्र था। दूसरा कारण था कि यहाँ छापेखाने उपलब्ध थे और मुद्रण की सुविधाएँ थीं। तीसरा महत्वपूर्ण कारण था कि यहाँ उत्तर भारत के विभिन्न क्षेत्रों से आए हिंदी भाषी लोगों का एक बड़ा समुदाय रहता था जो व्यापार, नौकरी या अन्य कार्यों के लिए यहाँ आए थे। उदंत मार्तंड के बाद कलकत्ता से कई अन्य हिंदी समाचार पत्र और पत्रिकाएँ प्रकाशित हुईं। 'बंगदूत' (1829) एक महत्वपूर्ण पत्र था जो राजा राममोहन राय के प्रयासों से प्रकाशित हुआ। यद्यपि यह बांग्ला भाषा का पत्र था, परंतु इसका हिंदी में भी एक संस्करण निकलता था। इससे हिंदी पत्रकारिता को बल मिला और यह दिखाया कि हिंदी पत्रों की माँग और उपयोगिता है। 'प्रजामित्र' (1834) एक अन्य महत्वपूर्ण पत्र था जो कलकत्ता से प्रकाशित हुआ।

'बनारस अखबार' (1845) का प्रकाशन भी कलकत्ता से हुआ यद्यपि इसका नाम बनारस से जुड़ा था। यह गोविंद नारायण सिंह द्वारा संपादित था और इसमें मुख्यतः समाचार और विज्ञापन प्रकाशित होते थे। इस पत्र की भाषा सरल थी और इसने व्यापक पाठक वर्ग को आकर्षित किया। 'मार्तण्ड पत्रिका' (1842) भी कलकत्ता से प्रकाशित हुई जो उदंत मार्तंड की याद में निकाली गई थी। 'समाचार सुधावर्षण' (1854) पंडित श्यामसुंदर सेन द्वारा कलकत्ता से प्रकाशित किया गया। यह एक साप्ताहिक पत्र था जिसमें राजनीतिक और सामाजिक समाचारों के साथ-साथ साहित्यिक सामग्री भी प्रकाशित होती थी। इस पत्र ने हिंदी गद्य के विकास में महत्वपूर्ण योगदान दिया। 'प्रजाहितैषी' (1855) भी इसी काल का एक उल्लेखनीय पत्र था।



हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और विकास

'सुधाकर' (1850) का प्रकाशन आगरा से हुआ परंतु इसका संबंध कलकत्ता की पत्रकारिता परंपरा से था। इसके संपादक पंडित सदासुख लाल थे जो एक विद्वान और समाज सुधारक थे। यह पत्र सामाजिक सुधार का प्रबल समर्थक था और इसमें स्त्री शिक्षा, विधवा पुनर्विवाह और अंधविश्वास के विरुद्ध लेख प्रकाशित होते थे। बंगाल से प्रकाशित इन हिंदी पत्रों की विशेषता यह थी कि वे केवल समाचार तक सीमित नहीं थे बल्कि सामाजिक और सांस्कृतिक विषयों पर भी ध्यान देते थे। इनमें बंगाल के नवजागरण आंदोलन का प्रभाव स्पष्ट दिखता था। राजा राममोहन राय, ईश्वर चंद्र विद्यासागर जैसे सुधारकों के विचारों का प्रभाव इन पत्रों में देखा जा सकता है। इन पत्रों ने हिंदी भाषी क्षेत्रों में भी सुधारवादी विचारों को फैलाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। बंगाल में हिंदी पत्रकारिता के विकास का एक और महत्वपूर्ण पहलू था भाषाई आदान-प्रदान। बांग्ला और हिंदी पत्रकारों के बीच संपर्क और विचार-विमर्श होता था। कई पत्रकार दोनों भाषाओं में लिखते थे। इससे दोनों भाषाओं की पत्रकारिता समृद्ध हुई। बंगाल की साहित्यिक और बौद्धिक परंपरा का लाभ हिंदी पत्रकारिता को मिला।

उत्तर प्रदेश में हिंदी पत्रकारिता की शुरुआत

उत्तर प्रदेश हिंदी भाषा का मूल क्षेत्र है और यह स्वाभाविक था कि यहाँ हिंदी पत्रकारिता का विकास होता। बंगाल में प्रारंभ के बाद हिंदी पत्रकारिता धीरे-धीरे उत्तर प्रदेश के विभिन्न शहरों में फैली। आगरा, इलाहाबाद, बनारस, लखनऊ और कानपुर जैसे शहर हिंदी पत्रकारिता के केंद्र बने। इन शहरों में शिक्षित मध्यम वर्ग का विकास हो रहा था और हिंदी भाषा और साहित्य के प्रति रुचि बढ़ रही थी। आगरा एक महत्वपूर्ण केंद्र था। 'सुधाकर' (1850) का प्रकाशन यहीं से हुआ था। यह एक साप्ताहिक पत्र था जो बाद में दैनिक बन गया। इसके संपादक पंडित सदासुख लाल थे जो एक प्रगतिशील विचारक थे। 'प्रजाहितैषी' (1855) भी आगरा का एक महत्वपूर्ण पत्र था। यह मुंशी सदासुख लाल और पंडित चुन्नीलाल द्वारा संपादित था। इसमें सामाजिक सुधार और शिक्षा प्रसार के विषयों पर जोर दिया जाता था। इलाहाबाद भी हिंदी पत्रकारिता का एक प्रमुख केंद्र बना। यद्यपि प्रारंभिक काल में यहाँ से बहुत अधिक पत्र नहीं निकले, परंतु बाद में यह शहर हिंदी पत्रकारिता की राजधानी बना। 'कविवचनसुधा' (1867) का प्रकाशन भारतेन्दु हरिश्चंद्र द्वारा बनारस से किया गया जो



जनसंचार एवं हिन्दी पत्रकारिता

प्रारंभिक काल के अंत में आता है और यह हिंदी पत्रकारिता के एक नए युग का सूत्रपात था। बनारस भी एक महत्वपूर्ण केंद्र था। यह हिंदू धर्म और संस्कृति का प्रमुख केंद्र था और यहाँ विद्वानों और साहित्यकारों की बड़ी संख्या रहती थी। 'बनारस अखबार' यद्यपि कलकत्ता से प्रकाशित होता था, परंतु इसका संबंध बनारस से था। बाद में बनारस से कई महत्वपूर्ण पत्र-पत्रिकाएँ प्रकाशित हुईं।

लखनऊ में उर्दू पत्रकारिता का प्रभुत्व था क्योंकि यह अवध के नवाबों की राजधानी थी और यहाँ उर्दू भाषा और संस्कृति का वर्चस्व था। परंतु धीरे-धीरे यहाँ भी हिंदी पत्रकारिता का विकास हुआ। 'हिंदुस्तान' (1885) बाद में एक महत्वपूर्ण हिंदी दैनिक बना परंतु प्रारंभिक काल में लखनऊ में हिंदी पत्रकारिता सीमित थी। उत्तर प्रदेश में हिंदी पत्रकारिता की विशेषता यह थी कि यह स्थानीय भाषा और संस्कृति से गहराई से जुड़ी थी। पत्रों में अवधी, ब्रजभाषा और खड़ी बोली का मिश्रण मिलता था। धार्मिक और सांस्कृतिक विषय प्रमुखता से प्रकाशित होते थे। साथ ही सामाजिक सुधार के विषय भी उठाए जाते थे। उत्तर प्रदेश के पत्रों ने हिंदी भाषा के मानकीकरण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। प्रारंभिक काल में उत्तर प्रदेश की पत्रकारिता को कई चुनौतियों का सामना करना पड़ा। आर्थिक कठिनाइयाँ, पाठकों की कमी, वितरण की समस्याएँ और सरकारी नियंत्रण जैसी समस्याएँ थीं। परंतु पत्रकारों ने दृढ़ संकल्प के साथ इन चुनौतियों का सामना किया और हिंदी पत्रकारिता को आगे बढ़ाया। उनके प्रयासों का परिणाम यह हुआ कि उत्तर प्रदेश हिंदी पत्रकारिता का प्रमुख केंद्र बन गया।

प्रारंभिक हिंदी पत्रकारिता की भाषा और शैली

प्रारंभिक हिंदी पत्रकारिता की भाषा और शैली का अध्ययन हिंदी गद्य के विकास को समझने के लिए महत्वपूर्ण है। उस समय हिंदी गद्य अपनी प्रारंभिक अवस्था में था और एक मानक गद्य शैली का विकास हो रहा था। पत्रकारिता ने इस विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई क्योंकि समाचार पत्रों को एक ऐसी भाषा की आवश्यकता थी जो सरल, स्पष्ट और जनसाधारण की समझ में आने वाली हो। प्रारंभिक हिंदी पत्रों की भाषा में विविधता थी। कुछ पत्र संस्कृतनिष्ठ भाषा का प्रयोग करते थे जिसमें संस्कृत के तत्सम शब्दों की बहुलता होती थी। यह भाषा शिक्षित वर्ग के लिए तो समझने योग्य थी परंतु



हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और विकास

सामान्य जनता के लिए कठिन थी। दूसरी ओर कुछ पत्र हिंदुस्तानी भाषा का प्रयोग करते थे जिसमें हिंदी और उर्दू का मिश्रण होता था। इसमें फारसी और अरबी के शब्द भी प्रचुरता से मिलते थे। यह भाषा व्यापक जनता की समझ में आती थी। उदंत मार्तंड की भाषा हिंदुस्तानी के करीब थी। इसमें हिंदी के साथ उर्दू, फारसी और अरबी के शब्दों का प्रयोग होता था। वाक्य संरचना सरल थी और प्रयास यह था कि समाचार और विचार स्पष्ट रूप से प्रस्तुत किए जाएं। पत्र की भाषा में कहीं-कहीं ब्रजभाषा का प्रभाव भी मिलता है जो उस समय की साहित्यिक भाषा थी।

बाद के पत्रों में धीरे-धीरे खड़ी बोली हिंदी का प्रयोग बढ़ने लगा। खड़ी बोली पश्चिमी उत्तर प्रदेश की बोली थी और इसका गद्य रूप विकसित हो रहा था। फोर्ट विलियम कॉलेज में लल्लू लाल, सदल मिश्र और अन्य विद्वानों ने खड़ी बोली गद्य की नींव रखी थी। पत्रकारिता ने इस गद्य को और परिष्कृत किया और एक व्यावहारिक रूप दिया। प्रारंभिक पत्रकारिता की शैली भी विकसित हो रही थी। समाचार लेखन की एक निश्चित शैली अभी विकसित नहीं हुई थी। समाचार अक्सर विस्तृत और वर्णनात्मक होते थे। मुख्य बिंदु को पहले प्रस्तुत करने की आधुनिक पत्रकारिता की शैली अभी विकसित नहीं हुई थी। संपादकीय लेखन में भी विविधता थी। कुछ संपादक औपचारिक और गंभीर शैली अपनाते थे जबकि कुछ अधिक सरल और संवादात्मक शैली का प्रयोग करते थे। भाषा में छंदबद्धता का प्रयोग भी मिलता था। कभी-कभी समाचार या संपादकीय को कविता या दोहों के रूप में प्रस्तुत किया जाता था। यह भारतीय साहित्यिक परंपरा का प्रभाव था। उदंत मार्तंड के अंतिम अंक में प्रकाशित दोहा इसका उदाहरण है। यह शैली बाद में कम हो गई और गद्य का प्रयोग अधिक होने लगा।

विराम चिह्नों का प्रयोग भी विकसित हो रहा था। प्रारंभिक पत्रों में विराम चिह्नों का प्रयोग असंगत था। धीरे-धीरे मानक विराम चिह्नों का प्रयोग होने लगा जिससे पठनीयता में सुधार हुआ। वर्तनी में भी विविधता थी और एक मानक वर्तनी धीरे-धीरे विकसित हो रही थी। प्रारंभिक पत्रकारिता ने हिंदी शब्दावली के विकास में भी योगदान दिया। नए विषयों और अवधारणाओं के लिए नए शब्दों की आवश्यकता थी। कभी संस्कृत से शब्द लिए जाते थे, कभी अंग्रेजी शब्दों का हिंदीकरण किया जाता था और कभी उर्दू-फारसी शब्दों का प्रयोग होता था। इससे हिंदी शब्दकोश समृद्ध हुआ।



जनसंचार एवं हिन्दी पत्रकारिता

सामाजिक और राजनीतिक विषयों पर पत्रकारिता

प्रारंभिक हिंदी पत्रकारिता केवल समाचार प्रसारण तक सीमित नहीं थी बल्कि यह सामाजिक सुधार और राजनीतिक जागरूकता का माध्यम भी थी। उस समय के पत्रकार केवल संवाददाता नहीं बल्कि समाज सुधारक और विचारक भी थे। उन्होंने अपने पत्रों का उपयोग सामाजिक बुराइयों के विरुद्ध और प्रगतिशील विचारों के प्रसार के लिए किया। सामाजिक सुधार प्रारंभिक पत्रकारिता का एक प्रमुख विषय था। सती प्रथा के विरुद्ध लेख प्रकाशित होते थे। यद्यपि सती प्रथा 1829 में कानूनी रूप से प्रतिबंधित हो चुकी थी, परंतु सामाजिक स्तर पर इसे समाप्त करने के लिए जनमत तैयार करना आवश्यक था। पत्रों में इस प्रथा की निंदा की जाती थी और विधवाओं के प्रति दयालु व्यवहार की अपील की जाती थी। विधवा पुनर्विवाह का समर्थन भी पत्रों में किया जाता था। ईश्वर चंद्र विद्यासागर के प्रयासों से 1856 में विधवा पुनर्विवाह कानून पारित हुआ था। हिंदी पत्रों ने इस सुधार का समर्थन किया और समाज में इसे स्वीकार्य बनाने के लिए लेख प्रकाशित किए। रूढ़िवादियों के विरोध को चुनौती दी गई और तर्कसंगत दृष्टिकोण प्रस्तुत किया गया। बाल विवाह के विरुद्ध भी अभियान चलाया गया। उस समय बाल विवाह एक आम प्रथा थी जिसके दुष्परिणाम बच्चों, विशेषकर बालिकाओं, के स्वास्थ्य और विकास पर पड़ते थे। पत्रों में इसके दुष्परिणामों को रेखांकित किया जाता था और उचित उम्र में विवाह करने की सलाह दी जाती थी।

स्त्री शिक्षा प्रारंभिक पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण विषय था। उस समय महिलाओं की शिक्षा को अनावश्यक और यहाँ तक कि हानिकारक माना जाता था। पत्रकारों ने महिला शिक्षा के महत्व को स्थापित करने के लिए निरंतर प्रयास किया। उन्होंने तर्क दिया कि शिक्षित माताएँ ही अच्छे बच्चों का पालन-पोषण कर सकती हैं और समाज का विकास हो सकता है। अंधविश्वास और धार्मिक कुरीतियों के विरुद्ध भी पत्रों में लेख प्रकाशित होते थे। तंत्र-मंत्र, जादू-टोना और अन्य अंधविश्वासों की आलोचना की जाती थी। वैज्ञानिक दृष्टिकोण और तर्कसंगत चिंतन को प्रोत्साहित किया जाता था। परंतु यह ध्यान रखना आवश्यक है कि यह आलोचना धर्म की नहीं बल्कि धार्मिक कुरीतियों की थी। पत्रकार धर्म का सम्मान करते थे परंतु उसमें व्याप्त बुराइयों को दूर करना चाहते थे। राजनीतिक विषयों पर भी पत्रकारिता का ध्यान था। सरकार की नीतियों की आलोचना और समीक्षा पत्रों में प्रकाशित होती थी। भूमि कर, न्याय व्यवस्था, पुलिस



हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और विकास

प्रशासन जैसे विषयों पर लेख होते थे। यद्यपि प्रत्यक्ष राजनीतिक आंदोलन अभी शुरू नहीं हुआ था, परंतु राजनीतिक चेतना जागृत हो रही थी। 1857 के विद्रोह के बाद इस चेतना में और वृद्धि हुई। आर्थिक विषय भी पत्रों में स्थान पाते थे। व्यापार, कृषि, उद्योग से संबंधित समाचार और लेख प्रकाशित होते थे। भारतीय उद्योगों की दुर्दशा और ब्रिटिश आर्थिक नीतियों के प्रभाव पर चर्चा होती थी। स्वदेशी वस्तुओं के उपयोग की अपील की जाती थी। यह प्रारंभिक आर्थिक राष्ट्रवाद का संकेत था।

प्रारंभिक काल की चुनौतियाँ और संघर्ष

प्रारंभिक हिंदी पत्रकारिता को अनेक चुनौतियों का सामना करना पड़ा। ये चुनौतियाँ आर्थिक, तकनीकी, सामाजिक और राजनीतिक थीं। इन चुनौतियों ने पत्रकारों के संकल्प की परीक्षा ली और कई पत्र इन कठिनाइयों के कारण बंद हो गए। परंतु जो पत्रकार दृढ़ रहे, उन्होंने हिंदी पत्रकारिता की नींव मजबूत की। आर्थिक चुनौतियाँ सबसे प्रमुख थीं। समाचार पत्र चलाना एक खर्चीला काम था। छपाई की लागत, कागज का मूल्य, कर्मचारियों का वेतन और वितरण का खर्च मिलाकर काफी राशि की आवश्यकता होती थी। दूसरी ओर आय के स्रोत सीमित थे। ग्राहकी शुल्क मुख्य आय था परंतु ग्राहकों की संख्या कम थी। उस समय साक्षरता दर बहुत कम थी और हिंदी पढ़ने वाले लोग सीमित थे। विज्ञापनों से भी बहुत अधिक आय नहीं होती थी क्योंकि व्यावसायिक विज्ञापन अभी विकसित नहीं हुए थे। कई ग्राहक समय पर शुल्क नहीं देते थे जिससे नकदी प्रवाह की समस्या होती थी। इन आर्थिक कठिनाइयों के कारण कई पत्र बंद हो गए जिनमें उदंत मार्तंड भी शामिल है।

तकनीकी चुनौतियाँ भी थीं। छापेखाने कम थे और वे मुख्यतः बड़े शहरों में ही उपलब्ध थे। देवनागरी टाइप उपलब्ध कराना कठिन था। मुद्रण की गुणवत्ता भी सीमित थी। कागज की आपूर्ति अनियमित थी और कीमतें उच्च थीं। डाक और परिवहन सेवाएँ सीमित थीं जिससे वितरण में कठिनाई होती थी। दूरदराज के क्षेत्रों में पत्र पहुँचाना चुनौतीपूर्ण था। सामाजिक चुनौतियाँ भी कम नहीं थीं। समाज में समाचार पत्र पढ़ने की आदत विकसित नहीं थी। लोग परंपरागत सूचना स्रोतों पर निर्भर थे। शिक्षित लोगों की संख्या कम थी और उनमें से भी कई अंग्रेजी या फारसी पढ़ना पसंद करते थे। हिंदी



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

को हीन भाषा समझा जाता था। रूढ़िवादी वर्ग सामाजिक सुधार के विचारों का विरोध करता था और ऐसे पत्रों का बहिष्कार करता था। महिलाएँ पत्र पढ़ने से वंचित थीं। राजनीतिक चुनौतियाँ भी थीं। ब्रिटिश सरकार ने प्रेस पर नियंत्रण के कई कानून बनाए। 1799 में लॉर्ड वेलेजली ने सेंसरशिप नियम बनाए। 1823 में लाइसेंसिंग एक्ट पारित हुआ जिसके तहत समाचार पत्र निकालने के लिए लाइसेंस लेना आवश्यक था। 1835 में मेटकाफ एक्ट से कुछ राहत मिली परंतु 1857 के विद्रोह के बाद फिर से सख्त नियंत्रण लगाए गए। गेर्गिंग एक्ट 1857 और 1878 का वर्नाक्युलर प्रेस एक्ट पत्रकारों के लिए बड़ी चुनौती थे। सरकार की आलोचना करने पर पत्रों को चेतावनी दी जाती थी या बंद करा दिया जाता था। संपादकों को जुर्माना और जेल की सजा भी दी जाती थी।

भाषा और शैली के विकास की चुनौती भी थी। हिंदी गद्य अभी विकसित हो रहा था और एक मानक भाषा नहीं थी। विभिन्न बोलियों का प्रभाव था। पत्रकारीय लेखन की शैली विकसित करनी थी। समाचार लेखन, संपादकीय लेखन, फीचर लेखन जैसी विधाएँ अभी विकसित नहीं हुई थीं। पत्रकारों को भाषा और शैली दोनों के साथ प्रयोग करना पड़ता था। इन सभी चुनौतियों के बावजूद प्रारंभिक पत्रकारों ने हार नहीं मानी। उनका समर्पण और संकल्प प्रशंसनीय था। वे जानते थे कि वे एक महत्वपूर्ण कार्य कर रहे हैं और भविष्य के लिए नींव रख रहे हैं। उनके प्रयासों का परिणाम यह हुआ कि हिंदी पत्रकारिता जीवित रही और धीरे-धीरे विकसित हुई। बाद में आने वाले पत्रकारों ने इसी नींव पर निर्माण किया।

प्रारंभिक हिंदी पत्रकारिता की उपलब्धियाँ और ऐतिहासिक महत्व

प्रारंभिक हिंदी पत्रकारिता (1826-1867) की उपलब्धियाँ अनेक और महत्वपूर्ण हैं। यद्यपि यह काल संघर्ष और चुनौतियों का था, परंतु इस काल ने हिंदी पत्रकारिता की नींव रखी और आगे के विकास का मार्ग प्रशस्त किया। इस काल की उपलब्धियों को भाषाई, सामाजिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक दृष्टि से देखा जा सकता है। भाषाई दृष्टि से प्रारंभिक पत्रकारिता की सबसे बड़ी उपलब्धि हिंदी गद्य के विकास में योगदान था। पत्रकारिता ने एक सरल, सुबोध और व्यावहारिक गद्य शैली का विकास किया। समाचार लेखन के लिए एक विशेष प्रकार की भाषा की आवश्यकता थी जो स्पष्ट,



हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और विकास

संक्षिप्त और प्रभावी हो। प्रारंभिक पत्रकारों ने ऐसी भाषा का निर्माण किया। उन्होंने खड़ी बोली हिंदी को गद्य की भाषा के रूप में स्थापित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। उनके प्रयासों से हिंदी केवल साहित्य की भाषा नहीं रही बल्कि सूचना, ज्ञान और विचार-विमर्श की भाषा बन गई। शब्दावली के विकास में भी पत्रकारिता का योगदान था। नए विषयों और अवधारणाओं के लिए नए शब्दों की आवश्यकता थी। पत्रकारों ने संस्कृत, उर्दू, फारसी और अंग्रेजी से शब्द लेकर हिंदी शब्दकोश को समृद्ध किया। राजनीतिक, कानूनी, वैज्ञानिक और व्यावसायिक शब्दावली का विकास हुआ। यह हिंदी को एक आधुनिक भाषा बनाने की दिशा में महत्वपूर्ण कदम था।

सामाजिक दृष्टि से प्रारंभिक पत्रकारिता ने जनजागरण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। पत्रों ने सामाजिक बुराइयों के विरुद्ध आवाज उठाई और सुधार की मांग की। सती प्रथा, बाल विवाह, विधवा पुनर्विवाह निषेध जैसे विषयों पर पत्रों में लेख प्रकाशित होते थे जिससे जनमत तैयार हुआ। स्त्री शिक्षा के प्रसार में भी पत्रों का योगदान था। अंधविश्वास और रूढ़िवादिता के विरुद्ध संघर्ष में पत्रकारिता ने सक्रिय भूमिका निभाई। इससे समाज में आधुनिक और प्रगतिशील विचारों का प्रसार हुआ। शिक्षा के प्रसार में भी पत्रकारिता का योगदान था। पत्र केवल समाचार देने का माध्यम नहीं बल्कि शिक्षा का माध्यम भी थे। विज्ञान, इतिहास, भूगोल, स्वास्थ्य जैसे विषयों पर लेख प्रकाशित होते थे जिससे पाठकों का ज्ञान बढ़ता था। पत्रों ने साक्षरता बढ़ाने में भी योगदान दिया क्योंकि पत्र पढ़ने के लिए लोगों को हिंदी सीखनी पड़ती थी। राजनीतिक दृष्टि से प्रारंभिक पत्रकारिता ने राजनीतिक चेतना जागृत करने का कार्य किया। यद्यपि प्रत्यक्ष राजनीतिक आंदोलन बाद में शुरू हुए, परंतु राजनीतिक जागरूकता का बीजारोपण इसी काल में हुआ। पत्रों में सरकारी नीतियों की चर्चा होती थी और उनके प्रभाव का विश्लेषण किया जाता था। यह राजनीतिक शिक्षा का कार्य था। 1857 के विद्रोह के बाद राजनीतिक चेतना में और वृद्धि हुई और पत्रकारिता राष्ट्रीय आंदोलन का एक महत्वपूर्ण अंग बन गई। सांस्कृतिक दृष्टि से प्रारंभिक पत्रकारिता ने भारतीय संस्कृति और परंपरा को संरक्षित करने और उसका प्रचार करने में योगदान दिया। धार्मिक और सांस्कृतिक विषयों पर लेख प्रकाशित होते थे। भारतीय इतिहास और विरासत के प्रति गर्व की भावना जागृत की जाती थी। परंतु साथ ही आधुनिक और प्रगतिशील



जनसंचार एवं हिन्दी पत्रकारिता

विचारों को भी स्थान दिया जाता था। इस प्रकार पत्रकारिता ने परंपरा और आधुनिकता के बीच सेतु का कार्य किया। संस्थागत दृष्टि से प्रारंभिक पत्रकारिता ने एक नई संस्था की स्थापना की। प्रेस एक चौथी शक्ति के रूप में उभरने लगी। यद्यपि उस समय प्रेस की स्वतंत्रता सीमित थी, परंतु एक स्वतंत्र और निष्पक्ष प्रेस की अवधारणा विकसित हो रही थी। पत्रकारिता एक व्यवसाय के रूप में भी स्थापित हो रही थी। संपादकों, लेखकों, मुद्रकों और वितरकों का एक वर्ग विकसित हो रहा था।

साहित्यिक दृष्टि से भी प्रारंभिक पत्रकारिता का योगदान था। कई साहित्यकार पत्रकारिता से जुड़े थे और उन्होंने पत्रों में अपनी रचनाएँ प्रकाशित कीं। इससे साहित्य का प्रसार हुआ और एक व्यापक पाठक वर्ग तक पहुँचा। बाद में तो पत्र-पत्रिकाएँ साहित्यिक गतिविधियों का प्रमुख केंद्र बन गईं। ऐतिहासिक दृष्टि से प्रारंभिक हिंदी पत्रकारिता का महत्व अपार है। इसने एक नए युग का सूत्रपात किया। यह भारतीय नवजागरण का अभिन्न अंग था। इसने हिंदी भाषा को राष्ट्रीय स्तर पर स्थापित करने में योगदान दिया। बाद में जो महान पत्रकार और समाज सुधारक आए जैसे भारतेन्दु हरिश्चंद्र, महावीर प्रसाद द्विवेदी, गणेश शंकर विद्यार्थी और अन्य, उन्होंने प्रारंभिक पत्रकारों द्वारा रखी गई नींव पर ही निर्माण किया। प्रारंभिक हिंदी पत्रकारिता ने सिद्ध कर दिया कि हिंदी एक सक्षम और समर्थ भाषा है जो आधुनिक संचार के सभी कार्य कर सकती है। इसने हिंदी भाषी जनता को एक माध्यम दिया जिसके द्वारा वे सूचित हो सकते थे, शिक्षित हो सकते थे और अपने विचार व्यक्त कर सकते थे। यह लोकतांत्रिक संवाद की शुरुआत थी। प्रारंभिक पत्रकारों का त्याग, समर्पण और दूरदर्शिता प्रेरणादायक है। उन्होंने अनेक कठिनाइयों के बावजूद हिंदी पत्रकारिता की मशाल जलाए रखी और आने वाली पीढ़ियों के लिए मार्ग प्रशस्त किया।

आज जब हम हिंदी पत्रकारिता के विशाल क्षेत्र को देखते हैं जिसमें दैनिक, साप्ताहिक, मासिक पत्र-पत्रिकाएँ, टेलीविजन चैनल, डिजिटल मीडिया शामिल हैं, तो हमें प्रारंभिक काल के उन अग्रदूतों को श्रद्धांजलि देनी चाहिए जिन्होंने इस विशाल वृक्ष का बीजारोपण किया था। उदंत मार्तंड और अन्य प्रारंभिक पत्र आज भले ही इतिहास के पन्नों में दर्ज हों, परंतु उनका योगदान अविस्मरणीय है। वे हिंदी पत्रकारिता के इतिहास में स्वर्णाक्षरों में अंकित हैं और सदैव प्रेरणा का स्रोत बने रहेंगे।

इकाई 2.2: पत्रकारिता के अग्रदूत

भारत में पत्रकारिता का आरंभ केवल सूचना देने या समाचार प्रसारित करने का माध्यम नहीं था, बल्कि यह सामाजिक सुधार, राष्ट्र जागरण और राजनीतिक चेतना का एक सशक्त उपकरण था। अठारहवीं सदी के अंतिम वर्षों में जब अंग्रेजी शासन भारत में सुदृढ़ हो रहा था, तब भारतीय समाज अनेक प्रकार की सामाजिक, धार्मिक और सांस्कृतिक बुराइयों में जकड़ा हुआ था। स्त्री-असमानता, सती-प्रथा, बाल विवाह, अस्पृश्यता, निरक्षरता और अंधविश्वास जैसी समस्याएँ समाज की जड़ें खोद रही थीं। ऐसे समय में विचारशील बुद्धिजीवी वर्ग ने कलम को हथियार बनाकर समाज को जगाने का कार्य किया। पत्रकारिता भारतीय समाज में विचार-विनिमय का एक मंच बनी, जिसने स्वतंत्रता आंदोलन और सामाजिक सुधार की दिशा में एक नई चेतना का संचार किया। इस युग के तीन महान व्यक्तित्व—**राजा राममोहन राय, भारतेन्दु हरिश्चंद्र, और बाल गंगाधर तिलक**—ने न केवल लेखन के माध्यम से समाज को दिशा दी, बल्कि अपने पत्र-पत्रिकाओं से जनता में राष्ट्रीयता, सामाजिक सुधार और शिक्षा का प्रकाश फैलाया। इन तीनों की पत्रकारिता ने भारतीय चेतना को नयी ऊँचाइयों तक पहुँचाया।

भारतीय नवजागरण और सामाजिक सुधारों की पृष्ठभूमि

उन्नीसवीं शताब्दी भारत के इतिहास में नवजागरण की शताब्दी मानी जाती है। इस समय भारतीय समाज ने अंधविश्वास, रूढ़िवादिता और पाखंड के विरुद्ध विचारों की नई क्रांति देखी। पश्चिमी शिक्षा और वैज्ञानिक दृष्टिकोण के आगमन से भारतीयों के विचारों में आधुनिकता का संचार हुआ। इसी काल में सामाजिक और धार्मिक सुधारों की अनेक संस्थाएँ बनीं — जैसे **ब्राह्म समाज, आर्य समाज, प्रार्थना समाज**, आदि। इस युग की पत्रकारिता का मुख्य उद्देश्य था — जनता में जागरूकता उत्पन्न करना, सामाजिक कुरीतियों की आलोचना करना, तथा जनता को अपने अधिकारों के प्रति सचेत बनाना। अंग्रेजी शासन के दमनकारी नीतियों के बीच प्रेस एक ऐसा माध्यम था जिसने जनता को संगठित और शिक्षित किया। इसी युग के प्रारंभिक अग्रदूत के रूप में **राजा राममोहन राय** ने पत्रकारिता को समाज सुधार का उपकरण बनाया



2.2.1 राजा राममोहन राय

राजा राममोहन राय (1772–1833) को आधुनिक भारत का निर्माता कहा जाता है। उन्होंने अपने जीवन का लक्ष्य समाज में सुधार लाना, स्त्रियों को अधिकार दिलाना, और भारतीयों में तर्कशीलता विकसित करना बनाया। उन्होंने प्रेस को सामाजिक सुधार का सबसे प्रभावशाली माध्यम माना। उस समय अंग्रेजी शासन के कारण भारतीय जनता की आवाज दबाई जा रही थी। राजा राममोहन राय ने समाचार पत्रों के माध्यम से समाज और शासन के बीच संवाद की कड़ी स्थापित की। उनका विश्वास था कि “पत्रकारिता जनमत का दर्पण है”। वे कहते थे — “जब तक जनता अपनी बात स्वतंत्र रूप से व्यक्त नहीं कर सकती, तब तक कोई भी समाज उन्नति नहीं कर सकता।” इसी विचारधारा के तहत उन्होंने कई पत्र निकाले और भारत में स्वतंत्र प्रेस की नींव रखी।

राजा राममोहन राय और समाचार पत्रों का योगदान

राजा राममोहन राय ने भारतीय भाषाओं में पत्रकारिता की शुरुआत की। उन्होंने “संवाद कौमुदी” (बंगाली), “मिरात-उल-अखबार” (उर्दू-फारसी) और “बंगदूत” जैसे पत्र निकाले।

- **‘संवाद कौमुदी’ (1821):** इस पत्र में उन्होंने सती-प्रथा, जाति-व्यवस्था, शिक्षा की आवश्यकता और धार्मिक सहिष्णुता पर लेख लिखे। यह पत्र बंगाली जनता में नई सोच लाने वाला था।
- **‘मिरात-उल-अखबार’ (1822):** यह भारत का पहला फारसी साप्ताहिक पत्र था। इसके माध्यम से उन्होंने ब्रिटिश नीतियों की आलोचना की और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का समर्थन किया।
- **‘बंगदूत’:** इस पत्र के माध्यम से वे भारतीय समाज के विभिन्न मुद्दों पर विचार-विमर्श कराते थे।

राजा राममोहन राय की पत्रकारिता ने दो प्रमुख कार्य किए — पहला, **सामाजिक सुधार के लिए जनजागरण**, और दूसरा, **अंग्रेजी शासन की आलोचना द्वारा राजनीतिक चेतना का निर्माण**। उन्होंने प्रेस की स्वतंत्रता के लिए ब्रिटिश सरकार से

संघर्ष किया। जब 1823 में प्रेस पर नियंत्रण लगाने का कानून आया, तो उन्होंने इसका पुरजोर विरोध किया। उनका मानना था कि “पत्रकारिता का दमन, जनता की आवाज का दमन है।” इस प्रकार, राजा राममोहन राय को भारतीय पत्रकारिता का प्रथम समाज-सुधारक पत्रकार कहा जा सकता है। उनके द्वारा प्रारंभ किए गए पत्रों ने भारत में विचार और तर्क की संस्कृति को जन्म दिया।

2.2.2 भारतेन्दु हरिश्चंद्र : आधुनिक हिंदी पत्रकारिता के प्रवर्तक

भारतेन्दु हरिश्चंद्र (1850–1885) हिंदी भाषा और साहित्य में नवजागरण के युगपुरुष थे। उन्हें ‘आधुनिक हिंदी साहित्य का जनक’ और ‘हिंदी पत्रकारिता का अग्रदूत’ कहा जाता है। वे बनारस (वाराणसी) के संपन्न परिवार से थे, परंतु उन्होंने अपना जीवन समाज, भाषा और संस्कृति की सेवा में समर्पित किया। भारतेन्दु का विश्वास था कि यदि भाषा का विकास नहीं होगा, तो राष्ट्र की चेतना भी नहीं जागेगी। उन्होंने हिंदी को राष्ट्रभाषा के रूप में प्रतिष्ठित करने के लिए पत्रकारिता को माध्यम बनाया। उनके संपादन और लेखन के द्वारा हिंदी को आधुनिक रूप मिला और जनचेतना में साहित्यिक व सामाजिक ऊर्जा का संचार हुआ।

6. ‘कविवचन सुधा’ और ‘हरिश्चंद्र मैगजीन’ : भारतेन्दु की पत्रकारिता का आधार

भारतेन्दु हरिश्चंद्र ने दो महत्वपूर्ण पत्रिकाएँ प्रकाशित कीं — ‘कविवचन सुधा’ (1873) और ‘हरिश्चंद्र मैगजीन’ (1873)। इन दोनों पत्रिकाओं ने हिंदी समाज में नई बौद्धिक चेतना और भाषा की गरिमा स्थापित की।

- **‘कविवचन सुधा’:** यह मासिक पत्रिका मुख्य रूप से साहित्य, कविता, नाटक और समाज सुधार पर केंद्रित थी। भारतेन्दु ने इसमें सामाजिक अन्याय, अंधविश्वास, नारीशिक्षा, स्वदेशी प्रेम और राष्ट्रीय चेतना से संबंधित लेख प्रकाशित किए। यह पत्रिका हिंदी में वैचारिक पत्रकारिता की शुरुआत थी।
- **‘हरिश्चंद्र मैगजीन’:** यह अंग्रेजी पत्रिका के समान शैली में निकाली गई थी और इसमें देश-विदेश की खबरें, समीक्षाएँ, विचार लेख और समाचार प्रकाशित किए जाते थे। इस पत्रिका के माध्यम से भारतेन्दु ने पत्रकारिता को जनता के विचारों का मंच बनाया।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

भारतेंदु की पत्रकारिता में राष्ट्रभक्ति, स्वदेशी भावना, समाज सुधार और शिक्षा का प्रचार मुख्य विषय थे। उन्होंने प्रेस को जनता की आवाज़ के रूप में देखा और कहा — “पत्र ही जनता का शिक्षक है।” उनकी पत्रिकाओं के लेखों ने तत्कालीन हिंदी समाज में विचार-क्रांति उत्पन्न की। वे पहली बार यह दिखाने में सफल हुए कि पत्रकारिता केवल खबर देने का माध्यम नहीं, बल्कि सामाजिक और राष्ट्रीय चेतना का शिल्पकार भी हो सकता है।

भारतेंदु युग की पत्रकारिता की विशेषताएँ

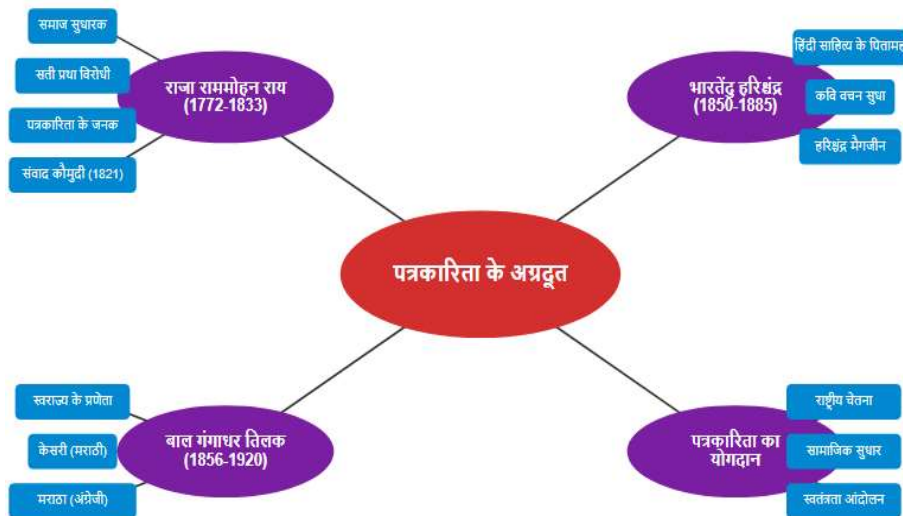
भारतेंदु युग की पत्रकारिता की कुछ प्रमुख विशेषताएँ थीं —

1. **राष्ट्रभक्ति और स्वदेशी भावना:** उन्होंने विदेशी वस्तुओं का बहिष्कार और भारतीय उत्पादों के उपयोग की वकालत की।
2. **सामाजिक सुधार:** नारीशिक्षा, विधवा-विवाह, जाति-समानता जैसे विषयों को उन्होंने खुलकर उठाया।
3. **भाषाई चेतना:** उन्होंने हिंदी को जनता की भाषा बनाकर पत्रकारिता की भाषा बनाया।
4. **धार्मिक सहिष्णुता:** उन्होंने धर्म के नाम पर हो रहे भेदभाव का विरोध किया।
5. **जन-जागरण:** उनके लेखों ने जनता में आत्मसम्मान और जागरूकता का भाव उत्पन्न किया।

भारतेंदु की पत्रकारिता ने आगे आने वाले हिंदी पत्रकारों जैसे महावीर प्रसाद द्विवेदी, बालमुकुंद गुप्त और प्रताप नारायण मिश्र को भी प्रेरित किया। उन्होंने हिंदी पत्रकारिता को आधुनिक रूप दिया और इसे सामाजिक परिवर्तन का माध्यम बनाया।

2.2.3 बाल गंगाधर तिलक : राष्ट्रवादी पत्रकारिता के प्रवर्तक

बाल गंगाधर तिलक (1856–1920) भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन के प्रखर नेता, शिक्षाशास्त्री और पत्रकार थे। उन्हें “लोकमान्य तिलक” कहा जाता है क्योंकि वे जनता के नायक थे। उनका मानना था कि स्वतंत्रता प्रत्येक भारतीय का जन्मसिद्ध अधिकार है। उन्होंने पत्रकारिता को स्वतंत्रता आंदोलन का शस्त्र बनाया।



चित्र 2.2: पत्रकारिता के अग्रदूत

तिलक की पत्रकारिता पूरी तरह राष्ट्रवादी थी। उन्होंने प्रेस को ब्रिटिश साम्राज्य के विरुद्ध जनमत तैयार करने का साधन बनाया। उनके पत्र **‘केसरी’ (मराठी)** और **‘मराठा’ (अंग्रेज़ी)** इस दिशा में ऐतिहासिक रहे। उन्होंने जनता में राजनीतिक जागरूकता और स्वराज्य की भावना जगाई।

‘केसरी’ और राष्ट्रवादी पत्रकारिता

‘केसरी’ की स्थापना 1881 में पुणे से हुई थी। यह पत्र मराठी में प्रकाशित होता था और इसमें तिलक राष्ट्रवादी विचारों को जनता तक पहुँचाते थे। इस पत्र के माध्यम से उन्होंने सरकार की नीतियों की आलोचना की, भारतीय उद्योगों के विकास की आवश्यकता बताई और भारतीय युवाओं को स्वराज्य के लिए संगठित होने का आह्वान किया। ‘केसरी’ के लेखों ने अंग्रेज़ी शासन को हिला दिया। ब्रिटिश सरकार ने तिलक पर कई बार देशद्रोह के मुकदमे चलाए, पर वे अपने विचारों से कभी पीछे नहीं हटे। उन्होंने कहा था —

“स्वराज्य मेरा जन्मसिद्ध अधिकार है और मैं इसे लेकर रहूँगा।”

उनके दूसरे पत्र **‘मराठा’** ने अंग्रेज़ी पढ़े-लिखे वर्ग को प्रभावित किया। इस पत्र के माध्यम से वे भारतीय जनता की आवाज़ विश्व स्तर तक पहुँचाना चाहते थे।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

‘केसरी’ की पत्रकारिता में **धार्मिक प्रतीकों के माध्यम से राष्ट्रवाद, गणेशोत्सव और शिवाजी उत्सवों का सार्वजनिक आयोजन, और राजनीतिक एकता का प्रचार** प्रमुख विषय थे। तिलक की पत्रकारिता ने भारतीय प्रेस को राजनीतिक आंदोलन का केंद्र बना दिया। उन्होंने दिखाया कि समाचार पत्र केवल सूचना नहीं देते, बल्कि वे जनता को प्रेरित कर सकते हैं, संगठित कर सकते हैं और सत्ता को चुनौती दे सकते हैं। राजा राममोहन राय, भारतेन्दु हरिश्चंद्र और बाल गंगाधर तिलक — ये तीनों भारतीय पत्रकारिता के स्तंभ हैं, जिन्होंने अपने-अपने युग में प्रेस को समाज और राष्ट्र निर्माण का माध्यम बनाया।

- **राजा राममोहन राय** ने पत्रकारिता को **सामाजिक सुधार** का औज़ार बनाया।
- **भारतेन्दु हरिश्चंद्र** ने पत्रकारिता को **भाषा, संस्कृति और जन-जागरण** से जोड़ा।
- **बाल गंगाधर तिलक** ने पत्रकारिता को **राजनीतिक स्वतंत्रता और राष्ट्रवाद** का शस्त्र बनाया।

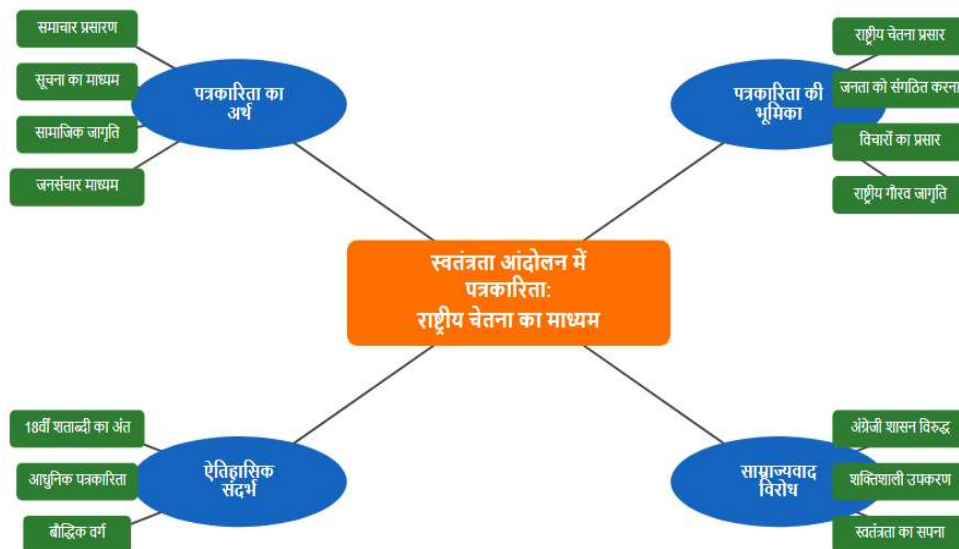
इन तीनों ने यह सिद्ध किया कि पत्रकारिता केवल खबर नहीं, बल्कि विचार, संघर्ष और परिवर्तन की शक्ति है। भारतीय प्रेस की यह परंपरा आज भी जीवित है — जब कोई पत्रकार अन्याय, भेदभाव या सत्ता के दुरुपयोग के विरुद्ध लिखता है, तो उसमें राजा राममोहन राय, भारतेन्दु हरिश्चंद्र और बाल गंगाधर तिलक की आत्मा बोलती है।

इकाई 2.3: स्वतंत्रता आंदोलन और हिंदी पत्रकारिता

2.3.1 स्वतंत्रता आंदोलन में पत्रकारिता प्रमुख स्वतंत्रता सेनानी पत्रकार

1. पत्रकारिता का परिचय और स्वतंत्रता आंदोलन से संबंध

पत्रकारिता का अर्थ है समाचारों और सूचनाओं को जनता तक पहुंचाना। यह समाज में जागृति लाने और सामाजिक परिवर्तन के लिए एक महत्वपूर्ण माध्यम है। भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन के संदर्भ में, पत्रकारिता ने राष्ट्रीय चेतना का प्रसार करने और जनता को अंग्रेजी शासन के विरुद्ध संगठित करने में अहम भूमिका निभाई। भारत में आधुनिक पत्रकारिता का उदय 18वीं शताब्दी के अंत में हुआ जब भारतीय समाज के बौद्धिक वर्ग ने एक शक्तिशाली जनसंचार माध्यम के रूप में इसे पहचाना। स्वतंत्रता आंदोलन के दौरान पत्रकारिता केवल सूचना का माध्यम नहीं रही, बल्कि यह विचारों का प्रसार करने, राष्ट्रीय गौरव को जागृत करने और साम्राज्यवाद के विरुद्ध जनमानस को संगठित करने का एक शक्तिशाली उपकरण बन गई। इस काल में कई पत्रकार और समाचार पत्र भारतीय स्वतंत्रता के सपने को साकार करने के लिए निरंतर प्रयासरत रहे।



चित्र 2.3: स्वतंत्रता आंदोलन में पत्रकारिता: भारतीय राष्ट्रीय चेतना का माध्यम



2. राष्ट्रीय चेतना का प्रसार: पत्रकारिता की भूमिका

राष्ट्रीय चेतना से आशय है समाज में यह अनुभूति कि हम एक राष्ट्र हैं, एक सांझी संस्कृति और इतिहास हमें बांधती है, और हम अपने भविष्य के लिए सामूहिक रूप से जिम्मेदार हैं। भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन में राष्ट्रीय चेतना का विकास एक प्रमुख उद्देश्य था। पत्रकारिता ने इस चेतना के प्रसार में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। 19वीं सदी के भारतीय समाचार पत्र ऐसे मंच बन गए जहां राष्ट्रीय विचारधारा को अभिव्यक्त किया जा सके। यह पत्र और पत्रिकाएं जनता को अंग्रेजी राज की नीतियों, भारतीय संस्कृति के विनाश और आर्थिक शोषण के बारे में जानकारी देती थीं। पत्रकारिता ने भारतीय समाज को विभिन्न क्षेत्रों से जोड़ा। दक्षिण से उत्तर और पूर्व से पश्चिम तक, समान विचारों वाले लोग एक दूसरे से जुड़ते हैं और एक सामान्य लक्ष्य के लिए काम करते हैं। राष्ट्रीय चेतना के इस प्रसार ने भारतीय जनता को आत्मविश्वास प्रदान किया कि परिवर्तन संभव है और स्वतंत्रता पाई जा सकती है। पत्रकारिता ने भारतीय इतिहास और संस्कृति के गौरव को पुनः जीवंत किया। समाचार पत्रों में प्राचीन भारत की वैज्ञानिक, सांस्कृतिक और आध्यात्मिक उपलब्धियों के बारे में लेख प्रकाशित होते थे। यह भारतीय जनता को यह बताता था कि उनका देश कभी ज्ञान और विद्या का केंद्र था। इस ऐतिहासिक गौरव को याद करते हुए, पत्रकारों और पाठकों का विश्वास बढ़ता था कि भारत पुनः अपनी खोई हुई महिमा को प्राप्त कर सकता है। पत्रकारिता ने सामाजिक सुधार की भी वकालत की। बाल विवाह, सती प्रथा, बहुविवाह जैसी सामाजिक कुरीतियों के विरुद्ध समाचार पत्रों में विचार-विमर्श होता था। इस तरह, पत्रकारिता एक सामाजिक चेतना का निर्माण करती थी जो आधुनिक, तर्कसंगत और स्वतंत्र सोच पर आधारित थी।

3. स्वतंत्रता आंदोलन के दौरान प्रमुख समाचार पत्र

भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन के दौरान कई प्रभावशाली समाचार पत्र और पत्रिकाएं प्रकाशित होती थीं जो राष्ट्रीय आंदोलन के मुख्य वाहक थीं। बंगाली भाषा का समाचार पत्र 'आनंद बाजार पत्रिका' (1872) भारत का एक ऐतिहासिक समाचार पत्र है जो राष्ट्रीय चेतना के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाया। 'अमृत बाजार पत्रिका' (1868) एक अन्य महत्वपूर्ण समाचार पत्र था जो राष्ट्रीय विचारों को व्यक्त करता था। हिंदी में

'भारत मीत्र' (1878) और 'हरिश्चंद्र मैग्जीन' (1873) जैसे प्रकाशन महत्वपूर्ण भूमिका निभाते थे। 'केसरी' (1881) बाल गंगाधर तिलक द्वारा स्थापित एक प्रभावशाली मराठी समाचार पत्र था जो राष्ट्रीय आंदोलन में एक शक्तिशाली आवाज था। 'यंग इंडिया' (1919) महात्मा गांधी द्वारा प्रकाशित एक प्रभावशाली अंग्रेजी पत्रिका थी जो गांधीवादी विचारों का प्रचार करती थी। ये समाचार पत्र केवल खबरें प्रकाशित नहीं करते थे, बल्कि राष्ट्रीय नीति के निर्माण में भी भाग लेते थे। इन पत्रों में राष्ट्रीय नेताओं के लेख, विचार और भाषण प्रकाशित होते थे। 'इंडियन मिरर' (1861), 'बंगाली' (1875), 'सोमप्रकाश' (1858), 'समाचार सुधावर्षिणी' जैसे अन्य पत्र भी राष्ट्रीय चेतना के प्रसार में महत्वपूर्ण योगदान देते थे। इन सभी समाचार पत्रों ने एक समान उद्देश्य का पालन किया: भारतीय जनता को अंग्रेजी साम्राज्यवाद के विरुद्ध जागृत करना और राष्ट्रीय गौरव का संदेश प्रसारित करना। इन पत्रों का महत्व इतना अधिक था कि अंग्रेज सरकार ने कई बार इन पर प्रतिबंध लगाए और उनके संपादकों को कारावास का दंड दिया।

4. गणेश शंकर विद्यार्थी: स्वतंत्रता संग्राम के अग्रदूत पत्रकार

गणेश शंकर विद्यार्थी (1890-1931) भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन के एक प्रमुख पत्रकार और स्वतंत्रता सेनानी थे। वे कानपुर से संबंधित थे और उनका संपूर्ण जीवन राष्ट्रीय आंदोलन के लिए समर्पित था। विद्यार्थी जी को 'प्रताप' नामक समाचार पत्र का संस्थापक माना जाता है, जो हिंदी भाषा का एक महत्वपूर्ण समाचार पत्र था। 'प्रताप' का पहला अंक 1913 में प्रकाशित हुआ था। यह समाचार पत्र राष्ट्रीय आंदोलन का एक मुखपत्र बन गया और भारतीय जनता को स्वतंत्रता के लिए प्रेरित करता था। गणेश शंकर विद्यार्थी के 'प्रताप' ने अंग्रेजी सरकार की नीतियों की कड़ी आलोचना की और भारतीय जनता को उनके अधिकारों के बारे में जागृत किया। विद्यार्थी जी का पत्रकारीय दृष्टिकोण अत्यंत क्रांतिकारी था। वे समाचारों को केवल तथ्यों के रूप में प्रस्तुत नहीं करते थे, बल्कि उन्हें राष्ट्रीय चेतना के संदर्भ में विश्लेषित करते थे। उनके संपादकीय लेख हिंदी साहित्य के उत्कृष्ट नमूने थे और वे जनता को प्रभावित करते थे। विद्यार्थी जी का विश्वास था कि पत्रकारिता एक सामाजिक दायित्व है और इसका उपयोग जनता के कल्याण के लिए किया जाना चाहिए। उन्होंने सांप्रदायिक सद्भावना बनाए रखने का भी प्रयास किया। कानपुर में सांप्रदायिक दंगों के समय भी विद्यार्थी जी



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

ने अपने 'प्रताप' के माध्यम से शांति का संदेश दिया और सभी को एकता के सूत्र में बांधने का आह्वान किया। गणेश शंकर विद्यार्थी के पत्रकारीय जीवन में कई चुनौतियां आईं। अंग्रेजी सरकार ने उन पर कई बार मुकदमे चलाए और 'प्रताप' पर प्रतिबंध लगाए। विद्यार्थी जी को कारावास में भी डाला गया। लेकिन उन्होंने कभी अपने सिद्धांतों से समझौता नहीं किया। 1931 में कानपुर के सांप्रदायिक दंगों के दौरान विद्यार्थी जी की हत्या कर दी गई। उनकी मृत्यु राष्ट्रीय आंदोलन के लिए एक बड़ी क्षति थी, लेकिन उनकी विरासत आज भी भारतीय पत्रकारिता को प्रेरित करती है। गणेश शंकर विद्यार्थी का जीवन और कार्य यह प्रदर्शित करते हैं कि पत्रकार केवल समाचार लिखने वाले नहीं होते, बल्कि वे समाज के निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

5. माखनलाल चतुर्वेदी: राष्ट्र भक्त पत्रकार और साहित्यकार

माखनलाल चतुर्वेदी (1889-1968) भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन के एक अन्य प्रमुख पत्रकार, साहित्यकार और राष्ट्रीय नेता थे। मध्य प्रदेश के होशंगाबाद जिले में जन्मे चतुर्वेदी जी ने अपनी पत्रकारिता और साहित्य के माध्यम से राष्ट्रीय आंदोलन को एक नई दिशा दी। उन्हें 'प्रभा' और 'कर्मवीर' नामक समाचार पत्रों का संपादक माना जाता है। 'प्रभा' एक हिंदी पत्रिका थी जो राष्ट्रीय चेतना का प्रसार करती थी। चतुर्वेदी जी की लेखनी तीव्र और प्रभावशाली थी। उनके लेख, संपादकीय और कविताएं भारतीय जनता को अंग्रेजी शासन के विरुद्ध संघर्ष के लिए प्रेरित करती थीं। माखनलाल चतुर्वेदी की पत्रकारिता का विशेषता था कि वे विचार और भाव को बेहद प्रभावी तरीके से व्यक्त करते थे। उनकी प्रसिद्ध पंक्ति 'पुष्प की अगुआई में काँटों की सेना' राष्ट्रीय आंदोलन में एक आह्वान का काम करती थी। उन्होंने अपने साहित्य में विद्रोह की भावना को जीवंत रखा। चतुर्वेदी जी का विश्वास था कि साहित्य और पत्रकारिता समाज में परिवर्तन के सबसे शक्तिशाली साधन हैं। 'कर्मवीर' पत्रिका के माध्यम से उन्होंने सामाजिक समरसता, शिक्षा के विस्तार और आर्थिक स्वावलंबन के संदेश को व्यापक रूप से प्रचारित किया। चतुर्वेदी जी के पत्रकारीय लेख हिंदी गद्य का एक उत्कृष्ट उदाहरण हैं।

माखनलाल चतुर्वेदी की पत्रकारिता में सामाजिक जिम्मेदारी की गहरी भावना थी। वे अशिक्षा, दरिद्रता और सामाजिक असमानता के विरुद्ध लड़ाई लड़ते थे। 'कर्मवीर'

पत्रिका के माध्यम से चतुर्वेदी जी ने किसानों, मजदूरों और गरीब लोगों की आवाज उठाई। वे स्वदेशी आंदोलन के भी समर्थक थे और भारतीय वस्तुओं के उपयोग को प्रोत्साहित करते थे। चतुर्वेदी जी का पत्रकारीय जीवन भी कठिनाइयों से भरा हुआ था। अंग्रेजी सरकार ने कई बार उन पर कार्रवाई की और उन्हें जेल में भी डाला। लेकिन चतुर्वेदी जी ने कभी निराश नहीं हुए और अपने मिशन को पूरा करते रहे। उनके साहित्य और पत्रकारिता की विरासत आज भी भारतीय पत्रकारिता के लिए एक प्रेरणा स्रोत है।

6. अन्य प्रमुख स्वतंत्रता सेनानी पत्रकार

भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन में गणेश शंकर विद्यार्थी और माखनलाल चतुर्वेदी के अलावा अन्य भी कई प्रमुख पत्रकार थे जिन्होंने राष्ट्रीय चेतना के प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। बाल गंगाधर तिलक (1856-1920) मराठी समाचार पत्र 'केसरी' के संस्थापक थे। 'केसरी' ने भारतीय राष्ट्रवाद के विचारों को व्यापक रूप से प्रसारित किया। तिलक का प्रसिद्ध कथन 'स्वराज्य मेरा जन्मसिद्ध अधिकार है' राष्ट्रीय आंदोलन का एक प्रमुख आदर्श वाक्य बन गया। तिलक की पत्रकारिता राष्ट्रीय राजनीति के विकास में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। महात्मा गांधी (1869-1948) भी एक प्रभावशाली पत्रकार थे। गांधी जी ने 'यंग इंडिया' (1919) और 'हरिजन' (1933) जैसी पत्रिकाओं का संपादन किया। गांधी जी की पत्रकारिता अहिंसा, सत्य और सामाजिक न्याय के सिद्धांतों पर आधारित थी। उनके लेख जनता को अंग्रेजी शासन के विरुद्ध शांतिपूर्ण तरीके से प्रतिरोध करने के लिए प्रेरित करते थे। गांधी जी की पत्रकारिता की शक्ति इतनी अधिक थी कि वह हजारों लोगों को राष्ट्रीय आंदोलन में भाग लेने के लिए प्रेरित कर सकती थी।

सुरेंद्रनाथ बनर्जी (1848-1925) 'बंगाली' समाचार पत्र के संपादक थे जो राष्ट्रीय आंदोलन का एक महत्वपूर्ण मुखपत्र था। मोतीलाल नेहरू (1861-1931) 'इंडिपेंडेंट' अखबार के संस्थापक थे। कृष्ण कुमार अरोड़ा, श्री कृष्ण गोपाल और अन्य कई पत्रकारों ने भी राष्ट्रीय चेतना के प्रसार में महत्वपूर्ण योगदान दिया। इन सभी पत्रकारों का समान उद्देश्य था कि भारतीय जनता को अपने अधिकारों के बारे में जागृत किया



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

जाए और उन्हें राष्ट्रीय एकता के लिए प्रेरित किया जाए। ये पत्रकार पत्रकारिता के नैतिक मूल्यों का पालन करते थे और सत्य को अपने लेखन का आधार बनाते थे।

7. पत्रकारिता की चुनौतियां और अंग्रेजी सरकार का दमन

स्वतंत्रता आंदोलन के दौरान भारतीय पत्रकारों को अंग्रेजी सरकार की ओर से कई चुनौतियों का सामना करना पड़ा। अंग्रेज सरकार को समझ आ गई थी कि पत्रकारिता राष्ट्रीय चेतना का एक शक्तिशाली माध्यम है और इसे नियंत्रित न किया जाए तो यह भारतीय साम्राज्य के लिए खतरनाक साबित हो सकती है। इसलिए, अंग्रेज सरकार ने भारतीय समाचार पत्रों पर कठोर प्रतिबंध लगाए। 'ट्रैकोनियन प्रेस एक्ट' (1878) के तहत समाचार पत्रों पर काफी प्रतिबंध लगाए गए। इस कानून के तहत, सरकार के विरुद्ध कोई भी नकारात्मक लेख प्रकाशित करने वाले संपादकों को जेल में डाला जा सकता था या भारी जुर्माना लगाया जा सकता था। भारतीय पत्रकारों को अपनी पत्रिकाओं और समाचार पत्रों को जब्त करना पड़ा। अनेक समाचार पत्रों पर प्रकाशन से पहले सेंसरशिप लागू की गई। कुछ समाचार पत्रों को पूरी तरह प्रतिबंधित कर दिया गया। गणेश शंकर विद्यार्थी को 'प्रताप' के लिए कई बार गिरफ्तार किया गया और उन्हें लंबी अवधि की कारावास की सजा दी गई। माखनलाल चतुर्वेदी को भी उनकी पत्रकारिता के लिए कारावास का दंड भुगतना पड़ा। इसके बावजूद, भारतीय पत्रकार अपने मिशन से विचलित नहीं हुए। वे अपने अखबारों को गुप्त रूप से प्रकाशित करते थे और उन्हें भूमिगत रूप में वितरित करते थे।

अंग्रेजी सरकार की दमनकारी नीतियों ने भारतीय पत्रकारों को और भी अधिक सजग और जागरूक बना दिया। पत्रकारों ने अपनी लेखनी को और भी तीव्र किया। वे अपने समाचार पत्रों में अंग्रेजी सरकार की नीतियों की कड़ी आलोचना करते थे और जनता को उनके विरुद्ध संघर्ष के लिए प्रेरित करते थे। अंग्रेजी सरकार के दमन के बावजूद, पत्रकारिता भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन का एक सशक्त हथियार बनी रही। भारतीय पत्रकारों का साहस और दृढ़ संकल्प इतिहास में एक प्रेरणादायक उदाहरण है कि कैसे पत्रकारिता को राष्ट्रीय नेतृत्व के लिए एक माध्यम के रूप में उपयोग किया जा सकता है।



**हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और
विकास**

8. पत्रकारिता के माध्यम से सामाजिक जागृति

पत्रकारिता का उपयोग केवल राजनीतिक समाचारों के प्रसार के लिए नहीं किया जाता था, बल्कि इसे सामाजिक सुधार और जागृति के लिए भी एक महत्वपूर्ण माध्यम के रूप में उपयोग किया जाता था। भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन के दौरान समाचार पत्रों ने सामाजिक कुरीतियों के विरुद्ध एक मजबूत अभियान चलाया। सती प्रथा, बाल विवाह, दहेज प्रथा जैसी कुरीतियों के विरुद्ध समाचार पत्रों में नियमित रूप से लेख और संपादकीय प्रकाशित होते थे। इन लेखों ने समाज में एक सकारात्मक परिवर्तन लाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। पत्रकारिता ने महिलाओं की शिक्षा और उनके अधिकारों के लिए भी आवाज उठाई। समाचार पत्रों में महिला शिक्षा के महत्व को उजागर किया जाता था और समाज को महिलाओं को बेहतर अवसर प्रदान करने के लिए प्रेरित किया जाता था। इसके अलावा, पत्रकारिता ने स्वदेशी आंदोलन का भी जोरदार समर्थन किया। समाचार पत्रों में विदेशी माल के बहिष्कार और भारतीय वस्तुओं के उपयोग को प्रोत्साहित किया जाता था। इससे भारतीय उद्योग को बढ़ावा मिला और आत्मनिर्भरता की भावना जागृत हुई। पत्रकारिता ने शिक्षा के प्रसार के लिए भी एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। समाचार पत्रों में शिक्षा के महत्व को बार-बार रेखांकित किया जाता था और समाज को अपने बच्चों को स्कूल में भेजने के लिए प्रोत्साहित किया जाता था।

दलित और निम्न वर्ग के लोगों के अधिकारों के लिए भी पत्रकारिता ने आवाज उठाई। समाचार पत्रों में जातिगत भेदभाव की आलोचना की जाती थी और समानता के सिद्धांत को प्रचारित किया जाता था। यह सामाजिक जागृति पत्रकारिता के माध्यम से एक व्यापक आंदोलन में रूपांतरित हुई जो भारतीय समाज के प्रत्येक वर्ग को प्रभावित करती थी। पत्रकारिता ने भारतीय समाज को आधुनिकता और तर्कबुद्धि की ओर अग्रसर किया। समाचार पत्रों में वैज्ञानिक ज्ञान, आधुनिक प्रौद्योगिकी और तकनीकी विकास के बारे में जानकारी दी जाती थी। इससे भारतीय जनता का दृष्टिकोण व्यापक होता था और वह अंधविश्वास से मुक्त होकर तर्कसंगत सोच की ओर बढ़ते थे। पत्रकारिता ने भारतीय समाज को एक समग्र परिवर्तन के पथ पर ले जाया, जहां राजनीतिक स्वतंत्रता के साथ-साथ सामाजिक और आर्थिक परिवर्तन भी परिकल्पित था।



9. पत्रकारिता की विरासत और आजादी के बाद का प्रभाव

भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन में पत्रकारिता की भूमिका इतनी महत्वपूर्ण थी कि आजादी के बाद भी इसका प्रभाव भारतीय लोकतंत्र पर स्पष्ट दिखाई दिया। भारत के संविधान में प्रेस की स्वतंत्रता को एक मौलिक अधिकार के रूप में मान्यता दी गई। यह भारतीय पत्रकारों के संघर्ष और बलिदान का ही परिणाम था कि भारत के संविधान निर्माताओं ने प्रेस की स्वतंत्रता को सर्वोच्च महत्व दिया। भारतीय संविधान के अनुच्छेद 19 में भाषण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को सुरक्षा प्रदान की गई, जिसमें प्रेस की स्वतंत्रता भी शामिल है। आजादी के बाद, भारतीय पत्रकारिता का दायरा और विस्तार काफी बढ़ा। लोकतांत्रिक व्यवस्था के तहत पत्रकारिता को सरकार की कार्यप्रणाली की निरीक्षण करने के लिए एक महत्वपूर्ण भूमिका निभानी थी। भारतीय पत्रकारों ने आजादी के बाद भी इस भूमिका को निभाना जारी रखा। वे सरकार की गलत नीतियों की आलोचना करते थे और जनता के अधिकारों की रक्षा के लिए लड़ाई लड़ते थे। स्वतंत्रता आंदोलन के समय के पत्रकारों ने आजादी के बाद भी अपनी पत्रिकाओं और समाचार पत्रों को चलाया और अपने राष्ट्रीय दायित्वों को निभाना जारी रखा। वे भारतीय लोकतंत्र को मजबूत करने और सामाजिक न्याय को सुनिश्चित करने के लिए काम करते रहे।

भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन में पत्रकारिता की विरासत आज भी भारतीय पत्रकारिता को मार्गदर्शन प्रदान करती है। आधुनिक पत्रकारों को गणेश शंकर विद्यार्थी, माखनलाल चतुर्वेदी, बाल गंगाधर तिलक और गांधी जी जैसे महापुरुषों के उदाहरणों से प्रेरणा मिलती है। ये पत्रकार अपने समय में पत्रकारिता के नैतिक मूल्यों का पालन करते थे और सत्य को अपने लेखन का आधार बनाते थे। आजकल की दुनिया में जहां पत्रकारिता को अनेक चुनौतियों का सामना करना पड़ रहा है, वहां इन महापुरुषों की विरासत को याद रखना अत्यंत महत्वपूर्ण है। भारतीय पत्रकारिता को अपनी स्वतंत्रता की रक्षा करनी चाहिए और सामाजिक दायित्वों का निर्वहन करना चाहिए।

भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन में पत्रकारिता की भूमिका न केवल महत्वपूर्ण थी, बल्कि यह अपरिहार्य भी थी। पत्रकारिता के बिना राष्ट्रीय चेतना का प्रसार संभव नहीं हो



हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और विकास

सकता था। यह पत्रकारिता ही थी जिसने भारतीय जनता को एक सूत्र में बांधा, उन्हें अपने अधिकारों के बारे में जागृत किया और उन्हें स्वतंत्रता के लिए संघर्ष करने के लिए प्रेरित किया। गणेश शंकर विद्यार्थी जैसे पत्रकारों ने अपने जीवन को पत्रकारिता के लिए समर्पित किया और अपने विचारों को लोगों तक पहुंचाने के लिए सभी कठिनाइयों का सामना किया। माखनलाल चतुर्वेदी ने अपनी तीव्र और प्रभावशाली लेखनी से लाखों लोगों को राष्ट्रीय आंदोलन में भाग लेने के लिए प्रेरित किया। अन्य पत्रकारों ने भी अपने-अपने क्षेत्रों में महत्वपूर्ण योगदान दिया। पत्रकारिता की शक्ति इतनी अधिक थी कि अंग्रेजी सरकार को भारतीय समाचार पत्रों पर कठोर प्रतिबंध लगाने के लिए विशेष कानून बनाने पड़े। इसी से साफ है कि पत्रकारिता राष्ट्रीय आंदोलन के लिए कितनी महत्वपूर्ण थी। भारतीय पत्रकारों ने अपनी स्वतंत्रता और जीवन की कीमत पर राष्ट्रीय चेतना का प्रसार किया। यह पत्रकारिता ही थी जिसने सामाजिक सुधार, आर्थिक न्याय और राजनीतिक स्वतंत्रता के विचारों को व्यापक रूप से प्रचारित किया। भारतीय समाज को आधुनिकता और तर्कबुद्धि की ओर ले जाने में पत्रकारिता की भूमिका अविस्मरणीय है।

आज, जब हम आजाद भारत में रहते हैं, तो हमें अपने पत्रकारों के बलिदान को याद करना चाहिए। भारतीय पत्रकारिता को आजकल की चुनौतियों का सामना करते हुए भी अपने मूल मूल्यों को बनाए रखना चाहिए। सत्य, न्याय और जनसेवा के सिद्धांतों पर आधारित पत्रकारिता ही भारतीय लोकतंत्र को मजबूत कर सकती है। स्वतंत्रता आंदोलन में पत्रकारिता की विरासत आज भी भारतीय समाज के लिए एक मार्गदर्शक सूत्र है। यह हमें बताती है कि कैसे एक जागरूक, साहसी और सत्यनिष्ठ पत्रकारिता समाज में बड़े परिवर्तन ला सकती है और लोकतांत्रिक मूल्यों की रक्षा कर सकती है। इसलिए, भारतीय पत्रकारिता को अपनी उदार परंपरा को बनाए रखते हुए भविष्य के लिए अपना पथ प्रशस्त करना चाहिए। पत्रकारिता और राष्ट्रीय चेतना का यह संबंध आज भी उतना ही महत्वपूर्ण है जितना कि स्वतंत्रता आंदोलन के समय था। आजकल की दुनिया में अनेक सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक समस्याएं हैं। इन समस्याओं का समाधान तभी संभव है जब पत्रकारिता अपनी जिम्मेदारी को समझे और समाज के लिए सत्य की वकालत करे। भारतीय पत्रकारिता को चाहिए कि वह अपने महान पूर्वजों के पदचिन्हों पर चलते हुए राष्ट्र की सेवा करे और जनता के अधिकारों की रक्षा



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

करे। पत्रकारिता केवल समाचार लिखने का काम नहीं है, बल्कि यह समाज के निर्माण में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। इसी भूमिका को समझते हुए और इसे सम्मान के साथ निभाते हुए भारतीय पत्रकारिता आज के युग में भी अपनी प्रासंगिकता बनाए रख सकती है और समाज के लिए एक सकारात्मक परिवर्तन का वाहक बन सकती है।

इकाई 2.4: स्वतंत्रता के बाद हिंदी पत्रकारिता

2.4.1 स्वतंत्रता के बाद का विकास

भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन के दौरान पत्रकारिता ने जिस भूमिका का निर्वाह किया, उसने न केवल जनमानस को जागरूक किया बल्कि राष्ट्र के निर्माण की नींव भी रखी। स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात भारतीय प्रेस ने एक नए युग में प्रवेश किया। 1947 के बाद भारतीय समाज के सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक ढांचे में भारी परिवर्तन हुए, जिनका प्रत्यक्ष प्रभाव पत्रकारिता और समाचार माध्यमों पर भी पड़ा। पत्रकारिता अब केवल स्वतंत्रता संघर्ष का उपकरण नहीं रही, बल्कि उसने लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रूप में अपनी भूमिका को संस्थागत रूप दिया। स्वतंत्रता के बाद का काल भारतीय प्रेस के लिए पुनर्गठन, विस्तार और आत्मपरीक्षण का काल था।

2. स्वतंत्रता के बाद भारतीय प्रेस की संरचना और स्वरूप

स्वतंत्रता के उपरांत भारत का संविधान लागू हुआ, जिसने प्रेस की स्वतंत्रता को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के रूप में सुनिश्चित किया। अनुच्छेद 19(1)(a) ने प्रेस को विचार व्यक्त करने का अधिकार प्रदान किया, जिससे पत्रकारिता की दिशा और दृष्टि दोनों बदल गईं। पहले जो प्रेस आंदोलन का साधन था, अब वह लोकतंत्र के संरक्षण और संवर्धन का माध्यम बन गया। इस काल में 'द हिन्दू', 'टाइम्स ऑफ इंडिया', 'हिंदुस्तान', 'नवभारत टाइम्स', 'जनसत्ता', 'दैनिक भास्कर' और 'पंजाब केसरी' जैसे अखबारों ने अपनी पहचान मजबूत की। अंग्रेज़ी के साथ-साथ हिंदी, बंगला, मराठी, उर्दू और अन्य भारतीय भाषाओं में भी समाचार पत्रों की संख्या बढ़ी। यह इस बात का प्रमाण था कि अब पत्रकारिता केवल शहरी या शिक्षित वर्ग तक सीमित नहीं रही, बल्कि जनसंचार का वास्तविक माध्यम बन चुकी थी।

3. नए समाचार पत्रों का उदय

स्वतंत्रता के बाद के दशक में अनेक नए समाचार पत्रों का उदय हुआ, जिन्होंने भारतीय पत्रकारिता को नई दिशा दी। 1950 और 1960 के दशक में 'नवभारत



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

टाइम्स', 'हिंदुस्तान', 'नई दुनिया', 'सर्चलाइट', 'राजस्थान पत्रिका', 'लोकमत' और 'दैनिक जागरण' जैसे अखबारों का प्रकाशन आरंभ हुआ। इन पत्रों ने क्षेत्रीय दृष्टि से समाचारों को प्रस्तुत कर जनता से सीधा संवाद स्थापित किया। इन नए समाचार पत्रों की सबसे बड़ी विशेषता यह थी कि उन्होंने स्थानीय मुद्दों, ग्रामीण विकास, शिक्षा, स्वास्थ्य और रोजगार जैसे विषयों को राष्ट्रीय विमर्श का हिस्सा बनाया। इससे मीडिया केवल राष्ट्रीय घटनाओं तक सीमित नहीं रहा बल्कि उसने जनता के जीवन से जुड़े मुद्दों को समाचार मूल्य का आधार बनाया। प्रिंट माध्यमों के समानांतर रेडियो और बाद में दूरदर्शन का विकास हुआ, जिसने समाचार प्रसार की सीमाओं को विस्तृत किया। रेडियो समाचार, आकाशवाणी की "समाचार सेवा", और बाद में दूरदर्शन के समाचार कार्यक्रमों ने मीडिया की पहुँच को घर-घर तक पहुँचा दिया।

4. स्वतंत्र भारत में समाचार पत्रों का लोकतांत्रिक योगदान

स्वतंत्र भारत के समाचार पत्रों ने लोकतांत्रिक संस्कृति के निर्माण में अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। संसद की कार्यवाही, नीति निर्धारण, सामाजिक आंदोलनों और नागरिक अधिकारों से जुड़ी खबरों के माध्यम से उन्होंने जनमत निर्माण का कार्य किया। 1950 के दशक में भूमि सुधार, पंचवर्षीय योजनाएँ, औद्योगिकीकरण, भाषाई राज्यों का गठन, और शैक्षणिक नीतियाँ – इन सभी मुद्दों को प्रेस ने गंभीरता से उठाया। इसके साथ ही, 1975 में लागू आपातकाल (Emergency) के दौरान प्रेस ने अपने अस्तित्व के संकट को झेला। संसद के दौर ने यह स्पष्ट किया कि प्रेस की स्वतंत्रता लोकतंत्र की आत्मा है। बाद के वर्षों में जब आपातकाल समाप्त हुआ, तब प्रेस ने पहले से अधिक सशक्त रूप में अपनी भूमिका निभाई।

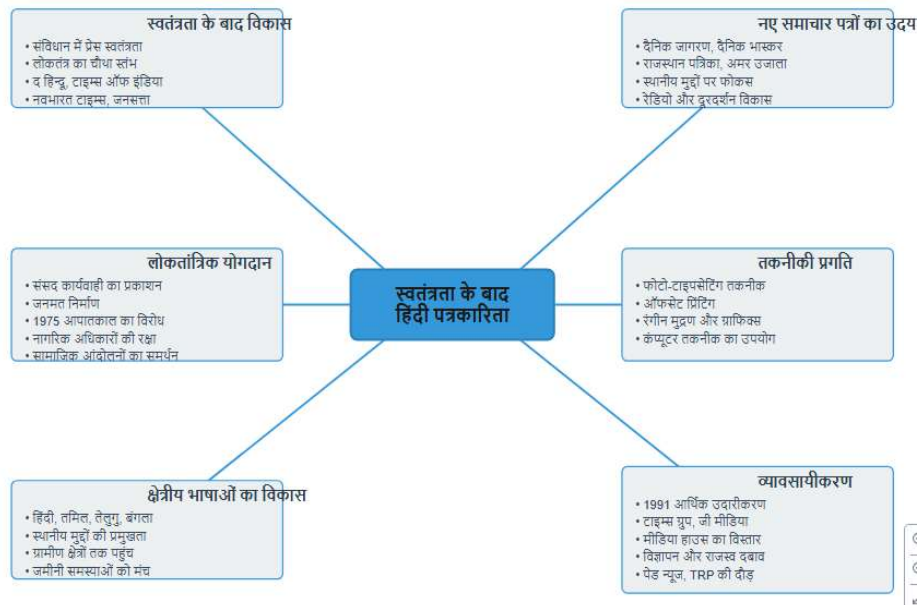
5. तकनीकी प्रगति और पत्रकारिता का आधुनिकरण

1970 और 1980 के दशक में तकनीकी प्रगति ने पत्रकारिता की प्रक्रिया को पूरी तरह बदल दिया। पहले जहाँ समाचार संकलन और मुद्रण एक धीमी प्रक्रिया थी, वहीं अब फोटो-टाइपसेटिंग, ऑफसेट प्रिंटिंग और कंप्यूटर तकनीक के प्रयोग ने समाचार पत्रों की गुणवत्ता और गति दोनों में सुधार किया। इस युग में रंगीन मुद्रण, कार्टून, चित्र, ग्राफ और आकर्षक पृष्ठ विन्यास ने पाठकों का ध्यान खींचा। समाचार पत्र केवल सूचना का माध्यम नहीं रहे, बल्कि एक संपूर्ण दृश्य-श्रव्य अनुभव बन गए।

इस तकनीकी परिवर्तन ने छोटे और मध्यम आकार के समाचार पत्रों को भी प्रतिस्पर्धा में भाग लेने का अवसर दिया। इससे पत्रकारिता का लोकतंत्रीकरण हुआ और सूचना का प्रसार बहुस्तरीय हो गया।

6. क्षेत्रीय भाषाओं में पत्रकारिता का विकास

स्वतंत्रता के बाद क्षेत्रीय भाषाओं की पत्रकारिता का अभूतपूर्व विकास हुआ। हिंदी, तमिल, तेलुगु, बंगला, मराठी, गुजराती और उर्दू भाषाओं में अखबारों की संख्या तेजी से बढ़ी। हिंदी पत्रकारिता ने विशेष रूप से 1980 के दशक में अभूतपूर्व विस्तार देखा, जब 'दैनिक भास्कर', 'दैनिक जागरण' और 'अमर उजाला' जैसे अखबारों ने छोटे शहरों और ग्रामीण क्षेत्रों में अपनी पहुँच स्थापित की। क्षेत्रीय प्रेस ने स्थानीय मुद्दों को राष्ट्रीय विमर्श में स्थान दिलाया और लोकतंत्र के निचले स्तर तक सूचना पहुँचाने का कार्य किया। यह विकास केवल भाषा का नहीं बल्कि दृष्टिकोण का भी था—जहाँ राष्ट्रीय अखबार सत्ता और नीतियों पर केंद्रित थे, वहीं क्षेत्रीय अखबार समाज के जमीनी मुद्दों को सामने ला रहे थे।



चित्र 2.4: स्वतंत्रता के बाद हिंदी पत्रकारिता



7. व्यावसायीकरण की अवधारणा और पृष्ठभूमि

स्वतंत्रता के बाद भारतीय मीडिया धीरे-धीरे व्यावसायिक दृष्टिकोण अपनाने लगा। पत्रकारिता, जो पहले आदर्शवाद और सेवा भावना से प्रेरित थी, अब एक उद्योग के रूप में विकसित होने लगी। 1970 के दशक तक अधिकांश समाचार पत्र पारिवारिक या वैचारिक आधार पर चलाए जाते थे, लेकिन 1980 के दशक के बाद आर्थिक उदारीकरण की हवा ने मीडिया को भी प्रभावित किया। विज्ञापन, बाजार और पूँजी निवेश के प्रवेश से पत्रकारिता में व्यावसायीकरण की प्रक्रिया शुरू हुई। मीडिया संस्थान अब केवल सामाजिक उद्देश्य के लिए नहीं बल्कि लाभार्जन और प्रतिस्पर्धा के लिए भी कार्य करने लगे। समाचार पत्रों की सामग्री, स्वरूप और भाषा में इस परिवर्तन के स्पष्ट संकेत दिखाई देने लगे।

8. मीडिया हाउस का विस्तार और संस्थागतकरण

1991 के बाद आर्थिक उदारीकरण के साथ-साथ मीडिया उद्योग में निजी क्षेत्र का पूँजी निवेश बढ़ा। 'टाइम्स ग्रुप', 'इंडिया टुडे', 'दैनिक भास्कर समूह', 'जागरण प्रकाशन लिमिटेड', 'नेटवर्क 18', 'ज़ी मीडिया', और 'हिंदुस्तान टाइम्स मीडिया' जैसे बड़े कॉर्पोरेट समूहों ने समाचार पत्रों, पत्रिकाओं, रेडियो, टीवी और डिजिटल प्लेटफॉर्म पर अपना साम्राज्य स्थापित किया। मीडिया हाउस अब बहु-माध्यमिक (multi-media) हो गए — एक ही समूह समाचार पत्र, टीवी चैनल, रेडियो, वेबसाइट, ऐप और सोशल मीडिया तक सक्रिय हो गया। इस विस्तार से समाचार उत्पादन और प्रसारण की प्रक्रिया पेशेवर बनी, लेकिन इसके साथ ही मीडिया पर कॉर्पोरेट नियंत्रण की चिंताएँ भी बढ़ीं। विज्ञापन और राजस्व के दबाव ने कई बार संपादकीय स्वतंत्रता को प्रभावित किया, जिससे पत्रकारिता के नैतिक आयामों पर प्रश्न उठे।

9. व्यावसायीकरण के प्रभाव: अवसर और चुनौतियाँ

व्यावसायीकरण ने भारतीय पत्रकारिता को तकनीकी रूप से सशक्त बनाया, लेकिन नैतिक दृष्टि से कई चुनौतियाँ भी उत्पन्न कीं। सकारात्मक पक्ष यह रहा कि इससे समाचार पत्रों की वित्तीय स्थिरता बढ़ी, आधुनिक मुद्रण तकनीक आई, पत्रकारों को



हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और विकास

बेहतर वेतन मिला और ग्रामीण क्षेत्रों तक समाचार वितरण संभव हुआ। नकारात्मक पक्ष में यह देखा गया कि समाचारों की प्राथमिकता में बदलाव आया। जनहित के विषयों की जगह मनोरंजन, ग्लैमर और विज्ञापन आधारित समाचारों ने स्थान लेना शुरू किया। 'पेड न्यूज', 'टीआरपी रेस' और 'क्लिक-बेट' जैसी प्रवृत्तियाँ व्यावसायीकरण की उपज हैं, जिन्होंने पत्रकारिता की विश्वसनीयता को आंशिक रूप से प्रभावित किया। फिर भी, यह भी सत्य है कि आज के युग में मीडिया का अस्तित्व आर्थिक स्वावलंबन के बिना संभव नहीं है। अतः व्यावसायीकरण और मूल्यनिष्ठा के बीच संतुलन बनाना भारतीय पत्रकारिता की सबसे बड़ी चुनौती है।

स्वतंत्रता के बाद से लेकर आज तक भारतीय पत्रकारिता ने अनेक चरणों से गुज़रते हुए एक लंबा सफर तय किया है। प्रारंभ में यह आदर्शवादी आंदोलन का हिस्सा थी, फिर लोकतांत्रिक विमर्श का माध्यम बनी, और आज वैश्विक प्रतिस्पर्धा के युग में यह एक विशाल उद्योग का रूप ले चुकी है। नए समाचार पत्रों का उदय भारतीय समाज की जागरूकता का द्योतक था, वहीं व्यावसायीकरण ने मीडिया को आत्मनिर्भर और तकनीकी रूप से प्रगतिशील बनाया। परंतु इस विकास यात्रा में यह ध्यान रखना आवश्यक है कि मीडिया की आत्मा – जनता के प्रति उत्तरदायित्व – कभी खो न जाए। लोकतंत्र में मीडिया केवल सूचना का साधन नहीं, बल्कि जनमत निर्माण और सत्ता-संयम का माध्यम है। अतः भारतीय पत्रकारिता को यह संतुलन बनाए रखना होगा कि वह आर्थिक दृष्टि से सक्षम हो, परंतु नैतिक दृष्टि से जनहित में प्रतिबद्ध भी बनी रहे। स्वतंत्रता के बाद का विकास और व्यावसायीकरण — दोनों ही भारतीय मीडिया के दो स्तंभ हैं। एक ओर उन्होंने इसे शक्ति और पहुँच दी, तो दूसरी ओर मूल्य और उत्तरदायित्व का प्रश्न खड़ा किया। भविष्य में भारतीय पत्रकारिता को अपनी जड़ों से जुड़कर, तकनीकी प्रगति के साथ तालमेल बिठाते हुए, समाज के प्रति अपनी जवाबदेही को सर्वोपरि रखना होगा — यही सच्चे अर्थों में स्वतंत्रता के बाद मीडिया का सतत विकास और व्यावसायिक परिपक्वता कही जा सकती है।



इकाई 2.5: क्षेत्रीय पत्रकारिता

2.5.1 क्षेत्रीय पत्रकारिता का महत्व

1. भूमिका : भारतीय पत्रकारिता की आत्मा के रूप में क्षेत्रीय पत्रकारिता

भारतीय पत्रकारिता का इतिहास बहुत प्राचीन और समृद्ध रहा है। जहाँ एक ओर राष्ट्रीय स्तर की पत्रकारिता ने स्वतंत्रता संग्राम, सामाजिक सुधार आंदोलनों और आधुनिक भारत के निर्माण में अपनी अहम भूमिका निभाई, वहीं क्षेत्रीय पत्रकारिता ने देश के ग्रामीण, अर्ध-शहरी और भाषाई समाजों की आवाज़ बनकर वास्तविक लोकतंत्र को गहराई प्रदान की। क्षेत्रीय पत्रकारिता केवल समाचारों का माध्यम नहीं है, बल्कि यह सामाजिक चेतना, स्थानीय संस्कृति और जनभावनाओं का दर्पण है। स्थानीय भाषाओं में प्रकाशित अखबार, पत्रिकाएँ और डिजिटल पोर्टल उन लोगों के लिए अभिव्यक्ति का माध्यम बने हैं जो मुख्यधारा की भाषा या अंग्रेज़ी-हिंदी पत्रकारिता की पहुँच से दूर हैं। आज के युग में जब सूचना तकनीक ने हर व्यक्ति तक पहुँच बना ली है, तब क्षेत्रीय पत्रकारिता का महत्व और भी बढ़ गया है क्योंकि यह न केवल समाचार देती है बल्कि समाज के भीतर संवाद, विकास और लोकतांत्रिक भागीदारी को भी सशक्त करती है।

2. क्षेत्रीय पत्रकारिता का उद्भव और ऐतिहासिक पृष्ठभूमि

भारतीय पत्रकारिता की शुरुआत 18वीं शताब्दी के उत्तरार्ध में हुई जब अंग्रेज़ी भाषा के समाचार पत्रों का प्रकाशन प्रारंभ हुआ। किंतु जल्द ही भारतीय भाषाओं में भी पत्र-पत्रिकाओं का उदय हुआ — जैसे कि बंगाल में 'समाचार दर्पण' (1818), मराठी में 'दर्पण', हिंदी में 'उदन्त मार्तण्ड' (1826) और गुजराती में 'बॉम्बे समाचार'। इन पत्रों ने भारतीय समाज की स्थानीय समस्याओं, संस्कृति और राजनीति को केंद्र में रखा। स्वतंत्रता संग्राम के समय 'केसरी', 'प्रताप', 'भारतमित्र' और 'अमृत बाजार पत्रिका' जैसे क्षेत्रीय अखबारों ने आम जनता में देशभक्ति और जागरूकता की भावना को जगाया। अंग्रेज़ी शासन में जब अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता सीमित थी, तब क्षेत्रीय पत्रकारों ने अपनी स्थानीय भाषाओं के माध्यम से सत्य और संघर्ष की आवाज़ को



हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और विकास

जन-जन तक पहुँचाया। स्वतंत्रता के बाद भी क्षेत्रीय पत्रकारिता ने लोकतंत्र की रक्षा, विकास की निगरानी और सामाजिक सुधार के लिए अहम भूमिका निभाई। इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि क्षेत्रीय पत्रकारिता भारतीय समाज की जड़ों से जुड़ी पत्रकारिता रही है, जो आज भी अपनी उसी भावना के साथ जीवित है।

3. स्थानीय भाषाओं में पत्रकारिता का सांस्कृतिक महत्व

भारत बहुभाषी, बहुसांस्कृतिक और बहुजातीय देश है। यहाँ भाषा केवल संप्रेषण का माध्यम नहीं बल्कि पहचान और भावनात्मक जुड़ाव का आधार है। जब पत्रकारिता स्थानीय भाषाओं में होती है, तब वह केवल सूचना नहीं देती बल्कि उस समुदाय की संस्कृति, परंपरा और विचारधारा को भी जीवित रखती है। स्थानीय भाषा के माध्यम से किया गया समाचार-प्रसार लोगों के दिलों में गहरी पैठ बनाता है क्योंकि वे उसी भाषा में सोचते, बोलते और सपने देखते हैं। उदाहरण के लिए, भोजपुरी, मैथिली, मराठी, तमिल, असमिया या पंजाबी भाषाओं में पत्रकारिता अपने-अपने क्षेत्र की विशिष्ट लोकसंस्कृति को अभिव्यक्त करती है। स्थानीय भाषा की पत्रकारिता से लोकगीत, लोककला, उत्सव, धार्मिक परंपराएँ, और ग्रामीण जीवन की विविधता भी समाचार माध्यमों में स्थान पाती है। इससे भाषाई गौरव और सांस्कृतिक एकता की भावना बढ़ती है। यही कारण है कि क्षेत्रीय पत्रकारिता केवल सूचना नहीं बल्कि संस्कृति की वाहक भी है।

4. लोकतंत्र और जनसंचार में क्षेत्रीय पत्रकारिता की भूमिका

लोकतंत्र का आधार जनभागीदारी और पारदर्शिता है। जब जनता की आवाज़ को प्रमुख माध्यमों में जगह नहीं मिलती, तब क्षेत्रीय पत्रकारिता वह सेतु बनती है जो सरकार और समाज के बीच संवाद स्थापित करती है। स्थानीय भाषाओं में प्रकाशित समाचार पत्र और टीवी चैनल, गाँवों, कस्बों और छोटे शहरों के नागरिकों को अपनी समस्याओं को उठाने का अवसर देते हैं। चाहे वह जल संकट हो, किसानों की परेशानी, शिक्षा में भ्रष्टाचार, या स्थानीय प्रशासन की लापरवाही — क्षेत्रीय पत्रकार इन मुद्दों को प्रकाश में लाते हैं। इसके परिणामस्वरूप शासन व्यवस्था पर जवाबदेही की भावना बढ़ती है। इसीलिए क्षेत्रीय पत्रकारिता को लोकतंत्र का चौथा स्तंभ कहा जाता



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

है। यदि यह क्षेत्रीय स्तर पर सक्रिय न हो, तो आम नागरिकों की वास्तविक समस्याएँ कभी सामने नहीं आ पाएँगी।

5. आर्थिक और विकासात्मक दृष्टि से क्षेत्रीय पत्रकारिता का योगदान

क्षेत्रीय पत्रकारिता केवल सामाजिक मुद्दों को ही नहीं उठाती बल्कि आर्थिक विकास में भी सहयोगी भूमिका निभाती है। स्थानीय उद्योगों, हस्तशिल्प, पर्यटन, कृषि, और लघु उद्यमों को प्रचारित करने में यह प्रभावशाली माध्यम सिद्ध होती है। उदाहरण के लिए, किसी जिले या राज्य विशेष में यदि कोई नया उद्योग स्थापित होता है या किसान किसी नवीन तकनीक को अपनाते हैं, तो क्षेत्रीय अखबार और चैनल उस जानकारी को समाज तक पहुँचाते हैं। इससे स्थानीय लोगों को प्रेरणा मिलती है और अर्थव्यवस्था में गति आती है। इसके अतिरिक्त, क्षेत्रीय विज्ञापन बाज़ार भी स्थानीय पत्रकारिता पर निर्भर करता है। छोटे व्यापारी, स्कूल, संस्थान और सेवाएँ अपने विज्ञापन स्थानीय भाषाओं के माध्यम से देना पसंद करते हैं, क्योंकि उनका लक्षित उपभोक्ता समूह वही भाषा बोलता है। इस प्रकार क्षेत्रीय पत्रकारिता एक आर्थिक चक्र को जन्म देती है जो न केवल सूचना बल्कि आजीविका से भी जुड़ा होता है।

6. डिजिटल युग में क्षेत्रीय पत्रकारिता का विस्तार

21वीं सदी में इंटरनेट और मोबाइल तकनीक ने पत्रकारिता की परिभाषा को ही बदल दिया है। अब समाचार पत्र केवल मुद्रित रूप में नहीं बल्कि वेबसाइट, ब्लॉग, और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर भी उपलब्ध हैं। इस परिवर्तन ने क्षेत्रीय पत्रकारिता को भी नई ऊर्जा दी है। अब कोई भी व्यक्ति अपनी भाषा में समाचार चैनल, यूट्यूब पोर्टल या फेसबुक पेज के माध्यम से पत्रकारिता कर सकता है। डिजिटल माध्यमों ने स्थानीय भाषाओं की सीमाओं को तोड़कर उन्हें वैश्विक स्तर पर पहुँचाया है। जैसे – "दैनिक भास्कर", "ई-लोकमत", "एबीपी माझा", "ई-संपूर्ण भारत" जैसे प्लेटफॉर्म अब हिंदी, मराठी, तमिल, बंगाली, और अन्य भाषाओं में डिजिटल पत्रकारिता कर रहे हैं। इसके अतिरिक्त, ग्रामीण क्षेत्र के युवाओं में भी मोबाइल पत्रकारिता (MoJo) का चलन बढ़ा है, जहाँ वे अपने स्मार्टफोन से वीडियो रिपोर्ट बनाकर सोशल मीडिया पर अपलोड करते हैं। इससे सूचना का विकेंद्रीकरण हुआ है और पत्रकारिता का लोकतंत्रीकरण भी।



हिंदी पत्रकारिता का इतिहास और विकास

7. क्षेत्रीय पत्रकारिता के समक्ष चुनौतियाँ

हालाँकि क्षेत्रीय पत्रकारिता ने अपने कार्यक्षेत्र का विस्तार किया है, लेकिन इसके सामने कई गंभीर चुनौतियाँ भी हैं। सबसे पहले आर्थिक संसाधनों की कमी — छोटे अखबारों को विज्ञापन और वितरण दोनों में कठिनाइयाँ होती हैं। दूसरी चुनौती है — पत्रकारों की प्रशिक्षण और पेशेवर योग्यता का अभाव। बहुत से स्थानीय पत्रकार बिना उचित पत्रकारिता शिक्षा के कार्यरत हैं, जिससे कभी-कभी तथ्यात्मक त्रुटियाँ हो जाती हैं। तीसरी चुनौती राजनीतिक और व्यावसायिक दबाव की है। छोटे क्षेत्रों में स्थानीय सत्ता और व्यवसायिक हित क्षेत्रीय पत्रकारिता पर प्रभाव डालने का प्रयास करते हैं। चौथी चुनौती डिजिटल मीडिया की फेक न्यूज़ और सूचना सत्यापन से जुड़ी है। इन सभी कठिनाइयों के बावजूद, क्षेत्रीय पत्रकारिता ने अपने नैतिक आदर्शों को कायम रखते हुए जनसरोकार की पत्रकारिता जारी रखी है।

8. भाषा, समाज और पहचान के संदर्भ में क्षेत्रीय पत्रकारिता

क्षेत्रीय पत्रकारिता समाज में भाषाई आत्म-सम्मान को बढ़ाती है। यह केवल समाचार नहीं, बल्कि उस समुदाय की सामाजिक स्मृति को संरक्षित करती है। उदाहरण के लिए, तमिल या तेलुगु पत्रकारिता अपने क्षेत्र की सांस्कृतिक अस्मिता की रक्षा करती है, वहीं भोजपुरी या मैथिली पत्रकारिता उस क्षेत्र के प्रवासी समुदाय को अपनी जड़ों से जोड़ती है। जब कोई व्यक्ति अपनी मातृभाषा में समाचार पढ़ता है, तो उसे केवल जानकारी नहीं मिलती, बल्कि आत्मीयता और पहचान का अनुभव भी होता है। यही कारण है कि भारत जैसे विविधतापूर्ण देश में क्षेत्रीय पत्रकारिता राष्ट्रीय एकता को तोड़ती नहीं बल्कि उसे मजबूत करती है — क्योंकि यह विविधता में एकता का प्रतीक बन जाती है।

9. भविष्य की संभावनाएँ और सुधार के उपाय

क्षेत्रीय पत्रकारिता का भविष्य उज्ज्वल है, बशर्ते इसे सही दिशा में प्रोत्साहन दिया जाए। सबसे पहले, पत्रकारिता संस्थानों में क्षेत्रीय भाषाओं में प्रशिक्षण को बढ़ावा देना चाहिए ताकि स्थानीय रिपोर्टर बेहतर पेशेवर दक्षता के साथ कार्य कर सकें। दूसरे, सरकार और निजी क्षेत्र को मिलकर स्थानीय मीडिया को आर्थिक सहायता और



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

डिजिटल इन्फ्रास्ट्रक्चर प्रदान करना चाहिए। तीसरे, डिजिटल प्लेटफॉर्म पर क्षेत्रीय भाषाओं के लिए तकनीकी सुविधाएँ — जैसे यूनिकोड फॉन्ट, लोकल SEO, और भाषा अनुवाद उपकरण — उपलब्ध कराए जाने चाहिए। चौथे, प्रेस की स्वतंत्रता की रक्षा के लिए स्थानीय स्तर पर प्रेस परिषदों की सक्रियता बढ़नी चाहिए। पाँचवें, क्षेत्रीय पत्रकारों को प्रशिक्षण, अनुसंधान और तथ्य-जाँच के नए मानक सिखाए जाने चाहिए ताकि सूचना की गुणवत्ता बनी रहे। यदि इन सुधारों को अपनाया जाए, तो क्षेत्रीय पत्रकारिता न केवल सशक्त होगी बल्कि भारत की लोकतांत्रिक नींव को और अधिक गहराई देगी।

समापन में कहा जा सकता है कि क्षेत्रीय पत्रकारिता भारतीय लोकतंत्र की आत्मा है। यह उस भारत की आवाज़ है जो महानगरों से दूर है लेकिन देश की असली ताकत वही है। स्थानीय भाषाओं में पत्रकारिता वह शक्ति है जो आम नागरिक के जीवन, उसकी संस्कृति, उसकी पीड़ा और उसकी आकांक्षाओं को सामने लाती है। आज जब वैश्वीकरण और कॉर्पोरेट मीडिया के दौर में अंग्रेज़ी या राष्ट्रीय मीडिया का प्रभाव बढ़ रहा है, तब क्षेत्रीय पत्रकारिता भारतीय भाषाओं की गरिमा को बनाए रखने का कार्य कर रही है। यह पत्रकारिता सिर्फ़ खबर नहीं देती, बल्कि उस “भारत” को जीवित रखती है जो गाँवों, कस्बों, खेतों और गलियों में बसता है। इसलिए यह आवश्यक है कि नीति-निर्माता, समाज और पाठक सभी मिलकर क्षेत्रीय पत्रकारिता को प्रोत्साहित करें, ताकि यह आने वाली पीढ़ियों के लिए भी लोकतंत्र की सच्ची आवाज़ बनी रहे।

इकाई 2.6: नई प्रवृत्तियाँ

2.6.1 हिंदी पत्रकारिता में नई प्रवृत्तियाँ

1. भूमिका: हिंदी पत्रकारिता का बदलता परिदृश्य

हिंदी पत्रकारिता का इतिहास समृद्ध और गौरवशाली रहा है। भारत में 1826 में 'उदंत मार्तंड' से शुरू होकर यह पत्रकारिता आज डिजिटल युग में प्रवेश कर चुकी है। पहले जहां समाचार पत्र केवल मुद्रित स्वरूप में समाज तक पहुंचते थे, वहीं आज सोशल मीडिया, वेबसाइट, ब्लॉग और मोबाइल एप्लिकेशन के माध्यम से समाचार त्वरित गति से प्रसारित हो रहे हैं। यह परिवर्तन केवल माध्यम का नहीं, बल्कि पत्रकारिता की दिशा और दृष्टि का भी है। हिंदी पत्रकारिता आज वैश्विक संवाद का हिस्सा बन चुकी है, जो केवल सूचना देने का कार्य नहीं करती, बल्कि विचार, विश्लेषण, और सामाजिक उत्तरदायित्व का निर्वाह भी करती है। इस परिवर्तन ने न केवल समाचार उत्पादन की प्रकृति बदली है बल्कि पत्रकारों की भूमिका और पाठकों की अपेक्षाएँ भी नई दिशा में अग्रसर हुई हैं।

2. डिजिटल पत्रकारिता का उदय और प्रसार

डिजिटल पत्रकारिता हिंदी मीडिया में एक नई क्रांति के रूप में उभरी है। इंटरनेट, स्मार्टफोन और सस्ते डाटा ने समाचारों की पहुँच को अत्यधिक बढ़ा दिया है। अब समाचार केवल अखबारों या टेलीविजन चैनलों तक सीमित नहीं हैं, बल्कि फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, यूट्यूब और न्यूज वेबसाइटों के जरिए हर व्यक्ति तक पहुँच रहे हैं। डिजिटल माध्यमों ने पत्रकारिता को लोकतांत्रिक बनाया है, जहाँ कोई भी व्यक्ति 'सिटिजन जर्नालिस्ट' बन सकता है। 'दैनिक भास्कर', 'अमर उजाला', 'जागरण' और 'नवभारत टाइम्स' जैसे प्रमुख समाचार पत्रों ने अपने डिजिटल संस्करण तैयार किए हैं जो केवल समाचार ही नहीं बल्कि वीडियो, इन्फोग्राफिक्स और लाइव अपडेट भी प्रदान करते हैं। इस युग में क्लिक-आधारित पत्रकारिता का दौर आया है जहाँ खबरों की प्राथमिकता व्यूज़ और ट्रैफिक पर निर्भर करने लगी है। बावजूद इसके, डिजिटल



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

पत्रकारिता ने भाषा, समय और स्थान की सीमाओं को तोड़ते हुए हिंदी पत्रकारिता को अंतरराष्ट्रीय स्तर पर स्थापित किया है।

3. खोजी पत्रकारिता की नई दिशा

खोजी पत्रकारिता यानी 'इन्वेस्टिगेटिव जर्नलिज्म' हमेशा से पत्रकारिता का सबसे जिम्मेदार और साहसी पक्ष रहा है। हिंदी पत्रकारिता में भी यह प्रवृत्ति धीरे-धीरे डिजिटल मंचों के साथ और मजबूत हुई है। पहले जहाँ खोजी रिपोर्टिंग अखबारों में लंबे लेखों के रूप में आती थी, वहीं आज डिजिटल माध्यमों ने उसे और प्रभावशाली बना दिया है। अब पत्रकार सोशल मीडिया, सरकारी पोर्टलों, सूचना के अधिकार (RTI), और डेटा स्रोतों के माध्यम से छिपी हुई सच्चाइयों को उजागर कर रहे हैं। उदाहरण के लिए, कोबरा पोस्ट, तहलका और न्यूज़लॉन्डी जैसी संस्थाओं ने कई बड़े घोटालों, राजनीतिक भ्रष्टाचार और सामाजिक अन्याय पर प्रकाश डाला। हिंदी खोजी पत्रकारिता अब केवल सत्ता विरोध का माध्यम नहीं रही, बल्कि सामाजिक परिवर्तन की एक सशक्त धारा बन चुकी है। खोजी पत्रकारों के लिए डिजिटल उपकरण जैसे गूगल अर्थ, डाटा स्क्रेपिंग, और सोशल मीडिया मॉनिटरिंग टूल्स नई संभावनाएँ लेकर आए हैं, जिससे छिपे हुए तथ्यों का विश्लेषण आसान हुआ है।

4. डेटा पत्रकारिता का उद्भव और महत्व

डेटा पत्रकारिता पत्रकारिता की आधुनिक प्रवृत्तियों में से एक है, जो सूचना को संख्यात्मक और विश्लेषणात्मक रूप में प्रस्तुत करती है। यह पत्रकारिता का वह रूप है जो केवल बयान और टिप्पणियों पर आधारित नहीं है, बल्कि आँकड़ों के वैज्ञानिक विश्लेषण पर आधारित होती है। हिंदी पत्रकारिता में डेटा पत्रकारिता का उपयोग धीरे-धीरे बढ़ रहा है। अब समाचार संस्थान चुनाव परिणाम, आर्थिक विकास, स्वास्थ्य, शिक्षा, और पर्यावरण संबंधी आँकड़ों को इंटरैक्टिव ग्राफ, चार्ट और इन्फोग्राफिक्स के रूप में प्रस्तुत करते हैं। उदाहरण के लिए, लोकसभा चुनावों के दौरान हिंदी न्यूज वेबसाइटों ने वोटिंग पैटर्न, महिला प्रत्याशियों की संख्या, और मतदाता जनसांख्यिकी पर विस्तृत डेटा प्रस्तुत किए। इससे पाठकों को केवल भावनात्मक नहीं बल्कि तथ्यात्मक समझ विकसित करने में सहायता मिली। डेटा पत्रकारिता ने पत्रकारिता की विश्वसनीयता बढ़ाई है और समाचारों को अधिक पारदर्शी बनाया है।

5. सोशल मीडिया और हिंदी पत्रकारिता की परस्परता

सोशल मीडिया आज समाचार प्रसार का सबसे सशक्त माध्यम बन चुका है। फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, यूट्यूब और व्हाट्सएप जैसे प्लेटफॉर्म पर हिंदी समाचारों की पहुँच अभूतपूर्व स्तर तक बढ़ी है। पत्रकार अब केवल समाचार संप्रेषक नहीं बल्कि सोशल मीडिया विश्लेषक भी बन गए हैं। लाइव रिपोर्टिंग, ट्वीट थ्रेड्स, और इंस्टाग्राम रील्स के माध्यम से समाचार अधिक इंटरैक्टिव और दर्शनीय हो गए हैं। हालाँकि, इस डिजिटल स्वतंत्रता ने फेक न्यूज़ और भ्रामक सूचनाओं की समस्या भी बढ़ाई है। अब पत्रकारों को 'डिजिटल साक्षरता' और 'वेरिफिकेशन स्किल्स' में निपुण होना आवश्यक है। सोशल मीडिया ने हिंदी पत्रकारिता को जनसरोकार से जोड़ने का नया मंच दिया है, लेकिन इसके साथ नैतिकता और उत्तरदायित्व की मांग भी बढ़ गई है।

6. ऑनलाइन पोर्टल और स्वतंत्र मीडिया प्लेटफॉर्म का उदय

पारंपरिक समाचार पत्रों के अतिरिक्त कई स्वतंत्र डिजिटल प्लेटफॉर्म हिंदी पत्रकारिता के नए चेहरे बनकर उभरे हैं। जैसे—जनचौक, न्यूज़लॉन्डी हिंदी, ऑल्ट न्यूज़ हिंदी, मीडिया विजिल आदि। ये प्लेटफॉर्म मुख्यधारा के मीडिया से अलग दृष्टिकोण अपनाते हैं और सामाजिक, राजनीतिक, और सांस्कृतिक विषयों पर गहन विश्लेषण प्रस्तुत करते हैं। इन स्वतंत्र पोर्टलों ने युवा पत्रकारों को अभिव्यक्ति का अवसर दिया है और विज्ञापन-निर्भर पत्रकारिता से अलग एक वैकल्पिक मॉडल प्रस्तुत किया है। यह प्रवृत्ति हिंदी पत्रकारिता में विविधता, निष्पक्षता और वैचारिक स्वतंत्रता की दिशा में महत्वपूर्ण कदम है।

7. तकनीकी नवाचार और पत्रकारिता की पारदर्शिता

आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI), मशीन लर्निंग, और ऑटोमेशन तकनीकों ने पत्रकारिता के कार्यप्रवाह को नया आयाम दिया है। अब समाचार निर्माण से लेकर संपादन और प्रकाशन तक में तकनीक की भूमिका बढ़ गई है। AI आधारित टूल्स जैसे ChatGPT, Grammarly, और डेटा विज़ुअलाइजेशन सॉफ्टवेयर का उपयोग पत्रकारिता की गति और गुणवत्ता दोनों को सुधारने में मदद कर रहा है। हिंदी पत्रकारिता में भी इन उपकरणों का प्रयोग बढ़ा है।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

उदाहरण के लिए, ऑटो-ट्रांसलेशन और वॉइस-टू-टेक्स्ट तकनीक से ग्रामीण क्षेत्रों तक समाचार पहुँचना आसान हुआ है। साथ ही, डिजिटल सत्यापन टूल्स ने फेक न्यूज के खिलाफ संघर्ष को सशक्त किया है। तकनीक ने पत्रकारिता को अधिक पारदर्शी, तीव्र और सुलभ बनाया है।

8. नैतिकता और उत्तरदायित्व की चुनौतियाँ

नई प्रवृत्तियों के साथ पत्रकारिता में नई नैतिक चुनौतियाँ भी सामने आई हैं। डिजिटल स्पर्धा में 'ट्रेंड' और 'वायरल' बनने की होड़ में कई बार पत्रकार सत्यापन प्रक्रिया की अनदेखी कर देते हैं। इससे पत्रकारिता की विश्वसनीयता पर प्रश्नचिह्न लगता है। खोजी पत्रकारिता में सूचना के स्रोतों की गोपनीयता बनाए रखना आवश्यक है, जबकि डेटा पत्रकारिता में आँकड़ों की सटीकता सर्वोपरि होती है। हिंदी पत्रकारिता को चाहिए कि वह डिजिटल गति के साथ नैतिकता का संतुलन बनाए रखे। प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया और मीडिया एथिक्स कोड जैसे दिशानिर्देशों का पालन इस दिशा में अत्यंत आवश्यक है। साथ ही, पाठकों में भी 'मीडिया साक्षरता' विकसित करना आवश्यक है ताकि वे असत्य और सत्य के बीच अंतर कर सकें।

9. हिंदी पत्रकारिता में प्रशिक्षण और पेशेवर विकास

डिजिटल, खोजी और डेटा पत्रकारिता के लिए नई कौशलों की आवश्यकता है। अब पत्रकारों को केवल लेखन नहीं, बल्कि डेटा विश्लेषण, तकनीकी उपकरणों का प्रयोग, और डिजिटल प्रस्तुतीकरण की समझ भी होनी चाहिए। देश के अनेक विश्वविद्यालय और मीडिया संस्थान अब डिजिटल पत्रकारिता में विशेष कोर्स चला रहे हैं। उदाहरण के लिए, आईआईएमसी, मकतूब मीडिया स्कूल और कई ऑनलाइन प्लेटफॉर्म डेटा जर्नलिज्म, मोबाइल रिपोर्टिंग और मल्टीमीडिया प्रोडक्शन में प्रशिक्षण प्रदान कर रहे हैं। इस प्रकार हिंदी पत्रकारिता में पेशेवर कौशल और तकनीकी दक्षता का समावेश हो रहा है, जिससे उसकी गुणवत्ता और प्रभावशीलता में वृद्धि हो रही है।

हिंदी पत्रकारिता अब पारंपरिक सीमाओं से परे जाकर एक वैश्विक मंच पर अपनी पहचान बना रही है। डिजिटल युग में समाचार केवल घटनाओं का विवरण नहीं, बल्कि अनुभव का विस्तार बन चुका है। खोजी पत्रकारिता ने सत्ता-संरचना की

पारदर्शिता बढ़ाई है, जबकि डेटा पत्रकारिता ने समाचारों को वैज्ञानिक दृष्टिकोण से प्रस्तुत करने की परंपरा विकसित की है। भविष्य में हिंदी पत्रकारिता का स्वरूप और अधिक तकनीकी, पारदर्शी और सहभागितापूर्ण होगा। पत्रकारों को चाहिए कि वे सत्य, निष्पक्षता और समाज के प्रति उत्तरदायित्व को केंद्र में रखकर कार्य करें। नई प्रवृत्तियाँ न केवल पत्रकारिता की शैली को बदल रही हैं, बल्कि लोकतंत्र के स्तंभ के रूप में उसकी भूमिका को भी सशक्त बना रही हैं। इस प्रकार हिंदी पत्रकारिता का यह संक्रमणकाल एक नए युग की शुरुआत का संकेत है—जहाँ सूचना केवल शक्ति नहीं, बल्कि सामाजिक परिवर्तन का माध्यम बनेगी।

हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और विकास





जनसंचार
एवं हिन्दी
पत्रकारिता

2.7 स्व-मूल्यांकन प्रश्न

2.7.1 बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQs):

1. पहला हिंदी समाचार पत्र 'उदंत मार्तंड' कब प्रकाशित हुआ?

क) 1816

ख) 1826

ग) 1836

घ) 1846

उत्तर: ख) 1826 (30 मई, 1826)

2. 'उदंत मार्तंड' के संपादक कौन थे?

क) भारतेन्दु हरिश्चंद्र

ख) पंडित जुगल किशोर शुक्ल

ग) राजा राममोहन राय

घ) बाल गंगाधर तिलक

उत्तर: ख) पंडित जुगल किशोर शुक्ल

3. भारतेन्दु हरिश्चंद्र ने कौन सी पत्रिका प्रकाशित की?

क) प्रताप

ख) कविवचन सुधा

ग) केसरी

घ) सरस्वती

उत्तर: ख) कविवचन सुधा (और हरिश्चंद्र मैगजीन भी)

4. 'केसरी' समाचार पत्र किसने प्रकाशित किया?

क) भारतेन्दु हरिश्चंद्र

ख) राजा राममोहन राय

ग) बाल गंगाधर तिलक

घ) माखनलाल चतुर्वेदी

☒ उत्तर: ग) बाल गंगाधर तिलक



हिंदी
पत्रकारिता
का इतिहास
और विकास

5. 'प्रताप' के संपादक कौन थे?

- क) भारतेन्दु हरिश्चंद्र
- ख) **गणेश शंकर विद्यार्थी**
- ग) माखनलाल चतुर्वेदी
- घ) बाल गंगाधर तिलक

उत्तर: ख) गणेश शंकर विद्यार्थी

6. माखनलाल चतुर्वेदी किस पत्रिका से जुड़े थे?

- क) सरस्वती
- ख) **कर्मवीर**
- ग) प्रभा
- घ) हंस

उत्तर: ख) कर्मवीर (और प्रभा से भी संबंधित थे)

7. 'सरस्वती' पत्रिका कब शुरू हुई?

- क) 1880
- ख) 1890
- ग) **1900**
- घ) 1910

उत्तर: ग) 1900

8. स्वतंत्रता आंदोलन में पत्रकारिता की भूमिका थी:

- क) केवल मनोरंजन
- ख) **राष्ट्रीय चेतना का प्रसार**
- ग) व्यावसायिक
- घ) तटस्थ

उत्तर: ख) राष्ट्रीय चेतना का प्रसार

9. क्षेत्रीय पत्रकारिता का मुख्य उद्देश्य है:

- क) केवल राष्ट्रीय समाचार
- ख) **स्थानीय मुद्दों और समाचारों को उजागर करना**
- ग) अंतरराष्ट्रीय समाचार



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) स्थानीय मुद्दों और समाचारों को उजागर करना

10. आधुनिक हिंदी पत्रकारिता में सबसे बड़ा परिवर्तन है:

क) डिजिटलीकरण

ख) केवल प्रिंट

ग) सीमित पहुँच

घ) सरकारी नियंत्रण

उत्तर: क) डिजिटलीकरण

2.7.2 लघु उत्तरीय प्रश्न

1. 'उदंत मार्तंड' के महत्व पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।
2. भारतेन्दु हरिश्चंद्र के पत्रकारिता में योगदान को संक्षेप में बताइए।
3. स्वतंत्रता आंदोलन में पत्रकारिता की भूमिका पर संक्षेप में लिखिए।
4. गणेश शंकर विद्यार्थी के योगदान का उल्लेख कीजिए।
5. क्षेत्रीय पत्रकारिता के महत्व को संक्षेप में समझाइए।

2.7.3 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. हिंदी पत्रकारिता के उद्भव और प्रारंभिक काल का विस्तृत विवेचन कीजिए।
2. हिंदी पत्रकारिता के प्रमुख अग्रदूतों (राजा राममोहन राय, भारतेन्दु हरिश्चंद्र, बाल गंगाधर तिलक) के योगदान का विस्तार से वर्णन कीजिए।
3. स्वतंत्रता आंदोलन में हिंदी पत्रकारिता की भूमिका का विस्तृत विश्लेषण कीजिए।
4. स्वतंत्रता के बाद हिंदी पत्रकारिता के विकास का विस्तार से वर्णन कीजिए।
5. क्षेत्रीय पत्रकारिता और हिंदी पत्रकारिता में नई प्रवृत्तियों पर विस्तृत निबंध लिखिए।

मॉड्यूल 3

आधुनिक पत्रकारिता - स्वरूप और कार्य प्रणाली

संरचना

इकाई 3.1: समाचार का स्वरूप

इकाई 3.2: समाचार संकलन

इकाई 3.3: रिपोर्टिंग

इकाई 3.4: संपादन कला

इकाई 3.5: संपादकीय और फीचर लेखन

इकाई 3.6: खोजी और जनपक्ष धर पत्रकारिता

1.0 उद्देश्य

- समाचार की परिभाषा, गुण, तत्व और समाचार मूल्य की समझ विकसित करना।
- समाचार संकलन की विधियाँ, स्रोत और तकनीकों का अध्ययन करना।
- रिपोर्टिंग के विभिन्न प्रकारों और उनकी व्यावहारिक तकनीकों को सीखना।
- संपादन कला, शीर्षक लेखन, प्रूफरीडिंग और लेआउट की बारीकियों को जानना।
- संपादकीय, फीचर, खोजी और जनपक्षधर पत्रकारिता की भूमिका को समझना।

इकाई 3.1: समाचार का स्वरूप

3.1.1 समाचार: परिभाषा

समाचार की अवधारणा को समझना किसी भी संचार माध्यम के लिए मौलिक है, क्योंकि यह पत्रकारिता की नींव है। समाचार, अपनी सबसे सरल परिभाषा में, किसी हालिया घटना, जानकारी, या विचार को जन-जन तक पहुँचाने की प्रक्रिया है। यह



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

शब्द केवल सूचना को व्यक्त नहीं करता, बल्कि उस सूचना की **तात्कालिकता (नवीनता)** और **सार्वजनिक प्रासंगिकता** को भी समाहित करता है। यह वह खिड़की है जिसके माध्यम से समाज दुनिया की गतिविधियों, परिवर्तनों और जटिलताओं को देखता है। समाचार को अक्सर **असाधारण (Unusual)** माना जाता है; यदि कुत्ता आदमी को काटता है, तो यह सामान्य है, लेकिन यदि आदमी कुत्ते को काटता है, तो यह समाचार है। इस उपमा में समाचार की प्रकृति छिपी है—जो सामान्य नहीं है, जो अपेक्षा से परे है, वही समाचार है। समाचार केवल घटनाओं का संग्रह नहीं है; यह तथ्यों का चयन, संपादन और प्रस्तुतीकरण है। यह प्रक्रिया एक **द्वारपाल (Gatekeeper)** द्वारा संचालित होती है, जो तय करता है कि किस जानकारी को सार्वजनिक मंच पर लाना है और किस जानकारी को छोड़ना है। यह द्वारपाल (जो आमतौर पर संपादक या पत्रकार होता है) अपनी संस्था की नीति, समाज की जरूरतों और **समाचार मूल्यों (News Values)** के आधार पर निर्णय लेता है। समाचार को एक 'New' शब्द के बहुवचन रूप से भी देखा जाता है, जिसका अर्थ है 'नई चीजें' या 'नया क्या है'। कुछ विद्वानों ने इसे **N-E-W-S** (North, East, West, South) के संक्षिप्त रूप के रूप में भी देखा है, यह दर्शाता है कि यह सूचना सभी दिशाओं से आती है। हालांकि यह एक लोक व्युत्पत्ति है, लेकिन यह समाचार की व्यापकता को दर्शाती है। आधुनिक संदर्भ में, समाचार वह है जो लोगों के जीवन को **प्रभावित (Impact)** करता है, उन्हें **रोचक (Interesting)** लगता है, और उन्हें वर्तमान विश्व में होने वाली घटनाओं के बारे में सूचित करता है। यह केवल घटनाओं की रिपोर्टिंग नहीं है, बल्कि **संदर्भ (Context)** प्रदान करने का एक कार्य भी है, ताकि दर्शक या पाठक समझ सकें कि कोई घटना क्यों हुई और इसके दूरगामी परिणाम क्या हो सकते हैं। इसलिए, समाचार की परिभाषा स्थिर नहीं है, यह माध्यम, संस्कृति और समय के साथ बदलती रहती है, लेकिन इसका मूल उद्देश्य हमेशा **सूचना देना, शिक्षित करना और मनोरंजन करना** बना रहता है। इस प्रक्रिया में पत्रकारिता **सत्य, निष्पक्षता और संतुलन** के सिद्धांतों का पालन करने का प्रयास करती है, हालांकि ये आदर्श हमेशा पूरी तरह से प्राप्त नहीं हो पाते हैं। समाचार का चयन, संकलन और प्रस्तुतीकरण एक जटिल सामाजिक-आर्थिक प्रक्रिया है, जो अंततः समाज की सामूहिक चेतना का निर्माण करती है।

समाचार का अर्थ और परिभाषाएँ

आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली



समाचार का अर्थ किसी भी ऐसी **वर्तमान और सत्यापित सूचना** से है जो बहुसंख्यक लोगों के लिए **महत्वपूर्ण या मनोरंजक** हो। समाचार केवल एक घटना का वर्णन नहीं होता, बल्कि उस घटना का **अप्रकाशित या अज्ञात पहलू** होता है, जिसे पहली बार सार्वजनिक किया जाता है। इसका मूल अर्थ 'नयापन' या 'नवीनता' है, लेकिन केवल नया होना ही पर्याप्त नहीं है; उस नवीनता का जन-समुदाय पर कोई न कोई **परिणाम (Consequence)** होना आवश्यक है। यदि कोई घटना या जानकारी किसी व्यक्ति या समूह के जीवन को छूती है, चाहे वह प्रत्यक्ष रूप से हो या भावनात्मक रूप से, तो वह समाचार बनने की क्षमता रखती है। समाचार का संबंध **अस्थायित्व (Transience)** से भी है; जो आज समाचार है, वह कल इतिहास बन जाता है। इस कारण से, समाचार मीडिया को लगातार नई और ताज़ा जानकारी की तलाश रहती है। विभिन्न संचार विद्वानों और पत्रकारों ने समाचार को अलग-अलग दृष्टिकोणों से परिभाषित किया है, जो इसके बहुआयामी चरित्र को दर्शाते हैं। एक सामान्य परिभाषा यह है कि **"समाचार वह है जो लोग जानना चाहते हैं।"** यह परिभाषा उपभोक्ता-केंद्रित है और यह मानती है कि जनता की रुचि ही अंतिम मानदंड है। दूसरी परिभाषा, जो अधिक अकादमिक है, कहती है कि **"समाचार वह है जो समय पर, तथ्यात्मक रूप से सटीक, और सामाजिक रूप से प्रासंगिक हो।"** एक प्रसिद्ध परिभाषा यह भी है कि **"जब कुत्ता आदमी को काटता है तो यह खबर नहीं है; जब आदमी कुत्ते को काटता है, तो यह खबर है।"** यह परिभाषा 'असामान्य' या 'विचित्रता (Oddity)' के तत्व को समाचार के केंद्र में रखती है। डेल कारनेगी (Dale Carnegie) ने इसे और सरल बनाते हुए कहा था कि **"समाचार वह है जो आपके लिए नया है।"** पत्रकारिता के दृष्टिकोण से, समाचार को अक्सर 'अवांछनीय' घटनाओं से जोड़ा जाता है—आपदाएँ, दुर्घटनाएँ, संघर्ष, राजनीतिक उथल-पुथल—क्योंकि ये सामान्य दिनचर्या को तोड़ती हैं और इसलिए ध्यान आकर्षित करती हैं। हर्बर्ट गैन्स (Herbert Gans) जैसे समाजशास्त्रियों ने समाचार को "एक सामाजिक रूप से निर्मित उत्पाद" माना है, जिसका अर्थ है कि पत्रकार न केवल घटनाओं को रिपोर्ट करते हैं, बल्कि वे **अपने चयन और प्रस्तुति के माध्यम से** यह भी तय करते हैं कि समाज में क्या महत्वपूर्ण माना जाएगा। इसलिए, समाचार का अर्थ केवल



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

'जानकारी' नहीं है, बल्कि यह वह **प्रसंस्कृत और प्रासंगिक जानकारी** है जिसे पत्रकारिता के पेशेवर मूल्यों और मानदंडों का उपयोग करके **जन-उपयोगिता** के लिए तैयार किया गया है। यह समाज में संवाद को बढ़ावा देने, शक्ति संरचनाओं को चुनौती देने और नागरिकों को सूचित निर्णय लेने में सक्षम बनाने का एक महत्वपूर्ण उपकरण है।

3.1.2 समाचार के गुण

समाचार के गुण या विशेषताएँ वे अनिवार्य कारक हैं जो किसी घटना को **'समाचार'** की श्रेणी में लाते हैं। ये गुण पत्रकारिता के पेशेवरों के लिए एक आंतरिक चेकलिस्ट के रूप में कार्य करते हैं, जिसका उपयोग वे यह तय करने के लिए करते हैं कि आज के न्यूज़ बुलेटिन या अखबार के पहले पन्ने पर कौन सी घटना जगह बनाएगी और कौन सी नहीं। किसी भी घटना के समाचार बनने की संभावना तब बढ़ जाती है जब उसमें इन गुणों का मिश्रण पाया जाता है। समाचार का सबसे मौलिक गुण यह है कि यह **नवीन (New)** होना चाहिए, यानी हाल ही में घटित हुआ हो या हाल ही में पता चला हो। बासी या पुरानी जानकारी अपनी समाचारयोग्यता (Newsworthiness) खो देती है, खासकर डिजिटल युग में, जहाँ सूचना का उपभोग तुरंत किया जाता है। दूसरा महत्वपूर्ण गुण है **वस्तुनिष्ठता (Objectivity)**, हालांकि यह एक आदर्श है, जिसे प्राप्त करना कठिन है। इसका मतलब है कि रिपोर्ट को **व्यक्तिगत पूर्वाग्रहों और भावनाओं से मुक्त** रखा जाए और केवल सत्यापित तथ्यों पर आधारित हो। रिपोर्टर को दोनों पक्षों के विचारों को समान स्थान देना चाहिए, जिसे **संतुलन (Balance)** कहा जाता है। **सटीकता (Accuracy)** समाचार का एक गैर-परक्राम्य गुण है; यदि समाचार गलत है, तो वह समाचार नहीं, बल्कि अफवाह या गलत सूचना है। इसमें तथ्यों, तिथियों, नामों और उद्धरणों की शत-प्रतिशत जाँच शामिल होती है। एक अन्य महत्वपूर्ण गुण **स्पष्टता (Clarity)** है। समाचार को सरल, सीधी और संक्षिप्त भाषा में लिखा जाना चाहिए ताकि आम पाठक या श्रोता बिना किसी भ्रम के संदेश को समझ सके। समाचार जटिल विचारों और घटनाओं को **सुपाच्य (Digestible)** तरीके से प्रस्तुत करता है। **निष्पक्षता (Fairness)** का गुण सुनिश्चित करता है कि समाचार सभी हितधारकों के प्रति न्यायसंगत हो, भले ही रिपोर्टर व्यक्तिगत रूप से किसी एक पक्ष से सहमत न हो। इसमें किसी भी व्यक्ति या समूह को बिना सुनवाई के दोषी ठहराने से

बचना शामिल है। अंत में, समाचार को **सार्वजनिक हित (Public Interest)** में होना चाहिए। इसका मतलब है कि घटना का महत्व केवल उन लोगों तक सीमित नहीं होना चाहिए जो सीधे तौर पर शामिल हैं, बल्कि इसका समाज पर व्यापक प्रभाव पड़ना चाहिए। ये गुण मिलकर समाचार की विश्वसनीयता, प्रामाणिकता और उपयोगिता को स्थापित करते हैं, जो पत्रकारिता को एक महत्वपूर्ण सामाजिक संस्था बनाते हैं। डिजिटल मीडिया के आगमन के साथ, **पारदर्शिता (Transparency)** जैसे नए गुण भी उभरे हैं, जिसमें पत्रकार अपनी स्रोत सामग्री और रिपोर्टिंग विधियों को साझा करते हैं ताकि विश्वसनीयता बढ़ाई जा सके।

नवीनता, निकटता, प्रभाव, प्रमुखता

ये चार तत्व—**नवीनता (Timeliness)**, **निकटता (Proximity)**, **प्रभाव (Impact)**, और **प्रमुखता (Prominence)**—समाचार मूल्यों के सबसे महत्वपूर्ण उप-समूह हैं, जो सामूहिक रूप से किसी भी घटना की समाचारयोग्यता को निर्धारित करते हैं। समाचार की पहली और सबसे तात्कालिक कसौटी **नवीनता** है। एक घटना कितनी भी महत्वपूर्ण क्यों न हो, यदि वह पुरानी हो चुकी है, तो उसकी समाचारयोग्यता घट जाती है। डिजिटल युग में, नवीनता का पैमाना घंटों से घटकर मिनटों में आ गया है। 'ब्रेकिंग न्यूज़' की संस्कृति इसी नवीनता के सिद्धांत पर आधारित है, जहाँ दर्शक यह जानना चाहता है कि **अभी (Right Now)** क्या हो रहा है। पत्रकारिता इस बात पर बल देती है कि समाचार वर्तमान में घटित होना चाहिए या कम से कम हाल ही में जनता के सामने आना चाहिए। रिपोर्टिंग का दबाव, विशेष रूप से 24/7 न्यूज़ साइकिल में, यह सुनिश्चित करता है कि घटनाओं को तुरंत पकड़ लिया जाए और प्रसारित किया जाए, क्योंकि थोड़ी सी भी देरी उसे 'बासी' बना सकती है। दूसरा अनिवार्य तत्व **निकटता** है। सामान्यतः, भौगोलिक रूप से जो घटना पाठक या दर्शक के जितना करीब होती है, वह उतनी ही अधिक समाचार योग्य होती है। एक छोटे से स्थानीय शहर की सड़क दुर्घटना की खबर न्यूयॉर्क टाइम्स के पहले पन्ने पर शायद ही जगह बनाए, लेकिन वह स्थानीय अखबार में प्रमुखता से छपेगी, क्योंकि वह सीधे स्थानीय निवासियों को प्रभावित करती है और उनकी रुचि को आकर्षित करती है। हालाँकि, निकटता केवल भौगोलिक नहीं होती; यह **मनोवैज्ञानिक या भावनात्मक** भी हो सकती है। यदि कोई घटना (जैसे किसी प्रसिद्ध हस्ती की मृत्यु या किसी राष्ट्रीय



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

टीम की जीत) दूर घटित होती है, लेकिन लोग उससे भावनात्मक रूप से जुड़े होते हैं, तो वह 'निकटता' के इस विस्तारित अर्थ के कारण समाचार योग्य बन जाती है। तीसरा तत्व **प्रभाव** है, जो किसी घटना की **मात्रात्मकता और परिणामों** को मापता है। यह प्रश्न पूछता है: **"यह खबर कितने लोगों को, और किस हद तक प्रभावित करती है?"** उदाहरण के लिए, एक नया कर कानून या एक बड़ी प्राकृतिक आपदा लाखों लोगों के जीवन और अर्थव्यवस्था को प्रभावित करती है, इसलिए यह उच्च समाचार मूल्य रखती है। प्रभाव जितना बड़ा होता है, समाचार उतना ही अधिक महत्वपूर्ण होता है। अंत में, **प्रमुखता** का तत्व उन लोगों से संबंधित है जो घटना में शामिल हैं। एक आम आदमी की गिरफ्तारी एक स्थानीय खबर हो सकती है, लेकिन यदि वही अपराध किसी प्रसिद्ध राजनेता, फिल्म स्टार या राष्ट्रीय आइकन द्वारा किया जाता है, तो यह तुरंत राष्ट्रीय या अंतर्राष्ट्रीय समाचार बन जाता है। प्रमुख व्यक्ति, चाहे वे अपने पद, प्रसिद्धि या शक्ति के कारण हों, स्वाभाविक रूप से जनता की रुचि को आकर्षित करते हैं। यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि इन चारों तत्वों का उपयोग अक्सर **एक साथ** किया जाता है। एक घटना जो **ताज़ा** हो (नवीनता), **आपके पड़ोस** में हो (निकटता), **आपके बैंक खाते** को प्रभावित करे (प्रभाव), और जिसमें कोई **उच्च पदस्थ अधिकारी** शामिल हो (प्रमुखता), वह पत्रकारिता का स्वर्ण मानक मानी जाती है।

3.1.3 समाचार के तत्व

समाचार के तत्व (Elements of News) किसी भी रिपोर्ट को संरचित करने और उसे सूचनात्मक बनाने के लिए आवश्यक मूलभूत घटक होते हैं। इन तत्वों को पत्रकारिता में **'फ़िलर' (Fillers)** के रूप में नहीं, बल्कि **'बिल्डिंग ब्लॉक्स' (Building Blocks)** के रूप में देखा जाता है। जब कोई पत्रकार किसी घटना को रिपोर्ट करने जाता है, तो उसका प्राथमिक उद्देश्य इन तत्वों को उजागर करना होता है ताकि पाठक या दर्शक को एक **पूर्ण और व्यापक समझ** प्रदान की जा सके। पत्रकारिता के पाठकों को केवल यह जानने की आवश्यकता नहीं है कि क्या हुआ, बल्कि उन्हें यह भी जानने की आवश्यकता है कि यह क्यों और कैसे हुआ। इन तत्वों का पता लगाना पत्रकार की जांच-पड़ताल और रिपोर्टिंग कौशल का केंद्रीय हिस्सा है। इन तत्वों में **सत्यता (Factuality)** सबसे ऊपर है; समाचार को पूरी तरह से **सत्यापित**

(Verified) तथ्यों पर आधारित होना चाहिए। कल्पना या अनुमान पर आधारित रिपोर्टिंग पत्रकारिता नहीं कहलाती। दूसरा प्रमुख तत्व **संदर्भ (Context)** है। एक घटना को अकेले प्रस्तुत करने के बजाय, समाचार को यह बताना चाहिए कि यह बड़ी तस्वीर में कैसे फिट बैठती है। उदाहरण के लिए, शेयर बाजार में अचानक गिरावट की रिपोर्टिंग करते समय, पत्रकार को यह भी बताना चाहिए कि यह गिरावट पिछली प्रवृत्तियों और व्यापक आर्थिक कारकों से कैसे संबंधित है। **मानव रुचि (Human Interest)** भी एक शक्तिशाली तत्व है। यह वह हिस्सा है जो घटना को भावनात्मक रूप से लोगों से जोड़ता है। यह कहानियों को अधिक relatable और आकर्षक बनाता है। जैसे, किसी बड़ी आपदा की रिपोर्टिंग करते समय, सांख्यिकीय आंकड़ों के बजाय व्यक्तिगत **बचने की कहानियाँ (Survival Stories)** या **वीरता के कार्य (Acts of Valor)** अधिक शक्तिशाली समाचार तत्व होते हैं। **संघर्ष (Conflict)** भी एक अनिवार्य तत्व है। राजनीतिक बहस, कानूनी लड़ाई, खेल प्रतियोगिताएं, या यहाँ तक कि प्राकृतिक आपदाओं से जूझना—संघर्ष अंतर्निहित मानव नाटक को उजागर करता है और स्वाभाविक रूप से ध्यान आकर्षित करता है। इसके अलावा, **परिणाम (Consequence)** का तत्व यह सुनिश्चित करता है कि पत्रकारिता किसी घटना के तत्काल परिणाम और दूरगामी प्रभावों की जांच करती है। इन सभी तत्वों का उपयोग करते हुए, पत्रकार समाचार को एक विशिष्ट संरचना में व्यवस्थित करता है, जिसे **उल्टा पिरामिड शैली (Inverted Pyramid Style)** कहा जाता है, जहाँ सबसे महत्वपूर्ण तत्व (यानी 5W और 1H) कहानी की शुरुआत में रखे जाते हैं, जिसके बारे में अगले भाग में विस्तार से बताया गया है। समाचार की संरचना में इन तत्वों का सही मिश्रण ही एक घटना को एक प्रभावी और उपयोगी समाचार रिपोर्ट में बदल देता है।

5W और 1H (What, Who, When, Where, Why, How)

5W और 1H पत्रकारिता की आधारशिला और सार्वभौमिक नियम हैं, जो किसी भी घटना को एक पूर्ण और समझने योग्य समाचार रिपोर्ट में बदलने के लिए आवश्यक हैं। ये छह प्रश्न एक पत्रकार को अपनी रिपोर्टिंग शुरू करने और उसे संरचित करने के लिए एक ढाँचा प्रदान करते हैं। यह सुनिश्चित करते हैं कि सभी महत्वपूर्ण जानकारी को कवर किया गया है, और वे आमतौर पर **उल्टे पिरामिड शैली (Inverted Pyramid Style)** में कहानी के **शीर्ष (Lead)** में संक्षेप में शामिल होते हैं।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

1. **क्या (What):** यह सबसे बुनियादी सवाल है, जो **घटना की प्रकृति** को परिभाषित करता है। क्या हुआ? क्या यह कोई दुर्घटना थी, चुनाव, कानून पारित हुआ, या कोई घोषणा? 'क्या' रिपोर्ट का मुख्य विषय है और पाठकों के लिए सबसे पहले जानने योग्य जानकारी है।
2. **कौन (Who):** यह घटना में **शामिल लोगों** या संस्थाओं की पहचान करता है। इसमें अपराधी, पीड़ित, प्रमुख व्यक्तित्व, या निर्णय लेने वाले शामिल हो सकते हैं। 'कौन' का जवाब घटना को मानव आयाम देता है और प्रमुखता के तत्व को स्थापित करता है।
3. **कब (When):** यह घटना के **समय** को स्थापित करता है। यह तात्कालिकता या नवीनता के तत्व के लिए महत्वपूर्ण है। 'कब' का जवाब सटीक तारीख और समय के संदर्भ में दिया जाना चाहिए, ताकि घटना की कालानुक्रमिक स्थिति स्पष्ट हो।
4. **कहाँ (Where):** यह घटना के **भौगोलिक स्थान** को इंगित करता है। यह निकटता के तत्व को संबोधित करता है। एक विशिष्ट स्थान का उल्लेख रिपोर्ट को विश्वसनीय और प्रामाणिक बनाता है।
5. **क्यों (Why):** यह सबसे जटिल और अक्सर सबसे महत्वपूर्ण **खोजी** सवाल होता है। यह घटना के **कारण, मकसद और प्रेरणा** की व्याख्या करता है। 'क्यों' घटना को केवल रिपोर्ट करने के बजाय **समझने** में मदद करता है। यह वह हिस्सा है जो पत्रकारिता को सतही रिपोर्टिंग से ऊपर उठाता है और संदर्भ प्रदान करता है।
6. **कैसे (How):** यह घटना के **तरीके या प्रक्रिया** का वर्णन करता है। यह बताता है कि घटना कैसे घटित हुई, या कोई कार्य कैसे किया गया। 'कैसे' अक्सर तकनीकी विवरणों से संबंधित होता है और घटना की पूर्णता को सुनिश्चित करता है।

पत्रकारिता में, '**क्या**', '**कौन**', और '**कहाँ**' को आम तौर पर '**क्यों**' और '**कैसे**' से अधिक **तत्काल महत्वपूर्ण** माना जाता है और इसलिए उन्हें लीड (शीर्ष) में प्राथमिकता दी जाती है। '**क्यों**' और '**कैसे**' अक्सर कहानी के मध्य और अंतिम भागों में अधिक विस्तार से खोजे जाते हैं, जहाँ पत्रकार पृष्ठभूमि, विश्लेषण और भविष्य के

प्रभावों पर चर्चा कर सकता है। इन छह तत्वों का सही और संतुलित उपयोग सुनिश्चित करता है कि रिपोर्ट न केवल पूरी तरह से सूचित करती है, बल्कि यह भी कि वह पत्रकारिता के मानकों के अनुरूप है, जिससे दर्शकों को घटना की संपूर्ण तस्वीर मिलती है।

आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली



3.1.4 समाचार मूल्य

समाचार मूल्य (News Value) वह अंतर्निहित गुणवत्ता या कसौटी है जिसका उपयोग संपादक और पत्रकार यह तय करने के लिए करते हैं कि कौन सी घटना 'समाचार योग्य' है और कौन सी नहीं। यह अवधारणा पत्रकारिता के **द्वारपाल सिद्धांत (Gatekeeping Theory)** का केंद्र है, जो मानता है कि पत्रकारों को हर दिन होने वाली अनगिनत घटनाओं में से केवल एक छोटी संख्या को ही प्रकाशित या प्रसारित करने के लिए चुनना पड़ता है। समाचार मूल्य एक **मानसिक फ़िल्टर** के रूप में कार्य करते हैं, जो यह सुनिश्चित करते हैं कि चुनी गई कहानियाँ दर्शकों के लिए सबसे अधिक प्रासंगिक, दिलचस्प और महत्वपूर्ण हों। यह एक तरह से **बाजार की मांग** का प्रतिनिधित्व भी करते हैं, लेकिन सामाजिक जिम्मेदारी की भावना से प्रेरित होकर। समाचार मूल्य वस्तुनिष्ठ और व्यक्तिपरक दोनों हो सकते हैं। जबकि नवीनता, निकटता और प्रभाव जैसे कुछ मूल्य अपेक्षाकृत वस्तुनिष्ठ होते हैं, **मानव रुचि (Human Interest)**, **विचित्रता (Oddity)** और **भावनात्मकता** जैसे मूल्य अधिक व्यक्तिपरक होते हैं और सांस्कृतिक तथा संपादकीय नीतियों के अनुसार बदलते रहते हैं। समाचार मूल्य यह भी सुनिश्चित करते हैं कि न्यूज़ आउटलेट केवल एक तरह की कहानियों पर ध्यान केंद्रित न करें। उदाहरण के लिए, यदि किसी दिन कई राजनीतिक घोषणाएँ हुई हैं, लेकिन एक हृदय विदारक मानवीय कहानी भी है, तो 'मानव रुचि' का मूल्य उस मानवीय कहानी को जगह दिला सकता है, भले ही राजनीतिक घोषणा का 'प्रभाव' अधिक हो। प्रमुख समाचार मूल्यों में शामिल हैं: **संघर्ष (Conflict)** (विरोध, युद्ध, बहस), **असामान्य घटनाएँ (Unusualness)**, **उपयोगिता (Utility)** (जनता के लिए व्यावहारिक मूल्य, जैसे मौसम की जानकारी), **विकास (Progress)** (नई खोजें, सफलताएँ), और **सततता (Continuity)** (कोई कहानी जिसका विकास जारी हो और जिसे दर्शक फॉलो कर रहे हों)। समाचार मूल्य किसी भी घटना की **सार्वजनिक प्रासंगिकता** को स्थापित करने में मदद करते हैं। एक घटना तभी समाचार बनती है



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

जब उसमें पर्याप्त समाचार मूल्य हों। पत्रकारिता में, समाचार मूल्य केवल एक घटना को चुनने तक सीमित नहीं है; वे यह भी तय करते हैं कि कहानी को **कैसे प्रस्तुत** किया जाएगा—उसका शीर्षक क्या होगा, उसे कितना स्थान दिया जाएगा, और उसमें किस तरह का कोण (Angle) शामिल किया जाएगा। उच्च समाचार मूल्य वाली कहानी को प्रमुखता मिलती है, जबकि कम मूल्य वाली कहानियों को संक्षेप में या बिल्कुल भी कवर नहीं किया जाता है। संक्षेप में, समाचार मूल्य पत्रकारिता के निर्णय लेने की प्रक्रिया का सार हैं, जो दैनिक आधार पर सूचना की एक अथाह धारा को व्यवस्थित और प्राथमिकता देते हैं।

समाचारयोग्यता के मानदंड

समाचारयोग्यता के मानदंड (Criteria for Newsworthiness) वे विशिष्ट और विस्तृत बिंदु हैं जिनका उपयोग संपादक समाचार मूल्यों को व्यवहार में लाने के लिए करते हैं। यह एक व्यावहारिक उपकरण है जो पत्रकार को यह समझने में मदद करता है कि किसी घटना को प्रमुखता देने के लिए कौन से विशिष्ट तत्व मौजूद होने चाहिए। समाचारयोग्यता की कसौटी सांस्कृतिक और भौगोलिक संदर्भों के साथ बदलती रहती है, लेकिन कुछ मानदंड सार्वभौमिक रूप से लागू होते हैं।

एक प्रमुख मानदंड **संघर्ष (Conflict)** है। मानव मन स्वाभाविक रूप से विवाद, विरोध, और नाटक की ओर आकर्षित होता है। चाहे वह राजनीतिक प्रतिद्वंद्विता हो, कानूनी संघर्ष हो, या युद्ध हो, संघर्ष की कहानियाँ हमेशा उच्च समाचार मूल्य रखती हैं। यह समाज के तनावों को उजागर करता है और समाधान की आवश्यकता पर बल देता है। दूसरा मानदंड **विचित्रता या असामान्यता (Oddity or Unusualness)** है। जैसा कि पहले उल्लेख किया गया है, "आदमी का कुत्ते को काटना" वाली कहावत इस कसौटी को दर्शाती है। जो घटना रोजमर्रा की अपेक्षाओं से दूर हटकर होती है, वह स्वचालित रूप से ध्यान आकर्षित करती है। पत्रकारिता में इसका उपयोग अक्सर **मानव रुचि (Human Interest)** की कहानियों में किया जाता है। तीसरा मानदंड **उपयोगिता (Utility)** है। यदि कोई जानकारी जनता को अपने जीवन को बेहतर ढंग से जीने, सुरक्षित रहने, या सूचित निर्णय लेने में मदद करती है, तो वह समाचार योग्य है। उदाहरण के लिए, मौसम की चेतावनी, स्वास्थ्य सलाह, या सरकारी सेवाओं में

परिवर्तन की जानकारी। चौथा महत्वपूर्ण मानदंड **भावनात्मकता (Emotionality)** और **मानव रुचि (Human Interest)** है। यह कहानियों को व्यक्तिगत, प्रेरणादायक, दुखद या मार्मिक बनाता है। ये कहानियाँ पाठकों के साथ गहरा भावनात्मक जुड़ाव स्थापित करती हैं और अक्सर लोगों को एकजुट करती हैं। एक अन्य मानदंड **निरंतरता या अनुवर्ती कार्रवाई (Continuity or Follow-up)** है। यदि कोई घटना पहले ही समाचार बन चुकी है और जनता उसमें रुचि ले रही है (जैसे कोई लंबी कानूनी सुनवाई या चल रहा चुनाव अभियान), तो उसमें होने वाला कोई भी छोटा विकास भी समाचार योग्य बन जाता है। **मुद्रा या धन (Currency or Money)** भी एक मजबूत मानदंड है। जो कहानियाँ बड़े पैमाने पर वित्त, व्यापार, या व्यक्तिगत धन को प्रभावित करती हैं, वे उच्च समाचार मूल्य रखती हैं क्योंकि वे सीधे लोगों के भौतिक हितों से जुड़ी होती हैं। इन मानदंडों का उपयोग करते समय, पत्रकारिता के निर्णय लेने वाले अक्सर **"समाचार फ़ॉर्मूला"** का उपयोग करते हैं—घटना की **नवीनता x निकटता x प्रभाव x प्रमुखता**। एक घटना को समाचार बनाने के लिए इन सभी कारकों का एक उच्च उत्पाद होना चाहिए। यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि सभी मानदंड हर कहानी पर लागू नहीं होते हैं, लेकिन किसी भी सफल समाचार रिपोर्ट में इनमें से कम से कम एक या दो का मजबूत होना आवश्यक है।

नवीनता (Timeliness) का विस्तृत विश्लेषण

नवीनता (Timeliness) समाचार की वह अनिवार्य विशेषता है जो यह निर्धारित करती है कि कोई घटना **वर्तमान** है या नहीं। पत्रकारिता में, नवीनता केवल घटना की तारीख से संबंधित नहीं है; यह उस क्षण से संबंधित है जब वह घटना **पहली बार सार्वजनिक** होती है या जब उसका **नया आयाम** सामने आता है। यह समाचार मूल्यों का राजा माना जाता है, क्योंकि बाकी सभी तत्व, चाहे वे कितने भी मजबूत क्यों न हों, नवीनता के बिना अपनी शक्ति खो देते हैं। नवीनता का सिद्धांत **समय की अवधि** और **प्रसारण माध्यम** के आधार पर भिन्न होता है। प्रिंट मीडिया में, नवीनता का अर्थ होता है कि घटना पिछले 24 घंटों में घटित हुई हो, जबकि टेलीविजन और विशेष रूप से डिजिटल मीडिया में, 'नवीनता' का मतलब अक्सर **'अभी' (Real-time)** होता है। सोशल मीडिया और 24 घंटे के न्यूज़ चैनलों के उदय ने नवीनता की सीमा को अभूतपूर्व रूप से संकुचित कर दिया है, जिससे रिपोर्टर पर तुरंत जानकारी सत्यापित



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

करने और प्रसारित करने का दबाव बढ़ गया है। नवीनता की चुनौती यह है कि पत्रकार को अक्सर **अपूर्ण जानकारी** के साथ रिपोर्टिंग करनी पड़ती है, क्योंकि पूरी तस्वीर सामने आने का इंतजार करने पर कहानी बासी हो जाएगी। इस कारण से, रिपोर्टर को लगातार अपनी रिपोर्ट को अद्यतन (Update) करना पड़ता है, 'ब्रेकिंग न्यूज़' की एक सतत श्रृंखला प्रदान करनी पड़ती है। '**न्यूज़ डे**' (**News Day**) की अवधारणा नवीनता के सिद्धांत से जुड़ी हुई है, जहाँ सभी समाचार सामग्री को एक निश्चित समय सीमा के भीतर एकत्रित, संसाधित और वितरित किया जाना चाहिए। जो जानकारी उस समय सीमा से बाहर हो जाती है, वह अगली चक्र की सामग्री बन जाती है, या उसे '**फीचर**' (**Feature**) या '**बैकग्राउंड**' (**Background**) स्टोरी के रूप में पुनर्प्रस्तुत किया जाता है। नवीनता यह भी सुनिश्चित करती है कि पत्रकारिता समाज की बदलती हुई परिस्थितियों और तात्कालिक चिंताओं पर ध्यान केंद्रित करे। एक पुरानी समस्या, भले ही वह अभी भी प्रासंगिक हो, यदि उसमें कोई नया विकास नहीं हुआ है, तो वह नवीनता के अभाव में समाचार के रूप में प्रस्तुत नहीं की जाएगी। हालाँकि, पत्रकारिता में '**एंगल**' (**Angle**) का उपयोग करके नवीनता को फिर से परिभाषित किया जा सकता है। एक पुरानी घटना पर एक **नया परिप्रेक्ष्य** (**New Perspective**), एक **वर्षगांठ**, या किसी **नए दस्तावेज़ का विमोचन** उस पुरानी कहानी में नवीनता का तत्व फिर से डाल सकता है, जिसे '**न्यूज़ पेग**' (**News Peg**) कहा जाता है। संक्षेप में, नवीनता पत्रकारिता की **गतिशीलता** का प्रतीक है और यह सुनिश्चित करती है कि न्यूज़ आउटलेट हमेशा 'आगे की दौड़' में रहें, पाठकों को वह प्रदान करें जो वे उस विशेष क्षण में नहीं जानते हैं।

निकटता (Proximity) का विस्तृत विश्लेषण

निकटता (Proximity) समाचार मूल्यों का वह तत्व है जो यह निर्धारित करता है कि कोई घटना भौगोलिक, भावनात्मक, या सांस्कृतिक रूप से पाठक या दर्शक के कितने **करीब** है। यह सिद्धांत इस मौलिक मानव स्वभाव पर आधारित है कि हम उन चीज़ों में अधिक रुचि रखते हैं जो हमारे अपने जीवन, समुदाय, या देश को प्रत्यक्ष रूप से प्रभावित करती हैं। एक घटना, चाहे वह कितनी भी बड़ी क्यों न हो, यदि वह पाठक से बहुत दूर घटित होती है और उसका कोई प्रत्यक्ष या भावनात्मक संबंध नहीं है, तो उसकी समाचारयोग्यता घट जाती है। निकटता का सबसे सीधा रूप **भौगोलिक**

निकटता है। स्थानीय समाचार पत्र और टेलीविजन स्टेशन इसी सिद्धांत पर पनपते हैं: एक स्थानीय स्कूल बोर्ड की बैठक या एक पड़ोस में पानी की पाइपलाइन टूटने की खबर वैश्विक आर्थिक संकट की रिपोर्ट से अधिक प्रमुखता प्राप्त कर सकती है, क्योंकि यह सीधे स्थानीय दर्शकों की दिनचर्या और समस्याओं से संबंधित है। भौगोलिक निकटता का महत्व इस तथ्य में निहित है कि स्थानीय दर्शक कार्रवाई करने, प्रभावित होने, या घटना से व्यक्तिगत रूप से परिचित होने की अधिक संभावना रखते हैं। हालाँकि, निकटता केवल **दूरी का माप** नहीं है। आधुनिक पत्रकारिता **मनोवैज्ञानिक निकटता** और **सांस्कृतिक निकटता** को भी पहचानती है।

मनोवैज्ञानिक निकटता: यह तब होती है जब कोई घटना, भले ही भौगोलिक रूप से दूर हो, दर्शक के **मूल्यों, भावनाओं या विश्वासों** को छूती है। उदाहरण के लिए, किसी दूर देश में होने वाला ओलंपिक पदक समारोह या किसी वैश्विक पर्यावरण शिखर सम्मेलन का परिणाम, जिसे लोग अपनी पहचान या भविष्य से जुड़ा हुआ मानते हैं।

सांस्कृतिक निकटता: यह तब काम करती है जब कोई घटना किसी ऐसे देश या समूह में होती है जिसके साथ दर्शक **समान भाषा, धर्म, या ऐतिहासिक संबंध** साझा करते हैं। उदाहरण के लिए, एक भारतीय दर्शक के लिए नेपाल या श्रीलंका में होने वाली घटनाएँ, पश्चिमी यूरोप या दक्षिण अमेरिका में होने वाली समान घटनाओं की तुलना में अधिक सांस्कृतिक निकटता रखती हैं। डिजिटल युग ने निकटता की अवधारणा को बदल दिया है। इंटरनेट और सोशल मीडिया ने **वैश्विक पड़ोस** बनाया है, जहाँ दूर की घटनाओं के वीडियो या लाइव अपडेट तुरंत लोगों तक पहुँच जाते हैं। इससे दूर की घटनाएँ भी तेजी से मनोवैज्ञानिक निकटता हासिल कर सकती हैं, खासकर यदि वे ऑनलाइन समुदायों में चर्चा का विषय बन जाती हैं। इसके बावजूद, स्थानीय समाचार का महत्व अपरिवर्तित रहता है, क्योंकि यह सीधे नागरिक जीवन की गुणवत्ता को प्रभावित करता है। संक्षेप में, निकटता एक फिल्टर है जो सूचना की बाढ़ को नियंत्रित करता है, यह सुनिश्चित करता है कि दर्शकों को वह जानकारी मिले जो उनके जीवन के **वृत्त (Circle)** के सबसे करीब हो, चाहे वह वृत्त भौतिक हो या भावनात्मक।



जनसंचार
एवं हिन्दी
पत्रकारिता

प्रभाव और प्रमुखता (Impact & Prominence) का विस्तृत विश्लेषण

प्रभाव (Impact) और **प्रमुखता (Prominence)** समाचार मूल्यों के दो ऐसे स्तंभ हैं जो घटना के **मात्रात्मक महत्व** और घटना में शामिल **लोगों के महत्व** को दर्शाते हैं। ये दोनों तत्व अक्सर बड़े, राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय समाचारों को प्राथमिकता देते हैं।

प्रभाव (Impact): प्रभाव वह पैमाना है जिससे यह मापा जाता है कि कोई घटना **कितने लोगों को, किस गहराई तक, और कितने समय के लिए** प्रभावित करेगी। यह समाचार की **परिणामवत्ता (Consequentiality)** को दर्शाता है। एक घटना का प्रभाव जितना व्यापक और गहरा होगा, उसका समाचार मूल्य उतना ही अधिक होगा।

- **व्यापकता:** एक घटना जो लाखों लोगों को प्रभावित करती है (जैसे एक राष्ट्रीय बजट घोषणा या एक महामारी), वह एक ऐसी घटना से अधिक समाचार योग्य होगी जो केवल कुछ लोगों को प्रभावित करती है (जैसे एक स्थानीय संपत्ति विवाद)।
- **गहराई:** एक घटना का प्रभाव भौतिक (जैसे जान-माल का नुकसान), आर्थिक (जैसे स्टॉक मार्केट क्रैश), या सामाजिक (जैसे नया कानून) हो सकता है। प्रभाव की गहराई ही इसे 'हल्की' खबर से 'गंभीर' खबर में बदल देती है।
- **अवधि:** यदि किसी घटना का प्रभाव लंबे समय तक महसूस किया जाएगा (जैसे जलवायु परिवर्तन पर एक नई संधि), तो उसका समाचार मूल्य अल्पकालिक प्रभाव वाली घटना (जैसे एक छोटी सी बिजली कटौती) से अधिक होगा। प्रभाव का सवाल सीधे तौर पर पाठक के मन में उत्पन्न होने वाले प्रश्न **"यह मेरे लिए क्यों मायने रखता है?"** का जवाब देता है। पत्रकारिता में, प्रभाव को अक्सर आंकड़ों, आर्थिक विश्लेषणों, और नीतिगत परिणामों के माध्यम से प्रस्तुत किया जाता है।

प्रमुखता (Prominence): प्रमुखता का तत्व घटना में शामिल **लोगों के कद या प्रसिद्धि** से संबंधित है। यह इस सिद्धांत पर आधारित है कि जनता प्रसिद्ध लोगों के कार्यों, शब्दों और जीवन में अधिक रुचि लेती है, चाहे उनकी गतिविधियाँ कितनी भी साधारण क्यों न हों।

- **व्यक्तिगत प्रमुखता:** इसमें राजनेता, फिल्म और खेल जगत के सितारे, बड़े कॉर्पोरेट अधिकारी, या किसी क्षेत्र के जाने-माने विशेषज्ञ शामिल होते हैं। इन लोगों से संबंधित कोई भी घटना (जैसे शादी, तलाक, बयान, या मामूली दुर्घटना) एक आम आदमी से जुड़ी समान घटना की तुलना में अधिक समाचार योग्य होती है।
- **संस्थागत प्रमुखता:** कुछ संस्थाएँ और संगठन (जैसे सुप्रीम कोर्ट, संयुक्त राष्ट्र, व्हाइट हाउस या प्रमुख बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ) अपने आप में प्रमुखता रखते हैं। इन संस्थाओं द्वारा किए गए कार्य या निर्णय भी स्वतः ही उच्च समाचार मूल्य प्राप्त कर लेते हैं। प्रमुखता का तत्व पत्रकारिता में आलोचना का विषय भी रहा है, क्योंकि यह कभी-कभी कम महत्वपूर्ण घटनाओं को केवल व्यक्ति की प्रसिद्धि के कारण अत्यधिक कवरेज दिला देता है, जबकि आम लोगों की महत्वपूर्ण कहानियाँ छूट जाती हैं। हालाँकि, प्रमुखता एक शक्तिशाली **"ट्रेफिक ड्राइवर"** है; यह पाठकों को आकर्षित करता है, जिससे पत्रकारिता संस्थाएँ अक्सर इसका लाभ उठाती हैं।

संक्षेप में, प्रभाव यह सुनिश्चित करता है कि समाचार **महत्वपूर्ण** हो, जबकि प्रमुखता यह सुनिश्चित करती है कि समाचार **आकर्षक** हो। एक ऐसी कहानी जिसमें एक **प्रमुख व्यक्ति** (प्रमुखता) शामिल हो और जिसका **लाखों लोगों पर गंभीर परिणाम** (प्रभाव) हो, वह उच्चतम समाचार मूल्य रखती है।

समाचार के तत्व: संरचना और प्रस्तुतिकरण

समाचार के तत्व केवल **5W और 1H** तक ही सीमित नहीं हैं, बल्कि इसमें **संरचना और प्रस्तुतिकरण** के वे आयाम भी शामिल हैं जो सुनिश्चित करते हैं कि जानकारी प्रभावी ढंग से संप्रेषित हो। एक समाचार कहानी की संरचना—जिस तरह से तथ्यों को व्यवस्थित किया जाता है—उसकी पठनीयता, स्पष्टता और प्रभाव को निर्धारित करती है। पत्रकारिता में, समाचार रिपोर्ट की प्रस्तुति के लिए कई महत्वपूर्ण तत्व लागू होते हैं। सबसे महत्वपूर्ण संरचनात्मक तत्व **उल्टा पिरामिड शैली (Inverted Pyramid Style)** है। यह वह शैली है जिसमें सूचना को **घटते हुए महत्व** के क्रम में व्यवस्थित किया जाता है।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

1. **लीड/शीर्ष (The Lead/Lede):** यह कहानी का पहला पैराग्राफ होता है, जिसमें 5W और 1H में से सबसे महत्वपूर्ण तत्वों को संक्षेप में शामिल किया जाता है। यह पाठक को तुरंत बता देता है कि कहानी किस बारे में है और इसमें सबसे महत्वपूर्ण जानकारी शामिल होती है।
2. **शरीर/विवरण (The Body):** इसमें लीड में दिए गए तथ्यों को विस्तार से समझाया जाता है। इसमें पृष्ठभूमि की जानकारी, उद्धरण, आंकड़े, और 'क्यों' तथा 'कैसे' के विस्तृत जवाब शामिल होते हैं।
3. **पूँछ/कम महत्वपूर्ण विवरण (The Tail/Least Important Details):** इसमें सबसे कम महत्वपूर्ण जानकारी, जैसे कि पृष्ठभूमि इतिहास या अनुवर्ती बैठकों की घोषणा, शामिल होती है।

उल्टे पिरामिड का उपयोग कई कारणों से किया जाता है: यह पाठक को पहली नज़र में मुख्य बात जानने की अनुमति देता है, यह संपादकों को आसानी से कहानी को नीचे से ट्रिम (कट) करने की अनुमति देता है यदि स्थान की कमी हो, और यह सुनिश्चित करता है कि सबसे महत्वपूर्ण बात कभी भी चूक न जाए। प्रस्तुतिकरण के तत्वों में **शीर्षक (Headline)** का अत्यधिक महत्व है। शीर्षक कहानी का निचोड़ होता है और उसका उद्देश्य पाठक का ध्यान आकर्षित करना होता है। एक प्रभावी शीर्षक को संक्षिप्त, सटीक और क्रिया-आधारित होना चाहिए। इसके अलावा, **उप-शीर्षक (Sub-headline)** और **कैप्शन (Caption)** भी प्रस्तुतिकरण के महत्वपूर्ण तत्व हैं, जो मुख्य कहानी को और अधिक पठनीय और समझने योग्य बनाते हैं। आधुनिक पत्रकारिता में, **दृश्य तत्व (Visual Elements)**—जैसे तस्वीरें, इन्फोग्राफिक्स, और वीडियो—भी समाचार के अनिवार्य तत्व बन गए हैं। एक अच्छी तस्वीर कहानी की भावना को सेकंडों में व्यक्त कर सकती है, जबकि इन्फोग्राफिक्स जटिल डेटा को सरल बना सकते हैं। इन सभी तत्वों का उद्देश्य एक है: दर्शकों को कम से कम समय में, सबसे अधिक जानकारी, सबसे विश्वसनीय और आकर्षक तरीके से प्रदान करना। संरचना और प्रस्तुतिकरण के इन तत्वों का सही मिश्रण ही एक साधारण रिपोर्ट को एक प्रभावी समाचार रिपोर्ट में परिवर्तित करता है।

5W और 1H का विस्तृत विश्लेषण: पत्रकारिता में भूमिका

5W और 1H केवल प्रश्नों की एक सूची नहीं है; यह **खोजी पत्रकारिता (Investigative Journalism)** और **स्पष्टीकरण पत्रकारिता (Explanatory Journalism)** की दिशा निर्धारित करने वाला एक उपकरण है। जहाँ 'क्या, कौन, कब, कहाँ' एक घटना की बुनियादी **तथ्यात्मक रिपोर्टिंग (Factual Reporting)** के लिए आवश्यक हैं, वहीं 'क्यों और कैसे' **गहन विश्लेषण और संदर्भ** प्रदान करने के लिए महत्वपूर्ण हैं।

तथ्यात्मक रिपोर्टिंग (What, Who, When, Where):

- **'क्या' (The What) और 'कौन' (The Who):** ये तत्व मिलकर घटना के केंद्र बिंदु को स्थापित करते हैं। 'क्या' एक क्रिया है (जैसे 'भूकंप आया', 'कानून पारित हुआ', 'घोषणा की गई') और 'कौन' वह अभिनेता है जो क्रिया करता है या जिस पर क्रिया की जाती है। पत्रकारिता का एक मूलभूत नियम है कि क्रिया और कर्ता (What and Who) को लीड में यथासंभव एक साथ प्रस्तुत किया जाना चाहिए।
- **'कब' (The When) और 'कहाँ' (The Where):** ये समय और स्थान के स्थिरांक हैं। ये रिपोर्ट को **विश्वसनीयता (Credibility)** प्रदान करते हैं। 'कब' का जवाब सटीक तारीख और समय के साथ दिया जाना चाहिए, जबकि 'कहाँ' को विशिष्ट स्थान (जैसे, 'संसद भवन', 'मेन स्ट्रीट', 'शहर ए का पूर्वी जिला') बताना चाहिए, न कि केवल सामान्य क्षेत्र।

गहन विश्लेषण और संदर्भ (Why, How):

क्यों (The Why): यह तत्व समाचार रिपोर्टिंग को 'क्यों' और 'क्या हुआ' से आगे ले जाता है। यह वह जगह है जहाँ पत्रकार **विश्लेषण, व्याख्या और स्रोत प्रेरणा** का उपयोग करते हैं। 'क्यों' का जवाब देने के लिए अक्सर गहन साक्षात्कार, दस्तावेजों की छानबीन, और विशेषज्ञों की राय की आवश्यकता होती है। यदि कोई कंपनी विफल होती है, तो 'क्यों' का जवाब 'खराब प्रबंधन', 'अप्रत्याशित आर्थिक मंदी', या 'सरकारी



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

नीति में बदलाव हो सकता है। 'क्यों' के बिना, एक घटना अप्रत्याशित और असंबंधित लगती है।

कैसे' (The How): 'कैसे' अक्सर 'क्यों' का पूरक होता है। यदि 'क्यों' मकसद बताता है, तो 'कैसे' **तंत्र या प्रक्रिया** बताता है। उदाहरण के लिए, यदि एक नए कर कानून को पारित किया गया है ('क्या'), तो 'कैसे' बताता है कि 'यह कानून संसद में कैसे पारित हुआ?', 'कितने वोट पड़े?', 'किन प्रक्रियाओं का पालन किया गया?'। यह तकनीकी और प्रक्रियात्मक विवरण प्रदान करता है जो पाठक को घटना की कार्यप्रणाली को समझने में मदद करता है।

पत्रकारिता के शुरुआती प्रशिक्षण में, रिपोर्टर को निर्देश दिया जाता है कि वे हमेशा अपनी रिपोर्ट का मूल्यांकन इन छह प्रश्नों के आधार पर करें। यदि कोई भी W या H अपूर्ण रह जाता है, तो कहानी को अपूर्ण माना जाता है और उसे तब तक जारी नहीं किया जाना चाहिए जब तक कि पत्रकारिता मानकों के अनुसार आवश्यक प्रयास न किए गए हों। इस प्रकार, 5W और 1H केवल सूचना एकत्र करने का एक तरीका नहीं है, बल्कि एक **गुणवत्ता नियंत्रण (Quality Control)** उपकरण भी है।

समाचार मूल्य: चयन और महत्व का सिद्धांत

समाचार मूल्य (News Value) पत्रकारिता का वह सिद्धांत है जो किसी घटना की **आंतरिक योग्यता** को मापता है कि वह जनता के समय और ध्यान के योग्य है या नहीं। यह सिद्धांत संचार माध्यमों की **संपादकीय स्वतंत्रता (Editorial Discretion)** का आधार है, जिसके माध्यम से वे दुनिया की जटिलता को एक सुसंगत और प्रासंगिक कथा में बदल देते हैं। समाचार मूल्य का चयन केवल व्यावसायिक निर्णय नहीं है; यह एक **सामाजिक-दार्शनिक निर्णय** भी है जो निर्धारित करता है कि समाज अपनी प्राथमिकताओं, चिंताओं और सामूहिक पहचान को कैसे समझेगा।

समाचार मूल्य का सिद्धांत मानता है कि हर दिन दुनिया में लाखों घटनाएँ होती हैं, लेकिन समाचार आउटलेटों में केवल सीमित स्थान या समय होता है। इस **संसाधन की कमी** के कारण, एक **मूल्य-आधारित फ़िल्टर** अनिवार्य हो जाता है। यह फ़िल्टर निम्नलिखित दो मुख्य उद्देश्यों को पूरा करता है:

1. **सार्वजनिक हित (Public Interest):** यह सुनिश्चित करना कि चुनी गई कहानियाँ दर्शकों को उनके जीवन को प्रभावित करने वाले महत्वपूर्ण मुद्दों के बारे में सूचित करती हैं, जिससे वे लोकतंत्र में बेहतर नागरिक बन सकें।
2. **दर्शक/पाठक रुचि (Audience Interest):** यह सुनिश्चित करना कि कहानियाँ पर्याप्त रूप से आकर्षक, मनोरंजक या भावनात्मक रूप से जुड़ने वाली हों ताकि दर्शक उन्हें देखें या पढ़ें।

उच्च समाचार मूल्य वाली कहानियों में अक्सर **असाधारणता (Extraordinariness)**, **परिवर्तन (Change)**, और **भविष्य का परिणाम (Future Consequence)** का मिश्रण पाया जाता है। उदाहरण के लिए, एक राजनीतिक नेता का अचानक पद छोड़ना समाचार है क्योंकि यह **असामान्य** है, यह शक्ति संरचना में **परिवर्तन** लाता है, और इसके **भविष्य के परिणाम** होंगे।

समाचार मूल्य की अवधारणा को **संपादकीय नीति** और **सांस्कृतिक पूर्वाग्रह** प्रभावित करते हैं। एक समाचार पत्र जिसकी नीति स्थानीय व्यापार पर ध्यान केंद्रित करने की है, वह व्यापार-संबंधी छोटी कहानियों को उच्च समाचार मूल्य देगा, जबकि एक राष्ट्रीय चैनल जो राजनीतिक ड्रामे पर जोर देता है, वह उसी दिन की राजनीतिक टिप्पणियों को प्राथमिकता देगा। यह भिन्नता दर्शाती है कि समाचार मूल्य **पूर्ण या सार्वभौमिक** नहीं हैं, बल्कि वे **संदर्भ-निर्भर (Context-dependent)** हैं। डिजिटल मीडिया में, समाचार मूल्य का मूल्यांकन '**क्लिक क्षमता (Clickability)**' और '**वायरलिटी (Virality)**' जैसे नए, व्यावसायिक मानदंडों से भी होता है, जिसने पारंपरिक पत्रकारिता के सिद्धांतों को चुनौती दी है। हालाँकि, एक जिम्मेदार न्यूज़ आउटलेट हमेशा **सत्यता और प्रभाव** जैसे मूल मूल्यों को प्राथमिकता देगा, भले ही कम महत्वपूर्ण, लेकिन सनसनीखेज कहानियाँ अधिक तात्कालिक ध्यान आकर्षित करें। संक्षेप में, समाचार मूल्य चयन का एक सिद्धांत है जो पत्रकारिता की सामाजिक जिम्मेदारी और व्यावसायिक व्यवहार्यता के बीच संतुलन स्थापित करने का प्रयास करता है।



जनसंचार
एवं हिन्दी
पत्रकारिता

समाचारयोग्यता के मानदंड: व्यापक और जटिल कारक

समाचारयोग्यता के मानदंड वे **व्यापक और जटिल कारक** हैं जो एक पत्रकार को यह तय करने में मदद करते हैं कि किसी घटना को जनता तक पहुँचाने के लिए पर्याप्त बल और प्रासंगिकता प्राप्त है या नहीं। ये मानदंड केवल घटना की रिपोर्टिंग को ही नहीं, बल्कि **उसकी प्रस्तुति के कोण** को भी प्रभावित करते हैं।

1. **विरलता/विचित्रता (Rarity/Oddity):** जैसा कि पहले बताया गया है, जो चीज़ें सामान्य दैनिक पैटर्न को तोड़ती हैं, वे समाचार योग्य बन जाती हैं। उदाहरण के लिए, किसी जानवर का असामान्य व्यवहार या किसी आम व्यक्ति द्वारा किया गया कोई असाधारण कार्य।
2. **मानव रुचि (Human Interest):** यह मानदंड भावनात्मक अपील पर केंद्रित है। इसमें कहानियाँ शामिल हैं जो पाठकों को हँसाती, रुलाती, प्रेरित करती या आश्चर्यचकित करती हैं। ये कहानियाँ अक्सर व्यक्तिगत संघर्ष, जीत या त्रासदियों पर केंद्रित होती हैं और उन्हें अक्सर **फीचर स्टोरीज** में प्रमुखता दी जाती है।
3. **उपयोगिता (Utility):** यह जनता के लिए व्यावहारिक प्रासंगिकता को मापता है। वह जानकारी जो लोगों को पैसा बचाने, स्वस्थ रहने, नौकरी खोजने, या अपने अधिकारों को समझने में मदद करती है, वह हमेशा उच्च समाचार मूल्य रखती है।
4. **संघर्ष और बहस (Conflict and Debate):** राजनीतिक संघर्ष, युद्ध, कानूनी लड़ाइयाँ, या यहाँ तक कि खेल प्रतियोगिताएँ—संघर्ष में अंतर्निहित नाटक दर्शक को आकर्षित करता है। यह मानदंड समाज के उन क्षेत्रों को उजागर करता है जहाँ सहमति नहीं है।
5. **विकास (Progress) और परिवर्तन (Change):** समाज में होने वाला कोई भी महत्वपूर्ण परिवर्तन, चाहे वह वैज्ञानिक सफलता हो, कोई नई सरकारी नीति हो, या कोई सांस्कृतिक बदलाव हो, समाचार योग्य है। पत्रकारिता निरंतर विकास और परिवर्तन को रिकॉर्ड करती है।
6. **सततता (Continuity):** कुछ कहानियाँ ऐसी होती हैं जो एक दिन में समाप्त नहीं होतीं, बल्कि लंबे समय तक चलती हैं (जैसे कोई आपराधिक जाँच,

महामारी का विकास, या चुनाव अभियान)। इन कहानियों के छोटे-से-छोटे अनुवर्ती विकास भी समाचार योग्य बन जाते हैं क्योंकि जनता पहले से ही निवेशित होती है।

7. **संस्कृति और लोकलुभावनवाद (Culture and Populism):** वह जानकारी जो समाज की वर्तमान संस्कृति, लोकप्रिय रुझानों, या मनोरंजन जगत से जुड़ी होती है, उच्च समाचार मूल्य रखती है क्योंकि यह बड़ी संख्या में दर्शकों को आकर्षित करती है।

ये मानदंड एक दूसरे के साथ **पारस्परिक रूप से कार्य** करते हैं। एक कहानी जो 'संघर्ष' और 'मानव रुचि' दोनों को जोड़ती है, वह केवल एक ही मानदंड वाली कहानी से अधिक समाचार योग्य होगी। पत्रकारिता का कौशल इन मानदंडों का बुद्धिमान से उपयोग करने में निहित है, यह सुनिश्चित करते हुए कि सनसनीखेज (विचित्रता) और महत्वपूर्ण (प्रभाव) के बीच एक स्वस्थ संतुलन बना रहे। अंततः, समाचारयोग्यता के मानदंड एक **नैतिक दायित्व** को भी दर्शाते हैं: पत्रकारिता केवल वह नहीं बताती जो लोग सुनना चाहते हैं, बल्कि वह भी बताती है जो उन्हें जानना चाहिए।



चित्र 3.1: समाचार मूल्य के प्रमुख तत्व



इकाई 3.2: समाचार संकलन

3.2.1 समाचार संकलन की विधियाँ

समाचार संकलन, पत्रकारिता की आधारशिला है, जिसके बिना किसी भी समाचार संगठन का अस्तित्व संभव नहीं है। यह वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा एक कच्ची घटना, सूचना या विचार को जनता के लिए प्रासंगिक, विश्वसनीय और पठनीय/दर्शनीय सामग्री में रूपांतरित किया जाता है। इसका महत्व केवल सूचना प्रदान करने तक सीमित नहीं है, बल्कि यह लोकतंत्र में नागरिक शिक्षा, सशक्तिकरण और निगरानी (वॉचडॉग) की भूमिका निभाता है। समाचार संकलन की आवश्यकता इसलिए भी है क्योंकि समाज में घटने वाली प्रत्येक घटना को सीधे जनता तक पहुँचाना असंभव होता है। पत्रकारिता इस जटिल दुनिया की घटनाओं को छाँटने, प्राथमिकता देने, सत्यापित करने और संदर्भ प्रदान करने का कार्य करती है। यह चयन की प्रक्रिया (गेटक्रीपिंग) सुनिश्चित करती है कि केवल वही सूचना सार्वजनिक हो जो सत्य, संतुलित और सार्वजनिक हित में हो। यदि संकलन की प्रक्रिया त्रुटिपूर्ण या पक्षपाती हो, तो संपूर्ण मीडिया आउटलेट की विश्वसनीयता दाँव पर लग जाती है, जिसका सीधा असर लोकतांत्रिक विमर्श की गुणवत्ता पर पड़ता है। समाचार संकलन का प्राथमिक उद्देश्य जनता को समय पर, सटीक और निष्पक्ष जानकारी प्रदान करना है ताकि वे सूचित निर्णय ले सकें—चाहे वह राजनीतिक हो, आर्थिक हो या सामाजिक। इस प्रक्रिया में संवाददाताओं, प्रेस विज्ञप्तियों और समाचार एजेंसियों की अपनी विशिष्ट और अपरिहार्य भूमिकाएँ होती हैं, जिनका समन्वय ही एक सफल समाचार बुलेटिन या अखबार को जन्म देता है। यह प्रक्रिया केवल 'क्या हुआ' बताने तक सीमित नहीं है, बल्कि 'क्यों हुआ' और 'इसका क्या अर्थ है' जैसे गहन प्रश्नों का उत्तर भी देती है।

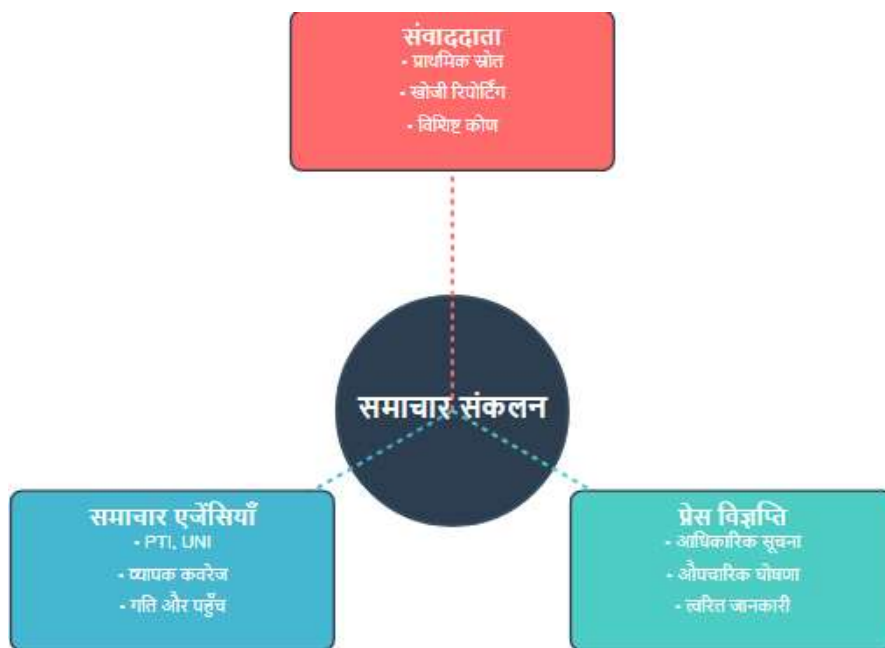
संवाददाता: समाचार संकलन की रीढ़ और प्राथमिक स्रोत

संवाददाता (Reporter) को पत्रकारिता जगत की 'आँख और कान' माना जाता है, और वास्तव में वे समाचार संकलन की रीढ़ होते हैं। समाचार एजेंसियों और प्रेस विज्ञप्तियों द्वारा दी गई सूचनाएँ भले ही त्वरित और व्यापक कवरेज प्रदान करती हों, लेकिन किसी भी घटना की प्रामाणिकता, गहराई और विशिष्टता केवल एक समर्पित

संवाददाता की मौके पर मौजूदगी और पहल से ही संभव हो पाती है।



आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली



चित्र 3.2: समाचार संकलन की विधियाँ

संवाददाता वह कड़ी है जो सीधे घटना स्थल, यानी जनता और शक्ति केंद्रों के बीच, मौजूद रहता है, और अपनी व्यक्तिगत खोज, साक्षात्कार और गहन जाँच के माध्यम से सूचना को 'खबर' में बदलता है। किसी भी समाचार संस्था की प्रतिष्ठा उसके संवाददाताओं के नेटवर्क और उनकी खोजी क्षमता पर निर्भर करती है। संवाददाता न केवल सूचना प्राप्त करते हैं, बल्कि वे उस सूचना को पाठकों के लिए प्रासंगिक बनाने हेतु संदर्भ, पृष्ठभूमि और मानवीय कोण (Human Angle) भी प्रदान करते हैं। वे केवल घटनाओं को दर्ज नहीं करते, बल्कि उन घटनाओं के पीछे की कहानी, निहितार्थ और प्रभावों को भी उजागर करते हैं। यह व्यक्तिगत और प्रत्यक्ष संकलन विधि प्रेस विज्ञप्ति की औपचारिक सीमा और समाचार एजेंसी के सामान्यीकरण से परे जाकर, पत्रकारिता को उसकी वास्तविक खोजी पहचान प्रदान करती है। एक कुशल संवाददाता किसी भी बीट (जैसे, अपराध, राजनीति, खेल) पर अपनी पकड़ और स्रोतों के साथ व्यक्तिगत संबंध के कारण ऐसी एक्सक्लूसिव खबरें लाने में सक्षम होता है, जो एजेंसियों या प्रेस विज्ञप्ति के माध्यम से कभी नहीं मिल पातीं।



जनसंचार एवं हिन्दी पत्रकारिता

संवाददाता के कार्य, कौशल और नैतिक चुनौतियाँ

एक संवाददाता के कार्य अत्यंत विविध और चुनौतीपूर्ण होते हैं। उनका प्राथमिक कार्य सूचना को 'प्राप्त करना' नहीं, बल्कि 'खोज निकालना' होता है। इसमें सार्वजनिक बैठकों में भाग लेना, आधिकारिक ब्रीफिंग को कवर करना, महत्वपूर्ण व्यक्तियों का साक्षात्कार लेना, और सबसे महत्वपूर्ण, गुप्त स्रोतों से जानकारी जुटाना शामिल है। एक सफल संवाददाता के लिए आवश्यक कौशल बहुआयामी होते हैं। पहला, 'उत्कृष्ट अवलोकन क्षमता' जिससे वह केवल शब्दों पर नहीं, बल्कि आसपास के वातावरण और बॉडी लैंग्वेज पर भी ध्यान केंद्रित कर सके। दूसरा, 'विश्वसनीयता और निष्पक्षता' बनाए रखने की क्षमता, ताकि स्रोत उस पर भरोसा कर सकें। तीसरा, 'जटिल सूचना को सरल भाषा में व्यक्त करने' का कौशल, जिसे 'स्टोरीटेलिंग' कहा जाता है। इसके अतिरिक्त, तीव्र गति से लेखन, डिजिटल उपकरणों का उपयोग, और तनावपूर्ण स्थितियों में शांत रहने की क्षमता भी महत्वपूर्ण है। संवाददाता को अक्सर गंभीर नैतिक चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। इनमें सबसे प्रमुख है 'स्रोत की सुरक्षा' (Source Protection) और 'गोपनीयता का सम्मान'। कई बार उन्हें किसी बड़ी कहानी को तोड़ने के लिए अनैतिक साधनों या 'स्टिंग ऑपरेशन' का सहारा लेने का प्रलोभन मिलता है, जिस पर पत्रकारिता की नैतिकता सख्त सीमाएँ लगाती है। साथ ही, खबर को सनसनीखेज बनाने और तथ्यों को अतिरंजित करने के दबाव से निपटना भी एक बड़ी चुनौती है, जहाँ नैतिक पत्रकार हमेशा 'तथ्य और अनुमान' के बीच स्पष्ट भेद बनाए रखता है।

4. प्रेस विज्ञप्ति की अवधारणा और उपयोगिता

प्रेस विज्ञप्ति (Press Release), जिसे कभी-कभी 'मीडिया रिलीज' भी कहा जाता है, समाचार संकलन की एक औपचारिक और संगठित विधि है। यह किसी भी संगठन, सरकारी विभाग, कॉर्पोरेट इकाई, या व्यक्ति द्वारा जारी किया गया आधिकारिक लिखित वक्तव्य होता है, जिसका उद्देश्य मीडिया को किसी विशिष्ट घटना, घोषणा, उत्पाद लॉन्च, नीति परिवर्तन या संकट की स्थिति के बारे में सूचित करना होता है। इसका प्राथमिक उद्देश्य सूचना को नियंत्रित, सटीक और इच्छित तरीके से प्रसारित करना होता है। प्रेस विज्ञप्ति की अवधारणा का उदय इसलिए हुआ ताकि संगठन

अपने कथानक (Narrative) को मीडिया के सामने स्पष्ट रूप से प्रस्तुत कर सकें, जिससे गलतफहमी की गुंजाइश कम हो। पत्रकारिता के लिए इसकी उपयोगिता निर्विवाद है क्योंकि यह कम समय और न्यूनतम प्रयास में त्वरित, सत्यापित और आधिकारिक जानकारी का एक स्रोत प्रदान करती है। विशेष रूप से छोटी समाचार संस्थाओं या उन बीटों के लिए जहाँ संवाददाता की पहुँच सीमित होती है, प्रेस विज्ञप्ति एक आवश्यक 'फिलर' सामग्री या 'लीड' (Leading information) के रूप में कार्य करती है। हालाँकि, पत्रकार इसे अंतिम खबर के रूप में स्वीकार नहीं करते, बल्कि इसे एक शुरुआती बिंदु मानते हैं, जिसके बाद वे अपने संवाददाता के माध्यम से सत्यापन, पृष्ठभूमि जाँच और विरोधी पक्ष की प्रतिक्रिया (Counter Statement) जोड़कर खबर को संतुलित बनाते हैं। यह विधि समय और संसाधनों की बचत करती है, लेकिन पत्रकारिता को एकतरफा जानकारी पर निर्भर होने के जोखिम से भी आगाह करती है।

5. प्रभावी प्रेस विज्ञप्ति के तत्व और पत्रकार का दृष्टिकोण

एक प्रभावी प्रेस विज्ञप्ति को सफल बनाने के लिए कुछ विशिष्ट तत्वों का होना आवश्यक है। पहली और सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि उसमें एक मजबूत 'न्यूज वैल्यू' (News Value) होनी चाहिए, यानी यह घोषणा इतनी महत्वपूर्ण हो कि जनता की रुचि जगाए। दूसरा, इसे 'उलटे पिरामिड' (Inverted Pyramid) शैली में लिखा जाना चाहिए, जहाँ सबसे महत्वपूर्ण जानकारी (Who, What, When, Where, Why, How) पहले पैराग्राफ में दी जाए। तीसरा, इसमें एक स्पष्ट 'शीर्षक' (Headline) और 'उप-शीर्षक' होना चाहिए जो पत्रकार को तुरंत आकर्षित करे। अंत में, इसमें एक 'संपर्क व्यक्ति' (Contact Person) का विवरण होना चाहिए ताकि पत्रकार अधिक जानकारी के लिए संपर्क कर सके। जब कोई प्रेस विज्ञप्ति समाचार कक्ष में पहुँचती है, तो पत्रकार का दृष्टिकोण विशुद्ध रूप से खोजी होता है, न कि स्वीकार करने वाला। पत्रकार इसे आँख बंद करके प्रकाशित नहीं करता; बल्कि, वह सबसे पहले इसकी प्रामाणिकता और जारीकर्ता के उद्देश्य की जाँच करता है। वह प्रेस विज्ञप्ति में दी गई जानकारी को मुख्य खबर के 'आधार' के रूप में इस्तेमाल करता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी कंपनी ने नए उत्पाद की घोषणा की है, तो पत्रकार उस घोषणा को आधार बनाकर उद्योग के विशेषज्ञों, उपभोक्ताओं और प्रतिस्पर्धी कंपनियों से



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

प्रतिक्रियाएँ जोड़ता है ताकि खबर को एक संतुलित और बहुआयामी रूप दिया जा सके। संक्षेप में, प्रेस विज्ञप्ति केवल 'कहानियाँ शुरू करती है', जबकि संवाददाता उसे 'पूरा' करते हैं।

6. समाचार एजेंसियों का स्वरूप और वैश्विक भूमिका

समाचार एजेंसियाँ (News Agencies), जिन्हें कभी-कभी 'वायर सर्विसेज' भी कहा जाता है, समाचार संकलन की थोक विक्रेता होती हैं। उनका स्वरूप एक विशाल, वैश्विक नेटवर्क पर आधारित होता है जिसका एकमात्र उद्देश्य दुनिया भर की घटनाओं को अतिशीघ्र और सटीकता से इकट्ठा करना, संक्षिप्त करना और अपने ग्राहकों (अखबारों, टीवी चैनलों, रेडियो स्टेशनों और अब डिजिटल पोर्टलों) को वितरित करना होता है। एजेंसियों की सबसे बड़ी ताकत उनकी गति और पहुँच होती है। उनके पास दुनिया के लगभग हर बड़े शहर और राजनीतिक केंद्र में संवाददाता (स्ट्रिंगर या ब्यूरो) होते हैं, जो 24 घंटे, सातों दिन सूचनाएँ भेजते रहते हैं। वैश्विक स्तर पर, रॉयटर्स (Reuters), एसोसिएटेड प्रेस (AP), और एजेंसी फ्रान्स-प्रेस (AFP) जैसी एजेंसियाँ समाचारों को एकत्रित करती हैं और उन्हें विभिन्न भाषाओं में अनुवादित करके हजारों मीडिया आउटलेट्स को बेचती हैं। उनकी भूमिका केवल सूचना संकलन तक सीमित नहीं है, बल्कि वे पत्रकारिता में एक 'मानक' (Standard) स्थापित करती हैं। जब कोई बड़ी घटना घटती है, तो लगभग सभी समाचार संगठन शुरुआत में एजेंसी की रिपोर्ट पर ही निर्भर करते हैं, क्योंकि एजेंसियों की रिपोर्ट को आमतौर पर त्वरित और प्रारंभिक तौर पर विश्वसनीय माना जाता है। एजेंसियाँ प्राथमिक, तथ्यात्मक जानकारी (जिन्हें 'फ्लैश' या 'ब्रेकिंग न्यूज़' कहा जाता है) प्रदान करके सभी मीडिया आउटलेट्स को एक समान 'आधारभूत ज्ञान' (Baseline Knowledge) प्रदान करती हैं, जिस पर फिर व्यक्तिगत संवाददाता अपनी विशिष्ट और गहन रिपोर्टिंग को जोड़ते हैं।

7. भारत में प्रमुख समाचार एजेंसियाँ और उनका कार्यक्षेत्र

भारत में समाचार एजेंसियों का एक सुस्थापित नेटवर्क मौजूद है, जो देश के विशाल और भाषाई रूप से विविध परिदृश्य को कवर करता है। देश की दो प्रमुख अंग्रेजी और हिंदी/क्षेत्रीय भाषा की एजेंसियाँ हैं: प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (PTI) और यूनाइटेड न्यूज़ ऑफ इंडिया (UNI)। पीटीआई भारत की सबसे बड़ी और सबसे पुरानी समाचार

एजेंसी है, जो अंग्रेजी के साथ-साथ अपनी हिंदी सेवा 'भाषा' के माध्यम से भी खबरें प्रदान करती है। पीटीआई की खबरें भारत के लगभग हर प्रमुख समाचार पत्र और मीडिया आउटलेट का आधार बनती हैं। यूएनआई भी एक महत्वपूर्ण खिलाड़ी है, जिसकी अपनी हिंदी सेवा 'यूनिवार्ता' है। इन एजेंसियों का कार्यक्षेत्र सिर्फ राष्ट्रीय राजधानी या मेट्रो शहरों तक सीमित नहीं है, बल्कि वे छोटे शहरों और जिला मुख्यालयों में स्ट्रिंगरों (स्वतंत्र संवाददाताओं) का एक मजबूत जाल बनाकर देश के हर कोने की खबरें इकट्ठा करती हैं। इनके अलावा, हिंदुस्तान समाचार और संवाद समिति जैसी क्षेत्रीय एजेंसियाँ भी हैं जो स्थानीय और भाषाई समाचारों पर विशेष ध्यान केंद्रित करती हैं। भारत जैसे विकासशील देश में, जहाँ संसाधनों की कमी के कारण छोटे और मझोले समाचार पत्र हर जगह अपने संवाददाता नहीं रख सकते, वहाँ ये एजेंसियाँ 'लाइफलाइन' का काम करती हैं, उन्हें अत्यंत कम लागत पर व्यापक राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय कवरेज प्रदान करती हैं। ये एजेंसियाँ न केवल राजनीति, अर्थव्यवस्था और खेल को कवर करती हैं, बल्कि विज्ञान, कला और कृषि जैसे विशिष्ट विषयों पर भी सामग्री प्रदान करती हैं, जिससे भारतीय पत्रकारिता की समग्र गुणवत्ता सुनिश्चित होती है।

8. इन तीनों विधियों का तुलनात्मक अध्ययन और अंतरसंबंध

समाचार संकलन की तीनों विधियाँ—संवाददाता, प्रेस विज्ञप्ति, और समाचार एजेंसियाँ—एक दूसरे की पूरक हैं, न कि प्रतियोगी। उनका तुलनात्मक अध्ययन उनकी अद्वितीय भूमिकाओं को उजागर करता है:

1. **संवाददाता-आधारित संकलन (Direct Reporting):** यह सबसे गहन, विश्वसनीय और खोजी विधि है। यह विशिष्ट, एक्सक्लूसिव और व्यक्तिगत कोण वाली खबरें देती है। इसकी सीमा यह है कि यह धीमी हो सकती है और महंगी भी। यह 'गहराई' (Depth) प्रदान करती है।
2. **प्रेस विज्ञप्ति-आधारित संकलन (Controlled Information):** यह सबसे तेज, सबसे सस्ता और सबसे नियंत्रित (Controlled) विधि है। इसका उपयोग औपचारिक घोषणाओं और संगठन के दृष्टिकोण को प्रस्तुत करने के लिए किया जाता है। इसकी सीमा यह है कि यह अक्सर एकतरफा होती है



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

और इसमें आलोचनात्मक या खोजी तत्व की कमी होती है। यह 'औपचारिकता' (Formality) प्रदान करती है।

3. **समाचार एजेंसी-आधारित संकलन (Mass Sourcing):** यह सबसे व्यापक, तेज और लागत-प्रभावी विधि है। यह सभी मीडिया आउटलेट्स के लिए एक 'आधारभूत सत्य' (Baseline Fact) और त्वरित 'ब्रेकिंग न्यूज़' प्रदान करती है। इसकी सीमा यह है कि यह अक्सर सामान्य होती है और इसमें व्यक्तिगत मीडिया हाउस की पहचान या गहराई का अभाव होता है। यह 'गति और कवरेज' (Speed and Coverage) प्रदान करती है।

इन तीनों के बीच गहरा अंतरसंबंध है। अक्सर, एक संवाददाता किसी एजेंसी की 'फ्लैश न्यूज़' (ब्रेकिंग) को आधार बनाकर या किसी प्रेस विज्ञप्ति से मिली घोषणा को लीड बनाकर, फिर अपने व्यक्तिगत स्रोतों और जाँच के माध्यम से उस कहानी में 'गहराई' और 'एक्सक्लूसिव सामग्री' जोड़ता है। इस प्रकार, एजेंसियाँ और प्रेस विज्ञप्तियाँ 'पृष्ठभूमि' और 'प्रारंभिक सूचना' देती हैं, जबकि संवाददाता इसे 'परिपूर्ण' (Complete) और 'आलोचनात्मक' बनाते हैं। यह सहजीवी संबंध आधुनिक समाचार कक्ष की सफलता की कुंजी है।

9. आधुनिक युग में समाचार संकलन के बदलते आयाम

डिजिटल क्रांति और इंटरनेट के आगमन ने समाचार संकलन के पारंपरिक आयामों को मौलिक रूप से बदल दिया है। जहाँ पहले संकलन की प्रक्रिया पूरी तरह से उपरोक्त तीन विधियों पर निर्भर थी, वहीं अब सोशल मीडिया, नागरिक पत्रकारिता (Citizen Journalism) और डेटा पत्रकारिता ने नए आयाम जोड़े हैं। आधुनिक संवाददाता को अब केवल भौतिक घटना स्थल पर मौजूद रहने की आवश्यकता नहीं है, बल्कि उन्हें डिजिटल दुनिया में भी सक्रिय रहना पड़ता है। ट्विटर (X), फेसबुक और इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफॉर्म अब त्वरित सूचना के शक्तिशाली (लेकिन अविश्वसनीय) स्रोत बन गए हैं। इसका अर्थ यह है कि संवाददाता को अब सूचना की गति (Speed) को उसकी विश्वसनीयता (Credibility) से संतुलित करने की दोगुनी चुनौती का सामना करना पड़ता है। 'फेक न्यूज़' और 'भ्रामक जानकारी' का उदय सबसे बड़ी चुनौती है, जिसके कारण सत्यापन (Verification) और तथ्य-जाँच (Fact-Checking) की



आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली

प्रक्रिया पहले से कहीं अधिक महत्वपूर्ण हो गई है। डेटा पत्रकारिता के माध्यम से, संवाददाता अब केवल घटनाएँ नहीं बता रहे हैं, बल्कि बड़े डेटा सेटों का विश्लेषण करके सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक रुझानों को भी उजागर कर रहे हैं। इन बदलते आयामों में, संवाददाता को अब डेटा एनालिस्ट, सोशल मीडिया विशेषज्ञ और पारंपरिक खोजी पत्रकार की भूमिकाओं का मिश्रण बनना पड़ा है।

10. समाचार संकलन में नैतिकता, विश्वसनीयता और भविष्य

समाचार संकलन की प्रक्रिया की सफलता अंततः नैतिकता और विश्वसनीयता पर निर्भर करती है। नैतिकता का अर्थ है, पत्रकारों का सत्यनिष्ठा, निष्पक्षता और मानवीय गरिमा के प्रति प्रतिबद्ध रहना। किसी भी कीमत पर 'सेंसेशनलिज्म' (Sensationalism) को बढ़ावा देने से बचना, गोपनीयता का सम्मान करना और हितों के टकराव (Conflict of Interest) से दूर रहना पत्रकारिता के मूलभूत नैतिक सिद्धांत हैं। विश्वसनीयता, जो दशकों के कठिन परिश्रम से अर्जित की जाती है, एक समाचार संगठन की सबसे बड़ी संपत्ति है। यदि कोई समाचार संगठन बार-बार गलत या असत्यापित खबरें प्रकाशित करता है, तो वह जनता का विश्वास खो देता है, और एक बार विश्वसनीयता टूटने पर उसे वापस पाना लगभग असंभव होता है। भविष्य में, समाचार संकलन की प्रक्रिया और भी अधिक एकीकृत (Integrated) और तकनीकी रूप से उन्नत होगी। कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) प्रारंभिक रिपोर्टिंग, डेटा विश्लेषण और सत्यापन में पत्रकारों की सहायता करेगी। संवाददाता, प्रेस विज्ञप्ति और समाचार एजेंसियों का समन्वय बढ़ेगा, जहाँ AI एजेंसियों और विज्ञप्तियों से लाखों डेटा पॉइंट संसाधित करेगा, और संवाददाता उस संसाधित डेटा का उपयोग करके मानवीय कोण और खोजी गहराई वाली अंतिम कहानियाँ तैयार करेंगे। भविष्य की पत्रकारिता गति, प्रौद्योगिकी और नैतिकता के बीच एक नाजुक संतुलन स्थापित करने पर निर्भर करेगी, ताकि सूचना का प्रवाह जारी रहे, लेकिन सत्य की बलि न चढ़े।



इकाई 3.3: रिपोर्टिंग

3.3.1 रिपोर्टिंग: प्रकार

(क) सामान्य रिपोर्टिंग (General Reporting)

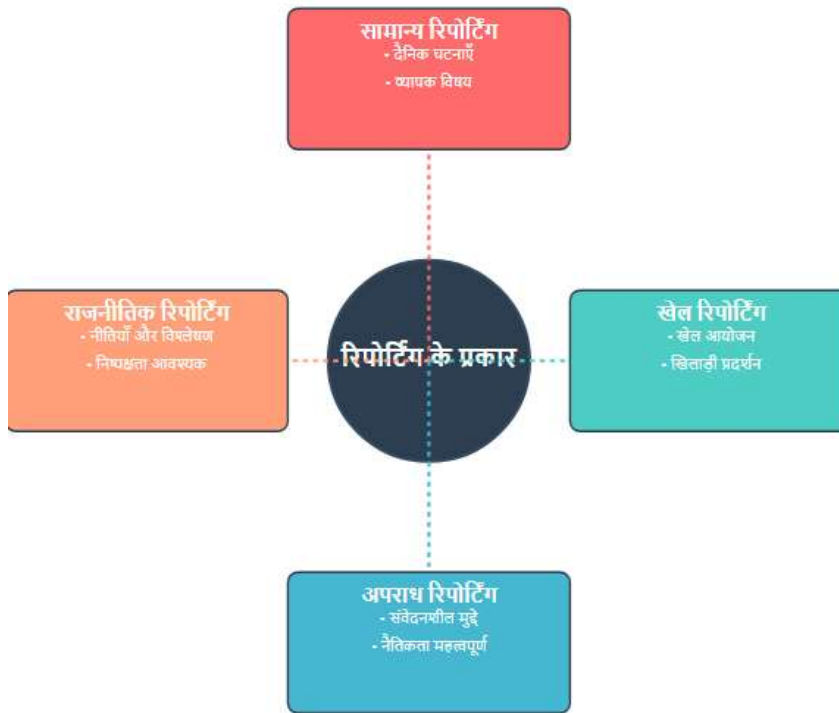
सामान्य रिपोर्टिंग पत्रकारिता का सबसे व्यापक और आधारभूत रूप है। इसमें रिपोर्टर समाज, राजनीति, शिक्षा, संस्कृति, स्वास्थ्य, पर्यावरण, और दैनिक जीवन से जुड़ी घटनाओं का संकलन और प्रस्तुतीकरण करता है। सामान्य रिपोर्टर का कार्य किसी विशेष क्षेत्र तक सीमित नहीं होता, बल्कि वह हर प्रकार की घटना पर नज़र रखता है। इस प्रकार की रिपोर्टिंग में संतुलन, वस्तुनिष्ठता और समयबद्धता अत्यंत आवश्यक होती है। सामान्य रिपोर्टर को स्थानीय स्तर पर होने वाली घटनाओं से लेकर राष्ट्रीय स्तर की बड़ी घटनाओं तक पर ध्यान देना पड़ता है। जैसे किसी शहर में पानी की कमी, बिजली की समस्या, यातायात व्यवस्था, स्कूलों में शिक्षा की गुणवत्ता, अस्पतालों की स्थिति, या किसी सांस्कृतिक आयोजन की खबर — ये सभी सामान्य रिपोर्टिंग के अंतर्गत आते हैं। इस प्रकार की रिपोर्टिंग में रिपोर्टर को भाषा का सरल और प्रभावशाली प्रयोग करना चाहिए ताकि खबर आम जनता तक स्पष्ट रूप से पहुँचे। साथ ही उसे तथ्यों की सत्यता की पुष्टि करना और दोनों पक्षों की राय लेना भी जरूरी होता है, ताकि रिपोर्ट निष्पक्ष लगे।

(ख) खेल रिपोर्टिंग (Sports Reporting)

खेल रिपोर्टिंग पत्रकारिता का एक लोकप्रिय और रोचक क्षेत्र है। यह न केवल खेल आयोजनों की जानकारी प्रदान करती है, बल्कि खिलाड़ियों के प्रदर्शन, रणनीतियों, विवादों और खेल नीति से संबंधित मुद्दों पर भी प्रकाश डालती है। खेल रिपोर्टर को खेल के नियमों, इतिहास, और तकनीकी पक्षों की गहरी समझ होनी चाहिए। उदाहरण के लिए, क्रिकेट रिपोर्टर को बल्लेबाजी, गेंदबाजी और फील्डिंग के साथ-साथ मैच की सांख्यिकीय जानकारी का भी ज्ञान होना आवश्यक है। आज के डिजिटल युग में खेल रिपोर्टिंग सिर्फ अखबारों तक सीमित नहीं है। लाइव ब्लॉग, ट्विट्स, और वीडियो विश्लेषण जैसे नए माध्यमों ने खेल रिपोर्टिंग को और अधिक इंटरैक्टिव और गतिशील बना दिया है। खेल रिपोर्टर को भावनाओं और तथ्यों

का संतुलन बनाए रखते हुए पाठक या दर्शक को रोमांचित करने वाली भाषा में रिपोर्ट तैयार करनी होती है।

आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली



चित्र 3.3: रिपोर्टिंग के प्रकार

(ग) अपराध रिपोर्टिंग (Crime Reporting)

अपराध रिपोर्टिंग पत्रकारिता का सबसे चुनौतीपूर्ण और संवेदनशील क्षेत्र है। इसमें हत्या, चोरी, बलात्कार, धोखाधड़ी, साइबर अपराध, और सामाजिक हिंसा जैसी घटनाओं की रिपोर्टिंग शामिल होती है। इस प्रकार की रिपोर्टिंग करते समय पत्रकार को नैतिकता और संवेदनशीलता का ध्यान रखना अत्यंत आवश्यक है, क्योंकि गलत या अपूर्ण रिपोर्टिंग से किसी निर्दोष व्यक्ति की छवि धूमिल हो सकती है। अपराध रिपोर्टिंग में तथ्यों की पुष्टि पुलिस स्रोतों, प्रत्यक्षदर्शियों और आधिकारिक दस्तावेजों से करनी चाहिए। इसके साथ ही अपराध की पृष्ठभूमि, सामाजिक कारणों और परिणामों का विश्लेषण करना भी महत्वपूर्ण है। एक कुशल अपराध रिपोर्टर केवल सनसनी नहीं फैलाता, बल्कि पाठकों को अपराध के पीछे के सामाजिक और मनोवैज्ञानिक कारणों से भी अवगत कराता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी शहर में साइबर ठगी बढ़ रही



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

है, तो रिपोर्टर को यह भी बताना चाहिए कि लोग कैसे सुरक्षित रह सकते हैं और पुलिस इस पर क्या कार्रवाई कर रही है।

(घ) राजनीतिक रिपोर्टिंग (Political Reporting)

राजनीतिक रिपोर्टिंग लोकतंत्र की आत्मा कही जाती है, क्योंकि यह जनता को शासन, नीतियों और नेताओं के कार्यों से परिचित कराती है। राजनीतिक रिपोर्टर का काम केवल नेताओं के बयान या सभाओं की रिपोर्टिंग करना नहीं है, बल्कि नीतियों के प्रभाव और उनके सामाजिक परिणामों का विश्लेषण करना भी होता है। राजनीतिक रिपोर्टिंग में निष्पक्षता और सत्यनिष्ठा सबसे महत्वपूर्ण होती है। रिपोर्टर को किसी दल, विचारधारा या व्यक्ति विशेष के प्रति झुकाव नहीं दिखाना चाहिए। उदाहरण के लिए, जब कोई नया आर्थिक सुधार लागू होता है, तो रिपोर्टर को उसके लाभ और हानि दोनों पहलुओं को प्रस्तुत करना चाहिए। इस क्षेत्र में स्रोतों का विकास और अंदरूनी जानकारी प्राप्त करना बेहद महत्वपूर्ण है। रिपोर्टर को संसद, विधानसभा, और राजनीतिक दलों के कार्यकर्ताओं से संपर्क बनाए रखना होता है ताकि विश्वसनीय खबरें मिल सकें। डिजिटल मीडिया ने इस क्षेत्र में त्वरित समाचार प्रसार और सार्वजनिक संवाद को और मजबूत बनाया है।

3.3.2 रिपोर्टिंग की तकनीक

(क) स्रोत विकास (Source Development)

रिपोर्टिंग की सफलता का सबसे महत्वपूर्ण आधार विश्वसनीय स्रोतों का निर्माण है। बिना विश्वसनीय स्रोतों के पत्रकारिता अधूरी और संदेहास्पद मानी जाती है। स्रोतों में सरकारी अधिकारी, सामाजिक कार्यकर्ता, पुलिस, राजनीतिक प्रतिनिधि, विशेषज्ञ, और आम जनता शामिल हो सकते हैं। एक सफल रिपोर्टर धीरे-धीरे अपने स्रोतों के साथ विश्वास का रिश्ता बनाता है। यह रिश्ता पारदर्शिता, ईमानदारी और विश्वसनीयता पर आधारित होता है। रिपोर्टर को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि उसका स्रोत गोपनीय रहे और उसकी पहचान तब तक उजागर न की जाए जब तक वह स्वयं अनुमति न दे। स्रोत विकास में सोशल मीडिया भी एक आधुनिक उपकरण बन चुका है। पत्रकार ट्विटर, फेसबुक, और लिंकडइन जैसे प्लेटफॉर्म से भी जानकारी प्राप्त करते हैं। लेकिन

ऑनलाइन सूचना की विश्वसनीयता की जाँच आवश्यक है, क्योंकि वहाँ गलत या अपुष्ट जानकारी का खतरा अधिक होता है।

आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली



(ख) साक्षात्कार (Interview)

साक्षात्कार पत्रकारिता का एक प्रभावी और पारंपरिक उपकरण है जो रिपोर्ट को गहराई और प्रामाणिकता प्रदान करता है। इसके माध्यम से रिपोर्टर सीधे उस व्यक्ति से बातचीत करता है जो घटना का हिस्सा है, विशेषज्ञ है, या निर्णय लेने की प्रक्रिया में सम्मिलित है।

साक्षात्कार तीन प्रकार के हो सकते हैं — संरचित, अर्ध-संरचित, और असंरचित।

- **संरचित साक्षात्कार** में प्रश्न पहले से तैयार होते हैं और उत्तर संक्षिप्त रूप में लिए जाते हैं।
- **अर्ध-संरचित साक्षात्कार** में कुछ प्रश्न तय रहते हैं पर बातचीत खुली रहती है।
- **असंरचित साक्षात्कार** में संवाद स्वतंत्र और लचीला होता है।

एक कुशल रिपोर्टर साक्षात्कार से पहले विषय की पूरी जानकारी प्राप्त करता है, ताकि प्रश्न गहन और तार्किक हों। साथ ही साक्षात्कार के दौरान शिष्टाचार, धैर्य और सक्रिय सुनने की क्षमता भी जरूरी होती है। डिजिटल युग में साक्षात्कार केवल आमने-सामने नहीं बल्कि ऑनलाइन माध्यम जैसे वीडियो कॉल, ईमेल या सोशल मीडिया चैट के माध्यम से भी किए जाते हैं। हालांकि, रिपोर्टर को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि कहीं गई बातों का संदर्भ न बदले और तथ्य सही रूप में उद्धृत हों।

(ग) तथ्य जाँच (Fact Checking)

तथ्य जाँच रिपोर्टिंग की आत्मा है। आज के समय में जब फेक न्यूज, अफवाहें और भ्रामक सूचनाएँ तेजी से फैलती हैं, तब पत्रकार की जिम्मेदारी और बढ़ जाती है। किसी भी खबर को प्रकाशित करने से पहले उसकी सच्चाई की पुष्टि करना आवश्यक है। तथ्य जाँच के लिए पत्रकार को प्राथमिक स्रोत (Primary Source) और द्वितीयक स्रोत (Secondary Source) दोनों का सहारा लेना चाहिए। सरकारी रिपोर्टें, आधिकारिक



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

वक्तव्य, प्रेस विज्ञप्तियाँ, और प्रत्यक्षदर्शी बयान प्राथमिक स्रोत माने जाते हैं। जबकि समाचार एजेंसियाँ, विशेषज्ञों के लेख और अन्य मीडिया रिपोर्टें द्वितीयक स्रोत हैं। तथ्य जाँच में डेटा सत्यापन, नाम, तिथि, स्थान और उद्धरण की सटीकता की पुष्टि करनी होती है। इसके अतिरिक्त, रिपोर्टर को छवियों और वीडियो की भी जाँच करनी चाहिए ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि सामग्री से छेड़छाड़ नहीं की गई है। भारत में कई स्वतंत्र फैक्ट-चेकिंग संस्थान जैसे **Alt News**, **Boom Live**, और **Factly** इस दिशा में महत्वपूर्ण कार्य कर रहे हैं। एक जिम्मेदार रिपोर्टर को ऐसी संस्थाओं के मानकों के अनुरूप अपनी खबरों की सत्यता का परीक्षण करना चाहिए।

रिपोर्टिंग में नैतिकता और जिम्मेदारी

रिपोर्टिंग सिर्फ जानकारी देने का कार्य नहीं है, बल्कि यह समाज के प्रति जिम्मेदारी का भी प्रतीक है। पत्रकार को यह समझना चाहिए कि उसकी एक रिपोर्ट समाज में धारणा, निर्णय, और व्यवहार को प्रभावित कर सकती है। नैतिक रिपोर्टिंग का अर्थ है कि पत्रकार किसी व्यक्ति या समूह की निजता का उल्लंघन न करे, तथ्यों को तोड़-मरोड़ कर प्रस्तुत न करे, और किसी भी प्रकार की झूठी सनसनी न फैलाए। उदाहरण के लिए, अपराध रिपोर्टिंग करते समय पीड़ित की पहचान छिपाना, या बाल अपराधियों के नाम न प्रकाशित करना, पत्रकारिता की नैतिक जिम्मेदारी है। रिपोर्टर को हमेशा संतुलित भाषा का प्रयोग करना चाहिए और किसी भी समुदाय या धर्म के प्रति पक्षपातपूर्ण शब्दों से बचना चाहिए।

रिपोर्टिंग और नई तकनीकें

आधुनिक युग में तकनीक ने रिपोर्टिंग को पूरी तरह बदल दिया है। अब पत्रकार केवल कलम और कागज़ पर निर्भर नहीं हैं; बल्कि मोबाइल फोन, लैपटॉप, कैमरा, और इंटरनेट उनके मुख्य उपकरण बन चुके हैं। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे ट्विटर, इंस्टाग्राम, और यूट्यूब समाचार के त्वरित प्रसार का माध्यम बन गए हैं। “सिटिजन जर्नलिज़्म” के रूप में आम लोग भी अब रिपोर्टिंग में शामिल हो रहे हैं। डेटा पत्रकारिता, ऑडियो-विज़ुअल रिपोर्टिंग, और लाइव स्ट्रीमिंग जैसी तकनीकें समाचार को अधिक पारदर्शी और सुलभ बना रही हैं। रिपोर्टर को तकनीक का उपयोग करते

समय साइबर सुरक्षा, गोपनीयता, और सूचना की प्रामाणिकता पर विशेष ध्यान देना चाहिए।

आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली



रिपोर्टिंग पत्रकारिता का केंद्रबिंदु है, जो समाज को सूचित, शिक्षित और जागरूक बनाती है। सामान्य, खेल, अपराध और राजनीतिक रिपोर्टिंग सभी का उद्देश्य समाज में पारदर्शिता और उत्तरदायित्व को बढ़ावा देना है। रिपोर्टिंग की तकनीकें — स्रोत विकास, साक्षात्कार, और तथ्य जाँच — पत्रकारिता की रीढ़ हैं। एक सशक्त रिपोर्टर वही है जो न केवल तेज़ी से सूचना संकलित करता है, बल्कि उसकी सत्यता की जांच कर उसे जनता के हित में प्रस्तुत करता है। आज के युग में पत्रकार को तकनीकी ज्ञान, नैतिकता, और विश्लेषणात्मक सोच की आवश्यकता पहले से कहीं अधिक है। यदि रिपोर्टिंग में संतुलन, संवेदनशीलता, और सत्यनिष्ठा बनी रहे, तो यह समाज के लोकतांत्रिक मूल्यों को सशक्त बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकती है।



इकाई 3.4: संपादन कला

3.4.1 शीर्षक लेखन

1. शीर्षकलेखन का महत्व और उद्देश्य

शीर्षकलेखन किसी भी सामग्री, चाहे वह समाचार रिपोर्ट हो, ब्लॉग पोस्ट हो, विज्ञापन हो या अकादमिक लेख, का सबसे महत्वपूर्ण और पहला तत्व होता है। यह सिर्फ एक नाम नहीं, बल्कि पाठकों और सामग्री के बीच पहला और निर्णायक संपर्क बिंदु होता है। शीर्षक का प्राथमिक उद्देश्य पाठक का ध्यान खींचना, सामग्री के मूल विषय को संक्षेप में बताना और उसे क्लिक या पढ़ना जारी रखने के लिए प्रेरित करना होता है। एक प्रभावी शीर्षक सामग्री के पूरे प्रभाव को बढ़ा सकता है, जबकि एक कमजोर शीर्षक उत्तम सामग्री को भी अनदेखा करवा सकता है। शीर्षक का दूसरा प्रमुख उद्देश्य सूचनात्मक होना है; इसे पाठक को यह स्पष्ट रूप से बताना चाहिए कि वे आगे क्या जानने वाले हैं। यह अपेक्षाओं को स्थापित करता है और सुनिश्चित करता है कि सही दर्शक सामग्री की ओर आकर्षित हों। पत्रकारिता में, शीर्षक सत्य, संक्षिप्तता और स्पष्टता के सिद्धांतों पर आधारित होता है, जबकि डिजिटल मार्केटिंग में, इसमें जिज्ञासा, तात्कालिकता और मूल्य का समावेश आवश्यक है। शीर्षक ही वह कुंजी है जो जानकारी के भंडार का ताला खोलती है, इसलिए इसका निर्माण अत्यंत सावधानी और रणनीति के साथ किया जाना चाहिए।

2. आकर्षक शीर्षक की विशेषताएं: भावनात्मक जुड़ाव

एक आकर्षक शीर्षक वह होता है जो पाठक के मस्तिष्क में एक भावनात्मक प्रतिक्रिया या जिज्ञासा उत्पन्न करता है। आकर्षण पैदा करने वाली विशेषताओं में **उत्सुकता** (Curiosity), **तात्कालिकता** (Urgency), **अद्वितीयता** (Uniqueness), और **विशेष लाभ** (Specific Benefit) का समावेश शामिल है। उत्सुकता पैदा करने वाले शीर्षक अक्सर एक अधूरा प्रश्न पूछते हैं या एक विरोधाभासी दावा करते हैं, जैसे "एक साधारण आदत जिसने मेरा जीवन बदल दिया, लेकिन इसका रहस्य क्या है?" तात्कालिकता दर्शाने वाले शीर्षक पाठकों को तुरंत कार्रवाई करने के लिए प्रेरित करते



आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली

हैं, खासकर समय-संवेदनशील समाचारों या सीमित-समय के ऑफ़र के लिए। शीर्षक में अद्वितीयता का तत्व सामग्री को भीड़ से अलग करता है; यह पाठक को महसूस कराता है कि वे कुछ ऐसा जानने वाले हैं जो पहले कभी प्रकाशित नहीं हुआ है। सबसे महत्वपूर्ण विशेषता विशेष लाभ है: शीर्षक को यह बताना चाहिए कि सामग्री पढ़ने के बाद पाठक को क्या मिलेगा—चाहे वह समस्या का समाधान हो, नया ज्ञान हो, या मनोरंजन। आकर्षक शीर्षक अक्सर शक्तिशाली क्रियाओं और विशेषणों का उपयोग करते हैं जो भावना को उत्तेजित करते हैं, जैसे 'स्तब्ध', 'अभूतपूर्व', 'आसान', या 'खतरनाक'।

3. सूचनात्मक शीर्षक की कला: 5W और 1H का उपयोग

आकर्षण के साथ-साथ, शीर्षक को सूचनात्मक होना भी आवश्यक है। पत्रकारिता में सूचनात्मक शीर्षक लेखन का स्वर्ण मानक 5W (What, Who, Where, When, Why) और 1H (How) सिद्धांत का पालन करना है। हालाँकि, शीर्षक की सीमित जगह के कारण, सभी छह तत्वों को शामिल करना असंभव होता है। इसलिए, शीर्षक को मुख्य रूप से 'क्या' (घटना) और 'कौन' (मुख्य पात्र) पर केंद्रित होना चाहिए, और आवश्यकतानुसार 'कहाँ' या 'कब' का संकेत देना चाहिए। एक सूचनात्मक शीर्षक सटीक होता है; यह सामग्री के मुख्य दावे को बिना किसी अस्पष्टता या भ्रामक शब्दों के स्पष्ट रूप से प्रस्तुत करता है। उदाहरण के लिए, "सरकार ने किसानों के लिए ₹500 करोड़ का राहत पैकेज घोषित किया" एक सटीक सूचनात्मक शीर्षक है जो 'कौन' (सरकार), 'क्या' (राहत पैकेज), और 'कितना' (₹500 करोड़) को दर्शाता है। यह स्पष्टता पाठक को यह निर्णय लेने में मदद करती है कि क्या सामग्री उनकी रुचि या आवश्यकता के अनुरूप है। सूचनात्मक शीर्षक पाठकों का समय बचाता है और सामग्री की विश्वसनीयता को बढ़ाता है।

4. डिजिटल युग में SEO-अनुकूल शीर्षक और क्लिकथ्रू दर (CTR)

डिजिटल युग में शीर्षक का कार्य केवल मानव पाठकों को आकर्षित करना नहीं है, बल्कि सर्च इंजनों (Search Engines) को भी सामग्री की प्रासंगिकता समझानी है। SEO (Search Engine Optimization)-अनुकूल शीर्षक वह होते हैं जिनमें मुख्य कीवर्ड (Keyword) बुद्धिमानी से शामिल किए जाते हैं, आदर्श रूप से शीर्षक की



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

शुरुआत में। यह कीवर्ड सामग्री के विषय का सार होना चाहिए और वह वाक्यांश होना चाहिए जिसका उपयोग करके पाठक जानकारी की तलाश कर रहे हैं। शीर्षक की लंबाई भी महत्वपूर्ण है; गूगल जैसे सर्च इंजन लगभग 50-60 वर्णों के बाद शीर्षक को काट देते हैं, इसलिए सबसे महत्वपूर्ण जानकारी और कीवर्ड को इस सीमा के भीतर रखना आवश्यक है। SEO-अनुकूलन का अंतिम लक्ष्य उच्च **क्लिकथ्रू दर (CTR)** प्राप्त करना है। CTR वह प्रतिशत है जो यह दर्शाता है कि सर्च रिजल्ट में शीर्षक देखने के बाद कितने लोगों ने क्लिक किया। आकर्षक और सूचनात्मक शीर्षक, जब सही कीवर्ड के साथ मिलते हैं, तो न केवल रैंकिंग में सुधार करते हैं, बल्कि सर्च इंजन परिणामों में सामग्री को अधिक प्रमुखता भी प्रदान करते हैं।



चित्र 3.4: संपादन प्रक्रिया के चरण

3.4.2 प्रूफरीडिंग: त्रुटि सुधार की प्रक्रिया

प्रूफरीडिंग: परिभाषा, आवश्यकता और प्रकार

प्रूफरीडिंग सामग्री की अंतिम जांच प्रक्रिया है जिसका मुख्य उद्देश्य प्रकाशन से ठीक पहले मुद्रण, वर्तनी, व्याकरण, विराम चिह्न और ले-आउट की छोटी और बड़ी **त्रुटियों** (Errors) को पहचानना और सुधारना है। यह संपादन (Editing) से अलग है; संपादन

सामग्री की प्रवाह, संरचना और तर्क की जांच करता है, जबकि प्रूफरीडिंग केवल शुद्धता (Accuracy) पर केंद्रित होती है। इसकी आवश्यकता इसलिए है क्योंकि मानव मस्तिष्क स्वचालित रूप से गलतियों को नजरअंदाज कर देता है या उन्हें सही तरीके से 'देख' लेता है, और एक भी छोटी टाइपो (Typo) भी सामग्री की व्यावसायिकता और विश्वसनीयता को गंभीर रूप से नुकसान पहुँचा सकती है। प्रूफरीडिंग के मुख्य प्रकारों में **तुलनात्मक प्रूफरीडिंग** (Comparison Proofreading - जहाँ मूल पांडुलिपि से अंतिम प्रूफ की तुलना की जाती है), **एकाग्र प्रूफरीडिंग** (Concentrated Proofreading - जहाँ केवल व्याकरण और वर्तनी पर ध्यान दिया जाता है), और **ले-आउट प्रूफरीडिंग** (जहाँ पृष्ठ संख्या, हेडिंग प्लेसमेंट और फोंट की निरंतरता की जाँच की जाती है) शामिल हैं।

त्रुटि सुधार की व्यापक प्रक्रिया और तकनीकें

त्रुटि सुधार एक व्यवस्थित प्रक्रिया है जिसके लिए एकाग्रता और धैर्य की आवश्यकता होती है। प्रूफरीडिंग के दौरान अपनाई जाने वाली कुछ सिद्ध तकनीकें हैं: **प्रिंट आउट पर प्रूफरीडिंग** (आँखों के तनाव को कम करने और डिजिटल स्क्रीन की गलतियाँ छुपाने की प्रवृत्ति से बचने के लिए), **धीमा पढ़ना** (शब्दों को ज़ोर से बोलकर या धीरे-धीरे उच्चारण करके पढ़ना ताकि मस्तिष्क ऑटो-करेक्ट न कर पाए), और **पीछे से पढ़ना** (शब्दों को अंतिम से पहले की ओर पढ़ना, जिससे केवल वर्तनी पर ध्यान केंद्रित हो, न कि वाक्य के अर्थ पर)। प्रूफरीडिंग हमेशा कई चरणों में होनी चाहिए: पहले चरण में केवल वर्तनी और मुद्रण त्रुटियों पर ध्यान दें, दूसरे चरण में व्याकरण और विराम चिह्नों पर, और तीसरे चरण में ले-आउट और फॉर्मेटिंग की निरंतरता पर। एक और प्रभावी तकनीक है **दूसरे व्यक्ति से प्रूफरीड करवाना**; एक नई आँखें उन त्रुटियों को आसानी से पकड़ सकती हैं जिन्हें लेखक लगातार पढ़ने के कारण अनदेखा कर देता है। त्रुटि सुधार की प्रक्रिया में प्रूफरीडर द्वारा मानक प्रूफरीडिंग प्रतीकों (Proofreading Marks) का उपयोग किया जाता है, जो सुधार को स्पष्ट और सटीक बनाते हैं।



जनसंचार
एवं हिन्दी
पत्रकारिता

प्रूफरीडिंग के लिए डिजिटल और मैनुअल उपकरण

आधुनिक प्रूफरीडिंग प्रक्रिया में मैनुअल कौशल के साथ-साथ डिजिटल उपकरणों का भी महत्वपूर्ण योगदान है। माइक्रोसॉफ्ट वर्ड जैसे सॉफ्टवेयर में इनबिल्ट **वर्तनी और व्याकरण जाँच** (Spell and Grammar Check) उपकरण बुनियादी गलतियों को तुरंत पकड़ लेते हैं, हालाँकि ये संदर्भ-आधारित त्रुटियों (Contextual Errors) को नहीं पहचान पाते। **व्याकरण और लेखन सहायक उपकरण** जैसे 'जेमिनी', 'ग्रामरली' (Grammarly) या 'वाक्यशोधक' जैसे हिंदी उपकरण उन्नत व्याकरण संबंधी सुझाव और शैली सुधार प्रदान करते हैं। ले-आउट प्रूफरीडिंग के लिए, PDF **तुलना उपकरण** (PDF Comparison Tools) का उपयोग किया जाता है जो मूल पांडुलिपि और अंतिम प्रूफ के बीच के अंतरों को स्वचालित रूप से हाइलाइट करते हैं। हालाँकि, यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि कोई भी डिजिटल उपकरण मानव प्रूफरीडर का स्थान नहीं ले सकता। डिजिटल उपकरण गलतियाँ पकड़ने का कार्य आसान बनाते हैं, लेकिन संदर्भ, शैली और अर्थ की सूक्ष्म त्रुटियों को केवल एक प्रशिक्षित मानव आँख ही पहचान सकती है। इसलिए, सबसे प्रभावी प्रूफरीडिंग प्रक्रिया **डिजिटल जाँच और गहन मैनुअल सत्यापन** का एक संयोजन है।

3.4.3 ले आउट: पृष्ठ सज्जा के सिद्धांत

ले-आउट का सिद्धांत और दृश्य पदानुक्रम (Visual Hierarchy)

ले-आउट या **पृष्ठ सज्जा** वह कला और विज्ञान है जिसके द्वारा किसी भी सामग्री के तत्वों (शीर्षक, पाठ, चित्र, रिक्त स्थान) को एक पृष्ठ या स्क्रीन पर इस तरह से व्यवस्थित किया जाता है कि वह सौंदर्य की दृष्टि से pleasing हो और प्रभावी ढंग से संचार करे। ले-आउट का केंद्रीय सिद्धांत **दृश्य पदानुक्रम (Visual Hierarchy)** स्थापित करना है। दृश्य पदानुक्रम यह सुनिश्चित करता है कि पाठक को सबसे महत्वपूर्ण जानकारी पहले दिखाई दे। यह शीर्षक और उप-शीर्षकों को बड़े और बोल्ड फॉन्ट में, महत्वपूर्ण बिंदुओं को बुलेट पॉइंट्स में, और महत्वपूर्ण छवियों को रणनीतिक रूप से रखकर प्राप्त किया जाता है। ले-आउट का एक अन्य महत्वपूर्ण सिद्धांत **समानता (Unity)** है, जिसका अर्थ है कि सभी तत्व एक सुसंगत इकाई के रूप में कार्य करने चाहिए। इसके अलावा, **निकटता (Proximity)** का सिद्धांत यह

बताता है कि संबंधित तत्वों को एक दूसरे के करीब रखा जाना चाहिए (जैसे, चित्र को उसके कैप्शन के करीब), जबकि **पुनरावृत्ति** (Repetition) का सिद्धांत पूरे दस्तावेज़ में डिजाइन तत्वों की निरंतरता बनाए रखता है।

आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली



पृष्ठ सज्जा के आवश्यक तत्व: ग्रिड, टाइपोग्राफी और मार्जिन

सफल पृष्ठ सज्जा तीन आवश्यक तत्वों पर निर्भर करती है:

1. **ग्रिड प्रणाली (Grid System):** ग्रिड अदृश्य रेखाओं की एक श्रृंखला होती है जो तत्वों को संरेखित करने के लिए एक ढांचा प्रदान करती है। यह ले-आउट को व्यवस्थित और संतुलित बनाता है। कॉलम ग्रिड, मॉड्यूलर ग्रिड, और पदानुक्रमित ग्रिड जैसे विभिन्न प्रकार की ग्रिड प्रणालियाँ सामग्री के प्रकार के आधार पर उपयोग की जाती हैं। ग्रिड का उपयोग करने से ले-आउट में स्थिरता और व्यावसायिकता आती है।
2. **टाइपोग्राफी (Typography):** टाइपोग्राफी न केवल फोंट का चयन है, बल्कि उनके आकार, वजन, रिक्ति (Spacing), और रंग का भी प्रबंधन है। फोंट का चयन सामग्री के स्वर (Tone) के अनुरूप होना चाहिए (जैसे, समाचार के लिए सेरिफ़ फोंट, या डिजिटल स्क्रीन के लिए सैन-सेरिफ़ फोंट)। सुपाठ्यता (Readability) सुनिश्चित करने के लिए लाइन की ऊँचाई (Line Height) और अक्षरों के बीच की रिक्ति (Kerning) को समायोजित करना महत्वपूर्ण है।
3. **मार्जिन और श्वेत स्थान (Margins and White Space):** मार्जिन (किनारे पर खाली जगह) और श्वेत स्थान (तत्वों के बीच की खाली जगह) ले-आउट में साँस लेने की जगह प्रदान करते हैं। यह भराव नहीं है, बल्कि एक आवश्यक डिजाइन तत्व है जो पाठकों को व्यस्त और बोझिल महसूस होने से बचाता है। उचित मार्जिन पाठ को आँखों के लिए आरामदायक बनाता है और पृष्ठ को एक सुंदर सीमा प्रदान करता है। श्वेत स्थान दृश्य पदानुक्रम को परिभाषित करने और विभिन्न अनुभागों को अलग करने में मदद करता है।



जनसंचार
एवं हिन्दी
पत्रकारिता

सफल ले-आउट के मनोवैज्ञानिक प्रभाव और उपयोगकर्ता अनुभव (UX)

एक सफल ले-आउट का प्रभाव केवल सौंदर्य तक सीमित नहीं होता; इसका गहरा **मनोवैज्ञानिक प्रभाव** होता है जो सीधे **उपयोगकर्ता अनुभव (UX)** को प्रभावित करता है। एक साफ, संतुलित और सुसंगत ले-आउट विश्वसनीयता (Credibility) और व्यावसायिकता की भावना पैदा करता है, जिससे पाठक सामग्री पर अधिक भरोसा करते हैं। ले-आउट में उपयोग किए जाने वाले रंग, कंट्रास्ट और छवियों का चुनाव पाठक की भावना को प्रभावित करता है (जैसे, शांत रंग और व्यवस्थित डिजाइन आराम की भावना देते हैं)। जब जानकारी दृश्य पदानुक्रम का पालन करती है, तो मस्तिष्क को सामग्री को संसाधित करना और समझना आसान हो जाता है। इसे **संज्ञानात्मक प्रवाह (Cognitive Fluency)** कहा जाता है। एक अच्छा UX सुनिश्चित करता है कि पाठक बिना किसी प्रयास या भटकाव के वह जानकारी ढूंढ सके जो वे चाहते हैं। ले-आउट को मोबाइल उपकरणों और डेस्कटॉप दोनों पर **उत्तरदायी (Responsive)** होना चाहिए, ताकि स्क्रीन का आकार बदलने पर भी दृश्य पदानुक्रम और सुपाठ्यता बनी रहे। अंततः, एक प्रभावी ले-आउट सामग्री के संदेश को बढ़ाता है, पढ़ने की थकान को कम करता है, और पाठक के सामग्री के साथ बिताए गए समय को बढ़ाता है।

इकाई 3.5: संपादकीय और फीचर लेखन

आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली



3.5.1 संपादकीय लेखन

साहित्यिक लेखन के क्षेत्र में संपादकीय और फीचर लेखन का महत्व अत्यधिक है। यह केवल समाचार प्रस्तुत करने का माध्यम नहीं बल्कि विचार व्यक्त करने, समाज में जागरूकता फैलाने और पाठक को सोचने पर मजबूर करने का साधन भी है। इस खंड में हम संपादकीय और फीचर लेखन की विशेषताओं, उद्देश्य, शैली, प्रकार और तकनीक को विस्तार से समझेंगे।

1. संपादकीय लेखन (Editorial Writing)

उद्देश्य

संपादकीय लेखन का मुख्य उद्देश्य समाज, राजनीति, संस्कृति और शिक्षा जैसे क्षेत्रों में पाठकों को जानकारी देना और उन्हें किसी विषय पर विचार करने के लिए प्रेरित करना होता है। इसका उद्देश्य केवल समाचार का संचार करना नहीं बल्कि लेखक की राय, विश्लेषण और तर्क प्रस्तुत करना भी होता है।

संपादकीय लेखन के कुछ प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं:

- **सूचना प्रदान करना:** किसी विशेष घटना, नीति या मुद्दे के बारे में स्पष्ट जानकारी देना।
- **विचार विमर्श को प्रोत्साहित करना:** पाठकों को किसी विषय पर सोचने और अपने विचार विकसित करने के लिए प्रेरित करना।
- **सामाजिक जागरूकता फैलाना:** समाज में व्याप्त समस्याओं, अनुचित प्रथाओं और नीतिगत मुद्दों के प्रति जागरूक करना।
- **नीति और निर्णयों पर प्रभाव डालना:** सरकार, संस्थाओं और समाज के अन्य हिस्सों को किसी नीति या घटना पर सही निर्णय लेने के लिए प्रेरित करना।



जनसंचार एवं हिन्दी पत्रकारिता

शैली:

संपादकीय लेखन की शैली आम तौर पर औपचारिक, गंभीर और विश्लेषणात्मक होती है। यह शैली स्पष्ट, तर्कपूर्ण और प्रभावशाली होती है ताकि पाठक लेखक की बात समझ सके और प्रभावित हो। मुख्य शैलीगत विशेषताएँ:

- **तर्कपूर्ण प्रस्तुति:** तथ्य और प्रमाणों के आधार पर अपने विचार व्यक्त करना।
- **संक्षिप्त और स्पष्ट भाषा:** जटिल शब्दों का कम प्रयोग और सरल व्याकरण।
- **भावनात्मक संतुलन:** लेखक की राय व्यक्त करने के साथ-साथ तटस्थता बनाए रखना।
- **प्रेरक और प्रभावशाली:** पाठक पर सकारात्मक प्रभाव डालना।

प्रकार: संपादकीय लेखन के मुख्य प्रकार हैं:

1. **समाचार आधारित संपादकीय:** किसी हाल की घटना या समाचार पर आधारित विश्लेषण।
2. **समीक्षात्मक संपादकीय:** किसी नीति, पुस्तक, फिल्म या सामाजिक घटना का गहन विश्लेषण।
3. **विचारात्मक संपादकीय:** समाज और जीवन से जुड़े गहन विचार प्रस्तुत करने वाला लेख।
4. **नैतिक या सामाजिक संपादकीय:** समाज में नैतिक मूल्यों और आदर्शों को बनाए रखने पर जोर देने वाला लेख।

तकनीक: संपादकीय लेखन में लेखक को निम्नलिखित तकनीकों का उपयोग करना चाहिए:

- **स्पष्ट शीर्षक और उपशीर्षक:** पाठक को लेख का मुख्य उद्देश्य तुरंत समझ में आए।
- **तथ्यों का प्रमाणिक उपयोग:** लेखक को तथ्यों और आंकड़ों के माध्यम से अपने विचार प्रस्तुत करने चाहिए।

- **साक्षात्कार और उद्धरण:** प्रभाव को बढ़ाने के लिए।
- **सारगत निष्कर्ष:** लेख के अंत में पाठक के लिए मुख्य संदेश स्पष्ट रूप से प्रस्तुत करना।

3.5.2 फीचर लेखन

विशेषताएँ

फीचर लेखन में केवल सूचना देने की बजाय **मनोरंजन, प्रेरणा और ज्ञानवर्धन** का तत्व भी शामिल होता है। यह पाठक को गहराई से किसी विषय, व्यक्ति या घटना के साथ जोड़ता है। फीचर लेखन की विशेषताएँ इस प्रकार हैं:

- **विस्तृत विवरण:** घटना, व्यक्ति या स्थिति का सूक्ष्म और विस्तृत वर्णन।
- **रचनात्मक शैली:** कल्पना और दृश्यात्मक प्रस्तुति का मिश्रण।
- **पाठक केंद्रित:** पाठक के मनोवैज्ञानिक और भावनात्मक अनुभव को ध्यान में रखते हुए लेखन।
- **विविध प्रकार के विषय:** समाज, संस्कृति, विज्ञान, शिक्षा, खेल, मनोरंजन आदि।

प्रकार

फीचर लेखन के मुख्य प्रकार निम्नलिखित हैं:

1. **लाइफस्टाइल फीचर:** जीवनशैली, फैशन, खान-पान, यात्रा आदि से संबंधित।
2. **प्रोफाइल फीचर:** किसी व्यक्ति, लेखक, कलाकार या वैज्ञानिक के जीवन और कार्यों का विवरण।
3. **इवेंट फीचर:** किसी विशेष कार्यक्रम, उत्सव या घटना का विस्तृत चित्रण।
4. **एनालिटिकल फीचर:** समाज, राजनीति या अर्थव्यवस्था के विश्लेषणात्मक लेख।
5. **कलात्मक और सांस्कृतिक फीचर:** कला, संगीत, नाटक और साहित्य पर आधारित लेख।



तकनीक

फीचर लेखन में लेखन तकनीक बेहद महत्वपूर्ण होती है। लेखक निम्नलिखित तकनीकों का प्रयोग करता है:

- **कहानी जैसा प्रारंभ:** पाठक को पहले ही पंक्ति में आकर्षित करना।
- **दृश्यात्मक वर्णन:** घटनाओं, स्थान और पात्रों का जीवंत चित्रण।
- **साक्षात्कार और अनुभव:** वास्तविक जीवन के अनुभव और उद्धरण जोड़कर लेख को सजीव बनाना।
- **भावनात्मक जुड़ाव:** पाठक के भावनाओं को छूना।
- **सारगर्भित निष्कर्ष:** लेख का मुख्य संदेश स्पष्ट करना।

4. लेखन की शैली और प्रभाव (Writing Style and Impact)

संपादकीय और फीचर लेखन में शैली का प्रभाव पाठक पर बहुत अधिक पड़ता है।

- **संपादकीय में:** तर्क और तथ्य आधारित शैली पाठक को विचारशील बनाती है और किसी मुद्दे पर जागरूक करती है। लेखक की शब्दावली और निष्पक्ष दृष्टिकोण पाठक को प्रभावित करता है।
- **फीचर में:** शैली रचनात्मक और दृश्यात्मक होती है। लेखक पात्रों, घटनाओं और स्थानों का चित्रण करके पाठक को भावनात्मक और बौद्धिक रूप से जोड़ता है।

लेखन का प्रभाव इस बात पर निर्भर करता है कि लेखक ने किस प्रकार तथ्य और कल्पना का संतुलन बनाया है।

संपादकीय और फीचर लेखन दोनों ही साहित्यिक और पत्रकारिता क्षेत्र के महत्वपूर्ण अंग हैं। संपादकीय लेखन समाज में जागरूकता और सोच को बढ़ावा देता है, जबकि फीचर लेखन पाठक को ज्ञान, अनुभव और मनोरंजन प्रदान करता है। एक प्रभावशाली लेखक वही होता है जो **तथ्यों, तर्कों और रचनात्मक कल्पना का संतुलित उपयोग** करके पाठक को जोड़ सके। इन दोनों शैलियों का अध्ययन विश्वविद्यालय स्तर पर छात्रों को न केवल लेखन कौशल सिखाता है, बल्कि **विश्लेषणात्मक और रचनात्मक सोच** विकसित करने में भी सहायक होता है।

इकाई 3.6: खोजी और जनपक्षधर पत्रकारिता

आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली



3.6.1 खोजी पत्रकारिता

खोजी पत्रकारिता, जिसे अंग्रेजी में **इन्वेस्टिगेटिव जर्नलिज्म** कहते हैं, पत्रकारिता का वह रूप है जिसमें एक पत्रकार या पत्रकारों की टीम किसी महत्वपूर्ण विषय, जैसे कि भ्रष्टाचार, आपराधिक गतिविधियाँ, सरकारी कदाचार, या संस्थागत अन्याय, की गहरी और व्यवस्थित जाँच करती है, जिन्हें जानबूझकर छिपाया गया हो। यह मात्र सतही रिपोर्टिंग नहीं है; यह एक सक्रिय, खोजी प्रक्रिया है जो गुप्त दस्तावेजों को उजागर करने, साक्ष्यों का मिलान करने, और प्रत्यक्षदर्शियों से गहन पूछताछ करने पर निर्भर करती है। इसकी मौलिक परिभाषा यही है कि यह तथ्यों को केवल रिकॉर्ड नहीं करती, बल्कि उन्हें **खोजकर बाहर निकालती है**। इसका प्राथमिक उद्देश्य उन सूचनाओं को सार्वजनिक करना है जो शक्तिशाली संस्थाएँ या व्यक्ति आम जनता से छिपाना चाहते हैं। खोजी पत्रकारिता का सार सत्ता के दुरुपयोग पर प्रश्नचिह्न लगाना और पारदर्शिता सुनिश्चित करना है। यह पत्रकारिता अपनी प्रकृति में चुनौतीपूर्ण, समय लेने वाली, और अक्सर खतरनाक होती है, क्योंकि यह हमेशा शक्तिशाली हितों के खिलाफ जाती है। इसे पत्रकारिता का सबसे कठिन और सबसे महत्वपूर्ण रूप माना जाता है, जो समाज में सुधार और जवाबदेही लाने की क्षमता रखता है।

खोजी पत्रकारिता का ऐतिहासिक परिदृश्य

खोजी पत्रकारिता की जड़ें 19वीं शताब्दी के अंत और 20वीं शताब्दी की शुरुआत में अमेरिका में पनपी **'मकरैकर' (Muckraker) पत्रकारिता** में निहित हैं। ये पत्रकार, जिनमें इडा टारबेल और अष्टन सिंकलेयर जैसे दिग्गज शामिल थे, औद्योगिक एकाधिकार और सामाजिक अन्याय की परतों को उधेड़ने के लिए जाने जाते थे। अष्टन सिंकलेयर का उपन्यास "The Jungle" शिकागो के मांस पैकिंग उद्योग में फैले भयानक भ्रष्टाचार और अमानवीय स्थितियों को उजागर करने का एक ऐतिहासिक उदाहरण है, जिसने तत्काल सरकारी सुधारों को जन्म दिया। हालाँकि, खोजी पत्रकारिता को विश्व स्तर पर उसकी सबसे बड़ी पहचान 1970 के दशक में अमेरिका के **वॉटरगेट कांड** से मिली। The Washington Post के दो युवा पत्रकारों, **बॉब**



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

बुडवर्ड और कार्ल बर्नस्टीन, ने अपनी अथक जाँच के माध्यम से राष्ट्रपति रिचर्ड निक्सन के प्रशासन में हुए अवैध जासूसी और कवर-अप को उजागर किया। इस घटना ने सिद्ध कर दिया कि एक सुदृढ़ और निर्भीक प्रेस देश के सर्वोच्च पद पर बैठे व्यक्ति को भी जवाबदेह ठहरा सकता है। भारत में, 1980 के दशक में **बोफोर्स घोटाला** और हाल ही में 2G, कोयला आवंटन, और **पनामा पेपर्स** जैसे खुलासों ने खोजी पत्रकारिता के महत्व को बार-बार स्थापित किया है, जिससे यह स्पष्ट होता है कि यह केवल पश्चिमी घटना नहीं है, बल्कि एक सार्वभौमिक लोकतांत्रिक आवश्यकता है।

खोजी पत्रकारिता का महत्व: लोकतंत्र का चौथा स्तंभ

खोजी पत्रकारिता लोकतंत्र के लिए एक **चौकीदार** के रूप में कार्य करती है। इसका महत्व केवल सूचना प्रदान करने तक सीमित नहीं है, बल्कि यह सार्वजनिक जीवन में एक महत्वपूर्ण उत्प्रेरक (Catalyst) की भूमिका निभाती है। इसका सबसे बड़ा महत्व यह है कि यह **सत्ता को जवाबदेह** बनाती है। जब किसी राजनेता, नौकरशाह या कॉर्पोरेट हस्ती को यह पता होता है कि उसकी अवैध गतिविधियाँ किसी भी समय सार्वजनिक हो सकती हैं, तो वह स्वतः ही गलत काम करने से डरता है—यह भय ही पारदर्शिता का आधार है। दूसरा, यह **सामाजिक न्याय** को बढ़ावा देती है। यह उन लोगों की आवाज बनती है जो हाशिये पर हैं, जिनके साथ अन्याय हुआ है, और जिनके पास अपनी बात रखने का कोई मंच नहीं है। किसी बड़ी सरकारी योजना में हुए छोटे से घोटाले को उजागर करके यह सुनिश्चित करती है कि सार्वजनिक धन का उपयोग सही उद्देश्य के लिए हो। तीसरा, यह **कानूनी सुधारों** को प्रेरित करती है। कई खोजी रिपोर्ट्स ने सीधे तौर पर नए कानूनों के निर्माण या मौजूदा कानूनों में बदलाव को जन्म दिया है, जैसे कि पर्यावरण संरक्षण या उपभोक्ता सुरक्षा से संबंधित कानून। संक्षेप में, खोजी पत्रकारिता लोकतंत्र के स्वास्थ्य का बैरोमीटर है; यह जितना सशक्त होती है, लोकतंत्र उतना ही मजबूत और पारदर्शी होता है।

खोजी पत्रकारिता की प्रमुख तकनीकें: सूचना संग्रह

खोजी पत्रकारिता की सफलता पत्रकार द्वारा अपनाई जाने वाली परिष्कृत और व्यवस्थित तकनीकों पर निर्भर करती है। सबसे पहली और सबसे महत्वपूर्ण तकनीक

है **दस्तावेजीकरण (Documentation)**। इसमें सरकारी रिकॉर्ड, कोर्ट फाइलें, वित्तीय विवरण, कर रिकॉर्ड और कंपनी रजिस्ट्रारों में उपलब्ध सार्वजनिक दस्तावेजों की गहरी छानबीन शामिल होती है। अक्सर, एक छोटा सा असंगठित दस्तावेज ही पूरे घोटाले की कुंजी बन जाता है। दूसरी प्रमुख तकनीक है **गुप्त साक्षात्कार (Confidential Interviews)**। इसमें पत्रकारों को उन स्रोतों तक पहुँचना होता है जो महत्वपूर्ण जानकारी रखते हैं, लेकिन प्रतिशोध के डर से सार्वजनिक रूप से बोलना नहीं चाहते। इन स्रोतों की पहचान को सुरक्षित रखना पत्रकार का सर्वोच्च नैतिक और पेशेवर दायित्व होता है। तीसरा है **डेटा माइनिंग और विश्लेषण (Data Mining and Analysis)**। बड़े डेटा सेटों, जैसे कि मतदाता सूची, दान रिकॉर्ड, या सरकारी खर्च के डेटा का उपयोग करके पैटर्न या विसंगतियों को खोजना, आधुनिक खोजी पत्रकारिता का एक अनिवार्य हिस्सा बन गया है। चौथी तकनीक है **जासूसी और निगरानी (Surveillance and Sting Operations)**। हालांकि यह नैतिक रूप से संवेदनशील है, कुछ मामलों में, सार्वजनिक हित में, पत्रकार गुप्त कैमरे या रिकॉर्डर का उपयोग करके आपराधिक व्यवहार या भ्रष्टाचार को सीधे रिकॉर्ड करते हैं। इन सभी तकनीकों का उपयोग पूरी तरह से कानूनी और नैतिक सीमाओं के भीतर किया जाना चाहिए।

तकनीकों का गहन विश्लेषण: दस्तावेजीकरण और साक्ष्य सत्यापन

खोजी पत्रकारिता में **साक्ष्य सत्यापन (Evidence Verification)** ही वह तत्व है जो इसे अफवाहों या प्रचार से अलग करता है। किसी भी रिपोर्ट को प्रकाशित करने से पहले, प्रत्येक तथ्य को कम से कम दो या तीन स्वतंत्र और विश्वसनीय स्रोतों से सत्यापित करना अनिवार्य होता है—यह 'ट्रिपल सत्यापन' का सिद्धांत कहलाता है। दस्तावेजीकरण के स्तर पर, पत्रकार को यह सुनिश्चित करना होता है कि दस्तावेज न केवल प्रामाणिक हैं, बल्कि उनकी शृंखला (Chain of Custody) भी निर्दोष है ताकि कानूनी चुनौती का सामना किया जा सके। उदाहरण के लिए, एक बैंक स्टेटमेंट को केवल स्कैन के रूप में नहीं, बल्कि बैंक के लेटरहेड और प्रामाणिक मुहर के साथ प्रस्तुत करना आवश्यक है। इसके अलावा, साक्ष्य में **त्रिकोणासन (Triangulation)** की प्रक्रिया महत्वपूर्ण है: किसी आरोप की पुष्टि करने के लिए तीन अलग-अलग प्रकार के साक्ष्य—उदाहरण के लिए, एक गवाह का बयान, एक सरकारी दस्तावेज,



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

और एक वित्तीय लेनदेन—को आपस में मिलाया जाता है। आधुनिक तकनीक ने इसमें **फोरेसिक डेटा विश्लेषण** को भी जोड़ा है, जहाँ ईमेल, मेटाडेटा और हार्ड ड्राइव से हटाई गई फ़ाइलों की जाँच करके छिपी हुई जानकारी निकाली जाती है। यह गहन, बहु-स्तरीय सत्यापन ही खोजी पत्रकारिता की विश्वसनीयता और उसके कानूनी प्रभाव का आधार बनता है।

खोजी पत्रकारिता के समक्ष चुनौतियाँ और नैतिक दायित्व

खोजी पत्रकारिता का मार्ग चुनौतियों से भरा है। सबसे बड़ी चुनौती **सुरक्षा और कानूनी जोखिम** की है। पत्रकारों को अक्सर धमकियों, शारीरिक हमलों और सत्ताधीशों द्वारा दायर किए गए मानहानि के मुकदमों (SLAPP suits) का सामना करना पड़ता है। दूसरी बड़ी चुनौती **वित्तीय संसाधन** की है। गहन जाँच में महीनों या वर्षों तक का समय लग सकता है, जिसके लिए पर्याप्त धन और कानूनी सहायता की आवश्यकता होती है, जो छोटे या स्वतंत्र मीडिया संगठनों के लिए मुश्किल होता है। इन चुनौतियों के साथ ही, नैतिक दायित्वों का पालन करना अत्यंत महत्वपूर्ण है। पत्रकार का पहला नैतिक दायित्व **निष्पक्षता और सत्यनिष्ठा** बनाए रखना है। पत्रकार को किसी भी कीमत पर स्रोत की गोपनीयता भंग नहीं करनी चाहिए, जब तक कि इससे किसी बड़े खतरे को रोका न जा सके। दूसरा महत्वपूर्ण दायित्व **जनता के हित** को व्यक्तिगत या राजनीतिक एजेंडे से ऊपर रखना है। खोजी रिपोर्ट का उद्देश्य किसी व्यक्ति को अपमानित करना नहीं, बल्कि संस्थागत विफलता को सुधारना होना चाहिए। पत्रकार को हमेशा उस विषय से जुड़े सभी पक्षों को उनका पक्ष रखने का उचित अवसर (Right of Reply) देना चाहिए।

3.6.2 जनपक्षधर पत्रकारिता

जनपक्षधर पत्रकारिता, जिसे **विकास पत्रकारिता** या **समाधान-केंद्रित पत्रकारिता** के एक व्यापक दायरे के रूप में देखा जा सकता है, पत्रकारिता का वह दर्शन है जो स्पष्ट रूप से **जनता के हित** और **सामाजिक प्रगति** को अपना केंद्रीय उद्देश्य मानता है। यह पत्रकारिता सत्ता के गलियारों पर नहीं, बल्कि समाज के हाशिये पर रहने वाले लोगों—गरीबों, किसानों, दलितों, आदिवासियों और महिलाओं—के जीवन, संघर्षों और आकांक्षाओं पर केंद्रित होती है। इसका उद्देश्य केवल समस्याओं की रिपोर्टिंग करना

नहीं, बल्कि उन समस्याओं की जड़ों को समझना, उनके समाधानों की खोज करना, और सकारात्मक बदलाव के लिए प्रेरित करना है। इसका मुख्य उद्देश्य **जनता की आवाज** बनना है, जहाँ "जनता" का अर्थ उस वर्ग से है जिसकी आवाज को मुख्यधारा के मीडिया में पर्याप्त जगह नहीं मिलती। यह पत्रकारिता अपने आप में एक नैतिक प्रतिबद्धता है कि पत्रकार अपनी कलम और कैमरा शक्तिहीनों के सशक्तिकरण के लिए उपयोग करेगा। यह एक सक्रिय पत्रकारिता है जो केवल रिकॉर्डर नहीं, बल्कि एक **सक्रिय नागरिक** की भूमिका निभाती है।

जनपक्षधर पत्रकारिता बनाम मुख्यधारा की पत्रकारिता

जनपक्षधर पत्रकारिता और मुख्यधारा की (या वाणिज्यिक) पत्रकारिता के बीच एक मौलिक दार्शनिक अंतर है। मुख्यधारा की पत्रकारिता का मुख्य लक्ष्य अक्सर **बाजार की माँग** और **टीआरपी (TRP)** द्वारा संचालित होता है। यह सनसनीखेज खबरों, राजनीतिक बहसों और सेलिब्रिटी गॉसिप पर अधिक ध्यान केंद्रित करती है, क्योंकि ये दर्शकों को आकर्षित करती हैं और विज्ञापन राजस्व सुनिश्चित करती हैं। इसका दृष्टिकोण **सतह-आधारित (Surface-level)** होता है, जहाँ घटनाएँ केवल रिपोर्ट की जाती हैं, न कि उनके सामाजिक-आर्थिक संदर्भ को गहराई से समझा जाता है। इसके विपरीत, जनपक्षधर पत्रकारिता का मुख्य लक्ष्य **सार्वजनिक कल्याण** है। यह उन धीमी, लेकिन महत्वपूर्ण सामाजिक-आर्थिक प्रक्रियाओं पर ध्यान केंद्रित करती है जो करोड़ों लोगों के जीवन को प्रभावित करती हैं, भले ही वे तुरंत आकर्षक न हों। यह न केवल किसी गाँव में भुखमरी की रिपोर्ट करती है, बल्कि यह भी जाँचती है कि सरकारी राशन क्यों नहीं पहुँचा, अधिकारियों की जवाबदेही कहाँ विफल हुई, और क्या स्थानीय पहलें समाधान प्रस्तुत कर रही हैं। यह **सत्य की खोज** को मुनाफे की खोज से ऊपर रखती है।

जनपक्षधर पत्रकारिता का क्रियान्वयन: जनता की आवाज बनना

जनपक्षधर पत्रकारिता को सफलतापूर्वक क्रियान्वित करने के लिए पत्रकार को अपनी कार्यशैली में कई बदलाव लाने पड़ते हैं। सबसे पहले, पत्रकार को **शोषित समुदायों के बीच समय बिताना** होता है। उन्हें उनके जीवन, उनकी भाषा, और उनकी समस्याओं को प्रथम-हाथ के अनुभव से समझना होता है। यह रिपोर्टिंग वातानुकूलित



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

दफ्तरों से नहीं, बल्कि खेत-खलिहानों, मलिन बस्तियों और दूरदराज के गाँवों से की जाती है। दूसरा, यह पत्रकारिता **बहुआयामी दृष्टिकोण** अपनाती है। उदाहरण के लिए, यदि किसी क्षेत्र में सूखा पड़ा है, तो रिपोर्ट केवल पानी की कमी पर केंद्रित नहीं होगी, बल्कि सरकारी जल प्रबंधन नीतियों, जलवायु परिवर्तन के प्रभावों, और स्थानीय किसानों द्वारा अपनाए जा रहे वैकल्पिक कृषि समाधानों को भी शामिल करेगी। तीसरा महत्वपूर्ण पहलू है **स्थानीय समाधानों को उजागर करना**। 'जनता की आवाज' बनने का मतलब केवल शिकायत करना नहीं है; इसका अर्थ है उन गुमनाम नायकों और जमीनी स्तर के पहलों को भी सामने लाना जो समस्याओं का समाधान करने के लिए सक्रिय हैं। इस प्रकार, पत्रकारिता जनता को निष्क्रिय पीड़ित के रूप में नहीं, बल्कि **परिवर्तन के सक्रिय एजेंट** के रूप में चित्रित करती है।

खोजी और जनपक्षधर पत्रकारिता का अंतर्संबंध

यद्यपि खोजी पत्रकारिता और जनपक्षधर पत्रकारिता के दृष्टिकोण अलग-अलग हैं, वे एक-दूसरे के पूरक हैं और अक्सर एक-दूसरे को काटते हैं। खोजी पत्रकारिता आमतौर पर **ऊपर से नीचे** (Top-Down) दृष्टिकोण अपनाती है: यह सत्ता की संरचनाओं, उच्च-स्तरीय घोटालों, और संस्थागत विफलताओं को उजागर करती है। वहीं, जनपक्षधर पत्रकारिता **नीचे से ऊपर** (Bottom-Up) दृष्टिकोण अपनाती है: यह जमीनी स्तर के अनुभवों, गरीबों के संघर्षों, और स्थानीय सामाजिक-आर्थिक मुद्दों पर ध्यान केंद्रित करती है। लेकिन इन दोनों का अंतर्संबंध उनकी संयुक्त शक्ति में निहित है। एक जनपक्षधर पत्रकारिता के लिए, एक रिपोर्ट का आरंभ गरीब किसानों के एक समूह के विस्थापन की शिकायत से हो सकता है। यह शिकायत तब खोजी पत्रकारिता का विषय बन जाती है, जब पत्रकार विस्थापन के पीछे के **वास्तविक कारणों** की जाँच करता है—जैसे कि क्या विस्थापन किसी अवैध भूमि सौदे का परिणाम था, क्या किसी राजनेता ने अपने पद का दुरुपयोग किया, या क्या पर्यावरण मंजूरी में कोई भ्रष्टाचार हुआ। इस प्रकार, जनपक्षधर पत्रकारिता वह प्रेरणा और मानवीय परिप्रेक्ष्य प्रदान करती है जो खोजी जाँच को शुरू करता है, जबकि खोजी पत्रकारिता वह **ठोस साक्ष्य और प्रमाण** उपलब्ध कराती है जो जनहित के मुद्दों को कानूनी और राजनीतिक कार्रवाई के लिए मजबूर करता है। एक सशक्त और न्यायपूर्ण समाज के

लिए ये दोनों रूप अपरिहार्य हैं, क्योंकि एक सत्य को उजागर करता है और दूसरा उस सत्य को जनता की भलाई से जोड़ता है।

आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली





3.7 स्व-मूल्यांकन प्रश्न

3.7.1 बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQs):

1. समाचार में 5W और 1H से क्या तात्पर्य है?

क) 5 Words और 1 Hour

ख) **What, Who, When, Where, Why और How**

ग) 5 Writers और 1 House

घ) इनमें से कोई नहीं

उत्तर: ख) What, Who, When, Where, Why और How

2. समाचार का सबसे महत्वपूर्ण गुण है:

क) नवीनता

ख) पुरानापन

ग) लंबाई

घ) जटिलता

उत्तर: क) नवीनता

3. "Dog bites man" और "Man bites dog" में कौन सा बेहतर समाचार है?

क) Dog bites man

ख) **Man bites dog** (असामान्यता के कारण)

ग) दोनों समान

घ) कोई नहीं

उत्तर: ख) Man bites dog

4. समाचार संकलन का प्रमुख स्रोत नहीं है:

क) प्रेस विज्ञप्ति

ख) संवाददाता

ग) समाचार एजेंसियाँ

घ) **कल्पना**

उत्तर: घ) कल्पना



आधुनिक
पत्रकारिता -
स्वरूप और
कार्य प्रणाली

5. इनमें से कौन भारतीय समाचार एजेंसी है?

क) रॉयटर्स

ख) एपी (AP)

ग) पीटीआई (PTI)

घ) एएफपी (AFP)

उत्तर: ग) पीटीआई (Press Trust of India)

6. खोजी पत्रकारिता का मुख्य उद्देश्य है:

क) मनोरंजन

ख) छिपे तथ्यों को उजागर करना

ग) सनसनी फैलाना

घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) छिपे तथ्यों को उजागर करना

7. संपादकीय लेखन की विशेषता है:

क) तथ्यात्मक रिपोर्टिंग

ख) समाचार पत्र की राय

ग) विज्ञापन

घ) मनोरंजन

उत्तर: ख) समाचार पत्र की राय

8. फीचर लेखन में प्रमुख है:

क) केवल तथ्य

ख) रचनात्मकता और मानवीय पक्ष

ग) केवल आँकड़े

घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) रचनात्मकता और मानवीय पक्ष

9. प्रूफरीडिंग का उद्देश्य है:

क) लेखन

ख) त्रुटियों को दूर करना

ग) समाचार संकलन



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

घ) रिपोर्टिंग

उत्तर: ख) त्रुटियों को दूर करना

10. जनपक्षधर पत्रकारिता में प्रमुखता होती है:

क) सत्ता पक्ष की

ख) जनता के मुद्दों की

ग) विज्ञापनदाताओं की

घ) मालिकों की

उत्तर: ख) जनता के मुद्दों की

3.7.2 लघु उत्तरीय प्रश्न

1. समाचार की परिभाषा देते हुए इसके प्रमुख तत्व बताइए।
2. समाचार मूल्य से आप क्या समझते हैं?
3. रिपोर्टिंग के विभिन्न प्रकार बताइए।
4. संपादकीय और फीचर लेखन में अंतर स्पष्ट कीजिए।
5. खोजी पत्रकारिता की विशेषताएँ बताइए।

3.7.3 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. समाचार की परिभाषा, गुण, तत्व और मूल्य का विस्तृत विवेचन कीजिए।
2. समाचार संकलन की विभिन्न विधियों का विस्तार से वर्णन कीजिए।
3. रिपोर्टिंग के प्रकार और तकनीकों का विस्तृत परिचय दीजिए।
4. संपादन कला (शीर्षक लेखन, प्रूफरीडिंग, ले-आउट) का विस्तार से वर्णन कीजिए।
5. खोजी पत्रकारिता और जनपक्षधर पत्रकारिता का तुलनात्मक अध्ययन कीजिए।

मॉड्यूल 4

जनसंचार माध्यम और तकनीकी पहलू

संरचना

इकाई 4.1: रेडियो पत्रकारिता

इकाई 4.2: दूरदर्शन पत्रकारिता

इकाई 4.3: फिल्म और पत्रकारिता

इकाई 4.4: ऑनलाइन पत्रकारिता

इकाई 4.5: सोशल मीडिया पत्रकारिता

इकाई 4.6: मोबाइल पत्रकारिता (MOJO)

4.0 उद्देश्य

- रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता की विशेषताओं और प्रस्तुति तकनीकों को समझना।
- फिल्म और पत्रकारिता के संबंधों तथा फिल्म समीक्षा की भूमिका को जानना।
- ऑनलाइन, वेब और ब्लॉग पत्रकारिता के स्वरूप और चुनौतियों का विश्लेषण करना।
- सोशल मीडिया पत्रकारिता की विश्वसनीयता, अवसरों और फेक न्यूज की समस्याओं को समझना।
- मोबाइल पत्रकारिता (MOJO) की तकनीक और इसके व्यावहारिक लाभों का अध्ययन करना।

इकाई 4.1: रेडियो पत्रकारिता

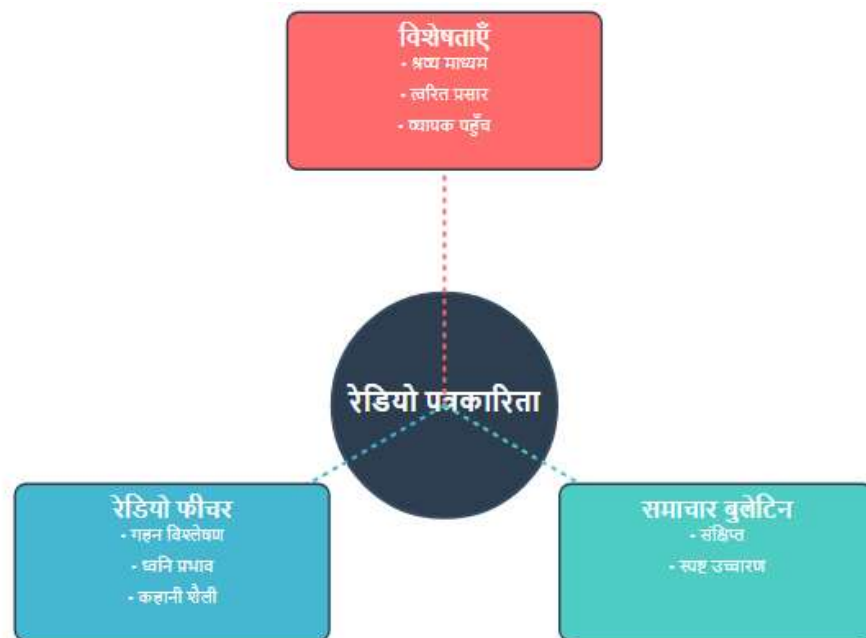
4.1.1 रेडियो पत्रकारिता

रेडियो पत्रकारिता ने पिछले कुछ दशकों में सूचनाओं के प्रसार के क्षेत्र में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इसकी सबसे बड़ी विशेषता इसका **त्वरित और व्यापक**



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

प्रसारण है। रेडियो माध्यम अपने श्रोता तक तुरंत समाचार पहुँचाने में सक्षम है, जो इसे विशेष रूप से ग्रामीण और दूरदराज के क्षेत्रों में महत्वपूर्ण बनाता है। रेडियो में समाचार केवल सुनने के माध्यम से ग्रहण किए जाते हैं, जिससे दृश्य सामग्री की आवश्यकता समाप्त हो जाती है। इसके अतिरिक्त, रेडियो पत्रकारिता **आवाज के प्रभाव और प्रस्तुति कला** पर जोर देती है। समाचार प्रस्तोता की आवाज का लय, भाव, और स्पष्टता श्रोता के अनुभव को सीधे प्रभावित करती है। रेडियो की एक और विशेषता इसकी **गतिशीलता और लोच** है। रेडियो प्रसारण छोटे उपकरणों, मोबाइल फोन, और कार रेडियो के माध्यम से भी सुनने योग्य होता है, जिससे लोगों के दैनिक जीवन में इसकी पहुँच अधिक होती है।



चित्र 4.1: रेडियो पत्रकारिता के तत्व

हालांकि, रेडियो पत्रकारिता की कुछ सीमाएँ भी हैं। सबसे प्रमुख सीमा इसका **दृश्य अभाव** है। समाचार श्रोता केवल सुनते हैं, देख नहीं पाते, जिससे कभी-कभी विषय की गहन समझ में कमी रह सकती है। इसके अतिरिक्त, रेडियो की **सूचना की स्थायित्व क्षमता सीमित** होती है। एक बार प्रसारित समाचार को केवल रिकॉर्डिंग या पॉडकास्ट के माध्यम से ही बाद में सुना जा सकता है। इसके अलावा, रेडियो पर सूचना का प्रसारण **संख्या में सीमित** हो सकता है क्योंकि प्रत्येक समय स्लॉट में सीमित समाचार

ही प्रस्तुत किए जा सकते हैं। फिर भी, रेडियो पत्रकारिता के इन सीमाओं के बावजूद, इसकी पहुँच, सरलता, और सामाजिक प्रभाव इसे एक प्रभावशाली माध्यम बनाते हैं। रेडियो पत्रकारिता में **स्थानीय और राष्ट्रीय समाचार दोनों का मिश्रण** पाया जाता है। स्थानीय घटनाओं की जानकारी देने के साथ-साथ, रेडियो राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय खबरों की भी त्वरित रिपोर्टिंग करता है। यह विशेष रूप से तब महत्वपूर्ण है जब तत्काल आपात स्थितियों या प्राकृतिक आपदाओं की सूचना देने की आवश्यकता होती है। रेडियो पत्रकारिता में **संपादकीय स्वतंत्रता** भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। पत्रकारों को अपने निष्पक्ष और तथ्यात्मक दृष्टिकोण के साथ समाचार प्रस्तुत करने की स्वतंत्रता होती है, जिससे यह एक विश्वसनीय माध्यम बनता है।

4.1.2 समाचार बुलेटिन: तैयारी और प्रस्तुति

समाचार बुलेटिन रेडियो पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण घटक है। यह श्रोता को संक्षिप्त, सटीक और ताजगीपूर्ण समाचार प्रदान करता है। समाचार बुलेटिन की तैयारी एक सुव्यवस्थित प्रक्रिया के माध्यम से होती है। सबसे पहले, समाचार को **संग्रहित और सत्यापित** किया जाता है। पत्रकार या संपादक विभिन्न स्रोतों, जैसे समाचार एजेंसियों, संवाददाताओं, और रिपोर्टर्स से जानकारी एकत्र करते हैं। इसके बाद, समाचार को **महत्व और प्राथमिकता** के आधार पर क्रमबद्ध किया जाता है। सबसे महत्वपूर्ण और ताज़ा खबरें बुलेटिन के शीर्ष पर रखी जाती हैं ताकि श्रोता तुरंत उनका लाभ उठा सकें।

समाचार बुलेटिन की प्रस्तुति में **स्पष्ट और सरल भाषा** का प्रयोग अत्यंत महत्वपूर्ण है। रेडियो पर समाचार सुनने वाले श्रोता केवल सुन सकते हैं, देख नहीं सकते। इसलिए समाचार का संदेश सरल, रोचक और समझने में आसान होना चाहिए। इसके साथ ही, **समय प्रबंधन** भी एक प्रमुख भूमिका निभाता है। प्रत्येक बुलेटिन के लिए निर्धारित समय सीमा होती है, और पत्रकार को उस समय में समाचार को संक्षेप में प्रस्तुत करना होता है। समाचार बुलेटिन में **ध्वनि और स्वर का प्रभाव** भी महत्वपूर्ण है। समाचार पाठक की आवाज का **लय, गति और स्पष्टता** श्रोता के समझने की क्षमता और आकर्षण को प्रभावित करती है। इसके अतिरिक्त, बुलेटिन में कभी-कभी **संगीत या ध्वनि प्रभाव** का भी प्रयोग किया जाता है, जिससे समाचार की प्रस्तुति और प्रभावी



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

बनती है। आधुनिक रेडियो स्टेशन डिजिटल तकनीक का उपयोग करके **लाइव बुलेटिन** भी प्रसारित करते हैं, जिससे श्रोता को ताजगीपूर्ण और वास्तविक समय की जानकारी प्राप्त होती है। समाचार बुलेटिन की एक और विशेषता इसका **सामाजिक और शैक्षिक प्रभाव** है। श्रोता के लिए यह न केवल समाचार का स्रोत है, बल्कि उन्हें सामाजिक, राजनीतिक, और आर्थिक मुद्दों से अवगत कराता है। इस प्रकार, बुलेटिन रेडियो पत्रकारिता का महत्वपूर्ण माध्यम है जो समय की कमी में भी श्रोताओं को आवश्यक जानकारी प्रदान करता है।

4.1.3 रेडियो फीचर: लेखन और निर्माण

रेडियो फीचर पत्रकारिता का एक रचनात्मक रूप है जो समाचार से अधिक **गहन और सूक्ष्म विश्लेषण** प्रदान करता है। यह केवल तथ्य प्रस्तुत करने तक सीमित नहीं रहता, बल्कि कहानी, साक्षात्कार, ध्वनि प्रभाव, और संगीत के माध्यम से श्रोता को एक संपूर्ण अनुभव प्रदान करता है। रेडियो फीचर की तैयारी में **विषय का चयन और शोध** सबसे महत्वपूर्ण कदम है। पत्रकार को विषय की जानकारी जुटानी होती है, संबंधित लोगों से साक्षात्कार लेने होते हैं और सामग्री को व्यवस्थित करना होता है। लेखन के दौरान, रेडियो फीचर में **कहानी कहने की शैली** का प्रयोग किया जाता है। इसमें संवाद, वर्णन, और विवरणात्मक सामग्री शामिल होती है। समाचार की तुलना में रेडियो फीचर अधिक **रचनात्मक और संवेदनशील** होता है। पत्रकार को अपने शब्दों और आवाज के माध्यम से श्रोता की कल्पना शक्ति को सक्रिय करना होता है। इसके अलावा, रेडियो फीचर में **ध्वनि प्रभाव और संगीत का संयोजन** इसे और अधिक आकर्षक बनाता है। उदाहरण के लिए, किसी प्राकृतिक आपदा के फीचर में हवा, पानी, और अन्य प्राकृतिक ध्वनियों का समावेश श्रोता को घटना के स्थल का अनुभव कराता है।

रेडियो फीचर का निर्माण कई चरणों में होता है। पहले चरण में **स्रोतों से जानकारी एकत्रित** की जाती है। इसके बाद, **लेखन और स्क्रिप्ट तैयार** की जाती है। तीसरे चरण में **रिकॉर्डिंग और संपादन** किया जाता है, जिसमें आवाज की गुणवत्ता, ध्वनि प्रभाव, और संगीत का समायोजन शामिल होता है। अंत में, रेडियो फीचर को

प्रसारित किया जाता है। इस पूरी प्रक्रिया में पत्रकार की **सृजनात्मकता और तकनीकी कुशलता** महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। रेडियो फीचर श्रोता के लिए केवल सूचना का माध्यम नहीं है, बल्कि यह **शिक्षा, मनोरंजन और जागरूकता** का साधन भी है। उदाहरण स्वरूप, पर्यावरण संरक्षण, सामाजिक मुद्दों, और सांस्कृतिक विषयों पर रेडियो फीचर लोगों को जागरूक और संवेदनशील बनाने में सहायक होता है। इसलिए, रेडियो फीचर पत्रकारिता का वह रूप है जो श्रोता और समाज दोनों पर सकारात्मक प्रभाव डालता है।

रेडियो पत्रकारिता में तकनीकी पहलू

आधुनिक रेडियो पत्रकारिता केवल शब्द और आवाज तक सीमित नहीं रही है। तकनीकी विकास ने इसे अधिक **सक्रिय और इंटरैक्टिव** बनाया है। डिजिटल तकनीक, इंटरनेट रेडियो, और मोबाइल एप्स के माध्यम से रेडियो पत्रकारिता अब वैश्विक स्तर पर पहुँच रही है। तकनीकी उपकरण जैसे **स्मार्ट रिकॉर्डर, ध्वनि संपादन सॉफ्टवेयर और ऑडियो मिक्सिंग उपकरण** पत्रकार को उच्च गुणवत्ता वाले प्रसारण की सुविधा प्रदान करते हैं। तकनीकी पहलू में **लाइव स्ट्रीमिंग और पॉडकास्टिंग** महत्वपूर्ण हैं। रेडियो स्टेशन अब श्रोता को केवल लाइव प्रसारण ही नहीं, बल्कि रिकॉर्डेड कार्यक्रम भी उपलब्ध कराते हैं। इससे श्रोता अपनी सुविधा अनुसार रेडियो कार्यक्रम सुन सकते हैं। इसके अतिरिक्त, तकनीकी विकास ने **इंटरैक्टिव रेडियो प्रोग्राम** की सुविधा भी दी है, जिसमें श्रोता सीधे कॉल, मैसेज या सोशल मीडिया के माध्यम से भाग ले सकते हैं। तकनीकी सुधार ने रेडियो पत्रकारिता में **ध्वनि की गुणवत्ता और प्रसारण की स्थायित्व** को भी बढ़ाया है। पुराने समय में रेडियो सिग्नल अक्सर कमजोर या बाधित होते थे, लेकिन डिजिटल तकनीक ने इसे लगभग शुद्ध और बाधरहित बना दिया है। साथ ही, तकनीकी उपकरणों के माध्यम से पत्रकारों को **समाचार की गति और सटीकता** में सुधार करने का अवसर मिला है।

रेडियो पत्रकारिता का सामाजिक और शैक्षिक प्रभाव

रेडियो पत्रकारिता न केवल सूचना का माध्यम है, बल्कि यह समाज में **जागरूकता और शिक्षा** फैलाने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। रेडियो कार्यक्रम सामाजिक मुद्दों जैसे शिक्षा, स्वास्थ्य, महिला सशक्तिकरण, और पर्यावरण जागरूकता पर



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

आधारित होते हैं। श्रोता रेडियो के माध्यम से विभिन्न विषयों पर जानकारी प्राप्त कर सकते हैं और समाज में सक्रिय नागरिक बन सकते हैं। शैक्षिक दृष्टि से, रेडियो विशेष रूप से ग्रामीण और पिछड़े क्षेत्रों में **शिक्षा का सुलभ माध्यम** है। रेडियो द्वारा संचालित शैक्षिक कार्यक्रम बच्चों और युवाओं के लिए अतिरिक्त अध्ययन सामग्री प्रदान करते हैं। इसके अलावा, रेडियो बच्चों और युवाओं में **सृजनात्मक सोच और संवाद कौशल** विकसित करने में भी सहायक होता है। रेडियो पत्रकारिता का **सांस्कृतिक और मनोरंजन पहलू** भी समाज पर सकारात्मक प्रभाव डालता है। विभिन्न सांस्कृतिक कार्यक्रम, संगीत, और रेडियो फीचर लोगों को सांस्कृतिक रूप से संवेदनशील बनाते हैं और सामाजिक एकता को बढ़ावा देते हैं। इस प्रकार, रेडियो पत्रकारिता एक ऐसा माध्यम है जो **सूचना, शिक्षा, जागरूकता, और मनोरंजन** का संतुलित मिश्रण प्रस्तुत करता है और समाज के सभी वर्गों के लिए उपयोगी साबित होता है।

इकाई 4.2: दूरदर्शन पत्रकारिता

जनसंचार
माध्यम और
तकनीकी
पहलू



4.2.1 दूरदर्शन पत्रकारिता: दृश्य-श्रव्य माध्यम की शक्ति

दूरदर्शन पत्रकारिता आधुनिक संचार माध्यमों का वह स्वरूप है जिसने समाचार और जनसंचार के क्षेत्र में क्रांतिकारी परिवर्तन लाया। यह केवल सूचना देने का माध्यम नहीं रहा, बल्कि जनमत निर्माण, सांस्कृतिक प्रसार, राष्ट्रीय एकता तथा सामाजिक परिवर्तन का प्रभावशाली उपकरण बन गया है। 'दूरदर्शन' शब्द ही अपने भीतर दो तत्वों को समाहित करता है—'दूर' अर्थात् दूरी और 'दर्शन' अर्थात् देखना। इस प्रकार यह माध्यम सीमाओं को तोड़कर लाखों-करोड़ों लोगों तक दृश्य और श्रव्य दोनों रूपों में संदेश पहुँचाने की क्षमता रखता है। दृश्य-श्रव्य माध्यम की सबसे बड़ी शक्ति उसकी *तात्कालिकता* और *विश्वसनीयता* में निहित है। जब कोई समाचार चित्रों के साथ ध्वनि प्रभावों में प्रस्तुत होता है, तो वह दर्शकों पर गहरा प्रभाव छोड़ता है। उदाहरण के लिए, किसी प्राकृतिक आपदा, खेल प्रतियोगिता या राजनीतिक घटना का लाइव प्रसारण दर्शकों को प्रत्यक्ष अनुभव की अनुभूति कराता है। यही वह बिंदु है जहाँ दूरदर्शन पत्रकारिता पारंपरिक प्रिंट मीडिया से आगे निकल जाती है। जहाँ समाचारपत्र शब्दों के माध्यम से सूचित करते हैं, वहीं दूरदर्शन आँखों और कानों दोनों को संबोधित करता है।

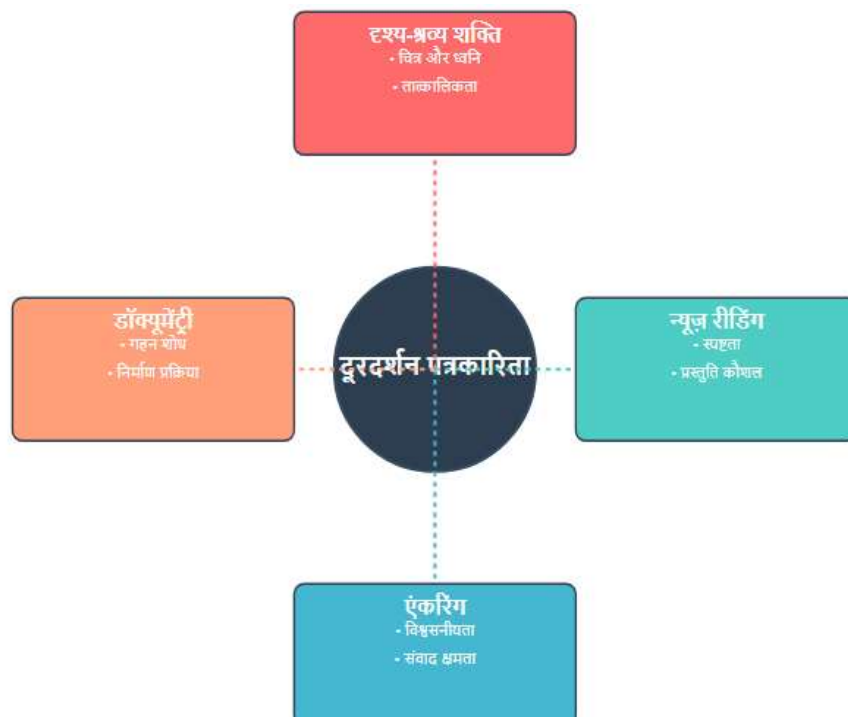
भारत में दूरदर्शन पत्रकारिता का इतिहास 15 सितंबर 1959 से प्रारंभ होता है, जब दिल्ली में प्रयोगात्मक प्रसारण की शुरुआत हुई। आरंभ में यह केवल शैक्षणिक और सांस्कृतिक कार्यक्रमों तक सीमित था, किंतु 1982 में एशियाई खेलों के प्रसारण के साथ रंगीन दूरदर्शन की शुरुआत ने भारतीय मीडिया जगत को नई दिशा दी। दूरदर्शन समाचार ने भारतीय समाज के हर वर्ग तक अपनी पहुँच बनाई। "दूरदर्शन समाचार", "सप्ताहिकी", "संवाद", "आँखों देखी" जैसे कार्यक्रमों ने लोगों को न केवल समाचारों से जोड़ा बल्कि सामाजिक चेतना भी विकसित की। दूरदर्शन पत्रकारिता का उद्देश्य मात्र सूचना देना नहीं, बल्कि समाज में सकारात्मक परिवर्तन लाना भी है। इसने ग्रामीण भारत तक शिक्षा, स्वास्थ्य, कृषि, विज्ञान, और पर्यावरण से जुड़ी जानकारीयों पहुँचाकर विकास के मार्ग को प्रशस्त किया। राष्ट्रीय एकता, भाषायी



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

विविधता, सांस्कृतिक पहचान और लोकतांत्रिक मूल्यों को सुदृढ़ करने में दूरदर्शन की भूमिका अविस्मरणीय रही है।

तकनीकी दृष्टि से देखा जाए तो यह माध्यम कैमरा, माइक, एडिटिंग, साउंड मिक्सिंग, लाइटिंग और ग्राफिक्स जैसे अनेक तत्वों के समन्वय से बनता है। इन सभी के कुशल उपयोग से समाचार अधिक प्रभावी बनता है। दृश्य-श्रव्य पत्रकारिता में *विश्वसनीयता* सर्वोपरि है। इसलिए पत्रकार को न केवल भाषा और प्रस्तुति का ज्ञान होना चाहिए बल्कि नैतिकता, तथ्य-परख और संवेदनशीलता का भी ध्यान रखना चाहिए। आज के डिजिटल युग में दूरदर्शन पत्रकारिता ने अपने स्वरूप को और भी विस्तारित किया है। अब यह केवल टेलीविजन स्क्रीन तक सीमित नहीं रही, बल्कि यूट्यूब, सोशल मीडिया और OTT प्लेटफॉर्म तक अपनी उपस्थिति दर्ज करा रही है। बावजूद इसके, सरकारी और सार्वजनिक सेवा प्रसारण के रूप में दूरदर्शन की *विश्वसनीयता* आज भी बरकरार है।



चित्र 4.2: दूरदर्शन पत्रकारिता के घटक

4.2.2 न्यूज़ रीडिंग और एंकरिंग: कौशल और तकनीक

जनसंचार
माध्यम और
तकनीकी
पहलू



न्यूज़ रीडिंग और एंकरिंग दूरदर्शन पत्रकारिता का प्रमुख आयाम है। यह वह कला है जिसके माध्यम से समाचारों को दर्शकों तक प्रभावी और विश्वसनीय रूप में पहुँचाया जाता है। एक एंकर न केवल समाचार पढ़ता है, बल्कि पूरे बुलेटिन का *मूड, टोन* और *विश्वसनीयता* भी निर्धारित करता है। न्यूज़ रीडिंग में सबसे पहले *भाषा की शुद्धता, उच्चारण की स्पष्टता* और *स्वर नियंत्रण* आवश्यक होते हैं। हिंदी न्यूज़ रीडर को देवनागरी लिपि का गहरा ज्ञान, कठिन शब्दों के सही उच्चारण और भावानुकूल लय में बोलने की क्षमता होनी चाहिए। न्यूज़ रीडिंग एक यांत्रिक क्रिया नहीं, बल्कि *अभिनय और अभिव्यक्ति* दोनों का सम्मिश्रण है। समाचार पढ़ते समय एंकर के चेहरे के भाव, आँखों की गति, हाथों की हलचल और शरीर की मुद्रा भी दर्शकों पर प्रभाव डालती है। एक सफल एंकर के लिए सबसे महत्वपूर्ण तत्व है — *विश्वसनीयता (Credibility)*। यदि दर्शक एंकर पर भरोसा करते हैं, तो समाचार का प्रभाव कई गुना बढ़ जाता है। इसलिए एंकर को अपनी वाणी में स्थिरता, व्यवहार में संयम और दृष्टिकोण में निष्पक्षता बनाए रखनी चाहिए। वह किसी विचारधारा, दल या व्यक्ति के पक्ष में झुकाव न दिखाए, बल्कि तथ्यों को संतुलित रूप में प्रस्तुत करे।

तकनीकी रूप से, न्यूज़ रीडर को *टेलीप्रॉप्टर* पढ़ने की कला में निपुण होना चाहिए। उसे कैमरे के सामने अपनी दृष्टि और मुद्रा को इस प्रकार बनाए रखना होता है कि दर्शकों को यह अनुभव हो कि वह सीधे उनसे संवाद कर रहा है। समाचार पढ़ने के दौरान आवाज़ का उतार-चढ़ाव विषय की गंभीरता या हल्केपन के अनुरूप होना चाहिए। जैसे— किसी आपदा की रिपोर्ट में गंभीरता, जबकि किसी उपलब्धि या खेल समाचार में उत्साह का भाव होना चाहिए। एंकरिंग केवल समाचार तक सीमित नहीं रहती। आज यह *टॉक शो, डिबेट, इंटरव्यू, स्पेशल रिपोर्ट* और *लाइव कवरेज* जैसे कार्यक्रमों का भी महत्वपूर्ण हिस्सा है। इन परिस्थितियों में एंकर को त्वरित सोच, प्रश्न पूछने की कला, तर्क प्रस्तुत करने की क्षमता और मनोवैज्ञानिक संतुलन की आवश्यकता होती है। एक अच्छे एंकर के पास *वर्तमान घटनाओं का गहरा ज्ञान, समाजशास्त्रीय समझ* और *संवेदनशील दृष्टिकोण* होना चाहिए।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

भारत में सलमा सुल्तान, विनोद दुआ, मीनू तलवार, और आज के दौर में रवीश कुमार, अंजना ओम कश्यप, सुधीर चौधरी आदि जैसे एंकरों ने एंकरिंग के स्वरूप को अलग पहचान दी है। इन सभी ने समाचारों को केवल सूचना नहीं, बल्कि अनुभव में परिवर्तित किया। इस प्रकार एंकरिंग एक *पत्रकारिता, रंगमंच और मनोविज्ञान* का संयुक्त रूप है, जो दर्शक को न केवल जानकारी देता है बल्कि उससे भावनात्मक रूप से भी जोड़ता है।

4.2.3 डॉक्यूमेंट्री: निर्माण प्रक्रिया

डॉक्यूमेंट्री पत्रकारिता का वह रूप है जो किसी वास्तविक घटना, व्यक्ति, समाज, संस्कृति या विषय को तथ्यात्मक और रचनात्मक दृष्टि से प्रस्तुत करती है। यह *वास्तविकता का कलात्मक दस्तावेज़* होती है, जिसका उद्देश्य केवल मनोरंजन नहीं, बल्कि शिक्षित करना, प्रेरित करना और समाज में जागरूकता फैलाना है।

डॉक्यूमेंट्री निर्माण की प्रक्रिया को पाँच चरणों में विभाजित किया जा सकता है —

1. विचार एवं अनुसंधान (Idea & Research)
2. स्क्रिप्ट लेखन (Script Writing)
3. शूटिंग (Filming/Production)
4. संपादन (Editing)
5. प्रसारण या वितरण (Broadcast/Distribution)

पहले चरण में निर्माता या निर्देशक विषय का चयन करता है। विषय चयन करते समय यह ध्यान दिया जाता है कि वह सामाजिक रूप से प्रासंगिक, दृश्यात्मक रूप से प्रभावी और अनुसंधान के लिए पर्याप्त सामग्री वाला हो। इसके बाद विस्तृत *फील्ड रिसर्च, डेटा संग्रह, इंटरव्यू, स्थान चयन* आदि किया जाता है। दूसरे चरण में स्क्रिप्ट तैयार की जाती है, जिसमें *वॉयस ओवर, संवाद, शॉट ब्रेकअप, सीक्वेंस ऑर्डर* आदि का निर्धारण होता है। एक प्रभावशाली स्क्रिप्ट ही डॉक्यूमेंट्री की रीढ़ होती है। तीसरे चरण में वास्तविक शूटिंग होती है जहाँ कैमरा कार्य, साउंड रिकॉर्डिंग, प्रकाश व्यवस्था और दृश्य संयोजन पर विशेष ध्यान दिया जाता है। डॉक्यूमेंट्री में सच्चाई और भावनात्मक अपील का संतुलन अत्यंत आवश्यक है।

चौथे चरण यानी संपादन में दृश्य और ध्वनि को क्रमबद्ध किया जाता है। संगीत, नैरेशन और ग्राफिक्स का उपयोग करके प्रस्तुति को अधिक रोचक बनाया जाता है। अंत में प्रसारण या वितरण का चरण आता है जहाँ डॉक्यूमेंट्री को दूरदर्शन, फिल्म फेस्टिवल, यूट्यूब, या OTT प्लेटफॉर्म के माध्यम से जनता तक पहुँचाया जाता है।

भारत में श्याम बेनेगल, आनंद पटवर्धन, श्रीनिवास कृष्णन और अमृता पटेल जैसे डॉक्यूमेंट्री फिल्मकारों ने सामाजिक विषयों को संवेदनशीलता से प्रस्तुत किया है। 'भारत एक खोज', 'अमरनाथ यात्रा', 'गांधी', 'वार एंड पीस' जैसी डॉक्यूमेंट्री ने जनचेतना का स्तर ऊँचा उठाया। डॉक्यूमेंट्री निर्माण में सबसे महत्वपूर्ण है – *प्रामाणिकता और दृष्टिकोण*। निर्माता को विषय की सच्चाई से समझौता नहीं करना चाहिए। डॉक्यूमेंट्री को प्रचार या पूर्वाग्रह का उपकरण नहीं बनना चाहिए। उसका लक्ष्य दर्शकों को सोचने पर मजबूर करना, उन्हें तथ्य और संवेदना के बीच से जोड़ना है।

टेलीविजन प्रोडक्शन की तकनीकें

टेलीविजन पत्रकारिता का वास्तविक प्रभाव तभी संभव है जब उसके उत्पादन (Production) की तकनीकें सुदृढ़ हों। एक समाचार बुलेटिन, डॉक्यूमेंट्री या विशेष कार्यक्रम के निर्माण में अनेक तकनीकी प्रक्रियाएँ एक साथ कार्य करती हैं — जैसे कैमरा संचालन, साउंड इंजीनियरिंग, लाइटिंग, ग्राफिक्स, एडिटिंग, और ट्रांसमिशन। **कैमरा तकनीक** सबसे महत्वपूर्ण है। कैमरे का कोण, ज़ूम, पैन, टिल्ट और फ्रेमिंग समाचार के भाव को निर्धारित करता है। किसी राजनीतिक भाषण के क्लोज-अप से गंभीरता बढ़ती है, जबकि वाइड शॉट से व्यापकता का संकेत मिलता है। इसी प्रकार *लाइटिंग* से विषय का मूड और अर्थ दोनों बदल सकते हैं। उजली रोशनी आशा या पारदर्शिता दर्शाती है, जबकि मंद प्रकाश तनाव या रहस्य का संकेत देता है। **साउंड तकनीक** भी उतनी ही अहम है। माइक की स्थिति, परिवेश ध्वनि (Ambient Sound), बैकग्राउंड म्यूजिक और वॉयस ओवर — ये सभी मिलकर दृश्य को जीवंत बनाते हैं। एक अच्छी ध्वनि रिकॉर्डिंग दर्शकों की एकाग्रता बनाए रखती है।

एडिटिंग वह कला है जो बिखरे हुए दृश्यों को कथा में परिवर्तित करती है। एडिटिंग सॉफ्टवेयर जैसे Premiere Pro, Final Cut Pro, या DaVinci Resolve के माध्यम से



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

दृश्य संयोजन, ग्राफिक्स, ट्रांज़िशन, और कलर करेक्शन किया जाता है। संपादन केवल तकनीकी नहीं, बल्कि रचनात्मक प्रक्रिया भी है। यह तय करता है कि किस सूचना पर अधिक बल देना है और किसे सीमित दिखाना है। **ग्राफिक्स और वर्चुअल सेट** आज के युग में टेलीविजन प्रस्तुति की पहचान बन चुके हैं। 3D एनिमेशन, रियल-टाइम डेटा विज़ुअलाइज़ेशन और AR/VR तकनीक से समाचार अधिक आकर्षक और व्याख्यायित हो गए हैं। तकनीक के इस उपयोग ने पत्रकारिता को दृश्य रूप में अधिक विश्वसनीय बनाया है। अंततः **प्रसारण तकनीक** यह सुनिश्चित करती है कि निर्मित सामग्री सही समय पर सही दर्शक तक पहुँचे। सैटेलाइट ट्रांसमिशन, डिजिटल एन्कोडिंग, लाइव फीड और इंटरनेट ब्रॉडकास्टिंग ने इस क्षेत्र में क्रांतिकारी परिवर्तन किया है। अब लाइव रिपोर्टिंग मोबाइल या लैपटॉप से भी संभव है। इन तकनीकों के साथ मानवीय दृष्टिकोण का संतुलन आवश्यक है। तकनीक केवल साधन है; पत्रकार की संवेदना और विवेक ही उसे अर्थ प्रदान करते हैं।

आधुनिक संदर्भ में दूरदर्शन पत्रकारिता की चुनौतियाँ और संभावनाएँ

21वीं सदी का मीडिया परिदृश्य निरंतर परिवर्तनशील है। डिजिटल क्रांति, सोशल मीडिया और कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) ने दूरदर्शन पत्रकारिता को नए अवसरों और चुनौतियों के दोराहे पर ला खड़ा किया है।

मुख्य चुनौतियाँ — पहली, *विश्वसनीयता की चुनौती*। आज जब समाचार तेजी से सोशल मीडिया पर फैलते हैं, तो सत्य और असत्य में भेद करना कठिन होता जा रहा है। दूरदर्शन पत्रकारिता को तथ्यों की पुष्टि, संतुलित दृष्टिकोण और निष्पक्षता बनाए रखने के लिए अतिरिक्त सावधानी बरतनी होती है। दूसरी, *दर्शक आधार का विभाजन*। OTT और मोबाइल प्लेटफॉर्म के कारण पारंपरिक टीवी दर्शक घट रहे हैं। युवा पीढ़ी अब ऑन-डिमांड कंटेंट पसंद करती है। तीसरी, *राजनीतिक और व्यावसायिक दबाव*। कभी-कभी पत्रकारिता के आदर्शों पर TRP और विज्ञापन की प्रतिस्पर्धा हावी हो जाती है। इससे सार्वजनिक सेवा प्रसारण की मूल भावना कमजोर होती है। इसके विपरीत, **संभावनाएँ** भी अत्यंत व्यापक हैं। डिजिटल प्रौद्योगिकी ने पत्रकारिता को नए आयाम दिए हैं — जैसे *मोबाइल जर्नलिज्म, डेटा विज़ुअलाइज़ेशन,*

वर्चुअल न्यूज़रूम, और AI-सहायता प्राप्त संपादन अब ग्रामीण और शहरी दोनों दर्शकों तक वास्तविक समय में समाचार पहुँचना संभव है। दूरदर्शन, जो कभी केवल सरकारी माध्यम था, अब अपनी सामग्री को यूट्यूब, ट्विटर, फेसबुक और OTT पर भी उपलब्ध करा रहा है। इसने उसकी पहुँच को वैश्विक बनाया है। यदि दूरदर्शन अपनी सार्वजनिक सेवा की भावना को आधुनिक तकनीक से जोड़े रखे, तो वह फिर से राष्ट्रीय मीडिया की धुरी बन सकता है। दूरदर्शन पत्रकारिता का भविष्य उन पत्रकारों के हाथ में है जो तकनीक के साथ मूल्यों को जोड़ने की क्षमता रखते हैं। सत्य, निष्पक्षता, और जनहित— ये तीन स्तंभ सदैव पत्रकारिता के केंद्र में रहने चाहिए। आने वाले समय में दूरदर्शन पत्रकारिता केवल सूचना का स्रोत नहीं, बल्कि सामाजिक परिवर्तन का प्रेरक माध्यम बनेगी। दूरदर्शन पत्रकारिता भारतीय जनसंचार का जीवंत प्रतीक है, जिसने सूचना और समाज के बीच सेतु का कार्य किया है। न्यूज़ रीडिंग और एंकरिंग ने प्रस्तुति को प्रभावशाली बनाया, डॉक्यूमेंट्री ने यथार्थ को संवेदनशील दृष्टि दी, प्रोडक्शन तकनीकों ने इसे तकनीकी रूप से सक्षम बनाया, और आधुनिक चुनौतियों के बावजूद इसने अपनी प्रामाणिकता को बनाए रखा।

जनसंचार
माध्यम और
तकनीकी पहलू





इकाई 4.3: फ़िल्म और पत्रकारिता

4.3.1 फ़िल्म और पत्रकारिता

1. फ़िल्म और पत्रकारिता का पारस्परिक संबंध

फ़िल्म और पत्रकारिता—दोनों ही संचार के अत्यंत प्रभावशाली माध्यम हैं। जहाँ पत्रकारिता समाज के यथार्थ को शब्दों में दर्ज करती है, वहीं फ़िल्म उस यथार्थ को दृश्य माध्यम के रूप में प्रस्तुत करती है। दोनों का उद्देश्य समाज को सूचित, शिक्षित और जागरूक करना होता है। पत्रकारिता समय की साक्षी होती है, और फ़िल्म उस समय की भावनाओं, संघर्षों, आकांक्षाओं और संस्कृति का चलचित्रात्मक दस्तावेज़। इसीलिए कहा जाता है कि फ़िल्म समाज का दर्पण है, और पत्रकारिता उस दर्पण का प्रतिबिंब। दोनों के बीच संबंध गहरे और जटिल हैं—पत्रकारिता फ़िल्मों को विषय, सामग्री और दिशा देती है, वहीं फ़िल्में पत्रकारिता को रचनात्मकता, कल्पनाशीलता और सामाजिक संवेदनशीलता प्रदान करती हैं। भारत में स्वतंत्रता संग्राम के दौर से ही फ़िल्में और पत्रकारिता एक-दूसरे के सहचर रहे हैं। पत्रकारों ने फ़िल्मों के माध्यम से सामाजिक चेतना को जगाया और फ़िल्मकारों ने पत्रकारिता से प्रेरणा लेकर जन-समस्याओं को पर्दे पर उतारा। उदाहरण के तौर पर 'मदर इंडिया', 'दो बीघा ज़मीन', 'नई दिल्ली टाइम्स', 'पेज 3', 'आरक्षण', 'चक दे इंडिया', या हाल की 'मर्द को दर्द नहीं होता' जैसी फ़िल्में समाज के विविध पहलुओं को दर्शाती हैं, जो अक्सर पत्रकारिता के विमर्शों से जुड़ी होती हैं। दोनों ही माध्यम जनता की आवाज़ बनकर सत्ता, व्यवस्था और नैतिकता के प्रश्नों पर प्रकाश डालते हैं।

संचार माध्यमों के विकास के साथ-साथ पत्रकारिता और फ़िल्मों का रिश्ता और भी गहरा होता गया। अख़बारों, रेडियो और टेलीविज़न की रिपोर्टिंग से लेकर डिजिटल न्यूज़ पोर्टलों और सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्मों तक, फ़िल्मों से जुड़ी ख़बरें और समीक्षाएँ जनसंचार का अभिन्न हिस्सा बन गई हैं। आज हर नई फ़िल्म की रिलीज़ से पहले प्रेस कॉन्फ़्रेंस, मीडिया इंटरव्यू और सोशल मीडिया प्रचार एक आवश्यक प्रक्रिया बन चुके हैं। इस प्रक्रिया ने पत्रकारिता को फ़िल्म संस्कृति का हिस्सा बना दिया है और फ़िल्मों को पत्रकारिता का स्थायी विषय।

2. सिनेमा पत्रकारिता का विकास

सिनेमा पत्रकारिता (Film Journalism) का आरंभ 20वीं सदी के प्रारंभ में भारत में फ़िल्म उद्योग के उद्भव के साथ हुआ। 1913 में जब दादा साहेब फाल्के ने पहली भारतीय फ़िल्म *राजा हरिश्चंद्र* बनाई, तब अखबारों और पत्रिकाओं ने उसे सिर्फ़ 'अद्भुत दृश्य प्रयोग' के रूप में देखा। लेकिन धीरे-धीरे सिनेमा ने लोगों के जीवन में महत्वपूर्ण स्थान बना लिया और पत्रकारिता को उसका विस्तार करना पड़ा। 1920 और 1930 के दशक में 'फ़िल्म इंडिया', 'बॉम्बे क्रॉनिकल', 'मूवी टाइम्स' जैसी पत्रिकाओं ने सिनेमा पत्रकारिता को एक नया आयाम दिया। स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद जब भारतीय सिनेमा सामाजिक और सांस्कृतिक बदलावों का माध्यम बना, तब पत्रकारिता ने उसे गंभीरता से लेना शुरू किया। फ़िल्म पत्रकारों ने न केवल फ़िल्मों की समीक्षा की, बल्कि सामाजिक प्रभावों, कलाकारों के संघर्ष, तकनीकी विकास और फ़िल्म उद्योग की नीतियों पर भी लेख लिखने शुरू किए। यह वह दौर था जब सिनेमा पत्रकारिता मनोरंजन से बढ़कर सामाजिक विमर्श का हिस्सा बनी।

1970 और 1980 के दशक में फ़िल्मी पत्रिकाओं का स्वर्ण युग आया—'स्टारडस्ट', 'सिनेब्लिट्ज़', 'फ़िल्मफ़ेयर', 'माधुरी', 'गुलशन' और 'मूवी' जैसी पत्रिकाएँ जनता के बीच लोकप्रिय हुईं। इनमें फ़िल्मों की समीक्षाएँ, सितारों के साक्षात्कार, गॉसिप, और उद्योग से जुड़ी खबरें प्रकाशित होती थीं। यह वह दौर था जब फ़िल्म पत्रकारिता ने एक स्वतंत्र पहचान बनाई। लेकिन यह भी सच है कि इस समय मनोरंजन पत्रकारिता का रुझान 'लैमर और गॉसिप' की दिशा में अधिक झुक गया, जिससे आलोचनात्मक और वैचारिक लेखन कुछ हद तक पीछे चला गया। डिजिटल युग के आगमन के बाद सिनेमा पत्रकारिता का चेहरा पूरी तरह बदल गया। अब समाचार पत्रों से लेकर ऑनलाइन पोर्टलों और यूट्यूब चैनलों तक, हर जगह फ़िल्मों पर समीक्षा, विश्लेषण और चर्चा होती है। पत्रकार अब केवल समीक्षक नहीं, बल्कि कंटेंट क्रिएटर और इन्फ्लुएंसर भी हैं। इंस्टाग्राम, ट्विटर (X), यूट्यूब और ब्लॉग्स ने सिनेमा पत्रकारिता को लोकतांत्रिक बना दिया है—जहाँ आम दर्शक भी अब समीक्षक की भूमिका निभाता है।



3. फ़िल्म समीक्षा की परंपरा और रूप

फ़िल्म समीक्षा (Film Review) सिनेमा पत्रकारिता का सबसे महत्वपूर्ण घटक है। समीक्षा का उद्देश्य किसी फ़िल्म का मूल्यांकन करना, उसके विषय, तकनीक, अभिनय, निर्देशन, संगीत, संपादन, छायांकन और संदेश का विश्लेषण करना होता है। यह दर्शकों को यह निर्णय लेने में मदद करती है कि कोई फ़िल्म देखने योग्य है या नहीं, और साथ ही फ़िल्मकारों को अपने कार्य की आलोचनात्मक दृष्टि से समझ विकसित करने का अवसर देती है। फ़िल्म समीक्षा दो रूपों में होती है—**लोकप्रिय समीक्षा** और **आलोचनात्मक समीक्षा**। लोकप्रिय समीक्षा आम दर्शकों के लिए होती है, जिसमें कहानी, अभिनय और मनोरंजन मूल्य पर अधिक ध्यान दिया जाता है। आलोचनात्मक समीक्षा का स्तर अधिक गहन और अकादमिक होता है, जिसमें फ़िल्म की संरचना, प्रतीकात्मकता, सामाजिक सन्देश और फ़िल्मी भाषा का विश्लेषण किया जाता है।

भारत में प्रसिद्ध फ़िल्म समीक्षकों जैसे—बिजय जयरामन, खालिद मोहम्मद, अनुपमा चोपड़ा, राजीव मसंद, सुभाष झा, शेखर नाययर, और बरखा दत्त आदि ने फ़िल्म समीक्षा को एक पेशेवर आयाम दिया। वहीं, डिजिटल दौर में 'फ़िल्म कंपैनियन', 'रेडिफ़ मूवीज़', 'द वायर', 'स्कॉल', 'फ़िल्मफेयर डिजिटल', और 'कोईमूवी' जैसे ऑनलाइन मंचों ने समीक्षा को नई दिशा दी। फ़िल्म समीक्षा का एक शैक्षणिक पक्ष भी है—विश्वविद्यालयों में मीडिया अध्ययन, फ़िल्म अध्ययन और जनसंचार में समीक्षा लेखन को एक अकादमिक अभ्यास के रूप में पढ़ाया जाता है। यह छात्रों को न केवल आलोचनात्मक सोच विकसित करने में मदद करता है, बल्कि उन्हें सिनेमा के सामाजिक और सांस्कृतिक आयामों को समझने की दृष्टि भी देता है। उदाहरण के लिए, फ़िल्म *आर्टिकल 15* पर की गई समीक्षाएँ न केवल इसके कथानक या अभिनय तक सीमित नहीं थीं, बल्कि जातिगत असमानता और सामाजिक न्याय जैसे गहन विषयों पर विमर्श का माध्यम बनीं। इस प्रकार, फ़िल्म समीक्षा समाज में संवाद, विचार और परिवर्तन का सेतु बन जाती है।

4. समकालीन फ़िल्म पत्रकारिता की प्रवृत्तियाँ

समकालीन युग में फ़िल्म पत्रकारिता ने डिजिटल मीडिया के कारण अनेक नए रूप धारण किए हैं। पहले जहाँ पत्रकार केवल समाचार पत्र या पत्रिका के लिए लिखते थे, अब वही पत्रकार वीडियो ब्लॉग, पॉडकास्ट, रील्स और लाइव इंटरव्यू के माध्यम से अपनी बात रखते हैं। तकनीक ने पत्रकारिता को अधिक इंटरैक्टिव और लोकतांत्रिक बना दिया है। आज की फ़िल्म पत्रकारिता में कुछ प्रमुख प्रवृत्तियाँ स्पष्ट रूप से देखी जा सकती हैं—

1. **डिजिटल समीक्षा और रेटिंग संस्कृति:** हर फ़िल्म रिलीज़ होते ही ऑनलाइन पोर्टल, यूट्यूब चैनल और सोशल मीडिया अकाउंट उसकी समीक्षा और रेटिंग प्रकाशित कर देते हैं। इससे दर्शकों का दृष्टिकोण तुरंत प्रभावित होता है।
2. **गॉसिप और पीआर पत्रकारिता:** आज अधिकांश मनोरंजन पोर्टल फ़िल्मी सितारों के निजी जीवन और सोशल मीडिया गतिविधियों को प्राथमिकता देते हैं, जिससे कभी-कभी पत्रकारिता की विश्वसनीयता पर प्रश्न उठता है।
3. **नारीवादी और सामाजिक दृष्टिकोण की पुनर्वापसी:** नई पीढ़ी के समीक्षक फ़िल्मों को केवल मनोरंजन की वस्तु नहीं मानते, बल्कि उसे सामाजिक न्याय, लैंगिक समानता, पर्यावरण और मानवाधिकारों से जोड़कर देखते हैं।
4. **ग्लोबलाइजेशन और क्रॉस-मीडिया कवरेज:** अब बॉलीवुड, हॉलीवुड, दक्षिण भारतीय सिनेमा और ओटीटी प्लेटफ़ॉर्मों का एक साझा वैश्विक मंच बन चुका है। पत्रकारों को एक साथ इन सभी क्षेत्रों की समझ रखनी होती है।
5. **AI और डेटा-आधारित विश्लेषण:** आधुनिक मीडिया संस्थान अब फ़िल्मों की लोकप्रियता, व्यावसायिक सफलता और दर्शक प्रतिक्रिया को मापने के लिए AI आधारित डेटा विश्लेषण का प्रयोग कर रहे हैं।

हालाँकि इन प्रवृत्तियों ने पत्रकारिता को नया रूप दिया है, परंतु इसके साथ कई चुनौतियाँ भी आई हैं—जैसे 'फ़ेक न्यूज़', 'पेड रिव्यू', और 'ट्रेंडिंग' संस्कृति का दबाव। इसलिए आज के पत्रकार के लिए नैतिकता, तथ्यों की पुष्टि और आलोचनात्मक दृष्टिकोण बनाए रखना और भी आवश्यक हो गया है।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

फ़िल्म और पत्रकारिता का संबंध केवल मनोरंजन या प्रचार का नहीं, बल्कि सामाजिक संवाद और सांस्कृतिक चिंतन का है। दोनों ही माध्यम समाज के बदलते मूल्यों, राजनीति, तकनीक और नैतिकता को प्रतिबिंबित करते हैं। यदि पत्रकारिता विचार का माध्यम है, तो फ़िल्म भावना का; और जब ये दोनों मिलते हैं, तो समाज में गहरी चेतना का संचार होता है। भविष्य में फ़िल्म पत्रकारिता का स्वरूप और भी तकनीकी और विश्लेषणात्मक होगा। आर्टिफ़िशियल इंटेलिजेंस, मशीन लर्निंग और वर्चुअल रियलिटी के आने से समीक्षा और पत्रकारिता के नए उपकरण विकसित होंगे। ओटीटी प्लेटफ़ॉर्मों ने पहले ही पारंपरिक सिनेमा की सीमाओं को तोड़ दिया है, जिससे पत्रकारों को भी नए कथ्य और आलोचनात्मक दृष्टि अपनानी होगी।

लेकिन इन सबके बीच यह याद रखना आवश्यक है कि पत्रकारिता की आत्मा सत्य, निष्पक्षता और समाजहित में निहित है। फ़िल्म पत्रकारिता को यदि केवल व्यापार या प्रचार का माध्यम बना दिया गया, तो उसका सार समाप्त हो जाएगा। इसलिए आवश्यक है कि सिनेमा पत्रकारिता समाज के प्रति उत्तरदायी बने—ऐसी पत्रकारिता जो केवल 'स्टार' नहीं बल्कि 'विचार' पर ध्यान दे। फ़िल्मों की आलोचना, सराहना और विवेचना तभी सार्थक होगी जब वह दर्शकों को सोचने, समझने और संवेदनशील बनने के लिए प्रेरित करे। पत्रकार और फ़िल्मकार दोनों ही समाज के कहानीकार हैं—एक शब्दों से कहता है, दूसरा चित्रों से। इन दोनों के मिलन से ही वह समृद्ध सांस्कृतिक संवाद संभव है जो लोकतंत्र की आत्मा को जीवित रखता है।

इकाई 4.4: ऑनलाइन पत्रकारिता

4.4.1 ऑनलाइन पत्रकारिता और ब्लॉगिंग

जनसंचार
माध्यम और
तकनीकी
पहलू



ऑनलाइन पत्रकारिता, जिसे ई-पत्रकारिता या वेब जर्नलिज़्म भी कहा जाता है, सूचना और समाचार के वितरण में डिजिटल तकनीकों के उपयोग को संदर्भित करता है। पारंपरिक समाचार पत्रों और रेडियो या टेलीविजन समाचार से अलग, ऑनलाइन पत्रकारिता इंटरनेट प्लेटफॉर्म के माध्यम से समाचार और सूचनाओं को तुरंत और व्यापक रूप से पहुंचाने का माध्यम है। इसमें समाचार लेख, वीडियो रिपोर्ट, पॉडकास्ट और इन्फोग्राफिक्स शामिल होते हैं। डिजिटल मीडिया की यह विधा समाचार को अधिक गतिशील, इंटरैक्टिव और समयोचित बनाती है। उदाहरण के लिए, न्यूज वेबसाइटें जैसे कि द हिंदू, द टाइम्स ऑफ़ इंडिया, और अन्य समाचार पोर्टल ऑनलाइन पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रमुख योगदान दे रहे हैं। ई-पत्रकारिता ने पारंपरिक पत्रकारिता के कई पहलुओं को बदल दिया है। अब पाठक किसी भी समय, कहीं से भी समाचार पढ़ सकते हैं। यह सुविधा न केवल सूचना की पहुंच बढ़ाती है बल्कि समाचार के प्रसारण की गति को भी अत्यधिक बढ़ाती है। ऑनलाइन पत्रकारिता में सामाजिक मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे ट्विटर, फेसबुक और इंस्टाग्राम का उपयोग खबरों के प्रचार और लाइव कवरेज के लिए महत्वपूर्ण हो गया है। इसके अलावा, डिजिटल पत्रकारिता पाठकों को प्रतिक्रिया देने और संवाद करने का अवसर भी देती है।

वेब जर्नलिज़्म में तकनीकी कौशल की आवश्यकता होती है। पत्रकारों को न केवल लेखन और संपादन में दक्ष होना चाहिए, बल्कि उन्हें SEO (Search Engine Optimization), डिजिटल सुरक्षा, डेटा पत्रकारिता और मल्टीमीडिया टूल्स की जानकारी भी होनी चाहिए। उदाहरण के लिए, डेटा पत्रकारिता में आंकड़ों और चार्ट्स के माध्यम से समाचार को अधिक विश्वसनीय और आकर्षक बनाया जाता है। ई-पत्रकारिता की सबसे बड़ी विशेषता इसकी अंतरराष्ट्रीय पहुंच है। अब एक समाचार केवल स्थानीय स्तर तक सीमित नहीं रह जाता; यह पूरी दुनिया के पाठकों तक पहुंच सकता है। इस वैश्विक स्तर की पहुंच के कारण पत्रकारों को अपनी रिपोर्टिंग में तथ्यों की सत्यता और निष्पक्षता का विशेष ध्यान रखना पड़ता है।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

हालांकि, ऑनलाइन पत्रकारिता में चुनौतियाँ भी हैं। झूठी खबरों (फेक न्यूज) का प्रसार, हाइपरलिंक का गलत उपयोग, और संवेदनशील डेटा की सुरक्षा जैसी समस्याएँ इस क्षेत्र में आम हैं। इसलिए डिजिटल पत्रकारिता में पत्रकारों की नैतिक जिम्मेदारी और पेशेवर कौशल अत्यंत महत्वपूर्ण हो गया है।



चित्र 4.3: ऑनलाइन पत्रकारिता के स्वरूप

ब्लॉगिंग (नागरिक पत्रकारिता)

ब्लॉगिंग वह माध्यम है जिसमें व्यक्तियों और संगठनों के द्वारा अपने विचार, अनुभव और समाचार इंटरनेट पर प्रकाशित किए जाते हैं। ब्लॉगिंग नागरिक पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन चुका है। नागरिक पत्रकारिता का तात्पर्य ऐसे लोगों से है जो पेशेवर पत्रकार नहीं हैं लेकिन समाचार, घटनाओं और सामाजिक मुद्दों पर जानकारी साझा करते हैं। ब्लॉगिंग ने पत्रकारिता को लोकतांत्रिक रूप दिया है। अब केवल संपादक या मीडिया संस्थान ही खबर नहीं बना सकते, बल्कि आम नागरिक भी अपनी आवाज़ को विश्व स्तर पर पहुँचाने में सक्षम हैं। ब्लॉग्स विभिन्न रूपों में आते हैं, जैसे व्यक्तिगत अनुभव ब्लॉग, सामाजिक मुद्दों पर ब्लॉग, राजनीतिक विश्लेषण ब्लॉग, और तकनीकी या शैक्षिक ब्लॉग। नागरिक पत्रकारिता की विशेषता इसकी वास्तविक समय में रिपोर्टिंग है। उदाहरण के लिए, किसी प्राकृतिक आपदा या विरोध प्रदर्शन के दौरान लोग मोबाइल फोन और सोशल मीडिया के माध्यम से घटनाओं की जानकारी साझा

करते हैं। यह पारंपरिक समाचार माध्यमों की तुलना में तेज और प्रभावशाली हो जाता है। ब्लॉगिंग का एक और महत्वपूर्ण पहलू है इसकी बहस और संवाद की क्षमता। पाठक न केवल सामग्री पढ़ते हैं, बल्कि टिप्पणियाँ देकर संवाद में भाग ले सकते हैं। यह पारंपरिक पत्रकारिता में सीमित प्रतिक्रिया प्रणाली की तुलना में अधिक लोकतांत्रिक और सहभागी प्रक्रिया है। हालांकि, ब्लॉगिंग में सटीकता और तथ्य-जाँच की चुनौती बनी रहती है। नागरिक पत्रकारों के लिए अपनी सामग्री की विश्वसनीयता सुनिश्चित करना आवश्यक है। कई बार गलत या आधी जानकारी के कारण अफवाहें फैल सकती हैं। इसके लिए तकनीकी ज्ञान, संदर्भों की जांच और डिजिटल सुरक्षा की समझ आवश्यक है।

ऑनलाइन पत्रकारिता और ब्लॉगिंग में तकनीकी पहलू

ऑनलाइन पत्रकारिता और ब्लॉगिंग दोनों में तकनीकी पहलुओं की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है। ई-पत्रकारिता में पत्रकारों को विभिन्न डिजिटल टूल्स जैसे कंटेंट मैनेजमेंट सिस्टम (CMS), SEO तकनीक, डेटा विज़ुअलाइजेशन और सोशल मीडिया इंटीग्रेशन का ज्ञान होना आवश्यक है। इसी तरह, ब्लॉगिंग में HTML, CSS, वेब होस्टिंग, और डिजिटल मार्केटिंग के बेसिक ज्ञान से ब्लॉग की पहुँच और प्रभाव बढ़ाया जा सकता है। इसके अलावा, मोबाइल और स्मार्टफोन तकनीक ने दोनों ही माध्यमों में तेजी लाने में मदद की है। आज कोई भी व्यक्ति स्मार्टफोन का उपयोग करके लाइव कवरेज, फोटो या वीडियो अपलोड कर सकता है। इससे सूचना का प्रसार वास्तविक समय में संभव हुआ है। तकनीकी पहलुओं के साथ-साथ सुरक्षा भी महत्वपूर्ण है। ऑनलाइन पत्रकारिता और ब्लॉगिंग में डेटा की सुरक्षा, पासवर्ड प्रोटेक्शन, और साइबर हमलों से बचाव जैसे उपायों की आवश्यकता होती है। ये पहलू डिजिटल पत्रकारिता और ब्लॉगिंग को सुरक्षित और विश्वसनीय बनाते हैं।

ऑनलाइन पत्रकारिता और ब्लॉगिंग का सामाजिक प्रभाव

ऑनलाइन पत्रकारिता और ब्लॉगिंग ने समाज पर गहरा प्रभाव डाला है। पहले जहाँ समाचार केवल परंपरागत मीडिया तक सीमित था, अब नागरिक पत्रकारिता और डिजिटल प्लेटफॉर्म के माध्यम से हर व्यक्ति को आवाज़ मिल रही है। यह लोकतंत्र और जनसंचार को सशक्त बनाता है।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

इसके माध्यम से सामाजिक मुद्दों, भ्रष्टाचार, मानवाधिकार, पर्यावरण और शिक्षा जैसे विषयों पर जागरूकता फैलती है। उदाहरण के लिए, कई ब्लॉग और ऑनलाइन रिपोर्टों ने भ्रष्टाचार के मामलों को उजागर किया और सामाजिक आंदोलन को गति दी। सोशल मीडिया और ब्लॉग्स की वजह से जनता और सरकार के बीच संवाद अधिक सक्रिय और पारदर्शी हुआ है। ऑनलाइन पत्रकारिता और ब्लॉगिंग ने वैश्विक संस्कृति और वैश्विक मुद्दों की जानकारी भी अधिक पहुंच योग्य बना दी है। अब किसी भी देश में हुई घटना का विवरण पूरी दुनिया में तत्काल पहुँच सकता है। इसके परिणामस्वरूप वैश्विक दृष्टिकोण और सामाजिक समझ विकसित होती है।

चुनौतियाँ और भविष्य की दिशा

ऑनलाइन पत्रकारिता और ब्लॉगिंग के क्षेत्र में कई चुनौतियाँ हैं। झूठी खबरें, डिजिटल स्पैम, साइबर अपराध, और गोपनीयता की सुरक्षा जैसी समस्याएँ लगातार सामने आती रहती हैं। इसके अलावा, आर्थिक मॉडल की समस्या भी है; जैसे विज्ञापन पर निर्भरता, सशुल्क सदस्यता और वित्तीय स्थिरता। भविष्य की दिशा में यह अनुमान लगाया जा सकता है कि डिजिटल पत्रकारिता और ब्लॉगिंग और अधिक तकनीकी, इंटरैक्टिव और बहु-माध्यमिक हो जाएगी। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) और मशीन लर्निंग का उपयोग समाचार रिपोर्टिंग, तथ्य-जाँच और पाठक विश्लेषण में बढ़ेगा। नवीन तकनीकें जैसे वर्चुअल रियलिटी (VR), ऑगमेंटेड रियलिटी (AR), और पॉडकास्टिंग डिजिटल मीडिया को और अधिक आकर्षक और संवादात्मक बनाएंगी। इसी तरह, नागरिक पत्रकारिता भी विकसित होगी, जहाँ हर व्यक्ति समाज में हो रही घटनाओं की रिपोर्टिंग में सक्रिय भूमिका निभा सकेगा। ऑनलाइन पत्रकारिता और ब्लॉगिंग का भविष्य पारदर्शिता, सटीकता और लोकतांत्रिक संवाद की दिशा में ही अधिक प्रभावशाली होगा। डिजिटल दुनिया में सूचना का तेज़, व्यापक और भरोसेमंद प्रवाह सुनिश्चित करने के लिए तकनीकी और नैतिक कौशल की आवश्यकता अत्यंत महत्वपूर्ण होगी।

इकाई 4.5: सोशल मीडिया पत्रकारिता

4.5.1 सोशल मीडिया पत्रकारिता: एक परिचय

21वीं सदी में सूचना और संचार तकनीक के विकास ने पत्रकारिता के स्वरूप को पूरी तरह बदल दिया है। पारंपरिक प्रिंट मीडिया, रेडियो और टेलीविज़न की सीमाओं से परे जाकर अब सोशल मीडिया ने पत्रकारिता के नए युग की शुरुआत की है। सोशल मीडिया पत्रकारिता को डिजिटल क्रांति की देन कहा जा सकता है, जहाँ समाचार केवल पेशेवर पत्रकारों तक सीमित नहीं रहे, बल्कि हर वह व्यक्ति जो इंटरनेट से जुड़ा है, वह 'सिटिजन जर्नलिस्ट' (Citizen Journalist) बन गया है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे ट्विटर (अब X), फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब और व्हाट्सएप न केवल समाचार के प्रसार का माध्यम बने हैं बल्कि जनमत निर्माण, सामाजिक आंदोलनों और राजनीतिक विमर्श के भी प्रमुख मंच बन चुके हैं। इस पत्रकारिता का सबसे बड़ा गुण इसकी तत्परता और व्यापकता है—जहाँ घटनाएँ घटित होते ही लोगों तक पहुँच जाती हैं। सोशल मीडिया पत्रकारिता का स्वरूप सहभागितापूर्ण (Participatory) और बहुआयामी (Multidimensional) है। पारंपरिक पत्रकारिता में समाचार संस्थान सूचना के नियंत्रक हुआ करते थे, जबकि अब सोशल मीडिया ने सूचना के लोकतंत्रीकरण की प्रक्रिया को तेज कर दिया है। अब कोई भी व्यक्ति घटनाओं का वीडियो बना सकता है, ट्वीट कर सकता है, लाइव रिपोर्टिंग कर सकता है और जनमत को प्रभावित कर सकता है। यह नया युग पत्रकारिता को जनसुलभ और पारदर्शी बनाने की दिशा में एक क्रांतिकारी कदम साबित हुआ है।

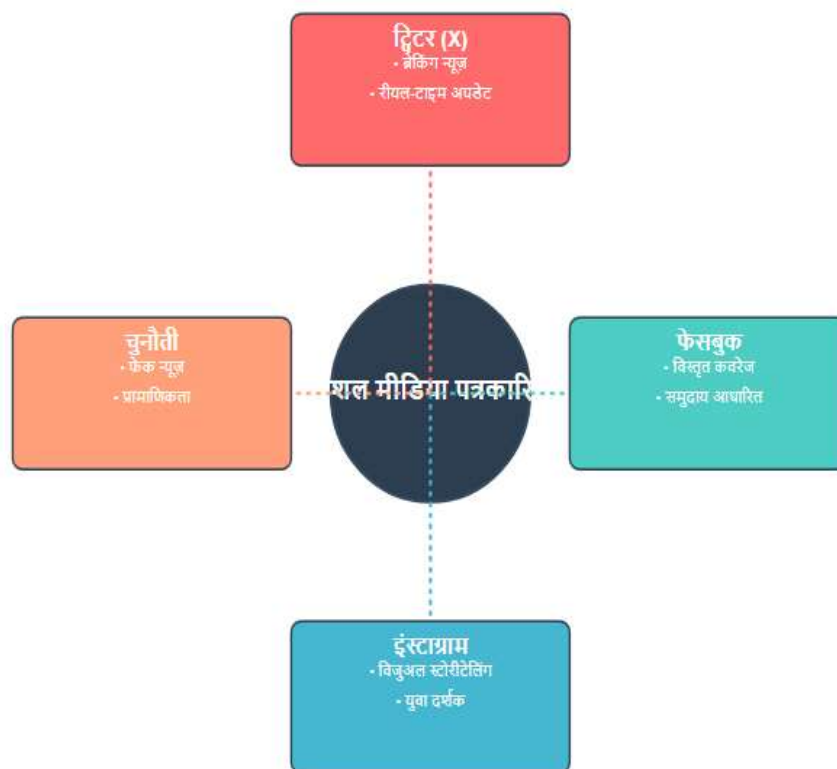
ट्विटर पत्रकारिता: गति और प्रभाव का माध्यम

ट्विटर, जिसे अब "X" कहा जाता है, आधुनिक पत्रकारिता के लिए सबसे गतिशील मंचों में से एक है। इसकी 280 अक्षरों की सीमा ने अभिव्यक्ति को संक्षिप्त, तीव्र और प्रभावी बनाया है। ट्विटर पत्रकारिता का मूल आधार रियल-टाइम अपडेट्स हैं, जहाँ घटनाएँ सेकंडों में विश्वभर में प्रसारित हो जाती हैं। समाचार एजेंसियाँ, संपादक, राजनेता, और आम नागरिक—सभी ट्विटर के माध्यम से सीधे संवाद कर सकते हैं।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

भारत में ट्विटर पत्रकारिता ने कई महत्वपूर्ण घटनाओं के दौरान अपनी शक्ति दिखाई है—चाहे वह निर्भया आंदोलन हो, कोरोना महामारी की सूचनाएँ हों या फिर किसान आंदोलन। ट्विटर ने इन घटनाओं में सूचनाओं के प्रसार के साथ-साथ जनता की आवाज़ को भी सरकारी नीतियों तक पहुँचाया। इसके अतिरिक्त, ट्विटर पर हैशटैग संस्कृति (#) ने सामाजिक विमर्श को दिशा देने का कार्य किया है। जैसे—#MeToo, #BlackLivesMatter, #FarmersProtest इत्यादि ने सामाजिक और राजनीतिक मुद्दों पर वैश्विक स्तर पर संवाद उत्पन्न किया।



चित्र 4.4: सोशल मीडिया पत्रकारिता के प्लेटफॉर्म

हालाँकि, ट्विटर पत्रकारिता की सबसे बड़ी चुनौती इसकी अति-गतिशीलता है। खबरें इतनी तेजी से फैलती हैं कि उनके सत्यापन (Verification) की प्रक्रिया अक्सर पीछे रह जाती है। इस कारण गलत सूचनाएँ, अफवाहें या अपूर्ण तथ्यों पर आधारित समाचार भी वायरल हो जाते हैं। फिर भी, ट्विटर ने पत्रकारिता को गति, संवाद और बहस की नई ऊर्जा दी है।

फेसबुक पत्रकारिता: समुदाय, पहचान और जनमत

फेसबुक पत्रकारिता का केंद्र समुदाय आधारित संवाद है। जहाँ ट्विटर अधिक तात्कालिक सूचना का माध्यम है, वहीं फेसबुक विस्तृत रिपोर्टिंग और विश्लेषण का मंच प्रदान करता है। समाचार संस्थान अब अपने आधिकारिक पेजों के माध्यम से लाइव कवरेज, वीडियो रिपोर्ट और जनसंपर्क अभियान चलाते हैं। फेसबुक ने पत्रकारिता को जनसहभागिता का नया रूप दिया है। अब समाचार पर प्रतिक्रिया (Like, Comment, Share) देना केवल राय व्यक्त करना नहीं रहा, बल्कि यह पत्रकारिता की दिशा तय करने का माध्यम बन गया है। उदाहरण के लिए, किसी सामाजिक अन्याय पर फेसबुक पोस्ट वायरल होने से उस पर सरकारी कार्रवाई तक होती है। इसके अतिरिक्त, फेसबुक ने स्थानीय पत्रकारिता (Hyperlocal Journalism) को भी मज़बूत किया है। छोटे कस्बों और गाँवों की खबरें जो पहले बड़े मीडिया घरानों तक नहीं पहुँच पाती थीं, अब फेसबुक पेजों और समूहों के माध्यम से प्रसारित होती हैं। लेकिन फेसबुक पत्रकारिता की एक गंभीर समस्या एल्गोरिदम आधारित सूचना वितरण है। प्लेटफॉर्म का उद्देश्य 'एंगेजमेंट' बढ़ाना है, न कि सत्यता। इससे 'इको चेंबर इफेक्ट' (Echo Chamber Effect) पैदा होता है—जहाँ उपयोगकर्ता केवल उन्हीं सूचनाओं से रूबरू होता है जो उसके विचारों से मेल खाती हैं। यह स्थिति समाज में विचारधारात्मक ध्रुवीकरण को बढ़ाती है।

इंस्टाग्राम पत्रकारिता: दृश्य कथा का नया माध्यम

इंस्टाग्राम पत्रकारिता दृश्य-प्रधान (Visual-centric) पत्रकारिता का रूप है, जहाँ छवियाँ, वीडियो, स्टोरीज़ और रील्स के माध्यम से समाचार संप्रेषित होते हैं। आज के युवाओं की सूचना ग्रहण करने की शैली बदल गई है—वे लंबे लेखों की तुलना में दृश्य और संक्षिप्त सामग्री को अधिक पसंद करते हैं। इसने पत्रकारिता में "विजुअल स्टोरीटेलिंग" (Visual Storytelling) की प्रवृत्ति को बढ़ावा दिया है। इंस्टाग्राम के माध्यम से न्यूज़ एजेंसियाँ और स्वतंत्र पत्रकार फोटो-रिपोर्टिंग, इन्फोग्राफिक्स, और छोटे वीडियो क्लिप के माध्यम से जटिल समाचारों को सरल और आकर्षक रूप में प्रस्तुत करते हैं। उदाहरण के लिए, पर्यावरण संकट, महिला अधिकार, या चुनावी



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

विश्लेषण जैसे विषयों पर रचनात्मक तरीके से जागरूकता फैलाना इंस्टाग्राम पत्रकारिता की विशेषता है। इसके साथ-साथ, इंस्टाग्राम ने 'इन्फ्लुएंसर जर्नलिज्म' (Influencer Journalism) को जन्म दिया है, जहाँ सोशल मीडिया हस्तियाँ अपने अनुयायियों को सामाजिक और राजनीतिक मुद्दों पर शिक्षित करती हैं। हालांकि, इसमें भी निष्पक्षता की चुनौती मौजूद है क्योंकि कई बार ये इन्फ्लुएंसर ब्रांड प्रचार या राजनीतिक विचारधाराओं से प्रभावित होते हैं। फिर भी, इंस्टाग्राम पत्रकारिता ने दृश्य प्रभाव और भावनात्मक जुड़ाव के माध्यम से पत्रकारिता को अधिक मानवीय बनाया है।

4.5.2 चुनौतियाँ: फेक न्यूज और प्रामाणिकता का संकट

सोशल मीडिया पत्रकारिता जितनी सशक्त प्रतीत होती है, उतनी ही जटिल और चुनौतीपूर्ण भी है। सबसे बड़ी चुनौती है—**फेक न्यूज** (Fake News) यानी झूठी या भ्रामक सूचना का प्रसार। सोशल मीडिया पर कोई भी व्यक्ति बिना किसी संपादकीय जाँच के कुछ भी प्रकाशित कर सकता है। इसने सूचना की प्रामाणिकता पर गंभीर प्रश्न खड़े कर दिए हैं। फेक न्यूज कई रूपों में सामने आती है—राजनीतिक प्रचार, सांप्रदायिक विद्वेष, अफवाह, या व्यावसायिक लाभ के लिए झूठे दावे। 2016 के अमेरिकी राष्ट्रपति चुनाव, 2020 के कोरोना वायरस संकट और भारत के विभिन्न सामाजिक-राजनीतिक आंदोलनों में फेक न्यूज के कई उदाहरण देखने को मिले हैं। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों के एल्गोरिदम ऐसी सामग्रियों को प्राथमिकता देते हैं जो अधिक प्रतिक्रियाएँ उत्पन्न करें, चाहे वे सत्य हों या नहीं। इससे सनसनीखेज़ (Sensational) और भावनात्मक रूप से भड़काने वाली खबरें तेज़ी से फैलती हैं। परिणामस्वरूप, जनता में भ्रम, अविश्वास और ध्रुवीकरण बढ़ता है। पत्रकारिता की आत्मा सत्य और निष्पक्षता में निहित है, लेकिन सोशल मीडिया के दौर में यह सिद्धांत कमजोर होता जा रहा है। कई बार पारंपरिक मीडिया संस्थान भी सोशल मीडिया पर वायरल सामग्री को बिना सत्यापन के प्रसारित कर देते हैं, जिससे उनकी विश्वसनीयता प्रभावित होती है।

दूसरी बड़ी चुनौती है **प्रामाणिकता (Authenticity)**। सोशल मीडिया पत्रकारिता में स्रोतों की पहचान, फोटो या वीडियो की वास्तविकता, और संदर्भ का निर्धारण कठिन

हो जाता है। डीपफेक (Deepfake) तकनीक ने तो दृश्य सामग्री की विश्वसनीयता पर ही प्रश्नचिह्न लगा दिया है। अब कोई भी व्यक्ति कृत्रिम बुद्धिमत्ता की मदद से किसी भी व्यक्ति की आवाज़ या चेहरा जोड़कर झूठी सामग्री बना सकता है।

जनसंचार
माध्यम और
तकनीकी पहलू



इन परिस्थितियों में मीडिया साक्षरता (Media Literacy) अत्यंत आवश्यक हो गई है। जनता को यह सिखाना होगा कि वह खबरों को कैसे परखे, स्रोतों की जांच कैसे करे, और अफवाहों से कैसे बचे। पत्रकारों के लिए भी आवश्यक है कि वे डिजिटल सत्यापन उपकरणों (जैसे Google Reverse Image Search, Fact-Checking Tools) का उपयोग करें। सोशल मीडिया पत्रकारिता ने सूचना जगत को लोकतांत्रिक, सशक्त और संवादात्मक बनाया है। लेकिन साथ ही, इसने पत्रकारिता के मूल्यों—सत्य, निष्पक्षता, और जिम्मेदारी—के सामने नई चुनौतियाँ रखी हैं। फेक न्यूज, ट्रोल संस्कृति, और ध्रुवीकृत जनमत जैसे मुद्दे पत्रकारिता की नैतिकता पर गहरा प्रभाव डाल रहे हैं। भविष्य में सोशल मीडिया पत्रकारिता की सफलता इस पर निर्भर करेगी कि वह किस हद तक **टेक्नोलॉजी और नैतिकता के संतुलन** को बनाए रख पाती है। पारंपरिक मीडिया और डिजिटल पत्रकारिता के बीच सहयोग, पारदर्शी एल्गोरिदम, और कठोर फैक्ट-चेकिंग नीति आवश्यक हैं। अंततः, पत्रकारिता का उद्देश्य केवल सूचना देना नहीं, बल्कि सत्य और समाज के प्रति उत्तरदायित्व निभाना है। सोशल मीडिया को इस दिशा में एक उपकरण के रूप में उपयोग करना चाहिए—जो समाज को जोड़ने का कार्य करे, न कि बाँटने का।



इकाई 4.6: मोबाइल पत्रकारिता (MOJO)

4.6.1 मोबाइल पत्रकारिता (MOJO)

मोबाइल पत्रकारिता, जिसे सामान्यतः MOJO (Mobile Journalism) कहा जाता है, डिजिटल पत्रकारिता का एक उभरता हुआ क्षेत्र है। यह पत्रकारिता का वह रूप है जिसमें समाचार, रिपोर्टिंग और मीडिया सामग्री को तैयार, रिकॉर्ड और प्रकाशित करने के लिए मोबाइल डिवाइस का उपयोग किया जाता है। स्मार्टफोन, टैबलेट, और मोबाइल एप्लिकेशन पत्रकारों के लिए पत्रकारिता की प्रक्रिया को अधिक तेज, सहज और रीयल-टाइम बनाने में सहायक हैं। पारंपरिक पत्रकारिता, जो अक्सर भारी उपकरण, स्टूडियो और संपादन सॉफ्टवेयर पर निर्भर होती थी, उसके मुकाबले मोबाइल पत्रकारिता कहीं अधिक लचीली और गतिशील है। मोबाइल पत्रकारिता की तकनीक मुख्य रूप से तीन चरणों में विभाजित की जा सकती है: **संग्रहण, संपादन, और प्रकाशन**। संग्रहण चरण में पत्रकार मोबाइल कैमरे या रिकॉर्डिंग एप्लिकेशन के माध्यम से समाचार घटनाओं की तस्वीरें, वीडियो और ऑडियो रिकॉर्ड करता है। इसके बाद संपादन चरण में, मोबाइल ऐप्स जैसे कि Kinemaster, Adobe Premiere Rush या InShot का उपयोग करके वीडियो क्लिप्स को काट-छांट कर, आवश्यक टेक्स्ट और ग्राफिक्स जोड़कर तैयार किया जाता है। अंतिम चरण प्रकाशन का है, जिसमें पत्रकार सामग्री को सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म, समाचार वेबसाइट या मोबाइल न्यूज़ ऐप्स पर साझा करता है।

MOJO पत्रकारिता के कई लाभ हैं। सबसे प्रमुख लाभ इसकी **रीयल-टाइम रिपोर्टिंग क्षमता** है। पत्रकार अब घटनास्थल पर पहुंच कर सीधे लाइव अपडेट, वीडियो या फोटो साझा कर सकते हैं। इससे समाचार की विश्वसनीयता और प्रभावशीलता बढ़ती है। इसके अलावा, मोबाइल पत्रकारिता **लागत-कुशल** भी है, क्योंकि भारी कैमरा उपकरण और स्टूडियो की आवश्यकता नहीं रहती। पत्रकारिता का यह तरीका विशेष रूप से आपदा रिपोर्टिंग, राजनीतिक विरोध, खेल कवरेज और स्थानीय खबरों के लिए उपयुक्त है।

साथ ही, तेज़ इंटरनेट या 4G/5G नेटवर्क मोबाइल पत्रकारिता को प्रभावी बनाता है। मोबाइल पत्रकारिता केवल तकनीक तक सीमित नहीं है, बल्कि इसमें पत्रकारिता के नैतिक और पेशेवर पहलू भी महत्वपूर्ण हैं। पत्रकारों को तथ्य सत्यापन, निष्पक्ष रिपोर्टिंग और स्रोतों की गोपनीयता जैसे मानकों का पालन करना अनिवार्य होता है। भविष्य में मोबाइल पत्रकारिता की भूमिका और बढ़ने की संभावना है। बढ़ती डिजिटल मीडिया खपत, सोशल मीडिया की लोकप्रियता, और स्मार्टफोन तकनीक में निरंतर सुधार MOJO पत्रकारिता को पारंपरिक मीडिया के मुकाबले अधिक प्रासंगिक और प्रभावशाली बनाते हैं।

MOJO पत्रकारिता का विकास और इतिहास

मोबाइल पत्रकारिता का उदय डिजिटल पत्रकारिता और स्मार्टफोन टेक्नोलॉजी के साथ हुआ। 2000 के दशक की शुरुआत में डिजिटल कैमरा और मोबाइल इंटरनेट की वृद्धि ने पत्रकारिता की दुनिया में क्रांतिकारी बदलाव लाए। प्रारंभ में मोबाइल पत्रकारिता केवल फोटो और टेक्स्ट रिपोर्टिंग तक सीमित थी, लेकिन जैसे-जैसे स्मार्टफोन की क्षमताएं बढ़ीं, मोबाइल वीडियो और लाइव स्ट्रीमिंग MOJO का हिस्सा बन गए। MOJO पत्रकारिता का सबसे बड़ा विकास तब हुआ जब पत्रकारों ने **सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म** जैसे ट्विटर, फेसबुक, और इंस्टाग्राम को रिपोर्टिंग के लिए अपनाना शुरू किया। इसने पत्रकारों को घटनाओं को तुरंत साझा करने और व्यापक दर्शकों तक पहुंचने का अवसर दिया। 2010 के दशक में, लाइव स्ट्रीमिंग एप्स जैसे Facebook Live, Periscope, और YouTube Live ने मोबाइल पत्रकारिता को और अधिक प्रभावी बनाया। पत्रकार अब सीधे घटनास्थल से लाइव वीडियो अपडेट दे सकते हैं, जिससे समाचार का अनुभव दर्शकों के लिए वास्तविक और तात्कालिक हो जाता है। मोबाइल पत्रकारिता का विकास केवल तकनीकी प्रगति तक सीमित नहीं रहा, बल्कि पत्रकारिता के **पेशेवर और शैक्षणिक क्षेत्र** में भी इसका योगदान रहा। पत्रकारिता संस्थानों ने MOJO प्रशिक्षण पाठ्यक्रमों को शामिल किया, जिससे युवा पत्रकार मोबाइल उपकरणों और एप्लिकेशन का प्रयोग कर समाचार तैयार करना सीख सकें। विभिन्न अंतरराष्ट्रीय मीडिया हाउसेस ने MOJO टीमों का गठन किया, जो विशेष रूप से मोबाइल तकनीक के माध्यम से रिपोर्टिंग करती हैं।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

इतिहास में, MOJO पत्रकारिता ने आपदा रिपोर्टिंग और युद्ध क्षेत्रों में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। उदाहरण के लिए, भूकंप, बाढ़ या राजनीतिक संघर्ष क्षेत्रों में मोबाइल पत्रकार तुरंत दृश्य और जानकारी साझा कर सकते हैं, जबकि पारंपरिक पत्रकारिता उपकरणों और संसाधनों के कारण धीमी हो सकती है। इस प्रकार, MOJO पत्रकारिता ने सूचना और समय की दूरी को कम कर दिया।

मोबाइल पत्रकारिता की तकनीकी आवश्यकताएँ

मोबाइल पत्रकारिता की सफलता मुख्य रूप से तकनीकी उपकरणों और संसाधनों पर निर्भर करती है। सबसे पहले, **स्मार्टफोन या टैबलेट** उच्च गुणवत्ता वाले कैमरा, माइक्रोफोन और स्थिरता विकल्पों के साथ आवश्यक हैं। एक अच्छा कैमरा केवल उच्च रिज़ॉल्यूशन तस्वीरें लेने में ही सक्षम नहीं होता, बल्कि वीडियो की स्थिरता और रंग-संतुलन में भी मदद करता है। इसके अलावा, **एक्सटर्नल माइक्रोफोन और ट्राइपॉड** जैसे उपकरण मोबाइल पत्रकारिता की गुणवत्ता को बढ़ाते हैं। सॉफ्टवेयर और मोबाइल एप्लिकेशन भी MOJO का महत्वपूर्ण हिस्सा हैं। वीडियो और फोटो संपादन के लिए Kinemaster, Adobe Premiere Rush, LumaFusion और InShot जैसे ऐप्स का प्रयोग किया जाता है। पत्रकार लाइव स्ट्रीमिंग के लिए OBS, StreamYard या YouTube Live का उपयोग कर सकते हैं। इसके अलावा, **क्लाउड स्टोरेज और डेटा बैकअप** पत्रकारिता में सुरक्षा और सामग्री संरक्षण के लिए आवश्यक हैं।

मोबाइल पत्रकारिता में **डेटा कनेक्टिविटी और इंटरनेट की गति** भी महत्वपूर्ण है। तेज़ और विश्वसनीय नेटवर्क पत्रकारों को लाइव रिपोर्टिंग, वीडियो अपलोड और सोशल मीडिया इंटरैक्शन में सक्षम बनाता है। इसके साथ ही, **साइबर सुरक्षा** और डेटा गोपनीयता MOJO पत्रकारिता में ध्यान देने योग्य पहलू हैं। पत्रकारों को संवेदनशील जानकारी और स्रोतों की पहचान को सुरक्षित रखना आवश्यक होता है। तकनीकी आवश्यकताओं में **समय प्रबंधन और सामग्री वितरण प्रणाली** भी शामिल हैं। पत्रकार मोबाइल उपकरण का उपयोग करके सामग्री को त्वरित रूप से संपादित और प्रकाशित कर सकते हैं। एप्लिकेशन के माध्यम से प्रेस नोटिफिकेशन, सोशल मीडिया पोस्ट और वेबसाइट अपडेट एकीकृत रूप से प्रबंधित किए जा सकते हैं।

मोबाइल पत्रकारिता के लाभ और चुनौतियाँ

मोबाइल पत्रकारिता के कई लाभ हैं। सबसे प्रमुख लाभ है **रीयल-टाइम रिपोर्टिंग**, जो दर्शकों को घटनास्थल से तात्कालिक जानकारी देती है। इसके अलावा, MOJO पत्रकारिता **लागत-कुशल, लचीली और सुलभ** है। पत्रकार किसी भी जगह से रिपोर्टिंग कर सकते हैं, जिससे ग्रामीण या आपदा प्रभावित क्षेत्रों की खबरें भी आसानी से साझा की जा सकती हैं। MOJO पत्रकारिता का एक और लाभ है **सोशल मीडिया इंटीग्रेशन**। पत्रकार सीधे ट्विटर, फेसबुक और इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफॉर्म पर सामग्री साझा कर सकते हैं, जिससे खबरें व्यापक दर्शकों तक पहुंचती हैं। मोबाइल उपकरण और एप्लिकेशन के माध्यम से फोटो, वीडियो और टेक्स्ट सामग्री को एक ही समय में तैयार और प्रकाशित किया जा सकता है।

हालांकि, मोबाइल पत्रकारिता में चुनौतियाँ भी हैं। सबसे बड़ी चुनौती है **सामग्री की विश्वसनीयता और गुणवत्ता**। मोबाइल उपकरणों की सीमाएँ, जैसे कैमरा की सीमित क्षमता, बैटरी जीवन और डेटा कनेक्टिविटी, कभी-कभी रिपोर्टिंग को प्रभावित कर सकती हैं। इसके अलावा, **साइबर सुरक्षा और गोपनीयता** एक महत्वपूर्ण मुद्दा है। संवेदनशील समाचार स्रोतों की सुरक्षा सुनिश्चित करना आवश्यक है। MOJO पत्रकारिता में **नैतिक और पेशेवर चुनौतियाँ** भी सामने आती हैं। पत्रकारों को तथ्य सत्यापन, निष्पक्ष रिपोर्टिंग और स्रोतों की पहचान के मामलों में सतर्क रहना पड़ता है। सोशल मीडिया के तेज़ी से फैलने वाले प्रभाव के कारण कभी-कभी गलत जानकारी तेजी से वायरल हो सकती है। इस प्रकार, मोबाइल पत्रकारिता में तकनीकी दक्षता के साथ-साथ नैतिक और पेशेवर जिम्मेदारी भी आवश्यक है।

भविष्य और मोबाइल पत्रकारिता के नवाचार

मोबाइल पत्रकारिता का भविष्य डिजिटल मीडिया की बढ़ती लोकप्रियता और स्मार्टफोन तकनीक की निरंतर उन्नति से जुड़ा है। आने वाले वर्षों में 5G नेटवर्क, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, ऑगमेंटेड रियलिटी और मोबाइल वीडियो संपादन के उन्नत उपकरण MOJO पत्रकारिता को और अधिक प्रभावशाली बनाएंगे। पत्रकार अब घटनाओं की लाइव स्ट्रीमिंग, इंटरैक्टिव ग्राफिक्स और इमर्सिव वीडियो अनुभव प्रदान करने में सक्षम होंगे।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

भविष्य में, MOJO पत्रकारिता **ग्लोबल और स्थानीय स्तर पर समाचार कवरींग** दोनों में क्रांतिकारी बदलाव ला सकती है। ग्रामीण क्षेत्रों और आपदा प्रभावित क्षेत्रों की रिपोर्टिंग अब वास्तविक समय में संभव होगी। इसके अलावा, पत्रकारिता संस्थानों में मोबाइल पत्रकारिता प्रशिक्षण और पाठ्यक्रम और अधिक उन्नत होंगे। पत्रकार नवीनतम उपकरण और एप्लिकेशन सीखकर डिजिटल मीडिया के लिए तैयार होंगे। मोबाइल पत्रकारिता के नवाचारों में **इंटरैक्टिव सामग्री, लाइव पोल्स, और दर्शक सहभागिता** शामिल हैं। सोशल मीडिया इंटीग्रेशन और डेटा एनालिटिक्स के माध्यम से पत्रकार दर्शकों की रुचि और प्रतिक्रिया को माप सकते हैं, जिससे सामग्री अधिक प्रभावी और लक्षित बनती है। AI आधारित वीडियो संपादन और ऑटोमेशन, पत्रकारों को सामग्री तैयार करने की गति बढ़ाने में मदद करेगी। , मोबाइल पत्रकारिता पारंपरिक पत्रकारिता के लिए एक पूरक और नवाचारपूर्ण उपकरण बनकर उभरी है। यह न केवल तकनीकी दक्षता बढ़ाती है बल्कि पत्रकारिता को अधिक **समयोचित, लचीला और दर्शक-केंद्रित** बनाती है। डिजिटल युग में MOJO पत्रकारिता की भूमिका लगातार बढ़ेगी और पत्रकारिता का भविष्य इसी दिशा में विकसित होगा।

4.7 स्व-मूल्यांकन प्रश्न

जनसंचार
माध्यम और
तकनीकी
पहलू



4.7.1 बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQs):

1. रेडियो किस प्रकार का माध्यम है?

क) दृश्य

ख) श्रव्य

ग) दृश्य-श्रव्य

घ) प्रिंट

उत्तर: ख) श्रव्य

2. टेलीविजन किस प्रकार का माध्यम है?

क) केवल दृश्य

ख) केवल श्रव्य

ग) दृश्य-श्रव्य

घ) प्रिंट

उत्तर: ग) दृश्य-श्रव्य

3. रेडियो समाचार बुलेटिन में सबसे महत्वपूर्ण है:

क) लंबाई

ख) स्पष्ट उच्चारण और संक्षिप्तता

ग) जटिल भाषा

घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) स्पष्ट उच्चारण और संक्षिप्तता

4. टीवी न्यूज़ में सबसे महत्वपूर्ण है:

क) केवल शब्द

ख) विजुअल्स/दृश्य

ग) लंबाई

घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) विजुअल्स/दृश्य



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

5. **MOJO का पूरा रूप है:**

क) Modern Journalism

ख) **Mobile Journalism**

ग) Modified Journalism

घ) Moral Journalism

उत्तर: ख) Mobile Journalism

6. **ऑनलाइन पत्रकारिता की विशेषता है:**

क) सीमित पहुँच

ख) **तुरंत अपडेट और इंटरएक्टिविटी**

ग) केवल प्रिंट

घ) धीमी गति

उत्तर: ख) तुरंत अपडेट और इंटरएक्टिविटी

7. **सोशल मीडिया पत्रकारिता की सबसे बड़ी चुनौती है:**

क) तकनीक

ख) **फेक न्यूज और सत्यापन**

ग) भाषा

घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) फेक न्यूज और सत्यापन

8. **ब्लॉगिंग किस प्रकार की पत्रकारिता का उदाहरण है?**

क) पारंपरिक

ख) **नागरिक पत्रकारिता**

ग) सरकारी

घ) व्यावसायिक

उत्तर: ख) नागरिक पत्रकारिता

9. **डॉक्यूमेंट्री का मुख्य उद्देश्य है:**

क) मनोरंजन

ख) **गहन विश्लेषण और जागरूकता**

ग) विज्ञापन

घ) समय बिताना

☒ उत्तर: ख) गहन विश्लेषण और जागरूकता

10. वेब जर्नलिज़्म में महत्वपूर्ण है:

क) हाइपरलिंक और मल्टीमीडिया

ख) केवल टेक्स्ट

ग) कागज

घ) प्रिंटिंग

उत्तर: क) हाइपरलिंक और मल्टीमीडिया

जनसंचार
माध्यम और
तकनीकी पहलू



4.7.2 लघु उत्तरीय प्रश्न

1. रेडियो पत्रकारिता की प्रमुख विशेषताएँ बताइए।
2. टीवी न्यूज़ रीडिंग और एंकरिंग में क्या अंतर है?
3. ऑनलाइन पत्रकारिता के लाभ और चुनौतियाँ बताइए।
4. सोशल मीडिया पत्रकारिता क्या है? संक्षेप में समझाइए।
5. मोबाइल पत्रकारिता (MOJO) के फायदे बताइए।

4.7.3 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. रेडियो पत्रकारिता का विस्तृत परिचय देते हुए समाचार बुलेटिन और रेडियो फीचर की तैयारी का वर्णन कीजिए।
2. दूरदर्शन पत्रकारिता की विशेषताओं का विस्तार से वर्णन करते हुए न्यूज़ रीडिंग, एंकरिंग और डॉक्यूमेंट्री निर्माण का परिचय दीजिए।
3. ऑनलाइन पत्रकारिता (ई-पत्रकारिता, वेब जर्नलिज़्म, ब्लॉगिंग) का विस्तृत विवेचन कीजिए।
4. सोशल मीडिया पत्रकारिता और इसकी चुनौतियों (फेक न्यूज़, सत्यापन) पर विस्तृत निबंध लिखिए।
5. मोबाइल पत्रकारिता (MOJO) और फिल्म पत्रकारिता का तुलनात्मक अध्ययन कीजिए।



पत्रकारिता की नीतियाँ, आचार संहिता एवं कानून

संरचना

- इकाई 5.1: प्रेसकानून
- इकाई 5.2: प्रेसकी स्वतंत्रता और दायित्व
- इकाई 5.3: मीडिया नैतिकता और आचारसंहिता
- इकाई 5.4: पत्रकारिता और गोपनीयता
- इकाई 5.5: विज्ञापन और मीडिया
- इकाई 5.6: पीआर और जनसंपर्क

5.0 उद्देश्य

- प्रेस से संबंधित प्रमुख कानूनों और संवैधानिक प्रावधानों का अध्ययन करना।
- प्रेस एंड बुक रजिस्ट्रेशन एक्ट तथा प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया की भूमिका समझना।
- प्रेस की स्वतंत्रता और जिम्मेदारी के बीच संतुलन का मूल्यांकन करना।
- मीडिया नैतिकता, आचारसंहिता और पत्रकारों के आचरण मानकों को जानना।
- जिम्मेदार, पारदर्शी और लोकतांत्रिक पत्रकारिता के सिद्धांतों को आत्मसात करना।

इकाई 5.1: प्रेस कानून

5.1.1 प्रेस एंड बुक रजिस्ट्रेशन एक्ट

भारतीय प्रेस का इतिहास न केवल सूचना प्रसार का इतिहास है, बल्कि यह भारत की स्वतंत्रता, अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता, और लोकतांत्रिक मूल्यों के विकास की गाथा भी है। प्रेस समाज का दर्पण है, जो जनता के विचारों, आकांक्षाओं और समस्याओं को प्रतिबिंबित करता है। भारत में प्रेस की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण रही है—चाहे वह



पत्रकारिता की
नीतियाँ, आचार
संहिता एवं
कानून

औपनिवेशिक काल में अंग्रेज़ी शासन के खिलाफ़ संघर्ष का माध्यम रही हो, या स्वतंत्रता के बाद लोकतांत्रिक व्यवस्था की निगरानी का साधन। प्रेस की स्वतंत्रता और उत्तरदायित्व को संतुलित बनाए रखने के लिए कई विधिक प्रावधान बनाए गए। इन्हीं में से दो प्रमुख संस्थागत ढाँचे हैं — **प्रेस एंड बुक रजिस्ट्रेशन एक्ट, 1867** तथा **प्रेस काउंसिल ऑफ़ इंडिया**, जिनका उद्देश्य क्रमशः प्रेस के प्रकाशनों के पंजीकरण, नियंत्रण और पत्रकारिता की नैतिकता व स्वतंत्रता की रक्षा सुनिश्चित करना है।

भारतीय प्रेस का ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य

भारत में प्रेस की शुरुआत अठारहवीं शताब्दी के उत्तरार्ध में हुई। 1780 में जेम्स ऑगस्टस हिक्की द्वारा प्रकाशित *हिक्कीस बंगाल गजट* को भारत का पहला समाचार पत्र माना जाता है। ब्रिटिश काल में प्रेस पर कई नियंत्रणकारी कानून लागू किए गए, क्योंकि ब्रिटिश सरकार को भारतीय प्रेस की स्वतंत्र विचारधारा से खतरा महसूस होता था। 1799 में लॉर्ड वेलेजली द्वारा *प्रेस रेगुलेशन एक्ट* लाया गया, जिसने प्रेस पर सेंसरशिप लागू की। इसके बाद 1823, 1835, 1857 और अंततः 1867 में प्रेस को नियंत्रित करने के लिए विभिन्न कानून बने। 1857 के स्वतंत्रता संग्राम के बाद अंग्रेज़ों ने यह अनुभव किया कि प्रेस जनमत को संगठित करने में शक्तिशाली भूमिका निभा सकता है, इसलिए उन्होंने प्रेस की गतिविधियों पर स्थायी नियंत्रण के लिए एक विधिक ढाँचा तैयार किया, जो **1867 का प्रेस एंड बुक रजिस्ट्रेशन एक्ट** कहलाया।

प्रेस एंड बुक रजिस्ट्रेशन एक्ट, 1867 का ऐतिहासिक पृष्ठभूमि

1867 का यह अधिनियम मूलतः अंग्रेज़ों द्वारा बनाया गया था ताकि भारत में प्रकाशित होने वाले समाचार पत्रों, पुस्तकों और अन्य मुद्रित सामग्री का अभिलेख (Record) रखा जा सके और यह सुनिश्चित किया जा सके कि कोई भी मुद्रित सामग्री सरकार के विरुद्ध भड़काऊ न हो। इस अधिनियम से पहले प्रेस के लिए कोई स्थायी नियामक व्यवस्था नहीं थी। यह अधिनियम न केवल प्रशासनिक नियंत्रण का साधन था, बल्कि प्रेस और पुस्तकों के पंजीकरण की औपचारिक प्रक्रिया को भी स्थापित करता था। ब्रिटिश सरकार का मुख्य उद्देश्य प्रेस के माध्यम से प्रचारित विचारों पर निगरानी रखना और किसी भी प्रकार की “राजद्रोही” या “देशद्रोही” सामग्री को रोका जा सके।



जनसंचार
एवं हिन्दी
पत्रकारिता

1867 के प्रेस एंड बुक रजिस्ट्रेशन एक्ट के प्रमुख प्रावधान

प्रेस एंड बुक रजिस्ट्रेशन एक्ट, 1867 के तहत यह अनिवार्य किया गया कि भारत में कोई भी समाचार पत्र, पत्रिका या पुस्तक प्रकाशित करने से पहले उसका पंजीकरण कराया जाए। अधिनियम के कुछ मुख्य प्रावधान इस प्रकार हैं—

1. **प्रेस का पंजीकरण** – प्रत्येक प्रेस का स्वामी अपने प्रेस की जानकारी संबंधित जिला मजिस्ट्रेट या अधिकृत अधिकारी को दे।
2. **प्रकाशक और संपादक की घोषणा** – प्रत्येक समाचार पत्र या पत्रिका के प्रथम अंक से पूर्व, उसके प्रकाशक और संपादक की विधिवत घोषणा देनी होती थी।
3. **प्रतियों का जमा करना** – प्रत्येक प्रकाशित सामग्री की एक प्रति स्थानीय सरकारी पुस्तकालय या अभिलेखागार में जमा करना आवश्यक था।
4. **नाम और स्थान का उल्लेख** – प्रत्येक मुद्रित सामग्री पर मुद्रक (Printer), प्रकाशक (Publisher) और प्रकाशन स्थल का उल्लेख अनिवार्य किया गया।
5. **दंडात्मक प्रावधान** – यदि कोई व्यक्ति झूठी जानकारी दे या बिना पंजीकरण के प्रेस संचालित करे, तो उसके विरुद्ध दंडात्मक कार्रवाई की जा सकती थी।

यह अधिनियम बाद में कई बार संशोधित हुआ—विशेषतः 1955 और 1983 में। स्वतंत्र भारत में इस अधिनियम को सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के अधीन रखा गया और इसे **रजिस्ट्रार ऑफ न्यूज़पेपर्स फॉर इंडिया (RNI)** के माध्यम से लागू किया गया।

स्वतंत्र भारत में इस अधिनियम की प्रासंगिकता

स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद भारत ने अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को संविधान के अनुच्छेद 19(1)(a) के अंतर्गत मौलिक अधिकार के रूप में स्वीकार किया। परंतु इस स्वतंत्रता के साथ उत्तरदायित्व और पारदर्शिता की आवश्यकता भी बनी रही। प्रेस एंड बुक रजिस्ट्रेशन एक्ट ने प्रेस की पारदर्शिता बनाए रखने में सहायक भूमिका निभाई। इस अधिनियम के अंतर्गत पंजीकरण की प्रक्रिया से यह सुनिश्चित हुआ कि देश में चल रहे सभी समाचार पत्र, पत्रिकाएँ और मुद्रण संस्थान सरकार के अभिलेखों में दर्ज हों, जिससे झूठे या अवैध प्रकाशनों को रोका जा सके। RNI इस अधिनियम के अंतर्गत



पत्रकारिता की
नीतियाँ, आचार
संहिता एवं
कानून

यह सुनिश्चित करता है कि कोई भी समाचार पत्र वैधानिक औपचारिकताओं का पालन किए बिना प्रकाशित न हो। आज भी यह अधिनियम भारतीय प्रेस की वैधानिक पहचान का मूल स्तंभ है। इसका उद्देश्य अभिव्यक्ति को सीमित करना नहीं, बल्कि प्रेस की विश्वसनीयता, पारदर्शिता और कानूनी वैधता को सुनिश्चित करना है।

यद्यपि यह अधिनियम प्रशासनिक पारदर्शिता का माध्यम बना, परंतु औपनिवेशिक काल में इसका उपयोग प्रेस पर अंकुश लगाने के लिए किया गया। अंग्रेज़ शासन ने इस कानून का उपयोग ऐसे समाचार पत्रों पर प्रतिबंध लगाने में किया, जो राष्ट्रीय आंदोलन या स्वतंत्रता के पक्ष में लिखते थे। उदाहरण के लिए, *अमृत बाजार पत्रिका* और *केसरी* जैसे समाचार पत्रों को इस कानून के तहत चेतावनी दी गई। स्वतंत्र भारत में इस अधिनियम की कुछ धाराएँ आज भी नौकरशाही जटिलता का कारण बनती हैं। पंजीकरण की प्रक्रिया लंबी और तकनीकी रूप से कठिन होने के कारण छोटे प्रकाशनों को परेशानी होती है। फिर भी, इस अधिनियम की विधिक आवश्यकता को नकारा नहीं जा सकता, क्योंकि यह भारतीय लोकतंत्र में प्रेस की संरचना को वैधानिक और जिम्मेदार बनाए रखने का कार्य करता है।

प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया का गठन

भारत में स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद यह अनुभव किया गया कि प्रेस की स्वतंत्रता की रक्षा के साथ-साथ पत्रकारिता की नैतिकता, गुणवत्ता और उत्तरदायित्व को बनाए रखने के लिए एक स्वतंत्र संस्थान की आवश्यकता है। इसी सोच से **प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया (Press Council of India)** की स्थापना की गई। **1956 में प्रथम प्रेस आयोग** ने सुझाव दिया था कि भारत में एक ऐसी स्वायत्त संस्था बनाई जाए जो प्रेस की स्वतंत्रता और नैतिक आचरण दोनों की रक्षा करे। इस सुझाव के आधार पर **1966 में प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया की स्थापना अधिनियम (Press Council Act, 1965)** के तहत की गई, और यह 16 जुलाई 1966 से कार्यरत हुई।



जनसंचार
एवं हिन्दी
पत्रकारिता

प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया की संरचना और कार्यप्रणाली

प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया एक **अर्ध-न्यायिक (quasi-judicial)** संस्था है, जिसका गठन संसद द्वारा किया गया है। इसका प्रमुख उद्देश्य प्रेस की स्वतंत्रता की रक्षा करना और पत्रकारिता में नैतिक मानकों को बनाए रखना है।

संरचना:

काउंसिल में कुल 28 सदस्य होते हैं—

- 20 सदस्य प्रेस से संबंधित होते हैं (समाचार पत्रों, संपादकों, संवाददाताओं आदि से),
- 5 सदस्य संसद (लोकसभा व राज्यसभा) द्वारा नामित किए जाते हैं,
- 3 सदस्य विश्वविद्यालयों और सांविधानिक संस्थाओं से चुने जाते हैं। काउंसिल के अध्यक्ष की नियुक्ति भारत के मुख्य न्यायाधीश द्वारा की जाती है।

कार्यप्रणाली: काउंसिल प्रेस की स्वतंत्रता में हस्तक्षेप करने वाली किसी भी सरकारी या निजी गतिविधि की जाँच कर सकती है। साथ ही यह उन मामलों की भी सुनवाई करती है जहाँ प्रेस द्वारा किसी व्यक्ति, संस्था या समुदाय की प्रतिष्ठा को नुकसान पहुँचाया गया हो। काउंसिल नैतिक मानदंडों (Code of Conduct) का निर्धारण करती है और प्रेस के लिए दिशा-निर्देश जारी करती है।

प्रेस काउंसिल की भूमिका और प्रभाव: प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया ने भारत में पत्रकारिता के मानकों को बनाए रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इसने कई अवसरों पर प्रेस की स्वतंत्रता की रक्षा की है, जैसे आपातकाल के दौरान (1975-77) प्रेस पर लगे प्रतिबंधों का विरोध, और सरकारी हस्तक्षेपों के खिलाफ रिपोर्ट प्रस्तुत करना। साथ ही, काउंसिल ने “पीडित नागरिकों” की शिकायतों पर भी कार्रवाई की, जहाँ पत्रकारिता ने नैतिक मर्यादाओं का उल्लंघन किया। उदाहरण के लिए, *Paid News* प्रकरणों में काउंसिल ने गंभीर संज्ञान लिया और दिशा-निर्देश जारी किए। काउंसिल की अनुशासनात्मक शक्तियाँ सीमित हैं — यह केवल निंदा या चेतावनी दे सकती है, दंड नहीं। फिर भी, यह संस्था लोकतांत्रिक



पत्रकारिता की
नीतियाँ, आचार
संहिता एवं
कानून

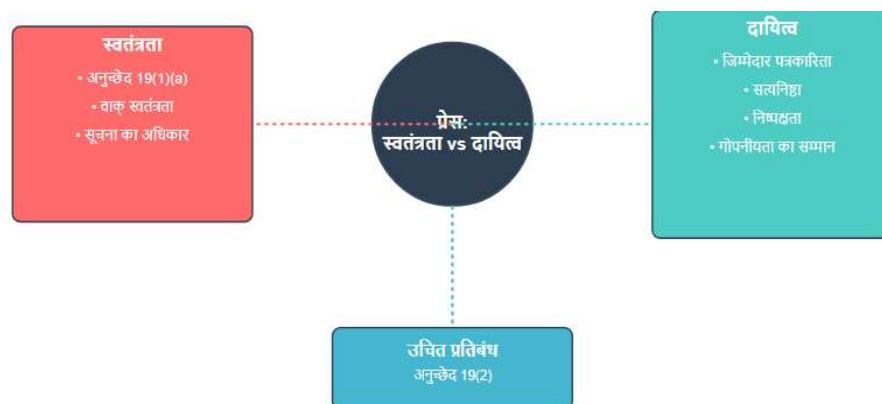
भारत में “**प्रेस का प्रहरी**” मानी जाती है, जो न केवल पत्रकारों के अधिकारों की रक्षा करती है बल्कि उनके उत्तरदायित्वों की भी याद दिलाती है। भारत में प्रेस की स्वतंत्रता और उसकी सामाजिक जिम्मेदारी के बीच संतुलन बनाए रखने में **प्रेस एंड बुक रजिस्ट्रेशन एक्ट, 1867** तथा **प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया** दोनों ही संस्थाएँ केंद्रीय भूमिका निभाती हैं। पहला कानून प्रेस की पहचान और वैधानिक अस्तित्व को सुनिश्चित करता है, जबकि दूसरा संस्था उसकी नैतिकता और स्वतंत्रता की रक्षा करती है। आज डिजिटल युग में पत्रकारिता की परिभाषा बदल रही है—ऑनलाइन पोर्टल, सोशल मीडिया, ब्लॉगिंग आदि ने प्रेस के स्वरूप को व्यापक बना दिया है। ऐसे में इन संस्थागत ढाँचों का आधुनिकीकरण आवश्यक है ताकि वे डिजिटल पत्रकारिता को भी समान रूप से विनियमित और संरक्षित कर सकें। प्रेस लोकतंत्र का चौथा स्तंभ है—यह न केवल शासन की गलतियों को उजागर करता है बल्कि जनता को जागरूक भी बनाता है। इस भूमिका को प्रभावी और जिम्मेदार बनाए रखने के लिए कानूनी ढाँचा और संस्थागत निगरानी दोनों आवश्यक हैं। इस संदर्भ में 1867 का अधिनियम और प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया, दोनों ही भारतीय पत्रकारिता की रीढ़ हैं, जिन्होंने प्रेस को केवल सूचना का माध्यम नहीं बल्कि जनतंत्र का प्रहरी बना दिया है।

इकाई 5.2: प्रेस की स्वतंत्रता और दायित्व

5.2.1 प्रेस की स्वतंत्रता और दायित्व: एक व्यापक विश्लेषण

1. प्रेस की स्वतंत्रता: ऐतिहासिक पृष्ठभूमि और महत्व

प्रेस की स्वतंत्रता किसी भी जीवंत और स्वस्थ लोकतंत्र की आधारशिला है। यह केवल पत्रकारों को कुछ विशेषाधिकार प्रदान करने का माध्यम नहीं है, बल्कि यह नागरिकों के जानने के अधिकार और शासन को जवाबदेह ठहराने की शक्ति का प्रतीक है। इतिहास गवाह है कि जहाँ-जहाँ तानाशाही या निरंकुश शासन रहा है, वहाँ सबसे पहले **स्वतंत्र प्रेस** को दबाया गया है। भारत के संदर्भ में, ब्रिटिश औपनिवेशिक शासन के दौरान प्रेस पर लगाए गए कठोर प्रतिबंधों ने स्वतंत्रता संग्राम में इसकी भूमिका को और भी महत्वपूर्ण बना दिया। प्रेस ने राष्ट्रीय चेतना जगाने, सामाजिक सुधारों को आगे बढ़ाने और स्वतंत्रता आंदोलन के संदेश को जन-जन तक पहुँचाने में 'चौथे स्तंभ' के रूप में कार्य किया।



चित्र 5.1: प्रेस की स्वतंत्रता और दायित्व का संतुलन

लोकतंत्र में, प्रेस एक प्रहरी (Watchdog) की भूमिका निभाता है, जो सरकार के कार्यों की निगरानी करता है, भ्रष्टाचार को उजागर करता है और नागरिकों को सूचित निर्णय लेने के लिए आवश्यक जानकारी प्रदान करता है। स्वतंत्र प्रेस यह सुनिश्चित करता है कि शक्ति का दुरुपयोग न हो और सत्ता हमेशा जनता के प्रति जवाबदेह बनी रहे। इसका महत्व इस बात में निहित है कि यह विचारों के मुक्त प्रवाह (Free Flow

of Ideas) को सुनिश्चित करता है, जो समाज में **विमर्श (Discourse)** को समृद्ध करता है और नीतियों को आकार देने में मदद करता है। यह एक बहुलवादी समाज के लिए अनिवार्य है जहाँ विभिन्न मत और दृष्टिकोण बिना किसी भय या पक्षपात के प्रस्तुत किए जा सकें। सूचना के इस मुक्त आदान-प्रदान के बिना, नागरिक शासन और अपने अधिकारों के बारे में अज्ञानता में रहेंगे, जिससे लोकतंत्र का मूल उद्देश्य ही विफल हो जाएगा। इसलिए, प्रेस की स्वतंत्रता केवल एक कानूनी अवधारणा नहीं है, बल्कि एक सामाजिक और राजनीतिक आवश्यकता है। यह नागरिक भागीदारी और सार्वजनिक जागरूकता के लिए एक आवश्यक शर्त है।

2. संवैधानिक प्रावधान: अनुच्छेद 19(1)(a) और प्रेस

भारतीय संविधान में प्रेस की स्वतंत्रता का उल्लेख स्पष्ट रूप से एक अलग अधिकार के रूप में नहीं किया गया है, बल्कि इसे **अनुच्छेद 19(1)(a)** के तहत निहित किया गया है। यह अनुच्छेद सभी नागरिकों को **"वाक् और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता"** (Freedom of Speech and Expression) प्रदान करता है। सर्वोच्च न्यायालय ने अपने विभिन्न ऐतिहासिक निर्णयों के माध्यम से यह स्थापित किया है कि प्रेस की स्वतंत्रता इसी व्यापक अधिकार का एक अभिन्न और आवश्यक हिस्सा है। न्यायालय ने माना है कि विचारों को व्यक्त करने का अधिकार तभी सार्थक हो सकता है जब उन विचारों को प्रचारित करने और प्रसारित करने का माध्यम भी स्वतंत्र हो। **सकलचंद बनाम यूनियन ऑफ इंडिया** जैसे मामलों में, यह स्पष्ट किया गया कि प्रेस नागरिक अभिव्यक्ति का एक माध्यम है और इसलिए इसे विशेष संवैधानिक संरक्षण प्राप्त है। इस अधिकार का तात्पर्य केवल समाचारों और विचारों को प्रकाशित करने तक सीमित नहीं है, बल्कि इसमें **जानने का अधिकार (Right to Know)**, किसी भी माध्यम से सूचना प्राप्त करने का अधिकार, और सूचना को व्यापक जनता तक पहुँचाने का अधिकार भी शामिल है। अनुच्छेद 19(1)(a) प्रेस को सरकारी हस्तक्षेप, सेंसरशिप, और मनमानी कार्रवाई से बचाता है। यह प्रेस को वह कानूनी कवच प्रदान करता है जिसके बल पर वह बिना किसी भय के सत्ता से सवाल कर सकता है और नागरिकों के सामने सत्य प्रस्तुत कर सकता है। यह संवैधानिक आधार प्रेस को लोकतंत्र के **'चौथे स्तंभ'** के रूप में कार्य करने की शक्ति देता है, यह सुनिश्चित करते हुए कि वह विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका के साथ संतुलन स्थापित करने में सक्षम



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

हो। यह प्रावधान केवल नकारात्मक अधिकार (सरकार के हस्तक्षेप से मुक्ति) नहीं है, बल्कि एक सकारात्मक अधिकार (सूचना प्रसारित करने के लिए अनुकूल वातावरण का निर्माण) भी है, जिसका उद्देश्य देश के नागरिकों को सशक्त बनाना है।

3. प्रेस की स्वतंत्रता पर उचित प्रतिबंध: अनुच्छेद 19(2) का विश्लेषण

हालाँकि प्रेस की स्वतंत्रता लोकतंत्र के लिए अपरिहार्य है, लेकिन यह एक **निरपेक्ष अधिकार (Absolute Right)** नहीं है। भारतीय संविधान का **अनुच्छेद 19(2)** राज्य को कुछ विशेष आधारों पर वाक् और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर '**उचित प्रतिबंध**' (Reasonable Restrictions) लगाने की अनुमति देता है। इन प्रतिबंधों का उद्देश्य स्वतंत्रता और सामाजिक व्यवस्था के बीच संतुलन स्थापित करना है। मुख्य रूप से ये प्रतिबंध आठ आधारों पर लगाए जा सकते हैं: **भारत की संप्रभुता और अखंडता** (Sovereignty and Integrity of India), **राज्य की सुरक्षा** (Security of the State), **विदेशी राज्यों के साथ मैत्रीपूर्ण संबंध** (Friendly relations with foreign states), **सार्वजनिक व्यवस्था** (Public Order), **शिष्टता या नैतिकता** (Decency or Morality), **न्यायालय की अवमानना** (Contempt of Court), **मानहानि** (Defamation), और **किसी अपराध के लिए उकसाना** (Incitement to an offense)। इन प्रतिबंधों को 'उचित' होना चाहिए, जिसका अर्थ है कि प्रतिबंध लगाने का कारण तर्कसंगत होना चाहिए और लगाया गया प्रतिबंध उस उद्देश्य के अनुरूप होना चाहिए जिसे वह पूरा करना चाहता है। न्यायपालिका यह सुनिश्चित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है कि ये प्रतिबंध मनमाने ढंग से न लगाए जाएँ और स्वतंत्रता के मूल उद्देश्य को कमजोर न करें। न्यायालय ने कई बार स्पष्ट किया है कि केवल मामूली असुविधा या आलोचना सार्वजनिक व्यवस्था को बिगाड़ने वाला आधार नहीं मानी जा सकती। विशेष रूप से, **मानहानि** और **न्यायालय की अवमानना** जैसे प्रतिबंधों का दुरुपयोग अक्सर आलोचनात्मक पत्रकारिता को दबाने के लिए किया जाता है, जिसके कारण न्यायपालिका को इन सीमाओं का सावधानीपूर्वक पुनर्मूल्यांकन करना पड़ा है। इस प्रकार, अनुच्छेद 19(2) स्वतंत्रता और जिम्मेदारी के बीच एक नाजुक संतुलन बनाने का प्रयास करता है, जहाँ स्वतंत्रता समाज के व्यापक हित की कीमत पर नहीं आनी चाहिए।

4. न्यायपालिका और प्रेस: प्रमुख न्यायिक निर्णय

भारतीय न्यायपालिका ने हमेशा प्रेस की स्वतंत्रता को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का एक आवश्यक घटक मानते हुए इसकी रक्षा और विस्तार किया है। कई ऐतिहासिक फैसलों ने इस अधिकार के दायरे को परिभाषित किया है। **रोमेश थापर बनाम मद्रास राज्य (1950)** मामले में, सर्वोच्च न्यायालय ने माना कि विचार का प्रसार स्वतंत्रता का एक अभिन्न अंग है और इस पर लगाया गया कोई भी प्रतिबंध सीधे 19(1)(a) का उल्लंघन होगा। **सकलचंद बनाम यूनियन ऑफ इंडिया (1962)** और बाद में **इंडियन एक्सप्रेस बनाम यूनियन ऑफ इंडिया (1985)** में, न्यायालय ने स्पष्ट किया कि प्रेस पर किसी भी तरह का अप्रत्यक्ष बोझ या कर जो उसकी आर्थिक क्षमता को प्रभावित करता है और उसे अपने कर्तव्य का पालन करने से रोकता है, वह भी स्वतंत्रता का उल्लंघन होगा। सबसे महत्वपूर्ण रूप से, **राज नारायण बनाम उत्तर प्रदेश राज्य (1975)** मामले में, न्यायालय ने घोषणा की कि **सूचना का अधिकार (Right to Information - RTI)** भी अनुच्छेद 19(1)(a) के तहत निहित है, क्योंकि नागरिक बिना जानकारी के अपनी राय प्रभावी ढंग से व्यक्त नहीं कर सकते। इसके अतिरिक्त, न्यायालय ने **राइट टू प्राइवेसी** और प्रेस की स्वतंत्रता के बीच संतुलन स्थापित करने की आवश्यकता पर भी जोर दिया है। न्यायपालिका ने **पेड न्यूज़** और **फेक न्यूज़** जैसी समकालीन चुनौतियों का संज्ञान लिया है और जिम्मेदार पत्रकारिता को प्रोत्साहित करने की आवश्यकता पर बल दिया है। न्यायालय के इन हस्तक्षेपों ने प्रेस की स्वतंत्रता को केवल एक सैद्धांतिक अधिकार के बजाय एक गतिशील और क्रियाशील वास्तविकता बनाए रखने में मदद की है, जो आवश्यकतानुसार विस्तार और सीमाएँ दोनों प्राप्त करती है। इन फैसलों ने यह सुनिश्चित किया है कि प्रेस अपनी शक्तियों का उपयोग सार्वजनिक हित में करे और संवैधानिक मूल्यों के प्रति अपनी निष्ठा बनाए रखे।

5. प्रेस स्वतंत्रता के समक्ष समकालीन चुनौतियाँ

डिजिटल युग में प्रवेश करने के बावजूद, भारतीय प्रेस की स्वतंत्रता कई अभूतपूर्व और जटिल चुनौतियों का सामना कर रही है। सबसे पहली चुनौती **आर्थिक स्वामित्व और कॉर्पोरेट दबाव** से संबंधित है। बड़े मीडिया घरानों का कॉर्पोरेट हितों से जुड़ाव



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

अक्सर पत्रकारिता की निष्पक्षता को प्रभावित करता है, जिससे **स्व-सेंसरशिप (Self-Censorship)** की प्रवृत्ति बढ़ती है। पत्रकार अपने मालिकों या विज्ञापनदाताओं के हितों के खिलाफ रिपोर्टिंग करने से कतराते हैं, जिससे महत्वपूर्ण सार्वजनिक मुद्दों को नजरअंदाज कर दिया जाता है। दूसरी प्रमुख चुनौती **सरकारी दबाव और कानूनी हथकंडों का दुरुपयोग** है। राजद्रोह (**Sedition**), मानहानि (**Defamation**), और आतंकवाद विरोधी कानूनों (**UAPA**) का उपयोग अक्सर उन पत्रकारों को डराने और चुप कराने के लिए किया जाता है जो सत्ता के प्रति आलोचनात्मक रुख अपनाते हैं। यह प्रवृत्ति एक भयावह वातावरण बनाती है जो मुक्त अभिव्यक्ति को बाधित करती है। तीसरा, **डिजिटल दुष्प्रचार (Digital Misinformation) और फेक न्यूज़** का प्रसार प्रेस की विश्वसनीयता को गंभीर रूप से चुनौती दे रहा है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर असत्यापित जानकारी की बाढ़ आ गई है, जिससे वास्तविक और जिम्मेदार पत्रकारिता के लिए अपना स्थान बनाना मुश्किल हो गया है। इसके अलावा, फील्ड में काम कर रहे पत्रकारों को **शारीरिक हिंसा, धमकियों और ऑनलाइन ट्रोलिंग** का सामना करना पड़ता है, खासकर महिला पत्रकारों को, जो उनके काम को कठिन और खतरनाक बना देता है। राजनीतिक ध्रुवीकरण (**Political Polarization**) भी एक चुनौती है, जहाँ मीडिया का एक वर्ग स्पष्ट रूप से राजनीतिक एजेंडा अपना लेता है, जिससे वह **निष्पक्षता** के अपने मूल सिद्धांत से भटक जाता है। इन सभी चुनौतियों का परिणाम यह होता है कि प्रेस की स्वतंत्रता कमजोर होती है और नागरिक उस विश्वसनीय जानकारी से वंचित रह जाते हैं जो एक सूचित लोकतंत्र के लिए आवश्यक है।

6. प्रेस का दायित्व: एक नैतिक अनिवार्यता

प्रेस की स्वतंत्रता, जैसा कि हमने देखा, पूर्ण नहीं है, और यह स्वतंत्रता एक समानांतर **दायित्व (Responsibility)** लेकर आती है। यह दायित्व केवल कानूनी बाध्यता नहीं है, बल्कि पत्रकारिता के पेशे की **नैतिक अनिवार्यता** है। प्रेस का मूल उद्देश्य सिर्फ मनोरंजन करना या विज्ञापन बेचना नहीं है, बल्कि **लोकहित (Public Interest)** की सेवा करना है। यह दायित्व तीन प्रमुख पहलुओं में प्रकट होता है: पहला, **सत्यनिष्ठा और सटीकता (Integrity and Accuracy)** बनाए रखना; दूसरा, **निष्पक्षता और संतुलन (Impartiality and Balance)** प्रदर्शित करना; और तीसरा, **जवाबदेही**



पत्रकारिता की
नीतियाँ, आचार
संहिता एवं
कानून

सुनिश्चित करना। प्रेस को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि प्रकाशित की गई हर जानकारी **सत्यापित (Verified)** हो और पूर्वाग्रह से मुक्त हो। पत्रकारिता की स्वतंत्रता का मतलब अराजकता नहीं है; इसका मतलब है जिम्मेदारी के साथ सूचना का प्रसार करना। विशेष रूप से एक बहुसांस्कृतिक और संवेदनशील समाज जैसे भारत में, प्रेस का दायित्व है कि वह सामाजिक सद्भाव और राष्ट्रीय एकता को बनाए रखने में सहायक हो। भड़काऊ या सनसनीखेज रिपोर्टिंग से बचना इस दायित्व का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। जब प्रेस अपनी स्वतंत्रता का उपयोग केवल निहित स्वार्थ (Vested Interests) या राजनीतिक एजेंडा को बढ़ावा देने के लिए करता है, तो वह न केवल अपने पेशे के लोकाचार (**Ethos**) से भटक जाता है, बल्कि लोकतंत्र के प्रति अपने कर्तव्य का भी उल्लंघन करता है। इसलिए, प्रेस का दायित्व इसकी विश्वसनीयता की रक्षा करता है और नागरिकों के विश्वास को बनाए रखने के लिए एक नैतिक ढाल के रूप में कार्य करता है।

7. जिम्मेदार पत्रकारिता: सिद्धांत और व्यवहार

जिम्मेदार पत्रकारिता प्रेस के दायित्वों को व्यवहार में उतारने का तरीका है। यह पत्रकारिता के उन मूलभूत सिद्धांतों पर आधारित है जो इसे केवल सूचना प्रदान करने वाले व्यवसाय से ऊपर उठाकर एक सार्वजनिक सेवा बनाते हैं। **जिम्मेदार पत्रकारिता का पहला सिद्धांत सत्य और सटीकता** है। इसका अर्थ है कि पत्रकार को अपने सभी स्रोतों का ठीक से सत्यापन करना चाहिए और तथ्यों को ज्यों का त्यों प्रस्तुत करना चाहिए, भले ही वे उसकी निजी राय के विपरीत हों। **दूसरा महत्वपूर्ण सिद्धांत निष्पक्षता और संतुलन** है। इसका मतलब यह नहीं है कि पत्रकार का कोई दृष्टिकोण नहीं होगा, बल्कि इसका मतलब है कि रिपोर्टिंग में सभी प्रासंगिक पक्षों के विचारों को शामिल किया जाना चाहिए और किसी भी पक्षपात से बचना चाहिए। उदाहरण के लिए, किसी विवाद पर रिपोर्टिंग करते समय, दोनों विरोधी पक्षों को पर्याप्त स्थान देना आवश्यक है। **तीसरा सिद्धांत है हानि को कम करना (Minimizing Harm)**। जिम्मेदार पत्रकारिता संवेदनशीलता पर जोर देती है, खासकर कमजोर समूहों, पीड़ितों या अल्पसंख्यकों से संबंधित मामलों में। सनसनीखेज, व्यक्तिगत आक्षेप, या निजता के अनावश्यक उल्लंघन से बचना चाहिए। व्यवहार में, इसका अर्थ है कि पत्रकार को किसी खबर को प्रकाशित करने से पहले



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

सार्वजनिक हित और संभावित नुकसान के बीच एक **नैतिक संतुलन** स्थापित करना चाहिए। जिम्मेदार पत्रकारिता पारदर्शिता को भी बढ़ावा देती है—जब कोई गलती हो, तो उसे स्वीकार करना और सुधार करना। यह पत्रकारिता लोकतंत्र को सशक्त बनाने का सबसे प्रभावी तरीका है, क्योंकि यह नागरिकों को **ठोस तथ्यों** पर आधारित राय बनाने में सक्षम बनाती है, न कि केवल भावनाओं या अफवाहों पर।

8. पत्रकारिता के पेशेवर नैतिक मानदंड और आचार संहिता

जिम्मेदार पत्रकारिता को सुनिश्चित करने के लिए, दुनिया भर में और भारत में भी, विभिन्न **पेशेवर नैतिक मानदंड (Professional Ethical Standards)** और **आचार संहिता (Code of Conduct)** स्थापित की गई हैं। भारत में, **भारतीय प्रेस परिषद (Press Council of India - PCI)** पत्रकारिता के उच्च मानकों को बनाए रखने और प्रेस की स्वतंत्रता को सुरक्षित रखने के लिए मार्गदर्शन प्रदान करती है। ये मानदंड पत्रकारों को उनके रोजमर्रा के काम में नैतिक दुविधाओं का समाधान करने में मदद करते हैं। मुख्य नैतिक सिद्धांतों में शामिल हैं:

1. **सत्यनिष्ठा:** पत्रकारों को व्यक्तिगत लाभ या राजनीतिक प्रभाव के लिए अपनी रिपोर्टिंग से समझौता नहीं करना चाहिए। **पेड न्यूज़** या 'पैकेज डील' पत्रकारिता के सख्त खिलाफ है।
2. **वस्तुनिष्ठता:** समाचार को राय (Opinion) से स्पष्ट रूप से अलग रखा जाना चाहिए। संपादकीय और विश्लेषण में विचारों की अनुमति है, लेकिन समाचार रिपोर्टिंग को तथ्यात्मक और गैर-भावनात्मक होना चाहिए।
3. **निजता का सम्मान:** सार्वजनिक हित के मामलों को छोड़कर, किसी व्यक्ति की निजता का उल्लंघन नहीं किया जाना चाहिए। बच्चों, बलात्कार पीड़ितों और अन्य कमजोर व्यक्तियों की पहचान का खुलासा करने से बचना चाहिए जब तक कि यह अत्यधिक सार्वजनिक महत्व का न हो।
4. **स्रोतों की गोपनीयता:** पत्रकारों को अपने विश्वसनीय स्रोतों को उजागर नहीं करना चाहिए, खासकर जब स्रोत के जीवन या सुरक्षा को खतरा हो। यह पत्रकारों को संवेदनशील जानकारी प्राप्त करने में सक्षम बनाता है।

5. **जाति, धर्म, लिंग पर असंवेदनशीलता से बचना:** रिपोर्टिंग में किसी भी समुदाय या वर्ग के प्रति पूर्वाग्रह या घृणा को बढ़ावा नहीं देना चाहिए।

ये मानदंड, हालाँकि कानूनी रूप से सख्ती से लागू नहीं होते हैं (पीसीआई के पास केवल निंदा करने की शक्ति है), लेकिन ये पत्रकारिता समुदाय के **लोकाचार (Ethos)** और स्व-नियमन (Self-Regulation) के लिए आवश्यक हैं। जब पत्रकार स्वेच्छा से इन आचार संहिताओं का पालन करते हैं, तभी प्रेस की स्वतंत्रता और दायित्व का संतुलन सुनिश्चित होता है।

9. फेक न्यूज़, दुष्प्रचार और सत्यापन (Fact-Checking)

आज की सबसे गंभीर चुनौती **फेक न्यूज़ (Fake News)**, **दुष्प्रचार (Disinformation)** (जानबूझकर फैलाई गई गलत सूचना), और **गलत सूचना (Misinformation)** (अनजाने में फैलाई गई गलत सूचना) का तेजी से और व्यापक रूप से प्रसार है, खासकर सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर। यह घटना प्रेस की विश्वसनीयता को erode करती है और लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं को दूषित करती है। फेक न्यूज़ अक्सर राजनीतिक ध्रुवीकरण को बढ़ावा देती है और सांप्रदायिक तनाव पैदा कर सकती है। इस चुनौती का सामना करना जिम्मेदार पत्रकारिता का एक **नया और महत्वपूर्ण दायित्व** बन गया है। इस दायित्व को पूरा करने का मुख्य उपकरण **सत्यापन (Fact-Checking)** है।

सत्यापन में निम्नलिखित प्रक्रियाएँ शामिल हैं:

1. **स्रोत का पता लगाना:** जानकारी का मूल स्रोत क्या है? क्या यह विश्वसनीय है?
2. **क्रॉस-चेकिंग:** क्या इस जानकारी को कम से कम दो या तीन स्वतंत्र और विश्वसनीय स्रोतों से सत्यापित किया जा सकता है?
3. **तस्वीरों और वीडियो का विश्लेषण:** क्या मीडिया फ़ाइलें असली हैं या डीपफेक या फोटोशॉप का उपयोग करके हेरफेर की गई हैं? (Reverse Image Search, Metadata Analysis)।
4. **पारदर्शिता:** जब फेक न्यूज़ को उजागर किया जाता है, तो पत्रकार को यह स्पष्ट रूप से बताना चाहिए कि जानकारी कैसे गलत है और सही तथ्य क्या हैं।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

जिम्मेदार प्रेस को अब न केवल **प्रथम सूचना प्रदाता** (First Informer) बनने की दौड़ से बचना चाहिए, बल्कि **अंतिम सत्य प्रदाता** (Final Truth Provider) बनने पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए। कई मीडिया संगठनों ने अब समर्पित तथ्य-जाँच डेस्क और वेबसाइटें स्थापित की हैं, जो इस बात का प्रमाण हैं कि पत्रकारिता ने इस नई जिम्मेदारी को स्वीकार कर लिया है। दुष्प्रचार के खिलाफ लड़ाई में प्रेस का दायित्व नागरिकों को **मीडिया साक्षरता (Media Literacy)** के बारे में शिक्षित करना भी है ताकि वे स्वयं सत्य और असत्य के बीच अंतर कर सकें।

10. प्रेस और सामाजिक परिवर्तन: लोकतंत्र को मजबूत करने में भूमिका

प्रेस का अंतिम और सबसे व्यापक दायित्व समाज को सकारात्मक रूप से प्रभावित करना और लोकतंत्र को मजबूत करना है। यह दायित्व केवल खबरों को रिपोर्ट करने तक सीमित नहीं है, बल्कि **परिवर्तन का उत्प्रेरक (Catalyst for Change)** बनने तक विस्तृत है। प्रेस अपनी खोजी पत्रकारिता (Investigative Journalism) के माध्यम से शासन में पारदर्शिता (Transparency) और जवाबदेही (Accountability) सुनिश्चित करता है। भ्रष्टाचार, मानवाधिकारों के उल्लंघन, और पर्यावरण क्षरण जैसे महत्वपूर्ण मुद्दों को उजागर करके, प्रेस जनता को लामबंद करता है और सरकार को आवश्यक कार्रवाई करने के लिए मजबूर करता है। उदाहरण के लिए, बड़े घोटालों या सामाजिक अन्याय की कहानियों को सामने लाने से नीतिगत सुधार हुए हैं और समाज में जागरूकता आई है।

प्रेस की भूमिकाएँ इस प्रकार हैं:

- **जनमत निर्माण:** यह विभिन्न दृष्टिकोणों को प्रस्तुत करके और महत्वपूर्ण सार्वजनिक बहसों को सुविधाजनक बनाकर एक सूचित जनमत (Informed Public Opinion) के निर्माण में मदद करता है।
- **शिक्षा और जागरूकता:** यह जटिल सामाजिक-आर्थिक मुद्दों को सरल बनाकर नागरिकों को शिक्षित करता है।
- **शक्तिहीन की आवाज:** प्रेस समाज के हाशिए पर पड़े और शक्तिहीन वर्गों को एक मंच प्रदान करता है, जिससे वे अपनी शिकायतें और आवाजें सत्ता के गलियारों तक पहुँचा सकें। यह लोकतांत्रिक समावेशिता को बढ़ावा देता है।

एक स्वतंत्र और जिम्मेदार प्रेस वह संस्था है जो स्वतंत्रता के संवैधानिक प्रावधानों का उपयोग **लोकहित** की सेवा के लिए करती है। जब प्रेस अपनी स्वतंत्रता का उपयोग ईमानदारी, सटीकता और निष्पक्षता के साथ करता है, तभी वह वास्तविक अर्थों में लोकतंत्र का प्रहरी बन पाता है और सामाजिक परिवर्तन की दिशा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। लोकतंत्र की मजबूती और प्रेस के दायित्वों का निर्वहन एक-दूसरे के पूरक हैं।

पत्रकारिता की
नीतियाँ, आचार
संहिता एवं
कानून





इकाई 5.3: मीडिया नैतिकता और आचार संहिता

5.3.1 मीडिया नैतिकता (Media Ethics)

मीडिया नैतिकता, जिसे पत्रकारिता नीतिशास्त्र भी कहा जाता है, उन नैतिक सिद्धांतों और मूल्यों का समुच्चय है जो पत्रकारों और मीडिया संगठनों को समाचारों के संकलन, लेखन और प्रसारण के दौरान मार्गदर्शन प्रदान करते हैं। यह केवल कानून या विनियमन का पालन करने तक सीमित नहीं है, बल्कि यह सार्वजनिक विश्वास और जिम्मेदारी की भावना पर आधारित है। मीडिया की शक्ति अपार है; यह जनमत को प्रभावित कर सकती है, सरकारों को बदल सकती है और व्यक्तियों के जीवन को स्थायी रूप से प्रभावित कर सकती है। इसलिए, इस शक्ति के साथ अत्यधिक **नैतिक जिम्मेदारी** जुड़ी होती है। मीडिया नैतिकता सुनिश्चित करती है कि यह शक्ति रचनात्मक हो, न कि विनाशकारी।

मीडिया नैतिकता के तीन मुख्य स्तंभ हैं: **सत्यता (Truth)**, **निष्पक्षता (Impartiality)**, और **गोपनीयता (Privacy/Confidentiality)**।

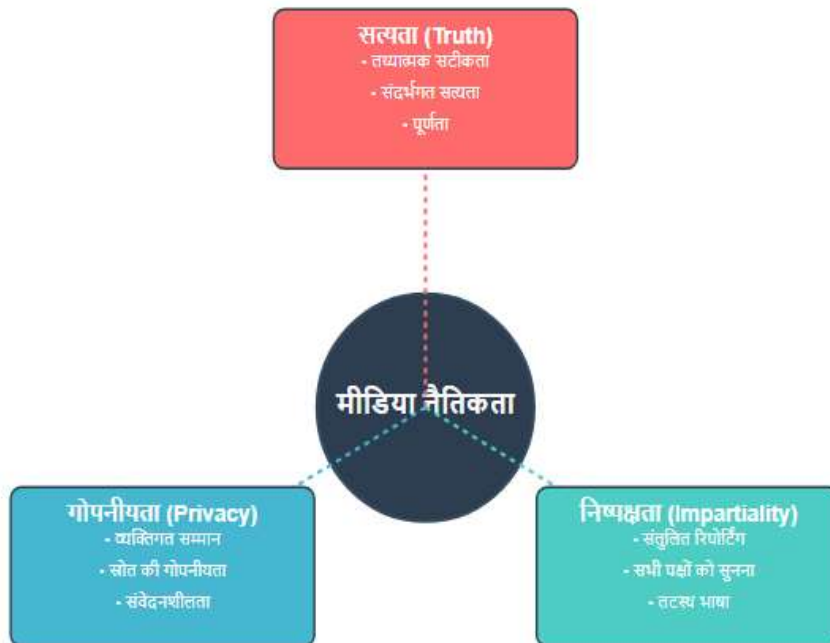
I. सत्यता (Truthfulness): लोकतंत्र की पहली शर्त

सत्यता मीडिया नैतिकता का आधारभूत सिद्धांत है। यह अपेक्षा करती है कि पत्रकार केवल सत्यापित और सटीक जानकारी ही प्रकाशित करें। सत्यता का अर्थ केवल तथ्यों को सही बताना नहीं है, बल्कि यह सुनिश्चित करना है कि तथ्यों को उनके सही संदर्भ और पूर्णता के साथ प्रस्तुत किया जाए।

सत्यता का आयाम

क. तथ्यात्मक सटीकता (Factual Accuracy): इसका तात्पर्य है कि नाम, तारीखें, स्थान, उद्धरण और आँकड़े पूर्णतः सही होने चाहिए। एक पत्रकार को कभी भी जानबूझकर या लापरवाही से **भ्रामक** जानकारी नहीं देनी चाहिए। **ख. संदर्भगत सत्यता (Contextual Truth):** यह तथ्यात्मक सटीकता से अधिक महत्वपूर्ण है। यदि कोई बयान तथ्यात्मक रूप से सही है, लेकिन उसे संदर्भ से हटाकर (Out of

Context) प्रस्तुत किया जाता है, तो वह पूरी तरह से **असत्य** और भ्रामक हो सकता है। नैतिक पत्रकारिता में तथ्यों को उनकी व्यापक सामाजिक और ऐतिहासिक पृष्ठभूमि में प्रस्तुत करना आवश्यक है। **ग. पूर्णता और संतुलन (Completeness and Balance):** सत्यता केवल एक पक्ष के तथ्यों को दिखाने से नहीं बनती, बल्कि सभी आवश्यक और प्रासंगिक जानकारी को शामिल करने से बनती है। एक नैतिक पत्रकार एक कहानी के सभी महत्वपूर्ण पहलुओं को शामिल करता है, भले ही वे उसकी अपनी धारणाओं के विपरीत हों।



चित्र 5.2: मीडिया नैतिकता के स्तंभ

सत्यता में चुनौतियाँ और निवारण

आधुनिक 24x7 समाचार चक्र और सोशल मीडिया के युग में, **ब्रेकिंग न्यूज़** के दबाव में अक्सर सत्यता से समझौता किया जाता है। अपुष्ट स्रोतों, अफवाहों और 'फ़ेक न्यूज़' का प्रसार एक गंभीर नैतिक संकट है। **नैतिक निवारण:**

1. **दोहरी जाँच (Double-Checking):** महत्वपूर्ण सूचनाओं के लिए हमेशा दो या अधिक स्वतंत्र और विश्वसनीय स्रोतों से पुष्टि करना।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

2. **पारदर्शिता (Transparency):** यदि कोई जानकारी अपुष्ट है, तो उसे स्पष्ट रूप से 'अपुष्ट' या 'सूत्रों के हवाले से' बताना।
3. **सुधार (Corrigendum):** गलतियाँ होने पर उन्हें तुरंत और स्पष्ट रूप से स्वीकार करना तथा सुधार प्रकाशित करना।

II. निष्पक्षता (Impartiality and Fairness): सार्वजनिक हित का प्रहरी

निष्पक्षता का अर्थ है बिना किसी व्यक्तिगत पूर्वाग्रह, राजनीतिक दबाव या व्यावसायिक हित के समाचारों का प्रस्तुतीकरण। इसका यह मतलब नहीं है कि पत्रकार को रोबोट की तरह भावहीन होना चाहिए, बल्कि यह सुनिश्चित करना है कि समाचारों में सभी संबंधित दृष्टिकोणों को समान महत्व मिले।

निष्पक्षता और वस्तुनिष्ठता (Objectivity) में अंतर

पारंपरिक तौर पर वस्तुनिष्ठता (Objectivity) पर जोर दिया जाता था, जिसका अर्थ है व्यक्तिगत विचारों को पूरी तरह से अलग रखना। हालांकि, कई विद्वान मानते हैं कि पूर्ण वस्तुनिष्ठता असंभव है, क्योंकि पत्रकार भी सामाजिक प्राणी हैं। इसलिए, आधुनिक नैतिकता निष्पक्षता (Impartiality) और निष्कामता (Fairness) पर अधिक जोर देती है। निष्कामता का अर्थ है:

1. **सभी पक्षों को सुनना (Hearing All Sides):** संघर्ष या विवाद की स्थिति में, सभी प्रमुख हितधारकों को अपनी बात रखने का पर्याप्त अवसर देना।
2. **तटस्थ भाषा (Neutral Language):** ऐसी शब्दावली का उपयोग करने से बचना जो किसी एक पक्ष को दोषी ठहराती हो या दूसरी ओर सहानुभूति पैदा करती हो। उदाहरण के लिए, "आतंकवादी" या "स्वतंत्रता सेनानी" जैसे लेबल के बजाय विवरण का उपयोग करना।
3. **प्रतिक्रिया का अधिकार (Right of Reply):** किसी भी व्यक्ति या संगठन पर गंभीर आरोप लगाने से पहले, उन्हें उस पर प्रतिक्रिया देने का अवसर अवश्य देना चाहिए।

निष्पक्षता में चुनौतियाँ

पत्रकारिता की
नीतियाँ,
आचार संहिता
एवं कानून



1. **स्वामित्व का प्रभाव (Owner's Influence):** मीडिया हाउस के मालिकों का राजनीतिक या व्यावसायिक झुकाव अक्सर संपादकीय निर्णयों को प्रभावित करता है।
2. **वित्तीय हित (Financial Interests):** विज्ञापनदाताओं के दबाव या **पेड न्यूज़** (Paid News) की समस्या से निष्पक्ष रिपोर्टिंग प्रभावित होती है।
3. **चैनल/एंकर का व्यक्तिगत ब्रांड:** कुछ एंकर या पत्रकार अपने व्यक्तिगत विचारों को समाचार विश्लेषण के रूप में प्रस्तुत करते हैं, जिससे निष्पक्षता का उल्लंघन होता है।

III. गोपनीयता (Privacy): मानवीय सम्मान की रक्षा

गोपनीयता का सिद्धांत मीडिया को व्यक्तियों के **निजी जीवन, प्रतिष्ठा और सम्मान** की रक्षा करने के लिए बाध्य करता है। यह सिद्धांत अक्सर **सार्वजनिक हित (Public Interest)** और **जानने के अधिकार (Right to Know)** के साथ टकराव में आता है।

गोपनीयता बनाम सार्वजनिक हित

नैतिक पत्रकारिता इस बात पर सावधानीपूर्वक विचार करती है कि कब किसी व्यक्ति के निजी जीवन का खुलासा करना जनता के हित में है।

1. **सार्वजनिक व्यक्ति (Public Figures):** यदि कोई राजनेता, अधिकारी या प्रसिद्ध व्यक्ति अपने सार्वजनिक कर्तव्यों के निर्वहन में कोई ऐसा कार्य करता है जो जनता के विश्वास को प्रभावित करता है (जैसे भ्रष्टाचार), तो उसके निजी जीवन के कुछ पहलुओं का खुलासा सार्वजनिक हित में हो सकता है।
2. **निजी व्यक्ति (Private Citizens):** सामान्य नागरिकों की गोपनीयता का उल्लंघन करना केवल असाधारण परिस्थितियों में ही स्वीकार्य है, जैसे कि वे किसी बड़े सार्वजनिक घोटाले में शामिल हों या उनकी जानकारी से किसी बड़े खतरे को रोका जा सके।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

3. **संवेदनशीलता (Sensitivity):** दुर्घटनाओं, प्राकृतिक आपदाओं, या यौन अपराधों के पीड़ितों की तस्वीरें या पहचान प्रकाशित करने से उनकी गोपनीयता और गरिमा का उल्लंघन होता है। पत्रकारिता को ऐसी स्थितियों में **न्यूनतम घुसपैठ (Minimal Intrusion)** का सिद्धांत अपनाना चाहिए।

सोर्स की गोपनीयता (Source Confidentiality)

गोपनीयता का एक अन्य महत्वपूर्ण पहलू **स्रोत की गोपनीयता** की रक्षा करना है। यह पत्रकारिता के लिए अत्यंत आवश्यक है, क्योंकि यह पत्रकारों को संवेदनशील या खतरनाक जानकारी रखने वाले लोगों (व्हिसलब्लोअर्स) से बात करने के लिए विश्वास बनाने में मदद करता है। किसी भी स्थिति में, पत्रकार को अपने स्रोत का नाम उजागर करने से बचना चाहिए, जब तक कि कानूनी रूप से ऐसा करने के लिए बाध्य न किया जाए और कोई अन्य रास्ता न हो।

5.3.2 आचारसंहिता (Code of Conduct)

जबकि मीडिया नैतिकता व्यापक सिद्धांत प्रदान करती है, आचारसंहिता (Code of Conduct) या **नैतिक दिशानिर्देश** उन सिद्धांतों को व्यावहारिक, क्रिया-उन्मुख नियमों में बदल देते हैं जिनका पत्रकारों से उनके दैनिक कार्य में पालन करने की अपेक्षा की जाती है। ये नियम अक्सर राष्ट्रीय नियामक निकायों जैसे **भारतीय प्रेस परिषद (PCI)**, या उद्योग संघों जैसे **न्यूज ब्रॉडकास्टर्स एंड डिजिटल एसोसिएशन (NBDA)** द्वारा तैयार किए जाते हैं।

I. पत्रकारों के लिए दिशानिर्देश: नैतिक व्यवहार के नियम

पत्रकारों के लिए आचारसंहिता का मुख्य उद्देश्य **आत्म-नियमन (Self-Regulation)** को बढ़ावा देना, सार्वजनिक विश्वास बनाए रखना और रिपोर्टिंग में उच्च पेशेवर मानकों को सुनिश्चित करना है।

1. पूर्वाग्रह और भेदभाव से मुक्ति

- **विविधता का सम्मान:** पत्रकारिता को सभी धर्मों, जातियों, लिंगों, भाषाओं और क्षेत्रों के प्रति सम्मान दिखाना चाहिए। किसी भी समुदाय या समूह के खिलाफ **रूढ़िवादिता (Stereotyping)** या घृणा को बढ़ावा देने वाली रिपोर्टिंग से बचना चाहिए।
- **अपराधीकरण से परहेज:** किसी व्यक्ति को तब तक दोषी नहीं मानना चाहिए जब तक कि वह कानूनी रूप से सिद्ध न हो जाए। विचाराधीन मामलों (Sub-judice matters) की रिपोर्टिंग करते समय विशेष सावधानी बरतनी चाहिए, ताकि न्याय प्रक्रिया प्रभावित न हो।

2. अनुचित साधनों से सूचना संकलन का निषेध (*Prohibition of Obtaining Information by Unfair Means*)

- **ईमानदारी:** पत्रकारों को हमेशा अपनी पहचान और उद्देश्य स्पष्ट रूप से बताना चाहिए।
- **गुप्त साधनों का उपयोग:** छिपे हुए कैमरे, जासूसी या भेष बदलकर (impersonation) जानकारी एकत्र करना तभी स्वीकार्य है जब:
 - सूचना का सार्वजनिक हित अत्यधिक हो (उदाहरण के लिए, बड़े पैमाने पर भ्रष्टाचार या गंभीर अपराध का खुलासा)।
 - वह जानकारी अन्यथा प्राप्त करना असंभव हो।
 - यह नियम निजी व्यक्तियों के खिलाफ नहीं, बल्कि सार्वजनिक महत्व के मामलों पर लागू होता है।

3. हितों के टकराव का प्रकटीकरण (*Disclosure of Conflict of Interest*)

- **पारदर्शिता:** पत्रकार या मीडिया संगठन को किसी भी ऐसी स्थिति से बचना चाहिए जहाँ उनका व्यक्तिगत, वित्तीय, या राजनीतिक हित उस खबर को प्रभावित कर सकता हो जिसे वे रिपोर्ट कर रहे हैं।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

- **उपहार और रियायतें:** पत्रकारों को रिपोर्टिंग के बदले में उपहार, मुफ्त यात्राएँ, या किसी भी प्रकार की वित्तीय रियायतें स्वीकार नहीं करनी चाहिए। यदि कोई पत्रकार किसी कंपनी के बारे में रिपोर्ट कर रहा है जिसमें उसके शेयर हैं, तो उसे इसका खुलासा करना चाहिए या उस खबर से स्वयं को अलग कर लेना चाहिए।

4. पेड न्यूज़ (Paid News) और विज्ञापन से दूरी

- **संपादकीय स्वतंत्रता:** विज्ञापन और संपादकीय सामग्री के बीच की रेखा हमेशा स्पष्ट होनी चाहिए। विज्ञापन या प्रचार सामग्री को समाचार के रूप में प्रस्तुत करना (पेड न्यूज़) नैतिक पत्रकारिता का सबसे बड़ा उल्लंघन है।
- **प्रकटीकरण:** किसी भी प्रायोजित सामग्री को स्पष्ट रूप से "विज्ञापन," "प्रायोजित सामग्री," या "प्रमोशनल फीचर" के रूप में चिह्नित किया जाना चाहिए।

5. संवेदनशीलता और क्षति को कम करना (Sensitivity and Minimizing Harm)

- **न्यूनतम हानि (Do No Harm):** पत्रकारों को यह विचार करना चाहिए कि उनकी रिपोर्टिंग से किसे नुकसान हो सकता है। आत्महत्या, बाल शोषण, या यौन उत्पीड़न से संबंधित रिपोर्टिंग करते समय अत्यधिक संवेदनशीलता बरतनी चाहिए।
- **हिंसा का चित्रण:** हिंसा या त्रासदी के ग्राफिक चित्रण से बचना चाहिए, जब तक कि वह सार्वजनिक हित के लिए नितांत आवश्यक न हो। उद्देश्य सनसनी फैलाना नहीं, बल्कि सूचित करना होना चाहिए।

6. अफवाहों का खंडन और सुधार (Refuting Rumours and Corrections)

- **तत्काल सुधार:** यदि कोई गलती, विशेष रूप से मानहानिकारक या भ्रामक गलती, प्रकाशित हो जाती है, तो पत्रकार को उसे तत्काल, प्रमुखता से और स्पष्ट रूप से सुधारना चाहिए।

- **जवाबदेही:** पत्रकारिता को जवाबदेह होना चाहिए। किसी की प्रतिष्ठा या व्यवसाय को नुकसान पहुँचाने वाली गलत रिपोर्टिंग के लिए खेद व्यक्त करना और सुधारात्मक कार्रवाई करना आचारसंहिता का महत्वपूर्ण हिस्सा है।

पत्रकारिता की
नीतियाँ, आचार
संहिता एवं
कानून

7. सोशल मीडिया का उपयोग और पेशेवर आचरण

आधुनिक आचारसंहिता अब पत्रकारों के **सोशल मीडिया** व्यवहार को भी शामिल करती है।

- **पेशेवर आचरण:** पत्रकारों को अपने निजी सोशल मीडिया अकाउंट पर भी पेशेवर मानकों को बनाए रखना चाहिए। उनके पोस्ट और टिप्पणियाँ उनकी संस्था की निष्पक्षता पर संदेह पैदा नहीं करनी चाहिए।
- **स्रोतों का प्रमाणीकरण:** सोशल मीडिया पर मिली जानकारी को बिना सत्यापित किए प्रकाशित या प्रसारित नहीं करना चाहिए।
- **अभद्र भाषा से परहेज:** व्यक्तिगत राय व्यक्त करते समय भी, पत्रकारों को अभद्र भाषा, धुवीकरण करने वाली टिप्पणियों और हेट स्पीच से बचना चाहिए।

II. आचारसंहिता की भूमिका और महत्व

आचारसंहिता कानूनी रूप से बाध्यकारी नहीं हो सकती है (कानून की तरह), लेकिन इसका महत्व इसकी **नैतिक और व्यावसायिक बाध्यता** में निहित है।

1. **जनता का विश्वास:** आचारसंहिता का पालन करने से मीडिया की विश्वसनीयता बनी रहती है। यह विश्वास ही मीडिया की असली पूँजी है।
2. **कानूनी सुरक्षा कवच:** नैतिक दिशानिर्देशों का पालन करना अक्सर कानूनी मुकदमों (जैसे मानहानि) से सुरक्षा प्रदान करता है, क्योंकि यह पत्रकार के **सद्भाव (Good Faith)** को दर्शाता है।
3. **पेशेवर मानक:** यह पेशे के लिए एक सामान्य मानक स्थापित करता है, जिससे नए पत्रकारों को पता चलता है कि उनसे क्या अपेक्षित है।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

4. **लोकतंत्र को मजबूत करना:** एक नैतिक रूप से संचालित मीडिया ही जनता को सही मायने में सूचित कर सकता है, जिससे वे तर्कसंगत निर्णय ले पाते हैं और लोकतंत्र को मजबूत करते हैं।

मीडिया नैतिकता सिद्धांत है, और आचारसंहिता उस सिद्धांत को व्यवहार में लाने का **रोडमैप** है। एक जिम्मेदार पत्रकार वह है जो हर कहानी को इन नैतिक चश्मे से देखता है।

इकाई 5.4: पत्रकारिता और गोपनीयता

पत्रकारिता की
नीतियाँ,
आचार संहिता
एवं कानून



5.4.1 गोपनीयता का अधिकार

व्यक्तिगत गोपनीयता बनाम सार्वजनिक हित

1. परिचय: गोपनीयता का मौलिक अधिकार

गोपनीयता का अधिकार (Right to Privacy) किसी भी लोकतांत्रिक समाज में व्यक्ति की गरिमा और स्वतंत्रता का मूल आधार है। यह अधिकार व्यक्ति को यह निर्धारित करने की शक्ति देता है कि उसकी व्यक्तिगत जानकारी, डेटा और जीवन से संबंधित मामलों को कब, कैसे और किस हद तक दूसरों के साथ साझा किया जाएगा। भारतीय संदर्भ में, इस अधिकार को **सुप्रीम कोर्ट ने के.एस. पुट्टास्वामी बनाम यूनियन ऑफ इंडिया (2017)** मामले में संविधान के अनुच्छेद 21 (जीवन और व्यक्तिगत स्वतंत्रता का अधिकार) के तहत एक **मौलिक अधिकार** घोषित किया है। यह निर्णय स्पष्ट करता है कि गोपनीयता केवल एकांत में रहने का अधिकार नहीं है, बल्कि यह व्यक्ति की स्वायत्तता, पहचान और व्यक्तिगत चयन की क्षमता को भी समाहित करता है। हालांकि, यह मौलिक अधिकार होते हुए भी, यह एक **पूर्ण अधिकार नहीं** है। यह वह बिंदु है जहाँ इसकी सीमाएँ सार्वजनिक हित के सिद्धांतों से टकराती हैं, जिससे एक आवश्यक कानूनी और नैतिक दुविधा जन्म लेती है। यह टकराव तब और भी जटिल हो जाता है जब राज्य या सार्वजनिक संस्थाएँ सामूहिक कल्याण, सुरक्षा या कानून व्यवस्था बनाए रखने के लिए व्यक्तिगत जानकारी तक पहुँचने की मांग करती हैं।

2. गोपनीयता की संवैधानिक नींव

भारतीय संविधान में गोपनीयता का अधिकार सीधे तौर पर नहीं लिखा गया था, लेकिन न्यायिक व्याख्या ने इसे एक अंतर्निहित और महत्वपूर्ण अधिकार बना दिया। पुट्टास्वामी मामले ने इसे अनुच्छेद 14 (समानता), अनुच्छेद 19 (अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता), और सबसे महत्वपूर्ण रूप से, अनुच्छेद 21 (जीवन का अधिकार) के एक अभिन्न अंग के रूप में स्थापित किया। इस संवैधानिक नींव का मतलब है कि राज्य द्वारा गोपनीयता का कोई भी अतिक्रमण **"कानून द्वारा स्थापित प्रक्रिया"** के



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

अनुसार, तर्कसंगत और आनुपातिक होना चाहिए। न्यायालय ने स्पष्ट किया कि किसी भी सरकारी कार्रवाई को गोपनीयता में दखल देने के लिए तीन कसौटियों को पूरा करना होगा: पहला, एक वैध राज्य उद्देश्य होना चाहिए; दूसरा, यह कार्रवाई एक कानूनी प्रावधान पर आधारित होनी चाहिए; और तीसरा, यह कार्रवाई आनुपातिक होनी चाहिए, जिसका अर्थ है कि यह आवश्यक से अधिक हस्तक्षेप न करे। यह कसौटी ही व्यक्तिगत गोपनीयता और सार्वजनिक हित के बीच संतुलन स्थापित करने का मुख्य उपकरण है।

3. सार्वजनिक हित की परिभाषा और दायरा

"सार्वजनिक हित" (Public Interest) एक व्यापक, गतिशील और अक्सर अस्पष्ट अवधारणा है जिसका कोई निश्चित कानूनी अर्थ नहीं है। मोटे तौर पर, सार्वजनिक हित उन कार्यों या नीतियों को संदर्भित करता है जो आम जनता के कल्याण, स्वास्थ्य, सुरक्षा, नैतिकता और समग्र लाभ को बढ़ावा देते हैं। इसका दायरा कानून व्यवस्था बनाए रखने, अपराध की रोकथाम, राष्ट्रीय सुरक्षा, आर्थिक स्थिरता, लोक स्वास्थ्य आपातकाल (जैसे महामारी), और भ्रष्टाचार का मुकाबला करने तक फैला हुआ है। जब व्यक्तिगत गोपनीयता और सार्वजनिक हित टकराते हैं, तो सार्वजनिक हित अक्सर राज्य को यह तर्क देने की अनुमति देता है कि बड़े पैमाने पर समाज को लाभ पहुँचाने के लिए या बड़े नुकसान को रोकने के लिए कुछ व्यक्तियों की गोपनीयता को सीमित किया जा सकता है। हालाँकि, इस अवधारणा के व्यापक होने के कारण, राज्य को इसका दुरुपयोग करने से रोकने के लिए कठोर न्यायिक जाँच की आवश्यकता होती है।

4. टकराव का मूल कारण: संतुलन की आवश्यकता

गोपनीयता और सार्वजनिक हित के बीच का टकराव शक्ति और स्वतंत्रता का टकराव है। व्यक्तिगत गोपनीयता व्यक्ति को राज्य की अत्यधिक निगरानी से बचाती है, जबकि सार्वजनिक हित राज्य को अपनी आवश्यक कार्यों (जैसे सुरक्षा और कल्याण) को प्रभावी ढंग से करने की शक्ति देता है। टकराव तब होता है जब राज्य सार्वजनिक हित के नाम पर ऐसी जानकारी एकत्र करने या संसाधित करने की मांग करता है जो व्यक्तियों की निजी जानकारी से समझौता करती है। उदाहरण के लिए, बड़े पैमाने पर

इलेक्ट्रॉनिक निगरानी, आवश्यक होते हुए भी, लाखों निर्दोष नागरिकों की निजी बातचीत और आंदोलनों को रिकॉर्ड करती है। इस टकराव को दूर करने का एकमात्र रास्ता **"आनुपातिकता का सिद्धांत"** (Principle of Proportionality) लागू करना है। इस सिद्धांत के अनुसार, सार्वजनिक हित में किया गया कोई भी हस्तक्षेप न केवल कानूनी रूप से समर्थित होना चाहिए, बल्कि यह भी सुनिश्चित करना चाहिए कि गोपनीयता पर पड़ने वाला प्रभाव, सार्वजनिक लाभ के मुकाबले उचित और न्यूनतम हो।

5. राष्ट्रीय सुरक्षा और निगरानी

राष्ट्रीय सुरक्षा सार्वजनिक हित का एक सबसे महत्वपूर्ण और अक्सर विवादित क्षेत्र है जो गोपनीयता पर सबसे बड़ा अतिक्रमण करता है। आतंकवादी खतरों, जासूसी और संगठित अपराध का मुकाबला करने के लिए, राज्य अक्सर व्यापक निगरानी कार्यक्रमों का सहारा लेते हैं, जिसमें फोन टैपिंग, ईमेल और इंटरनेट गतिविधि पर नज़र रखना शामिल है। इस संदर्भ में, राज्य का तर्क है कि कुछ संदिग्धों पर नज़र रखने के लिए बड़े पैमाने पर डेटा संग्रह आवश्यक है। यहाँ व्यक्तिगत स्वतंत्रता और राज्य की सुरक्षा के बीच तनाव स्पष्ट है। गोपनीयता के समर्थक तर्क देते हैं कि असीमित निगरानी एक **"निगरानी राज्य"** (Surveillance State) को जन्म देती है, जो नागरिक स्वतंत्रता का दम घोट देती है और निर्दोष व्यक्तियों को भी हमेशा संशय की छाया में रखती है। समाधान के लिए आवश्यक है कि निगरानी को स्वतंत्र न्यायिक निरीक्षण के अधीन किया जाए और डेटा का संग्रह केवल एक विशिष्ट, आवश्यक और समय-सीमित उद्देश्य के लिए किया जाए, न कि सामान्य और व्यापक आधार पर।

6. स्वास्थ्य डेटा और महामारी प्रबंधन

स्वास्थ्य डेटा सबसे संवेदनशील व्यक्तिगत जानकारी में से एक है। सार्वजनिक हित में, विशेष रूप से कोविड-19 जैसी महामारियों के दौरान, सरकारें संपर्क ट्रेसिंग, टीकाकरण की स्थिति और यात्रा इतिहास जैसे व्यक्तिगत स्वास्थ्य डेटा का उपयोग करने का प्रयास करती हैं। इसका उद्देश्य बीमारी के प्रसार को रोकना और सार्वजनिक स्वास्थ्य आपातकाल का प्रबंधन करना है। हालांकि, इस डेटा के दुरुपयोग या अनधिकृत प्रकटीकरण का गंभीर परिणाम हो सकता है, जैसे कि भेदभाव या



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

सामाजिक बहिष्कार। इसलिए, सार्वजनिक हित में भी स्वास्थ्य डेटा का उपयोग करते समय, यह सुनिश्चित करना आवश्यक है कि डेटा को **गुमनाम** (anonymized) रखा जाए, डेटा का संग्रह न्यूनतम हो, और इसे केवल चिकित्सा उद्देश्यों के लिए उपयोग किया जाए। उपयोग समाप्त होने के बाद डेटा को तुरंत नष्ट कर दिया जाना चाहिए, ताकि यह सार्वजनिक हित की आवश्यकता और व्यक्तिगत गोपनीयता की सुरक्षा के बीच संतुलन बनाए रखे।

7. सोशल मीडिया और डेटा का मुद्रीकरण

आज के डिजिटल युग में, गोपनीयता का सबसे बड़ा उल्लंघन अक्सर राज्य के बजाय निजी कंपनियों द्वारा किया जाता है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म, ई-कॉमर्स कंपनियाँ और तकनीकी दिग्गज अपने उपयोगकर्ताओं के व्यवहार, वरीयताओं और व्यक्तिगत डेटा का लगातार संग्रह करते हैं, जिसका उपयोग वे लक्षित विज्ञापन (Targeted Advertising) और **डेटा मुद्रीकरण** के लिए करते हैं। यह 'सार्वजनिक हित' के बजाय 'व्यावसायिक हित' का मामला है, लेकिन इसका प्रभाव व्यापक सार्वजनिक हित पर पड़ता है, क्योंकि यह डेटा हेरफेर, चुनावों में हस्तक्षेप और समाज के ध्रुवीकरण का कारण बन सकता है। यहाँ टकराव यह है कि व्यक्ति स्वेच्छा से डेटा प्रदान करता है (अक्सर उपयोग की शर्तों को बिना पढ़े), लेकिन उन्हें यह पता नहीं होता कि उनका डेटा कैसे संसाधित और बेचा जाएगा। इस समस्या का समाधान **डेटा संरक्षण कानून** (जैसे भारत का डिजिटल पर्सनल डेटा प्रोटेक्शन एक्ट) के माध्यम से किया जाता है, जो व्यक्तियों को अपने डेटा पर नियंत्रण प्रदान करता है और कंपनियों पर सख्त जवाबदेही लागू करता है।

8. न्यायिक हस्तक्षेप और संतुलन परीक्षण

न्यायपालिका गोपनीयता और सार्वजनिक हित के बीच संतुलन साधने में निर्णायक भूमिका निभाती है। पुट्टास्वामी निर्णय के बाद, भारतीय अदालतें "**संतुलन परीक्षण**" (Balancing Test) का उपयोग करती हैं। जब भी कोई सरकारी कानून या कार्रवाई गोपनीयता का उल्लंघन करती है, तो अदालतें यह निर्धारित करती हैं कि क्या सार्वजनिक हित में हस्तक्षेप आवश्यक था और क्या हस्तक्षेप का पैमाना उस उद्देश्य के लिए आनुपातिक था। यदि राज्य के पास सार्वजनिक उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए

गोपनीयता का कम उल्लंघन करने वाला कोई वैकल्पिक साधन उपलब्ध है, तो अदालतें बड़े हस्तक्षेप को खारिज कर देती हैं। उदाहरण के लिए, यदि सरकार का उद्देश्य कर चोरी रोकना है, तो वह पूरे देश की व्यापक निगरानी नहीं कर सकती, बल्कि केवल संदिग्धों के डेटा की जाँच कर सकती है। न्यायिक सक्रियता यह सुनिश्चित करती है कि सार्वजनिक हित का बैनर राज्य के मनमाने और अत्यधिक हस्तक्षेप के लिए ढाल न बन जाए।

9. आधुनिक डिजिटल युग की चुनौतियाँ

डिजिटल युग ने गोपनीयता को अभूतपूर्व चुनौतियों से भर दिया है। **बिग डेटा** (Big Data), **आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI)** और **फेस रिकग्निशन** जैसी प्रौद्योगिकियाँ सार्वजनिक हित के नाम पर बड़े पैमाने पर डेटा एकत्र करने और उसका विश्लेषण करने की क्षमता रखती हैं। AI आधारित निगरानी प्रणाली बिना मानवीय हस्तक्षेप के ही लाखों व्यक्तियों पर नज़र रख सकती है और उनके व्यवहार का विश्लेषण कर सकती है। इसके अलावा, डेटा अब सीमा-पार प्रवाहित होता है, जिससे **डेटा स्थानीयकरण** (Data Localization) और विदेशी न्यायिक क्षेत्राधिकारों के तहत डेटा सुरक्षा जैसे जटिल मुद्दे पैदा होते हैं। इन चुनौतियों का सामना करने के लिए केवल कानूनी प्रावधान पर्याप्त नहीं हैं; हमें तकनीकी समाधान (जैसे एंड-टू-एंड एन्क्रिप्शन) और मजबूत डेटा प्रशासन ढाँचे की आवश्यकता है जो यह सुनिश्चित करे कि सार्वजनिक हित में एकत्र किए गए डेटा का दुरुपयोग न हो और इसे दुर्भावनापूर्ण हमलों से बचाया जा सके।

व्यक्तिगत गोपनीयता और सार्वजनिक हित के बीच का संबंध एक स्थायी तनाव है जिसके लिए निरंतर समायोजन और सावधानीपूर्वक कानूनी ढाँचे की आवश्यकता है। आगे का रास्ता कठोर नियमों, तकनीकी सुरक्षा उपायों और नागरिक जागरूकता पर निर्भर करता है। हमें एक ऐसी **"गोपनीयता-डिज़ाइन"** (Privacy by Design) संस्कृति को बढ़ावा देना होगा जहाँ नई तकनीकें और नीतियाँ शुरू से ही गोपनीयता सुरक्षा को प्राथमिकता दें। सार्वजनिक हित में किए गए किसी भी हस्तक्षेप को हमेशा "अंतिम उपाय" (Last Resort) के रूप में देखा जाना चाहिए, न कि पहले विकल्प के



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

रूप में। अंततः, एक स्वस्थ लोकतंत्र तभी कायम रह सकता है जब नागरिक यह महसूस करें कि उनके सबसे निजी अधिकार सुरक्षित हैं, जबकि राज्य सामूहिक सुरक्षा और कल्याण सुनिश्चित करने के लिए आवश्यक शक्ति रखता है। इस संतुलन को बनाए रखने के लिए विधायिका, न्यायपालिका और नागरिकों के बीच निरंतर संवाद आवश्यक है ताकि सार्वजनिक हित का उपयोग कभी भी नागरिक स्वतंत्रता को दबाने के लिए न किया जा सके।

इकाई 5.5: विज्ञापन और मीडिया

पत्रकारिता की
नीतियाँ,
आचार संहिता
एवं कानून



5.5.1 विज्ञापन और मीडिया

विज्ञापन और मीडिया: राजस्व स्रोत और नैतिकता

१. मीडिया और विज्ञापन का परिचय (Media aur Vigyapan ka Parichay)

जनसंचार माध्यम (मीडिया) लोकतंत्र का चौथा स्तंभ माना जाता है, जिसका प्राथमिक कार्य सूचना, शिक्षा और मनोरंजन प्रदान करना है, साथ ही सत्ता पर निगरानी रखना भी है। मीडिया के अंतर्गत प्रिंट (समाचार पत्र, पत्रिकाएँ), इलेक्ट्रॉनिक (रेडियो, टेलीविजन), और डिजिटल (वेबसाइटें, सोशल मीडिया) प्लेटफॉर्म शामिल हैं। ये सभी समाज के विचारों, प्राथमिकताओं और सांस्कृतिक मूल्यों को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। विज्ञापन, दूसरी ओर, एक ऐसा उपकरण है जिसका उपयोग उत्पादों, सेवाओं या विचारों को लक्षित दर्शकों तक पहुँचाने और उन्हें खरीदने या अपनाने के लिए प्रेरित करने हेतु किया जाता है। विज्ञापन और मीडिया का संबंध सहजीवी (Symbiotic) है; जहाँ मीडिया अपने प्रसार के लिए विज्ञापन पर निर्भर करता है, वहीं विज्ञापन अपने संदेश को व्यापक रूप से वितरित करने के लिए मीडिया प्लेटफॉर्म पर निर्भर करता है।

यह सहजीवी संबंध ही इस पूरे विषय के केंद्र में है, क्योंकि मीडिया का अस्तित्व और उसकी पहुँच विज्ञापन से मिलने वाले राजस्व पर टिकी होती है। यह राजस्व मीडिया संगठन को परिचालन लागत, कर्मचारियों के वेतन और तकनीकी उन्नयन को बनाए रखने में सक्षम बनाता है। हालांकि, जैसे ही लाभ कमाने की आवश्यकता सूचना के प्रसारण की नैतिक जिम्मेदारी के साथ टकराती है, मीडिया की स्वतंत्रता, विश्वसनीयता और निष्पक्षता पर सवाल उठने लगते हैं। इस विस्तृत विश्लेषण में, हम इसी नाजुक संतुलन को समझेंगे कि कैसे राजस्व की खोज मीडिया के नैतिक दायित्वों को प्रभावित करती है, और एक जिम्मेदार संचार पारिस्थितिकी तंत्र को बनाए रखने के लिए क्या आवश्यक है।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

२. मीडिया का प्राथमिक राजस्व स्रोत: विज्ञापन

अधिकांश वाणिज्यिक मीडिया संगठनों के लिए, विज्ञापन ही जीवनरेखा और राजस्व का मुख्य स्रोत है। प्रिंट मीडिया में पृष्ठ स्थान, टेलीविजन और रेडियो में एयरटाइम तथा डिजिटल मीडिया में इंप्रेशन और क्लिक्स बेचे जाते हैं। यह आर्थिक मॉडल उपभोक्ता के लिए मीडिया सामग्री को कम लागत पर या निःशुल्क उपलब्ध कराने की नींव रखता है। उदाहरण के लिए, एक समाचार पत्र की कीमत उसकी छपाई लागत से काफी कम होती है, क्योंकि शेष लागत विज्ञापनों से पूरी की जाती है। इसी प्रकार, टेलीविजन चैनल और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म मुफ्त कंटेंट देते हैं, लेकिन दर्शकों की संख्या के आधार पर विज्ञापनदाताओं से शुल्क लेते हैं। यह राजस्व स्रोत मीडिया के विस्तार और आधुनिकीकरण को सुनिश्चित करता है। बड़े विज्ञापन राजस्व के कारण मीडिया हाउस उन्नत तकनीक, अंतर्राष्ट्रीय कवरेज और विशेषज्ञ पत्रकारों को नियुक्त करने में सक्षम होते हैं। हालाँकि, विज्ञापनदाता की शक्ति यहीं से उत्पन्न होती है। जो विज्ञापनदाता सबसे अधिक भुगतान करता है, वह न केवल प्रमुख स्थान प्राप्त करता है, बल्कि अप्रत्यक्ष रूप से मीडिया आउटलेट के आर्थिक स्वास्थ्य को भी नियंत्रित करता है। यह आर्थिक निर्भरता मीडिया की नैतिक सीमा का पहला परीक्षण बन जाती है, क्योंकि मीडिया संगठन अक्सर अपने सबसे बड़े ग्राहकों के हितों के विपरीत रिपोर्टिंग करने से हिचकिचाते हैं। इस प्रकार, विज्ञापन राजस्व मीडिया की स्वतंत्रता का संरक्षक और साथ ही उसका संभावित संहारक भी बन जाता है।

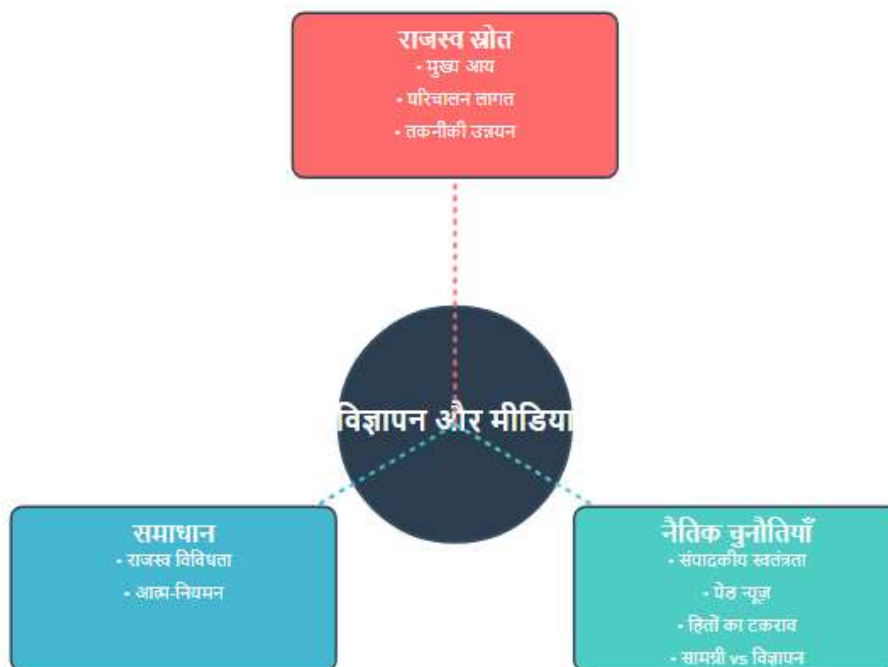
३. विज्ञापन और संपादकीय स्वतंत्रता

संपादकीय स्वतंत्रता का अर्थ है कि पत्रकारिता का कंटेंट विज्ञापन या व्यावसायिक दबावों से प्रभावित हुए बिना, सार्वजनिक हित और सत्य की खोज के सिद्धांतों पर आधारित होना चाहिए। हालाँकि, विज्ञापन-जनित राजस्व मॉडल इस स्वतंत्रता को लगातार चुनौती देता है। जब कोई मीडिया हाउस किसी बड़े निगम या सरकारी विभाग से महत्वपूर्ण विज्ञापन राजस्व प्राप्त करता है, तो उस निगम या विभाग से संबंधित आलोचनात्मक या नकारात्मक कहानियों को दबाने का दबाव बन जाता है। यह दबाव सूक्ष्म हो सकता है, जैसे कि 'सेल्फ-सेंसरशिप' (पत्रकारों द्वारा स्वयं ही

संवेदनशील विषयों से बचना), या यह सीधा हो सकता है, जैसे कि विज्ञापनदाता द्वारा नकारात्मक कवरेज के जवाब में विज्ञापन अनुबंध रद्द करने की धमकी देना।

पत्रकारिता की
नीतियाँ, आचार
संहिता एवं
कानून

'पेड न्यूज़' (Paid News) इस नैतिक पतन का सबसे स्पष्ट उदाहरण है। यह वह स्थिति है जहाँ विज्ञापन के रूप में भुगतान की गई सामग्री को सामान्य समाचार या संपादकीय सामग्री के रूप में प्रच्छन्न (disguised) रूप से प्रकाशित किया जाता है। यह प्रथा न केवल पत्रकारिता की विश्वसनीयता को नष्ट करती है बल्कि दर्शकों के साथ विश्वासघात भी करती है, क्योंकि वे विज्ञापन को सूचना का निष्पक्ष स्रोत मान लेते हैं। इस तरह के कृत्यों से संपादकीय और व्यावसायिक वर्गों के बीच की स्पष्ट रेखा धुंधली हो जाती है, जो नैतिक मीडिया के लिए एक अपरिहार्य सिद्धांत है। संपादकीय स्वतंत्रता को बनाए रखने के लिए मीडिया हाउस को स्पष्ट आंतरिक नीतियां बनानी चाहिए, जो यह सुनिश्चित करें कि विज्ञापन बिक्री टीम का संपादकीय निर्णय लेने की प्रक्रिया में कोई हस्तक्षेप न हो।



चित्र 5.3: विज्ञापन और मीडिया का संबंध



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

४. विज्ञापनों में नैतिक दुविधाएँ (Vigyapano mein Naitik Duvidhayein)

स्वयं विज्ञापन उद्योग भी कई नैतिक दुविधाओं से घिरा हुआ है। विज्ञापन का उद्देश्य हमेशा ग्राहकों को आकर्षित करना होता है, लेकिन जब यह उद्देश्य सत्यनिष्ठा और ईमानदारी की कीमत पर हासिल किया जाता है, तो नैतिक प्रश्न उठते हैं। सबसे आम नैतिक दुविधाएँ भ्रामक विज्ञापन (Misleading Advertising) और अतिरंजित दावे (Exaggerated Claims) हैं, जहाँ उत्पाद के लाभों को बढ़ा-चढ़ाकर पेश किया जाता है या महत्वपूर्ण जानकारी को छिपा दिया जाता है। उदाहरण के लिए, स्वास्थ्य उत्पादों, वित्तीय योजनाओं या सौंदर्य प्रसाधनों के विज्ञापन अक्सर वैज्ञानिक प्रमाणों की कमी के बावजूद चमत्कारी परिणाम का दावा करते हैं। इसके अलावा, विज्ञापन अक्सर सामाजिक रूप से गैर-जिम्मेदार होते हैं। इनमें आपत्तिजनक रूढ़िवादिता (offensive stereotypes) को बढ़ावा देना, अवास्तविक शारीरिक मानकों (unrealistic body standards) को स्थापित करना, या बच्चों को ऐसे उत्पादों का उपभोग करने के लिए प्रेरित करना शामिल है जो उनके स्वास्थ्य के लिए हानिकारक हैं (जैसे जंक फूड)। शराब और तंबाकू उत्पादों के विज्ञापन, जो कई देशों में प्रतिबंधित हैं, भी नैतिक चिंता का विषय हैं क्योंकि वे समाज के स्वास्थ्य और कल्याण पर नकारात्मक प्रभाव डालते हैं। इन विज्ञापनों की नैतिक समीक्षा के लिए उद्योग, सरकार और उपभोक्ता समूहों द्वारा संयुक्त प्रयास आवश्यक हैं ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि विज्ञापनदाताओं का लाभ सामाजिक जिम्मेदारी को क्षति न पहुँचाए।

५. डेटा और गोपनीयता का मुद्दा (Data aur Gopneeyata ka Mudda)

डिजिटल युग में, विज्ञापन का स्वरूप पूरी तरह से बदल गया है। अब यह केवल बड़े पैमाने पर प्रसारण नहीं रहा, बल्कि यह अत्यधिक लक्षित (Hyper-Targeted) हो गया है। डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ताओं के व्यवहार, स्थान, खोज इतिहास और सामाजिक इंटरैक्शन से बड़े पैमाने पर डेटा एकत्र करते हैं, जिसे 'बिग डेटा' कहा जाता है। इस डेटा का उपयोग विज्ञापनदाताओं को 'बिल्कुल सही' उपभोक्ता को 'बिल्कुल सही' समय पर विज्ञापन दिखाने में सक्षम बनाता है। यह अत्यधिक प्रभावी राजस्व मॉडल तो है, लेकिन यह गोपनीयता और डेटा नैतिकता का एक गंभीर मुद्दा उठाता है।



पत्रकारिता की
नीतियाँ, आचार
संहिता एवं
कानून

उपयोगकर्ताओं को अक्सर यह पता नहीं होता कि उनके डेटा का उपयोग कैसे किया जा रहा है, और गोपनीयता नीतियों को जटिल कानूनी भाषा में छिपा दिया जाता है। लक्षित विज्ञापन से डेटा उल्लंघनों का खतरा बढ़ जाता है और इससे व्यक्तिगत जानकारी के दुरुपयोग की संभावना पैदा होती है। नैतिक रूप से, मीडिया प्लेटफॉर्म की जिम्मेदारी है कि वे उपयोगकर्ताओं को डेटा संग्रह और उपयोग के बारे में पारदर्शी रूप से सूचित करें और उन्हें अपने डेटा पर नियंत्रण रखने की अनुमति दें। जनरल डेटा प्रोटेक्शन रेगुलेशन (जीडीपीआर) जैसे नियम इस दिशा में महत्वपूर्ण कदम हैं, लेकिन मीडिया और विज्ञापन उद्योग को स्वेच्छा से पारदर्शिता और उपयोगकर्ता की सहमति के उच्चतम मानकों का पालन करने की आवश्यकता है।

६. मीडिया की राजस्व विविधता और निर्भरता

एक स्वस्थ और स्वतंत्र मीडिया के लिए यह महत्वपूर्ण है कि वह केवल विज्ञापन राजस्व पर निर्भर न रहे। राजस्व के स्रोतों में विविधता लाने से मीडिया संगठन की विज्ञापनदाताओं के प्रति निर्भरता कम होती है, जिससे संपादकीय स्वतंत्रता मजबूत होती है। सब्सक्रिप्शन मॉडल (Subscription Model) और पेवॉल (Paywall) डिजिटल मीडिया के लिए महत्वपूर्ण वैकल्पिक स्रोत बनकर उभरे हैं, जहाँ पाठक उच्च-गुणवत्ता वाली पत्रकारिता के लिए भुगतान करते हैं। इसके अलावा, दान, सदस्यता (Membership), इवेंट्स और मर्चेन्डाइज भी राजस्व के वैकल्पिक स्रोत हो सकते हैं। हालांकि, कई मीडिया संगठन, विशेष रूप से विकासशील देशों में, अभी भी विज्ञापन पर अत्यधिक निर्भर हैं, और राजस्व विविधता को लागू करना चुनौतीपूर्ण है। यदि मीडिया आउटलेट का मुख्य फोकस उच्च विज्ञापन राजस्व पर रहता है, तो कंटेंट की गुणवत्ता और गहनता अक्सर खतरे में पड़ जाती है। ऐसे में, 'क्लिकबैट' (Clickbait) और सनसनीखेज पत्रकारिता को बढ़ावा मिलता है क्योंकि इसका तात्कालिक लक्ष्य अधिक 'क्लिक्स' या अधिक 'व्यूअरशिप' हासिल करना होता है, जो अंततः विज्ञापन दरों को बढ़ाता है। नैतिक रूप से, मीडिया को अपने आर्थिक मॉडल को इस तरह से पुनर्गठित करना चाहिए कि गुणवत्तापूर्ण पत्रकारिता को सीधे उपभोक्ताओं या अन्य पारदर्शी और निष्पक्ष स्रोतों से वित्तीय समर्थन मिले, न कि केवल वाणिज्यिक हितों से।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

७. उपभोक्तावाद को बढ़ावा देना

विज्ञापन की एक निहित नैतिक चिंता यह है कि इसका प्राथमिक कार्य उपभोक्तावाद को बढ़ावा देना है। विज्ञापन लोगों को लगातार यह विश्वास दिलाने की कोशिश करता है कि उनकी खुशी, सफलता और सामाजिक स्थिति भौतिक वस्तुओं के स्वामित्व पर निर्भर करती है। यह केवल वस्तुओं की बिक्री तक सीमित नहीं रहता; यह एक ऐसी संस्कृति का निर्माण करता है जहाँ 'चाहिए' (wants) को 'आवश्यकता' (needs) से अधिक महत्व दिया जाता है। मीडिया प्लेटफॉर्म, जो इन विज्ञापनों को प्रसारित करते हैं, अनजाने में इस उपभोक्तावादी चक्र को मजबूत करते हैं। यह चिंता विशेष रूप से तब गंभीर हो जाती है जब मीडिया अपनी रिपोर्टिंग में पर्यावरण, सामाजिक न्याय या आर्थिक असमानता जैसे महत्वपूर्ण विषयों पर उपभोक्तावादी एजेंडे को प्राथमिकता देता है। उदाहरण के लिए, जलवायु परिवर्तन पर रिपोर्टिंग करते समय, यदि मीडिया जीवाश्म ईंधन कंपनियों के विज्ञापनों पर निर्भर करता है, तो रिपोर्टिंग का लहजा और गहराई प्रभावित हो सकती है। नैतिक जिम्मेदारी केवल उत्पादों का विज्ञापन करने तक सीमित नहीं है, बल्कि समाज पर उस विज्ञापन के व्यापक सांस्कृतिक और पर्यावरणीय प्रभाव को भी समझना है। एक जिम्मेदार मीडिया को उपभोक्तावाद की आलोचनात्मक जाँच करनी चाहिए, भले ही यह उसके राजस्व के विपरीत हो।

८. नैतिक पत्रकारिता के मानक

राजस्व के दबावों से निपटने और जनता के प्रति अपने दायित्व को पूरा करने के लिए, मीडिया को सख्त नैतिक मानकों का पालन करना चाहिए। ये मानक निम्नलिखित हैं:

- **सत्य और सटीकता (Truth and Accuracy):** पत्रकारिता का मूलभूत सिद्धांत सत्य को सामने लाना है। सभी रिपोर्टिंग तथ्य-आधारित, संतुलित और सत्यापित होनी चाहिए।
- **निष्पक्षता और संतुलन (Impartiality and Balance):** पत्रकारों को एक तटस्थ दृष्टिकोण बनाए रखना चाहिए और सभी प्रासंगिक पक्षों के विचारों को प्रस्तुत करना चाहिए, खासकर विवादास्पद विषयों पर।

- **भेदभाव (Distinction):** समाचार और राय, साथ ही समाचार और विज्ञापन के बीच हमेशा स्पष्ट अंतर होना चाहिए। 'विज्ञापन' या 'प्रायोजित सामग्री' (Sponsored Content) का स्पष्ट लेबलिंग अनिवार्य है।
- **हानि को कम करना (Minimizing Harm):** रिपोर्टिंग करते समय अनावश्यक रूप से किसी की प्रतिष्ठा, गोपनीयता या भावनाओं को नुकसान न पहुँचाने का ध्यान रखना चाहिए।
- **जवाबदेही और सुधार (Accountability and Correction):** गलतियाँ होने पर, मीडिया हाउस को उन्हें तुरंत स्वीकार करना चाहिए और सार्वजनिक रूप से सुधार करना चाहिए।

इन मानकों को बनाए रखने के लिए मीडिया संगठनों को नैतिक कोड और शिकायत निवारण तंत्र (Grievance Redressal Mechanisms) स्थापित करने की आवश्यकता है, ताकि पत्रकार और जनता दोनों ही व्यावसायिक दबावों से मुक्त होकर काम कर सकें और आवश्यक होने पर शिकायत दर्ज करा सकें।

९. आत्म-नियमन और कानूनी ढाँचा

विज्ञापन और मीडिया नैतिकता को बनाए रखने में आत्म-नियमन (Self-Regulation) और सरकारी कानूनी ढाँचे (Legal Framework) दोनों की महत्वपूर्ण भूमिका है। आत्म-नियमन तब होता है जब उद्योग स्वैच्छिक रूप से अपने लिए नैतिक आचरण के नियम और मानक स्थापित करता है, ताकि बाहरी सरकारी हस्तक्षेप से बचा जा सके। उदाहरण के लिए, भारत में विज्ञापन मानक परिषद (Advertising Standards Council of India - ASCI) विज्ञापन में अनुचित, भ्रामक या आपत्तिजनक सामग्री को नियंत्रित करने का कार्य करती है। आत्म-नियमन का लाभ यह है कि यह उद्योग की जटिलताओं को समझता है और लचीला होता है, लेकिन इसकी सबसे बड़ी कमजोरी यह है कि यह बाध्यकारी नहीं होता, और उल्लंघन करने वालों पर अक्सर पर्याप्त दंड नहीं लगाया जाता। इसलिए, एक मजबूत कानूनी ढाँचा आवश्यक हो जाता है। सरकारें प्रेस परिषदों, प्रसारण नियमों और उपभोक्ता संरक्षण कानूनों के माध्यम से नैतिक पत्रकारिता और विज्ञापन को विनियमित करने का प्रयास करती हैं। हालाँकि, यह संतुलन नाजुक है: अत्यधिक सरकारी विनियमन मीडिया की अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

को बाधित कर सकता है (सेंसरशिप का डर), जबकि अपर्याप्त विनियमन अनैतिक प्रथाओं को पनपने देता है। एक प्रभावी नैतिक शासन के लिए आत्म-नियमन की पहल और सार्वजनिक हित की रक्षा करने वाले एक मजबूत कानूनी जाल के बीच सहयोग आवश्यक है।

१०. भविष्य की दिशा और समाधान (Bhavishya ki Disha aur Samadhan)

डिजिटल क्रांति ने मीडिया के राजस्व मॉडल और नैतिक चुनौतियों को अभूतपूर्व रूप से बदल दिया है। आगे की राह एक ऐसे मीडिया पारिस्थितिकी तंत्र का निर्माण करना है जो आर्थिक रूप से टिकाऊ होने के साथ-साथ नैतिक रूप से भी मजबूत हो। इसके लिए कुछ प्रमुख समाधान निम्नलिखित हैं:

- **उपभोक्ता शिक्षा और मीडिया साक्षरता (Consumer Education and Media Literacy):** जनता को 'पेड न्यूज़' और 'स्पॉन्सर कंटेंट' को पहचानने और आलोचनात्मक रूप से सोचने के लिए शिक्षित करना। एक जागरूक पाठक या दर्शक दबाव समूह के रूप में कार्य कर सकता है।
- **टिकाऊ राजस्व मॉडल (Sustainable Revenue Models):** सब्सक्रिप्शन, दान, और विभिन्न फंडिंग मॉडल को अपनाकर विज्ञापन पर निर्भरता को कम करना। 'पब्लिक सर्विस मीडिया' को मजबूत करने के लिए सरकारी या परोपकारी फंडिंग की आवश्यकता है जो विज्ञापन से मुक्त हो।
- **एल्गोरिथम की जवाबदेही (Algorithmic Accountability):** डिजिटल प्लेटफॉर्म को पारदर्शी होना चाहिए कि कैसे उनके एल्गोरिथम सामग्री के वितरण और विज्ञापन लक्ष्यीकरण को प्रभावित करते हैं, ताकि पक्षपात और गलत सूचना को रोका जा सके।
- **नैतिक पत्रकारिता का समर्थन (Support for Ethical Journalism):** उन संगठनों को प्रोत्साहित करना और पुरस्कृत करना जो उच्च नैतिक मानकों का पालन करते हैं, भले ही उनका राजस्व कम हो।
- **तकनीकी समाधान (Technological Solutions):** ब्लॉकचेन जैसी तकनीकों का उपयोग कर कंटेंट की उत्पत्ति (provenance) को ट्रैक करना और विज्ञापन डेटा के उपयोग में पारदर्शिता लाना।

निष्कर्षतः, विज्ञापन और मीडिया का संबंध अर्थव्यवस्था और नैतिकता के बीच एक सतत संघर्ष है। जब तक मीडिया अपनी मुख्य नैतिक जिम्मेदारी (सत्य बोलना और जनता को सूचित करना) को अपने राजस्व स्रोत (विज्ञापन) पर हावी नहीं होने देता, तब तक यह लोकतंत्र की सेवा कर सकता है। नैतिक मीडिया का भविष्य इस बात पर निर्भर करता है कि वह कितनी जल्दी विज्ञापन-केंद्रित मॉडल से हटकर गुणवत्ता, सत्यनिष्ठा और सार्वजनिक विश्वास पर आधारित विविध राजस्व मॉडल की ओर बढ़ता है।

पत्रकारिता की
नीतियाँ, आचार
संहिता एवं
कानून





इकाई 5.6: पीआर और जनसंपर्क

5.6.1 सार्वजनिक संबंध

सार्वजनिक संबंध (Public Relations – PR) आधुनिक समाज के सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक जीवन का एक अनिवार्य अंग बन चुके हैं। यह एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके माध्यम से किसी संगठन, संस्था, व्यक्ति या सरकार और जनता के बीच पारस्परिक समझ, विश्वास और सहयोग की भावना का निर्माण किया जाता है। सूचना, संचार और तकनीकी क्रांति के युग में जब प्रतिस्पर्धा तीव्र होती जा रही है, तब किसी भी संगठन के लिए केवल उत्पाद या सेवा की गुणवत्ता ही नहीं, बल्कि उसकी छवि और जनता के साथ उसका संबंध भी उतना ही महत्वपूर्ण हो गया है। सार्वजनिक संबंध एक सुनियोजित और सतत प्रक्रिया है जो संगठन और जनता के बीच संवाद का सेतु बनकर कार्य करती है।

2. सार्वजनिक संबंध की परिभाषा

विभिन्न विद्वानों ने सार्वजनिक संबंध की परिभाषा को अलग-अलग दृष्टिकोण से प्रस्तुत किया है। अमेरिकन पब्लिक रिलेशन्स सोसाइटी (PRSA) के अनुसार —

“सार्वजनिक संबंध एक रणनीतिक संचार प्रक्रिया है जो संगठन और उसकी जनता के बीच पारस्परिक लाभकारी संबंधों का निर्माण करती है।” भारतीय संदर्भ में इसे इस प्रकार परिभाषित किया जा सकता है —

“सार्वजनिक संबंध एक ऐसा नियोजित संचार माध्यम है जिसके द्वारा संस्था या संगठन जनता के बीच अपनी नीतियों, विचारों, कार्यक्रमों एवं उद्देश्यों को स्पष्ट करती है और जनता की प्रतिक्रियाओं को समझकर संगठनात्मक सुधार करती है।” इस प्रकार, यह केवल प्रचार या विज्ञापन का कार्य नहीं है, बल्कि यह द्विपक्षीय संवाद की प्रक्रिया है जिसमें संगठन और समाज दोनों की सहभागिता आवश्यक होती है।



पत्रकारिता की
नीतियाँ,
आचार संहिता
एवं कानून

3. सार्वजनिक संबंध का महत्व

सार्वजनिक संबंध का महत्व बहुआयामी है। आज के सूचना-प्रधान युग में यह केवल मीडिया प्रबंधन तक सीमित नहीं रहा, बल्कि यह संगठन की छवि निर्माण, संकट प्रबंधन, ब्रांड साख, नीति निर्माण, सामाजिक उत्तरदायित्व और संगठनात्मक संस्कृति का भी हिस्सा बन चुका है।

(क) संगठन की छवि निर्माण में भूमिका: किसी भी संस्था के लिए जनता के मन में सकारात्मक छवि का निर्माण अत्यंत आवश्यक है। एक मजबूत जनसंपर्क विभाग संगठन की साख और विश्वसनीयता को बढ़ाता है।

(ख) संकट प्रबंधन: जब कोई संस्था विवाद, असंतोष, दुर्घटना या गलत सूचना के संकट से गुजरती है, तब सार्वजनिक संबंध ही वह माध्यम होता है जो संगठन की ओर से तथ्यात्मक और पारदर्शी संवाद स्थापित करता है।

(ग) नीति और रणनीति के निर्माण में योगदान: जनसंपर्क विभाग जनता की प्रतिक्रियाओं और विचारों को संगठनों तक पहुँचाता है, जिससे नीति निर्माण अधिक वास्तविक और प्रभावी बन पाता है।

(घ) सामाजिक उत्तरदायित्व: आधुनिक काल में कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी (CSR) का भी गहरा संबंध जनसंपर्क से है। PR के माध्यम से संगठन समाज में अपनी उपयोगिता और उत्तरदायित्व को प्रदर्शित करता है।

4. सार्वजनिक संबंध की तकनीकें

सार्वजनिक संबंध एक व्यापक क्षेत्र है जिसमें अनेक संचार तकनीकें और माध्यम प्रयुक्त होते हैं। मुख्य तकनीकों को निम्न प्रकार से समझा जा सकता है—

(क) मीडिया संबंध (Media Relations): यह तकनीक पत्रकारों, संपादकों, और मीडिया संस्थानों के साथ स्वस्थ संबंध बनाए रखने पर आधारित है। प्रेस विज्ञप्ति, प्रेस कॉन्फ्रेंस, मीडिया किट आदि इसके प्रमुख उपकरण हैं।



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

(ख) आयोजन और कार्यक्रम (Events & Conferences): संगठन अपने उत्पादों या नीतियों को जनता तक पहुँचाने के लिए कार्यक्रमों, प्रदर्शनियों, सेमिनारों और कार्यशालाओं का आयोजन करता है।

(ग) प्रकाशन और डिजिटल माध्यम: वार्षिक रिपोर्ट, न्यूज़लेटर, ब्लॉग, वेबसाइट और सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म का प्रयोग आधुनिक जनसंपर्क का अभिन्न हिस्सा बन चुका है।

(घ) आंतरिक संचार (Internal Communication): कर्मचारियों के बीच संवाद और समन्वय बनाए रखना भी PR की एक तकनीक है जिससे संगठन में एकता और उत्साह का वातावरण बनता है।

(ङ) अनुसंधान और सर्वेक्षण: सार्वजनिक मत, बाजार रुझान और सामाजिक परिवर्तनों को समझने के लिए सर्वेक्षण और विश्लेषण आवश्यक हैं। ये आंकड़े जनसंपर्क रणनीतियों को वैज्ञानिक आधार प्रदान करते हैं।

5. सार्वजनिक संबंध और विज्ञापन में अंतर

सामान्यतः जनता में यह भ्रम रहता है कि सार्वजनिक संबंध और विज्ञापन समानार्थी हैं, जबकि वस्तुतः यह दो भिन्न अवधारणाएँ हैं। विज्ञापन एकपक्षीय संदेश होता है जो भुगतान करके प्रचार करता है, जबकि जनसंपर्क द्विपक्षीय संवाद की प्रक्रिया है जो विश्वास और सहयोग पर आधारित है। विज्ञापन का उद्देश्य उत्पाद की बिक्री बढ़ाना है, जबकि PR का उद्देश्य संगठन की साख और संबंधों को सुदृढ़ करना है।

6. भारत में सार्वजनिक संबंध का विकास

भारत में जनसंपर्क की परंपरा प्राचीन काल से रही है। सम्राट अशोक द्वारा प्रजा को नीति संदेश देने के लिए स्तंभलेखों और शिलालेखों का प्रयोग, या अकबर के दरबार में जन-संवाद की परंपरा — ये सब प्रारंभिक PR रूप थे। स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद सरकारी संस्थाओं जैसे 'प्रेस इन्फ़ॉर्मेशन ब्यूरो (PIB)' और 'DAVP' ने जनसंपर्क के आधुनिक स्वरूप को संस्थागत रूप दिया।

वर्तमान में निजी कंपनियों, शैक्षणिक संस्थानों, NGOs और राजनीतिक दलों में भी जनसंपर्क विभाग अनिवार्य हो गया है।

पत्रकारिता की
नीतियाँ, आचार
संहिता एवं
कानून



7. डिजिटल युग में सार्वजनिक संबंध

21वीं सदी का PR डिजिटल तकनीक के बिना अधूरा है। सोशल मीडिया, वेब पोर्टल, ब्लॉग, पॉडकास्ट और ऑनलाइन प्रेस रिलीज़ ने पारंपरिक PR की सीमाओं को तोड़ दिया है। अब संगठन सीधे जनता तक पहुँचते हैं, प्रतिक्रियाएँ तुरंत प्राप्त करते हैं और अपनी छवि को निरंतर अद्यतन करते हैं। डिजिटल जनसंपर्क (Digital PR) में पारदर्शिता, तत्परता और सहभागिता सबसे महत्वपूर्ण तत्व हैं।

8. सार्वजनिक संबंध में नैतिकता और पारदर्शिता

PR पेशे की सफलता नैतिकता और विश्वसनीयता पर निर्भर करती है। झूठे प्रचार, भ्रामक विज्ञापन या तथ्यों को छिपाना संगठन की साख को नुकसान पहुँचाते हैं। इसलिए हर जनसंपर्क अधिकारी को सत्य, ईमानदारी और जवाबदेही के सिद्धांतों का पालन करना चाहिए। विश्व स्तर पर 'Code of Ethics' बनाए गए हैं ताकि PR पेशे की गरिमा और पेशेवर आचार संहिता बनी रहे।

5.6.2 जनसंपर्क : संगठन और जनता के बीच सेतु

जनसंपर्क की अवधारणा

जनसंपर्क (Public Relations in Hindi context) मूलतः 'जनता और संगठन के बीच संवाद का माध्यम' है। यह केवल सूचना के आदान-प्रदान की प्रक्रिया नहीं बल्कि एक भावनात्मक और सामाजिक बंधन का निर्माण भी करता है। 'जनसंपर्क' शब्द का अर्थ है — जनता के साथ ऐसा सतत संपर्क जो संस्था के प्रति विश्वास और सहयोग की भावना उत्पन्न करे। यह संगठन और जनता के बीच एक 'सजीव सेतु' का कार्य करता है, जो दोनों पक्षों की आवश्यकताओं, अपेक्षाओं और दृष्टिकोणों को संतुलित रखता है।



जनसंचार
एवं हिन्दी
पत्रकारिता

संगठन और जनता के बीच सेतु की भूमिका

संगठन और जनता के बीच संबंध तभी स्वस्थ रह सकते हैं जब संवाद खुला, पारदर्शी और सम्मानजनक हो। जनसंपर्क अधिकारी इस संवाद का संवाहक होता है।

(क) सूचना प्रसारण: जनसंपर्क अधिकारी संगठन की नीतियों, योजनाओं और उपलब्धियों को समाज तक पहुँचाने का कार्य करता है।

(ख) प्रतिक्रिया संग्रहण: जनता की राय, सुझाव, आलोचनाएँ और आवश्यकताएँ वापस संगठन तक पहुँचाई जाती हैं, जिससे नीतियों में सुधार संभव हो सके।

(ग) विश्वास निर्माण: सतत संवाद और पारदर्शिता से जनता में संगठन के प्रति विश्वास और सहयोग की भावना विकसित होती है।

(घ) सामाजिक समरसता: जनसंपर्क के माध्यम से संगठन केवल अपने हित की बात नहीं करता, बल्कि समाज के व्यापक हितों को ध्यान में रखकर अपनी भूमिका निभाता है।

इस प्रकार जनसंपर्क अधिकारी वास्तव में एक ऐसा 'सेतु' है जो संगठन और समाज के बीच सामंजस्य, सहयोग और संतुलन बनाए रखता है।

सार्वजनिक संबंध और जनसंपर्क आज के युग की ऐसी अनिवार्य अवधारणाएँ हैं जो किसी भी संगठन की सफलता का आधार बन चुकी हैं। यह केवल संचार का कार्य नहीं, बल्कि संगठनात्मक संस्कृति, नीति निर्माण, छवि निर्माण, और सामाजिक जिम्मेदारी का अभिन्न अंग है। डिजिटल क्रांति के इस युग में जहाँ सूचना का प्रवाह तीव्र है, वहाँ PR का कार्य और भी जटिल हो गया है, परंतु इसके माध्यम से संगठन जनता के निकट पहुँचकर न केवल अपने उद्देश्यों की पूर्ति करता है, बल्कि समाज के विकास में भी योगदान देता है। इस प्रकार, सार्वजनिक संबंध वास्तव में आधुनिक युग की वह सामाजिक कला है जो "जनता के हृदय तक पहुँचने का विज्ञान" बन चुकी है।

5.7 स्व-मूल्यांकन प्रश्न

5.7.1 बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQs):

1. भारतीय संविधान के किस अनुच्छेद में प्रेस की स्वतंत्रता शामिल है?

क) अनुच्छेद 14

ख) **अनुच्छेद 19 (1)(a)** – वाक् एवं अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता

ग) अनुच्छेद 21

घ) अनुच्छेद 32

उत्तर: ख) अनुच्छेद 19 (1)(a)

2. प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया की स्थापना कब हुई?

क) 1947

ख) 1956

ग) **1966**

घ) 1976

उत्तर: ग) 1966

3. प्रेस एंड बुक रजिस्ट्रेशन एक्ट कब पारित हुआ?

क) 1857

ख) **1867**

ग) 1877

घ) 1887

उत्तर: ख) 1867

4. प्रेस काउंसिल का मुख्य कार्य है:

क) सरकारी नियंत्रण

ख) **प्रेस की स्वतंत्रता की रक्षा और मानकों का निर्धारण**

ग) विज्ञापन वितरण

घ) समाचार पत्र प्रकाशन

उत्तर: ख) प्रेस की स्वतंत्रता की रक्षा और मानकों का निर्धारण



जनसंचार एवं
हिन्दी
पत्रकारिता

5. पत्रकारिता में सबसे महत्वपूर्ण नैतिक मूल्य है:

- क) सनसनी
- ख) सत्यता और निष्पक्षता
- ग) मुनाफा
- घ) गति

उत्तर: ख) सत्यता और निष्पक्षता

6. गोपनीयता के अधिकार का उल्लंघन होता है जब:

- क) सार्वजनिक हित में जानकारी प्रकाशित की जाए
- ख) बिना अनुमति व्यक्तिगत जानकारी प्रकाशित की जाए
- ग) समाचार प्रकाशित किया जाए
- घ) रिपोर्टिंग की जाए

उत्तर: ख) बिना अनुमति व्यक्तिगत जानकारी प्रकाशित की जाए

7. मीडिया का मुख्य राजस्व स्रोत है:

- क) सरकारी अनुदान
- ख) विज्ञापन
- ग) दान
- घ) चंदा

उत्तर: ख) विज्ञापन

8. PR का पूर्ण रूप है:

- क) Press Relation
- ख) **Public Relations**
- ग) Private Relations
- घ) Political Relations

उत्तर: ख) Public Relations

9. पेड न्यूज़ (Paid News) क्या है?

- क) नैतिक पत्रकारिता
- ख) भ्रष्ट प्रथा जिसमें समाचार के लिए भुगतान लिया जाता है
- ग) विज्ञापन

घ) सही पत्रकारिता

उत्तर: ख) भ्रष्ट प्रथा जिसमें समाचार के लिए भुगतान लिया जाता है

10. **स्टिंग ऑपरेशन में सबसे बड़ा नैतिक मुद्दा है:**

क) तकनीक

ख) गोपनीयता और छिपे कैमरे का उपयोग

ग) समय

घ) लागत

उत्तर: ख) गोपनीयता और छिपे कैमरे का उपयोग

5.7.2 लघु उत्तरीय प्रश्न

1. प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया की भूमिका संक्षेप में बताइए।
2. प्रेस की स्वतंत्रता और दायित्व में क्या अंतर है?
3. मीडिया नैतिकता के तीन प्रमुख सिद्धांत बताइए।
4. गोपनीयता के अधिकार और सार्वजनिक हित में संतुलन कैसे बनाया जाता है?
5. Public Relations (PR) क्या है? संक्षेप में समझाइए।

5.7.3 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. प्रेस की स्वतंत्रता और दायित्व का विस्तार से वर्णन कीजिए। भारतीय संदर्भ में उदाहरण दीजिए।
2. मीडिया नैतिकता और आचार संहिता का विस्तृत परिचय दीजिए। पत्रकारों के लिए नैतिक दिशानिर्देशों का वर्णन कीजिए।
3. पत्रकारिता में गोपनीयता के अधिकार के मुद्दों पर विस्तृत निबंध लिखिए।
4. विज्ञापन और मीडिया के संबंध तथा Public Relations (PR) और जनसंपर्क का विस्तार से वर्णन कीजिए।
5. प्रेस कानून (प्रेस एंड बुक रजिस्ट्रेशन एक्ट, प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया) का विस्तृत विवेचन कीजिए।



संदर्भ

1. आचार्य, रामचंद्र. हिन्दी साहित्य का इतिहास. नई दिल्ली: साहित्य अकादमी, 1950।
2. मिश्रा, हर्ष. भारतीय जनसंचार: सिद्धांत और प्रयोग. वाराणसी: चौखम्बा, 2005।
3. शर्मा, रवीन्द्र. पत्रिका और लोकतंत्र में भूमिका. दिल्ली: प्रकाशन गृह, 2010।
4. सिंह, अनुराग. हिंदी मीडिया और सामाजिक प्रभाव. लखनऊ: ज्ञान दीपक, 2012।
5. शर्मा, कमला. हिंदी पत्रिकाओं का इतिहास. जयपुर: राजस्थान पब्लिकेशन, 2008।
6. गुप्ता, शैलजा. जनसंचार माध्यम और लोकतंत्र. नई दिल्ली: इनफॉर्मेशन पब्लिकेशन, 2015।
7. कुमारी, नेहा. हिंदी समाचार पत्र और पत्रिकाएं. पटना: ज्ञानमंदिर, 2011।
8. शर्मा, डॉ. रमेश. भारतीय मीडिया का विकास और प्रभाव. मुंबई: प्रकाशन भारत, 2013।
9. मिश्रा, सुनील. पत्रिका लेखन और सामाजिक परिवर्तन. दिल्ली: छात्र पब्लिकेशन, 2009।
10. त्रिपाठी, अंशु. जनसंचार और लोकतंत्र. वाराणसी: चौखम्बा, 2014।
11. भारतीय जनसंचार संस्थान. भारतीय जनसंचार रिपोर्ट. नई दिल्ली: IIMC, 2018।
12. सिंह, प्रद्युम्न. हिंदी पत्रकारिता का विकास. लखनऊ: ज्ञान पथ, 2016।
13. गुप्ता, मनीषा. डिजिटल मीडिया और हिंदी पत्रिका. दिल्ली: मीडिया प्रकाशन, 2020।
14. शर्मा, आकाश. पत्रिका और समाज में प्रभाव. जयपुर: सांस्कृतिक प्रकाशन, 2012।
15. नंदिनी, डॉ. हिंदी पत्रिकाओं में सामाजिक मुद्दों का चित्रण. भोपाल: मध्यप्रदेश पब्लिकेशन, 2017।
16. पाण्डेय, अनिल. भारतीय पत्रकारिता का इतिहास. दिल्ली: ज्ञानदीप, 2004।



17. मिश्रा, अरविंद. हिंदी मीडिया और जनसंचार के सिद्धांत. लखनऊ: प्रकाशन विश्व, 2011।
18. शर्मा, दीप्ति. लोकतंत्र और जनसंचार के माध्यम. नई दिल्ली: प्रकाशन हाउस, 2013।
19. चतुर्वेदी, निखिल. हिंदी पत्रिका: विकास और प्रकार. पटना: साहित्य पब्लिकेशन, 2010।
20. भारतीय सूचना और जनसंचार मंत्रालय. भारत में पत्रिका और मीडिया रिपोर्ट, 2019।

4. सारांश (जनसंचार एवं हिन्दी पत्रकारिता)

निष्कर्षतः जनसंचार का आशय है — ऐसे संचार माध्यम जिनके द्वारा सूचना, विचार, ज्ञान और मनोरंजन एक साथ बड़ी संख्या में लोगों तक पहुँचाया जाता है। यह व्यक्ति और समाज के बीच संबंध स्थापित करने वाला माध्यम है। इसकी प्रमुख विशेषताओं में संदेश का व्यापक प्रसार, एक दिशा में संचार, तकनीकी साधनों का प्रयोग और त्वरित सूचना प्रसारण शामिल है। जनसंचार के प्रमुख माध्यम हैं - मुद्रित माध्यम (Print Media): समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, पुस्तकें, दृश्य-श्रव्य माध्यम (Electronic Media): रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा, नवमाध्यम (New Media): इंटरनेट, सोशल मीडिया, वेबसाइट, ब्लॉग, यूट्यूब आदि।

जनसंचार माध्यम समाज में सूचना, शिक्षा, मनोरंजन, जनमत निर्माण और सामाजिक परिवर्तन के उपकरण के रूप में कार्य करते हैं।

हिन्दी पत्रकारिता के विकास में जनसंचार माध्यमों का महत्वपूर्ण योगदान रहा है। हिन्दी पत्रकारिता का भारत में स्वर्णिम इतिहास रहा है। हिन्दी पत्रकारिता के प्रारंभिक काल (1826–1857) की बात करें तो हिन्दी पत्रकारिता का आरंभ 30 मई 1826 को हुआ जब पंडित युगल किशोर शुक्ल ने 'उदन्त मार्तण्ड' नामक पहला हिन्दी साप्ताहिक पत्र कोलकाता से प्रकाशित किया। यह काल हिन्दी पत्रकारिता का प्रारंभिक चरण था। इसके उपरांत राष्ट्रीय जागरण काल (1857–1947) में पत्रकारिता स्वतंत्रता आंदोलन का मुख्य हथियार बनी। तब प्रमुख पत्र हिन्दुस्तान, भारत मित्र, कर्मयोगी, अभ्युदय, प्रताप (गणेश शंकर विद्यार्थी), सारथी, स्वराज्य आदि ने अहम भूमिका निभाई। पत्रकारिता में राष्ट्रीयता, समाज सुधार और जनजागरण की भावना प्रबल थी। इसके उपरांत स्वतंत्रता के बाद का काल (1947–वर्तमान) आता है जिसमें समाचार पत्रों का व्यावसायीकरण और तकनीकी विकास हुआ। रेडियो, टेलीविजन और डिजिटल मीडिया का विस्तार हुआ। हिन्दी पत्रकारिता राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रभावशाली बनी। ऑनलाइन पोर्टल, ई-पेपर और सोशल मीडिया ने हिन्दी पत्रकारिता को नई दिशा दी। हिन्दी पत्रकारिता का राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय स्तर पर महत्व बना हुआ है। राष्ट्रीय एकता और जागरूकता, सामाजिक मुद्दों का उद्घाटन, जनमत का निर्माण और लोकतंत्र का सशक्तिकरण और लोक संस्कृति और भाषा के विकास में योगदान हिन्दी पत्रकारिता के माध्यम से ही संभव हो सका है। वस्तुतः जनसंचार माध्यम आधुनिक समाज का शक्तिशाली स्तंभ हैं और हिन्दी पत्रकारिता ने न केवल स्वतंत्रता आंदोलन में भूमिका निभाई बल्कि आज भी यह सामाजिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक चेतना का प्रमुख माध्यम है। तकनीकी युग में इसका स्वरूप बदला है, पर उद्देश्य वही है — “जनहित और जनजागरण।”

MATS UNIVERSITY

MATS CENTRE FOR DISTANCE AND ONLINE EDUCATION

UNIVERSITY CAMPUS: Aarang Kharora Highway, Aarang, Raipur, CG, 493 441

RAIPUR CAMPUS: MATS Tower, Pandri, Raipur, CG, 492 002

T : 0771 4078994, 95, 96, 98 Toll Free ODL MODE : 81520 79999, 81520 29999

Website: www.matsodl.com

