



2

समाचार पत्र का संसार

विश्व के किसी भी कोने में कोई भी घटना घटती है तो उसका वृत्तांत अगले दिन समाचार पत्र के पन्नों पर होता है। अरबों जनसंख्या वाले विश्व की छोटी से छोटी घटनाओं की जानकारी लोगों तक प्रामाणिक ब्यौरे के साथ पहुँचाने वाला अखबार एक प्रकार से मानवता का दैनिक इतिहास दर्ज करता है। लेकिन यह दैनिक इतिहास कौन लिखता है? घटनाओं का वृत्तांत कहाँ से आता है? उसे प्रस्तुत करने के क्या नियम हैं? इन प्रश्नों के उत्तर में ही अखबार की दिलचस्प दुनिया का परिचय छिपा हुआ है। समाचार पत्र का कार्यालय चौबीस घंटे सक्रिय रहता है। जब समूचा संसार सोया रहता है उस समय पत्रकार निर्णायक घटनाओं के वृत्तांत लिख रहे होते हैं या उन्हें संपादित करके छपने के लिए भेज रहे होते हैं।

समाचार पत्र : उद्भव और विकास

भारत में पत्रकारिता के उद्भव और विकास में देश की राजनैतिक, आर्थिक और सामाजिक परिस्थितियों की महत्त्वपूर्ण भूमिका है। इसलिए हिंदी पत्रकारिता का भी मुख्य स्वर प्रारंभ से ही राष्ट्रीय और सामाजिक रहा है। हिंदी पत्रकारिता जातीय चेतना, युगबोध और आर्थिक तथा सामाजिक स्थितियों के लिए एक साधन का काम कर रही थी। आज यह सूचना प्रचार-प्रसार, सामाजिक और शासकीय व्यवस्था की रक्षा करने अथवा उसके परिवर्तन का उपकरण बन गई है। आज समाचार पत्र और अन्य संचार-माध्यम नीति, व्यवहार, आचरण तथा मानस को प्रभावित कर रहे हैं।

भारत में पहला छापाखाना कलकत्ता (अब कोलकाता) में सन 1755 में स्थापित हुआ। सन 1780 में अंग्रेज़ी में एक गज़ट निकला। सन 1818 में पहला बँगला अखबार *दिग्दर्शन* निकला। कुछ विद्वानों का मत है कि *दिग्दर्शन* हिंदी में भी निकला था। किंतु 30 मई, 1826 को कलकत्ता से प्रथम हिंदी समाचार पत्र *उदंत मार्तंड* प्रकाशित हुआ। बाद में वाराणसी, आगरा, लखनऊ, बंबई (अब मुंबई) और प्रयाग से समाचार पत्र निकलने लगे। सन 1854 में हिंदी का प्रथम दैनिक *समाचार सुधा वर्षण* कलकत्ता से प्रकाशित हुआ जो हिंदी और बँगला दोनों में एक साथ छपता था। सन 1857 के स्वतंत्रता संग्राम में यह समाचार पत्र अंग्रेज़ी शासन के कोप का शिकार हुआ और सन 1868 में बंद हो गया। इसी दौरान *समाचार दर्पण*, *समाचार चंद्रिका*, *ज्ञान दीपक*, *मालवा अखबार*, *हिंदी प्रदीप*, *सरस्वती*, *नवप्रभात*, *बनारस अखबार*, *बुंदेलखंड अखबार*, *भारतमित्र*, *देवनागरी प्रचारक*, *हिंदुस्तान* आदि अनेक अखबारों का उद्देश्य सूचना अथवा समाचार के साथ-साथ ज्ञान, जागृति अथवा अपने क्षेत्र और देश का उत्थान भी था। सन 1868 में काशी से भारतेन्दु हरिश्चंद्र ने *कविवचन सुधा* का प्रकाशन प्रारंभ किया। यह पत्रिका साहित्यिक होने के साथ-साथ राजनैतिक और सामाजिक सुधार में भी संलग्न थी।

19वीं शताब्दी का अंत और 20वीं शताब्दी का आरंभ हिंदी पत्रकारिता के विकास और विस्तार का काल है। इस काल में राजनीतिक नेतृत्व, पत्रकारिता, सामाजिक सुधार सभी एक साथ हो गए थे। इसमें बाबूराव विष्णु पराड़कर, गणेश शंकर विद्यार्थी, माखनलाल चतुर्वेदी, मुंशी प्रेमचंद, पं. मदन मोहन मालवीय, लाला लाजपत राय आदि राष्ट्रीय नेता और साहित्यकार किसी न किसी अखबार से जुड़े थे। यही कारण है कि उस समय के हिंदी अखबार क्षेत्रवाद, भाषावाद, जातिवाद तथा अन्य संकुचित दायरों से दूर रह कर राष्ट्रीय भावना और राष्ट्रीय एकता के लिए महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा रहे थे।

स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद समाचार पत्रों की संख्या में वृद्धि तो हुई किंतु स्वतंत्रता से पूर्व समाचार पत्र का जो एक मिशन, साधना और संघर्ष था उस पर विराम लग गया। अब पत्रकारिता मिशन की अपेक्षा व्यवसाय हो गई है। मुद्रण

प्रौद्योगिकी में क्रांति आई, साथ ही हिंदी पत्रकारिता के सामने नई परिस्थितियाँ और नई चुनौतियाँ भी आई। *हिंदुस्तान, नवभारत टाइम्स, जनसत्ता, पंजाब केसरी, आज, अमर उजाला, राष्ट्रीय सहारा* आदि समाचार पत्रों से जो अपेक्षाएँ थीं, वह बहुत कम ही पूरी हुई, लेकिन हिंदी पाठकों की वृद्धि भी हुई है।

समाचार पत्र के विभिन्न अंग

संपादक समाचार पत्र का प्रधान होता है। वह सहायक संपादक, समाचार संपादक, विशेष संवाददाता, संवाददाता तथा उपसंपादक के सहयोग से अपने दिशा निर्देशन में अखबार निकालता है। समाचार पत्र के कार्यालय में अनेक विभाग होते हैं जिन पर अलग-अलग पृष्ठों को प्रस्तुत करने की ज़िम्मेदारी होती है।

अखबार का केंद्र-बिंदु मुख्य डेस्क होता है जिस पर प्रथम पृष्ठ प्रस्तुत करने की ज़िम्मेदारी होती है। समाचार संपादक के निर्देशन में काम करने वाले इस डेस्क का प्रमुख मुख्य उपसंपादक होता है। संवाद समिति, विशेष संवाददाता तथा संवाददाताओं द्वारा दी गई राष्ट्रीय महत्त्व की खबरें समाचार संपादक के माध्यम से इसी डेस्क पर आती हैं। समाचार संपादक खबरों की गुणवत्ता के आधार पर उसकी प्राथमिकता तय करता है और उसे मुख्य उपसंपादक को दे देता है। मुख्य उपसंपादक वे समाचार अपने सहयोगी उपसंपादकों को संपादन के लिए देता है। उपसंपादक खबरों का तथ्य, भाषा और शैली की दृष्टि से संपादन करके उसका शीर्षक लगाता है। मुख्य उपसंपादक इस संपादित खबर को एक बार फिर से देखकर छपने के लिए भेज देता है।

इस सारी प्रक्रिया के केंद्र में है समाचारों की गुणवत्ता की परख अर्थात् समाचार क्या है, इसका बोध वह प्रस्थान बिंदु है जहाँ से संपादन की दुनिया शुरू होती है।

समाचार क्या है

समाचार क्या है? इसके बारे में जाने-माने पत्रकारों और विशेषज्ञों ने बार-बार विचार किया है। कुछ विद्वानों का मत है कि पर्याप्त संख्या में लोग जिसे जानना

चाहें वह समाचार है, शर्त यह है कि वह सुरुचि हो तथा प्रतिष्ठा का उल्लंघन न करें। कुछ पत्रकारों का कहना है कि कोई भी घटना जिसमें मुनष्यों की दिलचस्पी हो वह समाचार है। यानी पाठक जिसे जानना चाहते हैं वह समाचार है। मीडिया से जुड़े लोगों की इन परिभाषाओं के आधार पर यह कहा जा सकता है कि अनेक व्यक्तियों की अभिरुचि जिस सामयिक बात में होती है, वह समाचार है। सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है जिसमें बहुसंख्यक लोगों की अधिकतम रुचि हो।

प्रत्येक पत्रकार के लिए समाचार की इन केंद्रीय विशेषताओं की समझ ही समाचार बोध है जिसे 'न्यूज़ सेंस' भी कहते हैं। दूसरे शब्दों में, समाचार बोध ही है जिसके आधार पर समाचार संपादक, मुख्य उपसंपादक या उपसंपादक खबर की प्राथमिकता, उसकी लंबाई या उसका स्वरूप तय करता है। समाचार पत्र के मुख्य डेस्क पर विविध प्रकार के समाचार आते रहते हैं और समाचार बोध के आधार पर उनके प्रकाशन का स्थान और स्वरूप तय होता रहता है। इस मुख्य डेस्क से जुड़े समाचार संपादक, विशेष संवाददाता, मुख्य उपसंपादक और उपसंपादक के विशेष दायित्व को समझना ज़रूरी है।

समाचार संपादक

समाचार संपादक विभिन्न डेस्कों द्वारा चयन किए गए समाचारों के लिए ज़िम्मेदार होता है। संपादकीय और फ़ीचर के पृष्ठ छोड़ दें तो वह प्रत्येक पृष्ठ की सामग्री के बीच समन्वय का काम करता है। संभावित खबरों पर उसकी निगाह होती है। विशेष संवाददाता द्वारा दी गई खबरों तथा संवाद समिति की खबरों के समन्वय पर भी वह निर्णय लेता है। मुख्यतः प्रथम पृष्ठ पर दी जाने वाली खबरों और चित्रों का चयन करता है। वह पहले पृष्ठ के मुख्य समाचार के शीर्षकों पर भी निगाह रखता है। उसकी कुछ प्रशासकीय ज़िम्मेदारियाँ भी हैं। वह विभिन्न पालियों में उपसंपादकों की ड्यूटी लगाता है। संस्करण समय पर छपने के लिए चला जाए यह सुनिश्चित करना समाचार संपादक का ही काम है।

विशेष संवाददाता

नियमित या नेमी (रूटीन) खबरों से अलग विशेष समाचार लाने के लिए अखबारों में विशेष संवाददाता होते हैं। केंद्र सरकार के मंत्रालयों और विभिन्न राज्यों की

निर्णायक गतिविधियों की खबरें लाना मुख्यतः विशेष संवाददाता की जिम्मेदारी होती है।

संसद के समाचार भी सामान्यतः विशेष संवाददाता ही लिखता है। अखबारों में समाचार ब्यूरो होता है जिसके अंतर्गत विशेष संवाददाता काम करते हैं। ब्यूरो का प्रधान ब्यूरो प्रमुख कहलाता है। ब्यूरो प्रमुख विशेष संवाददाता को समाचार लाने का काम सौंपता है। विशेष संवाददाता खबर लिख लेने के बाद ब्यूरो चीफ को सौंपता है। ब्यूरो चीफ उसका निरीक्षण करके उसे समाचार संपादक के पास भेज देता है। समाचार का निरीक्षण करते हुए ब्यूरो चीफ यह भी तय करता है कि खबर के ऊपर विशेष संवाददाता का नाम अर्थात् 'बाईलाइन' लगेगी या नहीं। समाचार संपादक ब्यूरो चीफ द्वारा भेजी गई विशेष संवाददाता की खबर को मुख्य डेस्क पर संपादन और प्रकाशन के लिए भेज देता है।

समाचार समितियों, विशेष संवाददाताओं तथा संवाददाताओं की विशेष खबरें मुख्य डेस्क पर आती हैं और मुख्य उपसंपादक के निर्देशन में उपसंपादक उनका संपादन करते हैं। मुख्य उपसंपादक, उपसंपादक को समाचार छँट कर देता है और समाचार संपादित हो जाने के बाद उनका शीर्षक और भाषा जाँच कर छपने के लिए भेज देता है।

संपादन के नियम

उपसंपादक को समाचारों का संपादन करते हुए कुछ नियमों का पालन करना होता है तथा अनेक प्रकार की सावधानियाँ बरतनी होती हैं। उपसंपादक को सबसे अधिक समाचार की स्पष्टता और भाषा की सरलता पर ध्यान देना पड़ता है। खबर इस तरह लिखी जाए कि उसे समझने में एक आम आदमी को भी कोई कठिनाई न हो। यह उद्देश्य हमेशा उसके सामने रहता है। खबर की स्पष्टता के लिए वह प्रत्येक खबर में छह प्रश्नों का उत्तर देने की कोशिश करता है। इसे अखबार की दुनिया में 'छह ककार' कहा जाता है। समाचार लेखन में इन छह ककारों का बहुत अधिक महत्त्व है। ये छह ककार हैं — क्या, कब, कहाँ, क्यों, कौन और कैसे? पाठक खबर में क्रम से इन प्रश्नों का उत्तर पाना चाहता

है। जब तक किसी खबर में इन ककारों का उत्तर नहीं होगा तब तक उस खबर को संपूर्ण नहीं कहा जा सकता। किसी भी खबर में घटना का वृत्तांत लिखने का क्रम इस प्रकार होता है: क्या घटना हुई? कब हुई? कहाँ हुई? क्यों हुई? कौन उसमें शामिल था? अंत में घटना कैसे घटी? एक उदाहरण से यह बात स्पष्ट हो जाएगी —

मुज़फ़्फ़रपुर, 23 दिसंबर। वैशाली एक्सप्रेस के तीन डिब्बे पटरी से उतर गए जिससे 30 यात्री बुरी तरह घायल हो गए हैं। दुर्घटना दिन में एक बजे रामदयाल नगर स्टेशन के पास हुई। घने कुहरे की वजह से ड्राइवर को सिगनल के संकेत का पता नहीं चला था। घायलों में दस महिलाएँ और बारह बच्चे हैं। घायलों को नगर के सदर अस्पताल में भर्ती करा दिया गया है।

रेलवे प्रवक्ता ने बताया कि धुंध में सिगनल का संकेत न देखकर ड्राइवर ने अतिरिक्त सावधानी बरतते हुए गाड़ी रोकने की पूरी कोशिश की। इसके बावजूद तीन डिब्बे पटरी से उतर गए। इसी स्टेशन के पास पिछले साल भी कुहरे की वजह से एक भारी रेल दुर्घटना होते-होते बची थी। उस समय पटरी पर किसी असामाजिक तत्व ने बड़े पत्थर रख दिए थे जिसे ट्रेन का ड्राइवर दूर से नहीं देख पाया था। ...

इस खबर का पहला हिस्सा ध्यान से पढ़ें तो उसमें छहों ककारों अर्थात् क्या, कब, कहाँ, क्यों, कौन और कैसे का उत्तर मिल जाएगा। रेल दुर्घटना, 23 दिसंबर से एक दिन पहले, रामदयाल नगर स्टेशन, महिलाएँ और बच्चे घायल, धुंध में सिगनल का संकेत न देखना। इस संबंध में कुछ बातों पर विशेष ध्यान दिया जाता है। इनमें आमुख, शीर्षक और लीड प्रमुख हैं।

आमुख — समाचार के उस आरंभिक भाग को ही आमुख कहते हैं जिसमें अधिकतम ककारों का उत्तर होता है। आमुख को पढ़कर एक नज़र में पूरी खबर की झलक मिल जाती है। खबर में आमुख सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण होता है। आमुख इतनी कुशलता के साथ लिखा जाना चाहिए कि अगर आमुख के बाद

के हिस्से खबर में न भी छप पाएँ तो भी पाठक को खबर के सार का पता चल जाए। आमतौर से आमुख चार से पाँच पंक्तियों का लिखा जाना चाहिए।

आमुख को अंग्रेज़ी में इंट्रोडक्शन कहते हैं। अखबार की दुनिया में उसका संक्षिप्त रूप 'इंट्रो' है। इसे कुछ लोग मुखड़ा भी कहते हैं। असल में समाचार का केंद्र-बिंदु यह 'इंट्रो' या आमुख ही है। खबर की विषय-वस्तु को ध्यान में रखते हुए अनेक प्रकार के आमुख लिखने की परंपरा है लेकिन उनमें तथ्यात्मक और भावनात्मक आमुख प्रमुख हैं। आमतौर पर तो छह ककारों के आधार पर तथ्यात्मक आमुख लिखे जाते हैं लेकिन अगर खबर में गहरी संवेदनात्मकता है तो भावनात्मक आमुख भी लिखा जाता है। जैसे श्रीमती गांधी की मृत्यु पर राजस्थान पत्रिका (4 नवंबर 1984) के समाचार में तथ्यात्मक आमुख था —

नई दिल्ली, 3 नवंबर। श्रीमती इंदिरा गांधी जो 16 वर्ष तक देश की भाग्य-विधाता रहीं, उनका आज यमुना के किनारे वैदिक मंत्रोच्चार के साथ अंतिम संस्कार कर दिया गया।

नवभारत टाइम्स ने श्रीमती गांधी के निधन का भावात्मक आमुख बनाया —

नई दिल्ली। मर्माहत देश ने भरे हुए दिल और छलकती आँखों से अपनी लोकप्रिय नेता को अलविदा कहा।

शीर्षक — आमुख के आधार पर ही समाचार का शीर्षक बनाते हैं। शीर्षक खबर की जान होती है। वह समाचार का केंद्र-बिंदु है, जो उसके सार को प्रभावी ढंग से प्रकट करता है। जैसे — ऊपर वैशाली एक्सप्रेस के पटरी पर से उतरने वाली खबर का तथ्यात्मक शीर्षक हो सकता है —

वैशाली एक्सप्रेस पटरी से उतरी

30 घायल

इस शीर्षक से पूरी खबर के सार का पता चल जाता है।

अच्छे शीर्षक की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि वह बोलचाल की भाषा में हो। मुहावरे का प्रयोग उसे और आकर्षक बना देता है। संक्षिप्तता उसका बहुत बड़ा गुण है। शीर्षक की लंबाई इस बात पर निर्भर करती है कि समाचार कितना बड़ा है और उसने कितनी जगह घेरी है।

लीड — विभिन्न खबरों को संपादित करने के बाद समाचार संपादक के विमर्श से मुख्य उपसंपादक यह तय करता है कि अखबार के पहले पन्ने पर कौन-से समाचार सबसे प्रमुख अथवा 'लीड' होंगे। ऐसी खबर को लीड बनाते हैं जो राष्ट्रीय जीवन में घटने वाली घटनाओं की परंपरा में नई हो तथा जिसमें ज्यादा से ज्यादा लोगों की रुचि हो। समाचार पत्र के पहले पन्ने पर फ़ोटो चयन भी अनेक बार लीड से जुड़ा हुआ होता है। अखबार में छपने वाले चित्र अखबार का फ़ोटो विभाग देता है। बड़े अखबारों का अपना फ़ोटो विभाग होता है जिसमें अनेक फ़ोटोग्राफर होते हैं। पहले पन्ने पर ही ज्यादातर अखबार कार्टून भी छापते हैं। कार्टून में तात्कालिक राजनैतिक-सामाजिक स्थिति पर व्यंग्य होता है।

अखबार के प्रथम पृष्ठ के बाद नगर या महानगर का पन्ना होता है। उसमें जहाँ से अखबार निकलता है उस नगर या महानगर की ही खबरें होती हैं। अगर महानगर काफ़ी बड़ा है तो उसके विभिन्न हिस्सों के लिए अब अलग-अलग संस्करण भी निकलने लगे हैं। महानगर पृष्ठ मूलतः संवाददाता की खबरों के आधार पर निकलता है। अखबार में एक नगर या महानगर डेस्क होता है। उसका प्रधान मुख्य संवाददाता होता है। संवाददाता मुख्य संवाददाता के निर्देशन में काम करता है। एक अच्छे संवाददाता की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि वह जनजीवन से जुड़ी ऐसी खबरें लाता है जिनसे अधिक से अधिक लोगों का जीवन जुड़ा होता है। इन संवाददाताओं के कार्यक्षेत्र बँटे होते हैं। कोई राजनैतिक खबरें लाता है तो किसी के ज़िम्मे अपराध-क्षेत्र की खबरें होती हैं। कोई शिक्षा-क्षेत्र का समाचार लाता है तो कोई नगर निगम या महानगर पालिका की खबरें प्रस्तुत करता है।

समाचार के प्रमुख स्रोत

समाचार प्राप्त करने के अनेक स्रोत हैं। इनमें प्रमुख हैं : मंत्रालय, अस्पताल, पुलिस मुख्यालय, प्रेस विज्ञप्ति तथा संवाद समितियाँ। इसके अलावा विभिन्न आयोजनों के प्रमुख संवाददाता सम्मेलन करके समाचार की जानकारी देते हैं।

संवाददाता सम्मेलन

सरकार के प्रमुख मंत्रालय, राजनैतिक दल, पुलिस आयुक्त तथा विभिन्न संस्थाओं के प्रधान प्रेस सम्मेलन का आयोजन करते हैं जिनमें ये खबरें देने के लिए संवाददाताओं को बुलाते हैं। संवाददाता उनकी बातें सुनता है। प्रश्न पूछता है और उनके उत्तर के आधार पर खबर बनाता है।

संवाद समितियाँ

समाचार की तुलना में समाचार इकट्ठा करने के लिए संवाद समितियों का जाल ज्यादा फैला हुआ है। जो महत्त्वपूर्ण खबरें संवाददाताओं से छूट जाती हैं उसे संवाद समितियों से ले लिया जाता है। हमारे देश में *यूनीवार्ता* और *भाषा* हिंदी की दो प्रमुख समाचार समितियाँ हैं। अंग्रेज़ी में *यूनाइटेड न्यूज़ ऑफ़ इंडिया (यू.एन.आई.)* तथा *प्रेस ट्रस्ट ऑफ़ इंडिया (पी.टी.आई.)* है। आमतौर पर हिंदी अखबार इन चारों समितियों की सेवाएँ लेते हैं।

महानगर या नगर के पन्ने पर आमतौर पर स्थानीय जन जीवन की धड़कन दर्ज होती है। पानी-बिजली के बारे में आवश्यक सूचनाएँ तथा शहर में आज होने वाली घटनाओं की सूचना भी होती है। महानगर के बाद कुछ अखबार अंतरराष्ट्रीय खबरों का विशेष पन्ने देते हैं। इनके लिए अलग डेस्क होता है जो विदेशों में नियुक्त अपने संवाददाता और संवाद समितियों के आधार पर पृष्ठ का निर्माण करते हैं। कुछ अखबार देश के विभिन्न भागों से आने वाली खबरों को अधिक महत्त्व देते हैं और उनके लिए अलग से पृष्ठ का निर्माण करते हैं। इसके लिए अखबार में एक प्रादेशिक डेस्क होता है। इस डेस्क पर देश के प्रमुख शहरों में नियुक्त संवाददाताओं की खबरें आती हैं और उनका संपादन किया जाता है।

संपादकीय पृष्ठ

प्रादेशिक पृष्ठ के बाद संपादकीय पृष्ठ होता है। यों तो पूरा समाचार पत्र ही प्रधान संपादक के निर्देशन में निकलता है लेकिन संपादकीय पृष्ठ से वह सीधे जुड़ा

होता है। दोपहर को अखबार के कार्यालय में आते ही वह सहायक संपादकों के साथ बैठक करता है। इस बैठक में वह देश-विदेश की ताज़ा घटनाओं का विश्लेषण करते हुए संपादकीय के विषय तय करता है। अखबार की नीतियों को ध्यान में रखते हुए अखबार के संपादक को उसका स्वरूप निर्धारित करना पड़ता है। लेकिन एक अच्छा संपादक तमाम दबावों के बावजूद जनहित के पक्ष में अखबार का संपादन करता है। वही आम पाठक की विविध रुचियों का खयाल रखते हुए उन्हें विश्व की नई से नई सूचनाओं और विचारों से समृद्ध करता है। संपादकीय बैठक में संपादकीय विषय तय हो जाने के बाद संपादक उन्हें विभिन्न सहायक संपादकों से लिखने के लिए कहता है।

संपादकीय

संपादकीय पिछले दिन घटी हुई प्रमुख राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय घटनाओं पर वैचारिक टिप्पणी होती है। उसमें घटनाओं के मर्म का विश्लेषण करते हुए उसके आगामी प्रभाव का विवेचन किया जाता है। आमतौर पर अखबारों में तीन संपादकीय दिए जाते हैं। राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय विषय के साथ ही पाठकों के मनोरंजन के लिए इन दिनों एक हलका-फुलका विषय भी लिया जाने लगा है। अखबार के संपादकीय पृष्ठ पर संपादकीय के अलावा किसी तात्कालिक विषय पर प्रमुख लेख प्रकाशित किया जाता है। इसी पन्ने पर पाठकों के पत्र भी होते हैं जिनमें जन भावनाओं की अभिव्यक्ति होती है। इस कॉलम को काफ़ी महत्त्व दिया जाता है क्योंकि इसके माध्यम से पाठकों से सीधा संवाद होता है। किसी भी समाचार पत्र को जीवंत बनाने के लिए संवाद अत्यावश्यक है।

फ़ीचर

संपादकीय पृष्ठ के बाद या अखबार के अंतिम पृष्ठ पर आजकल फ़ीचर का एक पूरा पृष्ठ प्रकाशित करने की परंपरा है। इस पृष्ठ पर किसी एक विषय से संबंधित सामग्री होती है जैसे — बालवाड़ी, नारी जगत, फ़िल्म, कला, पुस्तकें आदि। कुछ अखबार आधुनिक रुचि को ध्यान में रखते हुए फ़ैशन-फ़िल्म-मनोरंजन के विविध पहलुओं से जुड़ी सामग्री के आधार पर रोज़ एक पूरा पृष्ठ

निकालते हैं। इधर कुछ अखबार हफ्ते में दो या तीन दिन चार पन्नों का अलग से रंगीन फ्रीचर पृष्ठ भी निकालने लगे हैं। अब तो फ्रीचर की प्रधानता इतनी बढ़ गई है कि अखबार के पहले पन्ने पर नई जानकारी से संबंधित फ्रीचर नियमित रूप से दिया जाने लगा है। 'फ्रीचर' शब्द अंग्रेज़ी का है। इसका शाब्दिक अर्थ है आकृति, रूपरेखा लक्षण या विशेषता आदि। लेकिन अखबार में फ्रीचर से तात्पर्य रोचक विषय पर मनोरंजक शैली में लिखे आलेखों से है। रोचक शैली में किसी भी विषय की रूपरेखा का विवेचन ही फ्रीचर है। इसमें तथ्य के साथ ही भावना का भी समन्वय होता है।

रिपोर्टाज

रिपोर्टाज भी फ्रीचर का समानधर्मी है। समाचार के तथ्यात्मक अनुशासन को प्रमुखता न देकर जब किसी भी रिपोर्ट में भावनात्मकता और एंड्रिकता को प्रमुखता दी जाती है तब वह रिपोर्टाज कहलाता है। हिंदी में फणीश्वरनाथ रेणु द्वारा लिखा गया बाढ़ और सूखे का वृत्तांत श्रेष्ठ रिपोर्टाज का उदाहरण है।

साक्षात्कार

फ्रीचर पृष्ठ पर साक्षात्कार प्रमुखता से छापा जाता है। कुछ अखबारों में तो पूरा पृष्ठ साक्षात्कार आधारित सामग्री से भरा होता है। पाठक साक्षात्कार को पढ़ना अधिक पसंद करते हैं क्योंकि उन्हें महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों से सीधे मिलने का सुख प्राप्त होता है। साक्षात्कार मूलतः तीन प्रकार का होता है। पहला तो सीधे-सीधे प्रश्नोत्तर होता है। दूसरे प्रकार के साक्षात्कार में बातचीत के आधार पर आलेख तैयार होता है। तीसरे प्रकार का साक्षात्कार फ्रीचर, रिपोर्टाज और प्रश्नोत्तर का मिश्रण होता है। साक्षात्कार का यह रूप साहित्य के स्तर का होता है। इसका स्थायी महत्त्व है। इससे हम न सिर्फ संबंधित व्यक्ति के विचारों से अवगत होते हैं, बल्कि उसके परिवेश और व्यक्तित्व की विशेषताओं से भी साक्षात्कार करते हैं। इसका कारण है साक्षात्कार की इस शैली का स्वरूप। इसमें साक्षात्कार देने वाले आदमी के व्यक्तित्व का चित्रण भी होता है। *नवभारत टाइम्स* में कुछ वर्ष पूर्व उसके प्रथम पृष्ठ पर अटल बिहारी वाजपेयी, शिवराज पाटिल, मुरली मनोहर जोशी और इंद्रजीत गुप्त के ऐसे ही साक्षात्कार प्रकाशित हुए थे।

फ्रीचर पृष्ठ की तरह ही समाचार पत्र के अंतिम दो पृष्ठ भी अत्यंत महत्त्वपूर्ण हैं। ये पृष्ठ व्यापार और खेल के हैं। व्यापार पृष्ठ पर वाणिज्य जगत की विस्तृत खबरें होती हैं। शेयरों की जानकारी दी जाती है। मंडियों के भाव बताए जाते हैं। इसी तरह खेल पृष्ठ पर खेल जगत की विस्तृत खबरें और खिलाड़ियों के आकर्षक चित्र प्रकाशित किए जाते हैं।

जनसंपर्क और विज्ञापन


समाचार पत्र का पूरा परिचय तब तक अधूरा है जब तक विज्ञापन और जनसंपर्क का परिचय न दे दिया जाए। आधे से अधिक अखबार विज्ञापनों से भरा होता है। सर्वाधिक पत्रकार सम्मेलन जनसंपर्क के लिए ही किए जाते हैं। जनसंपर्क से तात्पर्य ऐसे प्रयासों से है जिसके द्वारा कोई व्यक्ति या संस्था अपने पक्ष में वातावरण तैयार करती है। राजनैतिक दल सभा और सम्मेलनों तथा अनुकूल समाचारों के प्रकाशन के द्वारा जनसंपर्क को अंजाम देते हैं। व्यावसायिक कंपनियाँ भी अपने उत्पादों के गुणों का बखान करने वाले आलेखों से बिक्री के अनुकूल वातावरण तैयार करती हैं। जनसंपर्क की विशेषता यह है कि इसमें बिना विज्ञापन के जनमत को अपने प्रति उदार बनाने की कोशिश की जाती है।

उत्पाद की अधिकतम बिक्री के लिए लोगों तक उसकी विशेषताओं को संचार माध्यमों के द्वारा पहुँचाना ही विज्ञापन है। आजकल संचार के अधिकांश माध्यमों पर विज्ञापनों का वर्चस्व है। चाहे अखबार हों या टी.वी. चैनल, सब में विज्ञापनों की भरमार है। यह इन माध्यमों की आमदनी का सबसे बड़ा ज़रिया है क्योंकि उत्पाद के निर्माता अपनी सामग्री के परिचय को विज्ञापन के रूप में प्रकाशित या प्रसारित करने के लिए पर्याप्त शुल्क अदा करते हैं। विज्ञापन से होने वाली आमदनी के कारण ही आज 20 रुपए की लागत से तैयार होने वाले अखबार 2 रुपए में बेचे जा रहे हैं। विज्ञापन की प्रमुखता के कारण ही आज कहा जा रहा है कि अखबार मूलतः विज्ञापनों के संकलन हो गए हैं। विज्ञापन की यह स्थिति उसके महत्त्व का परिचायक है। हालाँकि प्रेस आयोग की संस्तुति है कि पठनीय सामग्री और विज्ञापन का अनुपात 60 और 40 का होना चाहिए।

विज्ञापन लिखना या दिखाना भी एक कला है। अच्छे विज्ञापन में तत्काल ध्यान खींचने की क्षमता होती है। विज्ञापन की प्रस्तुति में मौलिकता होनी चाहिए। विज्ञापन विशेष और सामान्य सबके लिए समान रूप से प्रभावी हो। उत्पाद की विशेषताएँ तर्कपूर्ण ढंग से बताई जानी चाहिए। विज्ञापन ऐसा होना चाहिए कि उसमें सुरुचि हो और उसकी मनोरमता उपभोक्ता के मन को छू ले। उसे इतना आकर्षित कर ले कि वह उत्पाद खरीदने में रुचि लेने लगे। लेकिन स्तरहीन वस्तुओं का प्रशंसात्मक विज्ञापन अनैतिक है। इसलिए समाचार पत्र प्रायः अरुचि और भ्रम फैलानेवाले विज्ञापनों का प्रकाशन नहीं करते।

प्रश्न-अभ्यास

1. समाचार पत्र को मानवता का दैनिक इतिहास क्यों कहा जाता है?
2. समाचार पत्रों के उद्भव और विकास का संक्षिप्त परिचय दीजिए।
3. प्रधान संपादक किन की सहायता से समाचार पत्र निकालता है?
4. 'न्यूज़ सेंस' (समाचार बोध) से आप क्या समझते हैं?
5. खबर की संपूर्णता का अर्थ स्पष्ट कीजिए।
6. समाचार में आमुख का क्या महत्त्व है?
7. 'शीर्षक खबर की जान होती है।' कैसे?
8. समाचार के प्रमुख स्रोतों की जानकारी दीजिए।
9. 'एक अच्छा संपादक जनहित का रक्षक होता है'— संपादक के गुण बताते हुए इस कथन को स्पष्ट कीजिए।
10. फ्रीचर का सामान्य परिचय देते हुए उसका महत्त्व स्पष्ट कीजिए।
11. पाठक को अखबार कम कीमत में उपलब्ध कैसे हो रहा है?
12. निम्नलिखित में अंतर स्पष्ट कीजिए —
 - समाचार संपादक तथा उपसंपादक
 - महानगर पृष्ठ और संपादकीय पृष्ठ
 - संवाददाता सम्मेलन तथा संवाद समितियाँ



समाचार पत्र का संसार/75

13. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए —

- ब्यूरो चीफ़
- विशेष संवाददाता
- लीड
- रिपोर्ताज
- साक्षात्कार