



MATS
UNIVERSITY

NAAC
GRADE **A+**
ACCREDITED UNIVERSITY

MATS CENTRE FOR DISTANCE & ONLINE EDUCATION

समाचार संकलन लेखन एवं तकनीक

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

Dr. Kamlesh Gogia
Associate 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)



विषय सूची

मॉड्यूल-1	समाचार का स्वरूप	1-45
इकाई 1.1	समाचार: परिभाषा, तत्व एवं मूल्य	
इकाई 1.2	समाचार के प्रकार	
इकाई 1.3	समाचार स्रोत	
इकाई 1.4	समाचार का जीवन चक्र	
मॉड्यूल-2	समाचार संकलन की विधियाँ	46-86
इकाई 2.1	समाचार संकलन की तकनीकें	
इकाई 2.2	फील्ड रिपोर्टिंग	
इकाई 2.3	खोजी पत्रकारिता	
इकाई 2.4	डिजिटल स्रोतों से समाचार संकलन	
इकाई 2.4	समाचार संकलन में पत्रकार की भूमिका	
मॉड्यूल-3	समाचार लेखन कला	87-116
इकाई 3.1	समाचार लेखन की शैली	
इकाई 3.2	समाचार लेखन की भाषा	
इकाई 3.3	शीर्षक लेखन	
इकाई 3.4	समाचार के विभिन्न रूप	
इकाई 3.5	वस्तुनिष्ठता और संतुलन	
मॉड्यूल-4	समाचार संपादन और तकनीक	117-143
इकाई 4.1	समाचार संपादन	
इकाई 4.2	प्रूफ रीडिंग	
इकाई 4.3	ले-आउट और पेज मेकिंग	
इकाई 4.4	डेस्क जर्नलिज्म	
इकाई 4.4	फोटो संपादन और इन्फोग्राफिक्स	
मॉड्यूल-5	इलेक्ट्रॉनिक और डिजिटल समाचार लेखन	144-172
इकाई 5.1	रेडियो समाचार	
इकाई 5.2	टीवी न्यूज़	
इकाई 5.3	ऑनलाइन पत्रकारिता	
इकाई 5.4	मोबाइल पत्रकारिता	
इकाई 5.5	सोशल मीडिया पर समाचार	
इकाई 5.6	तकनीक, चुनौतियाँ और संभावनाएँ	
मॉड्यूल-6	नैतिकता, कानून और चुनौतियाँ	173-208
इकाई 6.1	समाचार संकलन और लेखन में नैतिकता	
इकाई 6.2	प्रेस कानून और प्रेस काउंसिल	
इकाई 6.3	फेक न्यूज़ और तथ्य-जांच	
इकाई 6.4	विज्ञापन और समाचार के बीच संतुलन	
इकाई 6.5	पत्रकार की जिम्मेदारी	

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.

मॉड्यूल 1

समाचार का स्वरूप

संरचना

इकाई 1.1 समाचार: परिभाषा, तत्व एवं मूल्य

इकाई 1.2 समाचार के प्रकार

इकाई 1.3 समाचार स्रोत

इकाई 1.4 समाचार का जीवन चक्र

1.0 उद्देश्य

- समाचार की परिभाषा, तत्व और मूल्यों को समझकर पत्रकारिता की आधारभूत अवधारणा का ज्ञान प्राप्त करना।
- कठोर और मृदु समाचारों के बीच अंतर और उनके उपयोग को पहचानना।
- समाचार स्रोतों—पारंपरिक, संस्थागत और डिजिटल—की विश्वसनीयता और महत्ता को समझना।
- समाचार के जीवनचक्र के प्रत्येक चरण—संकलन, चयन, संपादन और प्रकाशन—का अध्ययन करना।
- समाचार मूल्य, समाचार योग्यता और प्रसार प्रक्रिया के व्यावहारिक पहलुओं को जानना।

इकाई 1.1: समाचार: परिभाषा, तत्व एवं मूल्य

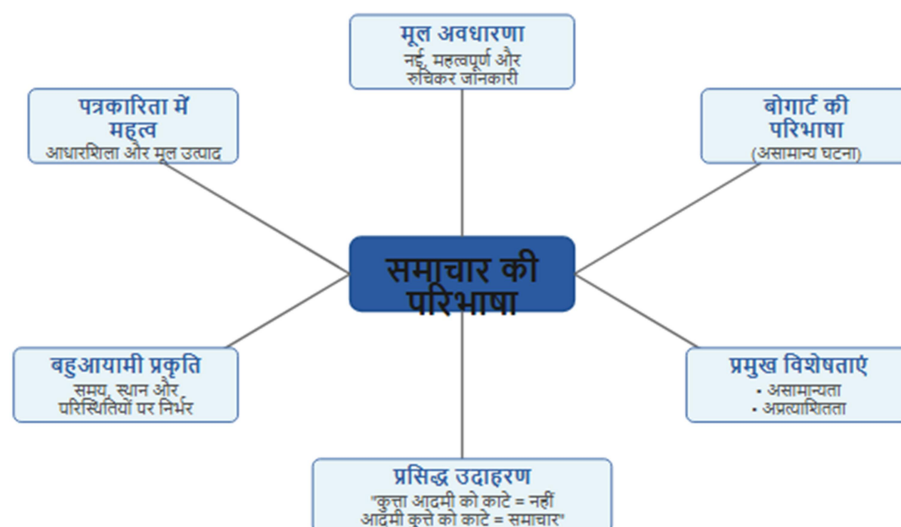
1.1.1 समाचार की परिभाषा - विभिन्न परिभाषाएँ और अर्थ

समाचार पत्रकारिता की आधारशिला है और किसी भी समाचार संगठन का मूल उत्पाद होता है। समाचार को परिभाषित करना उतना सरल नहीं है जितना प्रतीत होता है, क्योंकि यह एक बहुआयामी अवधारणा है जो समय, स्थान और परिस्थितियों के अनुसार बदलती रहती है। विभिन्न विद्वानों, पत्रकारों और मीडिया विशेषज्ञों ने समाचार को अपने-अपने दृष्टिकोण से परिभाषित किया है। सबसे सरल और प्रचलित



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

परिभाषा के अनुसार समाचार वह जानकारी है जो लोगों के लिए नई, महत्वपूर्ण और रुचिकर हो। अमेरिकी पत्रकार जॉन बी बोगार्ट ने समाचार की एक अत्यंत प्रसिद्ध परिभाषा दी थी - "जब कुत्ता आदमी को काटे तो यह समाचार नहीं है, लेकिन जब आदमी कुत्ते को काटे तो यह समाचार है।" इस परिभाषा के माध्यम से बोगार्ट ने समाचार की असामान्यता और अप्रत्याशितता को रेखांकित किया। यह परिभाषा बताती है कि समाचार वह घटना है जो सामान्य से हटकर हो, जो अपेक्षित न हो और जो लोगों का ध्यान आकर्षित कर सके। भारतीय पत्रकारिता के संदर्भ में समाचार की परिभाषा और भी व्यापक हो जाती है। यहाँ समाचार केवल घटनाओं का विवरण नहीं होता, बल्कि समाज, संस्कृति और लोगों के जीवन से जुड़ी हर वह जानकारी है जो जनहित में हो। उदाहरण के लिए, यदि किसी गाँव में पहली बार बिजली पहुँचती है तो यह उस क्षेत्र के लिए बड़ा समाचार होगा, भले ही यह देश के अन्य हिस्सों में सामान्य बात हो। प्रसिद्ध ब्रिटिश पत्रकार हैरोल्ड इवांस ने समाचार को परिभाषित करते हुए कहा था कि समाचार वह है जो कोई व्यक्ति छुपाना चाहता है, बाकी सब कुछ तो केवल विज्ञापन है। यह परिभाषा खोजी पत्रकारिता के महत्व को दर्शाती है और बताती है कि समाचार की भूमिका केवल सूचना देना नहीं, बल्कि छुपी हुई सच्चाइयों को उजागर करना भी है। उदाहरण के लिए, जब किसी सरकारी अधिकारी के भ्रष्टाचार का खुलासा होता है तो यह महत्वपूर्ण समाचार बन जाता है क्योंकि यह वह जानकारी है जिसे छुपाने का प्रयास किया जा रहा था।



चित्र 1.1: समाचार की परिभाषा

अमेरिकी पत्रकार मेलविन मेंचर ने समाचार को व्यापक परिप्रेक्ष्य में देखते हुए कहा कि समाचार वह सूचना है जो लोगों को उनके पर्यावरण के बारे में जानने, समझने और उससे तालमेल बिठाने में मदद करती है। यह परिभाषा समाचार के सामाजिक कार्य को रेखांकित करती है। उदाहरण के तौर पर, जब COVID-19 महामारी फैली तो समाचार माध्यमों ने न केवल बीमारी के बारे में जानकारी दी, बल्कि लोगों को सुरक्षा उपायों, टीकाकरण और स्वास्थ्य सेवाओं के बारे में भी बताया, जिससे लोग इस नई परिस्थिति से निपट सके। विलियम रैंडोल्फ हर्स्ट, जो अमेरिका के प्रभावशाली समाचार पत्र प्रकाशक थे, ने कहा था कि समाचार वह है जो कोई व्यक्ति कहीं नहीं चाहता कि छपे। यह परिभाषा पत्रकारिता की निगरानी की भूमिका को स्पष्ट करती है। उदाहरण के लिए, जब वाटरगेट स्कैंडल का खुलासा वाशिंगटन पोस्ट ने किया, तो यह ऐसी जानकारी थी जिसे तत्कालीन राष्ट्रपति निक्सन और उनका प्रशासन किसी भी कीमत पर छुपाना चाहता था। भारतीय संदर्भ में, गणेश शंकर विद्यार्थी, जो प्रतिष्ठित पत्रकार और स्वतंत्रता सेनानी थे, ने समाचार को जनहित और सामाजिक न्याय से जोड़कर देखा। उनके अनुसार समाचार वह है जो समाज के कमजोर वर्गों की आवाज बन सके और सामाजिक परिवर्तन का माध्यम बने। उदाहरण के लिए, जब किसी दलित परिवार के साथ अन्याय होता है और समाचार पत्र उसे प्रमुखता से छापता है, तो यह न केवल एक घटना की रिपोर्टिंग है बल्कि सामाजिक न्याय की दिशा में एक कदम भी है। समाचार एजेंसी एसोसिएटेड प्रेस की परिभाषा के अनुसार, समाचार वह सटीक, निष्पक्ष और संतुलित जानकारी है जो लोगों को समय पर उपलब्ध कराई जाए। यह परिभाषा समाचार लेखन के मूल सिद्धांतों - सटीकता, निष्पक्षता और समयबद्धता - को रेखांकित करती है। उदाहरण के लिए, जब कोई आतंकवादी हमला होता है तो समाचार माध्यमों की जिम्मेदारी है कि वे सत्यापित तथ्यों के आधार पर जल्द से जल्द सही जानकारी दें, अफवाहों या अटकलों पर आधारित खबरें नहीं। आधुनिक मीडिया युग में समाचार की परिभाषा में और विस्तार हुआ है। अब समाचार केवल प्रिंट या प्रसारण माध्यमों तक सीमित नहीं है, बल्कि डिजिटल प्लेटफॉर्म, सोशल मीडिया और मोबाइल एप्लिकेशन भी समाचार के महत्वपूर्ण स्रोत बन गए हैं। इस संदर्भ में, समाचार वह बहुमाध्यमीय सामग्री है जो पाठ, चित्र, ऑडियो और वीडियो के संयोजन से तैयार की जाती है और जिसे विभिन्न प्लेटफॉर्म पर तुरंत साझा किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, जब चंद्रयान-3 चंद्रमा की सतह पर उतरा, तो इस



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

समाचार को न केवल अखबारों में छापा गया बल्कि लाइव टेलीविजन प्रसारण, सोशल मीडिया अपडेट्स, और मोबाइल नोटिफिकेशन के माध्यम से भी तुरंत लाखों लोगों तक पहुँचाया गया।

समाचार की एक और महत्वपूर्ण परिभाषा यह है कि यह वर्तमान घटनाओं की वह रिपोर्ट है जो सार्वजनिक हित में हो और जो समाज के बड़े वर्ग को प्रभावित करती हो। इस परिभाषा में सार्वजनिक हित का तत्व बहुत महत्वपूर्ण है। उदाहरण के लिए, यदि किसी सार्वजनिक सड़क का निर्माण कार्य लंबित है और इससे हजारों लोग प्रभावित हो रहे हैं, तो यह समाचार है। लेकिन यदि किसी निजी व्यक्ति के घर में मामूली मरम्मत का काम चल रहा है, तो यह सामान्यतः समाचार नहीं बनता, जब तक कि वह व्यक्ति कोई प्रमुख सार्वजनिक व्यक्तित्व न हो। प्रसिद्ध भारतीय पत्रकार और लेखक खुशवंत सिंह ने समाचार को परिभाषित करते हुए कहा था कि समाचार वह है जो पाठकों की जिज्ञासा को संतुष्ट करे और उन्हें सोचने पर मजबूर करे। यह परिभाषा समाचार के बौद्धिक पहलू को उजागर करती है। उदाहरण के लिए, जब किसी नई शिक्षा नीति की घोषणा होती है, तो अच्छी पत्रकारिता यह नहीं बताती कि केवल नीति क्या है, बल्कि यह भी विश्लेषण करती है कि इसका छात्रों, शिक्षकों और शिक्षा प्रणाली पर क्या प्रभाव पड़ेगा। समाचार की समकालीन परिभाषा में सत्यापन की प्रक्रिया भी महत्वपूर्ण हो गई है। आज के युग में, जब फेक न्यूज और गलत सूचनाओं का प्रसार तेजी से होता है, समाचार वह सत्यापित जानकारी है जो विश्वसनीय स्रोतों से प्राप्त की गई हो और जिसकी तथ्यात्मक जांच की गई हो। उदाहरण के लिए, यदि सोशल मीडिया पर कोई वायरल वीडियो है जो किसी घटना का होने का दावा करता है, तो एक जिम्मेदार पत्रकार पहले इसकी सत्यता की जांच करेगा, इसके स्रोत का पता लगाएगा, और केवल सत्यापन के बाद ही इसे समाचार के रूप में प्रकाशित करेगा।

1.1.2 समाचार के तत्व (5W+1H)

समाचार लेखन का सबसे महत्वपूर्ण और बुनियादी सिद्धांत है 5W+1H का सिद्धांत। यह छह प्रश्न हैं - What (क्या), Who (कौन), When (कब), Where (कहाँ), Why (क्यों), और How (कैसे)। इन छह तत्वों को समाचार लेखन का स्वर्णिम नियम माना जाता है। एक पूर्ण और संतुलित समाचार वह होता है जिसमें इन सभी छह प्रश्नों के उत्तर समाहित हों। आइए प्रत्येक तत्व को विस्तार से समझें।



समाचार का
स्वरूप

What (क्या) - यह समाचार का सबसे महत्वपूर्ण तत्व है। इसमें यह बताया जाता है कि वास्तव में घटना क्या हुई है। यह समाचार का मूल तत्व है और अक्सर समाचार की पहली पंक्ति में ही इसका उत्तर दिया जाता है। What का तत्व पाठक को तुरंत यह बता देता है कि समाचार किस बारे में है। उदाहरण के लिए, यदि समाचार है "मुंबई में भारी बारिश से रेल यातायात ठप", तो यहाँ What यह है कि भारी बारिश हुई और रेल यातायात प्रभावित हुआ। एक अन्य उदाहरण में, "भारतीय क्रिकेट टीम ने विश्व कप जीता" में What यह है कि भारत ने विश्व कप जीत लिया। What का तत्व स्पष्ट, संक्षिप्त और सटीक होना चाहिए। यदि किसी नई योजना की घोषणा हुई है, तो What में यह बताना होगा कि योजना किस बारे में है, इसका उद्देश्य क्या है। उदाहरण के लिए, "सरकार ने किसानों के लिए नई सब्सिडी योजना की घोषणा की" में What यह है कि एक नई सब्सिडी योजना घोषित की गई है। What का महत्व इसलिए भी अधिक है क्योंकि यह पाठक को तुरंत यह निर्णय लेने में मदद करता है कि उसे यह समाचार पूरा पढ़ना है या नहीं। यदि किसी दुर्घटना की खबर है, तो What में यह स्पष्ट होना चाहिए कि दुर्घटना का प्रकार क्या था - सड़क दुर्घटना, रेल दुर्घटना, या कोई अन्य। उदाहरण के लिए, "दिल्ली-मुंबई राजमार्ग पर बस और ट्रक की भीषण टक्कर में 15 लोगों की मौत" में What तत्व बहुत स्पष्ट है - एक सड़क दुर्घटना हुई जिसमें बस और ट्रक की टक्कर हुई और 15 लोग मारे गए।

Who (कौन) - यह तत्व बताता है कि समाचार से कौन व्यक्ति, संगठन या समूह जुड़ा है। Who का तत्व समाचार को मानवीय चेहरा देता है और पाठकों को घटना से जोड़ता है। कभी-कभी Who का तत्व समाचार को और महत्वपूर्ण बना देता है। उदाहरण के लिए, यदि कोई सामान्य व्यक्ति किसी पुरस्कार से सम्मानित होता है तो यह एक समाचार है, लेकिन यदि कोई प्रसिद्ध व्यक्ति या राष्ट्रीय स्तर का नेता उसी पुरस्कार से सम्मानित होता है तो समाचार का महत्व बढ़ जाता है। उदाहरण के लिए, "प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने नई दिल्ली में योग दिवस कार्यक्रम का उद्घाटन किया" में Who तत्व बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि यह प्रधानमंत्री का कार्य है। Who का तत्व केवल प्रमुख व्यक्तियों तक सीमित नहीं है, बल्कि यह सामान्य लोगों की कहानियों को भी महत्व देता है। उदाहरण के लिए, "बिहार के एक किसान ने जैविक खेती से वार्षिक आय दोगुनी की" में Who एक सामान्य किसान है, लेकिन उसकी उपलब्धि समाचार



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

को महत्वपूर्ण बनाती है। Who तत्व में यह ध्यान रखना आवश्यक है कि व्यक्ति या संगठन की पहचान सही और पूर्ण रूप से की जाए। यदि कोई अधिकारी कोई बयान दे रहा है तो उसका नाम, पद और विभाग स्पष्ट रूप से बताया जाना चाहिए। Who का एक और महत्वपूर्ण पहलू यह है कि यह प्रभावित लोगों की पहचान भी करता है। उदाहरण के लिए, "नई शिक्षा नीति से 25 लाख शिक्षक प्रभावित होंगे" में Who केवल नीति बनाने वाले नहीं हैं, बल्कि प्रभावित होने वाले शिक्षक भी हैं। इसी तरह, "मुंबई में नई मेट्रो लाइन से 10 लाख यात्रियों को लाभ" में Who तत्व उन यात्रियों को दर्शाता है जो इस सुविधा का उपयोग करेंगे।

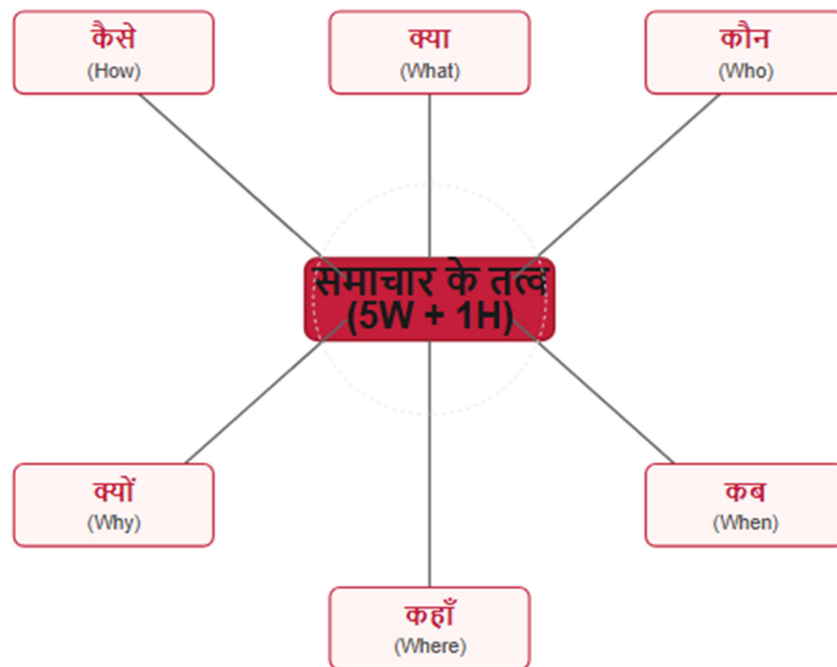
When (कब) - समय का तत्व समाचार की प्रासंगिकता और ताजगी को दर्शाता है। पत्रकारिता में कहा जाता है कि समाचार जल्दी खराब होने वाली सब्जी की तरह है - जितना ताजा होगा, उतना ही मूल्यवान होगा। When तत्व में घटना का सटीक समय, तारीख और कभी-कभी दिन का समय भी बताया जाता है। उदाहरण के लिए, "आज सुबह 6 बजे दिल्ली में भूकंप के झटके महसूस किए गए" में When तत्व बहुत स्पष्ट और महत्वपूर्ण है क्योंकि यह पाठक को तुरंत बताता है कि यह एक ताजा घटना है। When का महत्व तब और बढ़ जाता है जब समाचार किसी आगामी घटना के बारे में हो। उदाहरण के लिए, "अगले सप्ताह सोमवार से देश भर में टीकाकरण अभियान शुरू होगा" में When भविष्य की घटना को इंगित करता है और पाठकों को तैयार रहने का समय देता है। इसी प्रकार, "कल रात 11 बजे लोकसभा में महत्वपूर्ण विधेयक पारित हुआ" में When तत्व घटना की तात्कालिकता को दर्शाता है। When तत्व में संदर्भ भी महत्वपूर्ण होता है। उदाहरण के लिए, "स्वतंत्रता दिवस के अवसर पर प्रधानमंत्री ने लाल किले से देश को संबोधित किया" में When न केवल समय बताता है बल्कि विशेष अवसर का भी उल्लेख करता है। इसी तरह, "कोरोना महामारी के दौरान ऑनलाइन शिक्षा में 200% की वृद्धि हुई" में When एक विशेष कालखंड को दर्शाता है।

Where (कहाँ) - स्थान का तत्व समाचार को भौगोलिक संदर्भ देता है। Where बताता है कि घटना कहाँ हुई है, जो पाठकों को घटना की निकटता और प्रासंगिकता समझने में मदद करता है। स्थानीय समाचार पत्रों के लिए Where तत्व अत्यंत महत्वपूर्ण होता है क्योंकि पाठक अपने क्षेत्र की घटनाओं में अधिक रुचि रखते हैं।

उदाहरण के लिए, "कानपुर के किदवई नगर में बैंक डकैती में 10 लाख की लूट" में Where तत्व न केवल शहर बल्कि विशिष्ट इलाके को भी स्पष्ट करता है। Where का विस्तार घटना के विशिष्ट स्थान तक हो सकता है। उदाहरण के लिए, "संसद भवन के केंद्रीय कक्ष में विपक्ष ने सरकार की नीतियों का विरोध किया" में Where बहुत विशिष्ट है। इसी प्रकार, "मुंबई के छत्रपति शिवाजी टर्मिनस पर भगदड़ में 5 लोग घायल" में Where तत्व न केवल शहर बल्कि प्रसिद्ध स्थल को भी इंगित करता है, जो समाचार को अधिक स्पष्ट बनाता है। अंतरराष्ट्रीय समाचारों में Where और भी महत्वपूर्ण हो जाता है। उदाहरण के लिए, "अमेरिका के न्यूयॉर्क शहर में संयुक्त राष्ट्र मुख्यालय में जलवायु परिवर्तन पर विशेष बैठक" में Where तीन स्तरों पर काम करता है - देश, शहर और विशिष्ट स्थान। यह पाठकों को भौगोलिक संदर्भ में घटना को समझने में मदद करता है।

Why (क्यों) - यह तत्व समाचार को गहराई देता है और घटना के पीछे के कारणों को उजागर करता है। Why समाचार का सबसे विश्लेषणात्मक तत्व है और अच्छी पत्रकारिता की पहचान है। यह केवल घटना की रिपोर्टिंग से आगे जाकर उसके कारणों, परिणामों और प्रभावों को समझाता है। उदाहरण के लिए, "पेट्रोल की कीमतों में वृद्धि क्यों हुई" - इसका उत्तर देते हुए समाचार अंतरराष्ट्रीय कच्चे तेल के मूल्य, सरकारी करों, और वैश्विक राजनीतिक परिस्थितियों की व्याख्या करता है। Why तत्व विशेष रूप से नीतिगत निर्णयों और सरकारी कार्यों की रिपोर्टिंग में महत्वपूर्ण होता है। उदाहरण के लिए, "सरकार ने किसानों के लिए ऋण माफी की घोषणा क्यों की" - इसका उत्तर कृषि संकट, किसानों की आत्महत्याओं, चुनावी दबाव और आर्थिक परिस्थितियों के विश्लेषण में मिलता है। इसी प्रकार, "कंपनी ने 500 कर्मचारियों को क्यों निकाला" का उत्तर व्यावसायिक घाटे, बाजार की स्थिति और प्रबंधन के निर्णयों के संदर्भ में दिया जाना चाहिए। Why तत्व विवादास्पद मुद्दों में विभिन्न पक्षों के दृष्टिकोण प्रस्तुत करने में भी मदद करता है। उदाहरण के लिए, किसी विवादित कानून पर समाचार में Why तत्व सरकार के तर्क, विपक्ष की आपत्तियों, और विशेषज्ञों की राय को शामिल करता है। "नागरिकता संशोधन कानून पर विवाद क्यों" जैसे प्रश्न का उत्तर देते हुए समाचार विभिन्न पक्षों के तर्कों को संतुलित रूप से प्रस्तुत करता है।

How (कैसे) - यह तत्व घटना की प्रक्रिया और विधि को स्पष्ट करता है। How बताता है कि कोई घटना कैसे घटी, कोई उपलब्धि कैसे हासिल की गई, या कोई समस्या कैसे हल की गई। यह समाचार को व्यावहारिक और समझने योग्य बनाता है। उदाहरण के लिए, "चोरों ने बैंक में कैसे सेंध लगाई" - इसका उत्तर उनकी योजना, उपयोग किए गए औजार, सुरक्षा प्रणाली में खामियों आदि का विवरण देता है। How तत्व विशेष रूप से वैज्ञानिक और तकनीकी समाचारों में महत्वपूर्ण होता है। उदाहरण के लिए, "भारत ने चंद्रयान-3 को चंद्रमा पर कैसे उतारा" - इस प्रश्न का उत्तर देते हुए समाचार तकनीकी प्रक्रिया, वैज्ञानिक चुनौतियों और समाधानों की व्याख्या करता है। इसी तरह, "कोविड-19 का टीका कैसे विकसित किया गया" जैसे समाचार में How तत्व वैज्ञानिक प्रक्रिया को सरल भाषा में समझाता है।



चित्र 1.2: समाचार के तत्व (5W+1H)

How तत्व उपलब्धि की कहानियों में प्रेरणादायक होता है। उदाहरण के लिए, "एक गरीब परिवार का बेटा कैसे IAS अधिकारी बना" - इस प्रश्न का उत्तर उसके संघर्ष, मेहनत, रणनीति और समर्पण की कहानी बताता है। "एक महिला उद्यमी ने शून्य से शुरुआत करके करोड़ों का व्यवसाय कैसे खड़ा किया" जैसे समाचार में How तत्व

पाठकों को न केवल सूचित करता है बल्कि प्रेरित भी करता है। प्राकृतिक आपदाओं और दुर्घटनाओं की रिपोर्टिंग में How तत्व बचाव और राहत कार्य को स्पष्ट करता है। उदाहरण के लिए, "बाढ़ प्रभावित क्षेत्रों में राहत कार्य कैसे चलाया जा रहा है" - इसमें बचाव दलों की तैनाती, राहत सामग्री के वितरण की प्रक्रिया, और पुनर्वास योजनाओं का विवरण होता है। इन छह तत्वों का संतुलित उपयोग एक पूर्ण समाचार बनाता है। आइए एक व्यापक उदाहरण देखें: "नई दिल्ली (Where) में आज सुबह (When) प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी (Who) ने स्वच्छ भारत मिशन के अंतर्गत एक नया अभियान शुरू किया (What)। यह अभियान देश के 100 शहरों को प्लास्टिक मुक्त बनाने के लिए शुरू किया गया है (Why)। इस अभियान के तहत स्थानीय निकाय, NGO और नागरिक मिलकर प्लास्टिक कचरे का संग्रहण और पुनर्चक्रण करेंगे (How)।" इस एक समाचार में सभी छह तत्व स्पष्ट रूप से मौजूद हैं।

1.1.3 समाचार मूल्य

समाचार मूल्य वे मानदंड हैं जो यह निर्धारित करते हैं कि कोई घटना या जानकारी समाचार बनने योग्य है या नहीं। ये मूल्य पत्रकारों और संपादकों को यह निर्णय लेने में मदद करते हैं कि किन घटनाओं को समाचार के रूप में प्रस्तुत किया जाए और कितनी प्रमुखता से। समाचार मूल्यों को समझना हर पत्रकार के लिए आवश्यक है क्योंकि रोजाना हजारों घटनाएं घटती हैं लेकिन सभी समाचार नहीं बन सकतीं। आइए प्रमुख समाचार मूल्यों को विस्तार से समझें।

नवीनता (Newness/Timeliness) - यह समाचार का सबसे मौलिक और महत्वपूर्ण मूल्य है। नवीनता का अर्थ है कि घटना ताजा, नई और हाल में घटित हो। पत्रकारिता में एक पुरानी कहावत है - "कल की खबर आज के अखबार में रद्दी है।" यह नवीनता के महत्व को दर्शाता है। पाठक और दर्शक नई जानकारी चाहते हैं, पुरानी बातों में उनकी रुचि नहीं होती। उदाहरण के लिए, यदि आज सुबह किसी स्थान पर भूकंप आया है तो यह तुरंत बड़ा समाचार बन जाता है। लेकिन यदि किसी पत्रकार ने एक सप्ताह पुराने भूकंप को आज रिपोर्ट करने की कोशिश की, तो यह समाचार के रूप में अप्रासंगिक हो जाएगा। नवीनता केवल समय तक सीमित नहीं है, बल्कि यह जानकारी की ताजगी से भी जुड़ी है। उदाहरण के लिए, यदि किसी पुराने मामले में कोई नया खुलासा होता है, तो वह भी नवीनता का तत्व रखता है। मान



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

लीजिए कि 10 साल पहले हुई एक हत्या का मामला अनसुलझा था, और अब पुलिस ने नए सबूतों के आधार पर गिरफ्तारी की है, तो यह नवीनता के कारण समाचार बन जाता है। इसी प्रकार, यदि किसी ऐतिहासिक घटना से संबंधित नए दस्तावेज या तथ्य सामने आते हैं, तो वह भी नवीनता का तत्व रखता है। डिजिटल युग में नवीनता का महत्व और बढ़ गया है। अब समाचार माध्यमों को प्रतिस्पर्धा में बने रहने के लिए घटनाओं को तुरंत रिपोर्ट करना होता है। उदाहरण के लिए, जब कोई बड़ा आतंकवादी हमला होता है, तो न्यूज चैनल और वेबसाइट्स मिनटों में ब्रेकिंग न्यूज के साथ सामने आ जाते हैं। सोशल मीडिया के युग में तो नवीनता की परिभाषा और संकुचित हो गई है - अब घटना के कुछ मिनट बाद की सूचना भी पुरानी लगने लगती है।

निकटता (Proximity) - निकटता का तात्पर्य है कि घटना पाठकों या दर्शकों के कितने करीब है। यह निकटता भौगोलिक, सांस्कृतिक, भावनात्मक या सामाजिक हो सकती है। लोग उन घटनाओं में अधिक रुचि रखते हैं जो उनके निकट होती हैं या जिनसे वे जुड़ाव महसूस करते हैं। भौगोलिक निकटता का उदाहरण यह है कि यदि आपके शहर या मोहल्ले में कोई दुर्घटना होती है, तो यह आपके लिए किसी दूर देश में हुई बड़ी दुर्घटना से अधिक महत्वपूर्ण समाचार है। उदाहरण के लिए, दिल्ली के निवासी के लिए दिल्ली मेट्रो में कोई तकनीकी खराबी बड़ी खबर है, भले ही उसी दिन किसी अन्य देश में भी कोई बड़ी घटना हुई हो। सांस्कृतिक और भावनात्मक निकटता भी समाचार मूल्य निर्धारित करती है। उदाहरण के लिए, भारतीय दर्शकों के लिए भारतीय क्रिकेट टीम का प्रदर्शन बहुत महत्वपूर्ण समाचार होता है, भले ही मैच किसी अन्य देश में खेला जा रहा हो। इसी प्रकार, यदि विदेश में रह रहे भारतीयों के साथ कोई घटना होती है, तो भारत में यह महत्वपूर्ण समाचार बन जाता है। उदाहरण के लिए, जब अमेरिका में भारतीय छात्रों पर हमले की घटनाएं होती हैं, तो यह भारतीय मीडिया में बड़े समाचार के रूप में कवर की जाती हैं। स्थानीय समाचार पत्रों और चैनलों के लिए निकटता सबसे महत्वपूर्ण समाचार मूल्य है। उदाहरण के लिए, पटना का एक स्थानीय अखबार वहाँ के नगर निगम के चुनाव को बड़ी प्रमुखता देगा, जबकि राष्ट्रीय अखबार में यह छोटी खबर के रूप में आएगा। इसी तरह, किसी गाँव में स्कूल

खुलने की खबर उस गाँव के समाचार पत्र के लिए मुख्य खबर होगी, लेकिन राष्ट्रीय स्तर पर इसकी प्रमुखता नहीं होगी।

प्रभाव (Impact) - प्रभाव का समाचार मूल्य इस बात से निर्धारित होता है कि घटना कितने लोगों को और कितनी गहराई से प्रभावित करती है। जितने अधिक लोग प्रभावित होंगे और प्रभाव जितना गहरा होगा, समाचार उतना ही महत्वपूर्ण होगा। उदाहरण के लिए, यदि सरकार पेट्रोल की कीमतों में 10 रुपये प्रति लीटर की वृद्धि करती है, तो यह देश के करोड़ों लोगों को प्रभावित करने वाला महत्वपूर्ण समाचार है क्योंकि इससे परिवहन लागत, वस्तुओं की कीमतें और आम आदमी की जेब पर सीधा प्रभाव पड़ता है। प्रभाव दीर्घकालिक भी हो सकता है और तत्काल भी। उदाहरण के लिए, जब सरकार कोई नई शिक्षा नीति लागू करती है, तो इसका प्रभाव वर्तमान और भावी पीढ़ियों पर पड़ता है। यह केवल छात्रों को नहीं, बल्कि शिक्षकों, अभिभावकों, शिक्षण संस्थानों और समाज को व्यापक रूप से प्रभावित करता है। इसलिए शिक्षा नीति में बदलाव हमेशा बड़ा समाचार होता है। इसी तरह, किसी महामारी का समाचार अत्यंत महत्वपूर्ण होता है क्योंकि यह लाखों-करोड़ों लोगों के स्वास्थ्य, जीवन और आजीविका को प्रभावित करता है। प्रभाव की गंभीरता भी महत्वपूर्ण है। उदाहरण के लिए, यदि किसी प्राकृतिक आपदा में सैकड़ों लोगों की मृत्यु हो जाती है, तो यह अत्यधिक गंभीर प्रभाव है और बड़ा समाचार बनता है। इसी प्रकार, यदि कोई आर्थिक निर्णय लाखों लोगों को बेरोजगार कर सकता है, तो यह भी गंभीर प्रभाव का समाचार है। उदाहरण के लिए, जब COVID-19 महामारी के दौरान लॉकडाउन लगाया गया, तो यह करोड़ों लोगों के जीवन, रोजगार और दैनिक गतिविधियों को प्रभावित करने वाला ऐतिहासिक समाचार था।

प्रमुखता (Prominence) - प्रमुखता का समाचार मूल्य इस बात से जुड़ा है कि घटना में शामिल व्यक्ति या संगठन कितना प्रसिद्ध या महत्वपूर्ण है। प्रसिद्ध लोगों से जुड़ी घटनाएं अधिक समाचार मूल्य रखती हैं। उदाहरण के लिए, यदि कोई सामान्य व्यक्ति किसी रेस्तरां में खाना खाता है, तो यह समाचार नहीं है, लेकिन यदि प्रधानमंत्री या राष्ट्रपति किसी रेस्तरां में खाना खाते हैं, तो यह समाचार बन सकता है। इसी तरह, यदि कोई सामान्य व्यक्ति बीमार पड़ता है, तो यह समाचार नहीं है, लेकिन यदि कोई फिल्म स्टार, क्रिकेटर या राजनेता बीमार पड़ता है, तो यह समाचार बन जाता है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

प्रमुखता केवल व्यक्तियों तक सीमित नहीं है, बल्कि संगठनों और संस्थानों पर भी लागू होती है। उदाहरण के लिए, यदि कोई छोटी कंपनी दिवालिया हो जाती है, तो यह सीमित समाचार मूल्य रखता है, लेकिन यदि टाटा या रिलायंस जैसी बड़ी कंपनी में कोई बड़ा बदलाव होता है, तो यह राष्ट्रीय समाचार बन जाता है। इसी प्रकार, किसी छोटे विश्वविद्यालय की तुलना में IIT या AIIMS जैसे प्रतिष्ठित संस्थानों से जुड़ी खबरें अधिक समाचार मूल्य रखती हैं। प्रमुखता का एक दिलचस्प पहलू यह है कि यह सापेक्ष होता है। उदाहरण के लिए, किसी छोटे शहर में स्थानीय विधायक की गतिविधियां वहाँ के लिए महत्वपूर्ण समाचार हैं, हालांकि राष्ट्रीय स्तर पर उनकी प्रमुखता कम हो सकती है। इसी तरह, किसी विशेष क्षेत्र में प्रसिद्ध व्यक्ति उस क्षेत्र से जुड़े समाचारों में प्रमुखता रखता है। उदाहरण के लिए, कोई प्रसिद्ध लेखक साहित्यिक समाचारों में प्रमुखता रखता है, भले ही वह सामान्य जनता में उतना प्रसिद्ध न हो।

संघर्ष (Conflict) - संघर्ष मानव स्वभाव में रुचि का विषय है और इसलिए यह महत्वपूर्ण समाचार मूल्य है। संघर्ष विभिन्न रूपों में हो सकता है - राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक, या व्यक्तिगत। युद्ध, विवाद, झगड़े, प्रतिस्पर्धा और टकराव की घटनाएं हमेशा समाचार बनती हैं। उदाहरण के लिए, दो देशों के बीच सीमा विवाद, राजनीतिक दलों के बीच मतभेद, या व्यापारिक प्रतिद्वंद्विता सभी संघर्ष आधारित समाचार हैं। जब भारत और पाकिस्तान के बीच सीमा पर तनाव बढ़ता है, तो यह तुरंत सुर्खियों में आ जाता है। राजनीतिक संघर्ष समाचारों का एक प्रमुख स्रोत है। संसद में सत्ता पक्ष और विपक्ष के बीच बहस, विभिन्न राजनीतिक दलों के बीच आरोप-प्रत्यारोप, चुनावी प्रतिस्पर्धा - ये सभी संघर्ष के तत्व रखते हैं और इसलिए समाचार बनते हैं। उदाहरण के लिए, जब विपक्ष सरकार की किसी नीति का विरोध करता है और संसद का सत्र ठप हो जाता है, तो यह बड़ा समाचार बन जाता है। सामाजिक संघर्ष भी महत्वपूर्ण समाचार मूल्य रखता है। जातिगत तनाव, धार्मिक विवाद, या किसी सामाजिक मुद्दे पर विरोध प्रदर्शन - ये सभी संघर्ष आधारित समाचार हैं। उदाहरण के लिए, जब किसानों ने नए कृषि कानूनों के विरोध में दिल्ली की सीमाओं पर लंबा आंदोलन किया, तो यह महीनों तक प्रमुख समाचार बना रहा क्योंकि यह सरकार और किसानों के बीच एक बड़े संघर्ष को दर्शाता था। खेल की दुनिया में प्रतिस्पर्धा भी संघर्ष का ही एक रूप है। भारत-पाकिस्तान का क्रिकेट मैच केवल खेल नहीं है, बल्कि यह

दोनों देशों के बीच ऐतिहासिक प्रतिद्वंद्विता का प्रतीक है और इसलिए विशाल समाचार मूल्य रखता है। इसी प्रकार, ओलंपिक में भारत और चीन के बीच मेडल की होड़ भी संघर्ष का तत्व रखती है।

मानवीय रुचि (Human Interest) - मानवीय रुचि का समाचार मूल्य उन कहानियों से जुड़ा है जो भावनाओं को छूती हैं, प्रेरित करती हैं, या मानवीय अनुभवों को दर्शाती हैं। ये समाचार जरूरी नहीं कि बड़ी घटनाओं पर आधारित हों, लेकिन ये लोगों के दिल को छू जाते हैं। मानवीय रुचि की कहानियां लोगों के संघर्ष, उपलब्धि, त्रासदी, या असामान्य अनुभवों को प्रस्तुत करती हैं। उदाहरण के लिए, जब कोई गरीब रिक्शा चालक अपने बच्चों को डॉक्टर या इंजीनियर बनाता है, तो यह एक शक्तिशाली मानवीय रुचि की कहानी है जो लाखों लोगों को प्रेरित करती है। बच्चों और जानवरों से जुड़ी कहानियां अक्सर मानवीय रुचि का तत्व रखती हैं। उदाहरण के लिए, जब केरल की बाढ़ में फंसे एक कुत्ते को बचाव दल ने रेस्क्यू किया, तो यह वीडियो वायरल हो गया और बड़ा समाचार बना। इसी तरह, जब कोई बच्चा कैंसर से लड़कर स्वस्थ हो जाता है और अपने सपने पूरे करता है, तो यह मानवीय रुचि की शक्तिशाली कहानी है। असामान्य और अद्भुत घटनाएं भी मानवीय रुचि का तत्व रखती हैं। उदाहरण के लिए, यदि कोई 70 साल का बुजुर्ग व्यक्ति मैराथन दौड़ पूरी करता है, तो यह मानवीय रुचि की कहानी है। इसी तरह, यदि कोई व्यक्ति अंगदान करके कई लोगों की जान बचाता है, तो यह भी मानवीय करुणा और उदारता की कहानी है जो समाचार बनती है। सामाजिक सेवा और परोपकार की कहानियां भी इस श्रेणी में आती हैं। उदाहरण के लिए, जब मुंबई के डब्बावाले कोरोना काल में गरीबों को मुफ्त भोजन वितरित करते हैं, तो यह मानवीय रुचि और सामाजिक जिम्मेदारी की कहानी है। इसी प्रकार, जब कोई शिक्षक गरीब बच्चों को मुफ्त पढ़ाने के लिए अपना घर स्कूल बना देता है, तो यह प्रेरणादायक मानवीय रुचि की कहानी है। त्रासदी और आपदा की व्यक्तिगत कहानियां भी मानवीय रुचि का तत्व रखती हैं। उदाहरण के लिए, किसी भूकंप में परिवार खो देने वाले व्यक्ति का साहस और उसका पुनर्वास का संघर्ष एक मानवीय कहानी है। इसी तरह, जब उत्तराखंड में बादल फटने से तबाही हुई, तो वहाँ फंसे लोगों के बचाव और उनके परिवारों की चिंता से जुड़ी व्यक्तिगत कहानियां मानवीय रुचि का महत्वपूर्ण तत्व थीं। इन समाचार मूल्यों का संयोजन भी हो सकता है। कई



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

बार एक समाचार में एक से अधिक समाचार मूल्य होते हैं, जो उसे और अधिक महत्वपूर्ण बना देते हैं। उदाहरण के लिए, यदि कोई प्रसिद्ध व्यक्ति (प्रमुखता) किसी विवादास्पद मुद्दे (संघर्ष) पर आज (नवीनता) बयान देता है जो लाखों लोगों को प्रभावित करता है (प्रभाव), तो यह समाचार अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाता है। समाचार मूल्यों की समझ हर पत्रकार के लिए आवश्यक है क्योंकि यह उन्हें यह निर्णय लेने में मदद करती है कि किन घटनाओं को कवर करना है, कितनी प्रमुखता देनी है, और कैसे प्रस्तुत करना है। एक अनुभवी पत्रकार या संपादक इन मूल्यों को सहज रूप से समझता है और तुरंत यह पहचान लेता है कि कोई घटना समाचार बनने योग्य है या नहीं। समाचार मूल्यों का सापेक्ष महत्व भी समय, स्थान और परिस्थिति के अनुसार बदलता रहता है। उदाहरण के लिए, शांति के समय में कोई छोटा विवाद भी बड़ा समाचार बन सकता है, लेकिन युद्ध या महामारी जैसी असाधारण परिस्थितियों में केवल बहुत महत्वपूर्ण घटनाएं ही प्रमुख समाचार बन पाती हैं। इसी तरह, स्थानीय समाचार पत्र के लिए निकटता सबसे महत्वपूर्ण मूल्य हो सकता है, जबकि राष्ट्रीय समाचार पत्र के लिए प्रभाव और प्रमुखता अधिक महत्वपूर्ण हो सकते हैं। आधुनिक पत्रकारिता में इन परंपरागत समाचार मूल्यों के साथ कुछ नए तत्व भी जुड़ गए हैं। उदाहरण के लिए, सोशल मीडिया युग में 'वायरलिटी' या किसी समाचार के तेजी से फैलने की क्षमता भी एक मूल्य बन गई है। इसी तरह, दृश्य सामग्री की उपलब्धता भी महत्वपूर्ण हो गई है - यदि किसी घटना का नाटकीय वीडियो या फोटो उपलब्ध है, तो वह समाचार की प्रमुखता बढ़ा सकता है। अंततः, समाचार मूल्यों की समझ और उनका सही उपयोग पत्रकारिता की गुणवत्ता निर्धारित करता है। एक जिम्मेदार पत्रकार इन मूल्यों का उपयोग केवल सनसनी फैलाने के लिए नहीं करता, बल्कि समाज को सूचित करने, शिक्षित करने और सशक्त बनाने के लिए करता है। वह समझता है कि हर समाचार का सामाजिक प्रभाव होता है और इसलिए समाचार के चयन और प्रस्तुति में जिम्मेदारी और नैतिकता अत्यंत महत्वपूर्ण हैं।

इकाई 1.2: समाचार के प्रकार

1.2.1 कठोर समाचार (Hard News)

समाचार जगत में **कठोर समाचार** को "Hard News" कहा जाता है। यह प्रकार के समाचार तात्कालिक, तथ्यात्मक और सीधे घटनाओं पर आधारित होते हैं। इनका मुख्य उद्देश्य पाठकों या दर्शकों को **सटीक और समयबद्ध जानकारी** प्रदान करना होता है। कठोर समाचार में किसी भी प्रकार की व्यक्तिगत व्याख्या, भावुकता या अटकलों की जगह नहीं होती। यह समाचार आमतौर पर राजनीतिक, आर्थिक, प्राकृतिक आपदा, युद्ध, अपराध और आपातकालीन घटनाओं से संबंधित होते हैं।

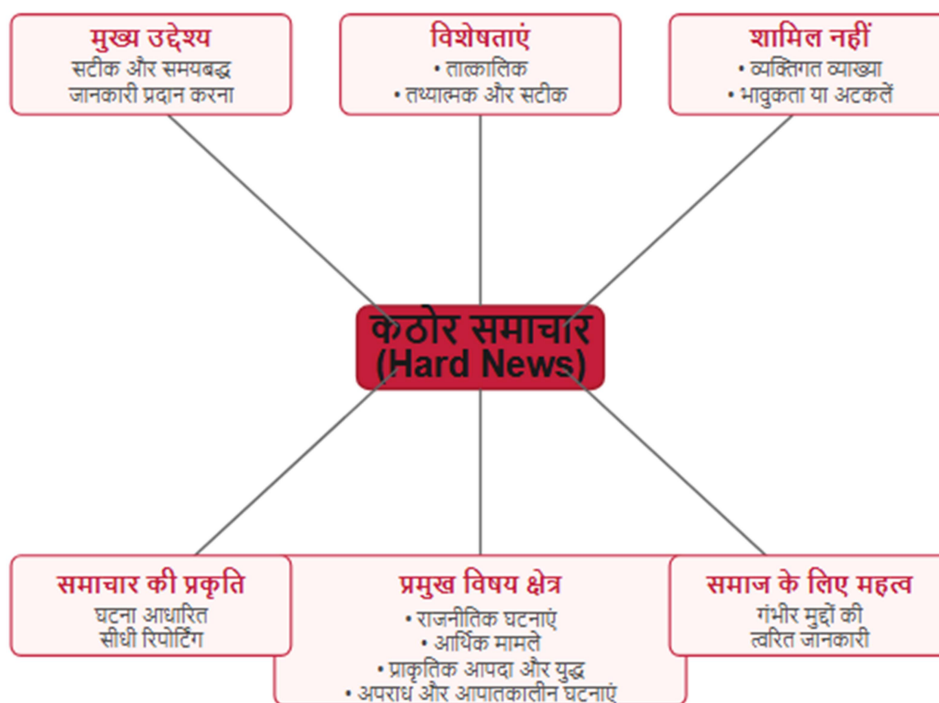
मुख्य विशेषताएँ:

1. **तात्कालिकता:** कठोर समाचार समय की मांग पर आधारित होते हैं। जैसे किसी देश में भूकंप आया या चुनाव परिणाम घोषित हुआ। यह समाचार तुरंत प्रकाशित या प्रसारित किया जाता है।
2. **तथ्यात्मकता:** इसमें केवल सत्यापित और प्रमाणित जानकारी होती है। किसी भी खबर में अटकलों का स्थान नहीं होता।
3. **सटीकता और संक्षिप्तता:** कठोर समाचार आम तौर पर छोटे और स्पष्ट पैराग्राफ़ में होते हैं। लंबे विवरण या कथात्मक शैली की बजाय तथ्य प्रस्तुत किए जाते हैं।
4. **वस्तुनिष्ठ दृष्टिकोण:** समाचार लेखक अपनी व्यक्तिगत राय या भावनाओं को शामिल नहीं करता। उद्देश्य केवल घटना की जानकारी देना होता है।

उदाहरण:

- "दिल्ली में मंगलवार को भारी बारिश के कारण 20 लोगों की मौत हुई। नगर निगम ने प्रभावित क्षेत्रों में राहत कार्य शुरू कर दिया है।"
- "भारत और अमेरिका के बीच नई व्यापार संधि पर हस्ताक्षर किए गए, जिसके तहत दोनों देशों के बीच आयात-निर्यात बढ़ाने के उपाय किए जाएंगे।"

इन उदाहरणों में आप देख सकते हैं कि समाचार **सटीक, तात्कालिक और तथ्यात्मक** हैं। यहाँ लेखक का उद्देश्य केवल पाठक को घटनाओं से अवगत कराना है। कठोर समाचार पत्रकारिता में अक्सर **"5W1H"** (Who, What, When, Where, Why, How) की तकनीक का प्रयोग होता है। इसका मतलब है कि समाचार में यह स्पष्ट होना चाहिए कि घटना **कौन, क्या, कहाँ, कब, क्यों, और कैसे** हुई। इस तरह, पाठक या दर्शक तुरंत संपूर्ण जानकारी प्राप्त कर सकते हैं।



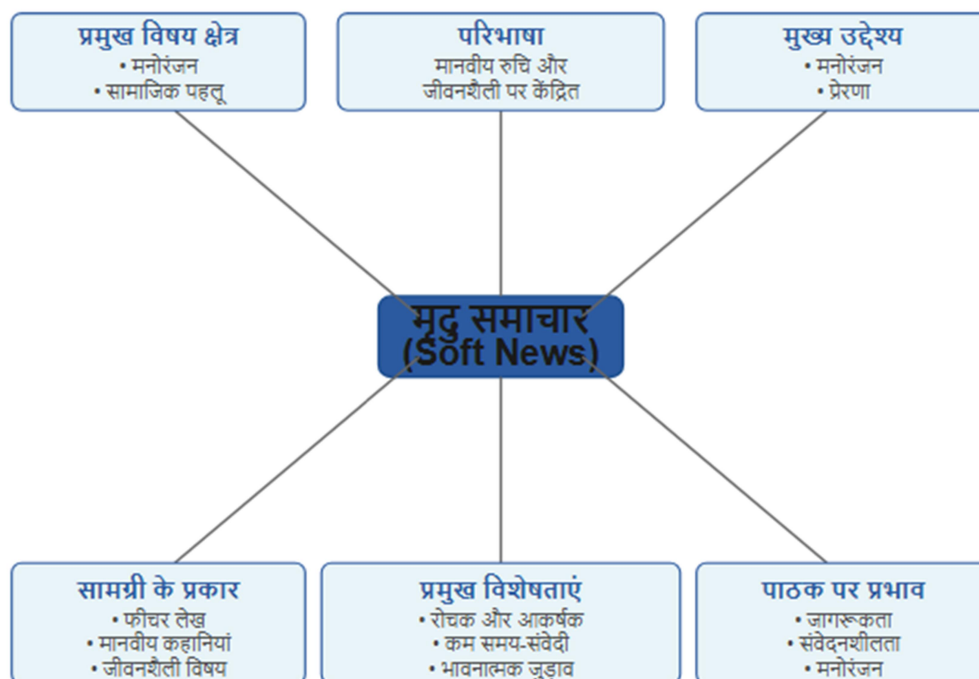
चित्र 1.3: कठोर समाचार (Hard News)

1.2.2 मृदु समाचार (Soft News)

वहीं, **मृदु समाचार** या "Soft News" वह प्रकार का समाचार है जो **मानवीय रुचि, मनोरंजन, जीवनशैली और सामाजिक पहलुओं** पर केंद्रित होता है। इन समाचारों का उद्देश्य केवल जानकारी देना नहीं बल्कि पाठक या दर्शक का **मनोरंजन, प्रेरणा या जागरूकता** बढ़ाना भी होता है।

मुख्य विशेषताएँ:

1. **मानवीय रुचि:** मृदु समाचार में पाठकों के जीवन, अनुभव और भावनाओं से जुड़ी घटनाओं का विवरण होता है।
2. **लंबी और कथात्मक शैली:** इसमें कथात्मक शैली अपनाई जाती है। लेखक घटनाओं का वर्णन विस्तार से करता है और पाठकों को कहानी के रूप में प्रस्तुत करता है।
3. **मनोरंजन और प्रेरणा:** मृदु समाचार पाठकों को आनंद देने, प्रेरित करने या किसी विशेष सामाजिक पहल से अवगत कराने का माध्यम होता है।
4. **भावनात्मक और सामाजिक दृष्टिकोण:** इसमें लेखक कभी-कभी अपनी राय या भावनाएँ शामिल कर सकता है, जिससे पाठक को कहानी से जुड़ाव महसूस हो।



चित्र 1.4: मृदुसमाचार (Soft News)



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

उदाहरण:

- "छत्तीसगढ़ के एक छोटे गाँव में एक शिक्षक ने बच्चों के लिए सप्ताहांत में मुफ्त कंप्यूटर कक्षाएं शुरू की हैं। यह पहल ग्रामीण बच्चों की शिक्षा में नया आयाम जोड़ रही है।"
- "बॉलीवुड अभिनेत्री ने पर्यावरण संरक्षण के लिए पौधरोपण अभियान शुरू किया, जिसमें लाखों युवाओं ने हिस्सा लिया।"

इन उदाहरणों में देखा जा सकता है कि मृदु समाचार का **केन्द्र मानव अनुभव और प्रेरणा** है। यह समाचार पाठक को भावनात्मक रूप से जोड़ता है और समाज में जागरूकता फैलाने का माध्यम बनता है। मृदु समाचार में **संवेदनशीलता और कहानी कहने की कला** का प्रयोग किया जाता है। यह समाचार कठोर समाचार की तुलना में देर से प्रकाशित हो सकते हैं क्योंकि इनकी प्राथमिकता **मनोरंजन और भावनात्मक प्रभाव** होती है।

1.2.3 विषयानुसार वर्गीकरण (Classification by Subject)

समाचार को विषयानुसार वर्गीकृत करना भी पत्रकारिता का महत्वपूर्ण पहलू है। इससे पाठकों को **उनकी रुचि के अनुसार समाचार तक पहुंचने में सुविधा** होती है। मुख्य रूप से समाचार को निम्नलिखित वर्गों में बांटा जाता है:

1. राजनीतिक समाचार (Political News)

राजनीतिक समाचार में सरकार, राजनीतिक दल, चुनाव, नीति निर्माण और प्रशासन से जुड़ी घटनाएँ शामिल होती हैं। इन समाचारों का उद्देश्य नागरिकों को **राजनीतिक परिदृश्य और निर्णयों से अवगत कराना** है।

उदाहरण:

- "लोकसभा चुनाव के पहले चरण के लिए मतदान 12 अक्टूबर को आयोजित किया जाएगा। मुख्य राजनीतिक दलों ने अपने उम्मीदवारों की सूची घोषित कर दी है।"

- "राज्य सरकार ने शिक्षा नीति में बदलाव करते हुए सभी सरकारी स्कूलों में डिजिटल कक्षाएं अनिवार्य कर दी हैं।"

राजनीतिक समाचार आमतौर पर कठोर समाचार की श्रेणी में आते हैं क्योंकि ये तात्कालिक और तथ्यात्मक होते हैं।

2. आर्थिक समाचार (Economic News)

आर्थिक समाचार में वित्तीय, उद्योग, व्यापार और आर्थिक नीतियों से संबंधित जानकारी होती है। इन समाचारों का उद्देश्य लोगों और व्यवसायिक जगत को आर्थिक बदलावों के प्रति सजग करना है।

उदाहरण:

- "भारतीय रिज़र्व बैंक ने ब्याज दरों में 0.25 प्रतिशत की वृद्धि की घोषणा की। इससे कर्ज़ लेने वाले व्यक्तियों और व्यवसायों पर असर पड़ेगा।"
- "ऑटोमोबाइल उद्योग में नए मॉडल की लॉन्चिंग से कारों की बिक्री में 15% वृद्धि हुई।"

आर्थिक समाचार कठोर और तथ्यात्मक होते हैं और अक्सर विशेषज्ञों के विश्लेषण के साथ प्रस्तुत किए जाते हैं।

3. खेल समाचार (Sports News)

खेल समाचार खेल जगत से संबंधित घटनाओं को कवर करते हैं। इनमें मैच का परिणाम, खिलाड़ी की उपलब्धियाँ, टूर्नामेंट और रिकॉर्ड शामिल होते हैं।

उदाहरण:

- "भारतीय क्रिकेट टीम ने इंग्लैंड को 7 विकेट से हराकर टेस्ट श्रृंखला जीत ली। रोहित शर्मा को 'प्लेयर ऑफ द मैच' चुना गया।"
- "ओलंपिक खेलों में भारत ने 10 गोल्ड, 5 सिल्वर और 8 ब्रॉन्ज पदक जीतकर इतिहास रचा।"



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

खेल समाचार पाठकों और दर्शकों में उत्साह और रोमांच पैदा करते हैं।

4. अपराध समाचार (Crime News)

अपराध समाचार में चोरी, हत्या, धोखाधड़ी, भ्रष्टाचार और अन्य आपराधिक घटनाओं की जानकारी होती है। इसका उद्देश्य नागरिकों को **सुरक्षा और जागरूकता** प्रदान करना है।

उदाहरण:

- "रायपुर में बैंकों से चोरी करने वाले गिरोह का पुलिस ने भंडाफोड़ किया। आरोपी गिरफ्तार कर लिए गए हैं।"
- "नगर निगम कार्यालय में भ्रष्टाचार के मामले में दो अधिकारी निलंबित किए गए।"

अपराध समाचार पाठकों को चेतावनी और सुरक्षा की जानकारी देता है और आमतौर पर कठोर समाचार की श्रेणी में आता है।

5. मानव-रुचि समाचार (Human Interest News)

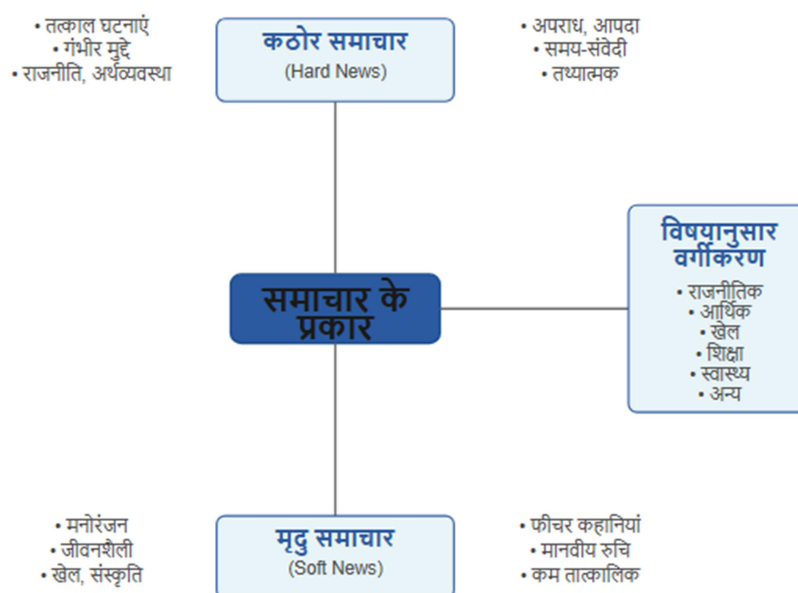
मानव-रुचि समाचार में व्यक्तियों, समूहों या समाज से जुड़े ऐसे पहलुओं को उजागर किया जाता है जो पाठकों को भावनात्मक रूप से जोड़ते हैं। यह प्रकार मृदु समाचार का हिस्सा होता है।

उदाहरण:

- "गाँव के एक वृद्ध ने अपनी जिंदगी में 50 साल तक पढ़ाई जारी रखकर प्रेरणा का उदाहरण पेश किया।"
- "एक युवा सामाजिक कार्यकर्ता ने कूड़े-कचरे से कला निर्माण कर पर्यावरण संरक्षण का संदेश दिया।"

मानव-रुचि समाचार लोगों को प्रेरित करता है और समाज में सकारात्मक संदेश फैलाने का माध्यम बनता है।

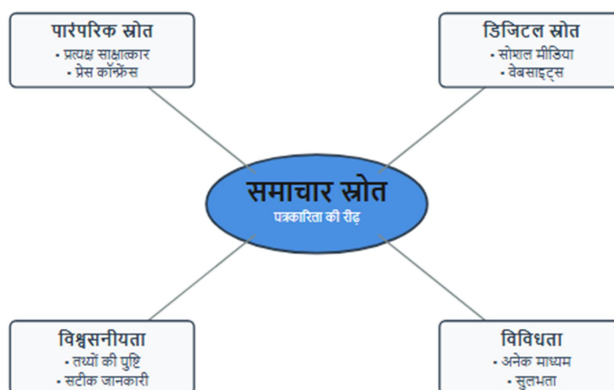
समाचार पत्रकारिता में **कठोर और मृदु समाचार** दोनों का महत्व समान रूप से है। कठोर समाचार समय-समय की घटनाओं से तुरंत अवगत कराते हैं और समाज के लिए सूचना का प्राथमिक स्रोत हैं। वहीं मृदु समाचार पाठकों को **भावनात्मक जुड़ाव, प्रेरणा और मनोरंजन** प्रदान करते हैं। विषयानुसार वर्गीकरण (राजनीतिक, आर्थिक, खेल, अपराध, मानव-रुचि) समाचार को व्यवस्थित और उपयोगी बनाता है। यह पाठकों को उनकी रुचि और आवश्यकता के अनुसार समाचार प्राप्त करने में मदद करता है। उदाहरणों और व्याख्याओं के माध्यम से स्पष्ट होता है कि समाचार केवल सूचनाओं का संग्रह नहीं है, बल्कि यह **समाज, संस्कृति और मानव जीवन का दर्पण** भी है। आधुनिक पत्रकारिता में, तकनीकी साधनों और डिजिटल प्लेटफार्मों के कारण कठोर और मृदु समाचार का प्रसार तेज और व्यापक हो गया है। समाचार पढ़ने या देखने वाले पाठक और दर्शक अब केवल तात्कालिक जानकारी ही नहीं बल्कि **विविध दृष्टिकोण, विश्लेषण और कहानी** की भी अपेक्षा रखते हैं। इसलिए पत्रकारिता में **संतुलन** बनाए रखना आवश्यक है, ताकि कठोर समाचार की तथ्यात्मकता और मृदु समाचार की मानवीय संवेदनशीलता दोनों सुरक्षित रहें। इस प्रकार, कठोर और मृदु समाचार का संयोजन और विषयानुसार वर्गीकरण पत्रकारिता की **प्रभावशीलता और विश्वसनीयता** को बढ़ाता है।



चित्र 1.5: समाचार के प्रकार

इकाई 1.3: समाचार स्रोत

समाचार पत्रकारिता की रीढ़ समाचार स्रोत होते हैं। किसी भी समाचार संगठन की सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि उसके पास कितने विश्वसनीय, विविध और प्रभावी समाचार स्रोत उपलब्ध हैं। समाचार स्रोत वे माध्यम या साधन हैं जिनके द्वारा पत्रकार और समाचार संगठन जानकारी, तथ्य और घटनाओं की सूचना प्राप्त करते हैं। समय के साथ समाचार स्रोतों में व्यापक परिवर्तन आया है। जहां पहले केवल पारंपरिक स्रोतों पर निर्भरता थी, वहीं आज डिजिटल युग में समाचार स्रोतों का विस्तार हो गया है और वे अधिक विविधतापूर्ण और सुलभ हो गए हैं।



चित्र 1.6: समाचार स्रोत

1.3.1 पारंपरिक स्रोत

पारंपरिक समाचार स्रोत पत्रकारिता के वे मूलभूत आधार हैं जो दशकों से समाचार संकलन का प्राथमिक माध्यम रहे हैं। इन स्रोतों ने आधुनिक पत्रकारिता की नींव रखी है और आज भी इनकी प्रासंगिकता बनी हुई है। संवाददाता और समाचार एजेंसियां इन पारंपरिक स्रोतों के दो प्रमुख स्तंभ हैं जिन पर पूरा समाचार उद्योग टिका हुआ है।

संवाददाता: समाचार संकलन की पहली कड़ी

संवाददाता या रिपोर्टर समाचार संगठनों के वे प्रशिक्षित पेशेवर होते हैं जो घटनास्थल पर जाकर सीधे जानकारी एकत्र करते हैं। ये पत्रकारिता का सबसे महत्वपूर्ण और विश्वसनीय स्रोत हैं क्योंकि ये प्रत्यक्ष रूप से घटनाओं को देखते हैं, प्रभावित लोगों से बातचीत करते हैं और तथ्यों को सत्यापित करते हैं। संवाददाताओं की भूमिका केवल सूचना संग्रहण तक सीमित नहीं है, बल्कि वे समाज की आंख और कान के रूप में कार्य करते हैं। संवाददाताओं को उनके कार्यक्षेत्र के आधार पर विभिन्न श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है। स्थानीय संवाददाता अपने क्षेत्र की छोटी-बड़ी घटनाओं पर नजर रखते हैं। उदाहरण के लिए, जब किसी शहर में नगर निगम की बैठक होती है, तो स्थानीय संवाददाता वहां उपस्थित होकर नगर प्रशासन द्वारा लिए गए निर्णयों को रिपोर्ट करता है। यदि किसी मोहल्ले में पानी की समस्या है, तो स्थानीय संवाददाता वहां जाकर निवासियों की समस्याओं को जनता के सामने लाता है। राष्ट्रीय स्तर के संवाददाता राजधानी या बड़े शहरों में तैनात होते हैं और राष्ट्रीय महत्व के मुद्दों को कवर करते हैं। जब संसद में कोई महत्वपूर्ण बहस होती है या सरकार कोई नीतिगत घोषणा करती है, तो राष्ट्रीय संवाददाता इन घटनाओं को विस्तार से रिपोर्ट करते हैं। विशेष संवाददाता किसी विशेष क्षेत्र में विशेषज्ञता रखते हैं। उदाहरण के लिए, स्वास्थ्य संवाददाता चिकित्सा और स्वास्थ्य संबंधी मुद्दों पर फोकस करते हैं। जब कोविड महामारी फैली, तो स्वास्थ्य संवाददाताओं ने न केवल संक्रमण के आंकड़े दिए बल्कि विशेषज्ञों से बातचीत करके वैक्सीन विकास, उपचार विधियों और सावधानियों के बारे में गहन रिपोर्टिंग की। खेल संवाददाता क्रिकेट, फुटबॉल या अन्य खेलों की रिपोर्टिंग करते हैं। जब भारतीय क्रिकेट टीम विदेश दौरे पर जाती है, तो खेल संवाददाता टीम के साथ यात्रा करते हैं और प्रत्येक मैच की विस्तृत रिपोर्टिंग करते हैं। वे खिलाड़ियों के साक्षात्कार लेते हैं, मैच विश्लेषण प्रदान करते हैं और खेल से जुड़ी हर जानकारी दर्शकों तक पहुंचाते हैं। व्यापार और अर्थव्यवस्था संवाददाता आर्थिक नीतियों, शेयर बाजार, व्यापार समझौतों और कॉर्पोरेट जगत की खबरों को कवर करते हैं। जब केंद्रीय बजट पेश होता है, तो व्यापार संवाददाता न केवल बजट की मुख्य घोषणाओं को रिपोर्ट करते हैं बल्कि अर्थशास्त्रियों और उद्योग जगत के नेताओं से बातचीत करके बजट के संभावित प्रभावों का विश्लेषण भी प्रस्तुत करते हैं। राजनीतिक संवाददाता चुनाव, सरकारी नीतियों और राजनीतिक घटनाक्रम को कवर करते हैं। राज्य विधानसभा चुनावों के दौरान, राजनीतिक संवाददाता विभिन्न दलों के चुनाव



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

प्रचार को कवर करते हैं, नेताओं के भाषणों को रिपोर्ट करते हैं और चुनावी रुझानों का विश्लेषण प्रदान करते हैं।

संवाददाताओं की कार्यप्रणाली बहुआयामी होती है। वे घटनास्थल पर पहुंचकर प्रत्यक्षदर्शियों से बात करते हैं, अधिकारियों से जानकारी लेते हैं, दस्तावेजों का अध्ययन करते हैं और विभिन्न स्रोतों से मिली जानकारी को क्रॉस-चेक करते हैं। मान लीजिए किसी कारखाने में आग लग जाती है। संवाददाता सबसे पहले घटनास्थल पर पहुंचता है, अग्निशमन अधिकारियों से जानकारी लेता है, घायलों या बचे हुए लोगों से बात करता है, कारखाना मालिक का पक्ष जानता है, स्थानीय प्रशासन से आधिकारिक बयान लेता है और फिर सभी तथ्यों को एकत्रित करके एक संतुलित रिपोर्ट तैयार करता है। यह पूरी प्रक्रिया संवाददाता की व्यावसायिकता, अनुभव और समर्पण की मांग करती है। संवाददाताओं के पास अक्सर विशेष स्रोत होते हैं जिन्हें वे वर्षों में विकसित करते हैं। ये स्रोत सरकारी अधिकारी, राजनेता, कार्यकर्ता, विशेषज्ञ या आम नागरिक हो सकते हैं जो महत्वपूर्ण जानकारी साझा करते हैं। एक अनुभवी संवाददाता अपने स्रोतों के नेटवर्क को बनाए रखता है और उनकी गोपनीयता की रक्षा करता है। कई बार संवाददाता ऐसी जानकारी प्राप्त करते हैं जो सार्वजनिक हित में होती है लेकिन आधिकारिक रूप से उपलब्ध नहीं है। उदाहरण के लिए, किसी सरकारी विभाग में भ्रष्टाचार की जानकारी देने वाला व्हिसलब्लोअर संवाददाता का महत्वपूर्ण स्रोत बन सकता है। फील्ड रिपोर्टिंग संवाददाता के काम का सबसे चुनौतीपूर्ण पहलू है। आपदा, युद्ध, दंगे या किसी गंभीर घटना के दौरान संवाददाता अपनी जान जोखिम में डालकर भी जनता तक सच पहुंचाने का प्रयास करते हैं। जब कश्मीर में तनाव की स्थिति होती है, तो वहां तैनात संवाददाता खतरे के बीच रहकर जमीनी हकीकत को दुनिया के सामने लाते हैं। प्राकृतिक आपदाओं जैसे बाढ़, भूकंप या तूफान के दौरान, संवाददाता प्रभावित क्षेत्रों में जाकर वास्तविक स्थिति की रिपोर्टिंग करते हैं जो राहत और बचाव कार्यों में सहायक होती है।

समाचार एजेंसियां: सूचना के विशाल भंडार

समाचार एजेंसियां वे संगठन हैं जो पूरी दुनिया में अपने संवाददाताओं के नेटवर्क के माध्यम से समाचार एकत्र करती हैं और उन्हें विभिन्न समाचार संगठनों को बेचती हैं।



समाचार का
स्वरूप

ये एजेंसियां पत्रकारिता की रीढ़ हैं क्योंकि छोटे और मध्यम आकार के समाचार संगठन जो हर जगह अपने संवाददाता नहीं रख सकते, वे इन एजेंसियों के समाचारों पर निर्भर रहते हैं। समाचार एजेंसियों का इतिहास उन्नीसवीं शताब्दी से शुरू होता है और आज भी ये वैश्विक समाचार संकलन और वितरण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। अंतरराष्ट्रीय स्तर पर कई प्रमुख समाचार एजेंसियां हैं जो वैश्विक समाचार कवरेज प्रदान करती हैं। रॉयटर्स ब्रिटेन की सबसे पुरानी और प्रतिष्ठित समाचार एजेंसियों में से एक है जिसकी स्थापना 1851 में हुई थी। रॉयटर्स के संवाददाता दुनिया के लगभग हर देश में मौजूद हैं और वे राजनीति, अर्थव्यवस्था, खेल, मनोरंजन और अन्य सभी क्षेत्रों की खबरें प्रदान करते हैं। जब किसी देश में सरकार बदलती है, बड़ा आतंकवादी हमला होता है, या कोई महत्वपूर्ण अंतरराष्ट्रीय समझौता होता है, तो रॉयटर्स की रिपोर्ट दुनिया भर के समाचार संगठनों में प्रकाशित होती है। एसोसिएटेड प्रेस यानी एपी अमेरिका की प्रमुख समाचार एजेंसी है जिसकी स्थापना 1846 में हुई थी। एपी की विशेषता यह है कि यह एक सहकारी संगठन है जो अपने सदस्य समाचार संगठनों के स्वामित्व में है। एपी के फोटो जर्नलिस्ट और संवाददाता युद्ध क्षेत्रों, आपदा स्थलों और महत्वपूर्ण घटनाओं को कवर करने के लिए प्रसिद्ध हैं। एजेंस फ्रांस-प्रेस यानी एएफपी फ्रांस की राष्ट्रीय समाचार एजेंसी है जो 1835 से अस्तित्व में है। एएफपी अपनी निष्पक्ष और संतुलित रिपोर्टिंग के लिए जानी जाती है और यह फ्रेंच भाषा के समाचारों का प्रमुख स्रोत है। जब पेरिस में कोई महत्वपूर्ण घटना होती है या यूरोपीय संघ में कोई निर्णय लिया जाता है, तो एएफपी की रिपोर्ट सबसे विश्वसनीय मानी जाती है। चीन की शिन्हुआ समाचार एजेंसी एशिया की सबसे बड़ी एजेंसियों में से एक है जो चीन और एशिया-प्रशांत क्षेत्र के समाचारों के लिए महत्वपूर्ण स्रोत है। हालांकि यह राज्य द्वारा संचालित है, लेकिन इसका व्यापक नेटवर्क चीन से जुड़ी खबरों के लिए अपरिहार्य बनाता है। भारत में भी कई महत्वपूर्ण समाचार एजेंसियां हैं जो राष्ट्रीय और क्षेत्रीय समाचारों का संकलन करती हैं। प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया यानी पीटीआई भारत की सबसे बड़ी और सबसे पुरानी समाचार एजेंसी है जिसकी स्थापना 1947 में स्वतंत्रता के तुरंत बाद हुई थी। पीटीआई पूरे भारत में फैले अपने संवाददाताओं के विशाल नेटवर्क के माध्यम से हर दिन हजारों समाचार, फोटो और वीडियो प्रदान करती है। छोटे शहरों के समाचार पत्र जो दिल्ली, मुंबई या अन्य बड़े शहरों में अपने संवाददाता नहीं रख सकते, वे पीटीआई के समाचारों पर निर्भर रहते हैं। जब केंद्र सरकार कोई



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

महत्वपूर्ण घोषणा करती है, संसद में कोई बहस होती है, या देश में कहीं कोई बड़ी घटना घटती है, तो पीटीआई की प्लैश खबर मिनटों में सभी सदस्य संगठनों तक पहुंच जाती है।

यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया यानी यूएनआई भी भारत की प्रमुख समाचार एजेंसियों में से एक है। यूएनआई की स्थापना 1961 में हुई थी और यह हिंदी और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में समाचार सेवा प्रदान करती है। यूएनआई ने भारतीय भाषाओं में समाचार सेवा को विशेष महत्व दिया है और हिंदी समाचार पत्रों के लिए यह महत्वपूर्ण स्रोत है। पीटीआई भाषा सेवा विशेष रूप से क्षेत्रीय भाषाओं में समाचार प्रदान करने के लिए स्थापित की गई है। यह हिंदी, मराठी, गुजराती, तमिल, तेलुगु और अन्य भारतीय भाषाओं में समाचार सेवा देती है। जब कोई राष्ट्रीय महत्व की खबर होती है, तो पीटीआई भाषा सेवा उसे विभिन्न भाषाओं में अनुवादित करके क्षेत्रीय समाचार पत्रों और टीवी चैनलों को उपलब्ध कराती है। समाचार एजेंसियों की कार्यप्रणाली अत्यंत संगठित और व्यवस्थित होती है। इनके पास विभिन्न शहरों और देशों में स्थायी ब्यूरो होते हैं जहां संवाददाता और संपादक तैनात होते हैं। ये ब्यूरो चौबीसों घंटे काम करते हैं क्योंकि समाचार कभी रुकता नहीं है। जब भारत में रात होती है और अधिकांश लोग सो रहे होते हैं, तब अमेरिका में दिन होता है और वहां की खबरें आ रही होती हैं। समाचार एजेंसियों के संवाददाता इन खबरों को तुरंत प्रोसेस करके अपने क्लाइंट्स को भेजते हैं ताकि सुबह के समाचार पत्रों में ताजा खबरें छप सकें। जब 9/11 का हमला हुआ, तो दुनिया भर की समाचार एजेंसियों ने तुरंत अपने न्यूयॉर्क स्थित संवाददाताओं को सक्रिय किया और मिनटों में पूरी दुनिया को इस भयानक घटना की जानकारी मिल गई। समाचार एजेंसियां विभिन्न प्रकार की सेवाएं प्रदान करती हैं। टेक्स्ट समाचार सेवा में लिखित खबरें विभिन्न लंबाई में उपलब्ध कराई जाती हैं। कोई समाचार पत्र छोटी खबर चाहता है तो उसे 100-150 शब्दों की खबर मिल सकती है, जबकि विस्तृत कवरेज के लिए 500-1000 शब्दों की रिपोर्ट उपलब्ध होती है। फोटो सेवा में घटनाओं की तस्वीरें उच्च गुणवत्ता में उपलब्ध कराई जाती हैं। समाचार एजेंसियों के फोटो जर्नलिस्ट प्रशिक्षित पेशेवर होते हैं जो महत्वपूर्ण क्षणों को कैद करते हैं। जब कोई बड़ी राजनीतिक रैली होती है, तो एजेंसी के फोटोग्राफर वहां मौजूद होते हैं और दर्जनों तस्वीरें खींचते हैं जो दुनिया भर के समाचार पत्रों में छपती हैं।

वीडियो समाचार सेवा टेलीविजन चैनलों के लिए विशेष रूप से महत्वपूर्ण है। समाचार एजेंसियां घटनाओं का वीडियो फुटेज उपलब्ध कराती हैं जिसे टीवी चैनल अपने बुलेटिन में उपयोग कर सकते हैं। जब किसी विदेशी देश में कोई महत्वपूर्ण घटना होती है, तो भारतीय टीवी चैनल अंतरराष्ट्रीय समाचार एजेंसियों से वीडियो फुटेज खरीदते हैं। ग्राफिक्स और इन्फोग्राफिक्स सेवा में जटिल डेटा को आकर्षक और समझने योग्य विजुअल फॉर्मेट में प्रस्तुत किया जाता है। चुनाव परिणामों, आर्थिक आंकड़ों या किसी सर्वेक्षण के परिणामों को ग्राफिक्स के माध्यम से प्रदर्शित करना अधिक प्रभावी होता है। समाचार एजेंसियों की विशेषता उनकी तटस्थता और निष्पक्षता है। चूंकि वे विभिन्न राजनीतिक विचारधाराओं और दृष्टिकोणों वाले समाचार संगठनों को सेवा प्रदान करती हैं, इसलिए उन्हें संतुलित और तथ्यात्मक रिपोर्टिंग करनी होती है। एक अच्छी समाचार एजेंसी की रिपोर्ट में सभी पक्षों का दृष्टिकोण शामिल होता है और व्यक्तिगत राय या पूर्वाग्रह नहीं होता। जब कोई विवादास्पद मुद्दा होता है, तो समाचार एजेंसी की रिपोर्ट में सरकार का पक्ष, विपक्ष का पक्ष और विशेषज्ञों की राय सभी शामिल होती है।

1.3.2 संस्थागत स्रोत

संस्थागत स्रोत वे औपचारिक और संगठित माध्यम हैं जिनके द्वारा सरकारी संस्थाएं, निजी कंपनियां, गैर-सरकारी संगठन और अन्य संस्थान जनता और मीडिया के साथ संवाद करते हैं। ये स्रोत आधिकारिक जानकारी प्रदान करते हैं और समाचार संगठनों के लिए महत्वपूर्ण होते हैं क्योंकि इनसे प्राप्त जानकारी प्रामाणिक और सत्यापित होती है। जनसंपर्क विभाग और प्रेस विज्ञप्तियां संस्थागत स्रोतों के दो प्रमुख घटक हैं जो आधुनिक संचार व्यवस्था का अभिन्न अंग बन गए हैं।

जनसंपर्क विभाग: संस्थागत संचार का केंद्र

जनसंपर्क विभाग किसी भी संगठन का वह विभाग होता है जो मीडिया और जनता के साथ संबंध बनाए रखने और संगठन की छवि को प्रबंधित करने के लिए जिम्मेदार होता है। यह विभाग संगठन और बाहरी दुनिया के बीच एक सेतु का काम करता है। सरकारी विभागों में जनसंपर्क अधिकारी, कॉर्पोरेट जगत में पीआर मैनेजर, और गैर-सरकारी संगठनों में संचार विशेषज्ञ इसी भूमिका को निभाते हैं। इन विभागों की



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

भूमिका केवल सूचना देने तक सीमित नहीं है, बल्कि ये संगठन की रणनीतिक संचार योजना का भी हिस्सा होते हैं। सरकारी जनसंपर्क विभाग लोकतंत्र में विशेष महत्व रखते हैं क्योंकि ये नागरिकों को सरकारी नीतियों, योजनाओं और निर्णयों की जानकारी देते हैं। केंद्र और राज्य सरकारों के प्रत्येक मंत्रालय और विभाग में जनसंपर्क अधिकारी होते हैं जो मीडिया से संपर्क बनाए रखते हैं। जब कोई नई योजना शुरू होती है, तो जनसंपर्क विभाग मीडिया को इसकी विस्तृत जानकारी देता है। उदाहरण के लिए, जब प्रधानमंत्री आवास योजना शुरू हुई, तो आवास और शहरी कार्य मंत्रालय के जनसंपर्क विभाग ने योजना के उद्देश्य, लाभार्थी चयन की प्रक्रिया, आवेदन की विधि और अन्य सभी विवरण मीडिया को उपलब्ध कराए। इससे समाचार संगठनों को सटीक जानकारी मिली और वे जनता को सही तरीके से सूचित कर सके। रक्षा मंत्रालय का जनसंपर्क विभाग संवेदनशील सुरक्षा मुद्दों पर जानकारी प्रदान करता है। जब सीमा पर कोई घटना होती है या सेना कोई ऑपरेशन करती है, तो रक्षा जनसंपर्क अधिकारी मीडिया को आधिकारिक जानकारी देते हैं। 2019 में बालाकोट एयर स्ट्राइक के बाद, रक्षा मंत्रालय के जनसंपर्क विभाग ने नियमित ब्रीफिंग के माध्यम से मीडिया को अपडेट किया जिससे अफवाहों पर रोक लगी और सही जानकारी जनता तक पहुंची। स्वास्थ्य मंत्रालय का जनसंपर्क विभाग महामारी, टीकाकरण अभियान और स्वास्थ्य सेवाओं से संबंधित जानकारी प्रदान करता है। कोविड-19 महामारी के दौरान स्वास्थ्य मंत्रालय ने प्रतिदिन प्रेस ब्रीफिंग आयोजित की जिसमें संक्रमण के आंकड़े, सरकार द्वारा उठाए गए कदम और नागरिकों के लिए दिशानिर्देश साझा किए गए। कॉर्पोरेट जगत में जनसंपर्क विभाग कंपनी की छवि बनाने और बनाए रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। बड़ी कंपनियों के पास समर्पित पीआर टीम होती हैं जो मीडिया संबंध, ब्रांड प्रबंधन, संकट संचार और कॉर्पोरेट संचार का कार्य करती हैं। जब रिलायंस जियो ने भारतीय दूरसंचार बाजार में प्रवेश किया, तो इसके जनसंपर्क विभाग ने एक व्यापक मीडिया रणनीति बनाई। उन्होंने नियमित रूप से प्रेस कॉन्फ्रेंस आयोजित की, मीडिया को कंपनी की योजनाओं की जानकारी दी, और ग्राहक आधार बढ़ाने के आंकड़े साझा किए। इस सक्रिय जनसंपर्क रणनीति ने जियो को व्यापक मीडिया कवरेज प्राप्त करने में मदद की।

टाटा समूह की कंपनियों का जनसंपर्क विभाग कॉर्पोरेट सामाजिक जिम्मेदारी और व्यावसायिक उपलब्धियों को प्रभावी ढंग से संप्रेषित करता है। जब टाटा मोटर्स ने नैनो कार लॉन्च की, तो जनसंपर्क विभाग ने इसे दुनिया की सबसे सस्ती कार के रूप में प्रचारित किया और वैश्विक मीडिया का ध्यान आकर्षित किया। बैंकिंग क्षेत्र में भी जनसंपर्क विभाग महत्वपूर्ण हैं। जब भारतीय स्टेट बैंक ने अपनी सहायक बैंकों का विलय किया, तो इसके जनसंपर्क विभाग ने विलय की प्रक्रिया, ग्राहकों पर प्रभाव और नई सेवाओं के बारे में विस्तृत जानकारी मीडिया को दी। गैर-सरकारी संगठनों के जनसंपर्क विभाग सामाजिक मुद्दों पर जागरूकता बढ़ाने और अपने कार्यों को प्रचारित करने में मदद करते हैं। ग्रीनपीस इंडिया के संचार विभाग ने पर्यावरण संरक्षण के मुद्दों को मीडिया के माध्यम से उठाया है। जब कोयला खनन या वन कटाई जैसे मुद्दे होते हैं, तो ग्रीनपीस का जनसंपर्क विभाग प्रेस कॉन्फ्रेंस आयोजित करता है, रिपोर्ट जारी करता है और मीडिया को इन मुद्दों पर संवेदनशील बनाता है। ऑक्सफैम इंडिया जैसे संगठन गरीबी और असमानता के मुद्दों पर रिपोर्ट प्रकाशित करते हैं और उनका जनसंपर्क विभाग इन रिपोर्टों को मीडिया में व्यापक कवरेज दिलाने का काम करता है। जनसंपर्क विभाग की कार्यप्रणाली बहुआयामी होती है। मीडिया संबंध बनाना और बनाए रखना इसका प्राथमिक कार्य है। जनसंपर्क अधिकारी पत्रकारों और संपादकों के साथ नियमित संपर्क में रहते हैं, उनके प्रश्नों का उत्तर देते हैं और जानकारी उपलब्ध कराते हैं। वे पत्रकारों को साक्षात्कार व्यवस्थित करने, घटनास्थल की यात्रा करवाने और विशेष जानकारी प्रदान करने में सहायता करते हैं। प्रेस कॉन्फ्रेंस और मीडिया ब्रीफिंग आयोजित करना भी जनसंपर्क विभाग का महत्वपूर्ण काम है। जब कोई बड़ी घोषणा करनी होती है या किसी मुद्दे पर स्पष्टीकरण देना होता है, तो प्रेस कॉन्फ्रेंस बुलाई जाती है जहां मीडिया सीधे संगठन के प्रवक्ता से सवाल पूछ सकता है। संकट संचार जनसंपर्क का एक चुनौतीपूर्ण पहलू है। जब कोई संगठन विवाद में फंसता है या कोई दुर्घटना होती है, तो जनसंपर्क विभाग को तुरंत प्रतिक्रिया देनी होती है। 2013 में उत्तराखंड में आई बाढ़ के दौरान राज्य सरकार के जनसंपर्क विभाग ने चौबीसों घंटे काम किया और मीडिया को बचाव कार्यों की नियमित जानकारी दी। जब किसी कंपनी के उत्पाद में दोष पाया जाता है, तो पीआर विभाग तुरंत स्थिति को संभालता है, क्षमायाचना जारी करता है और सुधारात्मक कदमों की घोषणा करता है। नेस्ले मैगी विवाद के दौरान कंपनी के जनसंपर्क विभाग ने सक्रिय



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

रूप से मीडिया से संवाद किया और उत्पाद वापसी तथा गुणवत्ता जांच की जानकारी साझा की।

प्रेस विज्ञप्तियां: आधिकारिक सूचना का प्राथमिक माध्यम

प्रेस विज्ञप्ति या प्रेस रिलीज एक लिखित या रिकॉर्ड किया गया संचार है जो मीडिया को किसी विशेष घटना, उपलब्धि, नियुक्ति या अन्य समाचार योग्य जानकारी के बारे में सूचित करता है। यह संस्थागत स्रोतों का सबसे सामान्य और व्यापक रूप से उपयोग किया जाने वाला माध्यम है। प्रेस विज्ञप्तियां समाचार संगठनों को तैयार जानकारी प्रदान करती हैं जिसे वे अपनी रिपोर्ट में उपयोग कर सकते हैं। एक अच्छी प्रेस विज्ञप्ति समाचार शैली में लिखी जाती है और इसमें सभी महत्वपूर्ण तथ्य शामिल होते हैं। सरकारी प्रेस विज्ञप्तियां नीतिगत निर्णयों, योजनाओं और घोषणाओं की आधिकारिक जानकारी प्रदान करती हैं। जब केंद्रीय मंत्रिमंडल की बैठक होती है और महत्वपूर्ण निर्णय लिए जाते हैं, तो प्रधानमंत्री कार्यालय की प्रेस विज्ञप्ति में इन निर्णयों का विवरण होता है। उदाहरण के लिए, जब नोटबंदी की घोषणा हुई, तो वित्त मंत्रालय ने तुरंत एक विस्तृत प्रेस विज्ञप्ति जारी की जिसमें निर्णय के कारण, कार्यान्वयन की प्रक्रिया और नागरिकों के लिए दिशानिर्देश शामिल थे। इस प्रेस विज्ञप्ति ने सभी समाचार संगठनों को एक समान और आधिकारिक जानकारी प्रदान की। चुनाव आयोग की प्रेस विज्ञप्तियां चुनाव कार्यक्रम, नियम और परिणामों की आधिकारिक घोषणाएं होती हैं। जब किसी राज्य या लोकसभा चुनाव की तिथियों की घोषणा होती है, तो चुनाव आयोग एक विस्तृत प्रेस विज्ञप्ति जारी करता है जिसमें मतदान के चरण, महत्वपूर्ण तिथियां, आचार संहिता के प्रावधान और अन्य विवरण शामिल होते हैं। यह प्रेस विज्ञप्ति पूरे देश के समाचार संगठनों के लिए चुनाव रिपोर्टिंग का आधार बनती है। सुप्रीम कोर्ट और उच्च न्यायालय भी महत्वपूर्ण निर्णयों पर प्रेस विज्ञप्तियां जारी करते हैं। जब कोई ऐतिहासिक फैसला आता है, तो न्यायालय की प्रेस विज्ञप्ति में फैसले के मुख्य बिंदु और तर्क शामिल होते हैं जो मीडिया को सटीक रिपोर्टिंग में मदद करते हैं। कॉर्पोरेट प्रेस विज्ञप्तियां कंपनियों के व्यावसायिक निर्णयों, वित्तीय परिणामों और नई पहलों की जानकारी देती हैं। जब कोई कंपनी अपने तिमाही परिणाम घोषित करती है, तो वह एक प्रेस विज्ञप्ति जारी करती है जिसमें राजस्व, लाभ, विकास दर और भविष्य की योजनाओं का विवरण होता है। इन्फोसिस, टीसीएस जैसी

आईटी कंपनियां नियमित रूप से अपने वित्तीय प्रदर्शन पर प्रेस विज्ञप्तियां जारी करती हैं जो व्यापार समाचार का महत्वपूर्ण स्रोत हैं। जब कोई कंपनी नया उत्पाद लॉन्च करती है, तो प्रेस विज्ञप्ति में उत्पाद की विशेषताएं, मूल्य और उपलब्धता की जानकारी होती है। सैमसंग या एप्पल जैसी कंपनियां अपने नए स्मार्टफोन लॉन्च करते समय विस्तृत प्रेस विज्ञप्तियां जारी करती हैं।

विलय और अधिग्रहण की घोषणाएं भी प्रेस विज्ञप्तियों के माध्यम से की जाती हैं। जब वालमार्ट ने फ्लिपकार्ट का अधिग्रहण किया, तो दोनों कंपनियों ने संयुक्त प्रेस विज्ञप्ति जारी की जिसमें सौदे का मूल्य, रणनीतिक लाभ और भविष्य की योजनाओं का विवरण था। नियुक्तियों और पदोन्नतियों की घोषणा भी प्रेस विज्ञप्तियों के माध्यम से होती है। जब किसी बड़ी कंपनी में नए सीईओ की नियुक्ति होती है, तो कंपनी एक प्रेस विज्ञप्ति जारी करती है जिसमें नए नेता की योग्यता, अनुभव और दृष्टिकोण का उल्लेख होता है। गैर-सरकारी संगठनों और सामाजिक संस्थाओं की प्रेस विज्ञप्तियां सामाजिक मुद्दों पर ध्यान आकर्षित करती हैं। जब कोई मानवाधिकार संगठन किसी उल्लंघन की रिपोर्ट प्रकाशित करता है, तो वह प्रेस विज्ञप्ति के माध्यम से मीडिया को इसकी जानकारी देता है। एमनेस्टी इंटरनेशनल या ह्यूमन राइट्स वॉच जैसे संगठन नियमित रूप से प्रेस विज्ञप्तियां जारी करते हैं जो मानवाधिकार मुद्दों पर मीडिया कवरेज को प्रेरित करती हैं। पर्यावरण संगठन जलवायु परिवर्तन, प्रदूषण या वन्यजीव संरक्षण पर प्रेस विज्ञप्तियां जारी करते हैं जो इन महत्वपूर्ण मुद्दों को सार्वजनिक बहस में लाती हैं। प्रेस विज्ञप्तियों की संरचना एक निश्चित प्रारूप का पालन करती है। शीर्षक आकर्षक और सूचनात्मक होना चाहिए जो मुख्य समाचार को संक्षेप में प्रस्तुत करे। उप-शीर्षक अतिरिक्त महत्वपूर्ण जानकारी प्रदान कर सकता है। तारीख और स्थान प्रेस विज्ञप्ति के शुरुआत में दी जाती है। पहला पैराग्राफ सबसे महत्वपूर्ण होता है जिसमें मुख्य समाचार के सभी आवश्यक तत्व होने चाहिए। पत्रकारिता में इसे लीड या मुख्य वाक्य कहते हैं। बाद के पैराग्राफ में विवरण, पृष्ठभूमि और संदर्भ प्रदान किए जाते हैं। उद्धरण या कोट्स प्रेस विज्ञप्ति को जीवंत बनाते हैं। संगठन के प्रमुख या संबंधित अधिकारी का बयान शामिल करना चाहिए। प्रेस विज्ञप्ति के अंत में संगठन के बारे में संक्षिप्त जानकारी और संपर्क विवरण होना चाहिए।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

1.3.3 डिजिटल स्रोत

डिजिटल क्रांति ने समाचार संकलन के तरीकों में मौलिक परिवर्तन ला दिया है। इंटरनेट और सोशल मीडिया के आगमन ने समाचार स्रोतों की परिभाषा ही बदल दी है। अब समाचार केवल पारंपरिक या संस्थागत स्रोतों से नहीं आते, बल्कि डिजिटल प्लेटफॉर्म और आम नागरिक भी महत्वपूर्ण समाचार स्रोत बन गए हैं। डिजिटल स्रोतों ने समाचार को तत्काल, इंटरैक्टिव और बहुआयामी बना दिया है। सोशल मीडिया और ऑनलाइन प्लेटफॉर्म आज के युग के सबसे शक्तिशाली और प्रभावशाली समाचार स्रोत बन चुके हैं।

सोशल मीडिया: नागरिक पत्रकारिता का माध्यम

सोशल मीडिया ने पत्रकारिता को लोकतांत्रिक बना दिया है। अब हर स्मार्टफोन रखने वाला व्यक्ति संभावित रिपोर्टर बन सकता है। ट्विटर, फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब और अन्य सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म समाचार का प्राथमिक स्रोत बन गए हैं। पत्रकार अब सोशल मीडिया को नियमित रूप से मॉनिटर करते हैं क्योंकि अक्सर कोई घटना पहले सोशल मीडिया पर ट्रेंड करती है और फिर पारंपरिक मीडिया में आती है। नागरिक पत्रकारिता का यह नया रूप समाचार संकलन को अधिक विविध, तीव्र और जमीनी स्तर से जोड़ने वाला बना देता है। ट्विटर समाचार पत्रकारों का पसंदीदा मंच बन गया है क्योंकि यह तत्काल अपडेट और ब्रेकिंग न्यूज के लिए सबसे प्रभावी है। जब कोई बड़ी घटना होती है, तो अक्सर ट्विटर पर पहली सूचना आती है। 2008 के मुंबई हमलों के दौरान, घटनास्थल पर मौजूद लोगों ने ट्विटर पर वास्तविक समय में अपडेट साझा किए जो पत्रकारों के लिए महत्वपूर्ण स्रोत बने। राजनेता, अधिकारी, हस्तियां और विशेषज्ञ ट्विटर पर सक्रिय हैं और अपने विचार साझा करते हैं। जब प्रधानमंत्री या राष्ट्रपति कोई महत्वपूर्ण ट्वीट करते हैं, तो वह तुरंत समाचार बन जाता है। डोनाल्ड ट्रंप के राष्ट्रपति कार्यकाल में उनके ट्वीट्स अमेरिकी विदेश नीति और घरेलू मुद्दों का प्राथमिक स्रोत बन गए थे। भारत में भी मंत्रियों और नेताओं के ट्वीट्स नियमित रूप से समाचार में आते हैं। हैशटैग्स ट्विटर पर ट्रेंडिंग टॉपिक्स को चिह्नित करते हैं और पत्रकारों को बताते हैं कि लोग किस बारे में बात कर रहे हैं। जब #MeToo मूवमेंट शुरू हुआ, तो महिलाओं ने सोशल मीडिया पर अपने अनुभव साझा किए और यह एक वैश्विक आंदोलन बन गया। पत्रकारों ने इन कहानियों को गहराई से

कवर किया और यौन उत्पीड़न के मुद्दे को मुख्यधारा की बहस में ला दिया। #BlackLivesMatter आंदोलन भी सोशल मीडिया से शुरू हुआ और पूरी दुनिया में नस्लीय न्याय की बहस को प्रज्वलित किया। भारत में #JusticeFor हैशटैग के साथ विभिन्न मुद्दों पर जन आंदोलन चले हैं जिन्हें सोशल मीडिया ने शक्ति प्रदान की। फेसबुक दुनिया का सबसे बड़ा सोशल नेटवर्क है और यह समाचार वितरण का महत्वपूर्ण माध्यम बन गया है। कई लोग अब सीधे समाचार वेबसाइट पर जाने के बजाय फेसबुक फीड से समाचार पढ़ते हैं। समाचार संगठन अपने फेसबुक पेज पर नियमित रूप से स्टोरी पोस्ट करते हैं और पाठकों से सीधे जुड़ते हैं। फेसबुक लाइव स्ट्रीमिंग की सुविधा ने पत्रकारों को घटनास्थल से सीधा प्रसारण करने में सक्षम बनाया है। जब कोई प्रेस कॉन्फ्रेंस या सार्वजनिक कार्यक्रम होता है, तो पत्रकार फेसबुक लाइव के माध्यम से इसे सीधे दर्शकों तक पहुंचा सकते हैं। फेसबुक ग्रुप्स विशेष रुचि समूहों का केंद्र बन गए हैं जहां लोग विशेष मुद्दों पर चर्चा करते हैं। पत्रकार इन ग्रुप्स को मॉनिटर करके जनता की भावना और चिंताओं को समझ सकते हैं। इंस्टाग्राम दृश्य कहानी कहने का शक्तिशाली माध्यम है। फोटो जर्नलिस्ट और संगठन इंस्टाग्राम पर दृश्य समाचार साझा करते हैं। इंस्टाग्राम स्टोरीज ने अस्थायी लेकिन तत्काल सामग्री साझा करने का नया तरीका प्रदान किया है। पत्रकार घटनास्थल से इंस्टाग्राम स्टोरीज के माध्यम से छोटे वीडियो क्लिप और तस्वीरें साझा करते हैं जो दर्शकों को तुरंत अपडेट प्रदान करती हैं। विरोध प्रदर्शनों, आंदोलनों और सार्वजनिक घटनाओं के दौरान, प्रतिभागी इंस्टाग्राम पर तस्वीरें और वीडियो साझा करते हैं जो पत्रकारों के लिए मूल्यवान स्रोत बनते हैं। पर्यावरण कार्यकर्ता, सामाजिक कार्यकर्ता और विभिन्न मुद्दों पर काम करने वाले संगठन इंस्टाग्राम का उपयोग अपने संदेश को दृश्य रूप से प्रभावी ढंग से प्रसारित करने के लिए करते हैं।

यूट्यूब वीडियो सामग्री का सबसे बड़ा प्लेटफॉर्म है और यह समाचार का महत्वपूर्ण स्रोत बन गया है। नागरिक पत्रकार यूट्यूब पर घटनाओं के वीडियो अपलोड करते हैं जो कभी-कभी मुख्यधारा मीडिया से पहले सामने आते हैं। पुलिस क्रूरता, सार्वजनिक बहस, प्राकृतिक आपदाओं और अन्य घटनाओं के वीडियो यूट्यूब पर वायरल होते हैं और फिर समाचार संगठन इन्हें वेरिफाई करके अपनी रिपोर्ट में उपयोग करते हैं। कई स्वतंत्र पत्रकार और कंटेंट क्रिएटर्स ने यूट्यूब चैनल शुरू किए हैं जहां वे गहन



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

रिपोर्टिंग, विश्लेषण और वृत्तचित्र प्रस्तुत करते हैं। ये चैनल पारंपरिक मीडिया के विकल्प के रूप में उभरे हैं।

व्हाट्सएप भारत में सबसे लोकप्रिय मैसेजिंग ऐप है और यह समाचार वितरण का महत्वपूर्ण माध्यम बन गया है। कई समाचार संगठनों ने व्हाट्सएप न्यूजलेटर शुरू किए हैं जहां सब्सक्राइबर्स को नियमित अपडेट मिलते हैं। हालांकि, व्हाट्सएप पर फेक न्यूज का प्रसार एक गंभीर समस्या बन गई है। झूठी खबरें तेजी से फैलती हैं और कभी-कभी हिंसा और अफवाहों को जन्म देती हैं। पत्रकारों की जिम्मेदारी है कि वे व्हाट्सएप पर प्राप्त जानकारी को सत्यापित करें और केवल सत्यापित सामग्री का उपयोग करें। व्हाट्सएप ग्रुप्स में स्थानीय मुद्दों और घटनाओं की चर्चा होती है जो पत्रकारों को जमीनी स्तर की जानकारी प्रदान कर सकती है। टेलीग्राम एक अन्य मैसेजिंग ऐप है जो विशेष रूप से सक्रियतावादियों और पत्रकारों के बीच लोकप्रिय हो गया है क्योंकि यह अधिक गोपनीयता प्रदान करता है। संवेदनशील मुद्दों पर काम करने वाले पत्रकार टेलीग्राम का उपयोग अपने स्रोतों से सुरक्षित संवाद के लिए करते हैं। टेलीग्राम चैनल समाचार और जानकारी साझा करने का माध्यम बन गए हैं। लिंकडइन पेशेवर नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म है लेकिन यह व्यापार और उद्योग समाचारों का भी महत्वपूर्ण स्रोत है। कंपनी के अधिकारी, उद्योग विशेषज्ञ और विश्लेषक लिंकडइन पर लेख और विचार साझा करते हैं जो व्यापार पत्रकारों के लिए उपयोगी होते हैं।

ऑनलाइन प्लेटफॉर्म: सूचना के नए आयाम

ऑनलाइन प्लेटफॉर्म ने समाचार संकलन के लिए असीम संभावनाएं खोल दी हैं। वेबसाइट्स, ब्लॉग्स, पॉडकास्ट्स, ऑनलाइन डेटाबेस और विशेष ऑनलाइन टूल्स पत्रकारों के लिए अमूल्य संसाधन बन गए हैं। ये प्लेटफॉर्म न केवल जानकारी प्रदान करते हैं बल्कि गहन शोध और विश्लेषण में भी सहायक होते हैं। समाचार वेबसाइट्स और ऑनलाइन समाचार पोर्टल्स डिजिटल पत्रकारिता के केंद्र हैं। द वायर, स्कॉल, द प्रिंट, न्यूज़लॉन्ड्री जैसे डिजिटल-ऑनली समाचार संगठन पारंपरिक मीडिया के विकल्प के रूप में उभरे हैं। ये संगठन गहन खोजी पत्रकारिता, विश्लेषण और विभिन्न दृष्टिकोणों को प्रस्तुत करते हैं। वे अक्सर उन मुद्दों को उठाते हैं जिन्हें मुख्यधारा मीडिया नजरअंदाज करता है। द वायर ने आधार डेटा लीक, राफेल सौदे और अन्य

महत्वपूर्ण मुद्दों पर गहन रिपोर्टिंग की है। स्कॉल अपने विस्तृत विश्लेषण और विविध विचारों के लिए जाना जाता है। ये डिजिटल प्लेटफॉर्म पाठकों से सीधे जुड़ते हैं और उनकी प्रतिक्रिया को महत्व देते हैं। अंतरराष्ट्रीय समाचार संगठनों की वेबसाइट्स वैश्विक समाचारों का महत्वपूर्ण स्रोत हैं। बीबीसी, सीएनएन, द गार्जियन, द न्यूयॉर्क टाइम्स, अल जज़ीरा जैसे संगठनों की वेबसाइट्स व्यापक अंतरराष्ट्रीय कवरेज प्रदान करती हैं। जब किसी विदेशी देश में कोई महत्वपूर्ण घटना होती है, तो भारतीय पत्रकार इन वेबसाइट्स से जानकारी प्राप्त करते हैं और संदर्भ लेते हैं। ब्लॉग्स व्यक्तिगत विचार और विशेषज्ञता साझा करने का माध्यम बन गए हैं। विशेषज्ञ, शिक्षाविद, कार्यकर्ता और सामान्य नागरिक ब्लॉग्स के माध्यम से अपने विचार प्रस्तुत करते हैं। कुछ ब्लॉग्स इतने प्रभावशाली हो गए हैं कि उन्हें मुख्यधारा मीडिया का दर्जा मिल गया है। राजनीतिक विश्लेषक, अर्थशास्त्री और सामाजिक टिप्पणीकार अपने ब्लॉग्स पर गहन लेख लिखते हैं जो पत्रकारों के लिए संदर्भ सामग्री बनते हैं।

पॉडकास्ट्स ऑडियो कंटेंट का तेजी से बढ़ता माध्यम है। कई पत्रकार और समाचार संगठन अब पॉडकास्ट्स के माध्यम से गहन रिपोर्टिंग और विश्लेषण प्रस्तुत करते हैं। द सीन एंड द अनसीन, पुलियाबाज़ी, ऑल इंडियाज़ अफेयर्स जैसे पॉडकास्ट्स भारत में लोकप्रिय हो गए हैं। ये पॉडकास्ट्स विशेषज्ञों के साथ लंबी बातचीत, घटनाओं का गहन विश्लेषण और विभिन्न दृष्टिकोणों को प्रस्तुत करते हैं। पॉडकास्ट्स का लाभ यह है कि श्रोता यात्रा के दौरान, व्यायाम करते समय या अन्य कार्य करते हुए सुन सकते हैं। सीरियल, द डेली जैसे अंतरराष्ट्रीय पॉडकास्ट्स ने खोजी पत्रकारिता को नया आयाम दिया है। सरकारी वेबसाइट्स और ऑनलाइन पोर्टल्स आधिकारिक जानकारी का प्राथमिक स्रोत हैं। पत्रकार नियमित रूप से मंत्रालयों, विभागों और सरकारी एजेंसियों की वेबसाइट्स को देखते हैं। ये वेबसाइट्स नीतिगत दस्तावेज, सांख्यिकीय डेटा, रिपोर्ट और घोषणाएं प्रदान करती हैं। भारत सरकार का राष्ट्रीय सूचना विज्ञान केंद्र विभिन्न विभागों की वेबसाइट्स का रखरखाव करता है जो पत्रकारों के लिए उपयोगी हैं। आरटीआई यानी सूचना का अधिकार पोर्टल पर नागरिक और पत्रकार सूचना के लिए आवेदन कर सकते हैं और सरकारी दस्तावेज प्राप्त कर सकते हैं। यह खोजी पत्रकारिता का महत्वपूर्ण उपकरण बन गया है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

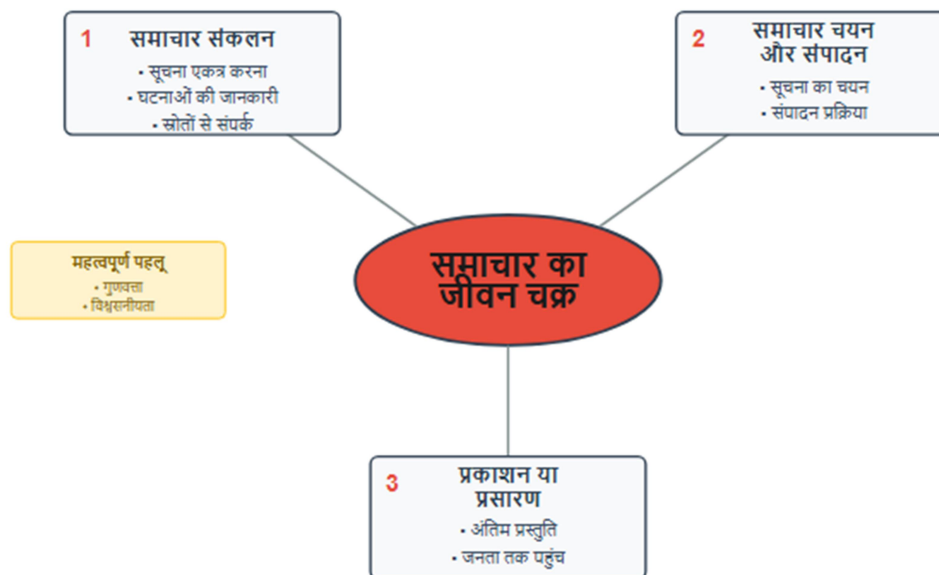
ओपन डेटा प्लेटफॉर्म पत्रकारों को डेटा-ड्रिवन रिपोर्टिंग करने में सक्षम बनाते हैं। विश्व बैंक, संयुक्त राष्ट्र, डब्ल्यूएचओ जैसे संगठन अपने डेटा को ऑनलाइन उपलब्ध कराते हैं। पत्रकार इस डेटा का विश्लेषण करके महत्वपूर्ण रुझान और पैटर्न को उजागर कर सकते हैं। भारत में data.gov.in सरकारी डेटा का खुला मंच है जहां विभिन्न विभागों का डेटा उपलब्ध है। शोध संस्थानों और थिंक टैंक्स की वेबसाइट्स गहन शोध और विश्लेषण प्रदान करती हैं। ब्रूकिंग्स इंडिया, ऑब्जर्वर रिसर्च फाउंडेशन, सेंटर फॉर पॉलिसी रिसर्च जैसे संगठन नियमित रूप से रिपोर्ट, पेपर और विश्लेषण प्रकाशित करते हैं जो पत्रकारों के लिए संदर्भ सामग्री बनते हैं। सोशल मीडिया मॉनिटरिंग टूल्स पत्रकारों को ट्रेंडिंग टॉपिक्स और महत्वपूर्ण बातचीत को ट्रैक करने में मदद करते हैं। हूटसूइट, ट्रेंडोलाइज़र, क्राउडटैंगल जैसे टूल्स सोशल मीडिया पर वायरल हो रही सामग्री को पहचानने में मदद करते हैं। गूगल ट्रेंड्स पत्रकारों को बताता है कि लोग किस विषय पर खोज कर रहे हैं। यह जनता की रुचि और चिंताओं को समझने का उपयोगी उपकरण है। गूगल अलर्ट्स किसी विशेष विषय या कीवर्ड पर नई सामग्री के बारे में स्वचालित सूचना प्रदान करता है। पत्रकार अपने बीट या रुचि के क्षेत्र से संबंधित अलर्ट्स सेट कर सकते हैं। फैक्ट-चेकिंग वेबसाइट्स डिजिटल युग में विशेष महत्व रखती हैं क्योंकि फेक न्यूज़ का प्रसार एक गंभीर समस्या बन गई है। बूम लाइव, ऑल्ट न्यूज़, फैक्टचेकर, विज़ा जैसी भारतीय फैक्ट-चेकिंग संगठन वायरल दावों और समाचारों को सत्यापित करते हैं। अंतरराष्ट्रीय स्तर पर स्नोप्स, फैक्टचेक.org, पॉलिटिफैक्ट जैसी वेबसाइट्स प्रसिद्ध हैं। पत्रकार इन वेबसाइट्स से परामर्श करके यह सुनिश्चित करते हैं कि वे गलत जानकारी का प्रसार नहीं कर रहे हैं। क्राउडसोर्सिंग प्लेटफॉर्म पत्रकारों को जनता से सीधे जानकारी और कहानियां एकत्र करने में सक्षम बनाते हैं। कुछ समाचार संगठन अपने पाठकों से विशेष मुद्दों पर अनुभव और सूचना साझा करने के लिए कहते हैं। यह सहभागी पत्रकारिता का एक रूप है जो रिपोर्टिंग को अधिक व्यापक और प्रतिनिधि बनाता है। विकीलीक्स जैसे प्लेटफॉर्म ने गोपनीय दस्तावेजों को सार्वजनिक करके खोजी पत्रकारिता में क्रांति ला दी। हालांकि विवादास्पद, इन प्लेटफॉर्म ने सरकारों और संगठनों की गुप्त गतिविधियों को उजागर किया है। पनामा पेपर्स और पैराडाइज़ पेपर्स जैसे लीक्स ने वैश्विक कर चोरी और ऑफशोर खातों के नेटवर्क को उजागर किया। भारतीय पत्रकारों ने भी इन लीक्स का उपयोग करके देश से जुड़े मामलों को सामने

लाया। ऑनलाइन फोरम्स और डिस्कशन बोर्ड्स विशेष समुदायों और रुचियों के केंद्र हैं। रेडिट, क्रोरा जैसे प्लेटफॉर्म्स पर विभिन्न विषयों पर गहन चर्चा होती है। पत्रकार इन मंचों को मॉनिटर करके विशेष ज्ञान और दृष्टिकोण प्राप्त कर सकते हैं।

समाचार स्रोतों का विकास पत्रकारिता के विकास की कहानी है। पारंपरिक स्रोत जैसे संवाददाता और समाचार एजेंसियां आज भी समाचार संकलन की नींव हैं। इनकी व्यावसायिकता, अनुभव और विश्वसनीयता अद्वितीय है। संस्थागत स्रोत जैसे जनसंपर्क विभाग और प्रेस विज्ञप्तियां आधिकारिक और संगठित जानकारी प्रदान करते हैं जो समाचार रिपोर्टिंग के लिए आवश्यक है। डिजिटल स्रोतों ने पत्रकारिता को लोकतांत्रिक, तीव्र और इंटरैक्टिव बना दिया है। सोशल मीडिया और ऑनलाइन प्लेटफॉर्म्स ने नागरिक पत्रकारिता को संभव बनाया है और जानकारी की पहुंच को असीमित कर दिया है। आधुनिक पत्रकार को इन सभी स्रोतों का कुशलता से उपयोग करना आना चाहिए। पारंपरिक स्रोतों की गहराई, संस्थागत स्रोतों की प्रामाणिकता और डिजिटल स्रोतों की गति और विविधता का संतुलन बनाना आज की पत्रकारिता की आवश्यकता है। साथ ही, डिजिटल युग में सत्यापन और फैक्ट-चेकिंग पहले से कहीं अधिक महत्वपूर्ण हो गई है। पत्रकार की जिम्मेदारी है कि वह किसी भी स्रोत से प्राप्त जानकारी को सत्यापित करे, विभिन्न दृष्टिकोणों को शामिल करे और संतुलित रिपोर्टिंग करे। समाचार स्रोतों की विविधता पत्रकारिता की ताकत है, लेकिन इसके साथ जिम्मेदारी भी आती है कि सही और तथ्यात्मक जानकारी ही जनता तक पहुंचे।

इकाई 1.4: समाचार का जीवन चक्र

समाचार किसी भी समाज की जानकारी का प्रमुख स्रोत होते हैं। यह लोगों को समय पर घटनाओं, परिवर्तनों और समाज में हो रही गतिविधियों के बारे में अवगत कराता है। समाचार की प्रक्रिया केवल सूचना एकत्र करने तक सीमित नहीं है, बल्कि इसमें सूचना का चयन, संपादन और अंतिम रूप में प्रस्तुति भी शामिल होती है। इसे मुख्यतः तीन चरणों में समझा जा सकता है – **समाचार संकलन, समाचार चयन और संपादन, और प्रकाशन या प्रसारण**। प्रत्येक चरण अपने आप में महत्वपूर्ण है और समाचार की गुणवत्ता एवं विश्वसनीयता पर सीधा प्रभाव डालता है।



चित्र 1.7: समाचार का जीवन चक्र

स

1.4.1 समाचार संकलन

मा

चार संकलन वह प्रक्रिया है जिसमें पत्रकार या रिपोर्टर विभिन्न स्रोतों से सूचना प्राप्त करते हैं। समाचार संकलन का उद्देश्य विश्वसनीय और समयानुकूल जानकारी प्राप्त करना होता है। पत्रकारिता में समाचार संकलन की गुणवत्ता सीधे तौर पर समाचार की विश्वसनीयता और प्रभावशीलता पर असर डालती है। सूचना प्राप्त करने के स्रोत कई प्रकार के हो सकते हैं। सबसे प्रमुख स्रोत हैं **सरकारी रिपोर्ट, प्रेस विज्ञप्तियाँ, आम**

जनता, घटनास्थल पर प्रत्यक्ष निरीक्षण, और अन्य मीडिया संस्थान। उदाहरण के लिए, अगर किसी शहर में अचानक बाढ़ आ जाती है, तो समाचार संकलनकर्ता स्थानीय प्रशासन से बाढ़ की स्थिति, प्रभावित क्षेत्रों और राहत कार्यों की जानकारी ले सकता है। इसके अलावा प्रभावित लोगों से बातचीत कर उनकी व्यक्तिगत अनुभव और घटनाओं का विवरण भी एकत्र किया जा सकता है। इंटरनेट और डिजिटल मीडिया ने समाचार संकलन की प्रक्रिया को और भी व्यापक बना दिया है। पत्रकार सोशल मीडिया, सरकारी वेबसाइट, ऑनलाइन पोर्टल और ई-मेल न्यूज़लेटर के माध्यम से त्वरित सूचना प्राप्त कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, किसी राजनीतिक घटना के दौरान सोशल मीडिया पर पोस्ट किए गए वीडियो और संदेश तुरंत पत्रकारों के ध्यान में आते हैं, जिससे वे घटना की वास्तविकता को जांचकर समाचार बना सकते हैं। समाचार संकलन में समयबद्धता भी अत्यंत महत्वपूर्ण होती है। आज के डिजिटल युग में खबरें तेज़ी से फैलती हैं, और अगर समाचारकर्ता जल्दी सूचना प्राप्त नहीं करता है, तो वह खबर पहले ही सार्वजनिक हो चुकी होती है। इसलिए, समाचार संकलनकर्ता को न केवल विश्वसनीय स्रोत चुनने की कला आनी चाहिए, बल्कि उसे यह भी सुनिश्चित करना चाहिए कि सूचना समय पर और सटीक रूप से प्राप्त हो।

1.4.2 चयन और संपादन

समाचार संकलन के बाद दूसरा महत्वपूर्ण चरण है – **समाचार का चयन और संपादन**। सभी सूचनाएँ समाचार योग्य नहीं होतीं। चयन की प्रक्रिया में पत्रकार यह तय करता है कि कौन-सी जानकारी पाठकों या दर्शकों के लिए महत्वपूर्ण है। इसे **समाचार योग्यता** कहा जाता है। समाचार योग्यता तय करने के कुछ प्रमुख मानक होते हैं। इनमें से एक है **समाचार की तात्कालिकता**, यानी कितनी हाल ही में घटना हुई है। उदाहरण के लिए, अगर किसी राज्य में सड़क दुर्घटना हुई है और उसी दिन इसकी रिपोर्ट प्रकाशित की जाती है, तो यह पाठकों के लिए अधिक महत्वपूर्ण होती है। दूसरा मानक है **प्रभाव और महत्व**, यानी घटना का समाज, क्षेत्र या देश पर कितना असर पड़ा है। एक बड़ी आर्थिक नीति में बदलाव या चुनाव का परिणाम आम जनता पर गहरा प्रभाव डालता है, इसलिए इसे प्राथमिकता दी जाती है। तीसरा मानक है **असाधारणता**, यानी घटना कितनी असामान्य या रोचक है। उदाहरण के लिए,



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

किसी गांव में हुई एक अनोखी सामाजिक पहल या स्थानीय खेल में असाधारण सफलता समाचार योग्य मानी जाती है। समाचार का चयन करने के बाद संपादन की प्रक्रिया आती है। संपादन में समाचार को इस तरह से तैयार किया जाता है कि वह पाठक या दर्शक के लिए स्पष्ट, संक्षिप्त और आकर्षक हो। संपादक समाचार के शीर्षक, उपशीर्षक और मुख्य अंश को इस प्रकार प्रस्तुत करता है कि पाठक तुरंत समाचार की महत्ता समझ सके। उदाहरण के लिए, अगर किसी शहर में नई मेट्रो लाइन का उद्घाटन हुआ है, तो समाचार संपादक इसे इस प्रकार संपादित कर सकता है – “नई मेट्रो लाइन से यात्रा होगी आसान, उद्घाटन समारोह में शहरवासियों की उमड़ी भीड़।” संपादन में तथ्य-जांच भी अत्यंत महत्वपूर्ण होती है। समाचार में कोई गलत या अधूरी जानकारी प्रकाशित होने से पाठकों में भ्रम पैदा हो सकता है और मीडिया की विश्वसनीयता पर प्रश्न उठ सकते हैं। इसलिए, संपादक को हर सूचना को क्रॉस-चेक करना आवश्यक होता है। उदाहरण के लिए, किसी राजनीतिक बयान को प्रकाशित करने से पहले पत्रकार को सुनिश्चित करना होगा कि बयान सही स्रोत से लिया गया है और उसमें कोई भावात्मक या असत्य विवरण तो नहीं है। संपादन का एक और महत्वपूर्ण पहलू है **भाषा और प्रस्तुति शैली**। समाचार को सरल, स्पष्ट और सहज भाषा में प्रस्तुत करना चाहिए ताकि वह सभी पाठकों द्वारा समझा जा सके। उदाहरण के लिए, आर्थिक नीति के जटिल विवरण को आम जनता के लिए सरल शब्दों में प्रस्तुत करना आवश्यक है।

1.4.3 प्रकाशन/प्रसारण

समाचार संकलन और संपादन के बाद अंतिम चरण है **प्रकाशन या प्रसारण**। इस चरण में समाचार को पाठकों, दर्शकों या श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है। आज के मीडिया युग में यह प्रक्रिया कई माध्यमों से होती है – **अखबार, न्यूज़ चैनल, रेडियो, डिजिटल न्यूज़ पोर्टल और सोशल मीडिया**। प्रकाशन में समाचार का अंतिम रूप तैयार किया जाता है। इसमें समाचार के शीर्षक, मुख्य बिंदु, तसवीरें, ग्राफ़ और वीडियो सामग्री शामिल की जाती है। उदाहरण के लिए, किसी खेल प्रतियोगिता के परिणाम की रिपोर्ट में खेल की मुख्य झलक, खिलाड़ी का इंटरव्यू और परिणाम का सारांश शामिल किया जाता है। प्रसारण का उद्देश्य पाठक या दर्शक को समाचार से जोड़ना और उसकी रुचि बनाए रखना होता है। टीवी न्यूज़ चैनलों में समाचार को

आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करने के लिए विजुअल इफेक्ट्स, एनिमेशन और लाइव रिपोर्टिंग का उपयोग किया जाता है। उदाहरण के लिए, मौसम विभाग के अपडेट को केवल शब्दों में नहीं, बल्कि तापमान ग्राफ, मौसम चार्ट और लाइव स्टोरी के माध्यम से प्रस्तुत किया जाता है। डिजिटल मीडिया और सोशल मीडिया के माध्यम से समाचार का प्रसारण त्वरित और व्यापक हो गया है। आज कोई भी व्यक्ति स्मार्टफोन या कंप्यूटर के माध्यम से समाचार तक पहुँच सकता है। उदाहरण के लिए, किसी शहर में आपदा की सूचना ट्विटर या व्हाट्सएप के माध्यम से तुरंत फैल जाती है, जिससे लोग तुरंत सतर्क हो सकते हैं। समाचार के प्रकाशन में समयबद्धता और विश्वसनीयता सबसे महत्वपूर्ण होती है। यदि समाचार देर से प्रकाशित होता है या उसमें कोई तथ्यात्मक त्रुटि होती है, तो मीडिया संस्थान की प्रतिष्ठा प्रभावित हो सकती है। इसलिए, समाचार प्रकाशन का अंतिम चरण भी अत्यंत जिम्मेदारी और सतर्कता मांगता है।

समाचार संकलन, चयन और प्रकाशन की प्रक्रिया समाज में सूचना के प्रवाह को नियंत्रित करती है। यह केवल घटनाओं की जानकारी तक सीमित नहीं है, बल्कि समाज में जागरूकता, शिक्षा और दृष्टिकोण निर्माण में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। समाचार संकलनकर्ता विश्वसनीय स्रोतों से सूचना प्राप्त करता है, संपादक उसे पाठक और दर्शक की समझ के अनुकूल बनाता है, और प्रकाशन के माध्यम से उसे समाज तक पहुँचाया जाता है। उदाहरण स्वरूप, मान लीजिए कि किसी शहर में शहरी यातायात में सुधार हेतु नई योजना लागू की गई है। समाचार संकलनकर्ता स्थानीय प्रशासन, यातायात पुलिस और शहरवासियों से जानकारी प्राप्त करेगा। संपादक इसे पाठकों के लिए संक्षेप में प्रस्तुत करेगा, जैसे कि “नई योजना से यात्रा होगी आसान, यातायात जाम में होगी कमी।” और अंत में, यह समाचार अखबार, टीवी और डिजिटल मीडिया के माध्यम से प्रकाशित या प्रसारित होगा, ताकि सभी लोग इसका लाभ उठा सकें। इस प्रकार समाचार संकलन, चयन और प्रकाशन का समुचित समन्वय न केवल समाज को सूचित करता है, बल्कि लोकतंत्र और जन-जागरूकता को भी मजबूत बनाता है। आधुनिक युग में डिजिटल और सोशल मीडिया के माध्यम से यह प्रक्रिया और अधिक तीव्र, व्यापक और प्रभावशाली हो गई है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

1.5 स्व-मूल्यांकन प्रश्न

1.5.1 बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQs):

1. समाचार में 5W+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) 5 Ways और 1 Help

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

2. "Dog bites man" की तुलना में "Man bites dog" क्यों बेहतर समाचार है?

- क) लंबा है
- ख) असामान्य और नया है
- ग) पुराना है
- घ) सामान्य है

उत्तर: ख) असामान्य और नया है

3. कठोर समाचार (Hard News) की विशेषता है:

- क) मनोरंजक कहानी
- ख) तात्कालिक और तथ्यात्मक
- ग) फीचर शैली
- घ) व्यक्तिगत राय

उत्तर: ख) तात्कालिक और तथ्यात्मक

4. समाचार का सबसे महत्वपूर्ण मूल्य है:

- क) नवीनता
- ख) पुरानापन
- ग) जटिलता
- घ) लंबाई

उत्तर: क) नवीनता



समाचार का
स्वरूप

5. PTI (Press Trust of India) क्या है?

- क) समाचार पत्र
- ख) समाचार एजेंसी
- ग) टीवी चैनल
- घ) रेडियो स्टेशन

उत्तर: ख) समाचार एजेंसी

6. मृदु समाचार (Soft News) का उदाहरण है:

- क) दुर्घटना की रिपोर्ट
- ख) मानवीय रुचि की कहानी
- ग) चुनाव परिणाम
- घ) आतंकवादी हमला

उत्तर: ख) मानवीय रुचि की कहानी

7. समाचार संकलन का पहला चरण है:

- क) प्रकाशन
- ख) संपादन
- ग) स्रोत से सूचना प्राप्ति
- घ) शीर्षक लेखन

उत्तर: ग) स्रोत से सूचना प्राप्ति

8. निकटता (Proximity) समाचार मूल्य से तात्पर्य है:

- क) समय की निकटता
- ख) भौगोलिक या भावनात्मक निकटता
- ग) शब्दों की निकटता
- घ) लोगों की निकटता

उत्तर: ख) भौगोलिक या भावनात्मक निकटता

9. सोशल मीडिया समाचार स्रोत के रूप में:

- क) पूरी तरह विश्वसनीय है
- ख) सत्यापन की आवश्यकता होती है



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

ग) कभी उपयोग नहीं करना चाहिए

घ) केवल मनोरंजन के लिए है

उत्तर: ख) सत्यापन की आवश्यकता होती है

10. प्रमुखता (Prominence) समाचार मूल्य का संबंध है:

क) समाचार की लंबाई से

ख) प्रसिद्ध व्यक्तियों या संस्थाओं से

ग) समय से

घ) स्थान से

उत्तर: ख) प्रसिद्ध व्यक्तियों या संस्थाओं से

1.5.2 लघु उत्तरीय प्रश्न (2-3 अंक):

1. समाचार की परिभाषा देते हुए इसके प्रमुख तत्व बताइए।
2. कठोर समाचार और मृदु समाचार में अंतर स्पष्ट कीजिए।
3. समाचार मूल्य के कोई तीन प्रमुख तत्व बताइए।
4. समाचार के विभिन्न स्रोतों का उल्लेख कीजिए।
5. समाचार के जीवन चक्र को संक्षेप में समझाइए।

1.5.3 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (5-10 अंक):

1. समाचार की परिभाषा देते हुए इसके मूलभूत तत्वों (5W+1H) और समाचार मूल्यों का विस्तृत विवेचन कीजिए।
2. समाचार के विभिन्न प्रकारों (कठोर, मृदु, राजनीतिक, आर्थिक, खेल, अपराध) का उदाहरण सहित विस्तार से वर्णन कीजिए।
3. समाचार के विभिन्न स्रोतों (संवाददाता, समाचार एजेंसियाँ, जनसंपर्क विभाग, सोशल मीडिया) का विस्तृत परिचय दीजिए।

4. समाचार के जीवन चक्र (संकलन, चयन, संपादन, प्रकाशन) का विस्तार से वर्णन कीजिए।
5. समाचार मूल्य के विभिन्न तत्वों का विश्लेषण करते हुए बताइए कि कोई घटना कब और क्यों समाचारयोग्य बन जाती है।

समाचार का
स्वरूप



मॉड्यूल 2

समाचार संकलन की विधियाँ

संरचना

इकाई 2.1	समाचार संकलन की तकनीकें
इकाई 2.2	फील्ड रिपोर्टिंग
इकाई 2.3	खोजी पत्रकारिता
इकाई 2.4	डिजिटल स्रोतों से समाचार संकलन
इकाई 2.4	समाचार संकलन में पत्रकार की भूमिका

2.0 उद्देश्य

- साक्षात्कार, सर्वेक्षण, प्रेस-नोट और प्रेस-कॉन्फ्रेंस जैसी समाचार संकलन तकनीकों को समझना।
- फील्ड रिपोर्टिंग की विधियाँ—घटनास्थल, कोर्ट, विधानसभा या संसद रिपोर्टिंग—को सीखना।
- खोजी पत्रकारिता की अवधारणा, तकनीकें और नैतिक चुनौतियों का अध्ययन करना।
- डिजिटल स्रोतों से समाचार संकलन, डेटा पत्रकारिता और सत्यापन तकनीकों का ज्ञान प्राप्त करना।
- पत्रकार की भूमिका, दायित्व और व्यावसायिक नैतिकता के मानदंडों को समझना।

इकाई 2.1: समाचार संकलन की तकनीकें

2.1.1 साक्षात्कार तकनीक

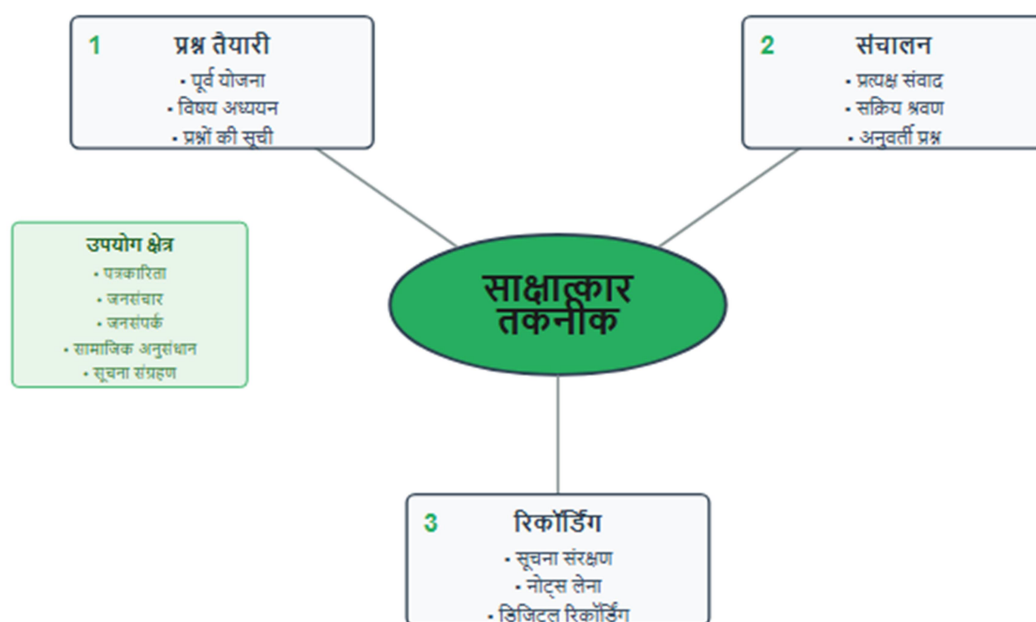
साक्षात्कार (Interview) जनसंचार, पत्रकारिता, जनसंपर्क और सामाजिक अनुसंधान का एक अत्यंत प्रभावशाली साधन है। यह वह प्रक्रिया है जिसमें किसी व्यक्ति या समूह से प्रत्यक्ष संवाद के माध्यम से जानकारी प्राप्त की जाती है। साक्षात्कार तकनीक

में तीन प्रमुख चरण शामिल होते हैं—प्रश्न तैयारी, संचालन, और रिकॉर्डिंग। इन तीनों चरणों का समन्वय ही एक सफल और सार्थक साक्षात्कार की पहचान है।

प्रश्न तैयारी: साक्षात्कार की सफलता का पहला और सबसे महत्वपूर्ण चरण है प्रश्नों की तैयारी। साक्षात्कारकर्ता को यह स्पष्ट होना चाहिए कि साक्षात्कार का उद्देश्य क्या है—क्या वह किसी विषय विशेष पर जनमत जानना चाहता है, किसी विशेषज्ञ की राय प्राप्त करना चाहता है, या किसी घटना की गहराई तक पहुँचना चाहता है। प्रश्न हमेशा उद्देश्य के अनुरूप, सुसंगत, और तार्किक होने चाहिए। प्रश्नों की भाषा सरल, स्पष्ट और तटस्थ होनी चाहिए ताकि साक्षात्कार देने वाला व्यक्ति सहज महसूस करे। प्रश्नों को इस प्रकार तैयार किया जाना चाहिए कि वे उत्तरदाता की सोच, अनुभव और दृष्टिकोण को विस्तार से सामने लाएँ। प्रश्नों की संख्या भी सीमित रखनी चाहिए ताकि साक्षात्कार लंबा न खिंचे और विषय की गहराई बनी रहे। साक्षात्कार से पहले उत्तरदाता की पृष्ठभूमि, उसके कार्यक्षेत्र, उपलब्धियाँ और संबंधित तथ्यों का अध्ययन भी आवश्यक है। इससे साक्षात्कारकर्ता को संवाद के दौरान उपयुक्त दिशा मिलती है और वार्तालाप अधिक रोचक बनता है।

संचालन: साक्षात्कार संचालन एक कला है जो संवाद कौशल, धैर्य और शालीनता पर आधारित होती है। संचालन के दौरान साक्षात्कारकर्ता को उत्तरदाता के साथ सौहार्दपूर्ण वातावरण बनाना चाहिए ताकि वह खुलकर अपनी बात रख सके। साक्षात्कारकर्ता को ध्यानपूर्वक सुनने की आदत होनी चाहिए। वह बीच में अनावश्यक रूप से हस्तक्षेप न करे, बल्कि आवश्यकतानुसार प्रोत्साहन के लिए प्रश्न पूछे। संचालन के समय साक्षात्कारकर्ता को अपनी शारीरिक भाषा (body language) और भावनाओं पर नियंत्रण रखना चाहिए। मुस्कराहट, सिर हिलाना, या ध्यानपूर्वक देखना – ये सभी संकेत उत्तरदाता को विश्वास देते हैं कि उसकी बात को गंभीरता से सुना जा रहा है। यदि साक्षात्कार संवेदनशील विषय पर है, तो साक्षात्कारकर्ता को विशेष सावधानी बरतनी चाहिए कि कोई प्रश्न व्यक्तिगत या आक्रामक न लगे। विषय की गंभीरता को ध्यान में रखते हुए संवाद की गति और भाषा का चयन करना चाहिए। एक अच्छा संचालन न केवल जानकारी प्राप्त करता है, बल्कि उत्तरदाता के दृष्टिकोण को भी सही संदर्भ में प्रस्तुत करता है।

रिकॉर्डिंग: साक्षात्कार की विश्वसनीयता और प्रामाणिकता सुनिश्चित करने के लिए रिकॉर्डिंग अत्यंत आवश्यक है। आजकल यह कार्य डिजिटल माध्यमों—जैसे मोबाइल, कैमरा या ऑडियो रिकॉर्डर—के माध्यम से आसानी से किया जा सकता है। रिकॉर्डिंग का उद्देश्य यह सुनिश्चित करना है कि साक्षात्कार के दौरान कही गई प्रत्येक बात सही रूप में संरक्षित हो। रिकॉर्डिंग शुरू करने से पहले उत्तरदाता से अनुमति लेना नैतिक दृष्टि से आवश्यक है। रिकॉर्डिंग के दौरान ध्वनि की गुणवत्ता, प्रकाश व्यवस्था और पृष्ठभूमि का ध्यान रखना चाहिए ताकि बाद में सामग्री उपयोगी सिद्ध हो। रिकॉर्डिंग के बाद उसकी प्रतिलिपि (transcription) तैयार करना भी आवश्यक है, जिससे उसका विश्लेषण और प्रकाशन सटीकता के साथ किया जा सके। इस प्रकार साक्षात्कार तकनीक एक व्यवस्थित प्रक्रिया है जो सूचना संकलन, विश्लेषण और प्रस्तुतीकरण का विश्वसनीय माध्यम बनती है।

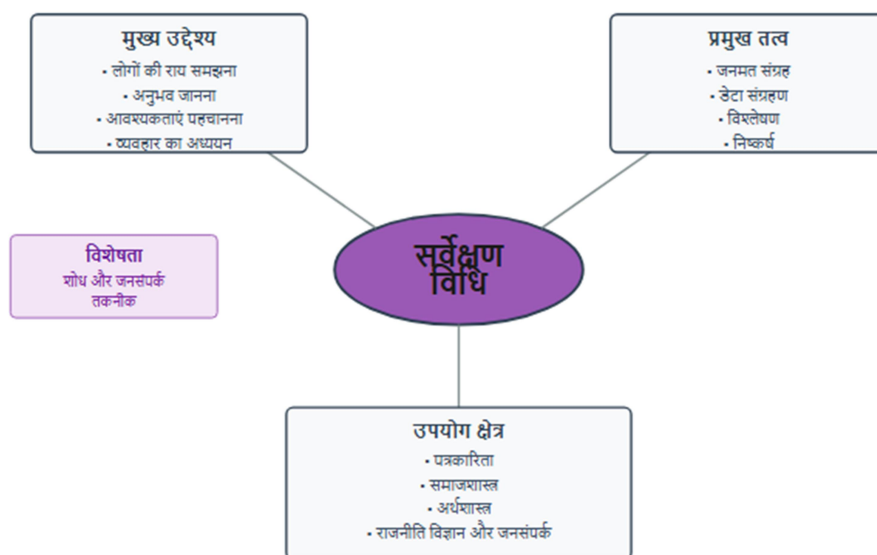


चित्र 2.1: साक्षात्कार तकनीक

2.1.2 सर्वेक्षण विधि

सर्वेक्षण (Survey) एक ऐसी शोध और जनसंपर्क तकनीक है जिसके माध्यम से किसी विषय, नीति या सामाजिक मुद्दे पर जनमत संग्रह किया जाता है। सर्वेक्षण विधि का

मुख्य उद्देश्य है—लोगों की राय, अनुभव, आवश्यकताओं और व्यवहार को समझना। इस विधि का प्रयोग पत्रकारिता, समाजशास्त्र, अर्थशास्त्र, राजनीति विज्ञान और जनसंपर्क जैसे क्षेत्रों में व्यापक रूप से किया जाता है।



चित्र 2.2: सर्वेक्षण विधि

जनमत संग्रह: जनमत संग्रह (Public Opinion Poll) वह प्रक्रिया है जिसमें समाज के विभिन्न वर्गों से किसी विशेष विषय पर राय प्राप्त की जाती है। उदाहरण के लिए, सरकार की किसी नई योजना, शिक्षा नीति, पर्यावरणीय मुद्दे या सामाजिक सुधार से संबंधित विचार जानने के लिए जनमत संग्रह किया जाता है। इसके लिए प्रश्नावली (questionnaire) तैयार की जाती है जिसमें बंद (close-ended) और खुली (open-ended) दोनों प्रकार के प्रश्न शामिल होते हैं। जनमत संग्रह का उद्देश्य केवल आंकड़े इकट्ठा करना नहीं होता, बल्कि समाज की मानसिकता, प्रवृत्ति और प्राथमिकताओं को समझना भी होता है। यह नीति निर्माण, मीडिया रिपोर्टिंग और सामाजिक सुधार कार्यक्रमों के लिए अत्यंत उपयोगी होता है। जनमत संग्रह के लिए नमूना चयन (sampling) अत्यंत महत्वपूर्ण है। नमूना प्रतिनिधि (representative) होना चाहिए, ताकि परिणाम व्यापक समाज का सही प्रतिबिंब दे सके। जनमत संग्रह को निष्पक्ष, वैज्ञानिक और पारदर्शी रूप से संपन्न करना चाहिए।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

विश्लेषण: सर्वेक्षण विधि का दूसरा चरण है—डेटा विश्लेषण। सर्वेक्षण से प्राप्त आंकड़ों को सांख्यिकीय विधियों के माध्यम से व्यवस्थित और व्याख्यायित किया जाता है। इसमें प्रतिशत, माध्य, विचलन, और सहसंबंध जैसे गणितीय उपकरणों का उपयोग किया जाता है। डेटा विश्लेषण केवल संख्यात्मक रूप में न होकर, उसका गुणात्मक विश्लेषण (qualitative analysis) भी किया जाता है। इससे यह समझने में सहायता मिलती है कि किसी नीति या मुद्दे पर समाज के किस वर्ग का क्या दृष्टिकोण है। सर्वेक्षण विधि के माध्यम से प्राप्त निष्कर्ष नीति-निर्माताओं, पत्रकारों और जनसंपर्क विशेषज्ञों को सही निर्णय लेने में मदद करते हैं। उदाहरण के लिए, किसी शहर में पेयजल की गुणवत्ता पर सर्वेक्षण से प्रशासन यह तय कर सकता है कि किस क्षेत्र में सुधार की आवश्यकता है। इसी प्रकार, किसी उत्पाद पर उपभोक्ताओं की राय जानने के लिए भी सर्वेक्षण अत्यंत उपयोगी होता है। इस प्रकार, सर्वेक्षण विधि एक वैज्ञानिक दृष्टिकोण प्रदान करती है जो जनमानस की सोच और व्यवहार को वास्तविकता के साथ सामने लाती है।

2.1.3 प्रेस-नोट और प्रेस-कॉन्फ्रेंस

सूचना प्रसार के युग में संस्थागत संचार (Institutional Communication) का अत्यधिक महत्व है। किसी भी संस्था, संगठन या सरकारी विभाग को अपने कार्यों, योजनाओं और निर्णयों के बारे में जनसामान्य को सूचित करना आवश्यक होता है। इस प्रक्रिया में प्रेस-नोट और प्रेस-कॉन्फ्रेंस दो प्रमुख माध्यम हैं। ये दोनों ही पत्रकारिता और जनसंपर्क के बीच सेतु का कार्य करते हैं।

प्रेस-नोट: प्रेस-नोट (Press Note) एक औपचारिक लिखित सूचना होती है जिसे किसी संस्था या विभाग द्वारा मीडिया को जारी किया जाता है। इसका उद्देश्य मीडिया के माध्यम से जनता तक सही, संक्षिप्त और प्रमाणिक जानकारी पहुँचाना होता है। प्रेस-नोट तैयार करते समय भाषा का प्रयोग अत्यंत सावधानी से किया जाना चाहिए। यह न तो प्रचारात्मक लगे और न ही अस्पष्ट। इसमें पाँच 'W' और एक 'H' का सिद्धांत अपनाया जाता है—What (क्या हुआ), When (कब हुआ), Where (कहाँ हुआ), Who (किसने किया), Why (क्यों किया), और How (कैसे हुआ)। प्रेस-नोट में समाचार मूल्य होना चाहिए और यह वस्तुनिष्ठ (objective) रूप में लिखा जाना चाहिए। उदाहरण के लिए, किसी विश्वविद्यालय द्वारा आयोजित अंतरराष्ट्रीय सम्मेलन

की सूचना प्रेस-नोट के रूप में दी जा सकती है जिसमें तिथि, समय, मुख्य अतिथि, विषय और उद्देश्य का उल्लेख होता है। प्रेस-नोट संस्था और मीडिया के बीच विश्वास का माध्यम है। यह गलतफहमियों को दूर करता है और जनता तक सही संदेश पहुँचाने में मदद करता है।

प्रेस-कॉन्फ्रेंस: प्रेस-कॉन्फ्रेंस (Press Conference) एक संवादात्मक प्रक्रिया है जिसमें संस्था या संगठन के प्रतिनिधि पत्रकारों से सीधे मिलकर जानकारी साझा करते हैं। यह किसी बड़े निर्णय, विवाद, उपलब्धि या आपात स्थिति के संदर्भ में आयोजित की जाती है। प्रेस-कॉन्फ्रेंस आयोजित करने से पहले उसकी योजना सुव्यवस्थित होनी चाहिए। स्थान, समय और प्रतिभागियों की सूची पहले से तय करनी होती है। कॉन्फ्रेंस के दौरान मुख्य वक्ता या प्रवक्ता अपने वक्तव्य प्रस्तुत करते हैं और फिर पत्रकारों के प्रश्नों का उत्तर देते हैं। इस प्रक्रिया में पारदर्शिता और उत्तरदायित्व (accountability) महत्वपूर्ण हैं। प्रवक्ता को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि सभी प्रश्नों का उत्तर संयम और तथ्यों के आधार पर दिया जाए। इससे संस्था की विश्वसनीयता बनी रहती है। प्रेस-कॉन्फ्रेंस का उद्देश्य केवल सूचना देना नहीं होता, बल्कि मीडिया के साथ स्वस्थ संवाद स्थापित करना भी होता है। यह जनसंपर्क की वह प्रक्रिया है जो समाज में संस्था की सकारात्मक छवि निर्माण में योगदान देती है।

संस्थागत सूचना स्रोत: प्रेस-नोट और प्रेस-कॉन्फ्रेंस संस्थागत सूचना स्रोतों के प्रमुख अंग हैं। इनके माध्यम से संस्थाएँ अपनी नीतियों, योजनाओं और उपलब्धियों की जानकारी समय-समय पर साझा करती हैं। इसके अतिरिक्त वार्षिक रिपोर्ट, न्यूज़लेटर, वेबसाइट अपडेट, और सोशल मीडिया पोस्ट भी संस्थागत सूचना स्रोतों के अंतर्गत आते हैं। इन स्रोतों की विश्वसनीयता अत्यंत महत्वपूर्ण होती है क्योंकि जनता का विश्वास इन्हीं पर आधारित रहता है। पारदर्शिता, त्वरित सूचना, और सटीकता – ये तीनों तत्व संस्थागत संचार के स्तंभ हैं। जब कोई संस्था नियमित और जिम्मेदारीपूर्वक सूचना साझा करती है, तो उसकी प्रतिष्ठा और विश्वसनीयता स्वतः बढ़ जाती है।



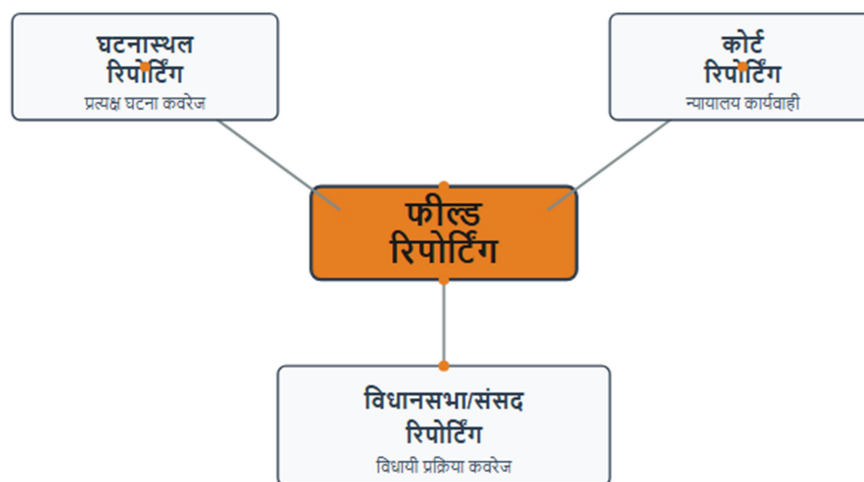
समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

इकाई 2.2: फील्ड रिपोर्टिंग

2.2.1 घटनास्थल रिपोर्टिंग

घटनास्थल रिपोर्टिंग पत्रकारिता का वह क्षेत्र है जिसमें पत्रकार सीधे किसी घटना के स्थल पर जाकर उस घटना की वास्तविक और तत्काल जानकारी जनता तक पहुँचाते हैं। यह पत्रकारिता का सबसे जोखिमपूर्ण और चुनौतीपूर्ण क्षेत्र माना जाता है, क्योंकि इसमें समय की तेजी, घटनाओं की अनिश्चितता और व्यक्तिगत सुरक्षा जैसी कई समस्याओं का सामना करना पड़ता है। घटनास्थल रिपोर्टिंग मुख्य रूप से तीन प्रकार की घटनाओं पर केंद्रित होती है—दुर्घटना, प्राकृतिक आपदा और अपराध। दुर्घटनाओं की रिपोर्टिंग में पत्रकारों को घटनास्थल पर पहुंचकर स्थिति का तत्काल आकलन करना होता है। उदाहरण के तौर पर, यदि किसी बड़े शहर में सड़क दुर्घटना होती है जिसमें कई वाहन आपस में टकरा जाते हैं और लोग घायल होते हैं, तो घटनास्थल पर उपस्थित पत्रकार वहां की वास्तविक स्थिति, घायल व्यक्तियों की संख्या, पुलिस और एम्बुलेंस की प्रतिक्रिया, और यातायात की स्थिति की जानकारी तुरंत समाचार चैनलों और अखबारों के माध्यम से जनता तक पहुंचाते हैं। यह रिपोर्टिंग केवल सूचनात्मक नहीं होती, बल्कि इसमें मानवीय पहलू को भी उजागर किया जाता है, जैसे घायल व्यक्तियों की मदद, स्थानीय लोगों की प्रतिक्रिया, और प्रभावित परिवारों की भावनाएं। प्राकृतिक आपदा की रिपोर्टिंग और भी संवेदनशील होती है। भूकंप, बाढ़, चक्रवात, या तूफान जैसी आपदाओं के समय पत्रकारों को प्रभावित क्षेत्रों में जाकर नुकसान का आकलन करना पड़ता है। उदाहरण के लिए, जब किसी राज्य में भयंकर बाढ़ आती है और कई गाँव पानी में डूब जाते हैं, तो घटनास्थल पर जाकर पत्रकार प्रभावित लोगों की मदद की स्थिति, राहत कार्यों की प्रगति और स्थानीय प्रशासन की भूमिका पर रिपोर्टिंग करते हैं। इस प्रकार की रिपोर्टिंग में तथ्यात्मक जानकारी के साथ-साथ मानवीय संवेदनाओं का समावेश आवश्यक होता है, ताकि जनता और सरकार दोनों ही प्रभावित क्षेत्रों की स्थिति से अवगत हो सकें। अपराध की घटनास्थल रिपोर्टिंग और भी जटिल होती है। इसमें पत्रकारों को पुलिस द्वारा जारी प्रारंभिक बयानों, गवाहों के अनुभव, और अपराध के प्रभावों की जानकारी जुटानी होती है। उदाहरण के तौर पर, यदि किसी शहर में बैंक में डकैती होती है, तो घटनास्थल पर पत्रकार अपराधियों की गतिविधियों, पुलिस की कार्रवाई, बैंक कर्मचारियों और ग्राहकों की प्रतिक्रिया, और घटनास्थल से प्राप्त फोटोग्राफिक और वीडियो साक्ष्यों को रिपोर्ट में शामिल करते हैं।

इस प्रकार की रिपोर्टिंग में कानूनी सीमाओं का ध्यान रखना भी आवश्यक होता है, ताकि किसी की जाँच प्रक्रिया प्रभावित न हो और मीडिया कानून का उल्लंघन न हो। घटनास्थल रिपोर्टिंग में समय की तीव्रता का बहुत महत्व है। लाइव रिपोर्टिंग में पत्रकार को घटना के प्रत्येक पहलू पर नजर रखते हुए तत्काल जानकारी साझा करनी होती है। इसके साथ ही, पत्रकार को घटनास्थल की वास्तविक स्थिति का निष्पक्ष और तथ्यात्मक चित्रण करना आवश्यक होता है। उदाहरण स्वरूप, आग लगने की घटना में केवल आग की लपटों का चित्रण ही नहीं, बल्कि आग से प्रभावित लोगों की मदद, दमकल विभाग की प्रतिक्रिया और स्थानीय प्रशासन की भूमिका को भी उजागर करना महत्वपूर्ण होता है।



चित्र 2.3: फील्ड रिपोर्टिंग

2.2.2 कोर्ट रिपोर्टिंग

कोर्ट रिपोर्टिंग एक विशेष प्रकार की पत्रकारिता है, जिसमें न्यायिक प्रक्रिया, कानूनी विवाद, सुनवाई, अदालत के फैसले और कानूनी शब्दावली को जनता तक पहुंचाना मुख्य उद्देश्य होता है। यह पत्रकारिता का बहुत ही संवेदनशील क्षेत्र है, क्योंकि इसमें किसी भी प्रकार की गलत रिपोर्टिंग या अधूरी जानकारी से न्याय प्रक्रिया पर असर पड़ सकता है। कोर्ट रिपोर्टिंग के लिए पत्रकारों को कानून, प्रक्रिया और अदालत की कार्य प्रणाली का अच्छा ज्ञान होना आवश्यक है। कोर्ट रिपोर्टिंग में पत्रकारों को साक्ष्यों, गवाहों के बयानों, वकीलों की दलीलों और न्यायाधीश के आदेशों का सही-सही



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

विवरण देना होता है। उदाहरण के तौर पर, अगर किसी भ्रष्टाचार मामले की सुनवाई हो रही है, तो पत्रकार को कोर्ट में प्रस्तुत प्रमाण पत्र, गवाहों के बयान, अभियोजन और बचाव पक्ष की दलीलें और न्यायाधीश के निर्देशों को जनता तक सही तरीके से प्रस्तुत करना होता है। इसके अलावा, कोर्ट में प्रयुक्त कानूनी शब्दावली जैसे 'अभियोगी', 'प्रतिवादी', 'साक्ष्य', 'याचिका' आदि को सरल भाषा में समझाना भी आवश्यक होता है, ताकि आम लोग इसे आसानी से समझ सकें। कभी-कभी कोर्ट रिपोर्टिंग में संवेदनशील मुद्दों पर समाचार देने के दौरान पत्रकार को निष्पक्षता बनाए रखना पड़ता है। उदाहरण के लिए, अगर किसी उच्च प्रोफ़ाइल आपराधिक मामले की सुनवाई हो रही है, तो पत्रकार को केवल तथ्यों पर आधारित रिपोर्ट प्रस्तुत करनी चाहिए और अपने निजी दृष्टिकोण या अनुमान को शामिल नहीं करना चाहिए। इससे जनता में गलत धारणा बनने से बचती है और न्याय प्रक्रिया प्रभावित नहीं होती। इसके अतिरिक्त, कोर्ट रिपोर्टिंग में पत्रकार को प्रक्रिया की जटिलताओं का भी ध्यान रखना पड़ता है। जैसे, सुनवाई के दौरान किसे प्रवेश की अनुमति है, कौन से दस्तावेज सार्वजनिक किए जा सकते हैं, और कौन सी जानकारी गोपनीय रखी जानी चाहिए। उदाहरण के तौर पर, बच्चों या पीड़ित व्यक्तियों के मामलों में अदालत की अनुमति के बिना संवेदनशील जानकारी प्रकाशित करना कानूनी रूप से प्रतिबंधित होता है। ऐसे मामलों में पत्रकार को सावधानीपूर्वक तथ्यों की रिपोर्टिंग करनी चाहिए। कुल मिलाकर, कोर्ट रिपोर्टिंग का उद्देश्य न्यायिक प्रक्रिया की पारदर्शिता बनाए रखना और जनता को सूचित करना है। पत्रकारों का यह कर्तव्य है कि वे तथ्यों को सही रूप में पेश करें, कानूनी शब्दावली को सरल बनाकर जनता तक पहुंचाएं और निष्पक्षता बनाए रखें। उदाहरण स्वरूप, यदि किसी कंपनी में धोखाधड़ी का मामला चल रहा है, तो पत्रकार कोर्ट में पेश किए गए वित्तीय दस्तावेजों, गवाहों की दलीलों और न्यायाधीश के आदेशों को विस्तारपूर्वक रिपोर्ट करें।

2.2.3 विधानसभा/संसद रिपोर्टिंग

विधानसभा और संसद रिपोर्टिंग राजनीतिक पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण अंग है। इसमें पत्रकारों को राज्य और राष्ट्रीय स्तर पर चल रही राजनीतिक प्रक्रियाओं, विधायी कार्यवाही, सांसदों और विधायकों के बयान, और सरकारी नीतियों के कार्यान्वयन की

जानकारी जनता तक पहुँचानी होती है। यह रिपोर्टिंग राजनीतिक प्रक्रिया और प्रोटोकॉल को समझने और सही तरीके से प्रस्तुत करने पर आधारित होती है। विधानसभा या संसद की कार्यवाही में पत्रकारों को विभिन्न विषयों पर चर्चा, विधेयकों की प्रस्तुति और संशोधन, और नेताओं के वाद-विवाद की जानकारी जनता तक पहुँचानी होती है। उदाहरण के लिए, यदि संसद में किसी महत्वपूर्ण शिक्षा बिल पर बहस हो रही है, तो पत्रकार को सदन में प्रस्तुत प्रस्ताव, सांसदों के विचार, बहस के मुख्य बिंदु और अंतिम निर्णय की जानकारी विस्तारपूर्वक प्रस्तुत करनी होती है। इस प्रकार की रिपोर्टिंग में तथ्यों की सटीकता और निष्पक्षता अत्यंत महत्वपूर्ण होती है। सांसद या विधायक द्वारा दिए गए बयान और उनके राजनीतिक इशारे जनता के लिए महत्वपूर्ण होते हैं। उदाहरण के तौर पर, यदि कोई सांसद किसी नए आर्थिक नीति पर प्रश्न उठाता है या किसी राज्य के विकास कार्यों पर चर्चा करता है, तो पत्रकार को न केवल उनके बयान रिपोर्ट करना होता है, बल्कि उनके संदर्भ और संभावित प्रभाव को भी समझाना होता है। इससे जनता को नीतियों और निर्णयों की व्यापक समझ प्राप्त होती है। विधानसभा/संसद रिपोर्टिंग में प्रोटोकॉल का पालन भी आवश्यक होता है। सदन में प्रवेश, बैठने की व्यवस्था, माइक्रोफोन का उपयोग, प्रश्नकाल और चर्चा की अवधि—all इस प्रकार की प्रक्रियाओं का ध्यान रखते हुए रिपोर्टिंग करनी पड़ती है। उदाहरण के लिए, प्रश्नकाल में सदस्य केवल निश्चित समय में प्रश्न पूछ सकते हैं, और उनके उत्तर भी समयबद्ध होते हैं। पत्रकार को इसे सही समय पर जनता तक पहुँचाना होता है। इसके अलावा, राजनीतिक रिपोर्टिंग में विश्लेषणात्मक दृष्टिकोण भी जरूरी होता है। केवल घटनाओं का वर्णन करना पर्याप्त नहीं होता, बल्कि उनके सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक प्रभावों का विश्लेषण भी प्रस्तुत करना चाहिए। उदाहरण स्वरूप, यदि राज्य विधानसभा में किसी किसान कल्याण योजना को मंजूरी दी जाती है, तो पत्रकार को इसके लाभ, संभावित चुनौतियाँ और विभिन्न दलों की प्रतिक्रिया जनता तक स्पष्ट रूप से पहुँचानी चाहिए। सारांशतः, विधानसभा और संसद रिपोर्टिंग का उद्देश्य राजनीतिक प्रक्रियाओं को पारदर्शी बनाना और जनता को सूचित करना है। इसमें पत्रकार को तथ्यात्मक, निष्पक्ष और विश्लेषणात्मक दृष्टिकोण अपनाना होता है, ताकि लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं की जानकारी हर नागरिक तक पहुँच सके।



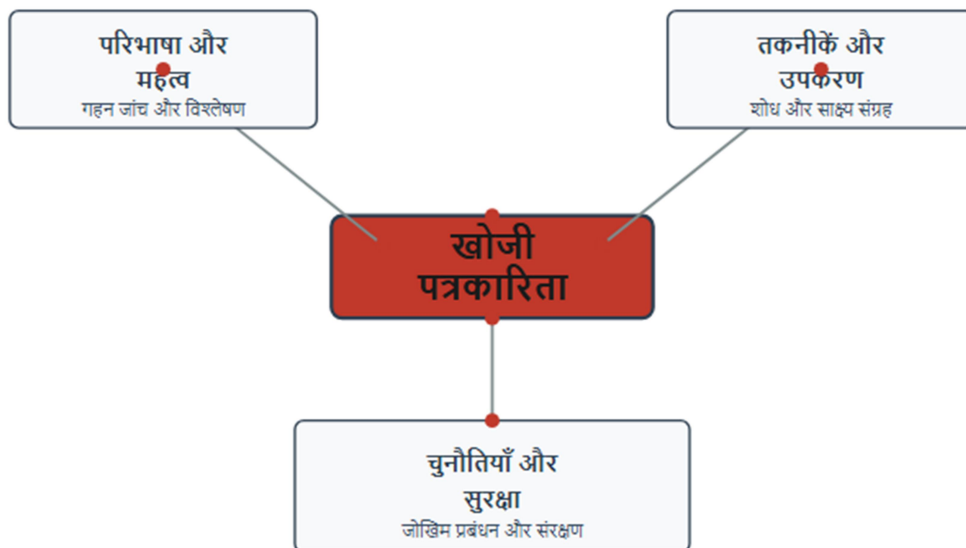
समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

इकाई 2.3: खोजी पत्रकारिता

2.3.1 खोजी पत्रकारिता: परिभाषा और महत्व

खोजी पत्रकारिता आधुनिक मीडिया का वह स्वरूप है जो सतह पर दिखने वाली सूचनाओं से आगे जाकर गहराई में छिपे हुए सत्य को उजागर करता है। यह पत्रकारिता का वह रूप है जिसमें पत्रकार सक्रिय रूप से जांच-पड़ताल करते हैं, दस्तावेजों का अध्ययन करते हैं, गोपनीय सूचनाओं को प्राप्त करते हैं और समाज के सामने ऐसी जानकारियां लाते हैं जो सत्ता संरचनाएं छिपाना चाहती हैं। खोजी पत्रकारिता की परिभाषा को समझने के लिए हमें इसे साधारण समाचार रिपोर्टिंग से अलग करना होगा। जहां सामान्य पत्रकारिता में पत्रकार घटनाओं, बयानों और प्रेस विज्ञप्तियों को रिपोर्ट करते हैं, वहीं खोजी पत्रकारिता में पत्रकार स्वयं अन्वेषक की भूमिका निभाते हैं और महीनों या कभी-कभी वर्षों तक एक विषय पर काम करते हैं। खोजी पत्रकारिता का मूल उद्देश्य सार्वजनिक हित में छिपे हुए तथ्यों को उजागर करना है। यह वह पत्रकारिता है जो शक्तिशाली लोगों और संस्थाओं को जवाबदेह बनाती है। जब भ्रष्टाचार, घोटाले, अन्याय या सामाजिक बुराइयां समाज में गहरे तक जड़ें जमा लेती हैं और साधारण रिपोर्टिंग से उन्हें उजागर नहीं किया जा सकता, तब खोजी पत्रकारिता की आवश्यकता होती है। यह पत्रकारिता का वह स्वरूप है जिसमें पत्रकार "प्रहरी" की भूमिका निभाते हैं और लोकतंत्र की रक्षा करते हैं। खोजी पत्रकारिता में पत्रकार केवल सूचना देने तक सीमित नहीं रहते, बल्कि वे सत्य की खोज में निकलते हैं, उसे प्रमाणित करते हैं और फिर इस तरह प्रस्तुत करते हैं कि समाज में बदलाव आए। खोजी पत्रकारिता का इतिहास उतना ही पुराना है जितना आधुनिक पत्रकारिता का। अमेरिका में बीसवीं सदी के प्रारंभ में "मकरेकर्स" के नाम से जाने जाने वाले पत्रकारों ने खोजी पत्रकारिता की नींव रखी। आइडा टारबेल ने स्टैंडर्ड ऑयल कंपनी के एकाधिकार पर खोजी रिपोर्ट लिखी, अटन सिंक्लेयर ने मांस उद्योग की भयावह स्थितियों को उजागर किया। भारत में भी खोजी पत्रकारिता की समृद्ध परंपरा रही है। १९७० के दशक में जब आपातकाल लगा था, तब कुछ निडर पत्रकारों ने सत्ता के दुरुपयोग को उजागर किया। कुलदीप नैयर, अरुण शौरी जैसे पत्रकारों ने खोजी पत्रकारिता को नई ऊंचाइयों तक पहुंचाया।

भारत में खोजी पत्रकारिता का एक प्रसिद्ध उदाहरण बोफोर्स घोटाले की रिपोर्टिंग है। १९८० के दशक के अंत में चित्रा सुब्रमण्यम और अन्य पत्रकारों ने बोफोर्स तोप सौदे में रिश्वतखोरी और भ्रष्टाचार के आरोपों को उजागर किया। इस खोजी रिपोर्टिंग में स्विस् बैंक खातों, गोपनीय दस्तावेजों और अंतरराष्ट्रीय स्रोतों का उपयोग किया गया। इस रिपोर्टिंग ने न केवल राजनीतिक भूकंप पैदा किया, बल्कि यह भी दिखाया कि खोजी पत्रकारिता कितनी शक्तिशाली हो सकती है। इसी तरह, तहलका पत्रिका द्वारा २००१ में "ऑपरेशन वेस्ट एंड" नाम से की गई स्टिंग ऑपरेशन ने रक्षा सौदों में भ्रष्टाचार को उजागर किया और कई बड़े नेताओं को शर्मसार किया।



चित्र 1.4: खोजी पत्रकारिता

यह खोजी पत्रकारिता का एक ऐसा उदाहरण था जिसमें छिपे हुए कैमरों का उपयोग करके सबूत इकट्ठे किए गए। खोजी पत्रकारिता की एक और महत्वपूर्ण विशेषता यह है कि यह अक्सर सिस्टम की विफलताओं को उजागर करती है। जब सरकारी तंत्र, नियामक संस्थाएं या कानून प्रवर्तन एजेंसियां अपने कर्तव्यों का पालन नहीं करतीं, तो खोजी पत्रकार उन खामियों को सामने लाते हैं। उदाहरण के लिए, जेसिका लाल हत्याकांड में मीडिया की खोजी रिपोर्टिंग ने न्याय दिलाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। जब प्रारंभिक मुकदमे में आरोपी को बरी कर दिया गया, तो पत्रकारों ने मामले को



**समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक**

फिर से उठाया, गवाहों को ढूंढा और दबाव बनाया जिससे केस को दोबारा खोला गया और अंततः न्याय मिला। खोजी पत्रकारिता का महत्व लोकतांत्रिक समाज में अत्यधिक है। यह "चौथे स्तंभ" के रूप में मीडिया की भूमिका को सबसे मजबूती से निभाती है। जब सरकारें, निगम या शक्तिशाली व्यक्ति अपनी शक्ति का दुरुपयोग करते हैं, तो खोजी पत्रकारिता ही उन्हें उजागर करती है। यह पारदर्शिता और जवाबदेही सुनिश्चित करने का एक महत्वपूर्ण साधन है। खोजी पत्रकारिता के बिना कई महत्वपूर्ण मुद्दे कभी सामने नहीं आते और अन्याय जारी रहता। यह न केवल व्यक्तिगत मामलों में न्याय दिलाती है, बल्कि व्यापक सामाजिक और राजनीतिक सुधारों को भी प्रेरित करती है।

गहन अन्वेषण की प्रक्रिया

खोजी पत्रकारिता में गहन अन्वेषण की प्रक्रिया एक व्यवस्थित और समय-साध्य कार्य है। यह प्रक्रिया कई चरणों में विभाजित होती है और प्रत्येक चरण में सावधानीपूर्वक योजना, कठोर परिश्रम और धैर्य की आवश्यकता होती है। खोजी पत्रकारिता की शुरुआत अक्सर एक संदेह, एक सुराग या किसी असामान्य पैटर्न की पहचान से होती है। यह सुराग कहीं से भी आ सकता है - एक व्हिसलब्लोअर की टिप, सार्वजनिक रिकॉर्ड में विसंगतियां, या समाचार कहानियों में छिपे हुए संकेत। एक अनुभवी खोजी पत्रकार उन संकेतों को पहचानने में माहिर होता है जो बड़ी कहानी की ओर ले जा सकते हैं। अन्वेषण का पहला चरण विषय का चयन और प्रारंभिक शोध है। पत्रकार को यह तय करना होता है कि कौन सा विषय खोजी रिपोर्टिंग के योग्य है। हर संदेह या आरोप पर महीनों तक काम नहीं किया जा सकता, इसलिए विषय का चयन महत्वपूर्ण है। एक अच्छा खोजी विषय वह है जो सार्वजनिक हित से जुड़ा हो, जिसमें गलत काम का प्रमाण मिलने की संभावना हो और जिसका समाज पर व्यापक प्रभाव हो। प्रारंभिक शोध में पत्रकार उपलब्ध सार्वजनिक सूचनाओं को एकत्र करते हैं, पिछली समाचार रिपोर्टों को पढ़ते हैं और विषय की पृष्ठभूमि को समझते हैं। यह चरण महत्वपूर्ण है क्योंकि यह आगे की जांच की दिशा तय करता है। उदाहरण के लिए, यदि कोई पत्रकार किसी सरकारी योजना में अनियमितता की जांच करना चाहता है, तो वह पहले योजना के दस्तावेज पढ़ेगा, बजट आवंटन देखेगा, पिछली समाचार रिपोर्टों को खंगालेगा और योजना के लाभार्थियों की सूची प्राप्त करेगा। इस प्रारंभिक

शोध से पत्रकार को यह समझ आएगी कि कहां और क्या खोजना है। पंजाब में खाद्यान्न घोटाले की जांच करने वाले पत्रकारों ने पहले खाद्यान्न खरीद और वितरण के आधिकारिक आंकड़ों का अध्ययन किया, फिर गोदामों में जाकर वास्तविक स्थिति देखी और पाया कि कागजों पर दिख रहा अनाज वास्तव में मौजूद नहीं था। दूसरा महत्वपूर्ण चरण परिकल्पना का निर्माण है। प्रारंभिक शोध के आधार पर पत्रकार एक या अधिक परिकल्पनाएं बनाते हैं कि वास्तव में क्या हुआ होगा। यह परिकल्पना पत्रकार की जांच को दिशा देती है। हालांकि, एक अच्छा खोजी पत्रकार अपनी परिकल्पना को साबित करने के लिए तथ्यों को तोड़-मरोड़ नहीं करता, बल्कि वह खुले दिमाग से सबूत खोजता है और यदि सबूत परिकल्पना के विपरीत जाते हैं तो अपनी सोच को बदलने के लिए तैयार रहता है। यह वैज्ञानिक पद्धति की तरह है जहां परिकल्पना का परीक्षण किया जाता है और तथ्यों के आधार पर निष्कर्ष निकाले जाते हैं। तीसरा चरण स्रोतों की पहचान और विकास है। खोजी पत्रकारिता में स्रोत सबसे महत्वपूर्ण संपत्ति होते हैं। स्रोत दो प्रकार के होते हैं - मानव स्रोत और दस्तावेजी स्रोत। मानव स्रोत वे लोग होते हैं जो जानकारी प्रदान कर सकते हैं - व्हिसलब्लोअर, इनसाइडर, गवाह, विशेषज्ञ आदि। दस्तावेजी स्रोत में सरकारी रिकॉर्ड, कंपनी के दस्तावेज, वित्तीय विवरण, ईमेल, अनुबंध आदि शामिल होते हैं। एक खोजी पत्रकार को दोनों प्रकार के स्रोतों को खोजना और उनका उपयोग करना आना चाहिए। स्रोत विकास एक कला है जिसमें समय, धैर्य और विश्वास निर्माण की आवश्यकता होती है। चौथा चरण सूचना संग्रह है। इस चरण में पत्रकार सक्रिय रूप से जानकारी इकट्ठा करते हैं। यह कार्य कई तरीकों से किया जा सकता है - साक्षात्कार, दस्तावेज अनुरोध, फील्ड रिपोर्टिंग, डेटा विश्लेषण आदि। सूचना संग्रह में सूचना का अधिकार (RTI) कानून एक महत्वपूर्ण उपकरण है। भारत में कई खोजी रिपोर्टों की शुरुआत RTI आवेदनों से प्राप्त जानकारी से हुई है। उदाहरण के लिए, आदर्श सोसायटी घोटाले में RTI कार्यकर्ताओं ने महत्वपूर्ण दस्तावेज प्राप्त किए जिन्होंने दिखाया कि कैसे नियमों को ताक पर रखकर अवैध निर्माण की अनुमति दी गई। पांचवां चरण सूचना का सत्यापन है। खोजी पत्रकारिता में सबसे महत्वपूर्ण सिद्धांत है - हर तथ्य को सत्यापित करो। एक स्रोत से मिली जानकारी को कम से कम दो अन्य स्वतंत्र स्रोतों से पुष्टि करनी चाहिए। यह विशेष रूप से महत्वपूर्ण है जब आरोप गंभीर हों और शक्तिशाली लोगों के खिलाफ हों। सत्यापन की प्रक्रिया में दस्तावेजों की क्रॉस-चेकिंग, विशेषज्ञों से



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

परामर्श और स्वतंत्र जांच शामिल होती है। वॉटरगेट कांड में वाशिंगटन पोस्ट के पत्रकारों बॉब वुडवर्ड और कार्ल बर्नस्टीन ने "दो स्रोत" नियम का पालन किया - उन्होंने कोई भी तथ्य तब तक प्रकाशित नहीं किया जब तक कि दो स्वतंत्र स्रोतों से उसकी पुष्टि न हो जाए।

छठा चरण विश्लेषण और पैटर्न की पहचान है। एकत्र की गई सूचनाओं का गहन विश्लेषण करना पड़ता है। कई बार सत्य बिखरे हुए तथ्यों में छिपा होता है और पत्रकार को उन तथ्यों को जोड़कर पूरी तस्वीर बनानी होती है। डेटा जर्नलिज्म के युग में, स्प्रेडशीट, डेटाबेस और विश्लेषणात्मक सॉफ्टवेयर का उपयोग करके बड़े डेटा सेट में पैटर्न खोजे जाते हैं। उदाहरण के लिए, पनामा पेपर्स की खोजी रिपोर्टिंग में लाखों दस्तावेजों का विश्लेषण करना पड़ा और उनमें से उन लोगों की पहचान करनी पड़ी जिन्होंने ऑफशोर कंपनियों का उपयोग करके धन छिपाया। सातवां चरण प्रतिक्रिया लेना है। खोजी पत्रकारिता में यह एक अनिवार्य नैतिक और कानूनी आवश्यकता है कि जिन लोगों या संस्थाओं पर आरोप लगाए जा रहे हैं, उन्हें अपना पक्ष रखने का अवसर दिया जाए। यह न केवल निष्पक्षता सुनिश्चित करता है, बल्कि कानूनी रूप से भी सुरक्षा प्रदान करता है। कभी-कभी प्रतिक्रिया लेने से नई जानकारी मिल सकती है जो कहानी को बदल सकती है। हालांकि, प्रतिक्रिया लेते समय सावधानी बरतनी चाहिए कि पूरी कहानी न खुल जाए और विरोधी पक्ष सबूत नष्ट करने या दबाव डालने का अवसर न पा जाए। आठवां और अंतिम चरण कहानी का लेखन और प्रकाशन है। खोजी कहानियां लिखना एक कला है। इन्हें इस तरह लिखा जाना चाहिए कि जटिल तथ्य सरल और समझने योग्य हों, लेकिन साथ ही सटीकता और विवरण से कोई समझौता न हो। कहानी में सबूतों को इस तरह प्रस्तुत किया जाना चाहिए कि पाठक खुद निष्कर्ष तक पहुंच सकें। खोजी कहानियां अक्सर लंबी होती हैं क्योंकि उनमें विस्तृत तथ्य और संदर्भ शामिल होते हैं। प्रकाशन से पहले कानूनी समीक्षा भी आवश्यक है ताकि मानहानि या अन्य कानूनी समस्याओं से बचा जा सके। गहन अन्वेषण की पूरी प्रक्रिया में महीनों या कभी-कभी वर्षों का समय लग सकता है। उदाहरण के लिए, द गार्डियन और द ऑब्जर्वर द्वारा फोन हैकिंग कांड की जांच में कई साल लगे। भारत में, कोयला घोटाले की रिपोर्टिंग भी लंबी अवधि की खोजी

पत्रकारिता का उदाहरण है जिसमें पत्रकारों ने वर्षों तक दस्तावेजों का अध्ययन किया और स्रोतों से जानकारी इकट्ठा की।

समाचार
संकलन की
विधियाँ



2.3.2 तकनीकें और उपकरण

खोजी पत्रकारिता में सफलता के लिए विभिन्न तकनीकों और उपकरणों का ज्ञान और कुशल उपयोग आवश्यक है। आधुनिक युग में डिजिटल प्रौद्योगिकी ने खोजी पत्रकारिता को नए आयाम दिए हैं, लेकिन पारंपरिक तकनीकें भी उतनी ही महत्वपूर्ण बनी हुई हैं। खोजी पत्रकार को विभिन्न प्रकार के उपकरणों और तकनीकों में दक्षता हासिल करनी चाहिए ताकि वह जटिल मामलों की गहराई तक जा सके और छिपे हुए सत्य को उजागर कर सके। डेटा जर्नलिज्म आधुनिक खोजी पत्रकारिता का एक अभिन्न अंग बन गया है। बड़े डेटा सेट का विश्लेषण करके पैटर्न, विसंगतियाँ और रुझान खोजे जा सकते हैं जो अन्यथा दिखाई नहीं देते। स्प्रेडशीट सॉफ्टवेयर जैसे माइक्रोसॉफ्ट एक्सेल या गूगल शीट्स सबसे बुनियादी लेकिन शक्तिशाली उपकरण हैं। इनका उपयोग करके पत्रकार बजट दस्तावेजों, खरीद रिकॉर्ड, चुनाव डेटा आदि का विश्लेषण कर सकते हैं। अधिक उन्नत विश्लेषण के लिए डेटाबेस सॉफ्टवेयर जैसे **SQL** का उपयोग किया जाता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी पत्रकार को लाखों सरकारी अनुबंधों का विश्लेषण करना है तो एक्सेल पर्याप्त नहीं होगा, उसे डेटाबेस की आवश्यकता होगी। डेटा स्क्रेपिंग एक अन्य महत्वपूर्ण तकनीक है। कई बार उपयोगी डेटा वेबसाइटों पर होता है लेकिन डाउनलोड करने योग्य फॉर्मेट में नहीं होता। ऐसे में स्क्रेपिंग टूल्स का उपयोग करके वेबसाइटों से स्वचालित रूप से डेटा निकाला जा सकता है। पायथन जैसी प्रोग्रामिंग भाषाओं में **Beautiful Soup** या **Scrapy** जैसी लाइब्रेरीज़ इसके लिए उपलब्ध हैं। हालांकि, स्क्रेपिंग करते समय कानूनी और नैतिक सीमाओं का ध्यान रखना आवश्यक है। भारत में कुछ पत्रकारों ने सरकारी खरीद वेबसाइटों से डेटा स्क्रेप करके यह विश्लेषण किया कि कौन से ठेकेदार बार-बार काम पा रहे हैं और क्या इसमें कोई पैटर्न है। दस्तावेज़ प्रबंधन और विश्लेषण के लिए विशेष सॉफ्टवेयर भी उपलब्ध हैं। **DocumentCloud** एक ऐसा प्लेटफॉर्म है जो पत्रकारों को दस्तावेजों को अपलोड करने, एनोटेट करने और साझा करने की सुविधा देता है। यह **OCR (Optical Character Recognition)** तकनीक का उपयोग करके स्कैन किए गए दस्तावेजों को भी खोजने योग्य बना देता



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

है। बड़ी खोजी परियोजनाओं में जहां हजारों पेज के दस्तावेज होते हैं, वहां ऐसे उपकरण अत्यंत उपयोगी होते हैं। पनामा पेपर्स की जांच में **ICIJ (International Consortium of Investigative Journalists)** ने एक विशेष प्लेटफॉर्म विकसित किया था जिससे दुनिया भर के पत्रकार साथ मिलकर लाखों दस्तावेजों का विश्लेषण कर सकें। सोशल मीडिया खुफिया (**SOCMINT**) खोजी पत्रकारिता का एक नया और महत्वपूर्ण क्षेत्र है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स पर अपार जानकारी उपलब्ध है जिसका उपयोग खोजी रिपोर्टिंग में किया जा सकता है। पत्रकार सोशल मीडिया पोस्ट्स का विश्लेषण करके घटनाओं की टाइमलाइन बना सकते हैं, स्थानों की पुष्टि कर सकते हैं और लोगों के बीच संबंधों को मैप कर सकते हैं। बेलिंगकैट जैसी संस्थाओं ने दिखाया है कि कैसे सार्वजनिक रूप से उपलब्ध सोशल मीडिया डेटा का उपयोग करके जटिल जांच की जा सकती है। उन्होंने मलेशियाई एयरलाइंस की फ्लाइट **MH17** की घटना में बूक मिसाइल सिस्टम की आवाजाही को सोशल मीडिया पोस्ट्स के माध्यम से ट्रैक किया। जियोलोकेशन और सैटेलाइट इमेजरी भी खोजी पत्रकारिता के शक्तिशाली उपकरण बन गए हैं। गूगल अर्थ और अन्य सैटेलाइट इमेजरी सेवाओं का उपयोग करके पत्रकार दूरस्थ स्थानों की निगरानी कर सकते हैं, भवन निर्माण की प्रगति देख सकते हैं या पर्यावरण विनाश को दस्तावेजित कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, म्यांमार में रोहिंग्या गांवों के विनाश को सैटेलाइट इमेजरी के माध्यम से दस्तावेजित किया गया। भारत में, अवैध खनन की निगरानी के लिए कुछ पत्रकारों ने सैटेलाइट इमेजरी का उपयोग किया है। एन्क्रिप्शन और सुरक्षित संचार उपकरण खोजी पत्रकारों के लिए आवश्यक हैं। संवेदनशील जानकारी को सुरक्षित रखने और स्रोतों की रक्षा करने के लिए एन्क्रिप्टेड संचार का उपयोग करना चाहिए। **Signal, WhatsApp** (एंड-टू-एंड एन्क्रिप्टेड मोड में), **ProtonMail** जैसे उपकरण सुरक्षित संचार प्रदान करते हैं। **Tor** ब्राउज़र का उपयोग करके गुमनाम रूप से इंटरनेट ब्राउज़ किया जा सकता है। **SecureDrop** जैसे प्लेटफॉर्म्स का उपयोग करके व्हिसलब्लोअर गुमनाम रूप से पत्रकारों को सूचना भेज सकते हैं। एडवर्ड स्नोडेन ने ग्लेन ग्रीनवाल्ड को **NSA** की जासूसी के बारे में दस्तावेज भेजने के लिए एन्क्रिप्टेड संचार का उपयोग किया था।

स्रोत विकास

स्रोत विकास खोजी पत्रकारिता की रीढ़ है। अच्छे स्रोतों के बिना, चाहे कितनी भी तकनीकी दक्षता हो, गहरी खोजी रिपोर्टिंग संभव नहीं है। स्रोत विकास एक कला है जिसमें समय, धैर्य, संवेदनशीलता और विश्वास निर्माण की आवश्यकता होती है। स्रोतों को मोटे तौर पर तीन श्रेणियों में बांटा जा सकता है - सार्वजनिक स्रोत, मानव स्रोत और व्हिसलब्लोअर। प्रत्येक प्रकार के स्रोत के साथ काम करने की अलग रणनीति और सावधानियाँ होती हैं। सार्वजनिक स्रोत वे हैं जो किसी को भी उपलब्ध होते हैं लेकिन अक्सर उनकी अनदेखी कर दी जाती है या उनका पूरा लाभ नहीं उठाया जाता। इनमें सरकारी रिकॉर्ड, कोर्ट के दस्तावेज, कंपनी रजिस्ट्रार के रिकॉर्ड, संपत्ति रिकॉर्ड, चुनाव आयोग के दस्तावेज आदि शामिल हैं। भारत में सूचना का अधिकार कानून एक शक्तिशाली उपकरण है जो पत्रकारों को सरकारी जानकारी प्राप्त करने में मदद करता है। हालांकि, **RTI** आवेदन दाखिल करना एक कला है - सवाल सटीक और स्पष्ट होने चाहिए, और पत्रकार को यह जानना चाहिए कि किस विभाग से क्या जानकारी मांगनी है। कंपनी रजिस्ट्रार (**Registrar of Companies**) की वेबसाइट पर कंपनियों के बारे में महत्वपूर्ण जानकारी उपलब्ध है - निदेशकों के नाम, शेयरधारक, वित्तीय विवरण आदि। यह जानकारी व्यावसायिक घोटालों की जांच में बेहद उपयोगी होती है। उदाहरण के लिए, यदि कोई पत्रकार किसी कंपनी के फर्जी लेनदेन की जांच कर रहा है, तो वह कंपनी रजिस्ट्रार के रिकॉर्ड से यह देख सकता है कि कंपनी के निदेशक कौन हैं, उनकी अन्य कंपनियाँ क्या हैं और क्या वे सभी एक दूसरे से जुड़ी हैं। कुछ पत्रकारों ने शेल कंपनियों के जाल को उजागर करने के लिए इस तरह की जांच की है। संपत्ति रिकॉर्ड भी महत्वपूर्ण सार्वजनिक स्रोत हैं। नगर निगम या तहसील कार्यालयों में संपत्ति के स्वामित्व और लेनदेन के रिकॉर्ड उपलब्ध होते हैं। भ्रष्टाचार के कई मामलों में अधोषित संपत्ति एक महत्वपूर्ण सबूत होती है। पत्रकार संपत्ति रिकॉर्ड्स का अध्ययन करके यह पता लगा सकते हैं कि किसी व्यक्ति के नाम पर या उसके परिवार के सदस्यों के नाम पर कितनी संपत्ति है और क्या यह उनकी आय के अनुपात में है। आदर्श सोसायटी घोटाले में संपत्ति रिकॉर्ड्स ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई थी।



**समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक**

कोर्ट के रिकॉर्ड सार्वजनिक होते हैं और इनमें अक्सर बहुमूल्य जानकारी होती है। मुकदमों की फाइलें, हलफनामे, गवाही और निर्णय - ये सभी महत्वपूर्ण स्रोत हो सकते हैं। कई बार कानूनी मामलों में ऐसे तथ्य सामने आते हैं जो अन्यथा कभी सार्वजनिक नहीं होते। हालांकि, कोर्ट रिकॉर्ड्स तक पहुंच कभी-कभी चुनौतीपूर्ण हो सकती है, विशेष रूप से यदि केस सील है या सुनवाई बंद कमरे में हुई है। मानव स्रोत खोजी पत्रकारिता में सबसे मूल्यवान संपत्ति होते हैं। ये वे लोग हैं जो प्रत्यक्ष जानकारी प्रदान कर सकते हैं - चश्मदीद गवाह, इनसाइडर, विशेषज्ञ, सेवानिवृत्त अधिकारी आदि। मानव स्रोत विकसित करना एक धीमी और सावधानीपूर्ण प्रक्रिया है। पत्रकार को स्रोत के साथ विश्वास का संबंध बनाना होता है, और यह रातों-रात नहीं होता। एक पत्रकार को नियमित रूप से अपने बीट से जुड़े लोगों से संपर्क में रहना चाहिए, उनकी बात सुननी चाहिए और उन्हें यह विश्वास दिलाना चाहिए कि उनकी जानकारी का सही उपयोग किया जाएगा। स्रोतों की पहचान करना पहला कदम है। पत्रकार को यह सोचना चाहिए कि उस विशेष विषय पर किसके पास जानकारी हो सकती है। यदि किसी सरकारी विभाग में भ्रष्टाचार की जांच की जा रही है, तो वर्तमान और पूर्व कर्मचारी संभावित स्रोत हो सकते हैं। यदि किसी कंपनी की जांच की जा रही है, तो असंतुष्ट कर्मचारी, प्रतिस्पर्धी, आपूर्तिकर्ता या ग्राहक स्रोत हो सकते हैं। पत्रकार को रचनात्मक रूप से सोचना चाहिए और उन सभी लोगों की सूची बनानी चाहिए जो संभावित स्रोत हो सकते हैं। स्रोत से संपर्क करना एक नाजुक कार्य है। पहली मुलाकात में पत्रकार को जल्दबाजी नहीं करनी चाहिए। स्रोत को सहज महसूस कराना महत्वपूर्ण है। पत्रकार को स्पष्ट करना चाहिए कि वह क्यों बात करना चाहता है और जानकारी का उपयोग कैसे किया जाएगा। गोपनीयता का आश्वासन देना जरूरी है, लेकिन झूठे वादे नहीं करने चाहिए। यदि स्रोत की पहचान प्रकाशित कहानी में सामने आने की संभावना है, तो इसे छिपाना नहीं चाहिए। व्हिसलब्लोअर विशेष प्रकार के स्रोत होते हैं जो अपने संगठन की गलत गतिविधियों को उजागर करते हैं। व्हिसलब्लोअर अक्सर बड़े खतरे उठाते हैं - नौकरी खोने का, उत्पीड़न का, यहां तक कि शारीरिक खतरे का भी। इसलिए पत्रकार की यह जिम्मेदारी है कि वह व्हिसलब्लोअर की पहचान की रक्षा करे और उन्हें यथासंभव सुरक्षा प्रदान करे। व्हिसलब्लोअर से मिलने के लिए सुरक्षित स्थान चुनना, एन्क्रिप्टेड संचार का उपयोग

करना और उनकी पहचान की जानकारी को न्यूनतम लोगों तक सीमित रखना आवश्यक है। व्हिसलब्लोअर द्वारा प्रदान की गई जानकारी की सावधानीपूर्वक जांच करनी चाहिए। कभी-कभी व्हिसलब्लोअर के अपने एजेंडे हो सकते हैं - व्यक्तिगत बदला, प्रतिस्पर्धी को नुकसान पहुंचाना आदि। पत्रकार को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि जानकारी सत्य है और उसके पीछे कोई गुप्त मकसद नहीं है। एनरॉन घोटाले में शेरोन वाटकिंस जैसे व्हिसलब्लोअर्स ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई, लेकिन पत्रकारों ने उनकी जानकारी को स्वतंत्र रूप से सत्यापित किया। स्रोत प्रबंधन भी एक महत्वपूर्ण कौशल है। एक बार स्रोत विकसित हो जाने के बाद, उसके साथ संबंध बनाए रखना जरूरी है। नियमित संपर्क में रहना, उनके द्वारा दी गई जानकारी की प्रशंसा करना और उनकी सुरक्षा की चिंता करना - ये सभी स्रोत प्रबंधन के हिस्से हैं। लेकिन पत्रकार को स्रोत पर निर्भर नहीं हो जाना चाहिए। विभिन्न स्रोतों से जानकारी प्राप्त करना और क्रॉस-चेकिंग करना हमेशा आवश्यक है।

दस्तावेज़ विश्लेषण

दस्तावेज़ विश्लेषण खोजी पत्रकारिता का एक अन्य महत्वपूर्ण पहलू है। दस्तावेज़ वस्तुनिष्ठ सबूत प्रदान करते हैं जो मौखिक बयानों से अधिक विश्वसनीय होते हैं। एक अच्छा खोजी पत्रकार दस्तावेजों को पढ़ने, समझने और उनमें छिपी जानकारी को निकालने में माहिर होता है। दस्तावेज़ विश्लेषण केवल दस्तावेजों को पढ़ना नहीं है, बल्कि उनमें पैटर्न, विसंगतियां और महत्वपूर्ण विवरण खोजना है। वित्तीय दस्तावेज़ खोजी पत्रकारिता में सबसे महत्वपूर्ण दस्तावेजों में से एक हैं। बैलेंस शीट, आय विवरण, कैश फ्लो स्टेटमेंट, ऑडिट रिपोर्ट - ये सभी महत्वपूर्ण जानकारी प्रदान करते हैं। हालांकि, इन्हें समझने के लिए बुनियादी वित्तीय ज्ञान आवश्यक है। पत्रकार को यह जानना चाहिए कि कंपनी की वित्तीय स्थिति कैसे आंकी जाती है, किन अनुपातों को देखना महत्वपूर्ण है और लाल झंडे क्या हैं। उदाहरण के लिए, यदि किसी कंपनी का कर्ज तेजी से बढ़ रहा है लेकिन राजस्व स्थिर है, तो यह चिंता का विषय हो सकता है। सत्यम घोटाले में वित्तीय दस्तावेजों की सावधानीपूर्वक जांच से यह पता चला कि कंपनी ने अपने खातों में हेराफेरी की थी। पत्रकारों और विश्लेषकों ने बैलेंस शीट में विसंगतियां देखीं - बहुत अधिक नकदी का दावा किया गया था लेकिन वास्तव में वह



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

मौजूद नहीं थी। ऐसी विसंगतियों को पहचानने के लिए गहन विश्लेषण कौशल की आवश्यकता होती है। सरकारी बजट और खर्च दस्तावेज़ भी महत्वपूर्ण स्रोत हैं। सरकारें हर साल बजट जारी करती हैं जिसमें विभिन्न मदों पर खर्च का विवरण होता है। इन दस्तावेज़ों का विश्लेषण करके यह देखा जा सकता है कि क्या आवंटित धन वास्तव में खर्च किया गया, किन परियोजनाओं को प्राथमिकता दी गई और क्या कोई असामान्य खर्च हुआ। **CAG (Comptroller and Auditor General)** की रिपोर्टें सरकारी खर्च पर महत्वपूर्ण जानकारी प्रदान करती हैं। **2G** स्पेक्ट्रम घोटाले में **CAG** की रिपोर्ट ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई थी जिसमें अनुमानित नुकसान की बात की गई थी। अनुबंध और समझौते भी महत्वपूर्ण दस्तावेज़ हैं। सरकार और निजी कंपनियों के बीच के अनुबंध, विशेष रूप से बड़े बुनियादी ढांचा परियोजनाओं या खरीद सौदों में, बहुमूल्य जानकारी प्रदान कर सकते हैं। पत्रकार को यह देखना चाहिए कि अनुबंध की शर्तें क्या हैं, क्या वे सामान्य प्रथा के अनुरूप हैं, क्या किसी पक्ष को अनुचित लाभ मिल रहा है। उदाहरण के लिए, यदि किसी निर्माण परियोजना में ठेकेदार को असामान्य रूप से उच्च दर दी जा रही है या यदि कोई महत्वपूर्ण शर्त छोड़ दी गई है, तो यह संदेह का विषय हो सकता है। ईमेल और आंतरिक ज्ञापन कभी-कभी सबसे विस्फोटक दस्तावेज़ हो सकते हैं। ये दस्तावेज़ संगठन के आंतरिक कामकाज को दिखाते हैं और अक्सर वे बातें प्रकट करते हैं जो सार्वजनिक नहीं की जानी चाहिए थीं। एनरॉन घोटाले में ईमेल ने महत्वपूर्ण सबूत प्रदान किए कि कैसे कंपनी के अधिकारियों को धोखाधड़ी की जानकारी थी। हालांकि, ईमेल प्राप्त करना चुनौतीपूर्ण हो सकता है क्योंकि ये आमतौर पर गोपनीय होते हैं। कभी-कभी व्हिसलब्लोअर ईमेल लीक करते हैं, या वे कानूनी कार्यवाही में सामने आते हैं। पर्यावरण प्रभाव आकलन रिपोर्ट, तकनीकी अध्ययन और वैज्ञानिक रिपोर्ट भी महत्वपूर्ण दस्तावेज़ हो सकते हैं, विशेष रूप से पर्यावरण या स्वास्थ्य से संबंधित खोजी कहानियों में। इन दस्तावेज़ों को समझने के लिए अक्सर विशेषज्ञ ज्ञान की आवश्यकता होती है। पत्रकार को विशेषज्ञों से परामर्श करना चाहिए जो तकनीकी शब्दावली को समझा सकें और रिपोर्ट के निहितार्थ बता सकें। दस्तावेज़ विश्लेषण में एक महत्वपूर्ण कौशल विसंगतियों की पहचान करना है। जब विभिन्न दस्तावेज़ों में एक ही तथ्य के बारे में अलग-अलग जानकारी हो, तो यह संदेह का संकेत है। उदाहरण के लिए, यदि एक सरकारी दस्तावेज़ में किसी परियोजना की लागत **X** रुपये बताई गई है लेकिन दूसरे दस्तावेज़

में ₹ रुपये, तो पत्रकार को यह पता लगाना चाहिए कि विसंगति क्यों है। कभी-कभी ये विसंगतियाँ निर्दोष होती हैं, लेकिन कभी-कभी वे धोखाधड़ी या कुप्रबंधन का संकेत होती हैं। दस्तावेजों का कालानुक्रमिक विश्लेषण भी महत्वपूर्ण है। घटनाओं की टाइमलाइन बनाना - कब क्या हुआ - अक्सर महत्वपूर्ण पैटर्न प्रकट करता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी परियोजना के अनुमोदन से ठीक पहले नियमों में बदलाव किया गया, या यदि किसी कंपनी को अनुबंध मिलने से ठीक पहले उसके स्वामित्व में परिवर्तन हुआ, तो ये संदिग्ध पैटर्न हो सकते हैं।

2.3.3 चुनौतियाँ और सुरक्षा

खोजी पत्रकारिता सबसे चुनौतीपूर्ण और जोखिम भरी पत्रकारिता है। खोजी पत्रकार अक्सर शक्तिशाली हितों के खिलाफ काम करते हैं - सरकारें, बड़े निगम, आपराधिक नेटवर्क - और इसलिए उन्हें विभिन्न प्रकार की चुनौतियों और खतरों का सामना करना पड़ता है। इन चुनौतियों को समझना और उनका सामना करने के लिए तैयार रहना हर खोजी पत्रकार के लिए आवश्यक है। शारीरिक सुरक्षा खोजी पत्रकारों के लिए सबसे गंभीर चिंता है। दुनिया भर में कई पत्रकार अपनी रिपोर्टिंग के कारण मारे गए हैं। कमिटी टू प्रोटेक्ट जर्नलिस्ट्स (CPJ) के अनुसार, हर साल दर्जनों पत्रकार मारे जाते हैं, और इनमें से कई खोजी पत्रकार होते हैं जो भ्रष्टाचार, अपराध या सत्ता के दुरुपयोग को उजागर कर रहे थे। भारत में भी गौरी लंकेश जैसी खोजी पत्रकारों की हत्या हुई है। ऐसे खतरों से बचने के लिए पत्रकारों को सुरक्षा प्रोटोकॉल अपनाने चाहिए - अपनी गतिविधियों को गोपनीय रखना, विश्वसनीय लोगों को अपने ठिकाने की जानकारी देना, खतरनाक स्थितियों में पुलिस या सुरक्षा कर्मियों के साथ जाना। धमकियाँ और उत्पीड़न खोजी पत्रकारों के लिए आम हैं। जब पत्रकार शक्तिशाली लोगों पर आरोप लगाते हैं, तो वे अक्सर प्रतिशोध का सामना करते हैं। यह फोन कॉल, ईमेल या सोशल मीडिया पर धमकियों के रूप में हो सकता है। कभी-कभी पत्रकारों के परिवार के सदस्यों को भी धमकाया जाता है। ऐसी स्थितियों में, पत्रकार को धमकियों को दस्तावेजित करना चाहिए, अपने संपादक और प्रबंधन को सूचित करना चाहिए और यदि आवश्यक हो तो पुलिस में शिकायत दर्ज करनी चाहिए। अंतरराष्ट्रीय संगठन जैसे CPJ या रिपोर्टर्स विदाउट बॉर्डर्स भी सहायता प्रदान कर सकते हैं।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

कानूनी चुनौतियां खोजी पत्रकारिता में प्रमुख बाधा हैं। मानहानि के मुकदमे खोजी पत्रकारों के खिलाफ सबसे आम कानूनी हथियार हैं। भारत में मानहानि दीवानी और आपराधिक दोनों अपराध हैं, और यह पत्रकारों के लिए गंभीर जोखिम पैदा करता है। शक्तिशाली लोग और संगठन अक्सर **SLAPP (Strategic Lawsuit Against Public Participation)** मुकदमे दाखिल करते हैं - ये ऐसे मुकदमे होते हैं जिनका उद्देश्य पत्रकार को डराना और उन्हें आर्थिक रूप से तोड़ना होता है, न कि वास्तव में न्याय पाना। कानूनी सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए, खोजी पत्रकारों को हर तथ्य को सत्यापित करना चाहिए, सबूत सुरक्षित रखने चाहिए और कहानी प्रकाशित करने से पहले कानूनी समीक्षा करवानी चाहिए। मानहानि कानून में "सत्य" और "सार्वजनिक हित" महत्वपूर्ण बचाव हैं - यदि प्रकाशित जानकारी सत्य है और सार्वजनिक हित में है, तो पत्रकार की रक्षा हो सकती है। हालांकि, कानूनी लड़ाई लंबी और महंगी हो सकती है, और हर मीडिया संगठन के पास इसके लिए संसाधन नहीं होते। गोपनीयता कानून भी चुनौती पैदा करते हैं। कुछ जानकारी कानूनी रूप से गोपनीय होती है और उसे प्रकाशित करना अवैध हो सकता है। उदाहरण के लिए, बैंकिंग और वित्तीय जानकारी, चिकित्सा रिकॉर्ड, और कुछ सरकारी दस्तावेज़ गोपनीयता कानूनों द्वारा संरक्षित होते हैं। पत्रकार को यह समझना चाहिए कि कौन सी जानकारी प्रकाशित की जा सकती है और कौन सी नहीं। कभी-कभी पत्रकार को विशिष्ट विवरण प्रकाशित किए बिना भी कहानी बताने का तरीका खोजना पड़ता है। आधिकारिक गोपनीयता अधिनियम (**Official Secrets Act**) भारत में खोजी पत्रकारों के लिए एक विशेष चिंता है। यह कानून सरकारी जानकारी के अनधिकृत प्रकाशन को अपराध बनाता है। हालांकि शायद ही कभी पत्रकारों के खिलाफ इसका उपयोग किया जाता है, लेकिन इसका डर पत्रकारों को सरकारी गलत कामों को उजागर करने से रोक सकता है। व्हिसलब्लोअर जो सरकारी कर्मचारी हैं, वे इस कानून के तहत गंभीर खतरे में होते हैं। डिजिटल सुरक्षा आधुनिक युग में एक महत्वपूर्ण चिंता बन गई है। सरकारें और अन्य शक्तिशाली संस्थाएं पत्रकारों की निगरानी कर सकती हैं, उनके संचार को इंटरसेप्ट कर सकती हैं और उनके डिजिटल उपकरणों को हैक कर सकती हैं। **NSO** ग्रुप के पेगासस स्पाइवेयर का उपयोग दुनिया भर में पत्रकारों की जासूसी के लिए किया गया है। भारत में भी कई पत्रकारों के फोन पेगासस से संक्रमित पाए गए। ऐसे खतरों से बचाव के लिए, पत्रकारों को मजबूत डिजिटल सुरक्षा प्रथाओं को अपनाना चाहिए।

पासवर्ड सुरक्षा बुनियादी लेकिन महत्वपूर्ण है। मजबूत, अद्वितीय पासवर्ड का उपयोग करना और पासवर्ड मैनेजर का उपयोग करना आवश्यक है। टू-फैक्टर ऑथेंटिकेशन **(2FA)** जब भी संभव हो, सक्षम किया जाना चाहिए। उपकरण एन्क्रिप्शन भी महत्वपूर्ण है - लैपटॉप और मोबाइल फोन पर पूर्ण डिस्क एन्क्रिप्शन सक्षम होना चाहिए ताकि यदि उपकरण खो जाए या चोरी हो जाए तो डेटा सुरक्षित रहे। सुरक्षित संचार के लिए एन्क्रिप्टेड मैसेजिंग ऐप जैसे **Signal** का उपयोग करना चाहिए। सामान्य **SMS** या फोन कॉल आसानी से इंटरसेप्ट की जा सकती हैं। ईमेल के लिए, **PGP (Pretty Good Privacy)** एन्क्रिप्शन का उपयोग करना या **ProtonMail** जैसी एन्क्रिप्टेड ईमेल सेवाओं का उपयोग करना बेहतर है। वीपीएन (**Virtual Private Network**) का उपयोग करके इंटरनेट गतिविधि को गोपनीय रखा जा सकता है, विशेष रूप से सार्वजनिक वाई-फाई का उपयोग करते समय। मेटाडेटा सुरक्षा भी महत्वपूर्ण है। भले ही संदेश एन्क्रिप्टेड हो, मेटाडेटा (जैसे कि किसने किससे और कब संवाद किया) भी बहुत कुछ प्रकट कर सकता है। **Tor** ब्राउज़र का उपयोग करके गुमनाम रूप से इंटरनेट ब्राउज़ किया जा सकता है। महत्वपूर्ण दस्तावेजों को क्लाउड पर संग्रहीत करने के बजाय एन्क्रिप्टेड बाहरी ड्राइव पर रखना बेहतर हो सकता है। आर्थिक चुनौतियां खोजी पत्रकारिता के लिए एक बड़ी बाधा हैं। खोजी रिपोर्टिंग समय-साध्य और महंगी है। एक कहानी पर महीनों काम करना पड़ता है, और इस दौरान पत्रकार अन्य कहानियां नहीं कर सकता। मीडिया संगठनों के लिए, विशेष रूप से छोटे संगठनों के लिए, खोजी पत्रकारिता में निवेश करना चुनौतीपूर्ण हो सकता है। डिजिटल युग में जब मीडिया के पारंपरिक राजस्व मॉडल टूट रहे हैं, यह समस्या और गंभीर हो गई है। कुछ मीडिया संगठनों ने खोजी पत्रकारिता के लिए समर्पित टीमें बनाई हैं। **ProPublica**, द वायर, न्यूज़लॉन्ड्री जैसे संगठन खोजी पत्रकारिता पर ध्यान केंद्रित करते हैं और अनुदान, दान या सदस्यता मॉडल के माध्यम से वित्त पोषित होते हैं। अंतरराष्ट्रीय सहयोग भी महत्वपूर्ण हो गया है - पनामा पेपर्स और पैराडाइज पेपर्स जैसी परियोजनाओं में दुनिया भर के सैकड़ों पत्रकारों ने मिलकर काम किया, जिससे संसाधनों और विशेषज्ञता को साझा किया जा सका। स्रोत सुरक्षा खोजी पत्रकारों की नैतिक और व्यावसायिक जिम्मेदारी है। जो स्रोत गोपनीय जानकारी प्रदान करते हैं, उनकी पहचान की रक्षा करना अत्यंत महत्वपूर्ण है। यदि स्रोत की पहचान उजागर हो जाती है, तो वे गंभीर परिणामों का सामना कर सकते हैं - नौकरी



खोना, कानूनी कार्रवाई या यहां तक कि शारीरिक खतरा। स्रोत सुरक्षा का उल्लंघन न केवल उस विशेष स्रोत को नुकसान पहुंचाता है, बल्कि यह पत्रकार की प्रतिष्ठा को भी नष्ट करता है और भविष्य में अन्य स्रोतों को उनसे संपर्क करने से रोकता है। स्रोत सुरक्षा के लिए, पत्रकार को गोपनीयता का वादा करते समय सावधान रहना चाहिए। केवल तभी गोपनीयता का आश्वासन देना चाहिए जब वास्तव में आवश्यक हो, और स्पष्ट करना चाहिए कि गोपनीयता की सीमाएं क्या हैं। कुछ देशों में पत्रकारों को "शील्ड लॉ" द्वारा संरक्षण मिलता है जो उन्हें अदालत में अपने स्रोतों का नाम बताने से मना करने का अधिकार देता है। हालांकि, भारत में ऐसा कोई स्पष्ट कानून नहीं है, और पत्रकारों को अदालती आदेश का पालन करना पड़ सकता है। स्रोत की जानकारी को सुरक्षित रखने के लिए, पत्रकार को न्यूनतम लोगों के साथ यह जानकारी साझा करनी चाहिए। दस्तावेजों में स्रोत की पहचान करने वाली जानकारी को हटा देना चाहिए। एन्क्रिप्टेड संचार का उपयोग करना और स्रोत से सार्वजनिक स्थानों पर मिलना जहां निगरानी की संभावना कम हो, महत्वपूर्ण है। कभी-कभी पत्रकार को यह भी निर्णय लेना पड़ता है कि क्या किसी कहानी को प्रकाशित करना है यदि ऐसा करने से स्रोत को खतरा हो सकता है। नैतिक दुविधाएं खोजी पत्रकारिता में अक्सर उत्पन्न होती हैं। कभी-कभी जानकारी प्राप्त करने के लिए संदिग्ध तरीकों का उपयोग करना पड़ सकता है - जैसे कि गुप्त रिकॉर्डिंग, छिपे हुए कैमरे, या झूठ बोलकर जानकारी प्राप्त करना। ऐसे तरीकों का उपयोग कब उचित है और कब नहीं, यह एक जटिल नैतिक प्रश्न है। सामान्यतः, ऐसे तरीकों का उपयोग केवल तभी किया जाना चाहिए जब **(1)** जानकारी महत्वपूर्ण सार्वजनिक हित की हो, **(2)** अन्य तरीकों से जानकारी प्राप्त करना संभव न हो, और **(3)** लाभ संभावित नुकसान से अधिक हो। स्टिंग ऑपरेशन एक विवादास्पद तकनीक है। तहलका के "ऑपरेशन वेस्ट एंड" ने दिखाया कि स्टिंग ऑपरेशन कितने प्रभावशाली हो सकते हैं, लेकिन यह भी सवाल उठे कि क्या पत्रकारों को लोगों को फंसाने का अधिकार है। नैतिक स्टिंग ऑपरेशन के लिए कुछ सिद्धांत हैं - रिकॉर्डिंग केवल अवैध या अनैतिक गतिविधि को दस्तावेजित करने के लिए होनी चाहिए, न कि साधारण व्यक्तियों की निजता का उल्लंघन करने के लिए; पत्रकार को लोगों को अपराध करने के लिए उकसाना नहीं चाहिए; और रिकॉर्डिंग को संपादित करते समय संदर्भ को विकृत नहीं करना चाहिए।

गोपनीय दस्तावेजों को प्रकाशित करना भी नैतिक प्रश्न उठाता है। विकीलीक्स ने लाखों गोपनीय दस्तावेज प्रकाशित किए, जिससे पारदर्शिता बढ़ी लेकिन कुछ लोगों को खतरा भी हुआ। पत्रकारों को यह संतुलन बनाना होता है कि सार्वजनिक हित में जानकारी प्रकाशित करें लेकिन निर्दोष लोगों को नुकसान से बचाएं। उदाहरण के लिए, कई मीडिया संगठनों ने स्नोडेन द्वारा लीक किए गए दस्तावेजों को प्रकाशित करते समय सावधानी बरती और ऐसी जानकारी को हटा दिया जो खुफिया एजेंटों को खतरे में डाल सकती थी। सटीकता और निष्पक्षता खोजी पत्रकारिता के मूल नैतिक सिद्धांत हैं। खोजी पत्रकारों पर अक्सर यह आरोप लगाया जाता है कि वे पूर्वाग्रह से ग्रस्त हैं या उनका कोई एजेंडा है। इसलिए सटीकता सुनिश्चित करना और सभी पक्षों को सुनना विशेष रूप से महत्वपूर्ण है। हर तथ्य को सत्यापित करना, संदर्भ प्रदान करना और आरोपों का जवाब देने का अवसर देना आवश्यक है। यदि कोई गलती हो जाती है, तो उसे तुरंत सुधारना चाहिए। मानसिक स्वास्थ्य भी खोजी पत्रकारों के लिए एक चिंता है। खोजी पत्रकारिता तनावपूर्ण होती है - लंबे घंटे, निरंतर दबाव, धमकियों का सामना और कभी-कभी भयावह विषयों पर काम करना। इससे तनाव, चिंता और अवसाद हो सकता है। पत्रकारों को अपने मानसिक स्वास्थ्य का ध्यान रखना चाहिए, जरूरत पड़ने पर सहायता लेनी चाहिए और अपने संगठन से समर्थन मांगना चाहिए। कुछ मीडिया संगठन अब पत्रकारों के लिए परामर्श और मानसिक स्वास्थ्य सेवाएं प्रदान करते हैं। सेंसरशिप और दबाव खोजी पत्रकारिता की बड़ी चुनौतियां हैं। सरकारें, विज्ञापनदाता और अन्य शक्तिशाली हित कहानियों को रोकने या कमजोर करने की कोशिश कर सकते हैं। कभी-कभी यह प्रत्यक्ष सेंसरशिप के रूप में होता है, कभी-कभी आर्थिक दबाव के रूप में (विज्ञापन वापस लेना), और कभी-कभी अधिक सूक्ष्म रूप में (संपादकों पर दबाव डालना)। एक मजबूत संपादकीय नेतृत्व और स्वतंत्र मीडिया संरचना इन दबावों का सामना करने के लिए आवश्यक है। स्व-सेंसरशिप एक और गंभीर समस्या है। जब पत्रकार और संपादक संभावित परिणामों से डरकर कहानियों को नहीं करते या उन्हें कमजोर कर देते हैं, तो यह स्व-सेंसरशिप है। यह खोजी पत्रकारिता के लिए विशेष रूप से हानिकारक है क्योंकि यह उन कहानियों को दबा देती है जो सबसे महत्वपूर्ण हैं। मीडिया संगठनों को साहसी होना चाहिए और महत्वपूर्ण कहानियों का समर्थन करना चाहिए, भले ही वे विवादास्पद हों।



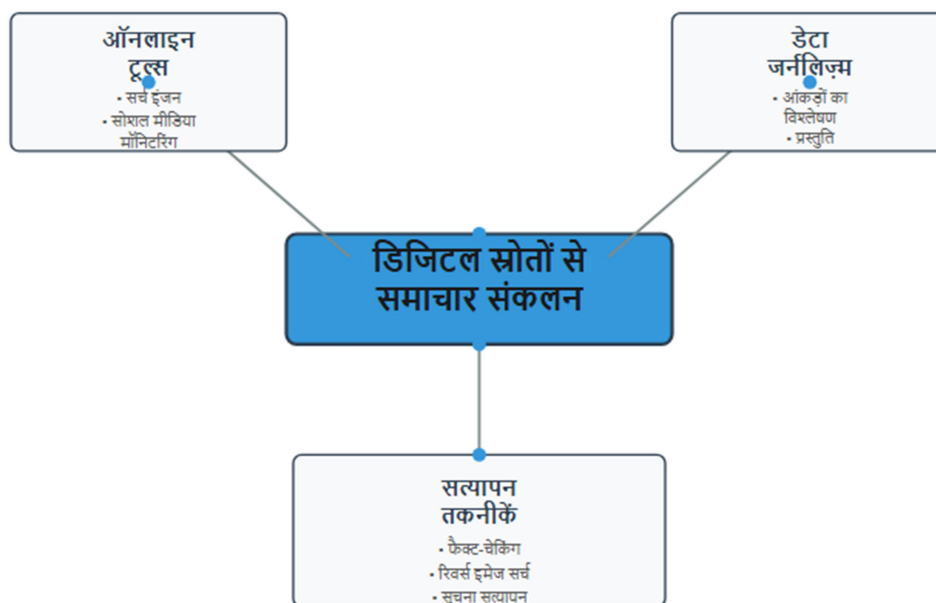
समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

खोजी पत्रकारिता में सफलता के लिए साहस, दृढ़ता, नैतिक स्पष्टता और तकनीकी कौशल की आवश्यकता होती है। चुनौतियां कई हैं - शारीरिक खतरे, कानूनी जोखिम, आर्थिक बाधाएं, नैतिक दुविधाएं - लेकिन खोजी पत्रकारिता का महत्व इन चुनौतियों से कहीं अधिक है। यह लोकतंत्र की रक्षा करती है, शक्तिशाली को जवाबदेह बनाती है और न्याय दिलाने में सहायता करती है। हर बड़े सामाजिक परिवर्तन के पीछे अक्सर निडर पत्रकारों की कड़ी मेहनत होती है जिन्होंने सत्य को उजागर करने के लिए जोखिम उठाया। आधुनिक युग में, जब गलत सूचना और प्रचार व्यापक हैं, खोजी पत्रकारिता पहले से कहीं अधिक महत्वपूर्ण हो गई है। डिजिटल उपकरण नई संभावनाएं प्रदान करते हैं लेकिन नए खतरे भी पैदा करते हैं। भविष्य की खोजी पत्रकारिता को तकनीकी रूप से परिष्कृत, सहयोगी और अंतरराष्ट्रीय होना होगा। पत्रकारों को नई तकनीकों में प्रशिक्षित होना होगा, लेकिन पारंपरिक पत्रकारिता के मूल सिद्धांतों - सत्यता, निष्पक्षता, साहस - को बनाए रखना होगा। खोजी पत्रकारिता की परंपरा को जारी रखना और नई पीढ़ी के पत्रकारों को प्रशिक्षित करना समाज के लिए आवश्यक है।

इकाई 2.4: डिजिटल स्रोतों से समाचार संकलन

2.4.1 ऑनलाइन टूल्स

आज की डिजिटल दुनिया में सूचना का प्रवाह अत्यंत तेज़ है। ऐसे में पत्रकारों, शोधकर्ताओं और आम उपयोगकर्ताओं के लिए **ऑनलाइन टूल्स** का महत्व दिन-ब-दिन बढ़ता जा रहा है। ये टूल्स न केवल जानकारी प्राप्त करने में सहायक होते हैं बल्कि डेटा का विश्लेषण, ट्रैकिंग और प्रसार भी आसान बनाते हैं। इनमें सबसे प्रमुख और व्यापक रूप से इस्तेमाल होने वाला टूल **सर्च इंजन** है। गूगल, बिंग और याहू जैसे सर्च इंजन उपयोगकर्ताओं को विभिन्न विषयों पर विस्तृत जानकारी खोजने की सुविधा प्रदान करते हैं। उदाहरण के लिए, अगर कोई पत्रकार "छत्तीसगढ़ में धान की खेती" पर रिपोर्ट तैयार कर रहा है, तो वह गूगल सर्च के माध्यम से सरकारी रिपोर्ट्स, किसान समाचार, कृषि विश्लेषण और अन्य प्रासंगिक लेख आसानी से प्राप्त कर सकता है। सर्च इंजन केवल जानकारी तक पहुंच ही नहीं देते, बल्कि इसके उन्नत फ़िल्टर और ऑपरेटर जैसे कि "site:", "filetype:" और "intitle:" पत्रकारों को विशिष्ट और सटीक डेटा खोजने में मदद करते हैं।



चित्र 2.5: डिजिटल स्रोतों से समाचार संकलन



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

दूसरा महत्वपूर्ण टूल **सोशल मीडिया मॉनिटरिंग टूल्स** हैं। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम और लिंकडइन पर लगातार नई जानकारी साझा होती रहती है। इन प्लेटफॉर्मों की निगरानी के लिए टूल्स जैसे **Hootsuite, TweetDeck, CrowdTangle और Brand24** का उपयोग किया जाता है। उदाहरण के लिए, यदि कोई पत्रकार छत्तीसगढ़ में जल संकट की स्थिति पर रिपोर्ट तैयार कर रहा है, तो वह सोशल मीडिया मॉनिटरिंग टूल के माध्यम से वहां के लोगों द्वारा साझा की गई ताज़ा पोस्ट, फोटो और वीडियो ट्रैक कर सकता है। यह न केवल वास्तविक समय की जानकारी देता है, बल्कि ट्रेंडिंग टॉपिक्स और जनता की प्रतिक्रिया को समझने में भी मदद करता है। इसके अलावा, ऑनलाइन टूल्स में **डेटा संग्रहण और विजुअलाइज़ेशन टूल्स** का भी महत्व है। उदाहरण के लिए, Google Forms या SurveyMonkey का उपयोग करके लोग सर्वेक्षण कर सकते हैं और आंकड़ों को सीधे डिजिटल रूप में एकत्र कर सकते हैं। इसके बाद Tableau या Microsoft Power BI जैसे टूल्स का उपयोग करके उन आंकड़ों को चार्ट, ग्राफ या इंटरैक्टिव मैप में परिवर्तित किया जा सकता है। यह विशेष रूप से पत्रकारों, शोधकर्ताओं और नीति निर्माताओं के लिए सहायक होता है क्योंकि जटिल डेटा को आसानी से समझने योग्य रूप में प्रस्तुत किया जा सकता है।

2.4.2 डेटा जर्नलिज़्म

वर्तमान समय में पत्रकारिता केवल सूचनाओं का संकलन नहीं रह गई है। अब इसमें **डेटा जर्नलिज़्म** की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण हो गई है। डेटा जर्नलिज़्म का अर्थ है **आंकड़ों का विश्लेषण, व्याख्या और उसका प्रभावी रूप से प्रस्तुतीकरण**। इसका मुख्य उद्देश्य तथ्यों पर आधारित पत्रकारिता करना और जटिल सूचनाओं को सरल एवं प्रभावी ढंग से आम जनता तक पहुँचाना है। डेटा जर्नलिज़्म में सबसे पहला कदम होता है **डेटा संग्रह**। यह डेटा विभिन्न स्रोतों से एकत्र किया जा सकता है—सरकारी रिपोर्ट्स, एनजीओ रिपोर्ट्स, अंतरराष्ट्रीय संस्थाओं के डेटाबेस, सोशल मीडिया और ऑनलाइन प्लेटफॉर्म। उदाहरण के लिए, यदि कोई पत्रकार भारत में शिक्षा के स्तर पर रिपोर्ट तैयार कर रहा है, तो वह केंद्रीय और राज्य शिक्षा विभाग की वेबसाइट से आंकड़े एकत्र कर सकता है। दूसरा कदम है **डेटा का विश्लेषण**। इसके लिए पत्रकारों को आंकड़ों को समझने, तुलना करने और महत्वपूर्ण पैटर्न निकालने की

क्षमता होनी चाहिए। उदाहरण के लिए, छत्तीसगढ़ में धान उत्पादन में पिछले पांच वर्षों में वृद्धि हुई या कमी आई, इसे आंकड़ों के माध्यम से दिखाना पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। इसके लिए Excel, R या Python जैसी टूल्स का उपयोग करके डेटा की संक्षिप्त रिपोर्ट और ग्राफिकल प्रस्तुति तैयार की जा सकती है। तीसरा और महत्वपूर्ण कदम है **डेटा का विजुअलाइज़ेशन और प्रस्तुति**। केवल आंकड़े दिखाना पर्याप्त नहीं होता; उन्हें प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करना भी जरूरी है। उदाहरण के लिए, एक पत्रकार जल संकट के विषय पर इन्फोग्राफ़िक्स बना सकता है जिसमें विभिन्न जिलों में वर्षा की कमी, भूजल स्तर और पानी की उपलब्धता का तुलनात्मक चार्ट दिखाया गया हो। इस तरह की प्रस्तुति न केवल जानकारीपूर्ण होती है बल्कि पाठक के लिए आकर्षक और समझने में आसान भी होती है। डेटा जर्नलिज़्म का एक और लाभ है **विश्वसनीयता और पारदर्शिता**। आंकड़ों के माध्यम से रिपोर्ट तैयार करने से पाठकों को जानकारी की सत्यता पर विश्वास होता है। उदाहरण के लिए, यदि कोई रिपोर्ट "छत्तीसगढ़ में किसानों की आय में कमी" पर आधारित है और उसमें सरकारी डेटा, सर्वेक्षण और ग्राफिकल प्रस्तुति शामिल है, तो पाठक आसानी से समझ सकते हैं कि यह निष्कर्ष तथ्यों पर आधारित है।

2.4.3 सत्यापन तकनीकें

डिजिटल युग में जानकारी के तेजी से फैलने के साथ ही **सत्यापन तकनीकें** भी उतनी ही महत्वपूर्ण हो गई हैं। यह सुनिश्चित करना कि प्राप्त जानकारी सही है या नहीं, पत्रकारिता का मूल सिद्धांत है। सबसे पहला और व्यापक रूप से इस्तेमाल होने वाला तरीका है **फैक्ट-चेकिंग**। फैक्ट-चेकिंग का अर्थ है किसी जानकारी की सच्चाई की जांच करना। उदाहरण के लिए, यदि कोई सोशल मीडिया पोस्ट दावा कर रही है कि "छत्तीसगढ़ में एक गाँव में बाढ़ आई है", तो पत्रकार को पहले स्थानीय समाचार, सरकारी सूचना, आपदा प्रबंधन विभाग की रिपोर्ट और विश्वसनीय स्रोतों से इसे सत्यापित करना होगा। इसके लिए भारत में **Alt News, Boom, Factly** जैसे फैक्ट-चेकिंग प्लेटफ़ॉर्म उपलब्ध हैं। ये प्लेटफ़ॉर्म वायरल खबरों की सच्चाई जांचते हैं और पत्रकारों और पाठकों दोनों के लिए प्रमाणित जानकारी प्रदान करते हैं। दूसरा महत्वपूर्ण तरीका है **रिवर्स इमेज सर्च**। इंटरनेट पर तस्वीरें और वीडियो अक्सर गलत संदर्भ में वायरल हो जाते हैं। रिवर्स इमेज सर्च के माध्यम से पत्रकार यह जांच सकते हैं



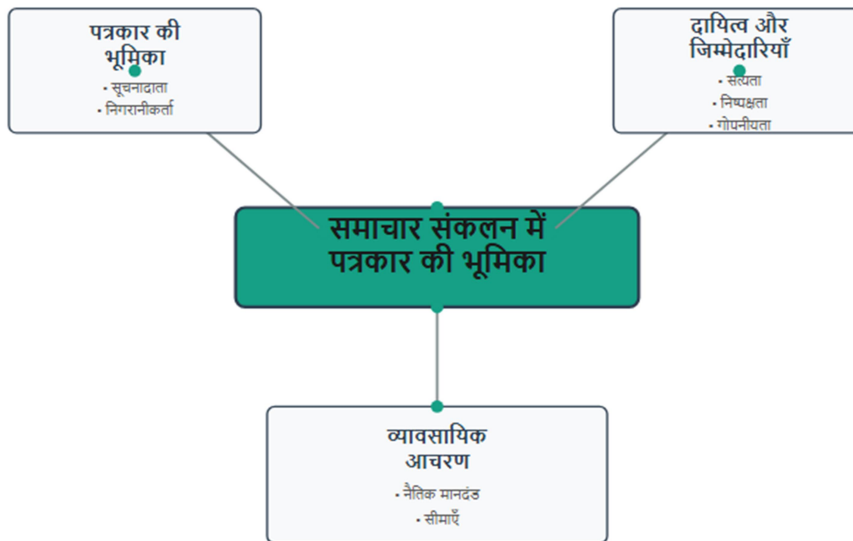
समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

कि किसी चित्र या वीडियो का वास्तविक स्रोत क्या है। उदाहरण के लिए, अगर किसी फेसबुक पोस्ट में छत्तीसगढ़ में बाढ़ का वीडियो वायरल हो रहा है, तो पत्रकार Google Images या TinEye जैसे टूल का उपयोग करके देख सकता है कि यह वीडियो पहले किसी अन्य राज्य या देश में शूट किया गया था या नहीं। यह तकनीक फेक न्यूज़ को रोकने में अत्यंत प्रभावी है। इसके अलावा, सत्यापन तकनीकों में **डेटा क्रॉस-रेफरेंसिंग और स्रोत की विश्वसनीयता जाँच** भी शामिल है। कोई भी रिपोर्ट या आंकड़ा तभी विश्वसनीय माना जाता है जब वह एक से अधिक स्वतंत्र स्रोतों से पुष्टि हो। उदाहरण के लिए, यदि एक सरकारी रिपोर्ट कहती है कि छत्तीसगढ़ में वर्ष 2024 में गेहूँ का उत्पादन बढ़ा है, तो पत्रकार को इसे अन्य सरकारी डेटाबेस, स्थानीय कृषि विभाग और विश्वसनीय समाचार रिपोर्ट्स से मिलान करना चाहिए। समग्र रूप से देखा जाए तो ऑनलाइन टूल्स, डेटा जर्नलिज़्म और सत्यापन तकनीकें आधुनिक पत्रकारिता और अनुसंधान का मूल आधार बन गई हैं। ऑनलाइन टूल्स जानकारी प्राप्त करना और ट्रैकिंग आसान बनाते हैं, डेटा जर्नलिज़्म आंकड़ों के माध्यम से निष्पक्ष और समझने योग्य रिपोर्ट तैयार करने में मदद करता है, और सत्यापन तकनीकें गलत जानकारी को रोकने तथा विश्वसनीयता सुनिश्चित करने के लिए अनिवार्य हैं। उदाहरण स्वरूप, छत्तीसगढ़ में किसानों की आर्थिक स्थिति पर रिपोर्ट तैयार करने के लिए पत्रकार पहले गूगल और सोशल मीडिया से डेटा इकट्ठा करेगा, फिर आंकड़ों का विश्लेषण करके ग्राफ़ और चार्ट तैयार करेगा, और अंत में फैक्ट-चेकिंग और रिवर्स इमेज सर्च के माध्यम से किसी भी फर्जी या गलत जानकारी को रोकते हुए रिपोर्ट प्रकाशित करेगा। इस तरह, डिजिटल उपकरण और तकनीकें पत्रकारिता को अधिक **सटीक, पारदर्शी और प्रभावशाली** बनाने में मदद कर रही हैं। चाहे वह सरकारी आंकड़ों का विश्लेषण हो, सोशल मीडिया पर ट्रेंडिंग घटनाओं की निगरानी, या वायरल कंटेंट की जाँच—सभी कार्य ऑनलाइन टूल्स और सत्यापन तकनीकों के बिना अधूरे हैं। भविष्य में जैसे-जैसे डिजिटल माध्यम और डेटा की मात्रा बढ़ेगी, इन तकनीकों और टूल्स का महत्व और भी अधिक बढ़ने वाला है।

इकाई 2.5: समाचार संकलन में पत्रकार की भूमिका

2.5.1 पत्रकार की भूमिका सूचनादाता, निगरानीकर्ता

पत्रकारिता लोकतांत्रिक समाज की रीढ़ मानी जाती है। पत्रकार समाज में जनमत निर्माण, सूचना प्रसारण और सत्ता-संस्थाओं की पारदर्शिता बनाए रखने का महत्वपूर्ण कार्य करता है। पत्रकार का कार्य केवल समाचार संप्रेषण तक सीमित नहीं है, बल्कि वह समाज के विचारों, चिंताओं और आकांक्षाओं को भी अभिव्यक्त करता है। पत्रकार का हर शब्द जनचेतना का वाहक होता है, जो समाज को दिशा देने का सामर्थ्य रखता है। पत्रकार की भूमिका बहुआयामी होती है, जिसमें वह एक **सूचनादाता (Informer)** और **निगरानीकर्ता (Watchdog)** दोनों की जिम्मेदारी निभाता है।



चित्र 2.6: समाचार संकलन में पत्रकार की भूमिका

(क) सूचनादाता के रूप में पत्रकार

पत्रकार का प्रमुख कार्य समाज में घटित घटनाओं, गतिविधियों, नीतियों और निर्णयों की जानकारी जनता तक पहुँचाना है। सूचना लोकतंत्र का प्राणतत्व है और पत्रकार वह माध्यम है जिसके द्वारा यह सूचना जनता तक पहुँचती है। पत्रकार तथ्यों, आंकड़ों,



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

साक्ष्यों और प्रामाणिक स्रोतों के आधार पर सूचना का संकलन करता है और उसे निष्पक्ष रूप से प्रस्तुत करता है। सूचनादाता के रूप में पत्रकार का दायित्व केवल समाचार देना नहीं है, बल्कि सूचना को ऐसे रूप में प्रस्तुत करना है जिससे जनता उसकी प्रासंगिकता और महत्व को समझ सके। उदाहरण के लिए—जब कोई नीति बनती है, तो पत्रकार का कर्तव्य है कि वह जनता को यह बताए कि उस नीति का उन पर क्या प्रभाव पड़ेगा। इसी प्रकार किसी सामाजिक समस्या, प्राकृतिक आपदा या आर्थिक संकट के समय पत्रकार सटीक और समयोचित सूचना देकर जनता को सचेत करता है। एक सशक्त सूचनादाता के रूप में पत्रकार समाज में पारदर्शिता लाता है। वह नागरिकों को उनके अधिकारों, कर्तव्यों और सरकार की नीतियों से अवगत कराता है। समाचार माध्यमों के माध्यम से पत्रकार सूचना के प्रवाह को दिशा देता है और समाज में संवाद की प्रक्रिया को सक्रिय रखता है।

(ख) निगरानीकर्ता के रूप में पत्रकार

पत्रकारिता को लोकतंत्र का 'चौथा स्तंभ' कहा जाता है। यह उपाधि पत्रकारों को इसलिए मिली है क्योंकि वे सत्ता, प्रशासन और समाज के अन्य संस्थानों की गतिविधियों पर निगरानी रखते हैं। पत्रकार का कार्य यह सुनिश्चित करना है कि सत्ता का दुरुपयोग न हो और जनता के हितों की रक्षा हो। निगरानीकर्ता के रूप में पत्रकार भ्रष्टाचार, अनियमितताओं, अन्याय और शोषण के खिलाफ आवाज उठाता है। वह जनता और सत्ता के बीच सेतु का कार्य करता है, जिससे जनसरोकार के मुद्दे सामने आ सकें। पत्रकार सरकार की नीतियों की समीक्षा करता है, गलतियों की ओर ध्यान आकर्षित करता है और सुधार की आवश्यकता को रेखांकित करता है। इस भूमिका में पत्रकार 'जनता की आँख और कान' होता है। वह उन विषयों पर भी प्रकाश डालता है जिन्हें जानबूझकर छिपाया जा रहा हो। उदाहरणस्वरूप, किसी घोटाले का पर्दाफाश करना, किसी सामाजिक अन्याय को उजागर करना या किसी पर्यावरणीय खतरे की चेतावनी देना—ये सभी कार्य पत्रकार के निगरानीकर्ता रूप के उदाहरण हैं। इस प्रकार पत्रकार का निगरानीकर्ता होना लोकतंत्र के स्वास्थ्य के लिए अनिवार्य है। यह भूमिका केवल आलोचना तक सीमित नहीं, बल्कि सुधार की दिशा में रचनात्मक सुझाव देने तक विस्तृत होती है।

2.5.2 दायित्व और जिम्मेदारियाँ

सत्यता, निष्पक्षता, गोपनीयता

समाचार
संकलन की
विधियाँ



पत्रकारिता केवल पेशा नहीं, बल्कि एक सामाजिक सेवा है। इसका मूल आधार है – **सत्य, निष्पक्षता और नैतिकता**। पत्रकार की लेखनी का प्रभाव जनमानस पर पड़ता है, इसलिए उसकी जिम्मेदारी अत्यंत गम्भीर होती है।

(क) सत्यता (Truthfulness)

पत्रकार का पहला और सबसे महत्वपूर्ण दायित्व है सत्य का प्रसारण। समाचार का मूल तत्व तथ्यपरकता है। पत्रकार को अपनी रिपोर्टिंग में सच्चाई से समझौता नहीं करना चाहिए। वह किसी भी सूचना को प्रकाशित करने से पहले उसके सभी स्रोतों की जांच करे और सुनिश्चित करे कि जो सूचना दी जा रही है वह प्रामाणिक है। सत्यता के बिना पत्रकारिता 'अफवाह प्रसार' बन जाती है। इसलिए पत्रकार को तथ्यों का सत्यापन करना, संबंधित पक्षों से प्रतिक्रिया लेना और आवश्यक संदर्भ प्रदान करना चाहिए। पत्रकार की विश्वसनीयता उसकी सत्यनिष्ठा पर ही निर्भर करती है। यदि पत्रकार झूठी या भ्रामक सूचना देता है, तो जनता का विश्वास टूट जाता है और पत्रकारिता की साख गिर जाती है।

(ख) निष्पक्षता (Objectivity)

निष्पक्षता पत्रकारिता का दूसरा मूल स्तंभ है। पत्रकार को किसी भी समाचार को प्रस्तुत करते समय अपने निजी विचारों, धार्मिक मान्यताओं, राजनीतिक झुकाव या भावनाओं से प्रभावित नहीं होना चाहिए। उसका उद्देश्य केवल तथ्य प्रस्तुत करना है, न कि अपनी राय थोपना। निष्पक्ष पत्रकार वह है जो सभी पक्षों को समान अवसर देता है। यदि किसी विवाद या मुद्दे में दो पक्ष हैं, तो दोनों की बात प्रस्तुत करना पत्रकार की नैतिक जिम्मेदारी है। निष्पक्षता से ही जनता को सही निर्णय लेने की क्षमता मिलती है। पत्रकार को अपने लेखन में पक्षपात से बचना चाहिए, चाहे वह सरकार के पक्ष में हो या विरोध में। पत्रकारिता तभी सार्थक है जब वह सत्ता के दबाव से मुक्त होकर सत्य को सामने लाए।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

(ग) गोपनीयता (Confidentiality)

पत्रकार के कार्य में कई बार ऐसे स्रोतों का उपयोग किया जाता है जो अपनी पहचान उजागर नहीं करना चाहते। ऐसे में पत्रकार का दायित्व है कि वह अपने स्रोत की गोपनीयता बनाए रखे। यदि पत्रकार अपने स्रोतों की पहचान प्रकट कर देता है, तो न केवल उनकी सुरक्षा खतरे में पड़ सकती है बल्कि भविष्य में कोई भी व्यक्ति पत्रकार को सूचना देने से हिचकेगा। गोपनीयता का पालन करना पत्रकारिता की विश्वसनीयता का प्रतीक है। पत्रकार को यह ध्यान रखना चाहिए कि गोपनीयता बनाए रखने से न केवल उसकी नैतिक प्रतिष्ठा सुरक्षित रहती है, बल्कि पत्रकारिता की स्वतंत्रता भी सुदृढ़ होती है। इसके अतिरिक्त पत्रकार को यह भी सुनिश्चित करना चाहिए कि किसी व्यक्ति की निजता का उल्लंघन न हो। समाचार संग्रह करते समय संवेदनशील विषयों जैसे यौन अपराध, बाल अपराध, व्यक्तिगत संबंध आदि में गोपनीयता का पालन अत्यंत आवश्यक है।

2.5.3 व्यावसायिक आचरण

नैतिक मानदंड और सीमाएँ

पत्रकारिता का उद्देश्य केवल समाचार बेचना नहीं, बल्कि समाज को सही दिशा देना है। इसलिए पत्रकार का आचरण सदैव नैतिक मूल्यों पर आधारित होना चाहिए।

(क) नैतिक मानदंड (Ethical Standards)

पत्रकारिता में नैतिकता का अर्थ है—सत्य, ईमानदारी, जिम्मेदारी और मानवता का पालन करना। प्रत्येक पत्रकार को अपने कार्य के दौरान कुछ बुनियादी नैतिक सिद्धांतों का पालन करना आवश्यक है, जैसे—

1. **सत्य और तथ्यों का पालन** – पत्रकार को किसी भी स्थिति में असत्य, अतिशयोक्ति या भ्रामक जानकारी नहीं देनी चाहिए
2. **निष्पक्षता और स्वतंत्रता** – समाचार प्रस्तुत करते समय पत्रकार को किसी राजनीतिक दल, धार्मिक समूह या व्यावसायिक संस्था के प्रभाव से मुक्त रहना चाहिए।

3. **मानव गरिमा का सम्मान** – पत्रकार को किसी व्यक्ति, समुदाय या संस्था की छवि को अनावश्यक रूप से धूमिल नहीं करना चाहिए।
4. **संवेदनशील विषयों में सावधानी** – अपराध, आत्महत्या, युद्ध या आपदा संबंधी रिपोर्टिंग में पीड़ितों की भावनाओं का सम्मान किया जाना चाहिए।
5. **विज्ञापन और समाचार का पृथक्करण** – पत्रकार को यह ध्यान रखना चाहिए कि विज्ञापन और समाचार में स्पष्ट भेद बना रहे। पाठक को भ्रमित करना अनैतिक है।

(ख) व्यावसायिक सीमाएँ (Professional Limits)

पत्रकार की स्वतंत्रता का अर्थ यह नहीं कि वह किसी भी विषय पर मनमाने ढंग से कुछ भी लिखे या प्रकाशित करे। हर स्वतंत्रता के साथ जिम्मेदारी जुड़ी होती है। पत्रकार को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का प्रयोग संयम और विवेक के साथ करना चाहिए।

1. **कानूनी सीमाएँ** – पत्रकार को संविधान, प्रेस परिषद अधिनियम और मीडिया से संबंधित अन्य कानूनों का पालन करना चाहिए। किसी भी प्रकार का अपमानजनक, असत्य या आपत्तिजनक सामग्री प्रकाशित करना दंडनीय हो सकता है।
2. **संवेदनशीलता की सीमा** – किसी दुर्घटना, अपराध या संघर्ष की रिपोर्टिंग में ऐसी भाषा या चित्रों का उपयोग नहीं करना चाहिए जिससे समाज में तनाव या हिंसा फैलने की संभावना हो।
3. **सार्वजनिक हित बनाम व्यक्तिगत लाभ** – पत्रकार को अपने लेखन या रिपोर्टिंग में सार्वजनिक हित को सर्वोपरि रखना चाहिए। व्यक्तिगत लाभ या राजनीतिक उद्देश्य के लिए पत्रकारिता का दुरुपयोग नहीं होना चाहिए।
4. **संपादकीय स्वतंत्रता का सम्मान** – पत्रकार को अपने संपादक और संगठन की नीति का सम्मान करना चाहिए, परंतु यदि संगठन किसी गलत कार्य के लिए दबाव



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

डाले, तो पत्रकार को अपने नैतिक दायित्व के अनुसार उसका विरोध करना चाहिए।

(ग) नैतिक पत्रकारिता का महत्व

नैतिक पत्रकारिता लोकतंत्र के लिए आवश्यक है क्योंकि यह जनता का विश्वास बनाए रखती है। जब पत्रकार ईमानदारी, सटीकता और संवेदनशीलता से काम करते हैं, तब समाचार माध्यम विश्वसनीय बनते हैं। नैतिकता पत्रकारिता की आत्मा है; इसके बिना यह केवल व्यवसाय बनकर रह जाती है। पत्रकारिता का उद्देश्य समाज में जागरूकता, पारदर्शिता और सुधार लाना है। यदि पत्रकार अपने नैतिक मानदंडों का पालन करेगा, तो उसकी लेखनी समाज में सकारात्मक परिवर्तन लाएगी।

निष्कर्ष

पत्रकार समाज का दर्पण है। उसकी भूमिका केवल समाचार देने की नहीं, बल्कि सत्य और न्याय की रक्षा करने की है। सूचनादाता के रूप में वह जनता को जानकारी देता है, निगरानीकर्ता के रूप में सत्ता पर नियंत्रण रखता है। उसके कार्य में सत्यता, निष्पक्षता और गोपनीयता की भावना आवश्यक है। व्यावसायिक आचरण और नैतिक मानदंडों का पालन पत्रकारिता को एक पवित्र और जनसेवा का माध्यम बनाते हैं। आज के युग में जब मीडिया पर व्यावसायिक दबाव और प्रतिस्पर्धा बढ़ गई है, तब पत्रकारों के लिए नैतिकता, जिम्मेदारी और पारदर्शिता का पालन और भी आवश्यक हो गया है। सच्चे पत्रकार वही हैं जो निडर होकर सच लिखें, जनता के हित में कार्य करें, और अपनी कलम को समाज की भलाई के लिए समर्पित रखें। ऐसी पत्रकारिता ही लोकतंत्र की असली शक्ति है और यही उसकी आत्मा।



समाचार
संकलन की
विधियाँ

2.6 स्व-मूल्यांकन प्रश्न

2.6.1 बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQs):

1. साक्षात्कार में सबसे महत्वपूर्ण है:

- क) लंबे प्रश्न
- ख) सुनियोजित और स्पष्ट प्रश्न
- ग) व्यक्तिगत राय
- घ) कठिन शब्दावली

उत्तर: ख) सुनियोजित और स्पष्ट प्रश्न

2. प्रेस-कॉन्फ्रेंस का मुख्य उद्देश्य है:

- क) मनोरंजन
- ख) एक साथ कई पत्रकारों को सूचना देना
- ग) विज्ञापन
- घ) समय बर्बाद करना

उत्तर: ख) एक साथ कई पत्रकारों को सूचना देना

3. कोर्ट रिपोर्टिंग में सबसे महत्वपूर्ण है:

- क) न्यायिक प्रक्रिया की समझ
- ख) व्यक्तिगत राय
- ग) अटकलें
- घ) सनसनी

उत्तर: क) न्यायिक प्रक्रिया की समझ

4. खोजी पत्रकारिता का मुख्य लक्ष्य है:

- क) सनसनी फैलाना
- ख) छिपे तथ्यों को उजागर करना
- ग) मनोरंजन
- घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) छिपे तथ्यों को उजागर करना



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

5. डेटा जर्नलिज़्म में प्रमुख है:

- क) कल्पना
- ख) आंकड़ों का विश्लेषण
- ग) अनुमान
- घ) अटकलें

उत्तर: ख) आंकड़ों का विश्लेषण

6. रिवर्स इमेज सर्च का उपयोग किसलिए होता है?

- क) फोटो एडिटिंग
- ख) तस्वीर की सत्यता जांचने
- ग) फोटो खींचने
- घ) फोटो डिलीट करने

उत्तर: ख) तस्वीर की सत्यता जांचने

7. घटनास्थल पर पहुंचकर पत्रकार को सबसे पहले क्या करना चाहिए?

- क) फोटो खींचना
- ख) सुरक्षा सुनिश्चित करना और तथ्य एकत्र करना
- ग) सोशल मीडिया पोस्ट
- घ) वीडियो बनाना

उत्तर: ख) सुरक्षा सुनिश्चित करना और तथ्य एकत्र करना

8. संसद रिपोर्टिंग में आवश्यक है:

- क) प्रोटोकॉल और संसदीय प्रक्रिया की जानकारी
- ख) व्यक्तिगत राय
- ग) राजनीतिक पक्षपात
- घ) अटकलें

उत्तर: क) प्रोटोकॉल और संसदीय प्रक्रिया की जानकारी

9. समाचार संकलन में पत्रकार का प्रमुख दायित्व है:

- क) सनसनी फैलाना
- ख) सत्य और निष्पक्ष रिपोर्टिंग



समाचार
संकलन की
विधियाँ

ग) किसी पक्ष का समर्थन

घ) मनोरंजन

उत्तर: ख) सत्य और निष्पक्ष रिपोर्टिंग

10. Off the record का अर्थ है:

क) सार्वजनिक करने योग्य

ख) जानकारी जो प्रकाशित नहीं की जाएगी

ग) झूठी जानकारी

घ) पुरानी जानकारी

उत्तर: ख) जानकारी जो प्रकाशित नहीं की जाएगी

2.6.2 लघु उत्तरीय प्रश्न (2-3 अंक):

1. एक प्रभावी साक्षात्कार के लिए आवश्यक तैयारी बताइए।
2. प्रेस-कॉन्फ्रेंस और प्रेस-नोट में क्या अंतर है?
3. खोजी पत्रकारिता की तीन प्रमुख चुनौतियाँ बताइए।
4. डेटा जर्नलिज्म क्या है? संक्षेप में समझाइए।
5. समाचार संकलन में पत्रकार के तीन प्रमुख दायित्व बताइए।

2.6.3 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (5-10 अंक):

1. समाचार संकलन की विभिन्न तकनीकों (साक्षात्कार, सर्वेक्षण, प्रेस-नोट, प्रेस-कॉन्फ्रेंस) का विस्तृत वर्णन कीजिए।
2. फील्ड रिपोर्टिंग (घटनास्थल, कोर्ट, विधानसभा/संसद) का विस्तार से परिचय देते हुए प्रत्येक की विशेषताएँ बताइए।
3. खोजी पत्रकारिता का विस्तृत परिचय देते हुए इसकी तकनीकों और चुनौतियों का वर्णन कीजिए।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

4. डिजिटल स्रोतों से समाचार संकलन (ऑनलाइन टूल्स, डेटा जर्नलिज़्म) पर विस्तृत निबंध लिखिए।
5. समाचार संकलन में पत्रकार की भूमिका और दायित्वों का विस्तार से वर्णन कीजिए।

मॉड्यूल 3

समाचार लेखन कला

संरचना

इकाई 3.1 समाचार लेखन की शैली

इकाई 3.2 समाचार लेखन की भाषा

इकाई 3.3 शीर्षक लेखन

इकाई 3.4 समाचार के विभिन्न रूप

इकाई 3.5 वस्तुनिष्ठता और संतुलन

3.0 उद्देश्य

- समाचार लेखन की विभिन्न शैलियों—उल्टा पिरामिड, क्रोनोलॉजिकल और नैरेटिव—का अध्ययन करना।
- समाचार लेखन की भाषा में सरलता, स्पष्टता और संक्षिप्तता के महत्व को समझना।
- शीर्षक लेखन की कला, उसके प्रकार और आकर्षक शीर्षक बनाने की तकनीक सीखना।
- समाचार के रूपों—लीड, फीचर, संपादकीय और कॉलम—की विशेषताओं और उपयोग को जानना।
- वस्तुनिष्ठता और संतुलन बनाए रखते हुए निष्पक्ष रिपोर्टिंग के सिद्धांतों को आत्मसात करना।

इकाई 3.1: समाचार लेखन की शैली

3.1.1 उल्टा पिरामिड शैली (Inverted Pyramid Style)

पत्रकारिता और लेखन के क्षेत्र में *उल्टा पिरामिड शैली* एक अत्यंत लोकप्रिय और प्रभावी लेखन शैली मानी जाती है। यह शैली विशेष रूप से समाचार लेखन में प्रयुक्त होती है। इस शैली की मूल धारणा यह है कि पाठक को सबसे पहले सबसे महत्वपूर्ण और आवश्यक जानकारी प्राप्त होनी चाहिए। जब कोई समाचार या लेख इस शैली में लिखा जाता है, तो शीर्ष पर सबसे प्रमुख और प्रभावशाली तथ्यों का उल्लेख किया



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

जाता है, और उसके बाद क्रमशः कम महत्वपूर्ण या सहायक जानकारी प्रस्तुत की जाती है। उल्टा पिरामिड शैली का नाम इसलिए पड़ा क्योंकि इसका ढाँचा उल्टे पिरामिड की तरह होता है — जहाँ शीर्ष चौड़ा होता है और नीचे की ओर धीरे-धीरे संकीर्ण होता जाता है। शीर्ष पर मुख्य सूचना होती है, और नीचे की ओर विवरण, पृष्ठभूमि या संदर्भ आते हैं।

(क) सबसे महत्वपूर्ण जानकारी पहले: इस शैली में लेखन का आरंभ सीधे विषय के सबसे महत्वपूर्ण भाग से किया जाता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी शहर में भूकंप आया है, तो सबसे पहले बताया जाएगा — “आज सुबह 6 बजे दिल्ली-एनसीआर में 5.8 तीव्रता का भूकंप आया, जिससे कई इमारतों में दरारें पड़ीं, लेकिन किसी के हताहत होने की सूचना नहीं मिली।” यह शुरुआती वाक्य ही पूरी घटना की मूल जानकारी देता है — क्या हुआ, कहाँ हुआ, कब हुआ, और क्या परिणाम रहा। इसके बाद की पंक्तियों में इसके कारण, प्रभाव, सरकारी प्रतिक्रिया, विशेषज्ञों की राय आदि जोड़ी जाती हैं।

(ख) पाठक-केंद्रित लेखन शैली: इस शैली की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि यह पाठक की सुविधा को ध्यान में रखकर बनाई गई है। आज के डिजिटल युग में पाठकों के पास समय सीमित है। वे किसी समाचार या लेख को पूरा पढ़ने से पहले केवल शुरुआती पैराग्राफ देखकर ही निर्णय लेते हैं कि यह उनके लिए उपयोगी है या नहीं। उल्टा पिरामिड शैली इस प्रवृत्ति को ध्यान में रखती है। यदि कोई व्यक्ति केवल शुरुआती तीन पंक्तियाँ पढ़ता है, तो भी उसे पूरी खबर की मूल जानकारी मिल जाती है।

(ग) संपादन और प्रकाशन में सुविधा: समाचार पत्रों और ऑनलाइन मीडिया में यह शैली संपादकों के लिए भी उपयोगी होती है। यदि किसी लेख या समाचार को स्थान की कमी के कारण छोटा करना पड़े, तो संपादक नीचे के हिस्से को हटाकर भी खबर का सार सुरक्षित रख सकते हैं। क्योंकि महत्वपूर्ण जानकारी पहले ही दी जा चुकी होती है।

(घ) उल्टा पिरामिड शैली की संरचना

1. **लीड (Lead):** इसमें सबसे महत्वपूर्ण तथ्य दिए जाते हैं — कौन, क्या, कब, कहाँ, क्यों और कैसे।
2. **बॉडी (Body):** इसमें सहायक जानकारी, पृष्ठभूमि और विस्तार होता है।
3. **टेल (Tail):** इसमें कम आवश्यक या रोचक जानकारी दी जाती है, जैसे उद्धरण, टिप्पणियाँ, आँकड़े आदि।

(ङ) उदाहरण: मान लीजिए कोई समाचार है — “विद्यालय में विज्ञान प्रदर्शनी का आयोजन।”

उल्टा पिरामिड शैली में यह ऐसे लिखा जाएगा:

“शहर के राजकीय बालिका इंटर कॉलेज में आज विज्ञान प्रदर्शनी का आयोजन किया गया, जिसमें 25 विद्यालयों के विद्यार्थियों ने भाग लिया। प्रदर्शनी का उद्घाटन जिला अधिकारी ने किया।” इसके बाद विवरण आता है कि किन विषयों पर मॉडल बनाए गए, विजेताओं के नाम, विद्यार्थियों की प्रतिक्रियाएँ आदि।

(च) लाभ और सीमाएँ: उल्टा पिरामिड शैली का लाभ यह है कि यह सूचना को स्पष्ट, त्वरित और तार्किक ढंग से प्रस्तुत करती है। लेकिन इसकी सीमा यह है कि कभी-कभी यह शैली भावनात्मक या रचनात्मक लेखन के लिए उपयुक्त नहीं होती। इसमें कहानीपन या रहस्य का अभाव रहता है।

3.1.2 क्रोनोलॉजिकल शैली (Chronological Style)

क्रोनोलॉजिकल शैली को *घटनाक्रम आधारित शैली* भी कहा जाता है। इस शैली में जानकारी या घटनाएँ उसी क्रम में प्रस्तुत की जाती हैं, जिस क्रम में वे घटित हुई हों। यह शैली विशेष रूप से रिपोर्ट, ऐतिहासिक विवरण, जीवनी, और डॉक्यूमेंट्री लेखन में उपयोगी होती है।

(क) घटनाक्रम के अनुसार प्रस्तुति: इस शैली की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि इसमें लेखन का प्रवाह समयानुसार आगे बढ़ता है। आरंभ में घटना की पृष्ठभूमि बताई



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

जाती है, फिर क्रमशः घटनाओं का विकास, और अंत में उसका परिणाम प्रस्तुत किया जाता है। उदाहरण के रूप में यदि किसी सामाजिक आंदोलन पर लेख लिखा जा रहा है, तो पहले उसके उद्भव के कारण बताए जाएंगे, फिर आंदोलन की प्रमुख घटनाएँ, और अंत में उसके परिणाम।

(ख) पाठक को सहज समझ: क्रोनोलॉजिकल शैली पाठकों को घटनाओं की पूरी यात्रा समझने में मदद करती है। यह शैली इतिहास या कहानी की तरह विकसित होती है, इसलिए पाठक को यह जानने में रुचि रहती है कि आगे क्या हुआ। इस शैली में तर्क और समय का संतुलन बना रहता है।

(ग) रिपोर्टिंग में उपयोग: पत्रकारिता में भी इस शैली का उपयोग तब किया जाता है जब किसी समाचार या घटना का पूरा विवरण देना आवश्यक हो। उदाहरण के लिए, “कल शाम शहर के बाजार में आग लगने की घटना” पर रिपोर्ट लिखते समय पहले आग लगने का कारण, फिर बुझाने की प्रक्रिया, और अंत में नुकसान और प्रशासनिक कार्यवाही क्रम से दी जाती है।

(घ) लेखन की संरचना

1. **प्रारंभिक भाग:** घटना की भूमिका और पृष्ठभूमि।
2. **मुख्य भाग:** घटनाओं का समयानुसार विवरण।
3. **अंतिम भाग:** परिणाम, निष्कर्ष या वर्तमान स्थिति।

(ङ) उदाहरण: मान लीजिए किसी विषय पर लेख है — “भारतीय स्वतंत्रता संग्राम का इतिहास”।

क्रोनोलॉजिकल शैली में इसे इस प्रकार लिखा जाएगा:

“1857 का प्रथम स्वतंत्रता संग्राम भारत के स्वतंत्रता आंदोलन की पहली चिंगारी थी। इसके बाद बाल गंगाधर तिलक, लाला लाजपत राय और बिपिन चंद्र पाल जैसे नेताओं ने स्वदेशी आंदोलन को बल दिया। 1919 में जलियांवाला बाग हत्याकांड ने आंदोलन को नई दिशा दी, और अंततः 1942 में ‘भारत छोड़ो आंदोलन’ के बाद 15 अगस्त 1947 को भारत स्वतंत्र हुआ।”

इस शैली में घटनाओं का क्रम पाठक के मन में एक स्पष्ट चित्र बनाता है।

(च) लाभ और सीमाएँ: लाभ यह है कि यह शैली कथा और इतिहास दोनों के लिए उपयुक्त है। इससे पाठक को विषय की गहराई और क्रमबद्धता का बोध होता है। सीमाएँ यह हैं कि कभी-कभी यह शैली लंबे लेखों में उबाऊ हो सकती है, क्योंकि इसमें आरंभिक हिस्से में अधिक पृष्ठभूमि होती है और प्रमुख तथ्य अंत में आते हैं।

3.1.3 नैरेटिव या कहानी शैली (Narrative/Story Style)

नैरेटिव शैली को कहानी कहने की शैली कहा जाता है। यह शैली पत्रकारिता, साहित्य, फीचर लेखन, और डॉक्यूमेंट्री लेखन में अत्यंत प्रभावशाली मानी जाती है। इसका मुख्य उद्देश्य पाठक को विषय से भावनात्मक रूप से जोड़ना होता है।

(क) कथात्मक प्रस्तुति की विशेषता: इस शैली में लेखक जानकारी को केवल तथ्यों के रूप में नहीं प्रस्तुत करता, बल्कि उसे एक कहानी के रूप में कहता है — जिसमें पात्र, घटनाएँ, संवाद और भावनाएँ शामिल होती हैं। यह शैली विषय को जीवंत बनाती है, जिससे पाठक अंत तक जुड़े रहते हैं।

उदाहरण के लिए, यदि किसी किसान की सफलता की कहानी बतानी है, तो उसे इस तरह लिखा जा सकता है:

“सुबह के पाँच बज रहे थे, जब रामू यादव अपने खेत की ओर निकले। कभी यही खेत सूखे से बंजर पड़ा था, लेकिन आज इसमें हरे-भरे पौधे लहरा रहे थे। दो साल पहले उन्होंने ड्रिप सिंचाई अपनाई थी, और अब उनकी फसल दुगनी हो चुकी है।”

यह शैली पाठक को सीधे घटना के अनुभव में ले जाती है।

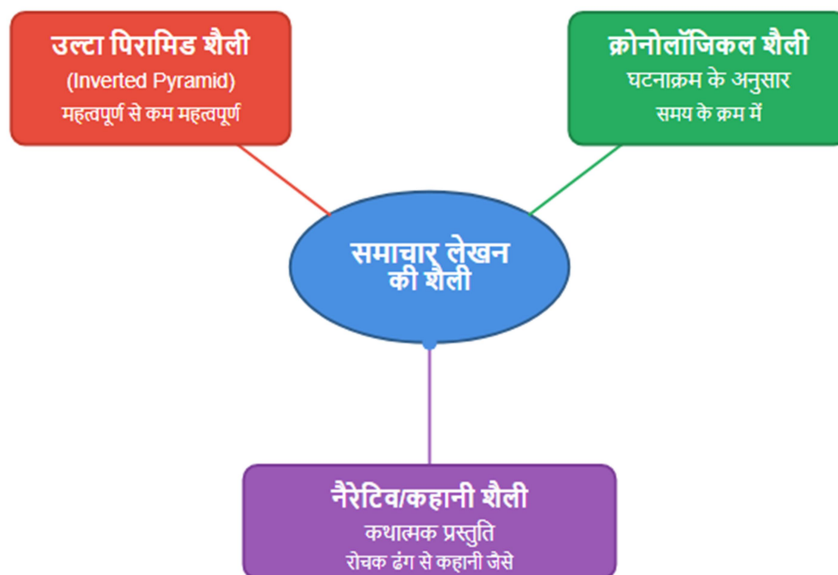
(ख) रचनात्मक और प्रभावशाली शैली: नैरेटिव लेखन में भाषा का सौंदर्य, संवाद, और दृश्यात्मकता का विशेष ध्यान रखा जाता है। लेखक केवल सूचना नहीं देता, बल्कि एक भावनात्मक वातावरण तैयार करता है। इसलिए यह शैली मानवीय अनुभवों को व्यक्त करने के लिए सबसे उपयुक्त मानी जाती है।

(ग) पत्रकारिता में उपयोग: आज की फीचर पत्रकारिता में नैरेटिव लेखन की लोकप्रियता तेजी से बढ़ी है। समाचारों के शुष्क रूप से हटकर जब उन्हें मानवीय

दृष्टिकोण से लिखा जाता है, तो वे अधिक प्रभावशाली बन जाते हैं। उदाहरण के लिए, किसी आपदा की रिपोर्ट केवल “कितने लोग मरे” यह बताने के बजाय, एक पीड़ित व्यक्ति की कहानी से शुरू की जाए, तो पाठक उससे अधिक जुड़ते हैं।

(घ) संरचना

1. **आरंभ (Introduction):** किसी घटना या व्यक्ति से जुड़ी स्थिति का रोचक परिचय।
2. **विकास (Body):** घटनाओं, संघर्षों, भावनाओं और संवादों का विस्तार।
3. **समापन (Conclusion):** कहानी का निष्कर्ष, सीख या प्रभाव।



चित्र 3.1: समाचार लेखन की शैलियों

(ङ) उदाहरण: यदि विषय है “स्वच्छता अभियान की सफलता”, तो नैरेटिव शैली में इसे इस प्रकार लिखा जा सकता है:

“गाँव की गलियाँ पहले कचरे से भरी रहती थीं। बारिश के दिनों में गंदगी से बदबू फैल जाती थी। लेकिन जब सुमन देवी ने अपने मोहल्ले में सफाई अभियान शुरू किया, तो

सब कुछ बदल गया। उन्होंने महिलाओं की टोली बनाई, सफाई उपकरण जुटाए, और अब हर रविवार को पूरा गाँव मिलकर गलियों की सफाई करता है।”

(च) लाभ और सीमाएँ: नैरेटिव शैली का सबसे बड़ा लाभ यह है कि यह पाठक की संवेदना को छूती है। इसमें तथ्य और भावना का संतुलन होता है। लेकिन इसकी सीमा यह है कि इसमें वस्तुनिष्ठता कभी-कभी कम हो जाती है, क्योंकि लेखक भावनात्मक तत्व जोड़ देता है।

इन तीनों शैलियों — *उल्टा पिरामिड*, *क्रोनोलॉजिकल*, और *नैरेटिव* — का उपयोग अलग-अलग संदर्भों में किया जाता है।

- जब उद्देश्य त्वरित और सारगर्भित सूचना देना हो, तो *उल्टा पिरामिड शैली* सर्वोत्तम रहती है।
- जब उद्देश्य घटनाओं का क्रमवार विवरण देना हो, तो *क्रोनोलॉजिकल शैली* उपयुक्त है।
- और जब उद्देश्य पाठक को भावनात्मक रूप से जोड़ना या विषय को जीवंत बनाना हो, तो *नैरेटिव शैली* सबसे प्रभावशाली होती है।

इस प्रकार, लेखन की शैली का चुनाव लेखक के उद्देश्य, विषय की प्रकृति, और पाठक की रुचि के अनुसार किया जाता है। सफल पत्रकार या लेखक वही है जो इन तीनों शैलियों का सही समय और संदर्भ में प्रयोग करना जानता हो — ताकि सूचना केवल दी न जाए, बल्कि पाठक के मन तक पहुँच सके।



इकाई 3.2: समाचार लेखन की भाषा

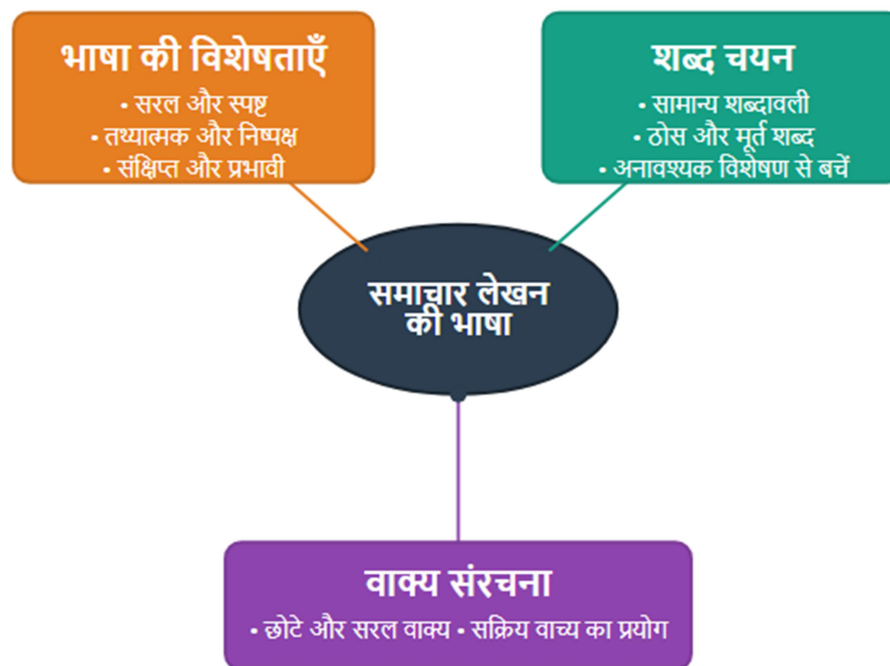
3.2.1 भाषा की विशेषताएँ

भाषा किसी भी समाज या संस्कृति की अभिव्यक्ति का प्रमुख साधन है। यह केवल संवाद का माध्यम नहीं है, बल्कि यह व्यक्ति की सोच, भावना और ज्ञान के प्रसार का महत्वपूर्ण उपकरण भी है। भाषा की कुछ विशेषताएँ हैं, जिनके माध्यम से हम उसे प्रभावी रूप से उपयोग कर सकते हैं। इनमें सबसे महत्वपूर्ण विशेषताएँ हैं **सरलता, स्पष्टता और संक्षिप्तता**। **सरलता** भाषा को सभी के लिए सुगम और समझने योग्य बनाती है। सरल भाषा का अर्थ है ऐसे शब्दों और वाक्यों का प्रयोग करना, जिन्हें पढ़ने या सुनने वाला तुरंत समझ सके। उदाहरण के लिए, यदि हम किसी वैज्ञानिक प्रक्रिया का वर्णन कर रहे हैं, तो कठिन तकनीकी शब्दों की बजाय आम भाषा में समझाने का प्रयास करना चाहिए। उदाहरण स्वरूप, "पानी के अणु H_2O होते हैं" कहना वैज्ञानिक दृष्टि से सही है, लेकिन सरलता के लिए कहा जा सकता है, "पानी में दो हाइड्रोजन और एक ऑक्सीजन अणु होते हैं।" सरल भाषा विचारों को सहज और स्पष्ट रूप में प्रस्तुत करती है। **स्पष्टता** का अर्थ है कि भाषा में कोई ambiguity या भ्रम न हो। स्पष्ट भाषा का प्रयोग पाठक या श्रोता को विचारों की सही दिशा में ले जाता है। उदाहरण स्वरूप, यदि किसी पुस्तक में लिखा है, "विद्यालय में बच्चों के लिए सुविधाएँ हैं," तो यह सामान्य कथन है, लेकिन इसे स्पष्ट करने के लिए कहा जा सकता है, "विद्यालय में बच्चों के लिए पुस्तकालय, विज्ञान प्रयोगशाला और खेल का मैदान उपलब्ध हैं।" इस प्रकार, स्पष्ट भाषा से पाठक या श्रोता को पूरी जानकारी मिलती है और भ्रम की स्थिति नहीं बनती। **संक्षिप्तता** भी भाषा की एक महत्वपूर्ण विशेषता है। यह अनावश्यक शब्दों को छोड़कर मुख्य संदेश को संक्षेप में प्रस्तुत करने की कला है। उदाहरण के लिए, "आज का मौसम बहुत अच्छा है और सूर्य की रोशनी बहुत तेज है, इसलिए हमें बाहर खेलने का आनंद लेना चाहिए" की बजाय कहा जा सकता है, "आज तेज धूप है, बाहर खेलना आनंददायक रहेगा।" संक्षिप्त भाषा पाठक का समय बचाती है और संदेश को प्रभावशाली बनाती है। इन तीन विशेषताओं का संयोजन भाषा को प्रभावशाली बनाता है। सरलता, स्पष्टता और संक्षिप्तता के माध्यम से विचारों को न केवल आसानी से समझाया जा सकता है, बल्कि उन्हें लंबे समय तक स्मृति में भी रखा जा सकता है। आधुनिक संवाद, लेखन और शिक्षण के क्षेत्र में इन विशेषताओं का विशेष महत्व है।

3.2.2 शब्द चयन

भाषा की प्रभावशीलता केवल वाक्यों की संरचना से नहीं होती, बल्कि सही और सटीक **शब्द चयन** से भी होती है। शब्द चयन का अर्थ है विचार को व्यक्त करने के लिए उपयुक्त और सटीक शब्दों का प्रयोग करना। किसी भी लेखन या वार्ता में शब्दों का चयन आपके ज्ञान, सोच और शैली का परिचायक होता है। **उपयुक्त शब्दावली** का प्रयोग करने से पाठक या श्रोता के मन में स्पष्ट चित्र बनता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी कहानी में किसी व्यक्ति की वीरता का वर्णन करना है, तो सामान्य शब्द "बहादुर" का उपयोग किया जा सकता है, लेकिन यदि कहानी का संदर्भ युद्धभूमि का है, तो "वीर योद्धा" शब्द अधिक उपयुक्त होगा। इसी प्रकार, "खुश" की बजाय "आनंदित" या "प्रसन्न" शब्द का प्रयोग भाव की गहराई को स्पष्ट करता है। उपयुक्त शब्द चयन भाषा को जीवंत और प्रभावशाली बनाता है **सटीक शब्दावली** का अर्थ है कि शब्द का प्रयोग सही संदर्भ में होना चाहिए। गलत शब्द चयन से संदेश का अर्थ बदल सकता है या भ्रम पैदा हो सकता है। उदाहरण स्वरूप, "वह बहुत सुंदर है" और "वह बहुत आकर्षक है" दोनों वाक्य विभिन्न भाव उत्पन्न करते हैं। सुंदर शब्द केवल रूप को व्यक्त करता है, जबकि आकर्षक शब्द रूप के साथ गुण, व्यवहार या व्यक्तित्व की ओर भी संकेत करता है। इसलिए शब्द का सही चयन विचार की सटीकता और प्रभाव बढ़ाता है। शब्द चयन में ध्यान देने योग्य एक और पहलू है **संदर्भ के अनुसार भाषा**। शिक्षा, विज्ञान, साहित्य या व्यवसाय के क्षेत्र में शब्दों का चयन अलग होता है। उदाहरण स्वरूप, वैज्ञानिक रिपोर्ट में "अणु," "जैविक," "रासायनिक प्रतिक्रिया" जैसे शब्द उपयुक्त हैं, जबकि साहित्यिक कविता में भावनात्मक और आलंकारिक शब्द अधिक प्रभावी होते हैं। इस प्रकार, शब्द चयन का स्तर और शैली उसके संदर्भ और उद्देश्य पर निर्भर करती है। इसके अतिरिक्त, शब्द चयन में **साधारण और कठिन शब्दों का संतुलन** भी आवश्यक है। अत्यधिक कठिन शब्द भाषा को जटिल बना सकते हैं, जबकि अत्यधिक सरल शब्द संदेश की गंभीरता को कम कर सकते हैं। उदाहरण स्वरूप, "सुरक्षित वातावरण" को "सुरक्षित जगह" कहा जा सकता है, लेकिन तकनीकी या औपचारिक लेखन में "सुरक्षित वातावरण" अधिक उपयुक्त है।

सटीक और उपयुक्त शब्दों का प्रयोग भाषा को न केवल प्रभावी बनाता है, बल्कि पाठक या श्रोता के मन में स्थायी प्रभाव भी छोड़ता है। अच्छे लेखक और वक्ता शब्दों के चयन में सावधानी रखते हैं, क्योंकि यही उनके विचारों की स्पष्टता और प्रभावशीलता को सुनिश्चित करता है।



चित्र 3.2: समाचार लेखन की भाषा

3.2.3 वाक्य संरचना

भाषा की प्रभावशीलता में **वाक्य संरचना** का भी अत्यंत महत्व है। वाक्य संरचना से तात्पर्य है कि शब्दों को किस क्रम और रूप में रखा जाए ताकि विचार स्पष्ट, सरल और प्रभावी रूप में सामने आए। अच्छे वाक्य में छोटे और प्रभावी वाक्य होना आवश्यक है। **छोटे वाक्य** विचारों को स्पष्ट और सहज बनाते हैं। उदाहरण के लिए, "सूरज उगता है और रोशनी फैलती है" इस वाक्य में मुख्य विचार सीधे और सरल तरीके से प्रस्तुत किया गया है। लंबी और जटिल वाक्य में कई बार पाठक भ्रमित हो जाता है या संदेश का प्रभाव कम हो जाता है। इसलिए छोटे वाक्य का प्रयोग विशेष रूप से शिक्षण, समाचार लेखन और व्यावसायिक संवाद में अधिक उपयोगी होता है।

प्रभावी वाक्य वह होता है जो कम शब्दों में अधिक जानकारी और भाव प्रकट कर सके। उदाहरण स्वरूप, "वह पुस्तक पढ़ रहा है" सरल वाक्य है, लेकिन "वह गहरी रुचि से पुस्तक पढ़ रहा है" वाक्य अधिक प्रभावी है, क्योंकि इसमें न केवल क्रिया की सूचना है बल्कि भाव और मानसिक स्थिति का भी उल्लेख है। प्रभावी वाक्य पाठक या श्रोता को सोचने पर मजबूर करता है और संदेश को स्थायी बनाता है। वाक्य संरचना में **क्रमानुसार स्पष्टता** भी आवश्यक है। विषय, क्रिया और कर्म का क्रम विचार को सहज और प्राकृतिक बनाता है। उदाहरण के लिए, "राम ने स्कूल में अपने दोस्तों के साथ खेला" में क्रम स्पष्ट है—कार्रवाई, स्थान और सहभागी—जिससे वाक्य आसानी से समझा जा सकता है। इसके अलावा, वाक्य संरचना में **समानांतरता और तालमेल** बनाए रखना भी महत्वपूर्ण है। उदाहरण स्वरूप, "वह पढ़ता है, लिखता है और खेलता है" वाक्य में क्रियाओं का समानांतर प्रयोग वाक्य को लयबद्ध और पठनीय बनाता है। इसके विपरीत, असमान वाक्य जैसे "वह पढ़ता है, लिखाई में अच्छा है और खेल खेलता है" थोड़ा असंतुलित लगता है और प्रभाव कम करता है। अच्छी वाक्य संरचना भाषा को न केवल सुगम बनाती है, बल्कि विचारों को तार्किक और संगठित रूप में प्रस्तुत करती है। लेखक और वक्ता वाक्य संरचना में विशेष ध्यान देते हैं ताकि संदेश पाठक या श्रोता तक बिना किसी बाधा के पहुँच सके।

भाषा की विशेषताएँ, शब्द चयन और वाक्य संरचना तीनों एक-दूसरे से गहरे जुड़े हैं। **सरल, स्पष्ट और संक्षिप्त भाषा** पाठक और श्रोता को सहजता से संदेश पहुँचाती है। **उपयुक्त और सटीक शब्द चयन** विचारों की सटीकता और प्रभाव बढ़ाता है। **छोटे और प्रभावी वाक्य** विचारों को व्यवस्थित, स्पष्ट और यादगार बनाते हैं। इन सभी तत्वों का संयोजन भाषा को प्रभावी, आकर्षक और संचार के लिए उपयुक्त बनाता है। उदाहरण स्वरूप, एक शिक्षक जब छात्रों को विज्ञान का कोई कठिन विषय समझा रहा होता है, तो वह सरल शब्दों में, स्पष्ट और संक्षिप्त वाक्यों में समझाता है। इसी प्रकार, एक पत्रकार समाचार को छोटे वाक्यों और सटीक शब्दों में प्रस्तुत करता है ताकि पाठक तुरंत समझ सके। साहित्य में लेखक भावों और विचारों को प्रभावी शब्द चयन और वाक्य संरचना से व्यक्त करता है।

इकाई 3.3: शीर्षक लेखन

3.3.1 शीर्षक के प्रकार

पत्रकारिता, लेखन और संपादन की प्रक्रिया में शीर्षक (Headline) का अत्यंत महत्वपूर्ण स्थान होता है। यह केवल किसी लेख, समाचार या रिपोर्ट की शुरुआत मात्र नहीं होता, बल्कि पाठक के मन में उसे पढ़ने की जिज्ञासा उत्पन्न करने का माध्यम भी होता है। एक सशक्त शीर्षक न केवल विषय की आत्मा को प्रकट करता है, बल्कि वह पूरे लेख की दिशा और भाव को भी निर्धारित करता है। शीर्षकों के अनेक प्रकार होते हैं, जो उनके प्रयोग, शैली, उद्देश्य और प्रस्तुति के आधार पर विभाजित किए जा सकते हैं। मुख्यतः तीन प्रकार के शीर्षक सर्वाधिक प्रचलित हैं— मुख्य शीर्षक (Main Headline), उप-शीर्षक (Sub-Headline) और क्रॉस हेड (Cross Head)। मुख्य शीर्षक (Main Headline) लेख या समाचार की मूल भावना को अभिव्यक्त करता है। यह सबसे प्रमुख और सबसे बड़े अक्षरों में प्रकाशित किया जाता है। इसका उद्देश्य यह होता है कि पाठक का ध्यान तुरंत आकर्षित हो और उसे यह समझ में आ जाए कि पूरा लेख किस विषय पर केंद्रित है। उदाहरण के लिए – “देश में बढ़ती जल संकट की समस्या”, या “तकनीकी क्रांति से बदलता शिक्षा का स्वरूप”। इस प्रकार के शीर्षक में सरलता, प्रभावशीलता और संक्षिप्तता का संतुलन होना आवश्यक है। उप-शीर्षक (Sub-Headline) मुख्य शीर्षक के पूरक के रूप में कार्य करता है। यह मुख्य शीर्षक की व्याख्या करता है या उसमें दी गई जानकारी को थोड़ा विस्तार देता है। कई बार उप-शीर्षक पाठक को यह संकेत देता है कि लेख में कौन-कौन से पहलुओं पर चर्चा की गई है। उदाहरण के लिए यदि मुख्य शीर्षक है – “प्रदूषण की बढ़ती मार”, तो उप-शीर्षक हो सकता है – “शहरों में सांस लेना हो रहा कठिन, सरकारें उदासीन।” इस प्रकार का शीर्षक मुख्य विषय की गहराई और संदर्भ स्पष्ट करता है। क्रॉस हेड (Cross Head) या मध्य शीर्षक, लंबे लेखों या फीचर लेखों में उपयोग किया जाता है। इसका उद्देश्य लेख को छोटे-छोटे भागों में बाँटकर पठनीयता को आसान बनाना होता है। जब कोई लेख बहुत लंबा होता है, तो बीच-बीच में क्रॉस हेड देकर पाठक को एक नया बिंदु या विचार प्रस्तुत किया जाता है। उदाहरण के लिए – “शिक्षा में डिजिटल माध्यमों की भूमिका”, “पर्यावरणीय असंतुलन और मानव जीवन” आदि। यह न केवल लेख को आकर्षक बनाता है बल्कि उसके विचारों की श्रृंखला को व्यवस्थित रूप से आगे बढ़ाता है।

इन तीनों प्रकार के शीर्षकों का संयोजन पत्रकारिता की शैली और प्रस्तुति को प्रभावशाली बनाता है। मुख्य शीर्षक जहां ध्यान खींचता है, वहीं उप-शीर्षक सूचना की पूर्ति करता है और क्रॉस हेड लेख को सुव्यवस्थित करता है। इस प्रकार शीर्षक लेखन की यह त्रयी किसी भी संपादकीय या रचनात्मक सामग्री को प्रभावी रूप में प्रस्तुत करने का सशक्त माध्यम बन जाती है।



चित्र 3.3: शीर्षक लेखन

3.3.2 शीर्षक लेखन की तकनीक

शीर्षक लेखन एक कला और तकनीक दोनों है। यह केवल शब्दों का संयोजन नहीं बल्कि रचनात्मकता, समाचार मूल्य, और पाठक की मनोवृत्ति को समझने की प्रक्रिया भी है। एक सफल शीर्षक वह है जो कुछ शब्दों में सम्पूर्ण लेख का सार प्रस्तुत कर सके और पाठक को आगे पढ़ने के लिए प्रेरित करे। शीर्षक लेखन की प्रमुख तकनीकें तीन तत्वों पर आधारित होती हैं— **संक्षिप्तता, आकर्षकता, और सूचनात्मकता।**

(1) संक्षिप्तता (Brevity): एक अच्छा शीर्षक हमेशा छोटा, सारगर्भित और सीधा होना चाहिए। लंबा शीर्षक पाठक की रुचि को कम कर सकता है। शीर्षक का उद्देश्य यह नहीं कि वह पूरे लेख को बता दे, बल्कि यह है कि वह पाठक को उत्सुक बना दे। इसलिए इसमें केवल आवश्यक और प्रभावी शब्दों का प्रयोग होना चाहिए। उदाहरण



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

के लिए – “पानी का संकट गहराया” या “रोजगार के नए अवसर”। ये शीर्षक कम शब्दों में गहरा अर्थ प्रस्तुत करते हैं।

(2) आकर्षकता (Attractiveness): शीर्षक तभी प्रभावी बनता है जब उसमें भाषा की चपलता, शब्दों का सौंदर्य और प्रस्तुति की नवीनता हो। आकर्षक शीर्षक पाठक का ध्यान खींचता है और उसे लेख की ओर मोड़ देता है। पत्रकारिता में अक्सर शब्दों के खेल, अनुप्रास, मुहावरे, या प्रश्रवाचक शैली का उपयोग आकर्षकता बढ़ाने के लिए किया जाता है। जैसे – “क्या वाकई विकास हुआ है?”, “मौसम की मार या मानव की भूल?” इस प्रकार के शीर्षक न केवल ध्यान आकर्षित करते हैं बल्कि सोचने पर भी मजबूर करते हैं।

(3) सूचनात्मकता (Informative Nature): शीर्षक को केवल ध्यान खींचने वाला ही नहीं बल्कि जानकारी देने वाला भी होना चाहिए। पाठक को शीर्षक पढ़ते ही यह अंदाज़ा लग जाना चाहिए कि विषय क्या है। समाचार लेखन में यह पहलू विशेष रूप से महत्वपूर्ण है क्योंकि पाठक को सीमित समय में विषय का संकेत चाहिए। उदाहरण के लिए – “सरकार ने नई शिक्षा नीति लागू की”, “बारिश से बाढ़ की स्थिति, जनजीवन अस्त-व्यस्त।” ये शीर्षक सूचना और सार दोनों प्रदान करते हैं।

इसके अतिरिक्त शीर्षक लेखन में कुछ और तकनीकी पहलू भी महत्वपूर्ण हैं।

- **भाषाई शुद्धता:** शीर्षक में भाषा का शुद्ध और सही प्रयोग होना चाहिए। व्याकरणिक या वर्तनी की त्रुटियाँ शीर्षक की विश्वसनीयता को कम कर देती हैं।
- **प्रासंगिकता:** शीर्षक लेख के विषय से सीधा जुड़ा होना चाहिए। यदि शीर्षक और विषय में सामंजस्य नहीं होता, तो पाठक भ्रमित हो सकता है।
- **सकारात्मक भाव:** शीर्षक का लहजा रचनात्मक और प्रेरक होना चाहिए। नकारात्मक या अतिशयोक्तिपूर्ण भाषा से बचना चाहिए।
- **समानांतरता और लय:** शीर्षक में लयात्मकता और संतुलन होने से वह पढ़ने में मधुर और यादगार बन जाता है। उदाहरण – “सोच बदलो, समाज बदलेगा।”

आज के डिजिटल युग में, जब सोशल मीडिया और ऑनलाइन पत्रकारिता का प्रसार हुआ है, तब शीर्षक लेखन की तकनीक और भी चुनौतीपूर्ण हो गई है। अब शीर्षक न केवल प्रिंट माध्यम के लिए बल्कि वेबसाइट, ब्लॉग और सोशल मीडिया पोस्ट के लिए भी अनुकूल होना चाहिए। इसलिए इसमें कीवर्ड का प्रयोग, SEO (Search Engine Optimization) की समझ और डिजिटल पाठक की मनोवृत्ति का ज्ञान आवश्यक हो गया है। संक्षेप में कहा जाए तो शीर्षक लेखन की तकनीक में कलात्मकता, सूचनात्मकता और संपादकीय दृष्टि का संतुलन आवश्यक है। यह केवल शब्दों का मेल नहीं, बल्कि अर्थ और प्रभाव का संयोजन है जो लेख को जीवंत बनाता है।

3.3.3 व्यावहारिक प्रयोग

शीर्षक लेखन का वास्तविक अर्थ तभी समझा जा सकता है जब इसका प्रयोग विभिन्न विषयों पर किया जाए। चाहे वह समाचार लेखन हो, संपादकीय, फीचर स्टोरी, विज्ञापन, या ब्लॉग पोस्ट — प्रत्येक क्षेत्र में शीर्षक की भूमिका अलग-अलग लेकिन समान रूप से महत्वपूर्ण होती है।

(1) समाचारों के शीर्षक: समाचार पत्रों में शीर्षक का उद्देश्य सूचना देना और तात्कालिक ध्यान आकर्षित करना होता है। इसमें स्पष्टता, गति और प्रभाव होना चाहिए। उदाहरण –

- “रेल हादसे में 25 लोगों की मौत”
- “मौसम विभाग ने जारी की चेतावनी, भारी वर्षा की संभावना”
- “चुनाव परिणामों में अप्रत्याशित उलटफेर”

ऐसे शीर्षक तत्काल सूचना प्रदान करते हैं और पाठक को समाचार पढ़ने के लिए प्रेरित करते हैं।

(2) संपादकीय और विचार लेखों के शीर्षक: इन लेखों में शीर्षक का उद्देश्य विचार या दृष्टिकोण को प्रस्तुत करना होता है। इसमें गहराई, अर्थवत्ता और चिंतनशीलता होती है। उदाहरण –



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

- “संसद में संवाद की संस्कृति क्यों आवश्यक है?”
- “शिक्षा में निवेश नहीं, बदलाव चाहिए।”
- “लोकतंत्र की आत्मा – जनता की भागीदारी।”

ऐसे शीर्षक पाठक को सोचने और विमर्श करने के लिए प्रेरित करते हैं।

(3) फीचर लेखों और सांस्कृतिक विषयों के शीर्षक: फीचर लेखों के शीर्षक आमतौर पर भावनात्मक या सौंदर्यपूर्ण होते हैं। इनमें शब्दों का चयन कलात्मक और रोचक होता है। उदाहरण –

- “संगीत में छिपा जीवन का राग”
- “त्योहारों में संस्कृति की झलक”
- “पुराने शहर की गलियों में यादों की खुशबू।”

ये शीर्षक पाठक को संवेदना और सौंदर्य के संसार में ले जाते हैं।

(4) विज्ञापन शीर्षक: विज्ञापन में शीर्षक का उद्देश्य ग्राहकों का ध्यान खींचना और उत्पाद या सेवा के प्रति रुचि उत्पन्न करना होता है। इसमें रचनात्मकता और भावनात्मक जुड़ाव आवश्यक है। उदाहरण –

- “बस एक स्पर्श में चमकती त्वचा!”
- “आपका सपना, हमारी जिम्मेदारी।”
- “घर की सुरक्षा, अब आपके मोबाइल पर।”

ये शीर्षक व्यावसायिक दृष्टि से आकर्षक और प्रभावशाली होते हैं।

(5) डिजिटल माध्यमों में शीर्षक: ऑनलाइन लेखन में शीर्षक SEO और क्लिक-थ्रू रेट (CTR) दोनों को प्रभावित करता है। इसलिए इसमें कीवर्ड, सर्च ट्रेंड और पठनीयता का विशेष ध्यान रखा जाता है। उदाहरण –

- “2025 में भारत की अर्थव्यवस्था कैसी होगी?”
- “स्मार्टफोन से बढ़ेगी शिक्षा की पहुँच – जानिए कैसे।”
- “10 तरीके जिनसे आप अपने करियर को नई दिशा दे सकते हैं।”

(6) शैक्षणिक और शोध लेखों के शीर्षक: इनमें शीर्षक का स्वर औपचारिक और सूचनात्मक होता है। इसका उद्देश्य शोध की दिशा और सीमा को स्पष्ट करना होता है।
उदाहरण –

- “जलवायु परिवर्तन का कृषि उत्पादन पर प्रभाव: मध्य भारत का विश्लेषण”
- “डिजिटल शिक्षा में कृत्रिम बुद्धिमत्ता की भूमिका।”

इन सभी प्रयोगों से स्पष्ट होता है कि शीर्षक लेखन हर क्षेत्र में अपने उद्देश्य और श्रोताओं के अनुसार बदलता रहता है। शीर्षक केवल शब्द नहीं, बल्कि लेखक की दृष्टि और संप्रेषण की कुशलता का दर्पण होता है।

शीर्षक लेखन पत्रकारिता और लेखन की सबसे महत्वपूर्ण कला है। यह केवल पंक्तियाँ नहीं, बल्कि संपूर्ण लेख की आत्मा है। शीर्षक के प्रकार — मुख्य, उप-शीर्षक और क्रॉस हेड — लेख की संरचना को व्यवस्थित बनाते हैं। शीर्षक लेखन की तकनीक — संक्षिप्त, आकर्षक और सूचनात्मक — इसे प्रभावशाली बनाती है, जबकि व्यावहारिक प्रयोग इसे जीवन्तता और संदर्भ प्रदान करते हैं। इस प्रकार, शीर्षक लेखन वह कला है जो शब्दों को अर्थ और विचारों को प्रभाव में बदल देती है। यह पत्रकारिता की पहचान, पाठक की रुचि, और लेखन की सफलता का मूल तत्व है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

इकाई 3.4: समाचार के विभिन्न रूप

3.4.1 लीड लेखन

लीड लेखन पत्रकारिता की वह कला है, जो किसी समाचार के सबसे महत्वपूर्ण और आवश्यक हिस्सों को पाठक के समक्ष प्रस्तुत करती है। लीड किसी भी समाचार का पहला पैराग्राफ होता है, और यह पाठक को पूरी खबर पढ़ने के लिए आकर्षित करने का प्रमुख साधन है। लीड का उद्देश्य केवल सूचना देना ही नहीं, बल्कि पाठक की जिज्ञासा को भी जगाना होता है। उदाहरण स्वरूप, यदि किसी शहर में भारी बारिश के कारण बाढ़ आई है, तो लीड कुछ इस प्रकार हो सकता है: "पिछले रात हुई लगातार बारिश के कारण राजधानी के कई इलाकों में बाढ़ का खतरा बढ़ गया, जिससे हजारों लोग सुरक्षित स्थानों पर स्थानांतरित किए गए।" इस लीड में घटना का मुख्य तथ्य, समय और प्रभाव स्पष्ट रूप से पाठक को सूचित करता है। लीड लेखन में सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि यह समाचार के पांच 'Ws' – क्या (What), कब (When), कहाँ (Where), क्यों (Why) और कैसे (How) को संक्षेप में प्रस्तुत करे। उदाहरण के लिए, अगर कोई नई तकनीकी खोज हुई है, तो लीड में यह बताया जाना चाहिए कि यह खोज क्या है, किसने की है, कब हुई, किस स्थान पर हुई और इसका महत्व क्या है। एक प्रभावशाली लीड पाठक के मन में पूरी खबर पढ़ने की उत्सुकता उत्पन्न करती है और समाचार की सटीकता और गंभीरता को दर्शाती है।

3.4.2 फीचर लेखन

फीचर लेखन समाचार लेखन की तुलना में अधिक विस्तृत और रचनात्मक शैली में लिखा जाता है। इसका उद्देश्य केवल सूचना देना नहीं बल्कि पाठक को अनुभवात्मक और विश्लेषणात्मक दृष्टि प्रदान करना होता है। फीचर लेखन में लेखक को विषय पर गहन अध्ययन और सजीव उदाहरणों के माध्यम से कहानी जैसी प्रस्तुति करनी होती है। उदाहरण स्वरूप, किसी सामाजिक मुद्दे जैसे 'स्कूलों में बच्चों की मानसिक स्वास्थ्य समस्याएँ' पर फीचर लेख लिखा जा सकता है। इसमें केवल यह नहीं बताया जाएगा कि कितने बच्चे तनाव या अवसाद से पीड़ित हैं, बल्कि इसके कारण, प्रभाव और समाधान के उपायों पर विस्तार से चर्चा होगी।

फीचर लेखन में लेखक अपनी कल्पनाशक्ति और रचनात्मक शैली का उपयोग करके विषय को जीवंत बनाता है। इसमें पाठक को घटनाओं का दृश्य चित्रण, व्यक्ति विशेष के अनुभव और भावनाओं का वर्णन भी प्रस्तुत किया जाता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी गांव में महिला उद्यमिता का कार्यक्रम चल रहा है, तो लेखक केवल कार्यक्रम की जानकारी नहीं देगा, बल्कि उस महिला की व्यक्तिगत कहानी, उसकी चुनौतियाँ और सफलता की प्रेरक यात्रा को भी साझा करेगा। फीचर लेखन का मुख्य उद्देश्य पाठक को विषय के साथ भावनात्मक और बौद्धिक रूप से जोड़ना है, जिससे विषय पर गहन समझ उत्पन्न हो।



चित्र 3.4 समाचार के विभिन्न रूप

3.4.3 संपादकीय लेखन

संपादकीय लेखन समाचार पत्र का वह हिस्सा है जिसमें किसी विशेष मुद्दे पर समाचार पत्र की राय और दृष्टिकोण व्यक्त किया जाता है। संपादकीय में लेखक केवल तथ्य प्रस्तुत नहीं करता, बल्कि विषय का विश्लेषण करके निष्पक्ष दृष्टिकोण से राय प्रदान करता है। उदाहरण के लिए, यदि सरकार ने किसी नीतिगत निर्णय की घोषणा की है, तो संपादकीय में इस नीति के लाभ, हानि और संभावित प्रभावों का विस्तार से मूल्यांकन किया जाएगा। संपादकीय लेखन में तटस्थता और स्पष्टता अत्यंत आवश्यक है। पाठक संपादकीय के माध्यम से न केवल विषय की जानकारी प्राप्त करता है,



बल्कि उस पर विचार करने और अपनी राय बनाने में सक्षम होता है। उदाहरण के रूप में, यदि किसी शहर में प्रदूषण का स्तर अत्यधिक बढ़ गया है, तो संपादकीय में इसके कारण, सरकार द्वारा किए गए प्रयास और नागरिकों की भूमिका पर विश्लेषण प्रस्तुत किया जा सकता है। संपादकीय लेखन पाठक और समाचार पत्र के बीच संवाद का माध्यम बनता है, जो समाज में जागरूकता और विचारशीलता को प्रोत्साहित करता है।

3.4.4 कॉलम लेखन

कॉलम लेखन व्यक्तिगत विचार और विश्लेषण पर आधारित होता है। इसमें लेखक अपने अनुभव, दृष्टिकोण और विचारधारा के आधार पर विषय पर स्वतंत्र रूप से चर्चा करता है। कॉलम लेखन में किसी विषय पर लेखक की व्यक्तिगत शैली और आवाज़ प्रमुख होती है, और पाठक लेखक के दृष्टिकोण से विषय को समझने का अवसर प्राप्त करता है। उदाहरण के लिए, यदि कोई लेखक 'शहरी जीवन में मानसिक तनाव' के विषय पर कॉलम लिखता है, तो इसमें वह अपने व्यक्तिगत अनुभव, समाज में बदलाव, और समाधान के सुझाव प्रस्तुत कर सकता है। कॉलम लेखन में रचनात्मकता और स्वतंत्रता की अधिक संभावना होती है। लेखक घटनाओं, नीतियों और सामाजिक मुद्दों पर अपनी विश्लेषणात्मक क्षमता का प्रदर्शन करता है। उदाहरण के लिए, किसी पर्यावरणीय मुद्दे पर कॉलम लेखन में लेखक केवल समस्या नहीं बताएगा, बल्कि अपने व्यक्तिगत दृष्टिकोण से समाधान के उपायों, नागरिकों की भूमिका और भविष्य की संभावनाओं पर भी चर्चा करेगा। कॉलम लेखन पाठक को विषय के प्रति जागरूक करने के साथ-साथ लेखक की शैली और विचारधारा से परिचित कराता है। कुल मिलाकर, लीड लेखन, फीचर लेखन, संपादकीय लेखन और कॉलम लेखन पत्रकारिता के चार प्रमुख स्तंभ हैं, जो समाचार की प्रस्तुति, विश्लेषण और व्यावहारिक दृष्टिकोण को संतुलित रूप से प्रस्तुत करते हैं। लीड लेखन पाठक को समाचार की तात्कालिक जानकारी देता है, फीचर लेखन विषय को गहन और जीवंत बनाता है, संपादकीय लेखन विश्लेषणात्मक और निष्पक्ष दृष्टिकोण प्रदान करता है, और कॉलम लेखन लेखक के व्यक्तिगत विचारों और विश्लेषण को दर्शाता है। इन सभी प्रकार के लेखन में लेखक की शैली, भाषा और प्रस्तुति का विशेष महत्व है। उदाहरण स्वरूप, यदि किसी खेल प्रतियोगिता पर समाचार प्रकाशित किया जा रहा है, तो लीड में केवल

परिणाम और मुख्य घटनाएँ प्रस्तुत होंगी, फीचर में खिलाड़ियों की मेहनत और संघर्ष का चित्रण होगा, संपादकीय में खेल नीति या प्रतियोगिता के महत्व का विश्लेषण होगा, और कॉलम में लेखक के व्यक्तिगत विचार और भविष्य की संभावनाओं पर चर्चा होगी। इस प्रकार, पत्रकारिता का प्रत्येक लेखन रूप अपने उद्देश्य और शैली के अनुसार पाठक को सटीक और प्रभावशाली सूचना प्रदान करता है। पत्रकारिता में यह समझना आवश्यक है कि पाठक केवल समाचार जानना नहीं चाहता, बल्कि उसे विषय के पीछे की कहानी, उसका महत्व और उससे संबंधित विचारों की जानकारी भी चाहिए। इसी आवश्यकता को पूरा करने के लिए लीड, फीचर, संपादकीय और कॉलम लेखन का सटीक उपयोग किया जाता है। उदाहरण स्वरूप, किसी प्राकृतिक आपदा पर समाचार में लीड घटना की तात्कालिक जानकारी देगा, फीचर प्रभावित लोगों की कहानियों को प्रस्तुत करेगा, संपादकीय सरकार की तैयारी और उपायों पर विचार व्यक्त करेगा, और कॉलम लेखक के व्यक्तिगत अनुभव और सुझाव साझा करेगा। अतः यह कहा जा सकता है कि पत्रकारिता में विभिन्न लेखन शैलियों का उपयोग पाठक को जानकारी, विश्लेषण और जागरूकता प्रदान करने का प्रमुख माध्यम है। लीड, फीचर, संपादकीय और कॉलम लेखन न केवल समाचार की गुणवत्ता बढ़ाते हैं, बल्कि पाठक को विषय की व्यापक समझ और सोचने की प्रेरणा भी देते हैं।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

इकाई 3.5: वस्तुनिष्ठता और संतुलन

3.5.1 वस्तुनिष्ठता (Objectivity)

पत्रकारिता का सबसे महत्वपूर्ण गुण वस्तुनिष्ठता है। किसी भी समाचार, रिपोर्ट, या लेख को प्रस्तुत करते समय लेखक या पत्रकार का उद्देश्य तथ्यों को सही और निष्पक्ष रूप में रखना होना चाहिए। वस्तुनिष्ठता का अर्थ है कि लेखक या पत्रकार अपनी निजी राय, भावनाएँ या पूर्वाग्रह को लेखन में सम्मिलित न करे। वस्तुनिष्ठ लेखन का मूल आधार है—“तथ्य बोलते हैं, लेखक नहीं।” इसका तात्पर्य यह है कि जब पाठक किसी समाचार या लेख को पढ़े, तो उसे केवल सच्चाई का परिचय मिले, न कि लेखक की व्यक्तिगत सोच का प्रभाव। वस्तुनिष्ठता पत्रकारिता के नैतिक और व्यावसायिक मानकों में सर्वोच्च स्थान रखती है। किसी भी रिपोर्ट को लिखते समय पत्रकार को यह सुनिश्चित करना होता है कि जो जानकारी वह प्रस्तुत कर रहा है, वह प्रमाणित स्रोतों से प्राप्त हो, और उसमें किसी प्रकार की मनगढ़ंत बात या अतिशयोक्ति शामिल न हो। वस्तुनिष्ठता केवल तथ्यों की सही प्रस्तुति तक सीमित नहीं है, बल्कि इसमें उन तथ्यों का निष्पक्ष विश्लेषण भी शामिल है। उदाहरण के लिए, यदि किसी सामाजिक आंदोलन या राजनीतिक विवाद पर रिपोर्ट तैयार की जा रही है, तो लेखक को दोनों पक्षों की बातें समान रूप से प्रस्तुत करनी चाहिए, ताकि पाठक स्वयं अपना निष्कर्ष निकाल सके। वस्तुनिष्ठ लेखन के लिए आवश्यक है कि लेखक के पास शोधपरक दृष्टिकोण हो। उसे हर जानकारी की पुष्टि करनी चाहिए, और जब तक तथ्य पूर्ण रूप से प्रमाणित न हो जाएँ, तब तक उसे प्रकाशित नहीं करना चाहिए। इसके साथ ही, लेखक को अपनी भाषा का चयन भी अत्यंत सावधानीपूर्वक करना चाहिए। भावनात्मक, उकसाने वाली या निर्णयात्मक भाषा वस्तुनिष्ठता के सिद्धांत के विपरीत मानी जाती है। लेखन में ‘मैं सोचता हूँ’, ‘मेरे विचार में’, ‘यह गलत है’ जैसी पंक्तियाँ वस्तुनिष्ठता को कमज़ोर करती हैं, क्योंकि वे लेखक की व्यक्तिगत धारणा को प्रकट करती हैं। वस्तुनिष्ठता का संबंध पत्रकार के आत्मसंयम से भी है। कई बार समाचार घटनाएँ इतनी संवेदनशील होती हैं कि उनमें व्यक्तिगत या सामाजिक भावनाएँ प्रबल हो सकती हैं। ऐसे में पत्रकार को अपने विचारों पर नियंत्रण रखते हुए केवल तथ्यों के आधार पर लेखन करना चाहिए। उदाहरण के लिए, किसी दंगे, अपराध या राजनीतिक

विवाद से जुड़ी खबरें लिखते समय पत्रकार को यह ध्यान रखना चाहिए कि उसकी भाषा किसी समुदाय, दल या व्यक्ति के प्रति नकारात्मक प्रभाव न डाले। आज के डिजिटल युग में वस्तुनिष्ठता का महत्व और भी बढ़ गया है, क्योंकि सोशल मीडिया पर सूचनाएँ बहुत तेजी से फैलती हैं और उनमें गलत या अधूरी जानकारी शामिल होने का जोखिम रहता है। ऐसे में पेशेवर पत्रकारों की ज़िम्मेदारी है कि वे तथ्यों की जांच-पड़ताल करें, विश्वसनीय स्रोतों से पुष्टि करें, और फिर ही जानकारी साझा करें। वस्तुनिष्ठता पत्रकारिता में जनता के विश्वास की नींव है; यदि यह हिलती है, तो पूरी पत्रकारिता की साख पर प्रश्नचिह्न लग जाता है। अतः निष्पक्षता और सत्यपरकता ही वस्तुनिष्ठता के दो मजबूत स्तंभ हैं, जिन पर गुणवत्तापूर्ण लेखन और सच्ची पत्रकारिता का निर्माण होता है।

3.5.2 संतुलन (Balance)

पत्रकारिता में संतुलन का अर्थ है—सभी पक्षों को समान अवसर और स्थान देना। यह सिद्धांत पत्रकारिता की निष्पक्षता और विश्वसनीयता का आधार माना जाता है। किसी भी मुद्दे, विवाद, या घटना की रिपोर्टिंग करते समय यदि पत्रकार केवल एक पक्ष की बात रखे और दूसरे को अनदेखा कर दे, तो रिपोर्ट पक्षपातपूर्ण मानी जाएगी। इसलिए यह आवश्यक है कि हर दृष्टिकोण को समान रूप से प्रस्तुत किया जाए, ताकि पाठक एक संतुलित दृष्टि से स्थिति का मूल्यांकन कर सके। संतुलित लेखन का मूल उद्देश्य यह है कि किसी भी पक्ष की बात दबाई न जाए, न ही किसी की आवाज़ को ज़रूरत से अधिक बढ़ा-चढ़ाकर पेश किया जाए। यह एक नैतिक ज़िम्मेदारी है, क्योंकि पत्रकार समाज के लिए सूचना का माध्यम होता है, और उसके माध्यम से ही जनता निर्णय करती है कि सत्य क्या है। यदि पत्रकार किसी एक विचारधारा, समुदाय, या समूह के प्रति झुकाव दिखाता है, तो उसके लेखन की विश्वसनीयता कम हो जाती है। संतुलन का अर्थ यह भी नहीं है कि सभी पक्षों की बातों को बिना जांचे समान रूप से प्रस्तुत कर दिया जाए; बल्कि लेखक को सत्य और प्रमाणित तथ्यों के आधार पर सभी दृष्टिकोणों को न्यायपूर्ण स्थान देना चाहिए। संतुलन प्राप्त करने के लिए पत्रकार को अपनी जानकारी के स्रोतों में विविधता रखनी चाहिए। केवल सरकारी या आधिकारिक बयानों पर निर्भर रहने के बजाय उसे आम नागरिकों, विशेषज्ञों, और प्रभावित समुदायों की राय भी शामिल करनी चाहिए। इससे न केवल लेख समृद्ध होता है बल्कि

उसमें यथार्थ का व्यापक परिप्रेक्ष्य भी सामने आता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी पर्यावरणीय समस्या पर रिपोर्ट तैयार की जा रही है, तो उसमें सरकार, उद्योग, पर्यावरणविद् और स्थानीय लोगों के विचार शामिल किए जाने चाहिए। इस प्रकार, लेख एक बहुआयामी और संतुलित स्वरूप ग्रहण करता है।



चित्र 3.5: वस्तुनिष्ठता और संतुलन

संतुलन लेखन की भाषा में भी झलकता है। भाषा में किसी भी प्रकार की तीव्रता, व्यंग्य, या कटाक्ष संतुलन को प्रभावित कर सकता है। लेखक को चाहिए कि वह निष्पक्ष, संयमित और सम्मानजनक भाषा का प्रयोग करे। पत्रकारिता का लक्ष्य किसी एक पक्ष को गलत या सही सिद्ध करना नहीं, बल्कि सभी तथ्यों को प्रस्तुत कर पाठक को स्वयं सोचने के लिए प्रेरित करना है। यही संतुलन की वास्तविक पहचान है। वर्तमान समय में जब मीडिया का एक बड़ा भाग व्यावसायिक या राजनीतिक दबाव में काम करता है, तब संतुलन बनाए रखना अत्यंत चुनौतीपूर्ण हो जाता है। कई बार समाचार संस्थान अपनी नीतियों या प्रायोजकों के हित में कुछ खबरों को प्राथमिकता देते हैं और कुछ को नजरअंदाज कर देते हैं। ऐसे में पत्रकार का कर्तव्य है कि वह अपनी पेशेवर ईमानदारी बनाए रखे और संतुलित रिपोर्टिंग को प्राथमिकता दे। संतुलन केवल पत्रकारिता का गुण नहीं, बल्कि लोकतंत्र की आत्मा है—क्योंकि यही सुनिश्चित करता है कि हर आवाज़ सुनी जाए और हर पक्ष को न्याय मिले।

3.5.3 पक्षपात से बचाव (Avoidance of Bias)

पक्षपात से बचाव पत्रकारिता की नैतिकता का अत्यंत महत्वपूर्ण अंग है। पक्षपात का अर्थ है किसी व्यक्ति, विचारधारा, संस्था या समूह के पक्ष या विपक्ष में झुकाव दिखाना। यह झुकाव जानबूझकर भी हो सकता है और कभी-कभी अनजाने में भी लेखन में प्रकट हो जाता है। निष्पक्ष पत्रकारिता का सिद्धांत यही कहता है कि पत्रकार को अपने लेखन में किसी भी प्रकार के व्यक्तिगत, सामाजिक, धार्मिक, राजनीतिक या आर्थिक पक्षपात से बचना चाहिए। पक्षपात लेखन की विश्वसनीयता को कम कर देता है और पाठकों का विश्वास डगमगा देता है। यदि कोई पाठक यह महसूस करता है कि किसी रिपोर्ट में केवल एक ही पक्ष को महत्व दिया गया है या किसी अन्य दृष्टिकोण को जानबूझकर नज़रअंदाज़ किया गया है, तो वह उस माध्यम को निष्पक्ष नहीं मानता। इसलिए, पत्रकार का पहला दायित्व है कि वह अपनी रिपोर्टिंग में संतुलित और निष्पक्ष दृष्टिकोण अपनाए। पक्षपात से बचने के लिए पत्रकार को अपने स्रोतों की जांच करनी चाहिए। अक्सर ऐसा होता है कि कोई स्रोत किसी विशेष विचारधारा या संस्था से जुड़ा होता है, जिससे सूचना में पूर्वाग्रह आ सकता है। इसलिए जानकारी को एक से अधिक स्रोतों से सत्यापित करना आवश्यक है। इसके अलावा, भाषा चयन में भी पक्षपात झलक सकता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी अपराधी को “देशद्रोही” या “वीर” कह दिया जाए, तो यह शब्द अपने आप में पक्षपातपूर्ण हो जाते हैं। इसलिए पत्रकार को ऐसे शब्दों से परहेज करना चाहिए जो किसी भी दिशा में झुकाव प्रदर्शित करें। पक्षपात से बचाव का संबंध पत्रकार के व्यक्तिगत मूल्यों से भी होता है। हर व्यक्ति के अपने विचार, मान्यताएँ और अनुभव होते हैं, परंतु जब वह पत्रकारिता करता है, तो उसे अपने निजी विचारों को परे रखकर केवल तथ्य और प्रमाण पर आधारित लेखन करना होता है। यह पेशेवर ईमानदारी की कसौटी है। कई बार पत्रकार को ऐसी परिस्थितियों में रिपोर्टिंग करनी पड़ती है जहाँ उसका व्यक्तिगत दृष्टिकोण प्रभावित हो सकता है—जैसे धार्मिक विवाद, राजनीतिक घटनाएँ, या सामाजिक असमानता से जुड़ी खबरें। ऐसे में उसे आत्मनियंत्रण बनाए रखते हुए केवल तथ्यों के आधार पर निष्कर्ष प्रस्तुत करना चाहिए। इसके साथ ही, मीडिया संस्थानों की भी यह जिम्मेदारी है कि वे अपने संपादकीय निर्णयों में निष्पक्षता बनाए रखें। यदि किसी चैनल या समाचार पत्र की नीति ही किसी विशेष समूह के पक्ष में झुकी हुई हो, तो वहां काम



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

करने वाला पत्रकार चाहे कितनी भी कोशिश करे, निष्पक्षता कायम नहीं रह सकती। इसलिए संस्थागत स्तर पर भी पक्षपात से बचाव के लिए पारदर्शी नीतियाँ अपनाई जानी चाहिए। पक्षपात से बचने का एक और तरीका है आत्ममूल्यांकन। पत्रकार को समय-समय पर अपने लेखन और रिपोर्टिंग की समीक्षा करनी चाहिए—क्या कहीं वह अनजाने में किसी पक्ष को बढ़ावा तो नहीं दे रहा? क्या उसकी रिपोर्ट में किसी वर्ग की भावनाएँ आहत हो सकती हैं? क्या उसके शब्द किसी समूह के प्रति पूर्वाग्रह दिखा रहे हैं? इस प्रकार की आत्मचिंतन प्रक्रिया पत्रकार को निष्पक्षता के पथ पर बनाए रखती है। वर्तमान समय में, जब सोशल मीडिया और डिजिटल प्लेटफॉर्म पर विचारों की बाढ़ आ चुकी है, तब पक्षपात से बचना और भी कठिन हो गया है। ट्रेंड, हैशटैग और एल्गोरिदम अक्सर किसी एक दृष्टिकोण को प्रमुख बना देते हैं। ऐसे में पत्रकारों और लेखकों को यह याद रखना चाहिए कि उनका काम लोकप्रियता पाना नहीं, बल्कि सत्य को सामने लाना है। निष्पक्ष और नैतिक लेखन ही पत्रकारिता की सच्ची पहचान है। अंततः, वस्तुनिष्ठता, संतुलन और पक्षपात से बचाव ये तीनों पत्रकारिता के नैतिक स्तंभ हैं। ये केवल आदर्श नहीं, बल्कि व्यावहारिक दिशा-निर्देश हैं, जिन पर सच्ची और विश्वसनीय पत्रकारिता का आधार टिका है। इन सिद्धांतों के पालन से ही मीडिया समाज में अपनी विश्वसनीयता बनाए रख सकता है और लोकतंत्र का सशक्त स्तंभ बन सकता है।



समाचार ले
कला

3.6 स्व-मूल्यांकन प्रश्न

3.6.1 बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQs):

1. उल्टा पिरामिड शैली में सबसे पहले क्या आता है?

क) पृष्ठभूमि

ख) सबसे महत्वपूर्ण जानकारी

ग) निष्कर्ष

घ) उद्धरण

उत्तर: ख) सबसे महत्वपूर्ण जानकारी

2. समाचार लेखन में भाषा होनी चाहिए:

क) जटिल और कठिन

ख) सरल, स्पष्ट और संक्षिप्त

ग) साहित्यिक

घ) अलंकृत

उत्तर: ख) सरल, स्पष्ट और संक्षिप्त

3. लीड (Lead) क्या है?

क) अंतिम पैराग्राफ

ख) समाचार का पहला पैराग्राफ

ग) शीर्षक

घ) उप-शीर्षक

उत्तर: ख) समाचार का पहला पैराग्राफ

4. एक अच्छे शीर्षक की विशेषता है:

क) लंबाई

ख) संक्षिप्त, आकर्षक और सूचनात्मक

ग) जटिलता

घ) अस्पष्टता

उत्तर: ख) संक्षिप्त, आकर्षक और सूचनात्मक



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

5. संपादकीय में व्यक्त होती है:

- क) संवाददाता की राय
- ख) समाचार पत्र की संस्थागत राय
- ग) पाठक की राय
- घ) विज्ञापनदाता की राय

उत्तर: ख) समाचार पत्र की संस्थागत राय

6. फीचर लेखन की मुख्य विशेषता है:

- क) केवल तथ्य
- ख) रचनात्मकता और मानवीय पक्ष
- ग) कठोर समाचार
- घ) संक्षिप्तता

उत्तर: ख) रचनात्मकता और मानवीय पक्ष

7. वस्तुनिष्ठता (Objectivity) का अर्थ है:

- क) व्यक्तिगत राय देना
- ख) तथ्यात्मक और निष्पक्ष रिपोर्टिंग
- ग) पक्षपातपूर्ण लेखन
- घ) अटकलें लगाना

उत्तर: ख) तथ्यात्मक और निष्पक्ष रिपोर्टिंग

8. संतुलित रिपोर्टिंग में आवश्यक है:

- क) केवल एक पक्ष का विचार
- ख) सभी पक्षों को समान स्थान
- ग) पक्षपात
- घ) अधूरी जानकारी

उत्तर: ख) सभी पक्षों को समान स्थान

9. क्रोनोलॉजिकल शैली में समाचार लिखा जाता है:

- क) महत्व के क्रम में
- ख) घटनाक्रम के अनुसार



समाचार लेखन
कला

ग) यादृच्छिक क्रम में

घ) अंत से शुरू करके

उत्तर: ख) घटनाक्रम के अनुसार

10. कॉलम लेखन में प्रमुख है:

क) संस्थागत राय

ख) लेखक का व्यक्तिगत विचार और विश्लेषण

ग) केवल तथ्य

घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) लेखक का व्यक्तिगत विचार और विश्लेषण

3.6.2 लघु उत्तरीय प्रश्न (2-3 अंक):

1. उल्टा पिरामिड शैली और क्रोनोलॉजिकल शैली में क्या अंतर है?
2. समाचार लेखन में भाषा की तीन प्रमुख विशेषताएँ बताइए।
3. एक प्रभावी शीर्षक लिखने की तकनीकें बताइए।
4. लीड और फीचर में क्या अंतर है?
5. वस्तुनिष्ठ रिपोर्टिंग के लिए क्या आवश्यक है?

3.6.3 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (5-10 अंक):

1. समाचार लेखन की विभिन्न शैलियों (उल्टा पिरामिड, क्रोनोलॉजिकल, नैरेटिव) का उदाहरण सहित विस्तृत वर्णन कीजिए।
2. समाचार लेखन की भाषा और विशेषताओं का विस्तार से वर्णन कीजिए। अच्छे समाचार लेखन के लिए भाषा संबंधी सुझाव दीजिए।
3. शीर्षक लेखन की कला का विस्तृत परिचय देते हुए विभिन्न प्रकार के शीर्षकों और उनकी लेखन तकनीकों का वर्णन कीजिए।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

4. समाचार के विभिन्न रूपों (लीड, फीचर, संपादकीय, कॉलम) का तुलनात्मक अध्ययन कीजिए।
5. रिपोर्टिंग और लेखन में वस्तुनिष्ठता और संतुलन का महत्व समझाते हुए इसे प्राप्त करने के उपाय बताइए।

मॉड्यूल 4

समाचार संपादन और तकनीक

संरचना

- इकाई 4.1 समाचार संपादन
- इकाई 4.2 प्रूफरीडिंग
- इकाई 4.3 ले-आउट और पेजमेकिंग
- इकाई 4.4 डेस्क जर्नलिज्म
- इकाई 4.4 फोटो संपादन और इन्फोग्राफिक्स

4.0 उद्देश्य

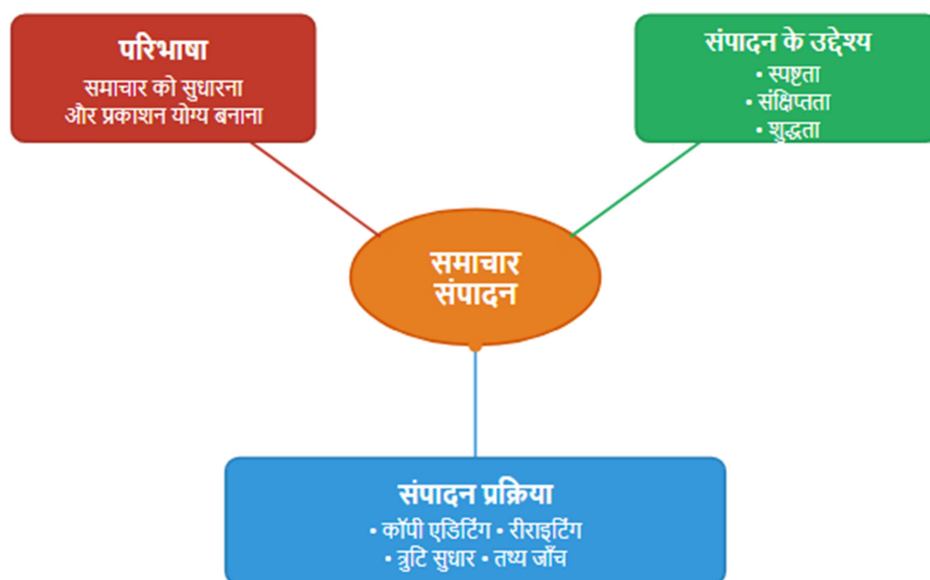
- समाचार संपादन की प्रक्रिया, उद्देश्यों और तकनीकों)कॉपी एडिटिंग, रीराइटिंग (को समझना।
- प्रूफरीडिंग के महत्व, चिह्नों और त्रुटि-संशोधन विधियों का अभ्यास करना।
- समाचारपत्र के ले-आउट और पेजमेकिंग के सिद्धांतों व डिज़ाइन तकनीकों को जानना।
- डेस्क जर्नलिज्म की भूमिका, तकनीकी उपकरणों और संपादन प्रक्रिया की दक्षता को समझना।
- फोटो संपादन और इन्फोग्राफिक्स के माध्यम से दृश्य प्रस्तुति की प्रभावशीलता को बढ़ाना।

इकाई 4.1: समाचार संपादन

4.1.1 समाचार संपादन: परिभाषा, अर्थ और महत्व

समाचार संपादन पत्रकारिता का वह अभिन्न हिस्सा है, जो किसी समाचार को पाठक या दर्शक तक पहुँचाने से पहले उसकी गुणवत्ता, स्पष्टता और विश्वसनीयता सुनिश्चित करता है। इसे सरल शब्दों में इस प्रकार परिभाषित किया जा सकता है कि समाचार संपादन वह प्रक्रिया है जिसमें किसी खबर या रिपोर्ट की सामग्री को सही, संक्षिप्त, सटीक और पठनीय बनाने के लिए आवश्यक सुधार और परिवर्तन किए जाते हैं।

संपादन केवल शब्दों को सुधारने तक सीमित नहीं है, बल्कि इसमें समाचार की संरचना, तर्कसंगतता, तथ्यात्मक सत्यता और प्रस्तुति शैली का भी मूल्यांकन शामिल होता है। समाचार संपादन का अर्थ यह है कि किसी भी खबर को उसकी मौलिकता और सटीकता के साथ प्रस्तुत करना, ताकि पाठक या दर्शक उसे बिना किसी भ्रम के समझ सके। उदाहरण के लिए, यदि किसी नगर में बाढ़ का समाचार आता है, तो संपादक यह सुनिश्चित करता है कि रिपोर्ट में बाढ़ के कारण, प्रभावित क्षेत्रों और राहत कार्यों की जानकारी स्पष्ट रूप से दी गई हो, और किसी भी अटकल या अफवाह को शामिल न किया गया हो। समाचार संपादन का महत्व अत्यधिक है। आज के डिजिटल और प्रिंट मीडिया के युग में, पाठक और दर्शक केवल तथ्यात्मक और विश्वसनीय समाचार की अपेक्षा करते हैं। यदि समाचार में तथ्यात्मक त्रुटि, अस्पष्टता या असंगतता हो, तो मीडिया संस्थान की विश्वसनीयता पर प्रश्न उठ सकते हैं। उदाहरण के लिए, यदि किसी अखबार में चुनाव परिणाम का समाचार गलत तरीके से प्रकाशित होता है, तो इससे न केवल पाठकों में भ्रम पैदा होता है, बल्कि मीडिया संस्थान की प्रतिष्ठा भी प्रभावित होती है। इसी कारण समाचार संपादन की प्रक्रिया में सावधानी, तथ्य-जाँच और जिम्मेदारी अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाती है।



चित्र 4.1: समाचार संपादन

4.1.2 संपादन के उद्देश्य: स्पष्टता, संक्षिप्तता और शुद्धता

समाचार संपादन के प्रमुख उद्देश्य स्पष्टता, संक्षिप्तता और शुद्धता हैं। प्रत्येक उद्देश्य समाचार की प्रभावशीलता और पठनीयता को बढ़ाने में सहायक होता है।

1. स्पष्टता: स्पष्टता का अर्थ है कि समाचार पाठक या दर्शक के लिए सरल, सुसंगत और समझने योग्य हो। संपादक का कार्य यह सुनिश्चित करना होता है कि पाठक को किसी भी प्रकार का भ्रम न हो। उदाहरण के लिए, यदि किसी शहर में सड़क हादसे की रिपोर्ट है, तो संपादक यह जांचता है कि दुर्घटना का स्थान, समय, कारण और प्रभावित व्यक्तियों की जानकारी स्पष्ट रूप से दी गई हो।

2. संक्षिप्तता: संक्षिप्तता का तात्पर्य है कि समाचार में केवल आवश्यक और महत्वपूर्ण जानकारी ही प्रस्तुत की जाए, और गैरजरूरी विवरणों को हटाया जाए। समाचार की लंबाई इस प्रकार होनी चाहिए कि पाठक उसे आसानी से पढ़ सके और मुख्य बिंदुओं को तुरंत समझ सके। उदाहरण के लिए, यदि किसी खेल प्रतियोगिता का परिणाम प्रकाशित किया जा रहा है, तो संपादक सुनिश्चित करेगा कि केवल विजेता, हारे हुए टीम की जानकारी, स्कोर और मुख्य घटनाएँ ही शामिल हों, जबकि बहुत लंबी व्यक्तिगत टिप्पणियाँ या अप्रासंगिक विवरण हटाए जाएँ।

3. शुद्धता: शुद्धता का अर्थ है कि समाचार तथ्यात्मक रूप से सही और भाषा की दृष्टि से शुद्ध हो। संपादक समाचार में किसी भी प्रकार की वर्तनी त्रुटि, व्याकरणिक दोष या तथ्यात्मक गलतियों को सुधारता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी स्वास्थ्य रिपोर्ट में किसी दवा के लाभ और दुष्प्रभाव का विवरण है, तो संपादक सुनिश्चित करेगा कि सभी जानकारी प्रमाणित स्रोतों पर आधारित और सही हो। संपादन का उद्देश्य केवल भाषा सुधार तक सीमित नहीं है, बल्कि यह सुनिश्चित करना है कि समाचार पाठक के लिए विश्वसनीय, सटीक और समझने योग्य हो।

4.1.3 संपादन प्रक्रिया: कॉपी एडिटिंग और रीराइटिंग

समाचार संपादन एक व्यवस्थित प्रक्रिया है, जिसमें कई चरण शामिल होते हैं। प्रमुख चरणों में कॉपी एडिटिंग और रीराइटिंग शामिल हैं।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

1. कॉपी एडिटिंग: कॉपी एडिटिंग समाचार संपादन की प्रारंभिक और महत्वपूर्ण प्रक्रिया है। इस चरण में संपादक समाचार की भाषा, व्याकरण, वर्तनी, विराम चिह्न और शैली की जाँच करता है। इसके अलावा, समाचार के तथ्यात्मक सत्यापन और तार्किक संगति का भी मूल्यांकन किया जाता है। उदाहरण के लिए, यदि समाचार में लिखा है कि "राजधानी में भारी वर्षा के कारण दस लोग प्रभावित हुए", तो संपादक जाँच करेगा कि यह आंकड़ा सही है या नहीं, और यदि आवश्यक हो तो सुधार करेगा।

2. रीराइटिंग: रीराइटिंग वह प्रक्रिया है जिसमें समाचार की मूल सामग्री को बेहतर बनाने के लिए पुनः लिखा जाता है। इसमें समाचार को अधिक स्पष्ट, संक्षिप्त और पठनीय बनाने के लिए वाक्य संरचना, शब्द चयन और प्रस्तुति शैली में बदलाव किया जाता है। उदाहरण के लिए, यदि मूल समाचार यह कहता है, "सिटी सेंटर में हुई दुर्घटना में कई लोग घायल हुए और उन्हें अस्पताल में भर्ती कराया गया", तो संपादक इसे अधिक संक्षिप्त और स्पष्ट रूप में इस प्रकार लिख सकता है: "सिटी सेंटर में हुई दुर्घटना में कई लोग घायल; सभी को अस्पताल में भर्ती कराया गया।" संपादन प्रक्रिया में तथ्य-जाँच, भाषा सुधार, पुनर्लेखन और प्रस्तुति का संतुलन शामिल होता है। यह सुनिश्चित करता है कि समाचार केवल सूचना देने का माध्यम नहीं, बल्कि पाठक को पूरी और सटीक जानकारी उपलब्ध कराने का साधन बने। समाचार संपादन के अन्य तकनीकी पहलुओं में हेडलाइन संपादन, सबहेडिंग चयन, फोटो और ग्राफिक्स के साथ तालमेल, और डिजिटल मीडिया के लिए SEO अनुकूलन भी शामिल हैं। उदाहरण के लिए, ऑनलाइन समाचार पोर्टल पर किसी राजनीतिक घटना का समाचार प्रकाशित करते समय संपादक यह सुनिश्चित करता है कि शीर्षक आकर्षक और सचित्र हो, साथ ही मुख्य कीवर्ड पाठक की खोज में आसानी से मिल सके।

इकाई 4.2: प्रूफ रीडिंग

4.2.1 प्रूफ रीडिंग चिह्न (Proofreading Marks)

प्रूफरीडिंग का अर्थ किसी लेख, रिपोर्ट, शोधपत्र या किसी भी प्रकार की लिखित सामग्री में त्रुटियों को पहचानना और उन्हें सही करना है। प्रूफरीडिंग प्रक्रिया लेख की गुणवत्ता, पठनीयता और स्पष्टता सुनिश्चित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। इसमें व्याकरण, वर्तनी, विराम चिह्न, तथ्यात्मक और भाषाई त्रुटियों की पहचान और सुधार शामिल होता है। प्रूफरीडिंग का कार्य केवल त्रुटियों को ढूँढना नहीं है, बल्कि पाठ की सम्पूर्ण प्रस्तुति को सुधारने का भी है। इस प्रक्रिया में प्रूफरीडर विशेष चिह्नों (Proofreading Marks) का उपयोग करता है, जो लेखक और संपादक के बीच एक साझा भाषा का कार्य करते हैं।

प्रूफ रीडिंग चिह्नों का महत्व

1. **संचार का माध्यम:** प्रूफरीडिंग चिह्न लेखक और संपादक के बीच स्पष्ट संवाद स्थापित करते हैं।
2. **त्रुटि पहचान आसान बनाना:** ये चिह्न किसी त्रुटि की प्रकृति को तुरंत दर्शाते हैं।
3. **समय की बचत:** संपादक को बार-बार लिखित टिप्पणी देने की आवश्यकता नहीं होती।
4. **सटीक सुधार:** ये चिह्न यह स्पष्ट करते हैं कि सुधार कहाँ और कैसे किया जाना है।

मानक प्रूफ चिह्न

मानक प्रूफ चिह्न ऐसे संकेत हैं जिन्हें सभी लेखन और प्रकाशन संस्थानों में व्यापक रूप से स्वीकार किया गया है। ये चिह्न पाठ में त्रुटियों की पहचान और उनके सुधार का स्पष्ट निर्देश देते हैं। नीचे प्रमुख प्रूफ चिह्न और उनके उपयोग दिए गए हैं:



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

चिह्न	अर्थ / उपयोग	उदाहरण
^	पाठ जोड़ने के लिए	"यह एक अच्छा वाक्य है" → "यह एक अच्छा ^ और उपयोगी वाक्य है"
^	टेक्स्ट में शब्द जोड़ना	"विद्यालय में बच्चे खेलते हैं" → "विद्यालय में ^ बच्चे खेलते हैं"
~	पाठ हटाने के लिए	"वह जल्दी ~जाता~ है" → "वह जल्दी है"
sp	स्पेस जोड़ने के लिए	"यह एक वाक्य है" → "यह sp एक वाक्य है"
¶	पैराग्राफ शुरू करने के लिए	जब नए विचार या विषय शुरू होता है
stet	सुधार न करने के लिए	यदि पहले किया गया सुधार उचित नहीं है
awk	वाक्य अजीब है, सुधार आवश्यक	वाक्य को आसान और स्पष्ट बनाने के लिए
tr	शब्द परिवर्तन	"खेलते" → "क्रीड़ा करते"
cap	बड़े अक्षर का उपयोग	"भारत" → "cap भारत"
lc	छोटे अक्षर का उपयोग	"शिक्षक" → "lc शिक्षक"

ग्रुप चिह्नों के प्रयोग के उदाहरण

1. **शब्द जोड़ना:** मूल वाक्य: "पाठ्यपुस्तक अच्छी है।"

सुधार: "पाठ्यपुस्तक ^ और उपयोगी अच्छी है।"

2. **शब्द हटाना:** मूल वाक्य: "यहाँ पर ~बिल्कुल~ कोई गलती नहीं है।"

सुधार: "यहाँ पर कोई गलती नहीं है।"

3. **पैराग्राफ संकेत:** यदि एक नया विषय प्रारंभ होता है तो ¶ चिह्न लगाते हैं।

उदाहरण:

¶ शिक्षा के महत्व पर विचार

4. **स्पष्टता सुधारना:** वाक्य: "वह स्कूल गया।"

सुधार: "वह स्कूल जल्दी गया। (awk)"

4.2.2 त्रुटि संशोधन (Error Correction)

त्रुटि संशोधन का उद्देश्य पाठ की सटीकता और प्रामाणिकता सुनिश्चित करना है। प्रूफरीडिंग के दौरान पाए जाने वाले मुख्य त्रुटियों के प्रकार निम्न हैं:

1. व्याकरण त्रुटियाँ (Grammar Errors)

व्याकरण त्रुटियाँ पाठ की संरचना को प्रभावित करती हैं। इनमें मुख्यतः वाक्य विन्यास, संज्ञा-क्रिया मिलान, लिंग, वचन और काल संबंधी त्रुटियाँ आती हैं।

उदाहरण:

- त्रुटिपूर्ण: "राम और श्याम खेलती हैं।"
- सुधारित: "राम और श्याम खेलते हैं।"

व्याकरण सुधार की विधियाँ:

1. **संज्ञा-क्रिया मिलान:** वचन और पुरुष के अनुसार क्रियाओं को बदलना।
2. **काल का मिलान:** कहानी या विवरण के काल को स्थिर रखना।
3. **लिंग और वचन सुधार:** शब्दों के लिंग और वचन का सही प्रयोग।
4. **विराम चिह्न का प्रयोग:** वाक्यों के बीच उचित विराम चिह्न लगाना।

2. वर्तनी त्रुटियाँ (Spelling Errors)

वर्तनी त्रुटियाँ पाठ की पठनीयता और पेशेवरता को प्रभावित करती हैं।

उदाहरण:

- त्रुटिपूर्ण: "विद्यालय मे बालक खेलते हैं।"
- सुधारित: "विद्यालय में बालक खेलते हैं।"

सुधार की विधियाँ:



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

- शब्दकोश या ऑटो-स्पेल चेक का प्रयोग।
- प्रूफरीडर को शब्द की ध्वनि और उच्चारण के अनुसार सही वर्तनी लगाना।

3. तथ्यात्मक त्रुटियाँ (Factual Errors)

यह त्रुटियाँ वास्तविक तथ्यों से संबंधित होती हैं। जैसे तारीख, स्थान, व्यक्ति या किसी घटना का विवरण गलत होना।

उदाहरण:

- त्रुटिपूर्ण: "भारत की राजधानी मुंबई है।"
- सुधारित: "भारत की राजधानी नई दिल्ली है।"

सुधार की विधियाँ:

- विश्वसनीय स्रोतों की जांच।
- तिथियों, आंकड़ों और नामों की पुष्टि।
- संदर्भ और प्रमाणों के अनुसार संशोधन।

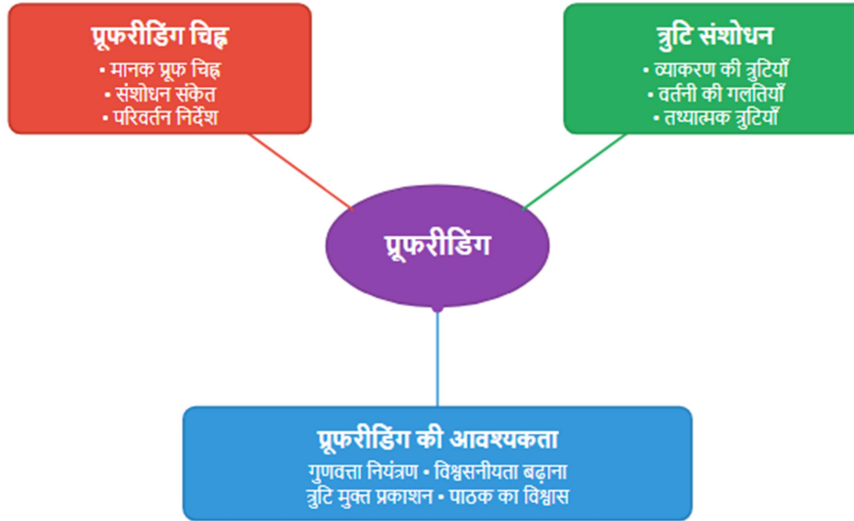
त्रुटि संशोधन की प्रक्रिया

1. त्रुटि पहचान: प्रूफरीडर सभी प्रकार की त्रुटियों को पहचानता है।
2. चिह्नों के साथ मार्किंग: त्रुटियों पर उपयुक्त प्रूफरीडिंग चिह्न लगाना।
3. सुधार का प्रस्ताव: सही वाक्य या शब्द सुझाना।
4. लेखक से परामर्श: आवश्यकतानुसार लेखक से संवाद कर अंतिम सुधार करना।

प्रूफरीडिंग चिह्न और त्रुटि संशोधन लेखन की गुणवत्ता सुनिश्चित करने के दो मुख्य स्तंभ हैं। प्रूफ चिह्न लेखक और संपादक के बीच संवाद स्थापित करते हैं और त्रुटियों को स्पष्ट रूप से दर्शाते हैं। त्रुटि संशोधन पाठ को सही, स्पष्ट और विश्वसनीय बनाता है। व्याकरण, वर्तनी और तथ्यात्मक त्रुटियों का सही समय पर सुधार न केवल पाठक

के अनुभव को बेहतर बनाता है, बल्कि लेखक और प्रकाशक की पेशेवर छवि भी मजबूत करता है।

लेखक, संपादक और प्रूफरीडर की संयुक्त मेहनत से ही एक त्रुटि रहित, सुसंगठित और पठनीय दस्तावेज तैयार होता है। इसलिए, प्रूफरीडिंग और त्रुटि संशोधन को लेखन प्रक्रिया का अविभाज्य हिस्सा माना जाना चाहिए।



चित्र 4.2: प्रूफरीडिंग

इकाई 4.3: ले-आउट और पेज मेकिंग

4.3.1 ले-आउट (Layout)

पृष्ठ की संरचना और डिजाइन

ले-आउट या पृष्ठ संरचना किसी भी मुद्रित या डिजिटल प्रकाशन की रूपरेखा होती है। यह पाठकों के लिए सूचना को व्यवस्थित रूप से प्रस्तुत करने का माध्यम है। समाचार पत्र, पत्रिका, या किसी अन्य प्रकाशन में ले-आउट की गुणवत्ता सीधे पाठक के अनुभव और सामग्री की समझ पर प्रभाव डालती है।

पृष्ठ संरचना में मुख्यतः निम्नलिखित तत्व शामिल होते हैं:

- **शीर्षक (Headline):** यह पाठक का ध्यान आकर्षित करता है और समाचार या आलेख का मुख्य संदेश संक्षेप में प्रस्तुत करता है।
- **उपशीर्षक (Subheadline):** यह शीर्षक के नीचे आता है और विषय की विस्तृत जानकारी देता है।
- **मुख्य लेख (Body Text):** लेख का मुख्य हिस्सा, जिसमें समाचार या जानकारी विस्तार से दी जाती है।
- **चित्र एवं ग्राफिक्स:** पृष्ठ को आकर्षक बनाने के साथ-साथ सूचना को स्पष्ट करने में मदद करते हैं।
- **साइडबार एवं कॉलआउट्स (Sidebar & Callouts):** अतिरिक्त जानकारी, तथ्य या महत्वपूर्ण बिंदु प्रदर्शित करने के लिए।

ले-आउट के उद्देश्य केवल पृष्ठ को सुंदर बनाना नहीं है, बल्कि सामग्री को इस तरह व्यवस्थित करना है कि पाठक को पढ़ने में सुविधा हो और सूचना सहज रूप से समझ में आए। पृष्ठ का ले-आउट पाठक की दृष्टि को मार्गदर्शन देता है, जिससे वह महत्वपूर्ण सामग्री को प्राथमिकता के अनुसार पढ़ सके।

पृष्ठ संरचना के प्रकार भी अलग-अलग होते हैं। उदाहरण के लिए:

1. **ग्रिड आधारित ले-आउट:** इसमें पृष्ठ को समान आकार की पंक्तियों और स्तंभों में बाँटा जाता है। यह स्पष्टता और संतुलन प्रदान करता है।
2. **मॉड्यूलर ले-आउट:** पृष्ठ को छोटे-छोटे मॉड्यूल्स में विभाजित किया जाता है। हर मॉड्यूल स्वतंत्र सूचना प्रस्तुत करता है।
3. **फ्रीफॉर्म ले-आउट:** इसमें रचनात्मकता और कलात्मक दृष्टिकोण को प्राथमिकता दी जाती है। यह विशेषकर पत्रिकाओं और विज्ञापनों में लोकप्रिय है।

ले-आउट तैयार करते समय पाठक की दृष्टि का ध्यान रखना आवश्यक है। शोधों से पता चलता है कि लोग पहले पृष्ठ के शीर्ष और बाएँ कोने को देखते हैं। इसलिए महत्वपूर्ण समाचार और शीर्षक वहाँ रखा जाना चाहिए। रंग, फॉन्ट आकार, चित्रों की स्थिति आदि भी पृष्ठ के संतुलन और आकर्षण में योगदान करते हैं।

समाचार संपादन
और तकनीक



चित्र 4.3: ले-आउट और पेज मेकिंग



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

4.3.2 पेज मेकिंग

समाचार, चित्र, विज्ञापन का समन्वय

पेज मेकिंग एक तकनीकी और रचनात्मक प्रक्रिया है, जिसमें समाचार, चित्र और विज्ञापन को इस प्रकार व्यवस्थित किया जाता है कि पृष्ठ देखने में आकर्षक लगे और सभी तत्व सहजता से समझ में आएँ। यह केवल ले-आउट को लागू करने का चरण नहीं है, बल्कि यह वास्तविक उत्पादन प्रक्रिया का हिस्सा है।

समाचार का समन्वय: समाचार सामग्री पेज पर इस तरह व्यवस्थित की जाती है कि पाठक आसानी से महत्वपूर्ण खबरों को पहचान सके। प्रमुख समाचार पृष्ठ के ऊपरी हिस्से में, विशेष रूप से मुख्य कॉलम में रखा जाता है। अन्य समाचारों को सहायक स्तंभों में व्यवस्थित किया जाता है।

चित्र और ग्राफिक्स का समन्वय: चित्र, चार्ट और ग्राफिक्स पाठक की समझ को बढ़ाते हैं और पृष्ठ को आकर्षक बनाते हैं। चित्र हमेशा उस समाचार या लेख से संबंधित होना चाहिए, ताकि पाठक को सामग्री की स्पष्ट समझ मिले। ग्राफिक्स की स्थिति और आकार संतुलित होना चाहिए।

विज्ञापन का समन्वय: विज्ञापन किसी भी समाचार पत्र या पत्रिका के आर्थिक आधार का मुख्य स्रोत होता है। पेज मेकिंग में विज्ञापन को इस तरह रखा जाता है कि यह पाठक का ध्यान अवांछित रूप से न भटकाए। उदाहरण के लिए, बड़े विज्ञापन पृष्ठ के नीचे या किनारों पर रखे जा सकते हैं, जबकि छोटे विज्ञापन बीच के स्तंभों में व्यवस्थित किए जा सकते हैं। पेज मेकिंग में तकनीकी उपकरणों का भी उपयोग होता है। आधुनिक युग में कंप्यूटर आधारित सॉफ्टवेयर जैसे Adobe InDesign, QuarkXPress और Scribus का उपयोग करके पृष्ठ तैयार किया जाता है। ये उपकरण समाचार, चित्र और विज्ञापन के समन्वय में सटीकता और रचनात्मकता दोनों प्रदान करते हैं।

सफल पेज मेकिंग के लिए कुछ महत्वपूर्ण सिद्धांत अपनाए जाते हैं:

1. **सूचना की प्राथमिकता:** सबसे महत्वपूर्ण समाचार या जानकारी पहले दिखाई दे।
2. **पाठक की दृष्टि का मार्गदर्शन:** ले-आउट ऐसा होना चाहिए कि पाठक नेचरली महत्वपूर्ण जानकारी तक पहुँचे।
3. **स्थिरता और संतुलन:** पृष्ठ का हर हिस्सा संतुलित हो, कोई हिस्सा भारी न लगे।
4. **संगति और स्पष्टता:** चित्र, टेक्स्ट और विज्ञापन एक-दूसरे के साथ संगत हों।

4.3.3 डिजाइन सिद्धांत

संतुलन, एकता, आकर्षण

डिजाइन सिद्धांत किसी भी पृष्ठ को दृष्टिगत रूप से संतुलित, आकर्षक और पठनीय बनाने के आधार होते हैं। इन सिद्धांतों का पालन करने से पृष्ठ केवल सुंदर नहीं दिखता, बल्कि पाठक की समझ और अनुभव में भी सुधार होता है।

संतुलन (Balance): संतुलन का अर्थ है पृष्ठ के तत्वों का ऐसा वितरण कि दृष्टि किसी भी हिस्से में असंतुलन महसूस न करे। संतुलन दो प्रकार का हो सकता है:

- **सममित संतुलन (Symmetrical Balance):** दोनों ओर समान तत्वों का वितरण। यह स्थिरता और औपचारिकता का अनुभव कराता है।
- **असममित संतुलन (Asymmetrical Balance):** तत्वों का विषम वितरण, जो गतिशीलता और रचनात्मकता उत्पन्न करता है।

एकता (Unity): एकता का अर्थ है पृष्ठ पर सभी तत्व एक-दूसरे के साथ सामंजस्य में हों। पाठक को लगे कि पृष्ठ एक सुसंगत और सुव्यवस्थित इकाई है। एकता रंग, फॉन्ट, चित्र और अन्य डिजाइन तत्वों के सामंजस्य से आती है।

आकर्षण (Emphasis/Attractiveness): पृष्ठ का आकर्षण पाठक को पढ़ने के लिए प्रेरित करता है। यह शीर्षक, चित्र, रंग और विशेष फॉन्ट के माध्यम से प्राप्त किया जा सकता है। आकर्षक पृष्ठ न केवल पाठक को पकड़ता है, बल्कि विज्ञापन और अन्य सामग्री की प्रभावशीलता भी बढ़ाता है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

डिजाइन सिद्धांतों का पालन करते समय कुछ और बातें ध्यान में रखी जाती हैं:

1. **रंग और कंट्रास्ट (Color & Contrast):** रंग और कंट्रास्ट पृष्ठ को जीवंत बनाते हैं। संतुलित रंग योजना पाठक को लंबे समय तक पढ़ने के लिए प्रेरित करती है।
2. **फॉन्ट और टाइपोग्राफी (Font & Typography):** स्पष्ट और पठनीय फॉन्ट का चयन पाठक की सुविधा बढ़ाता है। शीर्षक और मुख्य लेख के लिए विभिन्न फॉन्ट का संतुलित उपयोग किया जा सकता है।
3. **सफेद स्थान (White Space):** पृष्ठ पर पर्याप्त खाली स्थान होना आवश्यक है। यह पृष्ठ को घिनौना नहीं बनाता और पाठक की दृष्टि को आराम देता है।

ले-आउट, पेज मेकिंग और डिजाइन सिद्धांत समाचार पत्र, पत्रिका या किसी भी प्रकाशन की गुणवत्ता और पठनीयता को सीधे प्रभावित करते हैं। ले-आउट पाठक को सामग्री की दिशा देता है, पेज मेकिंग सभी तत्वों का संतुलन और समन्वय सुनिश्चित करती है, और डिजाइन सिद्धांत पृष्ठ को दृष्टिगत रूप से संतुलित, आकर्षक और एकीकृत बनाते हैं। इन तीनों का सामंजस्य किसी भी प्रकाशन को सफल बनाता है। समय के साथ डिज़ाइन और पेज मेकिंग तकनीकें विकसित हुई हैं। अब डिजिटल प्रकाशन और कंप्यूटर आधारित टूल्स का उपयोग करके पृष्ठ और भी अधिक प्रभावशाली, गतिशील और पाठक के अनुकूल बनाए जा सकते हैं। भविष्य में पेज डिजाइन का क्षेत्र और अधिक रचनात्मक और तकनीकी होगा, पर मूल सिद्धांत—संतुलन, एकता और आकर्षण—हमेशा प्रासंगिक रहेंगे।

इकाई 4.4: डेस्क जर्नलिज्म

4.4.1 डेस्क जर्नलिज्म

डेस्क जर्नलिज्म, जिसे हिंदी में समाचार डेस्क पत्रकारिता भी कहा जाता है, आधुनिक पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण अंग है। यह पत्रकारिता का वह क्षेत्र है जहां समाचार का संकलन, संपादन, प्रूफरीडिंग, और प्रकाशन से पहले उसे तैयार करने का कार्य होता है। डेस्क जर्नलिज्म केवल खबरों को इकट्ठा करने तक सीमित नहीं है, बल्कि यह खबरों की सत्यता, विश्वसनीयता, और पठनीयता सुनिश्चित करने का माध्यम भी है। यह कार्य मुख्य रूप से समाचार डेस्क पर कार्यरत संपादकों और रिपोर्टरों द्वारा किया जाता है। समाचार डेस्क की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण होती है। यह वह केंद्र बिंदु है जहां सभी समाचार एकत्रित होते हैं और उनका मूल्यांकन किया जाता है। समाचार डेस्क यह तय करता है कि कौन-सी खबर को प्राथमिकता दी जानी चाहिए, कौन-सी खबर अखबार या वेबसाइट पर पहले प्रकाशित होगी, और कौन-सी खबर को केवल सूचना के रूप में रखा जाएगा। उदाहरण के लिए, यदि किसी शहर में प्राकृतिक आपदा होती है, तो समाचार डेस्क तुरंत रिपोर्टरों से जानकारी जुटाता है, तस्वीरें और वीडियो प्राप्त करता है, और उन्हें संपादकीय टीम के पास भेजता है। संपादक यह तय करते हैं कि कौन-सी रिपोर्टिंग पहले प्रकाशित होगी और कौन-सी पीछे रखी जा सकती है। इसके अलावा, डेस्क जर्नलिज्म का कार्य केवल समाचार की प्राथमिकता तय करने तक सीमित नहीं है। समाचार डेस्क पर कार्यरत संपादक यह सुनिश्चित करते हैं कि खबरों में भाषा शुद्ध और सरल हो, तथ्य सही हों, और किसी प्रकार की अफवाह या झूठी जानकारी शामिल न हो। उदाहरण स्वरूप, यदि किसी राजनीतिक नेता पर किसी विवाद का समाचार आता है, तो डेस्क यह सुनिश्चित करता है कि खबर में तथ्यात्मक त्रुटि न हो और किसी भी पक्ष विशेष को अनुचित रूप से प्रभावित न किया जाए। इस प्रकार, समाचार डेस्क पत्रकारिता, समाचार की गुणवत्ता और विश्वसनीयता का मुख्य स्तंभ है। डेस्क जर्नलिज्म में रिपोर्टिंग और संपादन के अलावा, समाचार की प्रस्तुति और लेआउट भी महत्वपूर्ण है। आधुनिक पत्रकारिता में पाठक की प्राथमिकताएं बदलती रहती हैं। समाचार डेस्क यह निर्णय लेती है कि खबर का शीर्षक कैसा होगा, उसकी फोटो या ग्राफिक्स किस प्रकार की होगी, और पाठक के लिए इसे अधिक पठनीय और आकर्षक कैसे बनाया जाए। उदाहरण के लिए, यदि



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

किसी खेल इवेंट की रिपोर्ट हो रही है, तो डेस्क यह तय कर सकती है कि मुख्य खेल की फोटो मुख्य पृष्ठ पर होगी और विस्तृत विवरण अगले पृष्ठ पर।

समाचार डेस्क पर कार्यरत पत्रकारों और संपादकों को तेजी से बदलती मीडिया दुनिया के अनुकूल होना पड़ता है। आज इंटरनेट और सोशल मीडिया के युग में, खबरें मिनटों में फैल जाती हैं। ऐसे में डेस्क जर्नलिज्म की भूमिका और भी महत्वपूर्ण हो जाती है। केवल त्वरित समाचार नहीं, बल्कि सटीक और विश्वसनीय समाचार प्रदान करना आज का सबसे बड़ा चुनौतीपूर्ण कार्य है। उदाहरण के तौर पर, जब कोई प्राकृतिक आपदा जैसे भूकंप या बाढ़ आती है, तो समाचार डेस्क को न केवल खबर प्रकाशित करनी होती है बल्कि यह भी सुनिश्चित करना होता है कि हर विवरण सही और पुष्टि की गई जानकारी पर आधारित हो। डेस्क जर्नलिज्म में विभिन्न प्रकार के डेस्क होते हैं, जैसे न्यूज़ डेस्क, स्पोर्ट्स डेस्क, एंटरटेनमेंट डेस्क, और बिजनेस डेस्क। प्रत्येक डेस्क का कार्य विशेष होता है। न्यूज़ डेस्क आम जनता के लिए सामान्य खबरें प्रकाशित करता है, जबकि स्पोर्ट्स डेस्क खेल से जुड़ी खबरों का संकलन और संपादन करता है। एंटरटेनमेंट डेस्क फिल्म, टीवी और संगीत संबंधित खबरों की जिम्मेदारी निभाता है, और बिजनेस डेस्क आर्थिक और वित्तीय समाचारों पर ध्यान केंद्रित करता है। एक उदाहरण के माध्यम से समझें। मान लीजिए कि किसी राज्य में विधानसभा चुनाव होने हैं। चुनाव से संबंधित खबरें न्यूज़ डेस्क पर आती हैं। संपादक यह तय करते हैं कि पहले कौन-सी खबर प्रकाशित होगी: उम्मीदवारों के घोषणापत्र, चुनावी रैलियों की रिपोर्ट, या मतदान प्रक्रिया से जुड़ी खबर। इसके अलावा, स्पोर्ट्स डेस्क, एंटरटेनमेंट डेस्क और बिजनेस डेस्क अपनी-अपनी खबरों का प्रबंधन करते हैं, लेकिन मुख्य न्यूज़ डेस्क सभी खबरों का समन्वय करती है और उन्हें प्राथमिकता के अनुसार प्रस्तुत करती है। इस प्रकार, डेस्क जर्नलिज्म समाचार उत्पादन की रीढ़ है। यह पत्रकारिता के सभी पहलुओं—सूचना संग्रह, संपादन, प्रस्तुति, और प्रकाशन—को एक साथ जोड़ता है। एक सफल समाचार डेस्क न केवल खबरों की गुणवत्ता सुनिश्चित करता है बल्कि पाठक की रुचि और समय की प्राथमिकताओं को भी ध्यान में रखता है।

4.4.2 तकनीकी उपकरण

आज की डिजिटल पत्रकारिता में तकनीकी उपकरणों का उपयोग अनिवार्य हो गया है। कंप्यूटर, सॉफ्टवेयर, और DTP (डेस्कटॉप पब्लिशिंग) तकनीक ने पत्रकारिता को अधिक तेज़, कुशल और आकर्षक बनाया है। पहले के समय में समाचार केवल लिखित या टाइपिंग मशीन के माध्यम से तैयार होते थे, लेकिन अब कंप्यूटर और विभिन्न सॉफ्टवेयर के माध्यम से समाचार को संकलित, संपादित, और प्रकाशित करना आसान हो गया है। कंप्यूटर आधुनिक पत्रकारिता का आधार हैं। इसके माध्यम से रिपोर्टर्स और संपादक समाचार लिखते हैं, संपादित करते हैं, और प्रकाशित करते हैं। उदाहरण के लिए, एक रिपोर्टर घटना स्थल से अपने लैपटॉप पर समाचार तैयार कर सकता है और उसे सीधे न्यूज़ डेस्क पर ईमेल कर सकता है। इससे समाचार का प्रकाशन समय में तेज़ी आती है। कंप्यूटर के माध्यम से न केवल लेखन, बल्कि तस्वीरों, वीडियो और ग्राफिक्स का संपादन भी किया जा सकता है। सॉफ्टवेयर पत्रकारिता की गुणवत्ता और गति दोनों बढ़ाते हैं। उदाहरण स्वरूप, Microsoft Word और Google Docs जैसे वर्ड प्रोसेसिंग सॉफ्टवेयर का उपयोग समाचार लिखने और संपादित करने के लिए किया जाता है। इसके अलावा, फोटो एडिटिंग सॉफ्टवेयर जैसे Adobe Photoshop और Illustrator के माध्यम से तस्वीरों और ग्राफिक्स को संवारकर अधिक आकर्षक बनाया जा सकता है। वीडियो एडिटिंग के लिए Adobe Premiere Pro और Final Cut Pro का उपयोग किया जाता है, जिससे समाचार रिपोर्टिंग में दृश्य प्रभाव और प्रस्तुति की गुणवत्ता बढ़ती है। DTP (डेस्कटॉप पब्लिशिंग) तकनीक ने पत्रकारिता में क्रांति ला दी है। इसके माध्यम से समाचार पत्र, मैगज़ीन, और ऑनलाइन पोर्टल्स के लिए लेआउट तैयार करना आसान हो गया है। DTP सॉफ्टवेयर जैसे Adobe InDesign और QuarkXPress का उपयोग समाचार की प्रस्तुति, फॉन्ट चयन, कॉलम डिजाइन, और इमेज प्लेसमेंट के लिए किया जाता है। उदाहरण के लिए, अगर किसी समाचार पत्र में मुख्य समाचार को प्रमुखता से दिखाना है, तो DTP तकनीक के माध्यम से फोटो, हेडलाइन, और टेक्स्ट का सही संतुलन स्थापित किया जा सकता है। तकनीकी उपकरणों के उपयोग से पत्रकारिता की गति भी बढ़ी है। पहले किसी घटना की रिपोर्टिंग के लिए रिपोर्टर को समाचार स्थल से पत्रिका कार्यालय तक खबर भेजनी पड़ती थी, जो समय लगता था। लेकिन अब मोबाइल इंटरनेट और क्लाउड टेक्नोलॉजी के माध्यम से रिपोर्टर सीधे समाचार डेस्क



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

पर रिपोर्ट भेज सकता है। उदाहरण के रूप में, यदि कोई भूकंप आता है, तो रिपोर्टर तुरंत अपने स्मार्टफोन या लैपटॉप से तस्वीरें और वीडियो न्यूज़ डेस्क पर भेज सकता है, जिससे खबर वास्तविक समय में प्रकाशित हो सकती है।

तकनीकी उपकरणों की मदद से पत्रकारिता में नवाचार भी संभव हुआ है। डेटा जर्नलिज्म और इन्फोग्राफिक्स के माध्यम से जटिल तथ्यों को सरल और पठनीय बनाया जा सकता है। उदाहरण के लिए, चुनावी आंकड़े या आर्थिक रिपोर्ट को डेटा विज़ुअलाइज़ेशन सॉफ्टवेयर के माध्यम से ग्राफ, चार्ट और मैप के रूप में पेश किया जा सकता है। इससे पाठकों को खबर को समझना आसान हो जाता है और उनका ध्यान आकर्षित होता है। इसके अतिरिक्त, तकनीकी उपकरण पत्रकारों को वैश्विक स्तर पर समाचार कवर करने की सुविधा देते हैं। इंटरनेट और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे ट्विटर, फेसबुक, और इंस्टाग्राम के माध्यम से पत्रकार अपनी रिपोर्ट सीधे वैश्विक दर्शकों तक पहुंचा सकते हैं। इसके अलावा, लाइव स्ट्रीमिंग और वेबिनार जैसी तकनीकों से पत्रकार वास्तविक समय में घटनाओं को रिपोर्ट कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, किसी खेल प्रतियोगिता की लाइव रिपोर्टिंग में तकनीकी उपकरण अत्यंत सहायक होते हैं। रिपोर्टर कंप्यूटर पर लाइव स्कोर अपडेट करता है, वीडियो क्लिप्स अपलोड करता है, और इन्फोग्राफिक्स के माध्यम से खेल के आंकड़े दर्शकों तक पहुंचाता है। इससे दर्शक घटना के वास्तविक अनुभव का आनंद ले सकते हैं। सारांशतः, तकनीकी उपकरण—कंप्यूटर, सॉफ्टवेयर, और DTP—आधुनिक पत्रकारिता की रीढ़ हैं। ये उपकरण न केवल समाचार उत्पादन की गति और गुणवत्ता बढ़ाते हैं, बल्कि पाठकों के लिए समाचार को अधिक आकर्षक, पठनीय, और जानकारीपूर्ण भी बनाते हैं। आधुनिक पत्रकारिता में तकनीकी उपकरणों का सही उपयोग समाचार की विश्वसनीयता, प्रस्तुति, और पहुँच को नए स्तर तक ले जाता है।

इकाई 4.5: फोटो संपादन और इन्फोग्राफिक्स

4.5.1 फोटो संपादन

फोटो संपादन आधुनिक डिजिटल युग में एक अत्यंत महत्वपूर्ण कौशल बन गया है। चाहे पेशेवर फोटोग्राफर हो, सोशल मीडिया मैनेजर हो या साधारण उपयोगकर्ता, फोटो संपादन की तकनीकें हर जगह प्रासंगिक हैं। फोटो संपादन का मुख्य उद्देश्य छवियों को अधिक आकर्षक, स्पष्ट और संप्रेषणीय बनाना है। इसमें कई तकनीकें शामिल हैं, जैसे कि क्रॉपिंग, रीसाइजिंग, कैप्शन जोड़ना और रंग सुधार।

क्रॉपिंग (Cropping)

क्रॉपिंग का अर्थ है फोटो के अनावश्यक हिस्सों को काटकर केवल उस हिस्से को रखना जो मुख्य विषय को दर्शाता हो। यह तकनीक न केवल फोटो की संरचना को बेहतर बनाती है, बल्कि देखने वाले का ध्यान मुख्य विषय पर केंद्रित करती है। उदाहरण के लिए, अगर किसी फोटोग्राफ में बहुत सारी पृष्ठभूमि दिखाई दे रही है और विषय छोटा दिखाई दे रहा है, तो क्रॉपिंग के द्वारा केवल विषय को प्रमुखता से प्रदर्शित किया जा सकता है। क्रॉपिंग के दौरान अनुपात (Aspect Ratio) का ध्यान रखना महत्वपूर्ण है। विभिन्न प्लेटफॉर्म पर विभिन्न अनुपातों की आवश्यकता होती है, जैसे इंस्टाग्राम पोस्ट के लिए 1:1 या 4:5, और यूट्यूब थंबनेल के लिए 16:9।

क्रॉपिंग के लाभ:

1. मुख्य विषय पर ध्यान केंद्रित करना।
2. फोटो की दृष्टि और आकर्षण बढ़ाना।
3. अनावश्यक पृष्ठभूमि को हटाकर क्लीन और प्रोफेशनल लुक देना।

रीसाइजिंग (Resizing)

रीसाइजिंग का तात्पर्य फोटो के आयाम या साइज को बदलना है। यह तकनीक आवश्यक होती है जब फोटो को विभिन्न डिजिटल प्लेटफॉर्म पर अपलोड करना हो, क्योंकि हर प्लेटफॉर्म का फाइल साइज और रिज़ॉल्यूशन अलग होता है। उदाहरण के



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

लिए, वेबसाइट के लिए फोटो का आकार छोटा करना आवश्यक हो सकता है ताकि लोडिंग समय कम हो, जबकि प्रिंट के लिए उच्च रिज़ॉल्यूशन की आवश्यकता होती है।

रीसाइजिंग के दौरान ध्यान देने योग्य बातें:

1. रिज़ॉल्यूशन का सही चयन करना।
2. फोटो की क्वालिटी को बनाए रखना।
3. प्लेटफॉर्म की आवश्यकताओं के अनुसार आयाम बदलना।

कैप्शन (Captioning)

फोटो में कैप्शन जोड़ना भी एक महत्वपूर्ण संपादन तकनीक है। कैप्शन फोटो के महत्व, घटना, स्थान या समय को स्पष्ट करता है। एक अच्छा कैप्शन फोटो की कहानी को और अधिक प्रभावशाली बना सकता है। सोशल मीडिया पर पोस्ट के लिए कैप्शन सीधे तौर पर इंटरैक्शन बढ़ाने का माध्यम होता है।

कैप्शन के लाभ:

1. फोटो की जानकारी को संक्षिप्त रूप में साझा करना।
2. देखने वाले को संदर्भ देना।
3. डिजिटल सामग्री में एंगेजमेंट बढ़ाना।

फोटो संपादन के लिए कई सॉफ्टवेयर और ऐप्स उपलब्ध हैं, जैसे Adobe Photoshop, Canva, GIMP और मोबाइल ऐप्स जैसे Snapseed और Lightroom। इन उपकरणों के माध्यम से उपयोगकर्ता रंग सुधार, ब्राइटनेस और कॉन्ट्रास्ट एडजस्टमेंट, फिल्टर और टेक्स्ट जोड़ने जैसी तकनीकों का उपयोग कर सकते हैं। फोटो संपादन का महत्व केवल सौंदर्य तक सीमित नहीं है, बल्कि यह शिक्षा, व्यवसाय और मीडिया में भी उपयोगी है। उदाहरण के लिए, शैक्षणिक प्रस्तुतियों में तस्वीरों का उचित संपादन विषय को स्पष्ट और आकर्षक बनाता है। विपणन में, आकर्षक फोटो विज्ञापन की प्रभावशीलता बढ़ाते हैं।

4.5.2 इन्फोग्राफिक्स

इन्फोग्राफिक्स (Infographics) एक दृश्य उपकरण है, जिसका उपयोग जटिल जानकारी, आंकड़े और डेटा को सरल और आकर्षक तरीके से प्रस्तुत करने के लिए किया जाता है। यह पाठक या दर्शक के लिए जानकारी को जल्दी समझने योग्य और यादगार बनाता है।

डेटा की दृश्य प्रस्तुति (Visual Presentation of Data)

डेटा की दृश्य प्रस्तुति का उद्देश्य जानकारी को पाठ्य रूप में पढ़ने की बजाय ग्राफ़िक्स, चार्ट, आरेख और अन्य दृश्य तत्वों के माध्यम से प्रस्तुत करना है। यह विशेष रूप से शैक्षणिक, व्यावसायिक और डिजिटल मीडिया में उपयोगी है।

मुख्य तत्व:

1. **आकृतियाँ और चार्ट्स (Shapes and Charts):** आंकड़ों को बार चार्ट, पाई चार्ट, लाइन ग्राफ़ आदि के रूप में प्रस्तुत करना।
2. **रंग और थीम (Color and Theme):** उचित रंगों का चयन दृष्टि को आकर्षक बनाता है और डेटा को स्पष्ट रूप से दर्शाता है।
3. **आकर्षक प्रतीक और आइकन (Icons and Symbols):** जटिल डेटा को सरल प्रतीकों के माध्यम से समझाना।
4. **संक्षिप्त और स्पष्ट टेक्स्ट (Concise Text):** डेटा के साथ महत्वपूर्ण बिंदुओं को संक्षेप में जोड़ना।

इन्फोग्राफिक्स का महत्व:

1. **डेटा को जल्दी समझना:** बड़े डेटा सेट को एक नज़र में समझना आसान होता है।
2. **दर्शकों की रुचि बनाए रखना:** दृश्य प्रस्तुति पाठकों और दर्शकों की रुचि को बनाए रखती है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

3. **संदेश को प्रभावशाली बनाना:** जटिल आंकड़ों और तथ्यों को सरल रूप में पेश कर संदेश का प्रभाव बढ़ाना।
4. **सोशल मीडिया और शिक्षा में उपयोगिता:** सोशल मीडिया पोस्ट, शैक्षणिक प्रेजेंटेशन और रिपोर्ट्स में इन्फोग्राफिक्स अत्यधिक उपयोगी होते हैं।

इन्फोग्राफिक्स बनाने की प्रक्रिया:

1. **डेटा संग्रह:** सबसे पहले आवश्यक जानकारी और आंकड़े एकत्र किए जाते हैं।
2. **डिज़ाइन योजना:** डेटा को किस प्रकार से प्रस्तुत किया जाएगा, इसकी योजना बनाई जाती है।
3. **टूल्स का उपयोग:** Canva, Piktochart, Adobe Illustrator जैसे टूल्स का उपयोग कर ग्राफिक्स तैयार किए जाते हैं।
4. **रंग और फॉन्ट चयन:** डेटा की स्पष्टता और दृश्य आकर्षण के लिए उपयुक्त रंग और फॉन्ट का चयन।
5. **समीक्षा और सुधार:** अंतिम इन्फोग्राफिक्स की समीक्षा कर आवश्यक सुधार करना।

उदाहरण:

मान लीजिए एक विद्यालय में छात्रों की परीक्षा परिणामों को दिखाना है। यदि इसे केवल तालिका में प्रस्तुत किया जाए तो जानकारी देखने में समय लगेगा। लेकिन यदि इसे पाई चार्ट और बार ग्राफ़ के माध्यम से दिखाया जाए तो किसी भी शिक्षक या अभिभावक को परिणाम तुरंत समझ में आ जाएगा। इन्फोग्राफिक्स केवल आंकड़ों तक सीमित नहीं हैं, बल्कि प्रक्रिया, मार्गदर्शन, समय-सारणी और संगठनात्मक संरचना को भी प्रभावशाली ढंग से प्रस्तुत कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, किसी परियोजना के स्टेप-बाय-स्टेप निर्देश को इन्फोग्राफिक्स में दिखाना कर्मचारियों या छात्रों के लिए सरल और यादगार होता है।

फोटो संपादन और इन्फोग्राफिक्स का संबंध:

फोटो संपादन और इन्फोग्राफिक्स दोनों ही डिजिटल कंटेंट निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। फोटो संपादन में सही रंग, क्रॉपिंग और कैप्शन जोड़कर दृश्य को प्रभावशाली बनाना, वहीं इन्फोग्राफिक्स में डेटा और ग्राफिक्स के माध्यम से जानकारी को स्पष्ट और आकर्षक बनाना। दोनों का संयोजन शैक्षणिक, व्यवसायिक और मीडिया सामग्री को अधिक प्रभावी बनाता है।

फोटो संपादन और इन्फोग्राफिक्स डिजिटल युग में महत्वपूर्ण कौशल हैं। फोटो संपादन छवियों की गुणवत्ता और संदेश की स्पष्टता बढ़ाता है, जबकि इन्फोग्राफिक्स जटिल डेटा और जानकारी को सरल, आकर्षक और समझने योग्य बनाता है। दोनों तकनीकों का समुचित उपयोग शैक्षणिक प्रस्तुतियों, व्यवसायिक रिपोर्ट्स, सोशल मीडिया और अन्य डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्म पर संदेश को प्रभावशाली ढंग से प्रस्तुत करने में मदद करता है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

4.6 स्व-मूल्यांकन प्रश्न

4.6.1 बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQs):

1. समाचार संपादन का मुख्य उद्देश्य है:

- क) समाचार को लंबा करना
- ख) स्पष्टता, संक्षिप्तता और शुद्धता
- ग) जटिल बनाना
- घ) विज्ञापन जोड़ना

उत्तर: ख) स्पष्टता, संक्षिप्तता और शुद्धता

2. प्रूफरीडिंग का उद्देश्य है:

- क) समाचार लिखना
- ख) त्रुटियों को दूर करना
- ग) शीर्षक लिखना
- घ) फोटो खींचना

उत्तर: ख) त्रुटियों को दूर करना

3. ले-आउट में सबसे महत्वपूर्ण है:

- क) केवल विज्ञापन
- ख) संतुलित और आकर्षक पृष्ठ सज्जा
- ग) केवल टेक्स्ट
- घ) खाली स्थान

उत्तर: ख) संतुलित और आकर्षक पृष्ठ सज्जा

4. DTP का पूर्ण रूप है:

- क) Digital Text Processing
- ख) Desktop Publishing
- ग) Direct Text Printing
- घ) Digital Typing Program

उत्तर: ख) Desktop Publishing



समाचार संपादन
और तकनीक

5. इन्फोग्राफिक्स का मुख्य उद्देश्य है:

- क) पृष्ठ भरना
- ख) जटिल डेटा को दृश्य रूप में सरल प्रस्तुत करना
- ग) मनोरंजन
- घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) जटिल डेटा को दृश्य रूप में सरल प्रस्तुत करना

6. कॉपी एडिटिंग में शामिल है:

- क) केवल वर्तनी जांच
- ख) भाषा, व्याकरण, तथ्य और शैली की जांच
- ग) केवल शीर्षक लेखन
- घ) फोटो एडिटिंग

उत्तर: ख) भाषा, व्याकरण, तथ्य और शैली की जांच

7. फोटो क्रॉपिंग का अर्थ है:

- क) फोटो डिलीट करना
- ख) फोटो के अनावश्यक भाग को काटना
- ग) फोटो का रंग बदलना
- घ) फोटो खींचना

उत्तर: ख) फोटो के अनावश्यक भाग को काटना

8. डेस्क जर्नलिज्म में कार्य करता है:

- क) फील्ड रिपोर्टर
- ख) सब-एडिटर, कॉपी एडिटर
- ग) फोटोग्राफर
- घ) विज्ञापनदाता

उत्तर: ख) सब-एडिटर, कॉपी एडिटर

9. पेज मेकिंग में आवश्यक है:

- क) केवल समाचार
- ख) समाचार, फोटो, विज्ञापन का समन्वय



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

ग) केवल विज्ञापन

घ) खाली पृष्ठ

उत्तर: ख) समाचार, फोटो, विज्ञापन का समन्वय

10. फोटो कैप्शन का उद्देश्य है:

क) पृष्ठ भरना

ख) फोटो की जानकारी देना

ग) मनोरंजन

घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) फोटो की जानकारी देना

4.6.2 लघु उत्तरीय प्रश्न (2-3 अंक):

1. समाचार संपादन के तीन प्रमुख उद्देश्य बताइए।
2. प्रूफरीडिंग चिह्नों का महत्व समझाइए।
3. ले-आउट में संतुलन क्यों महत्वपूर्ण है?
4. डेस्क जर्नलिज्म में किए जाने वाले कार्य बताइए।
5. इन्फोग्राफिक्स के तीन लाभ बताइए।

4.6.3 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (5-10 अंक):

1. समाचार संपादन का विस्तृत परिचय देते हुए इसके उद्देश्य और प्रक्रिया का वर्णन कीजिए।
2. प्रूफरीडिंग चिह्नों और त्रुटि संशोधन की तकनीकों का विस्तार से वर्णन कीजिए।
3. समाचार पत्र के ले-आउट और पेज मेकिंग का विस्तृत परिचय देते हुए डिजाइन सिद्धांतों का वर्णन कीजिए।
4. डेस्क जर्नलिज्म और तकनीकी उपकरणों (DTP, सॉफ्टवेयर) का विस्तार से वर्णन कीजिए।

5. फोटो संपादन और इन्फोग्राफिक्स का विस्तृत परिचय देते हुए उनके महत्व और तकनीकों का वर्णन कीजिए।

समाचार संपादन
और तकनीक





मॉड्यूल 5

इलेक्ट्रॉनिक और डिजिटल समाचार लेखन

संरचना

इकाई 5.1	रेडियो समाचार
इकाई 5.2	टीवीन्यूज़
इकाई 5.3	ऑनलाइनपत्रकारिता
इकाई 5.4	मोबाइलपत्रकारिता
इकाई 5.5	सोशलमीडियापरसमाचार
इकाई 5.6	तकनीक, चुनौतियाँ और संभावनाएँ

5.0 उद्देश्य

1. रेडियो और टीवी समाचार लेखन की शैली, प्रस्तुति और तकनीकों को समझना।
2. ऑनलाइन पत्रकारिता में वेब स्टोरी, ब्लॉग और पोर्टल न्यूज़ की विशेषताओं को जानना।
3. मोबाइल पत्रकारिता (MOJO) के सिद्धांत, उपकरण और व्यावहारिक उपयोग को सीखना।
4. सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर समाचार लेखन, प्रस्तुति और प्रचार की विधियाँ समझना।
5. डिजिटल पत्रकारिता की नवीन तकनीकें, चुनौतियाँ और भविष्य की संभावनाएँ पहचानना।

इकाई 5.1: रेडियो समाचार

5.1.1 रेडियो समाचार लेखन

संक्षिप्तता, स्पष्टता, सरल भाषा

रेडियो समाचार लेखन एक अत्यंत विशिष्ट कला है जिसमें शब्दों का चयन और प्रस्तुति इस प्रकार की जाती है कि श्रोता सीमित समय में अधिकतम जानकारी प्राप्त कर सके। चूंकि रेडियो एक श्रव्य माध्यम है, इसलिए समाचार लेखन में संक्षिप्तता, स्पष्टता

और सरल भाषा का अत्यधिक महत्व होता है। यहाँ दृश्य संकेत या ग्राफ़िक्स उपलब्ध नहीं होते, इसलिए प्रत्येक शब्द को अर्थपूर्ण और प्रभावशाली बनाना आवश्यक होता है। रेडियो समाचार लेखक का प्रमुख उद्देश्य यह होता है कि वह समाचार को ऐसी भाषा में लिखे जो तुरंत समझ में आ जाए, जिससे श्रोता को अतिरिक्त मानसिक प्रयास न करना पड़े। रेडियो समाचार लेखन में **संक्षिप्तता (Brevity)** का अर्थ है कम शब्दों में अधिक सार्थक जानकारी देना। रेडियो समाचारों की अवधि सीमित होती है, इसलिए लेखक को लंबे विवरण या अनावश्यक विशेषणों से बचना चाहिए। उदाहरण के लिए, “भारत के प्रधानमंत्री ने आज नई दिल्ली में एक महत्वपूर्ण बैठक की अध्यक्षता की” कहना पर्याप्त है; इसमें ‘महत्वपूर्ण’, ‘आज’, और ‘नई दिल्ली’ जैसे आवश्यक शब्दों से ही संदर्भ स्पष्ट हो जाता है। किसी भी अतिरिक्त जानकारी जैसे “सुबह 10 बजे”, “राजधानी स्थित प्रधानमंत्री आवास पर” आदि का प्रयोग तभी किया जाना चाहिए जब उसका समाचार में विशेष महत्व हो। **स्पष्टता (Clarity)** रेडियो समाचार की आत्मा होती है। चूंकि श्रोता समाचार को केवल एक बार सुनता है और दोबारा पढ़ नहीं सकता, इसलिए हर वाक्य स्पष्ट और सरल होना चाहिए। जटिल वाक्य रचना, कठिन शब्द, या तकनीकी शब्दावली श्रोता के समझने में बाधा बनती हैं। रेडियो समाचार लेखक को ध्यान रखना चाहिए कि श्रोता हर वर्ग का होता है — शिक्षित, अशिक्षित, ग्रामीण या शहरी। अतः भाषा में ऐसा संतुलन होना चाहिए जो सभी के लिए बोधगम्य हो। उदाहरण के लिए, “प्रधानमंत्री ने औद्योगिक क्षेत्र में वृद्धि की संभावना व्यक्त की” जैसे वाक्य सरल और स्पष्ट होते हैं, जबकि “प्रधानमंत्री ने औद्योगिक उत्पादकता के गुणात्मक विस्तार के लिए नीतिगत अभिव्यक्ति दी” जैसे वाक्य सामान्य श्रोता के लिए जटिल हो सकते हैं। रेडियो समाचार लेखन में **सरल भाषा (Simple Language)** का प्रयोग सबसे आवश्यक है। हिंदी रेडियो समाचारों में प्रचलित भाषा न तो अत्यधिक संस्कृतनिष्ठ होती है, न ही बहुत बोलचाल की। उदाहरण के लिए, ‘समाप्त किया’ के स्थान पर ‘खत्म किया’ का प्रयोग बहुत अधिक अनौपचारिक लगेगा, जबकि ‘समापन किया’ उपयुक्त और मध्यम शैली का शब्द है। भाषा का चयन करते समय लेखक को यह ध्यान रखना चाहिए कि श्रोता केवल सुनकर अर्थ ग्रहण करता है, इसलिए शब्दों का उच्चारण स्पष्ट, सहज और परिचित हो। इसके अतिरिक्त, रेडियो समाचार में **वाक्य संरचना छोटी और सीधी** होनी चाहिए। लंबे वाक्य श्रोता की समझ से बाहर हो सकते हैं। “सरकार ने शिक्षा के क्षेत्र में सुधार की घोषणा की है” जैसे वाक्य अधिक

प्रभावी होते हैं बनिस्बत “सरकार ने देशभर में शिक्षा के क्षेत्र में व्यापक सुधार करने के लिए एक नयी योजना की घोषणा की है” जैसे लंबे वाक्यों के। रेडियो समाचार का लेखन बोलने की शैली में होना चाहिए, ताकि प्रस्तोता को पढ़ने में सहजता रहे और श्रोता को सुनने में स्वाभाविकता का अनुभव हो।

समाचार लेखन में **वर्तमान काल का प्रयोग** अधिक प्रभावी होता है क्योंकि यह समाचार को जीवंत बनाता है। जैसे — “मुख्यमंत्री आज रायपुर पहुँचे” के बजाय “मुख्यमंत्री आज रायपुर पहुँच रहे हैं” कहना अधिक तत्कालिक लगता है। साथ ही, पत्रकार को ध्यान रखना चाहिए कि रेडियो समाचार निष्पक्ष और तथ्यों पर आधारित हो। यहाँ किसी भी प्रकार की राय या टिप्पणी नहीं होनी चाहिए। संक्षेप में कहा जा सकता है कि रेडियो समाचार लेखन वह प्रक्रिया है जिसमें प्रत्येक शब्द का चयन सोच-समझकर किया जाता है। समाचारों को छोटा, स्पष्ट, और सरल बनाए बिना रेडियो की प्रभावशीलता कम हो जाती है। आज के डिजिटल युग में भी रेडियो समाचार अपनी तात्कालिकता और विश्वसनीयता के कारण लोकप्रिय हैं, और यह तभी संभव है जब उनका लेखन पत्रकारिता के इन तीन मूल सिद्धांतों—संक्षिप्तता, स्पष्टता, और सरलता—पर आधारित हो।



चित्र 5.1: इलेक्ट्रॉनिक समाचार माध्यम

5.1.2 रेडियो प्रस्तुति

स्वर, उच्चारण, गति

रेडियो प्रस्तुति (Radio Presentation) रेडियो प्रसारण की सबसे महत्वपूर्ण कड़ी है। चाहे समाचार कितना ही अच्छा क्यों न लिखा गया हो, यदि प्रस्तोता उसे उचित स्वर, उच्चारण और गति में प्रस्तुत नहीं करता, तो उसका प्रभाव श्रोता तक नहीं पहुँच पाता। रेडियो प्रस्तुति का मुख्य उद्देश्य सूचना या विचार को इस प्रकार प्रस्तुत करना है कि श्रोता उसमें भावनात्मक रूप से जुड़ सके और संदेश को पूरी तरह समझ सके। सबसे पहले बात करते हैं **स्वर (Voice Modulation)** की। रेडियो प्रस्तोता की आवाज़ ही उसका व्यक्तित्व होती है। स्वर में न तो अत्यधिक कठोरता होनी चाहिए और न ही अत्यधिक मृदुता। समाचार प्रस्तुत करते समय आवाज़ में दृढ़ता और आत्मविश्वास झलकना चाहिए, जबकि फीचर या सांस्कृतिक कार्यक्रमों में स्वर अधिक भावनात्मक और मधुर हो सकता है। स्वर में उतार-चढ़ाव (intonation) का उपयोग आवश्यक है ताकि एकरसता न आए। उदाहरण के लिए, यदि प्रस्तोता किसी आपदा की खबर सुना रहा है तो स्वर में गंभीरता और सहानुभूति झलकनी चाहिए, जबकि खेल समाचार या उपलब्धि की खबर में उत्साहपूर्ण स्वर उपयुक्त रहता है। रेडियो की शक्ति पूरी तरह **स्वर की अभिव्यक्ति** पर निर्भर करती है, क्योंकि यहाँ केवल ध्वनि माध्यम उपलब्ध है। स्वर की उपयुक्तता ही यह निर्धारित करती है कि श्रोता समाचार पर कितना ध्यान देगा। प्रस्तोता को अपनी आवाज़ में भावनात्मक संतुलन बनाए रखना चाहिए — न बहुत यांत्रिक, न अत्यधिक नाटकीय। एक कुशल रेडियो प्रस्तोता अपनी आवाज़ के माध्यम से श्रोता के मन में चित्र उकेर देता है। अब बात करें **उच्चारण (Pronunciation)** की। रेडियो में शुद्ध उच्चारण अत्यंत आवश्यक है क्योंकि गलत उच्चारण न केवल अर्थ को बदल सकता है, बल्कि संस्था की विश्वसनीयता को भी प्रभावित कर सकता है। उदाहरण के लिए, यदि 'प्रधानमंत्री' को गलत उच्चारण में 'प्रधानमंतरी' कहा जाए, तो यह श्रोता के कानों को खटकता है। प्रस्तोता को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि हिंदी शब्दों के साथ-साथ विदेशी या अंग्रेज़ी शब्दों का उच्चारण भी सही हो। आकाशवाणी जैसी संस्थाएँ अपने प्रस्तोताओं को नियमित रूप से उच्चारण संबंधी प्रशिक्षण देती हैं ताकि प्रस्तुति में शुद्धता बनी रहे।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

उच्चारण में स्पष्टता (Articulation) भी अत्यंत आवश्यक है। श्रोता को हर शब्द स्पष्ट रूप से सुनाई देना चाहिए। यदि प्रस्तोता जल्दी या अस्पष्ट बोलता है तो शब्दों का अर्थ खो सकता है। विशेष रूप से नाम, स्थान, और आँकड़ों से जुड़ी सूचनाओं में स्पष्ट उच्चारण का विशेष महत्व होता है। रेडियो प्रस्तुति का तीसरा प्रमुख तत्व है **गति (Pace)**। बहुत तेज़ बोलने पर श्रोता समाचार को समझ नहीं पाता, और बहुत धीमी गति पर बोलने से प्रस्तुति नीरस लगने लगती है। उचित गति का निर्धारण सामग्री और भाव के अनुसार किया जाता है। समाचारों में सामान्यतः मध्यम गति उपयुक्त मानी जाती है ताकि जानकारी सटीक और स्पष्ट रूप से पहुँच सके। गति में लयात्मकता होना भी आवश्यक है ताकि प्रस्तुति में आकर्षण बना रहे। रेडियो प्रस्तोता को यह समझना चाहिए कि प्रत्येक समाचार का अपना भाव और लहजा होता है। किसी दुर्घटना की खबर पढ़ते समय गंभीरता आवश्यक है, जबकि वैज्ञानिक उपलब्धि या सांस्कृतिक कार्यक्रम के समाचार में उल्लास झलकना चाहिए। यह लहजा स्वर, उच्चारण और गति तीनों के संतुलन से बनता है। **प्रस्तुति के दौरान शारीरिक मुद्रा (Posture)** और श्वास नियंत्रण भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। भले ही श्रोता प्रस्तोता को देख नहीं सकता, लेकिन उसकी ऊर्जा, आत्मविश्वास और शारीरिक नियंत्रण आवाज़ में परिलक्षित होते हैं। प्रस्तोता को बोलते समय सीधे बैठना चाहिए, जिससे स्वर की गूँज स्वाभाविक रूप से स्पष्ट हो। इसके अलावा, रेडियो प्रस्तोता को **भावनात्मक नियंत्रण** बनाए रखना चाहिए। उसे यह ध्यान रखना चाहिए कि वह समाचार प्रस्तुत कर रहा है, न कि उसका मूल्यांकन। उदाहरण के लिए, किसी राजनीतिक विवाद या सामाजिक मुद्दे पर व्यक्तिगत राय देने से बचना चाहिए। उसकी आवाज़ में वस्तुनिष्ठता झलकनी चाहिए। रेडियो प्रस्तुति में **समय की समझ** भी अनिवार्य है। प्रत्येक बुलेटिन, कार्यक्रम या संवाद का एक निर्धारित समय होता है। प्रस्तोता को समय का अनुशासन बनाए रखना होता है ताकि प्रसारण की लय न टूटे। यदि किसी समाचार का पाठ अधिक लंबा है, तो गति को थोड़ा बढ़ाना पड़ता है, परंतु अर्थ की स्पष्टता से समझौता नहीं किया जा सकता। रेडियो प्रस्तुति में **तकनीकी जागरूकता** भी आवश्यक है। प्रस्तोता को माइक्रोफोन की दूरी, आवाज़ के स्तर और स्टूडियो की ध्वनिकी (acoustics) का ज्ञान होना चाहिए। बहुत अधिक पास बोलने से आवाज़ फट सकती है, और बहुत दूर बोलने से ध्वनि अस्पष्ट हो जाती है। एक पेशेवर

प्रस्तोता माइक्रोफोन के प्रति अपने संबंध को पूरी तरह समझता है और उसकी मदद से अपनी आवाज़ को सर्वोत्तम रूप में प्रस्तुत करता है। आज के आधुनिक युग में, जहाँ पॉडकास्ट, वेब रेडियो और ऑनलाइन स्ट्रीमिंग जैसी तकनीकें विकसित हो चुकी हैं, वहाँ भी पारंपरिक रेडियो प्रस्तुति के ये मूल सिद्धांत प्रासंगिक बने हुए हैं। स्वर, उच्चारण और गति में सामंजस्य स्थापित किए बिना कोई भी ऑडियो प्रस्तुति प्रभावी नहीं हो सकती। अंततः कहा जा सकता है कि रेडियो प्रस्तुति केवल सूचना देने की प्रक्रिया नहीं है, बल्कि यह एक **कला** है — ऐसी कला जो आवाज़ के माध्यम से भाव, विचार और वातावरण रचती है। एक कुशल प्रस्तोता अपनी आवाज़ के ज़रिए शब्दों को जीवन देता है। उसकी आवाज़ से ही श्रोता प्रसारण के प्रति विश्वास और जुड़ाव महसूस करता है। इस प्रकार, रेडियो समाचार लेखन और प्रस्तुति दोनों एक-दूसरे के पूरक हैं — एक जहाँ शब्दों की सटीकता पर आधारित है, वहीं दूसरा उन शब्दों की प्रभावशाली अभिव्यक्ति पर। जब ये दोनों तत्व समरसता के साथ कार्य करते हैं, तभी रेडियो अपने मूल उद्देश्य — सूचना, शिक्षा और मनोरंजन — को पूर्ण रूप से साध पाता है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

इकाई 5.2: टीवी न्यूज़

5.2.1 टीवी स्क्रिप्ट लेखन (TV Script Writing)

टीवी स्क्रिप्ट लेखन एक अत्यंत सृजनात्मक और तकनीकी प्रक्रिया है, जिसमें दृश्य (Visual) और श्रव्य (Audio) दोनों तत्वों का प्रभावी समन्वय आवश्यक होता है। टेलीविज़न माध्यम की शक्ति इसी में निहित है कि यह शब्दों को चित्रों में और ध्वनियों को अनुभव में बदल देता है। स्क्रिप्ट लेखक का कार्य केवल संवाद या वॉइसओवर लिखना नहीं है, बल्कि पूरे कार्यक्रम की रूपरेखा तैयार करना, दृश्य-श्रव्य अनुक्रम का निर्धारण करना और संदेश को प्रभावशाली ढंग से प्रस्तुत करना भी उसकी ज़िम्मेदारी होती है। टीवी स्क्रिप्ट लेखन की शुरुआत विषय के चयन और उसके उद्देश्य की स्पष्टता से होती है। किसी भी समाचार, डॉक्यूमेंट्री, या फीचर कार्यक्रम के लिए स्क्रिप्ट तैयार करते समय लेखक को यह समझना आवश्यक होता है कि उसका लक्षित दर्शक वर्ग कौन है और वह किस सामाजिक, सांस्कृतिक या आर्थिक पृष्ठभूमि से आता है। उदाहरण के लिए, यदि स्क्रिप्ट ग्रामीण दर्शकों के लिए लिखी जा रही है, तो उसमें स्थानीय बोलचाल की भाषा, परिचित प्रतीक और सहज दृश्य शामिल किए जाते हैं। वहीं, शहरी दर्शकों के लिए स्क्रिप्ट अधिक तकनीकी और विश्लेषणात्मक हो सकती है। स्क्रिप्ट लेखन में सबसे महत्वपूर्ण तत्व “दृश्य और ध्वनि का समन्वय” होता है। इसका अर्थ है कि जो कहा जा रहा है (Narration/Voice-over), वह स्क्रीन पर दिखाए जा रहे दृश्य से मेल खाए और उसे पूरक बनाए। यदि दृश्य और ध्वनि में असंतुलन होगा, तो संदेश कमजोर पड़ जाएगा। उदाहरण के लिए, यदि स्क्रिप्ट में “प्रकृति की सुंदरता” का वर्णन किया जा रहा है, तो उसके साथ संबंधित दृश्य — जैसे पहाड़, नदियाँ, या हरियाली — दिखाना आवश्यक होता है। इसी तरह, किसी आपदा रिपोर्ट के दौरान गंभीर पृष्ठभूमि संगीत या वास्तविक ध्वनियाँ दर्शक के भावनात्मक जुड़ाव को बढ़ाती हैं। टीवी स्क्रिप्ट दो भागों में विभाजित होती है — *Visual Script* और *Audio Script*। *Visual Script* में यह बताया जाता है कि स्क्रीन पर क्या दिखाया जाएगा — जैसे फुटेज, ग्राफ़िक्स, इंटरव्यू शॉट्स, लोकेशन दृश्य आदि। जबकि *Audio Script* में यह निर्धारित होता है कि क्या बोला जाएगा — यानी वॉइसओवर, संवाद, संगीत या साउंड इफेक्ट्स। दोनों का तालमेल बनाना ही एक कुशल टीवी लेखक की पहचान है।

लेखक को यह भी ध्यान रखना होता है कि टीवी दर्शक “देखता” है, “पढ़ता” नहीं। इसलिए स्क्रिप्ट में शब्दों की लंबाई से अधिक दृश्यात्मकता महत्वपूर्ण होती है। वाक्य छोटे, सरल और प्रभावशाली होने चाहिए, ताकि दर्शक तुरंत समझ सके। उदाहरण के लिए, “गांव में जल संकट गंभीर हो गया है” कहने की बजाय, “यहां के सूखे कुएं और बंजर खेत सब कुछ कह देते हैं” कहना अधिक प्रभावी होगा। यह ‘शो डोंट टेल’ की तकनीक है, जो टीवी स्क्रिप्ट लेखन की आत्मा मानी जाती है। इसके अलावा, टाइमिंग और गति भी स्क्रिप्ट का आवश्यक भाग हैं। प्रत्येक दृश्य की अवधि, संवाद की लंबाई, और संगीत की लय का निर्धारण पहले से स्क्रिप्ट में किया जाता है ताकि संपादन के समय पूरा कार्यक्रम एक तार्किक प्रवाह में रहे। आज के डिजिटल युग में टीवी स्क्रिप्ट लेखन केवल समाचार या धारावाहिकों तक सीमित नहीं है, बल्कि वेब सीरीज़, विज्ञापन, और सोशल मीडिया वीडियो के लिए भी इसी पद्धति का प्रयोग किया जा रहा है। अंततः, एक अच्छी टीवी स्क्रिप्ट वही है जो दर्शक को सोचने पर मजबूर करे, उसे भावनात्मक रूप से जोड़े और संदेश को उसके मन-मस्तिष्क में स्थायी रूप से अंकित कर दे।

5.2.2 विजुअल (Visuals)

टीवी माध्यम की आत्मा उसके विजुअल्स में निहित होती है। दृश्य वही तत्व है जो दर्शक को बाँधता है, प्रभावित करता है और संदेश को स्मरणीय बनाता है। टीवी पत्रकारिता या स्क्रिप्ट लेखन में “विजुअल थिंकिंग” यानी दृश्यात्मक सोच का अत्यधिक महत्व होता है। इसका अर्थ यह है कि लेखक या निर्माता को हर दृश्य की कल्पना इस दृष्टि से करनी चाहिए कि वह स्क्रीन पर कैसे दिखेगा, दर्शक उसे कैसे ग्रहण करेगा, और उस दृश्य का मनोवैज्ञानिक प्रभाव क्या होगा। विजुअल्स किसी भी रिपोर्ट, डॉक्यूमेंट्री या समाचार पैकेज की विश्वसनीयता को बढ़ाते हैं। उदाहरण के लिए, यदि कोई समाचार “बाढ़ से प्रभावित क्षेत्र” पर है, तो केवल वॉइसओवर के माध्यम से जानकारी देने की बजाय, वास्तविक बाढ़ के दृश्य दिखाना दर्शक को अधिक गहराई से प्रभावित करता है। इसी कारण कहा जाता है कि “एक चित्र हज़ार शब्दों के बराबर होता है।” विजुअल्स के चयन में कई बातें ध्यान में रखनी होती हैं। सबसे पहले, दृश्य विषय के अनुरूप और प्रमाणिक होना चाहिए। किसी घटना का पुराना या असंबंधित फुटेज दिखाने से पत्रकारिता की विश्वसनीयता पर प्रश्नचिह्न लग सकता है। दूसरा, दृश्य

की गुणवत्ता — जैसे फ्रेमिंग, लाइटिंग, कैमरा एंगल और कलर टोन — संदेश की भावना को व्यक्त करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। उदाहरण के लिए, लो एंगल शॉट शक्ति और प्रभाव का प्रतीक होता है, जबकि हाई एंगल शॉट असहायता या कमजोरी को दर्शाता है। टीवी स्क्रिप्ट लेखन में विजुअल्स का प्रयोग केवल सौंदर्य या आकर्षण के लिए नहीं किया जाता, बल्कि यह कथा-विकास का उपकरण होता है। जैसे किसी डॉक्यूमेंट्री में घटनाओं के क्रम को समझाने के लिए आर्काइव फुटेज, ग्राफिक्स, चार्ट्स या एनिमेशन का प्रयोग किया जा सकता है। इसी तरह, इंटरव्यू के क्लोज-अप शॉट्स भावनाओं को उभारते हैं विजुअल्स का सही प्रयोग दर्शक के अवचेतन पर गहरा प्रभाव डालता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी रिपोर्ट में बार-बार जलते जंगलों, सूखे पेड़ों और मुरझाए चेहरों के दृश्य दिखाए जाते हैं, तो दर्शक में पर्यावरणीय संकट के प्रति चिंता स्वतः उत्पन्न होती है। यह भावनात्मक जुड़ाव टीवी पत्रकारिता की सफलता का प्रमुख आधार है। आधुनिक तकनीक ने विजुअल्स की संभावनाओं को और बढ़ा दिया है। अब ड्रोन कैमरा, 3D ग्राफिक्स, वर्चुअल सेट और मोशन कैप्चर जैसी तकनीकें टीवी निर्माण का हिस्सा बन चुकी हैं। इससे न केवल प्रस्तुति आकर्षक होती है, बल्कि दर्शक को तथ्यों की बेहतर समझ भी मिलती है। उदाहरण के लिए, किसी युद्ध क्षेत्र की स्थिति को 3D मानचित्र के रूप में दिखाना, मात्र शब्दों से कहीं अधिक स्पष्ट और प्रभावशाली होता है। इस प्रकार, विजुअल्स केवल “दिखाने” का माध्यम नहीं हैं, बल्कि वे टीवी पत्रकारिता की भाषा हैं — एक ऐसी भाषा जो बिना शब्दों के बोलती है, बिना तर्क के समझाती है और बिना उपदेश के भावनाएँ जगाती है।

5.2.3 पैकेजिंग (Packaging)

टीवी पत्रकारिता में “पैकेजिंग” का अर्थ है — किसी विषय, रिपोर्ट या कार्यक्रम को इस तरह प्रस्तुत करना कि वह पूर्ण, आकर्षक और दर्शक के लिए सहज हो। यह प्रस्तुति केवल सामग्री का संपादन नहीं होती, बल्कि विचार, भाषा, दृश्य और ध्वनि का एकीकृत रूप होती है। एक टीवी पैकेज में चार प्रमुख घटक होते हैं — स्क्रिप्ट, विजुअल्स, साउंड और एडिटिंग। इन सभी का तालमेल बनाकर जो रिपोर्ट तैयार की जाती है, वही अंतिम उत्पाद कहलाती है।

इकाई 5.3: ऑनलाइन पत्रकारिता

5.3.1 वेब स्टोरी (Web Story)

परिचय:

वेब स्टोरी एक डिजिटल कहानी कहने का नया माध्यम है, जो विशेष रूप से इंटरनेट और मोबाइल उपयोगकर्ताओं के लिए डिज़ाइन किया गया है। यह पारंपरिक लेखों या ब्लॉग पोस्ट से अलग है क्योंकि इसमें पाठक को एक संक्षिप्त, आकर्षक और इंटरैक्टिव अनुभव मिलता है। वेब स्टोरी आमतौर पर छोटे स्लाइड्स या पेजेज़ के रूप में प्रस्तुत होती है, जिसमें **हाइपरलिंक, मल्टीमीडिया, इमेज और वीडियो** का उपयोग करके कहानी को जीवंत बनाया जाता है।

हाइपरलिंक का महत्व: वेब स्टोरी में हाइपरलिंक का उपयोग महत्वपूर्ण है। हाइपरलिंक पाठक को संबंधित विषयों या अतिरिक्त जानकारी तक ले जाने का माध्यम है। उदाहरण के लिए, यदि कोई वेब स्टोरी पर्यावरण संरक्षण पर है, तो इसमें ऐसे हाइपरलिंक हो सकते हैं जो पाठक को वैज्ञानिक रिपोर्ट, वीडियो डॉक्यूमेंट्री या सरकारी नीतियों तक ले जाएँ। हाइपरलिंक न केवल सूचना की पहुँच बढ़ाता है बल्कि वेब स्टोरी को इंटरैक्टिव और गहन बनाता है।

मल्टीमीडिया का योगदान: वेब स्टोरी की सबसे बड़ी ताकत इसका **मल्टीमीडिया** है। इसमें चित्र, वीडियो, ऑडियो और एनिमेशन शामिल होते हैं। मल्टीमीडिया सामग्री कहानी को अधिक आकर्षक और समझने योग्य बनाती है। उदाहरण के लिए, किसी यात्रा पर आधारित वेब स्टोरी में वीडियो क्लिप और पैनोरमिक इमेज का उपयोग पाठक को वास्तविक अनुभव का अहसास कराता है। इसके अलावा, मल्टीमीडिया कहानी को संक्षिप्त और यादगार बनाने में मदद करता है।

वेब स्टोरी के लाभ:

1. **संक्षिप्त और आकर्षक:** वेब स्टोरी छोटे स्लाइड्स और चित्रों के माध्यम से महत्वपूर्ण जानकारी प्रदान करती है।
2. **इंटरैक्टिव अनुभव:** हाइपरलिंक और मल्टीमीडिया के माध्यम से पाठक कहानी के साथ जुड़ा रहता है।

3. **सुलभता:** मोबाइल और इंटरनेट पर आसानी से उपलब्ध।
4. **सामाजिक मीडिया के लिए अनुकूल:** फेसबुक, इंस्टाग्राम और ट्विटर जैसे प्लेटफॉर्म पर साझा करना आसान।



चित्र 5.2: डिजिटल और मोबाइल पत्रकारिता

5.3.2 ब्लॉग (Blog)

ब्लॉग एक व्यक्तिगत या पेशेवर ऑनलाइन डायरी है, जिसमें लेखक अपने विचार, अनुभव और विश्लेषण साझा करता है। ब्लॉगिंग शब्द “वेब लॉग” से आया है, जिसका अर्थ है इंटरनेट पर लॉग या डायरी। ब्लॉग अन्य डिजिटल माध्यमों की तुलना में अधिक **व्यक्तिगत और विचारशील** होते हैं।

व्यक्तिगत विचार और विश्लेषण: ब्लॉग लेखक को स्वतंत्र रूप से अपने विचार व्यक्त करने का अवसर देता है। इसमें लेखक किसी घटना, विषय या समस्या पर अपनी राय और विश्लेषण प्रस्तुत कर सकता है। उदाहरण के लिए, शिक्षा के क्षेत्र में एक शिक्षक ब्लॉग लिखकर नई शिक्षण विधियों का मूल्यांकन कर सकता है। ब्लॉग में विश्लेषणात्मक दृष्टिकोण महत्वपूर्ण है। यह केवल तथ्य प्रस्तुत करने तक सीमित नहीं होता बल्कि लेखक अपनी समझ और निष्कर्ष भी साझा करता है। उदाहरण स्वरूप,

किसी फिल्म समीक्षा ब्लॉग में लेखक केवल फिल्म की कहानी नहीं बताता बल्कि इसके सिनेमेटोग्राफी, निर्देशन और अभिनय का विश्लेषण करता है।

ब्लॉग के प्रमुख तत्व:

1. **शीर्षक (Title):** आकर्षक और विषय-संगत।
2. **लेख की संरचना:** परिचय, मुख्य भाग और निष्कर्ष।
3. **व्यक्तिगत अनुभव:** लेखक की राय और अनुभव।
4. **इंटरैक्टिविटी:** टिप्पणियाँ और सोशल मीडिया शेयरिंग।

ब्लॉग के लाभ:

1. **व्यक्तिगत अभिव्यक्ति:** लेखक अपनी सोच और अनुभव साझा कर सकता है।
2. **ज्ञान का प्रसार:** किसी विशेष क्षेत्र के विशेषज्ञ अपने ज्ञान को साझा कर सकते हैं।
3. **पाठकों के साथ संवाद:** ब्लॉग में कमेंट सेक्शन के माध्यम से पाठक और लेखक के बीच संवाद होता है।
4. **व्यावसायिक अवसर:** ब्लॉगिंग से लेखक को विज्ञापन, स्पॉन्सरशिप और व्यक्तिगत ब्रांडिंग का अवसर मिलता है।

ब्लॉग एक ऐसा माध्यम है जो व्यक्तिगत विचारों और विश्लेषण को वैश्विक मंच पर प्रस्तुत करता है। यह पाठकों को न केवल जानकारी देता है बल्कि उन्हें सोचने और प्रतिक्रिया देने के लिए प्रेरित करता है।

5.3.3 पोर्टल न्यूज़ (Portal News)

ऑनलाइन समाचार पोर्टल आधुनिक मीडिया का एक महत्वपूर्ण हिस्सा हैं। ये पोर्टल इंटरनेट के माध्यम से समाचार और सूचनाएँ प्रदान करते हैं। पोर्टल न्यूज़ को **डिजिटल समाचार पत्र** भी कहा जा सकता है। ये पारंपरिक अखबार की तुलना में तेजी से और व्यापक रूप से खबरें पहुँचाते हैं।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

ऑनलाइन समाचार पोर्टल का महत्व: ऑनलाइन समाचार पोर्टल जैसे **नवभारत टाइम्स, इंडिया टुडे, द हिन्दू, और टाइम्स ऑफ़ इंडिया** ने सूचना प्राप्त करने की प्रक्रिया को सरल और तेज़ बना दिया है। ये पोर्टल 24x7 समाचार अपडेट प्रदान करते हैं, जिससे पाठक वास्तविक समय में ताज़ा खबरों से अवगत रह सकते हैं।

पोर्टल न्यूज़ की विशेषताएँ:

1. **तुरंत सूचना:** नवीनतम समाचार मिनटों में उपलब्ध।
2. **विविध विषय:** राजनीति, खेल, शिक्षा, स्वास्थ्य, विज्ञान और मनोरंजन।
3. **मल्टीमीडिया सामग्री:** टेक्स्ट, वीडियो, चित्र और इन्फोग्राफिक्स।
4. **सर्च और नेविगेशन सुविधा:** पाठक आसानी से किसी विशेष विषय पर समाचार खोज सकते हैं।
5. **इंटरैक्टिविटी:** पाठक कमेंट, शेयर और राय व्यक्त कर सकते हैं।

पोर्टल न्यूज़ के लाभ:

1. **सुलभता:** किसी भी समय और किसी भी स्थान से समाचार उपलब्ध।
2. **तुरंत अपडेट:** वैश्विक और राष्ट्रीय घटनाओं की ताज़गी बनाए रखना।
3. **मल्टीमीडिया अनुभव:** वीडियो रिपोर्ट और फोटो गैलरी से जानकारी अधिक आकर्षक।
4. **व्यापक पहुँच:** पाठक वर्ग में अंतर्राष्ट्रीय स्तर तक पहुँच।

पोर्टल न्यूज़ और परंपरागत मीडिया की तुलना:

- **गति:** पोर्टल न्यूज़ तुरंत प्रकाशित होती हैं, जबकि पारंपरिक अखबार में समय लगता है।
- **इंटरैक्टिविटी:** पोर्टल न्यूज़ में पाठक सीधे संवाद कर सकते हैं।

- **मल्टीमीडिया:** पोर्टल न्यूज़ में चित्र, वीडियो और इन्फोग्राफिक्स अधिक होते हैं।
- **लागत:** अधिकांश ऑनलाइन पोर्टल मुफ्त में उपलब्ध हैं।

पोर्टल न्यूज़ ने समाचार पहुँचाने के तरीके में क्रांति ला दी है। डिजिटल युग में ये पोर्टल सूचना, शिक्षा और मनोरंजन का एक अभिन्न हिस्सा बन गए हैं।

वेब स्टोरी, ब्लॉग और पोर्टल न्यूज़ डिजिटल मीडिया की तीन महत्वपूर्ण विधाएँ हैं।

1. **वेब स्टोरी:** संक्षिप्त, इंटरैक्टिव और मल्टीमीडिया सामग्री से युक्त।
2. **ब्लॉग:** व्यक्तिगत विचार और विश्लेषण के लिए मंच।
3. **पोर्टल न्यूज़:** ताजगी, सटीकता और व्यापक पहुँच के साथ डिजिटल समाचार।

इन तीनों माध्यमों ने सूचना, शिक्षा और मनोरंजन की दुनिया को नई दिशा दी है। आधुनिक युग में ये विधाएँ केवल जानकारी देने तक सीमित नहीं रह गई हैं, बल्कि पाठक और उपयोगकर्ता को सक्रिय रूप से शामिल करने का माध्यम भी बन गई हैं।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

इकाई 5.4: मोबाइल पत्रकारिता

5.4.1 मोबाइल पत्रकारिता (MOJO) – परिभाषा और उपयोग

मोबाइल पत्रकारिता, जिसे आमतौर पर **MOJO (Mobile Journalism)** कहा जाता है, पत्रकारिता का एक आधुनिक और तेजी से बढ़ता हुआ रूप है। पारंपरिक पत्रकारिता में पत्रकारों को खबरें इकट्ठा करने, रिपोर्ट बनाने और प्रकाशित करने के लिए भारी उपकरणों, कैमरों और स्टूडियो की आवश्यकता होती थी। लेकिन मोबाइल पत्रकारिता ने इस परंपरा को पूरी तरह बदल दिया है। मोबाइल पत्रकारिता का मूल विचार यह है कि **स्मार्टफोन या टैबलेट के माध्यम से एक पत्रकार पूरी खबर रिकॉर्ड, संपादित और प्रकाशित कर सकता है**। इस प्रक्रिया में पत्रकार की स्वतंत्रता और गति दोनों बढ़ जाती हैं, क्योंकि अब उन्हें बड़ी टीम या भारी उपकरणों पर निर्भर नहीं रहना पड़ता। मोबाइल पत्रकारिता की सबसे बड़ी विशेषता इसकी **तत्कालिता (Immediacy)** है। उदाहरण के लिए, यदि किसी शहर में अचानक कोई विरोध प्रदर्शन होता है, तो वहां मौजूद पत्रकार अपने स्मार्टफोन से वीडियो रिकॉर्ड कर सकते हैं, तस्वीरें ले सकते हैं और उसी समय सोशल मीडिया या न्यूज़ पोर्टल पर खबर साझा कर सकते हैं। इससे खबर तुरंत जनता तक पहुँचती है और पारंपरिक टीवी या प्रिंट मीडिया की तुलना में समाचार का समय घट जाता है। इसके अलावा, मोबाइल पत्रकारिता का उपयोग **जनसंचार और नागरिक पत्रकारिता** में भी बड़े पैमाने पर हो रहा है। आम नागरिक भी मोबाइल के माध्यम से घटनाओं की जानकारी पत्रकारों या सोशल मीडिया पर साझा कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, बाढ़ या सड़क दुर्घटना जैसी घटनाओं की लाइव तस्वीरें और वीडियो तुरंत ट्विटर, फेसबुक या इंस्टाग्राम पर साझा किए जा सकते हैं। इससे पत्रकारों को रीयल-टाइम डेटा मिलता है और समाज में जागरूकता बढ़ती है। मोबाइल पत्रकारिता का एक अन्य महत्वपूर्ण उपयोग है **डिजिटल स्टोरीटेलिंग (Digital Storytelling)**। स्मार्टफोन और संबंधित एप्लिकेशन की मदद से पत्रकार न केवल वीडियो रिकॉर्ड कर सकते हैं, बल्कि उसमें टेक्स्ट, ऑडियो, ग्राफिक्स और इंटरैक्टिव तत्व जोड़कर एक समृद्ध और आकर्षक कहानी बना सकते हैं। उदाहरण के लिए, प्राकृतिक आपदाओं या सामाजिक मुद्दों पर आधारित रिपोर्ट में, मोबाइल पत्रकार अलग-अलग मीडिया फॉर्मेट का उपयोग कर कहानी को और अधिक प्रभावशाली बना सकते हैं।

इस प्रकार, मोबाइल पत्रकारिता ने पत्रकारिता के क्षेत्र में **लचीलापन, गति और पहुंच** जैसी विशेषताओं को बढ़ावा दिया है। यह तकनीक विशेष रूप से उन पत्रकारों के लिए उपयोगी है जो क्षेत्रीय या ग्रामीण समाचारों को कवर करते हैं, क्योंकि इन क्षेत्रों में भारी उपकरण ले जाना कठिन होता है।

5.4.2 तकनीकें और उपकरण – स्मार्टफोन ऐप्स और एक्सेसरीज

मोबाइल पत्रकारिता का प्रभावी उपयोग करने के लिए तकनीक और उपकरणों का सही चयन अत्यंत महत्वपूर्ण है। स्मार्टफोन के अलावा, कई उपकरण और ऐप्स पत्रकारिता के हर पहलू को आसान बनाते हैं। सबसे पहले, **स्मार्टफोन** पत्रकारिता का मूल उपकरण है। आज के स्मार्टफोन में उच्च गुणवत्ता वाले कैमरे, स्टेबिलाइज़र तकनीक, उच्च क्षमता वाली बैटरी और बड़े स्टोरेज की सुविधा होती है। इसके माध्यम से वीडियो रिकॉर्डिंग, फोटो शूटिंग और लाइव स्ट्रीमिंग संभव है। उदाहरण के लिए, iPhone या Samsung Galaxy जैसे स्मार्टफोन में 4K वीडियो रिकॉर्डिंग और बेहतर ऑडियो रिकॉर्डिंग की सुविधा है, जिससे पत्रकार पेशेवर गुणवत्ता की रिपोर्ट तैयार कर सकते हैं। इसके बाद आते हैं **एप्लिकेशन (Apps)**। मोबाइल पत्रकारिता के लिए कई प्रकार के ऐप्स उपलब्ध हैं, जो रिपोर्टिंग, रिकॉर्डिंग, संपादन और प्रकाशन में मदद करते हैं। उदाहरण के लिए, **Adobe Premiere Rush** और **Kinemaster** जैसे ऐप्स वीडियो एडिटिंग के लिए उपयोग किए जाते हैं। पत्रकार मोबाइल पर ही वीडियो क्लिप्स को काट, जोड़ और रंग-सुधार कर सकते हैं। इसके अलावा, **Canva** और **Over** जैसे ऐप्स का उपयोग ग्राफिक्स और इन्फोग्राफिक्स बनाने के लिए किया जा सकता है। लाइव स्ट्रीमिंग के लिए **Facebook Live**, **YouTube Live** और **Instagram Live** जैसी सेवाएँ पत्रकारों को तुरंत खबर साझा करने में मदद करती हैं। **ऑडियो रिकॉर्डिंग** के लिए स्मार्टफोन के इनबिल्ट माइक्रोफोन के अलावा बाहरी माइक्रोफोन का उपयोग करना अधिक पेशेवर विकल्प है। उदाहरण के लिए, **Lavalier mic** या **Rode VideoMic** जैसे छोटे माइक्रोफोन सीधे स्मार्टफोन से कनेक्ट होकर स्पष्ट और शोर-रहित आवाज रिकॉर्ड करने में मदद करते हैं। इससे पत्रकारिता में ऑडियो क्वालिटी काफी बेहतर हो जाती है। मोबाइल पत्रकारिता में **स्टेबिलाइजेशन और कैमरामोशन** के लिए विभिन्न एक्सेसरीज भी जरूरी हैं। जैसे, **Gimbal stabilizer** का उपयोग वीडियो शूटिंग के दौरान कैमरे की झटकों को कम



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

करने के लिए किया जाता है। इससे चलते हुए या भीड़भाड़ वाले इलाकों में वीडियो रिकॉर्ड करना आसान हो जाता है।

इसके अलावा, **लाइटिंग और बैकअप उपकरण** भी महत्वपूर्ण हैं। छोटे LED लाइट्स और पोर्टेबल बैटरी पावर बैंक पत्रकारों को अंधेरे या बिजली की कमी वाले स्थानों में भी रिपोर्टिंग करने की सुविधा देते हैं। उदाहरण के लिए, कोई पत्रकार रात में सड़क दुर्घटना की रिपोर्ट बना रहा हो, तो पोर्टेबल LED लाइट और अतिरिक्त बैटरी उसकी मदद करेंगे। मोबाइल पत्रकारिता में **कनेक्टिविटी और क्लाउड स्टोरेज** का भी महत्व है। इंटरनेट की तेज़ स्पीड और क्लाउड सेवाओं जैसे Google Drive या Dropbox के माध्यम से पत्रकार अपने डेटा को सुरक्षित रख सकते हैं और किसी भी समय कहीं से भी एक्सेस कर सकते हैं। इससे टीम के अन्य सदस्य भी रीयल-टाइम संपादन और समीक्षा कर सकते हैं। अंत में, मोबाइल पत्रकारिता के लिए **सुरक्षा और डेटा प्रोटेक्शन** के उपकरण भी जरूरी हैं। VPN एप्लिकेशन और एन्क्रिप्शन टूल्स का उपयोग पत्रकारों को डेटा चोरी या हैकिंग से सुरक्षित रखने में मदद करता है। उदाहरण के लिए, संवेदनशील राजनीतिक या सामाजिक रिपोर्ट तैयार करते समय ये उपकरण पत्रकार की सुरक्षा बढ़ाते हैं।

मोबाइल पत्रकारिता का महत्व और उदाहरण

मोबाइल पत्रकारिता ने पत्रकारिता के क्षेत्र में **समय और संसाधनों की बचत** के साथ-साथ **कहानी कहने की नई शैली** को जन्म दिया है। उदाहरण के लिए, COVID-19 महामारी के दौरान पत्रकारों ने स्मार्टफोन और मोबाइल ऐप्स की मदद से लॉकडाउन की परिस्थितियों में लोगों की कहानियाँ, अस्पतालों की स्थिति और राहत कार्यों की लाइव रिपोर्टिंग की। इस प्रकार, मोबाइल पत्रकारिता ने पारंपरिक मीडिया की सीमाओं को तोड़ते हुए तत्काल और व्यापक समाचार वितरण संभव किया। इसी तरह, ग्रामीण भारत में मोबाइल पत्रकारिता ने स्थानीय मुद्दों को राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय मंच पर पहुंचाने का अवसर दिया है। किसी गाँव में जल संकट या किसान आंदोलन की जानकारी स्मार्टफोन और सोशल मीडिया के माध्यम से बड़ी तेजी से फैल सकती है। इस प्रक्रिया में पत्रकार और नागरिक दोनों एक साथ मिलकर समाज में जागरूकता फैलाते हैं।

इकाई 5.5: सोशल मीडिया पर समाचार

आज के डिजिटल युग में सूचना और संचार का स्वरूप अत्यंत बदल गया है। सोशल मीडिया और डिजिटल प्लेटफॉर्म ने लोगों के विचारों, भावनाओं और सूचनाओं को साझा करने के तरीके को पूरी तरह से नया रूप दिया है। इस अध्याय में हम सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और प्रस्तुति तकनीकों के महत्व, प्रकार और उनके उपयोग पर विस्तृत चर्चा करेंगे।

5.5.1 सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म

सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म वह डिजिटल माध्यम हैं, जिनके माध्यम से व्यक्ति, संगठन और समाज अपने विचार, सूचना और सामग्री साझा कर सकते हैं। ये प्लेटफॉर्म संवाद को सरल, त्वरित और व्यापक बनाते हैं। सबसे प्रमुख सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म में ट्विटर, फेसबुक, इंस्टाग्राम और यूट्यूब शामिल हैं।

1. ट्विटर

ट्विटर एक माइक्रोब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म है, जहाँ उपयोगकर्ता 280 अक्षरों तक की सीमित पोस्ट या 'ट्वीट' कर सकते हैं। ट्विटर की मुख्य विशेषताएँ निम्नलिखित हैं:

- **त्वरित सूचना प्रसार:** ट्विटर पर किसी भी घटना, समाचार या विचार को सेकंडों में साझा किया जा सकता है।
- **हैशटैग (#):** विषयों और ट्रेंडिंग टॉपिक्स को वर्गीकृत करने और चर्चा में शामिल होने के लिए हैशटैग का प्रयोग किया जाता है।
- **ट्रेंडिंग टॉपिक्स:** ट्विटर के माध्यम से दुनिया भर में चल रहे प्रमुख विषयों की जानकारी तुरंत प्राप्त की जा सकती है।
- **सार्वजनिक संवाद:** ट्विटर पर अधिकांश पोस्ट सार्वजनिक होती हैं, जिससे विचारों और सूचनाओं का व्यापक प्रसार होता है।

ट्विटर का उपयोग केवल व्यक्तिगत संचार तक सीमित नहीं है, बल्कि यह राजनीतिक, सामाजिक और व्यावसायिक संवाद का भी महत्वपूर्ण मंच बन गया है। उदाहरण के



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

लिए, चुनावी प्रचार, सामाजिक आंदोलनों और आपदा प्रबंधन में ट्विटर ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

2. फेसबुक

फेसबुक दुनिया का सबसे लोकप्रिय सोशल नेटवर्किंग प्लेटफ़ॉर्म है। इसकी मुख्य विशेषताएँ निम्नलिखित हैं:

- **व्यक्तिगत प्रोफ़ाइल और पेज:** फेसबुक पर व्यक्ति अपनी प्रोफ़ाइल बना सकता है और संगठन या ब्रांड के लिए पेज बना सकता है।
- **समूह और समुदाय:** फेसबुक समूह लोगों को समान रुचियों या उद्देश्यों के आधार पर जोड़ते हैं।
- **साझा सामग्री:** फोटो, वीडियो, लेख और इवेंट साझा करना सरल है।
- **लाइव स्ट्रीमिंग:** फेसबुक लाइव के माध्यम से रीयल-टाइम प्रसारण किया जा सकता है।

फेसबुक का उपयोग व्यक्तिगत और पेशेवर जीवन दोनों में होता है। यह व्यक्तिगत नेटवर्किंग, व्यावसायिक प्रचार और सामाजिक जागरूकता फैलाने के लिए अत्यंत प्रभावी माध्यम है।

3. इंस्टाग्राम

इंस्टाग्राम मुख्यतः एक फोटो और वीडियो शेयरिंग प्लेटफ़ॉर्म है। इसकी विशेषताएँ इस प्रकार हैं:

- **विजुअल सामग्री पर केंद्रित:** इंस्टाग्राम पर फोटो और वीडियो को प्राथमिकता दी जाती है।
- **स्टोरी और रील्स:** उपयोगकर्ता 24 घंटे के लिए स्टोरी साझा कर सकते हैं और छोटे वीडियो (रील्स) बनाकर तेजी से जानकारी प्रसारित कर सकते हैं।

- **हैशटैग और लोकेशन टैग:** हैशटैग और लोकेशन टैग के माध्यम से सामग्री की पहुंच बढ़ाई जा सकती है।
- **इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग:** इंस्टाग्राम ब्रांड प्रमोशन और डिजिटल मार्केटिंग के लिए एक प्रमुख माध्यम बन गया है।

इंस्टाग्राम युवा वर्ग में अत्यंत लोकप्रिय है और यह मुख्य रूप से दृश्य संचार को बढ़ावा देता है।

4. यूट्यूब

यूट्यूब एक वीडियो शेयरिंग प्लेटफॉर्म है, जो सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के लिए व्यापक रूप से उपयोग किया जाता है। इसकी मुख्य विशेषताएँ:

- **वीडियो अपलोड और साझा करना:** उपयोगकर्ता अपने वीडियो अपलोड कर सकते हैं और अन्य लोगों के साथ साझा कर सकते हैं।
- **चैनल निर्माण:** व्यक्तियों और संस्थाओं के लिए चैनल बनाना संभव है, जो नियमित सामग्री साझा कर सके।
- **लाइव स्ट्रीमिंग और वेबिनार:** यूट्यूब लाइव के माध्यम से सीधे प्रसारण किया जा सकता है।
- **शिक्षा और मनोरंजन:** यूट्यूब पर शैक्षिक वीडियो, ब्लॉग, संगीत और समाचार आदि व्यापक रूप से उपलब्ध हैं।

यूट्यूब ने न केवल व्यक्तिगत और व्यावसायिक संचार को बढ़ावा दिया है, बल्कि शिक्षा और डिजिटल प्रशिक्षण का एक सशक्त माध्यम भी बन गया है।

5.5.2 प्रस्तुति तकनीकें

सोशल मीडिया पर सामग्री साझा करने की प्रक्रिया में प्रस्तुति तकनीकें अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। अच्छे प्रस्तुति कौशल और तकनीकों के बिना जानकारी का प्रभाव सीमित रह सकता है। प्रमुख प्रस्तुति तकनीकें निम्नलिखित हैं:



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

1. संक्षिप्तता

संक्षिप्तता का अर्थ है संदेश को छोटे, स्पष्ट और प्रभावशाली रूप में प्रस्तुत करना। सोशल मीडिया पर पाठकों का ध्यान अवधि अत्यंत कम होती है, इसलिए संक्षिप्तता आवश्यक है। उदाहरण के लिए, ट्विटर पर केवल 280 अक्षरों में संदेश देना होता है, जबकि इंस्टाग्राम और फेसबुक पर भी लंबे पोस्ट कम ध्यान आकर्षित करते हैं।

संक्षिप्तता के लाभ:

- संदेश स्पष्ट और यादगार बनता है।
- उपयोगकर्ता तेजी से जानकारी ग्रहण कर सकते हैं।
- भ्रम और जानकारी की अधिकता से बचा जा सकता है।

2. दृश्य सामग्री (Visual Content)

विजुअल सामग्री जैसे चित्र, ग्राफ़, वीडियो और इन्फोग्राफ़िक्स संदेश को अधिक आकर्षक और प्रभावशाली बनाते हैं। शोध बताते हैं कि दृश्य सामग्री पाठकों का ध्यान अधिक खींचती है और जानकारी लंबे समय तक स्मृति में रहती है।

विजुअल सामग्री के लाभ:

- जानकारी का त्वरित और स्पष्ट प्रसार।
- संदेश की समझ और प्रभावशीलता बढ़ती है।
- ब्रांडिंग और पहचान में मदद मिलती है।

3. हैशटैग (#)

हैशटैग एक डिजिटल टैग है, जो सामग्री को श्रेणियों में बाँधता है और उसे खोजने योग्य बनाता है। ट्विटर, इंस्टाग्राम और फेसबुक जैसे प्लेटफ़ॉर्म पर हैशटैग का व्यापक उपयोग होता है।

हैशटैग के लाभ:

- सामग्री की पहुंच बढ़ती है।
- ट्रेडिंग टॉपिक्स के माध्यम से चर्चा में शामिल होने का अवसर मिलता है।
- लक्षित दर्शकों तक सामग्री पहुंचाना सरल होता है।

4. अन्य प्रस्तुति तकनीकें

इसके अलावा, सोशल मीडिया पर प्रभावी प्रस्तुति के लिए निम्नलिखित तकनीकों का प्रयोग किया जाता है:

- **कहानी कहने की कला (Storytelling):** उपयोगकर्ता को भावनात्मक रूप से जोड़ने के लिए।
- **सामग्री का विभाजन (Content Segmentation):** बड़ी जानकारी को छोटे हिस्सों में प्रस्तुत करना।
- **इंटरएक्टिव तत्व (Interactive Elements):** पोल, क्विज़ और प्रतिक्रिया विकल्प के माध्यम से सहभागिता बढ़ाना।
- **सुसंगत ब्रांडिंग (Consistent Branding):** सामग्री के रंग, फ़ॉन्ट और शैली का स्थिर उपयोग।

डिजिटल संचार और सोशल मीडिया ने हमारी संवाद प्रक्रिया को पूरी तरह बदल दिया है। ट्विटर, फेसबुक, इंस्टाग्राम और यूट्यूब जैसे प्लेटफ़ॉर्म ने सूचना का त्वरित प्रसार और सामाजिक जुड़ाव संभव बनाया है। प्रभावी प्रस्तुति तकनीकें जैसे संक्षिप्तता, दृश्य सामग्री और हैशटैग संदेश को अधिक आकर्षक और प्रभावशाली बनाती हैं। आज के युग में सोशल मीडिया केवल संवाद का माध्यम नहीं बल्कि शिक्षा, व्यापार, जागरूकता और सामाजिक परिवर्तन का शक्तिशाली उपकरण बन गया है।

इकाई 5.6: तकनीक, चुनौतियाँ और संभावनाएँ

5.6.1 तकनीकी विकास

आज के डिजिटल युग में पत्रकारिता के क्षेत्र में तकनीकी विकास ने एक नई क्रांति ला दी है। कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI), वर्चुअल रियलिटी (VR), और ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) जैसी तकनीकों ने न केवल समाचार प्रस्तुत करने के तरीके को बदला है, बल्कि पत्रकारों और समाचार संगठनों के लिए नई संभावनाओं के द्वार भी खोले हैं। AI, या कृत्रिम बुद्धिमत्ता, समाचार एकत्र करने, रिपोर्टिंग, और विश्लेषण करने में अहम भूमिका निभा रही है। उदाहरण के लिए, बड़े समाचार संगठन जैसे 'वॉशिंगटन पोस्ट' और 'रॉयटर्स' AI आधारित टूल्स का उपयोग कर वित्तीय रिपोर्ट, खेल परिणाम, और मौसम अपडेट जैसी रूटीन रिपोर्टिंग स्वतः तैयार कर रहे हैं। AI का उपयोग समाचार लेखों में तथ्य-जाँच (fact-checking) के लिए भी किया जा रहा है। यह तकनीक न केवल खबरों की सटीकता बढ़ाती है, बल्कि पत्रकारों को अधिक समय संवेदनशील और जटिल कहानियों पर ध्यान केंद्रित करने का अवसर देती है। इसके साथ ही, वर्चुअल रियलिटी (VR) पत्रकारिता में पाठकों और दर्शकों को घटनास्थल का प्रत्यक्ष अनुभव प्रदान करने का माध्यम बन गई है। VR तकनीक के माध्यम से दर्शक किसी युद्ध क्षेत्र, प्राकृतिक आपदा, या किसी सांस्कृतिक उत्सव का अनुभव अपने घर बैठे ही कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, 'द न्यूयॉर्क टाइम्स' ने VR आधारित डॉक्यूमेंट्री प्रस्तुत की, जिसमें दर्शकों को सीरिया के शरणार्थी शिविर का अनुभव कराया गया। इस तकनीक ने पाठकों के भावनात्मक जुड़ाव को बढ़ाया और खबर को केवल पढ़ने या देखने के बजाय महसूस करने का अवसर प्रदान किया। ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) भी पत्रकारिता में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। AR के माध्यम से समाचार सामग्री में इंटरैक्टिव और इन्फ़ॉर्मेटिव तत्व जोड़े जा सकते हैं। उदाहरण के लिए, किसी चुनाव रिपोर्ट में AR का उपयोग कर वोटिंग डेटा, नक्शे और ग्राफिकल एनालिटिक्स को दर्शकों के सामने प्रस्तुत किया जा सकता है। पाठक या दर्शक अपने स्मार्टफोन या टैबलेट के माध्यम से इन इंटरैक्टिव डेटा का विश्लेषण कर सकते हैं। इस तरह, AI, VR, और AR मिलकर पत्रकारिता को अधिक प्रभावशाली, सटीक और दर्शक-केंद्रित बना रहे हैं।

इन तकनीकों के उपयोग ने पत्रकारिता में गति, सटीकता, और दृश्य अनुभव की गुणवत्ता को बढ़ाया है। जहां पहले समाचार केवल पाठ और तस्वीरों तक सीमित थे, अब तकनीक के माध्यम से पत्रकार अपने पाठकों को पूरी तरह से घटनाओं में शामिल कर सकते हैं। यह तकनीकी विकास न केवल पत्रकारिता की प्रक्रिया को बदल रहा है, बल्कि इसे भविष्य के लिए और अधिक रोमांचक और प्रभावशाली बना रहा है।

5.6.2 चुनौतियाँ: फेक न्यूज़ और डिजिटल डिवाइड

तकनीकी विकास के साथ-साथ पत्रकारिता में कई गंभीर चुनौतियाँ भी उभर कर सामने आई हैं। सबसे प्रमुख चुनौती फेक न्यूज़ (fake news) की समस्या है। डिजिटल प्लेटफॉर्म पर झूठी खबरें इतनी तेजी से फैलती हैं कि वास्तविक खबरें अक्सर पीछे छूट जाती हैं। सोशल मीडिया नेटवर्क्स जैसे फेसबुक, ट्विटर, और व्हाट्सएप पर फेक न्यूज़ का प्रसार एक गंभीर समस्या बन गया है। उदाहरण के लिए, भारत में चुनावों के दौरान विभिन्न राजनीतिक दलों के समर्थक सोशल मीडिया पर झूठी खबरें फैलाते हैं, जिससे जनता की सोच और मतदान पर प्रभाव पड़ता है। फेक न्यूज़ के साथ-साथ डिजिटल डिवाइड (digital divide) भी एक चुनौती है। डिजिटल डिवाइड का मतलब है कि समाज के कुछ वर्ग तकनीकी संसाधनों तक पहुँच नहीं रखते, जिससे उन्हें डिजिटल पत्रकारिता और समाचार की नवीन तकनीकों का लाभ नहीं मिल पाता। ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों के बीच यह अंतर और भी स्पष्ट हो जाता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी क्षेत्र में इंटरनेट की सुविधा सीमित है, तो वहाँ के लोग VR या AR आधारित समाचार का अनुभव नहीं कर पाएंगे। ऐसे में पत्रकारिता का उद्देश्य—सूचना का समान वितरण—पूरी तरह से पूरा नहीं हो पाता। इसके अतिरिक्त, तकनीक पर अत्यधिक निर्भरता का खतरा भी है। AI द्वारा तैयार की गई रिपोर्ट में कभी-कभी मानवीय संवेदनाओं और सामाजिक संदर्भ की कमी हो सकती है। इसी तरह, VR और AR तकनीक में उच्च लागत और तकनीकी जटिलताओं के कारण सभी समाचार संगठनों और दर्शकों के लिए यह सुविधा समान रूप से उपलब्ध नहीं हो पाती। इन चुनौतियों को देखते हुए पत्रकारिता को संतुलित दृष्टिकोण अपनाना होगा—जहां तकनीक का उपयोग हो, वहीं मानवीय तत्व और समाज की वास्तविक जरूरतें भी प्राथमिकता में रहें।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

5.6.3 संभावनाएँ: भविष्य की पत्रकारिता

भविष्य की पत्रकारिता तकनीकी नवाचारों और सामाजिक जिम्मेदारियों का सम्मिश्रण होगी। AI, VR, और AR जैसी तकनीकें पत्रकारिता को अधिक व्यक्तिगत, सजीव और इन्फ़ॉर्मेटिव बनाएंगी। उदाहरण के लिए, AI आधारित पर्सनलाइजेशन तकनीक के माध्यम से पाठकों को उनकी रुचियों के अनुसार खबरें उपलब्ध कराई जा सकती हैं। कोई छात्र विज्ञान और प्रौद्योगिकी से जुड़ी खबरों में अधिक रुचि रखता है, तो उसे AI के माध्यम से उसके पसंदीदा विषय की ताज़ा खबरें मिल सकती हैं। VR और AR तकनीक के माध्यम से पत्रकारिता का भविष्य और भी रोमांचक होगा। पाठक और दर्शक घटनाओं में खुद को शामिल महसूस करेंगे, जिससे खबरों का प्रभाव और गहन होगा। उदाहरण के लिए, प्राकृतिक आपदाओं या युद्ध क्षेत्रों की रिपोर्टिंग में VR का उपयोग पाठकों को घटनास्थल का वास्तविक अनुभव देगा, जिससे उनके भावनात्मक जुड़ाव और जागरूकता दोनों बढ़ेंगे। इसके अलावा, तकनीक का इस्तेमाल पत्रकारों को डेटा पत्रकारिता (data journalism) और एनालिटिक्स में भी सहायता करेगा। भविष्य में पत्रकार बड़े डेटा (big data) और AI एल्गोरिद्म की मदद से गहन विश्लेषण कर सकते हैं और पाठकों को बेहतर और तथ्यपरक खबरें प्रस्तुत कर सकते हैं। डिजिटल प्लेटफॉर्म के माध्यम से पत्रकारिता अधिक सुलभ और त्वरित होगी, जिससे समाज में जागरूकता और सूचना का प्रसार बढ़ेगा। भविष्य की पत्रकारिता न केवल सूचना देने का माध्यम होगी, बल्कि समाज में बदलाव लाने, नागरिकों को सशक्त बनाने और वैश्विक मुद्दों पर जागरूकता फैलाने का उपकरण भी बनेगी। तकनीकी नवाचार और मानवीय संवेदनाओं के संतुलन से पत्रकारिता अधिक विश्वसनीय, प्रभावशाली और सामाजिक रूप से उत्तरदायी बनेगी। इस प्रकार, तकनीकी विकास, चुनौतियाँ और संभावनाएँ मिलकर पत्रकारिता के वर्तमान और भविष्य के स्वरूप को परिभाषित कर रही हैं। AI, VR और AR जैसे नवाचार पत्रकारिता को अधिक सजीव, सटीक और इंटरैक्टिव बना रहे हैं, जबकि फेक न्यूज़ और डिजिटल डिवाइड जैसी चुनौतियाँ इसके प्रभाव को सीमित कर सकती हैं। भविष्य में तकनीक का समुचित और जिम्मेदार उपयोग पत्रकारिता को नई ऊँचाइयों तक पहुँचाएगा, जिससे समाज और नागरिकों के लिए अधिक सशक्त और जागरूक मीडिया का निर्माण होगा।

5.7 स्व-मूल्यांकन प्रश्न

5.7.1 बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQs):

1. रेडियो समाचार में सबसे महत्वपूर्ण है:

- क) लंबाई
- ख) स्पष्ट उच्चारण और सरल भाषा
- ग) जटिल शब्दावली
- घ) विजुअल

उत्तर: ख) स्पष्ट उच्चारण और सरल भाषा

2. टीवी समाचार में सबसे महत्वपूर्ण तत्व है:

- क) केवल शब्द
- ख) विजुअल/दृश्य
- ग) लंबाई
- घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) विजुअल/दृश्य

3. वेब स्टोरी की विशेषता है:

- क) केवल टेक्स्ट
- ख) हाइपरलिंक और मल्टीमीडिया
- ग) कागज पर प्रिंट
- घ) कोई इंटरैक्शन नहीं

उत्तर: ख) हाइपरलिंक और मल्टीमीडिया

4. MOJO का पूर्ण रूप है:

- क) Modern Journalism
- ख) Mobile Journalism
- ग) Modified Online Journalism
- घ) Moral Journalism

उत्तर: ख) Mobile Journalism



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

5. ट्विटर पर समाचार लिखते समय सबसे बड़ी सीमा है:

क) वर्ण सीमा (Character Limit)

ख) विषय

ग) भाषा

घ) समय

उत्तर: क) वर्ण सीमा (Character Limit)

6. टीवी पैकेज में शामिल होता है:

क) केवल एंकर बाइट

ख) विजुअल, वॉयस ओवर, बाइट, ग्राफिक्स

ग) केवल टेक्स्ट

घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) विजुअल, वॉयस ओवर, बाइट, ग्राफिक्स

7. ऑनलाइन पत्रकारिता की सबसे बड़ी विशेषता है:

क) धीमी गति

ख) तुरंत अपडेट और इंटरएक्टिविटी

ग) सीमित पहुँच

घ) केवल प्रिंट

उत्तर: ख) तुरंत अपडेट और इंटरएक्टिविटी

8. सोशल मीडिया पत्रकारिता में हैशटैग (#) का उपयोग होता है:

क) सजावट के लिए

ख) विषय और ट्रेंडिंग के लिए

ग) समय बर्बाद करने

घ) विज्ञापन

उत्तर: ख) विषय और ट्रेंडिंग के लिए

9. AI (Artificial Intelligence) पत्रकारिता में उपयोगी है:

क) डेटा विश्लेषण और स्वचालित रिपोर्टिंग में

ख) केवल मनोरंजन में



इलेक्ट्रॉनिक और
डिजिटल समाचार
लेखन

ग) विज्ञापन में

घ) इनमें से कोई नहीं

उत्तर: क) डेटा विश्लेषण और स्वचालित रिपोर्टिंग में

10. डिजिटल पत्रकारिता की सबसे बड़ी चुनौती है:

क) तकनीक

ख) फेक न्यूज़ और सत्यापन

ग) भाषा

घ) कागज की कमी

उत्तर: ख) फेक न्यूज़ और सत्यापन

5.7.2 लघु उत्तरीय प्रश्न (2-3 अंक):

1. रेडियो समाचार लेखन की तीन प्रमुख विशेषताएँ बताइए।
2. टीवी स्क्रिप्ट में विजुअल और ऑडियो का समन्वय क्यों महत्वपूर्ण है?
3. वेब स्टोरी और प्रिंट स्टोरी में क्या अंतर है?
4. मोबाइल पत्रकारिता (MOJO) के तीन फायदे बताइए।
5. सोशल मीडिया पर समाचार प्रस्तुति की तीन तकनीकें बताइए।

5.7.3 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (5-10 अंक):

1. रेडियो समाचार लेखन और प्रस्तुति का विस्तार से वर्णन कीजिए। रेडियो माध्यम की विशेषताएँ बताइए।
2. टीवी न्यूज़ (स्क्रिप्ट, विजुअल, पैकेजिंग) का विस्तृत परिचय देते हुए टेलीविजन समाचार निर्माण की प्रक्रिया समझाइए।
3. ऑनलाइन पत्रकारिता (वेब स्टोरी, ब्लॉग, पोर्टल न्यूज़) का विस्तार से वर्णन कीजिए।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

4. मोबाइल पत्रकारिता (MOJO) और सोशल मीडिया पर समाचार प्रस्तुति का तुलनात्मक अध्ययन कीजिए।
5. डिजिटल पत्रकारिता की तकनीक, चुनौतियाँ और संभावनाओं पर विस्तृत निबंध लिखिए।

मॉड्यूल 6

नैतिकता, कानून और चुनौतियाँ

संरचना

इकाई 6.1 समाचार संकलन और लेखन में नैतिकता

इकाई 6.2 प्रेस कानून और प्रेस काउंसिल

इकाई 6.3 फेक न्यूज़ और तथ्य-जांच

इकाई 6.4 विज्ञापन और समाचार के बीच संतुलन

इकाई 6.5 पत्रकार की जिम्मेदारी

6.0 उद्देश्य

- समाचार संकलन और लेखन में नैतिकता, जिम्मेदारी और निष्पक्षता के सिद्धांतों को समझना।
- प्रेस कानून, प्रेस काउंसिल और पत्रकारों के अधिकारों का अध्ययन करना।
- फेक न्यूज़ और तथ्य-जांच की तकनीकों से सत्यापन की प्रक्रिया सीखना।
- विज्ञापन और समाचार के बीच नैतिक संतुलन बनाए रखने के उपाय जानना।
- पत्रकार की सामाजिक जिम्मेदारी, व्यावसायिक उत्कृष्टता और लोकतांत्रिक दायित्वों को अपनाना।

इकाई 6.1: समाचार संकलन और लेखन में नैतिकता

6.1.1 नैतिक मूल्य

पत्रकारिता समाज का दर्पण मानी जाती है। यह वह माध्यम है जिसके द्वारा समाज में घटित घटनाएँ, विचार, नीतियाँ और परिवर्तन जनता तक पहुँचते हैं। इसलिए पत्रकारिता का नैतिक रूप से सशक्त और ईमानदार होना आवश्यक है। नैतिक मूल्य पत्रकारिता की आत्मा हैं, जो यह सुनिश्चित करते हैं कि सूचना का प्रसारण केवल लाभ या प्रचार के लिए नहीं, बल्कि सत्य और समाज कल्याण के उद्देश्य से किया जाए। पत्रकारिता में प्रमुख नैतिक मूल्यों में **सत्यता, निष्पक्षता और गोपनीयता** को विशेष स्थान प्राप्त है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

सत्यता (Truthfulness)

सत्यता पत्रकारिता का सबसे मूलभूत और सर्वोच्च मूल्य है। पत्रकार का प्रथम कर्तव्य सत्य की खोज करना और उसी को यथार्थ रूप में जनता के समक्ष प्रस्तुत करना है। सत्य से तात्पर्य केवल घटना की सच्चाई से नहीं, बल्कि उसके संदर्भ, पृष्ठभूमि और प्रभावों के ईमानदार चित्रण से भी है। किसी समाचार को बिना पुष्टि के प्रकाशित करना या आधे-अधूरे तथ्यों को प्रस्तुत करना सत्यता के सिद्धांत का उल्लंघन माना जाता है। पत्रकार को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि वह जिस सूचना को साझा कर रहा है, वह विश्वसनीय स्रोतों से प्राप्त हुई है और उसका प्रमाणिक सत्यापन हो चुका है। उदाहरण के लिए, किसी अपराध, दुर्घटना या राजनीतिक घटना की रिपोर्टिंग करते समय केवल अफवाहों या सोशल मीडिया पर प्रसारित संदेशों के आधार पर रिपोर्टिंग करना पत्रकारिता की सत्यता के विरुद्ध है। सत्यता का अर्थ यह भी है कि पत्रकार अपने निजी विचारों या पूर्वाग्रहों को समाचार में न मिलाए। समाचार में तथ्य ही बोलें, राय या टिप्पणी नहीं। यही कारण है कि विश्व की प्रमुख समाचार संस्थाएँ "फैक्ट-चेकिंग" पर विशेष ध्यान देती हैं, ताकि कोई गलत या भ्रमित करने वाली जानकारी जनता तक न पहुँचे।

निष्पक्षता (Impartiality)

निष्पक्षता पत्रकारिता का दूसरा महत्वपूर्ण नैतिक मूल्य है। पत्रकार का दायित्व केवल सत्य प्रस्तुत करना ही नहीं, बल्कि उसे बिना किसी पक्षपात के प्रस्तुत करना भी है। निष्पक्षता का अर्थ है—समाचार में किसी व्यक्ति, समूह, संगठन, दल, धर्म या विचारधारा के प्रति झुकाव न दिखाना। आज के युग में जब मीडिया पर व्यावसायिक दबाव और राजनीतिक प्रभाव बढ़ रहे हैं, निष्पक्षता बनाए रखना एक बड़ी चुनौती बन गई है। फिर भी, सच्चा पत्रकार वही है जो किसी भी प्रकार के दबाव या प्रलोभन के आगे झुके बिना केवल तथ्यों के आधार पर रिपोर्टिंग करता है। निष्पक्षता का पालन करते समय पत्रकार को यह ध्यान रखना चाहिए कि वह सभी पक्षों को समान अवसर दे। किसी विवाद या मतभेद के प्रसंग में सभी पक्षों का दृष्टिकोण प्रस्तुत करना पत्रकारिता की निष्पक्षता का हिस्सा है। यदि कोई मीडिया संस्थान किसी एक

विचारधारा या राजनीतिक समूह का पक्षधर बन जाता है, तो उसकी विश्वसनीयता पर प्रश्नचिह्न लग जाता है।

गोपनीयता (Confidentiality)

गोपनीयता भी पत्रकारिता का एक अत्यंत संवेदनशील और आवश्यक नैतिक मूल्य है। कई बार पत्रकार को सूचना देने वाले स्रोत (source) यह शर्त रखते हैं कि उनकी पहचान गुप्त रखी जाए। यह गोपनीयता का अधिकार पत्रकार और सूचना स्रोत दोनों के बीच के विश्वास का आधार होती है। यदि पत्रकार अपने स्रोत की पहचान उजागर कर देता है, तो न केवल उसकी विश्वसनीयता समाप्त होती है बल्कि भविष्य में अन्य लोग भी उससे जानकारी साझा करने में हिचकिचाएँगे। इसीलिए जिम्मेदार पत्रकार अपने स्रोत की गोपनीयता की रक्षा करता है, जब तक कि वह सूचना जनहित में आवश्यक न हो जाए। गोपनीयता का सिद्धांत केवल सूचना के स्रोत तक सीमित नहीं है, बल्कि उसमें उन निजी सूचनाओं का भी समावेश होता है जो किसी व्यक्ति की निजता से जुड़ी हों। पत्रकार को यह विवेक रखना चाहिए कि कौन-सी जानकारी सार्वजनिक की जानी चाहिए और कौन-सी नहीं। व्यक्तिगत जीवन से जुड़ी सूचनाओं को सनसनी फैलाने के लिए प्रकाशित करना नैतिक रूप से अनुचित है।

6.1.2 नैतिक दुविधाएँ

पत्रकारिता केवल सिद्धांतों का पालन करने का कार्य नहीं है, बल्कि अनेक बार ऐसे जटिल निर्णयों का सामना करना पड़ता है जहाँ दो नैतिक मूल्यों में टकराव हो जाता है। इस स्थिति को **नैतिक दुविधा (Ethical Dilemma)** कहा जाता है। पत्रकारों के लिए सबसे सामान्य नैतिक दुविधा है — “जनहित बनाम गोपनीयता”।

जनहित बनाम गोपनीयता

जनहित और गोपनीयता के बीच संतुलन बनाना पत्रकारिता की सबसे बड़ी चुनौती है। एक ओर जनता का यह अधिकार है कि उसे समाज और शासन से संबंधित सत्य जानकारी प्राप्त हो; दूसरी ओर, प्रत्येक व्यक्ति को अपने निजी जीवन की गोपनीयता का अधिकार भी है। जब कोई सूचना जनहित में महत्वपूर्ण हो, परंतु वह किसी व्यक्ति की निजता का उल्लंघन करती हो, तो पत्रकार के सामने नैतिक दुविधा उत्पन्न होती है।

उदाहरण के लिए, यदि कोई सार्वजनिक पद पर आसीन व्यक्ति भ्रष्टाचार में संलिप्त है, तो उसका पर्दाफाश जनहित में आवश्यक है। लेकिन यदि वही व्यक्ति अपने निजी जीवन में किसी व्यक्तिगत समस्या से गुजर रहा है जो जनहित से संबंधित नहीं है, तो उसे उजागर करना अनैतिक माना जाएगा। इसी प्रकार, अपराध रिपोर्टिंग या संवेदनशील घटनाओं जैसे बलात्कार, आत्महत्या, या पारिवारिक विवादों के मामलों में पीड़ित की पहचान उजागर करना उसकी निजता का हनन है। यहाँ पत्रकार को यह निर्णय लेना होता है कि कौन-सी जानकारी सार्वजनिक करना उचित है और कौन-सी नहीं। कई बार सरकार या संस्थान भी "राष्ट्रीय सुरक्षा" या "गोपनीय दस्तावेज़" का हवाला देकर सूचना देने से मना करते हैं। तब पत्रकार के सामने यह दुविधा होती है कि वह सूचना जनहित में उजागर करे या कानूनी नियमों का पालन करे। इन दुविधाओं का समाधान किसी एक स्थायी नियम से नहीं हो सकता। प्रत्येक स्थिति का मूल्यांकन पत्रकार को विवेक, अनुभव और नैतिक दृष्टिकोण से करना पड़ता है। इसलिए कहा गया है कि पत्रकारिता में नैतिकता केवल "क्या किया जाए" का प्रश्न नहीं, बल्कि "कैसे किया जाए" का भी प्रश्न है।



चित्र 6.1: नैतिकता और कानून

6.1.3 जिम्मेदार पत्रकारिता

पत्रकारिता समाज का चौथा स्तंभ मानी जाती है। यह लोकतंत्र की आत्मा है जो सत्ता, प्रशासन और जनता के बीच संतुलन बनाए रखती है। इसलिए पत्रकारिता में जिम्मेदारी और उत्तरदायित्व का होना अत्यंत आवश्यक है। **जिम्मेदार पत्रकारिता (Responsible Journalism)** का अर्थ है — ऐसा पत्रकारिक आचरण जिसमें सत्य, निष्पक्षता, संवेदनशीलता और समाजहित सर्वोपरि हों। जिम्मेदार पत्रकार अपने अधिकारों के साथ-साथ अपनी सीमाओं और कर्तव्यों को भी समझता है। वह यह जानता है कि मीडिया की शक्ति का उपयोग समाज को जोड़ने, शिक्षित करने और सशक्त बनाने के लिए होना चाहिए, न कि भ्रामक प्रचार या व्यक्तिगत लाभ के लिए।

आचार संहिता का पालन

जिम्मेदार पत्रकारिता के लिए सबसे आवश्यक तत्व है — **आचार संहिता (Code of Ethics)** का पालन। विभिन्न देशों में प्रेस परिषद या मीडिया नियामक संस्थाओं द्वारा पत्रकारिता की आचार संहिता निर्धारित की गई है। भारत में **“भारतीय प्रेस परिषद” (Press Council of India)** ने पत्रकारों के लिए विस्तृत आचार संहिता निर्धारित की है, जिसमें सत्यता, निष्पक्षता, संतुलन, गोपनीयता, और सामाजिक उत्तरदायित्व जैसे सिद्धांत शामिल हैं।

आचार संहिता का पालन करना केवल औपचारिक नियमों का अनुपालन नहीं है, बल्कि यह पत्रकार की नैतिक प्रतिबद्धता का प्रतीक है। उदाहरण के लिए —

- पत्रकार को किसी भी समाचार को प्रकाशित करने से पहले उसके तथ्य सत्यापित करने चाहिए।
- किसी व्यक्ति या संस्था पर बिना प्रमाण के आरोप लगाना अनुचित है।
- समाचार को सनसनीखेज बनाकर प्रस्तुत करना, या झूठे शीर्षक देकर ध्यान आकर्षित करना नैतिकता के विपरीत है।
- जाति, धर्म, भाषा या लिंग के आधार पर भेदभावपूर्ण रिपोर्टिंग करना अस्वीकार्य है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

- बच्चों, महिलाओं और वंचित वर्गों से संबंधित रिपोर्टिंग में विशेष संवेदनशीलता अपेक्षित है।

इन सिद्धांतों का पालन करने से न केवल पत्रकार की विश्वसनीयता बढ़ती है, बल्कि मीडिया संस्थान की छवि भी सुदृढ़ होती है।

जिम्मेदार पत्रकारिता की विशेषताएँ

1. **सत्य और तथ्यों पर आधारित रिपोर्टिंग** – जिम्मेदार पत्रकार किसी भी समाचार को प्रस्तुत करने से पहले पर्याप्त प्रमाण एकत्र करता है।
2. **जनहित को प्राथमिकता देना** – समाचार का उद्देश्य समाज की भलाई और जागरूकता होना चाहिए।
3. **संवेदनशीलता और सहानुभूति** – पत्रकार को पीड़ितों या कमजोर वर्गों के प्रति संवेदनशील रहना चाहिए।
4. **कानूनी और सामाजिक दायित्वों का पालन** – अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का अर्थ अराजकता नहीं है। पत्रकार को संविधान और कानूनों की मर्यादा का सम्मान करना चाहिए।
5. **स्वतंत्रता और पारदर्शिता** – पत्रकार को बाहरी दबावों से मुक्त रहकर कार्य करना चाहिए, ताकि समाचार निष्पक्ष और विश्वसनीय हो।

समाज में जिम्मेदार पत्रकारिता की आवश्यकता

आज के समय में जब “फेक न्यूज” और “ट्रेंड आधारित रिपोर्टिंग” का प्रचलन बढ़ रहा है, तब जिम्मेदार पत्रकारिता का महत्व और बढ़ गया है। मीडिया केवल सूचना का माध्यम नहीं, बल्कि सामाजिक परिवर्तन का साधन है। यदि पत्रकार अपनी जिम्मेदारी समझें और नैतिकता के दायरे में रहकर कार्य करें, तो मीडिया लोकतंत्र को और मजबूत बना सकता है। जिम्मेदार पत्रकारिता का अर्थ है — सत्ता से सवाल करना, जनता के हितों की रक्षा करना, और सामाजिक न्याय की आवाज़ को बुलंद करना।

इकाई 6.2: प्रेस कानून और प्रेस काउंसिल

6.2.1 प्रेस कानून (मानहानि, गोपनीयता, अवमानना)

भारत में प्रेस को “लोकतंत्र का चौथा स्तंभ” कहा जाता है। यह समाज में सूचना का प्रवाह, जनमत निर्माण और सत्ता के दुरुपयोग पर निगरानी का कार्य करता है। किंतु प्रेस की स्वतंत्रता के साथ कुछ कानूनी सीमाएँ भी जुड़ी हुई हैं ताकि अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का दुरुपयोग न हो। प्रेस कानूनों का उद्देश्य न केवल अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की रक्षा करना है, बल्कि समाज, व्यक्ति और न्यायपालिका की गरिमा को बनाए रखना भी है। प्रेस के प्रमुख कानूनी विषयों में **मानहानि, गोपनीयता और न्यायालय की अवमानना** शामिल हैं।

(1) मानहानि (Defamation): मानहानि का अर्थ है किसी व्यक्ति की प्रतिष्ठा या सामाजिक छवि को झूठे या अप्रमाणिक तथ्यों के माध्यम से हानि पहुँचाना। भारतीय दंड संहिता (IPC) की धारा 499 से 502 तक मानहानि से संबंधित प्रावधान दिए गए हैं। यदि कोई पत्रकार या समाचार माध्यम किसी व्यक्ति के बारे में ऐसा लेख, रिपोर्ट या समाचार प्रकाशित करता है जिससे उसकी प्रतिष्ठा को ठेस पहुँचती है, तो यह मानहानि की श्रेणी में आता है। मानहानि दो प्रकार की होती है— **लिखित (Libel)** और **मौखिक (Slander)**। लिखित रूप में प्रकाशित गलत सूचना जैसे समाचार, संपादकीय, या सोशल मीडिया पोस्ट ‘लिबेल’ कहलाती है, जबकि मौखिक रूप में बोले गए शब्द ‘स्लैंडर’ कहलाते हैं। हालाँकि, प्रेस को यह अधिकार है कि वह जनहित में सत्य तथ्यों का प्रकाशन करे। यदि किसी रिपोर्ट का उद्देश्य समाज के हित में सच्चाई का खुलासा करना है, तो वह मानहानि नहीं मानी जाएगी। न्यायालयों ने कई बार यह स्पष्ट किया है कि सत्य तथ्यों पर आधारित रिपोर्टिंग को अपराध नहीं माना जा सकता, बशर्ते उसमें दुर्भावना का उद्देश्य न हो। उदाहरण के लिए, भ्रष्टाचार या सरकारी दुरुपयोग से संबंधित रिपोर्टिंग यदि प्रमाणों के साथ की जाती है, तो वह जनहित में मानी जाती है।

(2) गोपनीयता (Privacy): गोपनीयता का अधिकार भारतीय संविधान के अनुच्छेद 21 के तहत “जीवन और व्यक्तिगत स्वतंत्रता” का हिस्सा माना गया है। पत्रकारों के लिए यह आवश्यक है कि वे किसी व्यक्ति की निजी जिंदगी से जुड़ी जानकारी को प्रकाशित करते समय उसकी सहमति का ध्यान रखें। किसी व्यक्ति की निजी



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

गतिविधियों, पारिवारिक मामलों या चिकित्सीय रिपोर्टों को बिना अनुमति सार्वजनिक करना गोपनीयता का उल्लंघन माना जा सकता है।

हालाँकि, यदि कोई मामला सार्वजनिक जीवन से संबंधित है, जैसे कि किसी सार्वजनिक पदाधिकारी की कार्यशैली, भ्रष्टाचार, या लोकहित से जुड़ा मुद्दा, तो पत्रकार उसका खुलासा कर सकते हैं। गोपनीयता और जनहित के बीच यह संतुलन पत्रकारिता के नैतिक मानकों का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। सुप्रीम कोर्ट ने *के.एस. पुट्टस्वामी बनाम भारत संघ (2017)* के ऐतिहासिक निर्णय में यह स्पष्ट किया कि गोपनीयता का अधिकार मौलिक अधिकार है, और मीडिया को इस सीमा का पालन करना आवश्यक है।

(3) अवमानना (Contempt of Court): न्यायपालिका लोकतंत्र का एक प्रमुख स्तंभ है और उसकी गरिमा की रक्षा प्रत्येक नागरिक, विशेषकर प्रेस की जिम्मेदारी है। प्रेस रिपोर्टिंग के दौरान यदि किसी पत्रकार की टिप्पणी न्यायालय, न्यायाधीश या न्यायिक प्रक्रिया की प्रतिष्ठा को ठेस पहुँचाती है, तो यह “न्यायालय की अवमानना” मानी जा सकती है। अवमानना के दो प्रकार होते हैं— **न्यायालय की प्रत्यक्ष अवमानना (Civil Contempt)** और **अप्रत्यक्ष अवमानना (Criminal Contempt)**।

भारतीय “Contempt of Courts Act, 1971” के अंतर्गत न्यायालय को यह अधिकार प्राप्त है कि वह अवमानना करने वाले व्यक्ति पर दंड आरोपित कर सके। प्रेस के लिए यह आवश्यक है कि वे किसी मुकदमे के दौरान विचाराधीन मामलों (Sub Judice) पर ऐसी टिप्पणी न करें जिससे न्यायालय की निष्पक्षता प्रभावित हो। हालाँकि, न्यायालय ने यह भी माना है कि आलोचना और अवमानना में अंतर होता है— रचनात्मक आलोचना लोकतंत्र के लिए आवश्यक है, परंतु असत्य या पूर्वाग्रही आरोप न्यायालय की गरिमा को ठेस पहुँचाते हैं। इस प्रकार, प्रेस कानूनों का उद्देश्य प्रेस की स्वतंत्रता को सीमित करना नहीं है, बल्कि उसे जिम्मेदारी के दायरे में संचालित करना है ताकि पत्रकारिता सशक्त और नैतिक बने।

6.2.2 प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया (गठन, भूमिका, मानदंड)

भारत में प्रेस की स्वतंत्रता और उत्तरदायित्व सुनिश्चित करने के लिए **प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया (PCI)** की स्थापना की गई। यह संस्था मीडिया और पत्रकारिता के नैतिक मानकों को बनाए रखने तथा प्रेस की स्वतंत्रता की रक्षा के लिए कार्य करती है।

(1) गठन: प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया की स्थापना **प्रेस काउंसिल एक्ट, 1978** के तहत हुई। इसका मुख्यालय नई दिल्ली में स्थित है। इस संस्था का गठन भारत सरकार द्वारा किया जाता है, और इसमें अध्यक्ष के साथ 28 सदस्य होते हैं। अध्यक्ष आमतौर पर सर्वोच्च न्यायालय के सेवानिवृत्त न्यायाधीश होते हैं। सदस्यों में संपादक, पत्रकार, समाचार एजेंसी प्रतिनिधि, लोकसभा और राज्यसभा सदस्य, और सांस्कृतिक व विधिक क्षेत्र के विशेषज्ञ शामिल होते हैं। इस परिषद का कार्यकाल तीन वर्ष का होता है, जिसके बाद नए सदस्यों की नियुक्ति की जाती है। इसका उद्देश्य है प्रेस की स्वतंत्रता को बनाए रखना, उसे दुरुपयोग से रोकना और पत्रकारिता के मानदंडों का संरक्षण करना।

(2) भूमिका: प्रेस काउंसिल की भूमिका तीन प्रमुख आधारों पर टिकी है— **संरक्षण, सुधार, और परामर्श।**

- यह संस्था प्रेस की स्वतंत्रता को बनाए रखने के लिए किसी भी सरकारी या गैर-सरकारी हस्तक्षेप का विरोध करती है।
- यह पत्रकारिता में मानक और नैतिकता सुनिश्चित करने के लिए दिशा-निर्देश जारी करती है।
- यह जनता की शिकायतों की सुनवाई करती है, जब किसी समाचार पत्र या मीडिया संस्था पर गलत रिपोर्टिंग या अनैतिक आचरण का आरोप लगता है।
- यह पत्रकारों के हितों की रक्षा करती है और प्रेस को आत्म-अनुशासन की ओर प्रेरित करती है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

प्रेस काउंसिल के निर्णय न्यायालय की तरह बाध्यकारी नहीं होते, परंतु उनकी नैतिक शक्ति और जनविश्वास उन्हें प्रभावशाली बनाते हैं। यह संस्था प्रेस और समाज के बीच सेतु का कार्य करती है और मीडिया को विश्वसनीय बनाए रखने का प्रयास करती है।

(3) मानदंड (Ethical Norms): प्रेस काउंसिल ने पत्रकारों और समाचार माध्यमों के लिए कई नैतिक मानदंड निर्धारित किए हैं, जिनका उद्देश्य है सटीक, निष्पक्ष और जिम्मेदार पत्रकारिता को बढ़ावा देना। इनमें प्रमुख हैं:

- सत्य, सटीकता और निष्पक्षता पर आधारित रिपोर्टिंग।
- किसी की निजी जिंदगी में अनुचित हस्तक्षेप न करना।
- समाचार और विज्ञापन में स्पष्ट भेद बनाए रखना।
- धार्मिक, जातीय या सांप्रदायिक सौहार्द को भड़काने वाली सामग्री से परहेज।
- अल्पसंख्यकों, महिलाओं, बच्चों और पीड़ित वर्गों के सम्मान की रक्षा।

प्रेस काउंसिल के इन मानदंडों के पालन से मीडिया में विश्वसनीयता बढ़ती है और समाज में संतुलित सूचना प्रवाह बना रहता है।

6.2.3 पत्रकारों के अधिकार (सूचना का अधिकार - RTI)

पत्रकार लोकतंत्र की आत्मा हैं। वे नागरिकों तक सूचना पहुँचाने का कार्य करते हैं, जिससे शासन की पारदर्शिता और जवाबदेही सुनिश्चित होती है। परंतु अपने कर्तव्यों के प्रभावी निर्वहन के लिए पत्रकारों को कुछ कानूनी और संवैधानिक अधिकार प्राप्त हैं, जिनमें सबसे प्रमुख है **सूचना का अधिकार (Right to Information - RTI)**।

(1) पत्रकारों के अधिकारों का महत्व: पत्रकारों के अधिकारों का उद्देश्य यह सुनिश्चित करना है कि वे बिना भय, दबाव या सेंसरशिप के स्वतंत्र रूप से कार्य कर सकें। भारत के संविधान के अनुच्छेद 19(1)(a) के तहत नागरिकों को “अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता” का अधिकार प्राप्त है, और यही अधिकार पत्रकारों के लिए प्रेस की स्वतंत्रता के रूप में लागू होता है। यह अधिकार उन्हें समाचार संकलन, प्रकाशन, रिपोर्टिंग और आलोचना करने की स्वतंत्रता देता है।

पत्रकारों को यह भी अधिकार है कि वे अपने स्रोतों की गोपनीयता बनाए रखें। कई बार शासन या शक्तिशाली व्यक्ति पत्रकारों पर स्रोत बताने का दबाव डालते हैं, किंतु न्यायपालिका ने माना है कि पत्रकारों को अपने स्रोत की गोपनीयता की रक्षा करने का अधिकार है, जब तक कि यह जनहित के प्रतिकूल न हो।

(2) सूचना का अधिकार (RTI): भारत में सूचना का अधिकार अधिनियम, 2005

(RTI Act, 2005) पत्रकारों और आम नागरिकों के लिए एक सशक्त उपकरण है। इस कानून के तहत किसी भी नागरिक को सरकार के किसी भी विभाग, मंत्रालय, सार्वजनिक प्राधिकरण या संस्थान से जानकारी प्राप्त करने का अधिकार है। पत्रकारों के लिए यह कानून अत्यंत महत्वपूर्ण है क्योंकि यह उन्हें सरकारी कार्यप्रणाली, बजट व्यय, निर्णय प्रक्रिया और नीति निर्माण से संबंधित तथ्यात्मक सूचनाएँ प्राप्त करने की अनुमति देता है। RTI के माध्यम से पत्रकार भ्रष्टाचार, कुप्रबंधन और सार्वजनिक संसाधनों के दुरुपयोग का खुलासा कर सकते हैं। इस अधिनियम ने “खोजी पत्रकारिता” (Investigative Journalism) को एक नया आयाम दिया है। उदाहरण के लिए, कई घोटालों और सरकारी अनियमितताओं का पर्दाफाश RTI आवेदन के माध्यम से संभव हुआ है।

(3) RTI की सीमाएँ और चुनौतियाँ: हालाँकि सूचना का अधिकार पत्रकारों के लिए एक शक्तिशाली साधन है, फिर भी इसकी कुछ सीमाएँ हैं। राष्ट्रीय सुरक्षा, रणनीतिक हित, गोपनीय दस्तावेज़ और व्यक्तिगत गोपनीयता से जुड़ी जानकारी को RTI के दायरे से बाहर रखा गया है। इसके अलावा, कई बार सरकारी अधिकारी सूचना देने में टालमटोल करते हैं, जिससे पत्रकारों को कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। कुछ मामलों में पत्रकारों को RTI के माध्यम से प्राप्त सूचनाओं के प्रकाशन के बाद धमकियाँ भी मिलती हैं। इसलिए आवश्यक है कि सरकार और समाज पत्रकारों की सुरक्षा सुनिश्चित करें, ताकि वे स्वतंत्र रूप से अपनी भूमिका निभा सकें।

(4) अन्य अधिकार: सूचना के अधिकार के अलावा, पत्रकारों को श्रम और सेवा से संबंधित अधिकार भी प्राप्त हैं। प्रेस और कार्यरत पत्रकारों के हितों की रक्षा के लिए “वर्किंग जर्नलिस्ट्स एंड अदर न्यूजपेपर एम्प्लॉयीज़ (कंडीशन्स ऑफ सर्विस) एक्ट,



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

1955" लागू है। यह कानून पत्रकारों के वेतन, कार्य समय, अवकाश, और सुरक्षा से संबंधित प्रावधान करता है। इसके अलावा, पत्रकारों को "फ्रीडम ऑफ मूवमेंट" का अधिकार भी है ताकि वे किसी भी क्षेत्र में जाकर रिपोर्टिंग कर सकें। यह अधिकार विशेष रूप से आपातकाल, चुनाव या आपदा की स्थिति में महत्वपूर्ण हो जाता है।

भारत में प्रेस कानून, प्रेस काउंसिल और पत्रकारों के अधिकार एक दूसरे के पूरक हैं। ये न केवल प्रेस की स्वतंत्रता की रक्षा करते हैं, बल्कि उसकी जवाबदेही भी तय करते हैं। मानहानि, गोपनीयता और अवमानना जैसे कानूनी प्रावधान पत्रकारिता को अनुशासित और संतुलित बनाते हैं। प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया पत्रकारिता की नैतिकता और गुणवत्ता को बनाए रखने का कार्य करती है, जबकि सूचना का अधिकार पत्रकारों को सशक्त बनाता है ताकि वे समाज के प्रति अपनी जवाबदेही निभा सकें। एक स्वस्थ लोकतंत्र के लिए स्वतंत्र और जिम्मेदार प्रेस का होना आवश्यक है। अतः प्रेस को चाहिए कि वह अपने अधिकारों का उपयोग जिम्मेदारी और सत्यनिष्ठा के साथ करे, ताकि जनता का विश्वास और लोकतंत्र की जड़ें दोनों सशक्त बनी रहें।

इकाई 6.3: फेक न्यूज़ और तथ्य-जांच

6.3.1 फेक न्यूज़ (Fake News)

परिभाषा, प्रकार, प्रभाव

आज के डिजिटल युग में सूचना का प्रवाह तीव्रता से बढ़ा है। सोशल मीडिया, न्यूज़ पोर्टल, ब्लॉग्स और व्हाट्सएप जैसे मैसेजिंग प्लेटफ़ॉर्म के माध्यम से जानकारी तुरंत एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक पहुँच जाती है। परंतु इसी तेजी ने एक बड़ी चुनौती भी उत्पन्न की है — *फेक न्यूज़* यानी *झूठी या भ्रामक खबरें*

फेक न्यूज़ की परिभाषा: फेक न्यूज़ उन जानकारीयों को कहा जाता है जो जानबूझकर या अनजाने में झूठी, भ्रामक या अधूरी होती हैं, और जिनका उद्देश्य किसी व्यक्ति, संगठन, समाज या राष्ट्र के बारे में गलत धारणा बनाना या भ्रम फैलाना होता है। ये समाचार किसी प्रमाणित स्रोत से नहीं आते और अक्सर सोशल मीडिया के माध्यम से वायरल किए जाते हैं।

सरल शब्दों में कहा जाए तो —

“फेक न्यूज़ वह जानकारी है जो दिखने में समाचार जैसी लगती है परंतु उसका वास्तविक आधार या तथ्य सत्य नहीं होते।”

फेक न्यूज़ के प्रकार:

1. **पूरी तरह झूठी खबरें (Completely Fabricated News):** ये समाचार काल्पनिक होते हैं और इनमें कोई तथ्यात्मक आधार नहीं होता। उदाहरण के लिए, किसी प्रसिद्ध व्यक्ति की मृत्यु या गिरफ्तारी की झूठी खबर।
2. **भ्रामक शीर्षक (Misleading Headlines):** कई बार खबर का शीर्षक ऐसा बनाया जाता है जो ध्यान आकर्षित करे, परंतु खबर की वास्तविक सामग्री उससे मेल नहीं खाती। इसे *क्लिकबेट* भी कहा जाता है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

3. **आधे-अधूरे तथ्य (Half-truths):** इसमें कुछ तथ्य सही होते हैं लेकिन बाकी जानकारी छिपा दी जाती है या गलत तरीके से प्रस्तुत की जाती है, जिससे पाठक भ्रमित होता है।
4. **सैटायर या पैरोडी (Satire or Parody):** कई वेबसाइट या सोशल मीडिया पेज मज़ाक या व्यंग्य के रूप में खबरें प्रकाशित करते हैं, परंतु पाठक उसे वास्तविक समाचार मान लेते हैं।
5. **छेड़ी गई तस्वीरें और वीडियो (Manipulated Media):** इसमें असली तस्वीरों या वीडियो को एडिट कर ऐसा बनाया जाता है कि वह झूठी घटना का सबूत लगे।
6. **राजनीतिक या वैचारिक प्रचार (Propaganda):** यह प्रकार विशेष विचारधारा, पार्टी या समूह के हित में झूठी जानकारी फैलाने के लिए किया जाता है।

फेक न्यूज़ के प्रभाव:

1. **सामाजिक विघटन:** झूठी खबरें समाज में नफरत, अविश्वास और हिंसा को जन्म देती हैं। उदाहरण के लिए, धार्मिक या जातीय भेदभाव से जुड़ी अफवाहें दंगे भड़का सकती हैं।
2. **राजनीतिक दुष्प्रभाव:** चुनावों के दौरान फेक न्यूज़ का प्रयोग जनता को भ्रमित करने या किसी पार्टी को लाभ-हानि पहुँचाने के लिए किया जाता है।
3. **मनोवैज्ञानिक प्रभाव:** लगातार फेक न्यूज़ पढ़ने से व्यक्ति में भय, असुरक्षा या अविश्वास की भावना बढ़ जाती है।
4. **मीडिया की विश्वसनीयता में कमी:** जब झूठी खबरें बार-बार सामने आती हैं, तो जनता का भरोसा असली मीडिया पर भी कम होने लगता है।
5. **राष्ट्रीय सुरक्षा को खतरा:** कई बार फेक न्यूज़ का इस्तेमाल देश की सुरक्षा, सेना या सरकार के खिलाफ गलत सूचना फैलाने के लिए किया जाता है।

6. **आर्थिक नुकसान:** किसी कंपनी या उत्पाद के बारे में गलत खबर फैलने से उसकी छवि खराब होती है और आर्थिक हानि हो सकती है।

नैतिकता, कानून
और चुनौतियाँ

6.3.2 तथ्य-जांच (Fact-Checking)

सत्यापन तकनीकें और उपकरण

फेक न्यूज़ से लड़ने का सबसे प्रभावी तरीका है *तथ्य-जांच (Fact-Checking)*। यह प्रक्रिया किसी भी खबर, चित्र, वीडियो या दावे की सत्यता को परखने की होती है।

तथ्य-जांच की परिभाषा:

“तथ्य-जांच वह प्रक्रिया है जिसके माध्यम से किसी समाचार या जानकारी की सत्यता की जांच विश्वसनीय स्रोतों, आंकड़ों और साक्ष्यों के आधार पर की जाती है।”

तथ्य-जांच की आवश्यकता: आज सूचना की बाढ़ में सच्चाई और झूठ में फर्क करना कठिन हो गया है। इसलिए यह जरूरी है कि पाठक या दर्शक खुद जांचें कि जो जानकारी वह प्राप्त कर रहा है वह प्रामाणिक है या नहीं।

तथ्य-जांच की प्रमुख तकनीकें:

स्रोत की जांच (Verify the Source): खबर किस वेबसाइट या चैनल से आई है, उसकी विश्वसनीयता क्या है, यह देखना चाहिए। आधिकारिक वेबसाइट या सरकारी प्रेस विज्ञप्ति को प्राथमिक स्रोत माना जाना चाहिए।

शीर्षक और सामग्री का मिलान (Cross-check the Content): शीर्षक और समाचार की वास्तविक सामग्री में अंतर है या नहीं, यह देखना आवश्यक है। कई बार सनसनी फैलाने के लिए शीर्षक भ्रामक बना दिया जाता है।

तारीख और संदर्भ की जाँच (Check the Date and Context): पुरानी खबरों को वर्तमान के रूप में पेश किया जाता है, जिससे भ्रम फैलता है। घटना का संदर्भ और समय दोनों को जांचना जरूरी है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

छवियों की सत्यता (Image Verification): रिवर्स इमेज सर्च (Reverse Image Search) के माध्यम से यह पता लगाया जा सकता है कि कोई तस्वीर कब और कहाँ से ली गई थी। Google Images, TinEye जैसे टूल्स इसमें मदद करते हैं।

वीडियो की जांच: InVid या Amnesty YouTube DataViewer जैसे उपकरणों से वीडियो की लोकेशन, अपलोड डेट और एडिटिंग की जांच की जा सकती है।

फैक्ट-चेकिंग वेबसाइटों का उपयोग भारत और विश्व में कई विश्वसनीय फैक्ट-चेकिंग वेबसाइटें हैं, जैसे —

- **Alt News (भारत)**
- **BOOM Live (भारत)**
- **Factly (भारत)**
- **PolitiFact (अमेरिका)**
- **Snopes (अंतरराष्ट्रीय)**

2. ऑफिशियल स्टेटमेंट की पुष्टि:

- यदि कोई समाचार किसी व्यक्ति या संस्था से जुड़ा है, तो उनकी आधिकारिक वेबसाइट या सोशल मीडिया अकाउंट से सत्यापन किया जाना चाहिए।

तथ्य-जांच के लिए कुछ डिजिटल उपकरण:

- **Google Fact Check Tools**
- **CrowdTangle** (सोशल मीडिया पोस्ट ट्रैकिंग)
- **Hoaxy** (फेक न्यूज़ ट्रैसिंग)
- **Reverse Image Search (Google / Bing)**
- **DataWrapper, Tableau** (डेटा सत्यापन हेतु)

तथ्य-जांच की प्रक्रिया:

1. संदिग्ध समाचार की पहचान करें।
2. मूल स्रोत की खोज करें।
3. वैकल्पिक स्रोतों से तुलना करें।
4. तथ्यात्मक प्रमाण (डेटा, दस्तावेज़, फोटो, वीडियो) जांचें।
5. विश्वसनीय वेबसाइट से अंतिम पुष्टि करें।

तथ्य-जांच का महत्व:

- यह गलत सूचना के प्रसार को रोकता है।
- नागरिकों में मीडिया साक्षरता को बढ़ावा देता है।
- पत्रकारिता की पारदर्शिता और विश्वसनीयता बनाए रखता है।

6.3.3 जिम्मेदारी (Responsibility)

फेक न्यूज़ से लड़ना

फेक न्यूज़ के प्रसार को रोकने की जिम्मेदारी केवल सरकार या मीडिया की नहीं है, बल्कि यह *हर नागरिक, पत्रकार और तकनीकी प्लेटफॉर्म* की सामूहिक जिम्मेदारी है।

1. नागरिकों की जिम्मेदारी:

- **सूचना साझा करने से पहले जांचें:** किसी भी खबर को पढ़कर तुरंत शेयर न करें; पहले उसके स्रोत और सत्यता की जांच करें।
- **भावनात्मक खबरों से सावधान रहें:** फेक न्यूज़ अक्सर गुस्सा, नफरत या डर उत्पन्न करने के लिए बनाई जाती हैं।
- **विश्वसनीय स्रोतों से ही जानकारी लें:** सरकारी वेबसाइट, प्रतिष्ठित समाचार पत्र या प्रमाणित पोर्टल को प्राथमिकता दें।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

- **मीडिया साक्षरता बढ़ाएं:** डिजिटल मीडिया का सही उपयोग और विश्लेषणात्मक सोच विकसित करना जरूरी है।

2. पत्रकारों और मीडिया संस्थानों की जिम्मेदारी:

- स्रोत की पुष्टि के बिना समाचार न चलाएं।
- तथ्य-जांच टीमों का गठन करें।
- संपादकीय मानकों का पालन करें।
- गलत खबर प्रकाशित होने पर सार्वजनिक रूप से सुधार जारी करें।
- न्यूज़ रिपोर्टिंग में निष्पक्षता बनाए रखें।

3. सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की जिम्मेदारी:

- **एंटी-फेक न्यूज़ एल्गोरिद्म का प्रयोग:** फेक न्यूज़ की पहचान कर उसे फ्लैग करना।
- **फैक्ट-चेकिंग संगठनों के साथ सहयोग:** जैसे ट्रिटर, फेसबुक और यूट्यूब फैक्ट-चेक पार्टनर्स के साथ मिलकर झूठी खबरों को हटाते हैं।
- **रिपोर्टिंग सिस्टम को मजबूत बनाना:** ताकि यूज़र झूठी सामग्री की रिपोर्ट आसानी से कर सकें।

4. सरकार की जिम्मेदारी:

- **कानूनी प्रावधान:** सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम (IT Act) के तहत फेक न्यूज़ फैलाने पर कार्रवाई की जा सकती है।
- **जागरूकता अभियान:** नागरिकों को शिक्षित करने के लिए मीडिया साक्षरता कार्यक्रम चलाना आवश्यक है।
- **नियमित निगरानी:** साइबर सेल और प्रेस सूचना ब्यूरो (PIB) के माध्यम से झूठी खबरों की निगरानी की जानी चाहिए।

5. शैक्षणिक संस्थानों की भूमिका:

- छात्रों में *मीडिया लिटरेसी* और *क्रिटिकल थिंकिंग* की शिक्षा दी जाए।
- उन्हें यह सिखाया जाए कि कौन-सा स्रोत भरोसेमंद है और कौन-सा नहीं।

6. सामूहिक प्रयास:

फेक न्यूज़ से मुकाबला किसी एक वर्ग का कार्य नहीं है। समाज, सरकार, मीडिया और नागरिक सभी को मिलकर इस समस्या का समाधान करना होगा।

फेक न्यूज़ आज सूचना युग की सबसे बड़ी चुनौतियों में से एक है। यह न केवल समाज में भ्रम और अविश्वास फैलाती है, बल्कि लोकतांत्रिक ढांचे और सामाजिक एकता को भी खतरा पहुंचाती है। इसका समाधान केवल तकनीकी उपायों से नहीं, बल्कि *सजग नागरिकता, सटीक पत्रकारिता और मजबूत तथ्य-जांच प्रणाली* से संभव है। हर व्यक्ति को यह समझना होगा कि जानकारी साझा करने से पहले सत्यापन करना उसकी नैतिक जिम्मेदारी है। जब हर नागरिक सच और झूठ में अंतर करना सीख जाएगा, तब ही हम एक स्वस्थ, पारदर्शी और सशक्त सूचना समाज का निर्माण कर पाएंगे।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

इकाई 6.4: विज्ञापन और समाचार के बीच संतुलन

6.4.1 विज्ञापन और समाचार

समाचार माध्यमों का प्रमुख उद्देश्य समाज को सही, निष्पक्ष और सटीक सूचना देना होता है। लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रूप में मीडिया की जिम्मेदारी केवल खबर देना नहीं, बल्कि जनमत का निर्माण करना और सत्ता-संस्थानों पर निगरानी रखना भी है। किंतु आधुनिक युग में मीडिया संस्थान एक व्यावसायिक उद्योग के रूप में भी विकसित हुए हैं। इस उद्योग का आर्थिक आधार "विज्ञापन" है। यही कारण है कि आज मीडिया संस्थान अपनी आय का एक बड़ा हिस्सा विज्ञापनों से प्राप्त करते हैं।

राजस्व का महत्व

विज्ञापन किसी भी मीडिया संगठन के लिए राजस्व का प्रमुख स्रोत है। प्रिंट मीडिया में पाठक संख्या के अनुरूप विज्ञापन दरें निर्धारित होती हैं, जबकि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में टीआरपी (Television Rating Point) और डिजिटल मीडिया में क्लिक या व्यू के आधार पर विज्ञापन दर तय की जाती है। इस तरह समाचार संस्थान अपने संचालन, वेतन, तकनीकी निवेश और विस्तार के लिए विज्ञापनों पर निर्भर रहते हैं। विज्ञापनों से मिलने वाली आय के बिना कोई भी मीडिया संस्थान दीर्घकाल तक आर्थिक रूप से टिक नहीं सकता। इसलिए विज्ञापन का होना आवश्यक है, लेकिन जब विज्ञापन की प्राथमिकता समाचार की निष्पक्षता से ऊपर रख दी जाती है, तब यह स्थिति नैतिक संकट उत्पन्न करती है।

नैतिकता बनाम राजस्व की द्वंद्व स्थिति

राजस्व की यह आवश्यकता कई बार पत्रकारिता की मूल आत्मा — निष्पक्षता, वस्तुनिष्ठता और जनहित — को प्रभावित करती है। मीडिया संस्थान विज्ञापनदाता कंपनियों के दबाव में ऐसे समाचारों को प्रमुखता देते हैं जो उनके व्यावसायिक हितों से मेल खाते हों, जबकि जनहित या सामाजिक मुद्दों को हाशिए पर डाल दिया जाता है। उदाहरणस्वरूप, यदि कोई बड़ी कंपनी किसी समाचार पत्र को भारी विज्ञापन देती है, तो उसके खिलाफ किसी नकारात्मक रिपोर्ट को प्रकाशित करने में संपादकीय टीम हिचकिचा सकती है। इससे पत्रकारिता की विश्वसनीयता पर प्रश्न उठता है।

राजस्व और नैतिकता के बीच यह संघर्ष आज लगभग हर समाचार माध्यम में देखा जा सकता है — चाहे वह टेलीविज़न चैनल हो, समाचार पत्र हो या डिजिटल पोर्टल। कई बार तो संपादकीय निर्णय आर्थिक लाभ के आधार पर लिए जाते हैं, जिससे मीडिया का लोकतांत्रिक चरित्र कमजोर होता है।

प्रभाव और परिणाम

1. **समाचारों का व्यावसायीकरण** – समाचारों की सामग्री मनोरंजन या प्रचार में बदल जाती है। जनहित की खबरें कम होती हैं।
2. **पत्रकारों की स्वायत्तता में कमी** – पत्रकारों को कॉर्पोरेट नीति के अनुरूप लिखना पड़ता है।
3. **जनविश्वास में गिरावट** – जनता मीडिया पर विश्वास खोने लगती है, जिससे लोकतंत्र की गुणवत्ता प्रभावित होती है।
4. **विज्ञापन आधारित पूर्वाग्रह** – जिन कंपनियों से विज्ञापन नहीं मिलते, उनके उत्पादों या विचारों को मीडिया में जगह नहीं मिलती।

समाधान

- मीडिया संस्थानों को राजस्व और संपादकीय विभागों को अलग रखना चाहिए।
- विज्ञापन की पारदर्शी नीति अपनाई जानी चाहिए।
- प्रेस परिषद, ट्राई (TRAI) और अन्य नियामक संस्थाओं को कड़े दिशा-निर्देश लागू करने चाहिए।
- पत्रकारों को नैतिक प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए ताकि वे व्यावसायिक दबावों के बावजूद निष्पक्ष रह सकें।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

6.4.2 पेड न्यूज़ : परिभाषा, समस्या और समाधान

परिभाषा

“पेड न्यूज़” (Paid News) वह स्थिति है जब किसी समाचार संस्था या पत्रकार द्वारा धन, उपहार या अन्य लाभ के बदले किसी व्यक्ति, संस्था या राजनीतिक दल के पक्ष में खबर प्रकाशित या प्रसारित की जाती है। यह खबर समाचार के रूप में प्रस्तुत की जाती है, जबकि वस्तुतः वह विज्ञापन होती है। पेड न्यूज़ का मूल उद्देश्य किसी विशेष एजेंडा को जनता तक ‘समाचार’ के रूप में पहुँचाना होता है, ताकि जनता भ्रमित होकर उसे निष्पक्ष सूचना समझ ले।

उद्भव और पृष्ठभूमि

भारत में पेड न्यूज़ की समस्या 1990 के दशक के बाद तेज़ी से बढ़ी जब मीडिया में निजीकरण और प्रतिस्पर्धा बढ़ी। 2009 के लोकसभा चुनावों के दौरान यह मुद्दा गंभीर रूप से सामने आया। कई उम्मीदवारों ने अखबारों और चैनलों में अपने पक्ष में खबरें छपवाने के लिए धनराशि दी। प्रेस परिषद की रिपोर्टों में यह पाया गया कि कई अखबारों ने पैकेज बनाकर ‘प्रचार समाचार’ बेचे।

समस्या के आयाम

1. **पत्रकारिता की साख पर आघात** – जब समाचार बिकने लगते हैं, तो जनता का भरोसा टूटता है।
2. **जनता का भ्रम** – आम पाठक या दर्शक यह नहीं समझ पाता कि कौन सी खबर वास्तविक है और कौन सी खरीदी गई।
3. **लोकतंत्र पर खतरा** – चुनावों के समय पेड न्यूज़ जनमत को प्रभावित करता है, जिससे लोकतांत्रिक प्रक्रिया विकृत होती है।
4. **पत्रकारों की नैतिकता में गिरावट** – कुछ पत्रकार व्यक्तिगत लाभ के लिए इस प्रवृत्ति में शामिल होते हैं।

5. **आर्थिक असमानता** – केवल वही नेता या संस्था प्रचार पा सकते हैं जिनके पास अधिक धन है।

नैतिकता, कानून
और चुनौतियाँ

प्रमुख उदाहरण

प्रेस परिषद की रिपोर्ट (2010) में यह पाया गया कि कई राज्यों में चुनावों के समय उम्मीदवारों की खबरें पैकेज के रूप में छापी जाती थीं। अखबारों में “समाचार” शीर्षक के अंतर्गत प्रकाशित इन सामग्री का वास्तविक उद्देश्य प्रचार था।

समाधान

1. **कानूनी ढाँचा** – पेड न्यूज़ को भ्रष्ट आचरण की श्रेणी में लाकर चुनाव आयोग को कार्रवाई का अधिकार दिया जाना चाहिए।
2. **पारदर्शिता** – प्रत्येक समाचार माध्यम को यह स्पष्ट करना चाहिए कि कौन-सी सामग्री विज्ञापन है।
3. **स्वनियमन** – प्रेस परिषद, न्यूज़ ब्रॉडकास्टर्स एसोसिएशन (NBA) जैसी संस्थाओं को आचार संहिता का पालन करवाना चाहिए।
4. **संपादकीय जिम्मेदारी** – संपादकों को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि कोई भी भुगतान की गई खबर समाचार के रूप में प्रकाशित न हो।
5. **जन-जागरूकता** – दर्शकों और पाठकों को शिक्षित किया जाए ताकि वे पेड न्यूज़ की पहचान कर सकें।

नैतिक दृष्टि से मूल्यांकन

पेड न्यूज़ केवल एक आर्थिक या तकनीकी समस्या नहीं है, बल्कि यह पत्रकारिता के नैतिक पतन का प्रतीक है। यह स्वतंत्र और निष्पक्ष मीडिया के मूल सिद्धांत के विपरीत है। जब खबरें बिकने लगती हैं, तब सत्य और झूठ के बीच की रेखा मिट जाती है। इसलिए पत्रकारिता को पुनः अपनी नैतिक जड़ों की ओर लौटना आवश्यक है।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

6.4.3 संपादकीय स्वतंत्रता : विज्ञापन दबाव से मुक्ति

अर्थ और महत्व

संपादकीय स्वतंत्रता (Editorial Freedom) का अर्थ है — किसी समाचार संस्था के संपादक या पत्रकार का यह अधिकार कि वह किसी भी विषय पर बिना बाहरी दबाव के अपनी दृष्टि, विवेक और नैतिकता के आधार पर सामग्री प्रकाशित कर सके। यह स्वतंत्रता लोकतंत्र का आधार स्तंभ है, क्योंकि निष्पक्ष समाचार ही जनमत निर्माण की प्रक्रिया को सशक्त बनाते हैं।

विज्ञापन दबाव का प्रभाव

आज के मीडिया परिवेश में संपादकीय निर्णयों पर विज्ञापनदाताओं, राजनीतिक दलों या कॉर्पोरेट समूहों का प्रभाव बढ़ता जा रहा है। यह प्रभाव विभिन्न रूपों में देखा जाता है:

1. **विज्ञापन हटाने की धमकी** – यदि कोई रिपोर्ट किसी कंपनी के खिलाफ जाती है, तो वह कंपनी विज्ञापन रोकने की चेतावनी देती है।
2. **अनुकूल समाचार की मांग** – विज्ञापनदाता चाहते हैं कि उनके उत्पाद या नीतियों के पक्ष में सकारात्मक खबरें छपें।
3. **संपादकीय नीति पर नियंत्रण** – कई बार मीडिया मालिक स्वयं व्यावसायिक निर्णयों के आधार पर संपादकीय सामग्री तय करते हैं।

इस दबाव का परिणाम यह होता है कि पत्रकार अपनी लेखनी में आत्म-सेंसरशिप अपनाने लगते हैं। वे वे खबरें नहीं लिखते जो विज्ञापनदाता या मालिक को अप्रसन्न कर सकती हैं।

संपादकीय स्वतंत्रता के हास के परिणाम

1. **सत्य की विकृति** – समाचार अधूरी या पक्षपाती होती है।

2. **लोकतंत्र की कमजोरी** – जनता को सही सूचना नहीं मिलती, जिससे वह सही निर्णय नहीं ले पाती।
3. **पत्रकारों में असुरक्षा** – जो पत्रकार निष्पक्ष रहना चाहते हैं, वे नौकरी खोने के डर से दबाव में आ जाते हैं।
4. **जनहित की उपेक्षा** – लाभ-उन्मुख खबरें ही प्रकाशित होती हैं, जबकि सामाजिक मुद्दे गायब हो जाते हैं।

संपादकीय स्वतंत्रता की रक्षा के उपाय

1. **संस्थागत स्वायत्तता** – संपादकीय विभाग को प्रबंधन और विज्ञापन विभाग से अलग किया जाए।
2. **स्वतंत्र संपादक की नियुक्ति** – संपादक को ऐसा अधिकार दिया जाए कि वह व्यावसायिक हस्तक्षेप से मुक्त रहकर निर्णय ले सके।
3. **नैतिक आचार संहिता** – हर मीडिया संस्थान को आंतरिक नीति बनानी चाहिए, जिसमें यह स्पष्ट हो कि विज्ञापन संपादकीय सामग्री को प्रभावित नहीं करेगा।
4. **नियामक संस्थाओं की सक्रियता** – प्रेस परिषद, प्रसार भारती, एनबीडीए (NBDA) जैसी संस्थाओं को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि संपादकीय स्वतंत्रता बनी रहे।
5. **जनता की भागीदारी** – मीडिया पर निगरानी केवल सरकारी संस्थाओं का कार्य नहीं होना चाहिए, बल्कि जनता को भी मीडिया साक्षरता के माध्यम से सजग बनना चाहिए।

आदर्श उदाहरण

कुछ प्रमुख अखबारों और चैनलों ने समय-समय पर यह सिद्ध किया है कि संपादकीय स्वतंत्रता बनाए रखना संभव है। उदाहरणस्वरूप, “द हिन्दू” जैसे पत्र ने अपने संपादकीय मूल्यों पर कभी समझौता नहीं किया, भले ही विज्ञापन राजस्व में हानि हुई। ऐसे उदाहरण मीडिया के नैतिक पुनर्जागरण के प्रतीक हैं।



इकाई 6.5: पत्रकार की जिम्मेदारी

6.5.1 पत्रकार की जिम्मेदारी

समाज, लोकतंत्र, सत्य के प्रति

पत्रकारिता का मूल उद्देश्य केवल समाचारों का प्रसारण या घटनाओं का वर्णन भर नहीं है, बल्कि समाज को जागरूक, शिक्षित और सक्रिय बनाना भी है। पत्रकार समाज का दर्पण होता है — वह जो देखता है, वही जनता के सामने रखता है। परंतु इस दर्पण का कार्य केवल दिखाना नहीं, बल्कि सत्य, न्याय और नैतिकता के सिद्धांतों पर आधारित होना चाहिए। पत्रकार की जिम्मेदारी समाज, लोकतंत्र और सत्य — इन तीनों के प्रति गहराई से जुड़ी होती है।

(1) समाज के प्रति जिम्मेदारी पत्रकार समाज का अभिन्न अंग है और उसकी प्राथमिक जिम्मेदारी समाज के प्रति होती है। समाचारों के माध्यम से वह जनमानस को सही जानकारी देता है, जिससे नागरिक अपने अधिकारों और कर्तव्यों के प्रति सजग बनते हैं। एक जिम्मेदार पत्रकार को यह ध्यान रखना चाहिए कि उसकी कलम से कोई अफवाह, भ्रांति या भेदभाव न फैले। समाज में शांति, सद्भाव और भाईचारे को बनाए रखना पत्रकार की नैतिक जिम्मेदारी है। पत्रकार को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि उसका लेखन सामाजिक समरसता को बढ़ावा दे और किसी वर्ग, जाति या धर्म के प्रति नफरत न फैलाए। उदाहरण के लिए, जब किसी साम्प्रदायिक दंगे की रिपोर्टिंग की जाती है, तो पत्रकार का कर्तव्य है कि वह किसी भी पक्षपात से दूर रहकर केवल सत्य तथ्यों को प्रस्तुत करे। इस तरह पत्रकारिता समाज में संतुलन और विश्वास कायम रखने का एक सशक्त माध्यम बनती है।

(2) लोकतंत्र के प्रति जिम्मेदारी लोकतंत्र में पत्रकारिता को चौथे स्तंभ के रूप में मान्यता प्राप्त है। विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका के साथ-साथ प्रेस लोकतंत्र का रक्षक माना जाता है। पत्रकार का दायित्व है कि वह सत्ता, शासन और प्रशासन के कार्यों पर नज़र रखे, उनकी गलतियों को उजागर करे और जनहित में आवाज उठाए।

लोकतंत्र में पत्रकार का कार्य केवल सरकार की आलोचना करना नहीं, बल्कि सकारात्मक सुझाव देना भी है। लोकतांत्रिक मूल्यों की रक्षा, मानवाधिकारों की सुरक्षा और पारदर्शिता सुनिश्चित करना पत्रकार का कर्तव्य है। यदि मीडिया निष्पक्ष, स्वतंत्र और निडर रहेगा, तो लोकतंत्र मजबूत होगा। लेकिन यदि मीडिया किसी राजनीतिक या आर्थिक दबाव में आ जाए, तो लोकतंत्र की नींव हिल सकती है। इसलिए, पत्रकार को हमेशा जनहित को सर्वोपरि रखकर कार्य करना चाहिए। उसकी कलम में सत्ता से सवाल करने का साहस होना चाहिए और वह किसी के भी प्रभाव में आए बिना सच्चाई को सामने लाने का संकल्प रखे। यही लोकतंत्र की आत्मा है।

(3) सत्य के प्रति जिम्मेदारी सत्य पत्रकारिता का आधार है। पत्रकार का सबसे बड़ा धर्म है — सत्य की खोज और उसकी प्रस्तुति। समाज को जो जानकारी दी जा रही है, वह तथ्यों पर आधारित होनी चाहिए, न कि अफवाहों या कल्पनाओं पर। आज के डिजिटल युग में, जब झूठी खबरें (fake news) तेजी से फैलती हैं, तब पत्रकार की जिम्मेदारी और बढ़ जाती है। पत्रकार को हर समाचार की पुष्टि करनी चाहिए, तथ्यों की जांच करनी चाहिए और विश्वसनीय स्रोतों से जानकारी प्राप्त करनी चाहिए। पत्रकारिता में सनसनीखेज़ी या अतिशयोक्ति से बचना चाहिए, क्योंकि इससे न केवल जनता भ्रमित होती है बल्कि मीडिया की साख भी घटती है। एक सच्चा पत्रकार वही है जो परिस्थितियों से ऊपर उठकर सत्य के पक्ष में खड़ा होता है, भले ही उसे इसके लिए जोखिम क्यों न उठाना पड़े। सत्य के प्रति निष्ठा ही पत्रकारिता की आत्मा है।

6.5.2 सामाजिक दायित्व

• जन जागरूकता, सामाजिक परिवर्तन

पत्रकारिता केवल घटनाओं का वर्णन नहीं करती, बल्कि समाज में सोच, दृष्टिकोण और व्यवहार को भी प्रभावित करती है। पत्रकार का सामाजिक दायित्व यह है कि वह समाज को जागरूक बनाए, उसमें सुधार लाए और सकारात्मक परिवर्तन की दिशा में कार्य करे।

(1) जन जागरूकता का दायित्व पत्रकार जनता को सूचना देने का माध्यम है। सूचना ही शक्ति है — जितना जनता जानती है, उतना ही वह अपने अधिकारों की रक्षा



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

कर सकती है। पत्रकार का कार्य है कि वह शिक्षा, स्वास्थ्य, पर्यावरण, लैंगिक समानता, भ्रष्टाचार, और मानवाधिकार जैसे विषयों पर समाज को जागरूक करे। उदाहरण के लिए, यदि किसी क्षेत्र में प्रदूषण या बाल श्रम जैसी समस्या है, तो पत्रकार को उस विषय को उजागर करके जनता और प्रशासन का ध्यान उस ओर खींचना चाहिए। इस प्रकार पत्रकारिता समाज में जागरूकता फैलाने का एक मजबूत उपकरण है। पत्रकारिता का उद्देश्य केवल सूचना देना नहीं, बल्कि जनता में सोचने की क्षमता पैदा करना भी है। एक जागरूक नागरिक ही एक सशक्त राष्ट्र की नींव होता है। इसलिए, पत्रकार को अपने लेखन के माध्यम से लोगों को सोचने, प्रश्न करने और अपने अधिकारों के लिए आवाज उठाने के लिए प्रेरित करना चाहिए।

(2) सामाजिक परिवर्तन में भूमिका पत्रकारिता समाज में परिवर्तन लाने की शक्ति रखती है। इतिहास गवाह है कि कई सामाजिक आंदोलनों की शुरुआत पत्रकारिता से हुई है। भारत में स्वतंत्रता संग्राम के दौरान बाल गंगाधर तिलक का *‘केसरी’*, महात्मा गांधी का *‘यंग इंडिया’* और *‘हरिजन’* जैसे पत्र जनजागरण के प्रतीक बन गए। आज के समय में भी पत्रकारिता समाज के हर क्षेत्र में सुधार का माध्यम बन सकती है। चाहे वह महिला सशक्तिकरण हो, पर्यावरण संरक्षण हो, शिक्षा का अधिकार हो या भ्रष्टाचार के खिलाफ आवाज — हर मुद्दे पर मीडिया के माध्यम से परिवर्तन संभव है। पत्रकार को यह समझना चाहिए कि उसका प्रत्येक शब्द जनमानस को प्रभावित करता है। अतः उसे अपने लेखन में संवेदनशीलता और उत्तरदायित्व दोनों को संतुलित रखना चाहिए। सामाजिक परिवर्तन तभी संभव है जब पत्रकार निष्पक्ष होकर समाज के दर्द को समझे और उसे आवाज दे।

(3) नैतिकता और संवेदनशीलता का महत्व सामाजिक दायित्व का अर्थ केवल विषय चुनना नहीं, बल्कि उसे नैतिकता और संवेदनशीलता के साथ प्रस्तुत करना भी है। किसी भी सामाजिक समस्या को प्रस्तुत करते समय पत्रकार को पीड़ित की गरिमा का ध्यान रखना चाहिए। उदाहरण के लिए, जब कोई बलात्कार या आत्महत्या जैसी घटना रिपोर्ट की जाती है, तो पीड़ित की पहचान उजागर न करना पत्रकार का नैतिक कर्तव्य है। समाज में नैतिक और संवेदनशील पत्रकारिता ही सच्चे अर्थों में परिवर्तन ला सकती है।

6.5.3 व्यावसायिक मानदंड

• उत्कृष्टता और निरंतर सुधार

पत्रकारिता एक ऐसा पेशा है, जो न केवल ज्ञान और विवेक की मांग करता है, बल्कि नैतिकता और अनुशासन की भी। किसी भी पेशे की तरह, पत्रकारिता के भी कुछ व्यावसायिक मानदंड होते हैं जिनका पालन करना आवश्यक है। ये मानदंड पत्रकारिता की विश्वसनीयता, प्रभावशीलता और सम्मान को बनाए रखते हैं।

(1) उत्कृष्टता की भावना एक पत्रकार का उद्देश्य केवल काम पूरा करना नहीं, बल्कि उत्कृष्टता प्राप्त करना होना चाहिए। उत्कृष्ट पत्रकारिता का अर्थ है — सटीकता, स्पष्टता, निष्पक्षता और गहराई। पत्रकार को किसी भी विषय की रिपोर्टिंग से पहले उसका गहन अध्ययन करना चाहिए। भाषा पर उसकी पकड़ मजबूत होनी चाहिए, तथ्यों की जांच की आदत होनी चाहिए, और प्रस्तुति में पेशेवरिता झलकनी चाहिए। उत्कृष्ट पत्रकारिता में समय की पाबंदी, तर्कसंगतता और तार्किक विश्लेषण का भी विशेष स्थान होता है। रिपोर्टिंग, लेखन, संपादन और प्रस्तुति — हर स्तर पर गुणवत्ता बनाए रखना पत्रकार का व्यावसायिक कर्तव्य है।

(2) निरंतर सुधार और प्रशिक्षण पत्रकारिता का क्षेत्र निरंतर बदल रहा है। डिजिटल मीडिया, सोशल मीडिया, डेटा जर्नलिज़्म, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस जैसी नई तकनीकें पत्रकारिता का स्वरूप बदल रही हैं। ऐसे में पत्रकारों के लिए निरंतर प्रशिक्षण और आत्म-विकास अत्यंत आवश्यक है। पत्रकार को नई तकनीकों का उपयोग करना सीखना चाहिए — जैसे कि तथ्य-जांच (fact-checking) के लिए आधुनिक उपकरण, डेटा विश्लेषण के लिए सॉफ्टवेयर, या रिपोर्टिंग के लिए डिजिटल माध्यम। निरंतर सुधार का अर्थ यह भी है कि पत्रकार अपने कार्य का आत्म-मूल्यांकन करे, अपनी गलतियों से सीखे और अपनी क्षमता को बढ़ाए। एक सीखने वाला पत्रकार ही एक प्रभावी पत्रकार होता है।

(3) व्यावसायिक नैतिकता पत्रकारिता में नैतिकता सबसे महत्वपूर्ण तत्व है। पत्रकार को कभी भी किसी राजनीतिक, आर्थिक या व्यक्तिगत लाभ के लिए अपने सिद्धांतों से समझौता नहीं करना चाहिए। उसे निष्पक्ष, निर्भीक और ईमानदार रहना चाहिए।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

पत्रकार को किसी भी रिपोर्ट के लिए रिश्त या उपहार स्वीकार नहीं करना चाहिए, न ही किसी विज्ञापनदाता या राजनेता के दबाव में आना चाहिए। पत्रकारिता का उद्देश्य जनहित होना चाहिए, न कि निजी लाभ। व्यावसायिक नैतिकता में यह भी शामिल है कि पत्रकार अफवाह फैलाने, निजता का उल्लंघन करने या किसी की प्रतिष्ठा को हानि पहुँचाने से बचे। समाचार हमेशा सत्य, सटीक और संतुलित होने चाहिए।

(4) जनविश्वास की रक्षा मीडिया की सबसे बड़ी पूँजी जनता का विश्वास है। यदि जनता मीडिया पर भरोसा करना बंद कर दे, तो पत्रकारिता का अस्तित्व ही खतरे में पड़ जाएगा। इसलिए, पत्रकार का कर्तव्य है कि वह अपने कार्यों से जनता का विश्वास बनाए रखे। पत्रकार को पारदर्शी रहना चाहिए — यदि किसी रिपोर्ट में गलती होती है, तो उसे खुले रूप से स्वीकार करना चाहिए और सुधार प्रकाशित करना चाहिए। इससे उसकी विश्वसनीयता बनी रहती है।

(5) टीम भावना और सहकार्य पत्रकारिता एक सामूहिक प्रयास है। रिपोर्टर, संपादक, छायाकार, तकनीकी कर्मचारी — सभी का योगदान आवश्यक है। इसलिए पत्रकार को अपने सहकर्मियों के साथ समन्वय, सहयोग और पारस्परिक सम्मान बनाए रखना चाहिए। एक पेशेवर पत्रकार वही है जो अपनी टीम की सफलता को अपनी सफलता मानता है और संगठन के उद्देश्यों को प्राथमिकता देता है।

पत्रकार की जिम्मेदारी केवल समाचार देने तक सीमित नहीं होती; वह समाज का नैतिक मार्गदर्शक, लोकतंत्र का प्रहरी और सत्य का साधक होता है। समाज के प्रति उसकी जिम्मेदारी है कि वह जनहित में कार्य करे; लोकतंत्र के प्रति उसकी निष्ठा है कि वह सत्ता से सवाल करे; और सत्य के प्रति उसकी प्रतिबद्धता है कि वह हर परिस्थिति में ईमानदार रहे। साथ ही, उसका सामाजिक दायित्व है कि वह जनता में जागरूकता लाए, समाज में सुधार के लिए प्रेरित करे और सकारात्मक परिवर्तन का मार्ग प्रशस्त करे। व्यावसायिक मानदंडों के तहत पत्रकार को उत्कृष्टता, निरंतर सुधार, नैतिकता और पारदर्शिता का पालन करना चाहिए। यही वे गुण हैं जो पत्रकारिता को एक महान और जिम्मेदार पेशा बनाते हैं।

6.6 स्व-मूल्यांकन प्रश्न

6.6.1 बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQs):

1. पत्रकारिता में सबसे महत्वपूर्ण नैतिक मूल्य है:

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

उत्तर: ख) सत्यता और निष्पक्षता

2. प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया की स्थापना कब हुई?

- क) 1956
- ख) 1966
- ग) 1976
- घ) 1986

उत्तर: ख) 1966

3. फेक न्यूज़ (Fake News) क्या है?

- क) पुरानी खबर
- ख) झूठी या भ्रामक जानकारी
- ग) विदेशी समाचार
- घ) खेल समाचार

उत्तर: ख) झूठी या भ्रामक जानकारी

4. पेड न्यूज़ (Paid News) है:

- क) नैतिक पत्रकारिता
- ख) भ्रष्ट प्रथा जिसमें समाचार के लिए भुगतान
- ग) विज्ञापन
- घ) सही पत्रकारिता

उत्तर: ख) भ्रष्ट प्रथा जिसमें समाचार के लिए भुगतान



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

5. RTI का पूर्ण रूप है:

- क) Right to Income
- ख) Right to Information
- ग) Right to Internet
- घ) Right to Interview

उत्तर: ख) Right to Information

6. तथ्य-जांच (Fact-Checking) का उद्देश्य है:

- क) समाचार लिखना
- ख) सूचना की सत्यता की जांच करना
- ग) फोटो खींचना
- घ) विज्ञापन बनाना

उत्तर: ख) सूचना की सत्यता की जांच करना

7. मानहानि (Defamation) कानून का संबंध है:

- क) झूठे आरोपों से
- ख) विज्ञापन से
- ग) फोटो से
- घ) शीर्षक से

उत्तर: क) झूठे आरोपों से

8. संपादकीय स्वतंत्रता का अर्थ है:

- क) विज्ञापनदाताओं का नियंत्रण
- ख) समाचार चयन में स्वतंत्रता
- ग) सरकारी नियंत्रण
- घ) मालिकों का दबाव

उत्तर: ख) समाचार चयन में स्वतंत्रता

9. पत्रकार का प्राथमिक दायित्व है:

- क) मालिकों के प्रति
- ख) जनता और सत्य के प्रति

ग) विज्ञापनदाताओं के प्रति

घ) सरकार के प्रति

उत्तर: ख) जनता और सत्य के प्रति

10. नैतिक पत्रकारिता में शामिल नहीं है:

क) सत्यता

ख) पक्षपात और झूठ

ग) निष्पक्षता

घ) गोपनीयता का सम्मान

उत्तर: ख) पक्षपात और झूठ

6.6.2 लघु उत्तरीय प्रश्न :

1. पत्रकारिता में नैतिकता के तीन प्रमुख सिद्धांत बताइए।
2. प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया की भूमिका संक्षेप में बताइए।
3. फेक न्यूज़ की पहचान कैसे करें? तीन तरीके बताइए।
4. पेड न्यूज़ क्यों अनैतिक है? संक्षेप में समझाइए।
5. पत्रकार की तीन प्रमुख जिम्मेदारियाँ बताइए।

6.6.3 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न :

1. समाचार संकलन और लेखन में नैतिकता का महत्व समझाते हुए नैतिक मूल्यों और दुविधाओं का विस्तृत वर्णन कीजिए।
2. प्रेस कानून और प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया का विस्तार से वर्णन कीजिए। पत्रकारों के कानूनी अधिकारों पर प्रकाश डालिए।
3. फेक न्यूज़ की समस्या और तथ्य-जांच के महत्व पर विस्तृत निबंध लिखिए। फेक न्यूज़ से निपटने के उपाय बताइए।



समाचार संकलन,
लेखन एवं
तकनीक

4. विज्ञापन और समाचार के बीच संतुलन का महत्व समझाते हुए पेड न्यूज़ की समस्या और संपादकीय स्वतंत्रता पर विस्तृत चर्चा कीजिए।
5. पत्रकार की जिम्मेदारी और सामाजिक दायित्वों पर विस्तृत निबंध लिखिए। लोकतंत्र में पत्रकारिता की भूमिका समझाइए।



संदर्भ

1. आचार्य, विष्णु खरे (2018). पत्रकारिता के सिद्धांत और व्यवहार. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
2. मिश्रा, रामशरण (2015). समाचार लेखन और संपादन. वाराणसी: भारती पुस्तक मन्दिर।
3. शर्मा, राजेन्द्र कुमार (2019). आधुनिक पत्रकारिता और जनसंचार माध्यम. दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
4. सिंह, गोविंद (2020). डिजिटल पत्रकारिता और नई तकनीकें. जयपुर: आर्य पब्लिशिंग हाउस।
5. तिवारी, एस. एन. (2016). समाचार संकलन और लेखन कला. लखनऊ: उत्तर प्रदेश हिन्दी संस्थान।
6. कुमार, अशोक (2018). जनसंचार: सिद्धांत, प्रक्रिया और तकनीक. नई दिल्ली: इंडियन बुक हाउस।
7. चौधरी, रमेश (2021). न्यू मीडिया और पत्रकारिता. भोपाल: मध्यप्रदेश हिन्दी ग्रंथ अकादमी।
8. जोशी, प्रभाकर (2014). समाचार मूल्य और संप्रेषण कौशल. दिल्ली: विनायक प्रकाशन।
9. सिंह, अजय (2022). मोबाइल पत्रकारिता और सोशल मीडिया समाचार. वाराणसी: भारती पब्लिकेशन्स।
10. प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया (2020). पत्रकारिता आचरण संहिता (Norms of Journalistic Conduct). नई दिल्ली: प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया।
11. कोवाच, बिल एवं टॉम रोसेनस्टील (2014). पत्रकारिता के तत्व: क्या जानना चाहिए और जनता को क्या अपेक्षा करनी चाहिए. न्यूयॉर्क: थ्री रिवर्स प्रेस।
12. हारकप, टोनी (2021). पत्रकारिता: सिद्धांत और व्यवहार. लंदन: सेज पब्लिकेशन्स।
13. ब्रिग्स, मार्क (2019). जर्नलिज़्म नेक्स्ट: डिजिटल रिपोर्टिंग और प्रकाशन के लिए व्यावहारिक मार्गदर्शिका. वाशिंगटन डी.सी.: सीक्यू प्रेस।



14. पाब्लिक, जॉन (2018). कन्वर्जिंग मीडिया: मास कम्युनिकेशन का नया परिचय. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस।
15. मैकनेयर, ब्रायन (2017). राजनीतिक संचार का परिचय. रूटलेज प्रकाशन।
16. मेंचर, मेल्विन (2013). समाचार रिपोर्टिंग और लेखन. न्यूयॉर्क: मैक्ग्रा हिल एजुकेशन।
17. गिलमोर, डैन (2011). मीडियाएक्टिव: हमारे डिजिटल संसार में भागीदारी का तरीका. लुलु प्रेस।
18. शर्मा, सुरेश (2023). डिजिटल युग की पत्रकारिता और तकनीकी चुनौतियाँ. नई दिल्ली: साहित्यागार।
19. यूनेस्को (2021). पत्रकारिता, झूठी खबरें और दुष्प्रचार: पत्रकारिता शिक्षा और प्रशिक्षण हेतु मार्गदर्शिका. पेरिस: यूनेस्को प्रकाशन।
20. पांडे, नेहा (2022). डेटा पत्रकारिता: भारतीय संदर्भ में अवधारणाएँ, उपकरण और अभ्यास. नई दिल्ली: सेज इंडिया।

एम.ए. हिन्दी प्रथम सेमेस्टर सारांश

1. सारांश (समाचार संकलन, लेखन एवं तकनीक)

निष्कर्षतः समाचार संकलन, लेखन और तकनीक पत्रकारिता की मूल प्रक्रिया के तीन महत्वपूर्ण चरण हैं। इनका उद्देश्य है — सटीक, संतुलित, प्रभावशाली और जनहितकारी समाचार तैयार करना। समाचार संकलन वह प्रक्रिया है जिसके माध्यम से पत्रकार घटनाओं, तथ्यों और सूचनाओं को एकत्र करता है। इसके लिए पत्रकार विभिन्न स्रोतों जैसे—समाचार एजेंसियाँ, प्रेस विज्ञप्तियाँ, सरकारी रिपोर्टें, प्रत्यक्ष साक्षात्कार, सोशल मीडिया, तथा प्रत्यक्ष अवलोकन का उपयोग करता है। एक कुशल पत्रकार के लिए जिज्ञासा, निष्पक्षता और त्वरित निर्णय क्षमता आवश्यक होती है। समाचार लेखन में संकलित तथ्यों को पत्रकारिता के सिद्धांतों के अनुसार व्यवस्थित रूप में प्रस्तुत किया जाता है। इसमें पाँच W और एक H (Who, What, When, Where, Why, How) का विशेष ध्यान रखा जाता है। लेखन शैली सरल, स्पष्ट और निष्पक्ष होनी चाहिए। प्रमुख तथ्य पहले, सहायक जानकारी बाद में दी जाती है — इसे उलटा पिरामिड शैली (Inverted Pyramid Style) कहा जाता है। शीर्षक (Headline) आकर्षक और सारगर्भित होना चाहिए। तकनीक के विकास ने समाचार संकलन और प्रसारण दोनों को तेज़ और सटीक बनाया है। डिजिटल मीडिया, मोबाइल पत्रकारिता (MoJo), सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म, ड्रोन कैमरे और एआई टूल्स समाचार संकलन की आधुनिक तकनीकें हैं। संपादन, डिज़ाइनिंग, और प्रकाशन के लिए कंप्यूटर सॉफ्टवेयर तथा ऑनलाइन उपकरणों का उपयोग किया जाता है। तकनीक ने समाचार को तात्कालिक, दृश्यात्मक और वैश्विक पहुँच प्रदान की है। वस्तुतः समाचार संकलन, लेखन और तकनीक — ये तीनों मिलकर आधुनिक पत्रकारिता की रीढ़ हैं। इनका उद्देश्य केवल सूचना देना नहीं, बल्कि सत्य, संतुलन और समाजहित के साथ जनमत का निर्माण करना भी है।

MATS UNIVERSITY

MATS CENTER FOR OPEN & DISTANCE 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 M : 9109951184, 9755199381 Toll Free : 1800 123 819999

eMail : admissions@matsuniversity.ac.in Website : www.matsodl.com

