

B.A. Mass Communication
(3rd year)

BMC-112

laiknu ¼fgUnh ek/;e¹/₂



**Directorate of Distance Education
Guru Jambheshwar University
of Science & Technology
HISAR-125001**

विषय सूची

क्रमांक	अध्याय	लेखक	पुनरीक्षक	पृष्ठ सं
1.	संपादन- एक परिचय	श्री महेश कुमार	श्री मिहिर रंजन पात्र	1
2.	संपादन के सिद्धांत	श्री राजेश नैन	श्री मिहिर रंजन पात्र	1 9
3.	संपादकीय कर्मियों की योग्यताएं	श्री राजेश नैन	श्री मिहिर रंजन पात्र	3 5
4.	संपादकीय कर्मियों की भूमिका और जिम्मेदारियाँ	श्री महेश कुमार	श्री मिहिर रंजन पात्र	4 8
5.	न्यूज रुम	श्री राजेश नैन	श्री मिहिर रंजन पात्र	6 5
6.	संपादन प्रक्रिया	श्री महेश कुमार	श्री मिहिर रंजन पात्र	7 8
7.	हैडलाइन	श्री राजेश नैन	श्री मिहिर रंजन पात्र	9 4
8.	पेजमेकर	श्री महेश कुमार	श्री मिहिर रंजन पात्र	1 1 7
9.	इलैक्ट्रोनिक मीडिया हेतू संपादन	श्री राजेश नैन	श्री मिहिर रंजन पात्र	1 6 3
10.	लीनियर व नॉन लीनियर संपादन	श्री राजेश नैन	श्री मिहिर रंजन पात्र	1 8 3

श्री महेश कुमार, सहायक संपादक, अमर उजाला, चण्डीगढ़।

श्री राजेश नैन, सहायक वार्ता सम्पादक, दैनिक हिन्दुस्तान, मेरठ।

श्री मिहिर रंजन पात्र, वरिष्ठ व्याख्याता, संचार प्रबन्धन एवं तकनीकी विभाग,
गुजराती, हिसार।

बी.ए. मास कम्युनिकेशन

खण्ड 1

ईकाई 1

तृतीय वर्ष

पाठ 1

बीएमसी 112

संपादन - एक परिचय

लेखक: श्री महेश कुमार,

सहायक सम्पादक, दैनिक भास्कर, चण्डीगढ़।

वैठर: श्री मिहिर रंजन पात्र

वरिष्ठ व्याख्याता, संचार प्रबन्धन व तकनीकी विभाग, गुरु जम्भेश्वर विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिंसार।

अध्याय संरचना:

इस अध्याय की संरचना इस प्रकार रहेगी:

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 परिचय
- 1.2 विषय वस्तु की प्रस्तुति
 - 1.2.1 संपादन - एक परिचय
 - 1.2.2 उपसंपादन - एक परिचय
 - 1.2.3 उपसंपादन की धारणाएं
 - 1.2.4 चित्र संपादन या फोटो एडिटिंग
- 1.3 सारांश
- 1.4 सूचक शब्द
- 1.5 रव मूल्यांकन हेतु प्रश्न
- 1.6 संदर्भित पुस्तकें

1.0 उद्देश्य:

इस अध्याय के उद्देश्य इस प्रकार हैं:

- संपादन को समझना

- उपसंपादन से परिचित होना
- उपसंपादन की धारणाओं से परिचित होना
- चित्र संपादन या फोटो एडिटिंग के बारे में जानकारी प्राप्त करना

1.1 परिचय :

संपादन की शुरुआत उस समय होती है जब कोई संपादक या मुख्य उपसंपादक ऐसी खबरों को छांटना शुरू करता है जो अगले दिन का अखबार बनाते समय ज्यों की त्यों प्रयोग नहीं की जा सकती। इस दैरान केवल वही खबरें चुनी जाती हैं जो पाठक के लिए लचिकर या सूचनाप्रद हों। इसके बाद ये खबरें या अन्य सामग्री संबंधित उपसंपादक तक पहुंचा दी जाती हैं जो उसकी व्याकरण संबंधी, वाक्यों संबंधी, वर्तनी संबंधी, आंकड़ों संबंधी, तर्क संबंधी गलतियों को ठीक करता है। इसके अलावा वह उपलब्ध स्थान के अनुसार उक्त खबर की भाषा को मांजता है। प्रतियों का संपादन मुख्य रूप से समाचार के अंदर छुपी ‘खबर’ को उभारने और सभी समाचारों व अन्य सामग्री में एकलपता लाने के लिए किया जाता है।

संपादन के विभिन्न प्रारम्भिक पहलूओं के बारे में हम इस अध्याय में चर्चा करेंगे।

1.2 विषय वस्तु की प्रस्तुति :

इस अध्याय में विषय वस्तु की प्रस्तुति इस प्रकार होगी :

- संपादन - एक परिचय
- उपसंपादन - एक परिचय
- उपसंपादन की धारणाएं
- चित्र संपादन या फोटो एडिटिंग

1.2.1 संपादन- एक परिचय :

संपादन के लिए चुनी गई खबर या अन्य सामग्री को कम से कम तीन बार पढ़ें। पहली बार उसे संपादित करने से पहले, दूसरी बार उसे संपादित करते समय और तीसरी बार उसे संपादित करने के बाद। पहली बार पढ़ते समय यदि आपको कोई गड़बड़ी, विरोधाभास या संरचना संबंधी विकार नजर आए तो संबंधित रिपोर्टर या संवाददाता से उसे दूर करने के लिए पूरी सूचना मांगें। इसके अलावा बड़ी गड़बड़ को संपादक या मुख्य उपसंपादक के ध्यान में भी लाया जा सकता है। जब इस तरह की सभी त्रुटियां दूर हो जाएं तो समझो वह खबर या सामग्री प्रकाशन के लिए तैयार है।

संपादन के समय खबर को आमतौर पर दो भागों में बांटा जाता है। ये दो भाग होते हैं - इंट्रो और बॉडी (शरीर)। इंट्रो का काम पाठकों को पूरी खबर से परिचित करवाना होता है जबकि खबर के शरीर का काम खबर के बारे में विस्तार से जानकारी देना होता है। इंट्रो को लीड भी कहा जाता है। लीड में आमतौर पर यह जानकारी दी जाती है कि क्या हुआ और वह कब, कहां, कैसे, क्यों हुआ तथा उससे कौन प्रभावित हुआ। खबर के शरीर में इन्हीं सवालों के जवाब विस्तार से दिए जाते हैं तथा इनका पूरा वर्णन किया जाता है। लीड आमतौर पर 35 शब्दों से कम होती है और वह संक्षिप्त तथा निचोड़ के रूप में होती है।

दूसरे विश्व युद्ध के बाद से खबरों का उल्टा त्रिभुज (इनवर्टिड पिरामिड) तकनीक अस्तित्व में आई है। इसके अनुसार खबर की सबसे महत्वपूर्ण सूचना खबर में सबसे ऊपर रखी जाती है तथा ज्यों-ज्यों सूचना का महत्व कम होता जाएगा, वह नीचे की ओर खिसकती जाएगी। अर्थात् खबर की सूचनाओं को महत्व के अनुसार घटते कम में रखने को कहा जाता है। इस तकनीक के अनुसार लीड के बाद आने वाला हर पैराग्राफ खबर में अतिरिक्त सूचना जोड़ेगा, लेकिन वह खबर के प्रवाह को प्रभावित नहीं करेगा। उल्टा त्रिभुज तकनीक से समाचार लिखने के कई लाभ हैं; जैसे :

1. खबर की संरचना पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता, विशेषकर उस अवस्था में भी जब स्थान के अभाव के कारण खबर में से फोटो को हटा दिया जाए।

2. कोई भी व्यस्त पाठक खबर की केवल लीड पैराग्राफ को पढ़ते हुए अधिक खबरें

पढ़ सकता है और उसे पूरी सूचना भी मिल जाएगी।

3. इस तरह से लिखी गई खबर में उपसंपादक के लिए केवल लीड पैराग्राफ को पढ़कर शीर्षक निकालना आसान होता है।

4. इस तरह लिखे गए समाचार के पैराग्राफ को ऊपर-नीचे करना आसान होता है।

5. स्थान आदि के अभाव में यदि खबर को छोटा करना पड़े तो सबसे कम महत्व वाला पैरा ही कठेगा, क्योंकि वही आखिर में लिखा गया है।

घटनात्मक क्रम में लिखी गई खबर में ये लाभ नहीं होते। उसमें क्रम के अनुसार यह बताया जाता है कि कब क्या हुआ और उसके बाद क्या-क्या हुआ। इस तरह से लिखी गई खबर में आमतौर पर निचोड़ अंत में आता है और अंत तक पढ़ते-पढ़ते पाठक परेशान हो जाता है। यह एक तरह से पाठक के धैर्य की परीक्षा लेना होता है।

यदि किसी समाचार में सबसे महत्वपूर्ण बात अंतिम पैराग्राफ में दबी हुई है तो उस समाचार को पुनः लिखकर उस बात को लीड पैरा में लाना अनिवार्य होता है। यदि किसी समाचार में एक से अधिक ऐसे बिंदु हैं जो प्राथमिकता की दृष्टि से एक-दूसरे के समान हैं तो उनमें से उसे प्राथमिकता दी जानी चाहिए जो ज्यादा पाठकों को आकर्षित करेगा।

इसी तरह से यदि किसी समाचार का दूसरा पैरा लीड पैरा के सहायक के रूप में नजर नहीं आ रहा हो तो उसे दोबारा लिखें। इसी प्रकार से तीसरा पैरा इस तरह से लिखा जाना चाहिए कि वह दूसरे पैरा में आई बात को आगे बढ़ाए। सामान्यतः किसी पैरे में तीन से चार वाक्य ही होने चाहिए।

1.2.2 उपसंपादन : एक परिचय

उपसंपादन (सब एडिटिंग) या प्रति संपादन (कॉपी एडिटिंग) वह किया है जिसके द्वारा कोई भी संपादक या उपसंपादक लिखित सामग्री में विभिन्न तरह के सुधार और बदलाव करता है। प्रति या कॉपी उस लिखित सामग्री को कहा जाता है जिसे ठीक किया जाना है और जिसमें सुधार किया जाना है और अंत में उसे कम्पोज या टाइप करना होता है ताकि

उसे प्रकाशित किया जा सके। यह विभिन्न तरह की लिखित या टाइप की गई सामग्री होती है। वह व्यक्ति जो प्रति या कॉपी में विभिन्न तरह के बदलाव कर उसे प्रकाशन के योग्य तथा पाठक के लिए रुचिकर बनाता है, उसे सब एडिटर या उपसंपादक कहा जाता है।

किसी उपसंपादक के कार्य को निम्न तरह से परिभाषित किया जा सकता है :

- वह किसी प्रति को स्पष्ट करता है
- उसकी गलतियां दूर करता है
- उसे सही आकार देता है (उसे महत्व के अनुसार छोटा या बड़ा करता है)
- उसे पठनीय बनाता है तथा
- उसे प्रवाह के अनुसार ढालता है।

प्रति संपादन (कॉपी एडिटिंग) या उपसंपादन (सब एडिटिंग) का अर्थ सामान्यतः पूर्ण विराम, अल्प विराम, अर्ध विराम, व्याकरणिक त्रुटियां और वाक्य संबंधी गलतियां दूर करने के साथ-साथ संबंधित सामग्री को अपने अखबार या पत्रिका आदि में प्रयोग होने वाले फॉन्ट तथा साइज में टाइप करवाने, उसे सही एवं सटीक शीर्षक देने, उपशीर्षक देने, उसमें दी जाने वाली विभिन्न तरह की सूचना ग्राफिक्स बनवाने, मुख्य बिंदु निकालने आदि से लगाया जाता है। ये सारे काम उपसंपादक को उस समय से पहले करवाने होते हैं जब कम्प्यूटर ऑपरेटर या टाइपरैटर समाचार पत्र या पत्रिका का अंतिम प्रूफ नहीं निकालता।

उपसंपादक को यह भी सुनिश्चित करना होता है कि शब्दों का प्रवाह सही हो अर्थात् कोई पाठक किसी खबर या आलेख को पढ़ना शुरू करे तो अंत तक पढ़ता ही जाए। उपसंपादक को ही यह भी सुनिश्चित करना होता है कि संपादित की गई प्रति पूरी तरह से सही और ठीक है तथा इसमें ऐसी कोई बात नहीं लिखी गई है जिससे प्रकाशक या संपादक के लिए कोई कानूनी परेशानी खड़ी हो। समाचार पत्रों में काम करने वाले

उपसंपादकों को ही यह तय करना होता है कि किस समाचार एजेंसी की खबर प्रयोग की जानी है (ऐसा इसलिए करना पड़ता है क्योंकि एक ही खबर को कई समाचार एजेंसी अपने-अपने स्टाइल में लिखकर भेजती हैं)। समाचार एजेंसी से संबंधित खबर लेने के बाद उसे दोबारा अपने संस्थान की नीतियों के अनुसार व संस्थान द्वारा प्रयोग किए जाने वाले स्टाइल में लिखने की जिम्मेदारी भी संबंधित उपसंपादक की ही होती है।

अधिकतर मामलों में उपसंपादक ही केवल वह व्यक्ति होता है जो रिपोर्टर की लिखी गई खबर को प्रकाशन से पहले पूरी की पूरी पढ़ लेता है। चूंकि संवाददाता या रिपोर्टर कोई गलती करता है तो उपसंपादक ही उस गलती को पकड़ सकता है। इसी कारण अधिकतर संपादक अपने उपसंपादकों को सुरक्षा की अंतिम पंक्ति के रूप में सम्मान देते हैं।

एक उपसंपादक जल्दत और खबर या आलेख के महत्व के अनुसार उसे छोटा या बड़ा करता है जिसे पत्रकारिता की भाषा में काटना-छांटना कहा जाता है। इसका अर्थ होता है कि संबंधित समाचार, आलेख या रूपक को प्रकाशित करने के लिए उपलब्ध स्थान के अनुसार या उसे अधिक पठनीय बनाने के लिए उसमें किया जाने वाला सुधार। कई मामलों में तो केवल एक-दो लाइनें काटने-छांटने से ही काम चल जाता है, लेकिन कई खबरों को पूरा का पूरा ही दोबारा लिखना पड़ता है ताकि उसमें छूट गई जानकारी जोड़ी जा सके और उसे अधिक पठनीय बनाया जा सके। कुछ खबरों व आलेखों को तो सीधे ही काटकर छोटा किया जा सकता है, लेकिन कुछ को छोटा करने के लिए अधिक मेहनत करनी पड़ती है, क्योंकि उनमें ये तय करना पड़ता है कि पाठक के लिए कौन सी सूचना अधिक महत्वपूर्ण है।

व्यवसाय में बदलाव :

परंपरागत रूप से एक उपसंपादक का काम एक लिखित खबर या आलेख की प्रति को पढ़ना, उस पर हाथ से प्रूफरीडिंग के चिह्न बनाना और गलतियों को चिन्हित करना होता है। परंतु वर्तमान में एक उपसंपादक की भूमिका में काफी बदलाव आ गए हैं। अब

आमतौर पर उपसंपादक को खबर या आलेख प्रति की बजाय कम्प्यूटर मॉनीटर की स्क्रीन पर ही पढ़ने होते हैं तथा साथ ही गलतियां ठीक करवानी होती हैं। इतना ही नहीं तकनीक के साथ उपसंपादक का काम इतना बढ़ गया है कि अब उसे केवल मुद्रण या प्रकाशन के लिए ही खबर या आलेख तैयार नहीं करने होते बल्कि उनको विशेष तरह के कोडिंग सिस्टम में भी डालना होता है ताकि उन्हें इंटरनेट आदि पर जारी किए जाने वाले एडिशनों में भी डाला जा सके।

डेस्कटॉप पब्लिशिंग (कम्प्यूटर की सहायता से टाइपिंग व मुद्रण) के आने से उपसंपादकों को वह काम भी करना पड़ता है जो पहले केवल प्रोडक्शन विभाग के कर्मचारी ही करते थे। इसमें मुख्य रूप से टाइपिंग, गलतियां दूर करना, डिजाइन बनाना तथा लेआउट संबंधी काम को शामिल किया जा सकता है। अब ये सारे काम उपसंपादक ही करते हैं जबकि एक जमाने में ये सारे काम प्रोडक्शन विभाग के कर्मचारियों के जिम्मे ही होते थे। इतना काम बढ़ने के कारण ही उपसंपादक बनने के लिए अधिक दक्षता की ज़रूरत हो गई है। अब तकनीकी दक्षता को भी उतना ही महत्व दिया जाता है जितना कि लेखन क्षमता को। पुस्तक प्रकाशन की बजाय पत्रकारिता के क्षेत्र में इस पर और भी जोर है।

कुशलता, दक्षता और प्रशिक्षण :

उपसंपादक के लिए यह तो अनिवार्य है ही कि संबंधित भाषा पर उसकी अच्छी पकड़ हो, साथ ही यह भी जरूरी है कि उसका सामान्य ज्ञान का दायरा विस्तृत हो ताकि वह आंकड़ों संबंधी गलतियों को तुरंत पकड़ सके। इसके अलावा उसके पास समालोचना वाली सोच होनी भी जरूरी है ताकि वह गडबडियों को पहचान सके। इसी तरह उसकी सोच लोकतांत्रिक होनी चाहिए ताकि वह संबंधित लेखकों आदि से ठीक से निपट सके। जब लोकतांत्रिक प्रणाली असफल होती नजर आए तो उसमें मोटी चमड़ी वाला बनने का गुण भी होना चाहिए। उपसंपादक बनने की इच्छा रखने वाले व्यक्ति में अपनी प्राथमिकताएं तय करने की क्षमता भी होनी चाहिए। प्राथमिकता तय करने की क्षमता

होगी तो वह काम के लिए तय समय में ही श्रेष्ठता हासिल करने का प्रयास करेगा जो संस्थान के लिए काफी लाभदायक होगा।

ऐसा भी नहीं है कि उपसंपादकों के लिए किसी विशेष योग्यता की आवश्यकता होती हो। वर्तमान में अधिकतर समाचार पत्रों में काम कर रहे अधिकांश उपसंपादकों के पास कॉलेज की डिग्री होती है। वह किसी भी विषय में हो सकती है, विशेषकर पत्रकारिता, अंग्रेजी या जनसंचार में। प्रति संपादन (कॉपी एडिटिंग) या उपसंपादन (सब एडिटिंग) विभिन्न कॉलेजों व विश्वविद्यालयों में विभिन्न कोर्सों में पढ़ाया जाता है। इसी तरह की कक्षाओं में समाचार-पत्र डिजाइन और पृष्ठ-सज्जा (पेज डिजाइन) भी पढ़ाए जाते हैं।

जब कोई व्यक्ति उपसंपादक के पद के लिए प्रार्थना पत्र भेजता है तो अधिकतर समाचार-पत्र और प्रकाश एक टेस्ट लेते हैं। ये अलग-अलग तरह के हो सकते हैं और इनमें मुख्य रूप से सामान्य ज्ञान, समसामयिक घटनाएं, व्याकरणिक और अल्प विराम, पूर्ण विरामज या अर्ध विराम जैसी गलतियां पकड़ने की क्षमता जांची जाती है। इसके अलावा शीर्षक लिखने की क्षमता, सूचना वाले तथ्य निकालने की क्षमता तथा पत्रकारिता के नियम कायदों के ज्ञान की जानकारी भी इस प्रकार के टेस्ट में परखी जाती है।

प्रति या कॉपी :

प्रति या कॉपी वह लिखित सामग्री है जिसमें समाचार, आलेख, रूपक आदि शामिल होते हैं और जो विभिन्न माध्यमों से समाचार-पत्र के कार्यालय में पहुंचती है। जिन माध्यमों से यह सामग्री समाचार पत्र के कार्यालय में पहुंचती है, उनमें मुख्य रूप से रिपोर्टर, संवाददाता, स्ट्रिंगर, फीलाँसर, समाचार भेजने वाली एजेंसी, रूपक भेजने वाली एजेंसी तथा अनुबंधित लेखक आदि शामिल होते हैं। दिन-प्रतिदिन आधुनिक होती जा रही तकनीकी जैसे टेलेक्स, फैक्स, टेलीटेक्स्ट तथा मॉडम आदि के कारण आज के समय काफी अधिक प्रतियां अधिक आसानी से समाचार पत्र के कार्यालय में पहुंचती हैं। जरूरत के अनुसार सामग्री का चयन करने के लिए समाचार पत्र के कार्यालय में आने वाली इस सामग्री की

छंटनी करनी आवश्यक होती है।

अखबार के कार्यालय में उपसंपादक का कार्य केवल प्रति को जांचना और उसका संपादन करने तक ही सीमित नहीं होता बल्कि उसे शीर्षक देकर संबंधित निर्माण विभाग (प्रोडक्शन डिपार्टमेंट) तक पहुंचाना भी उसके कार्य में शामिल होता है। इसके अलावा निर्माण विभाग (प्रोडक्शन डिपार्टमेंट) के विभिन्न कार्यों में भी उपसंपादक शामिल होता है। इन कार्यों में मुख्य रूप से वे काम शामिल होते हैं जो कम्प्यूटर पर किए जाते हैं जैसे कम्पोजिंग (सामग्री को टाइप करना), प्रूफ रीडिंग (गलतियां ठीक करवाना) तथा लेआउट (कौन-सी खबर कहां और कौन-सा चित्र कहां लगेगा का निर्णय) आदि शामिल होते हैं।

हालांकि दिन-प्रति आधुनिकतम होती जा रही तकनीक ने उपसंपादक का काम आसान कर दिया है, लेकिन कम्प्यूटर और अन्य मशीनों उपसंपादक का स्थान नहीं ले सकती। हालांकि इन तकनीकों व मशीनों के आने से प्रूफ रीडर और लेआउट-आर्टिस्ट के पद लगभग खत्म ही हो गए हैं। इसमें कहीं न कहीं उपसंपादकों की विशेष योग्यता भी शामिल है जो वे कॉपी एडिटिंग के साथ-साथ शीर्षक लिखने और लेआउट बनवाने में दिखाते हैं। अपनी प्रतिभा दिखाने से जहां उपसंपादकों को विभिन्न तरह के लाभ होते हैं, लेकिन कुछ लोगों की नौकरियां इस कारण चली गई हैं। कॉपी को एडिट करने और उसका सही एवं सटीक शीर्षक निकालने के लिए विशेष योग्यताओं की आवश्यकता होती है जिनमें मुख्य रूप से सही निर्णय लेने की क्षमता, विभिन्न क्षेत्रों का ज्ञान एवं उनकी समझ, याददाश्त, प्रेरणा, जिज्ञासा और कल्पना आदि शामिल हैं।

1.2.3 उपसंपादन की धारणाएँ :

अनुभवी और गैर-अनुभवी रिपोर्टर, संवाददाता और स्ट्रिंगर जब अपनी खबर कार्यालय में भेजते हैं तो उनमें आमतौर पर एकरूपता की कमी होती है। इसके अलावा वे अधिक पठनीय भी नहीं होती। चूंकि रिपोर्टर, संवाददाता और स्ट्रिंगर समाचार लिखते समय बहुत जल्दबाजी में होते हैं और उन पर दबाव भी बहुत होता है। यह दबाव समय पर खबरें भेजने से लेकर बिना चूक के खबरें लिखने का होता है।

ऐसे में गलतियां होना स्वाभाविक है। इसी कारण ऐसी प्रतियों की कठाई-छंटाई जरूरी हो जाती है। किसी भी समाचार पत्र की सफलता इसी बात पर निर्भर करती है कि उसमें प्रकाशित होने वाली खबरों और अन्य संपादकीय सामग्री का चयन कितने सही ढंग से और कितनी बुद्धिमता से किया गया है। हालांकि विज्ञापन किसी भी अखबार की रीढ़ की हड्डी होते हैं, लेकिन पाठक विज्ञापन पढ़ने के लिए अखबार नहीं खरीदते। वे खबरें पढ़ने के लिए ही अखबार खरीदते हैं। इसलिए अलग-अलग श्रेणी के पाठकों के लिए उनकी जरूरत के अनुसार खबरें व अन्य सामग्री दी जानी जरूरी है। ऐसे में उपलब्ध स्थान पर अधिक से अधिक रूचिकर खबरें प्रकाशित करना अनिवार्य हो जाता है और यही संपादन का मुख्य कार्य होता है।

पुनर्लेखन (री-राइटिंग) :

पुनर्लेखन वह किया है जिसके द्वारा खबर को अधिक स्पष्ट और उसकी सबसे महत्वपूर्ण बात को अधिक प्रमुखता से प्रदर्शित करने का काम किया जाता है। लेकिन पुनर्लेखन के समय इस बात का विशेष ध्यान रखा जाता है कि खबर के वास्तविक अर्थ और दिए गए आंकड़ों से किसी तरह की छेड़छाड़ न हो, क्योंकि ऐसा होने पर अर्थ का अनर्थ होने का डर रहता है। खबरों को इसलिए भी दोबारा लिखा जाता है कि उसके लीड पैरा में अधिक दम आ जाए तथा मनुष्य की रूचि वाले समाचारों को जीवंत बनाने के लिए भी पुनर्लेखन का सहाया लिया जाता है।

शीर्षक :

समाचार-पत्र में कुछ आकर्षक और रूचिकर सामग्री तलाश रहे पाठक की नजर को शीर्षक ही आकर्षित कर सकते हैं, क्योंकि वे बड़े-बड़े अक्षरों में और रूचिकर ढंग से लिखे होते हैं। शीर्षक पढ़ने के बाद ही पाठक यह तय करता है कि कोई खबर पढ़ी जाए या नहीं, अतः शीर्षक का आकर्षक ढंग से लिखा जाना अनिवार्य होता है।

लीड :

पत्रकारिता के क्षेत्र में लीड शब्द का प्रयोग अलग-अलग संदर्भ में किया जाता है। किसी भी अखबार के पहले पन्ने पर सबसे बड़े शीर्षक के साथ प्रकाशित खबर को लीड खबर कहा जाता है। इसी प्रकार प्राथमिकता के आधार पर अन्य खबरों को लीड-1, लीड-2, लीड-3 या पहली लीड, दूसरी लीड, तीसरी लीड आदि पुकारा जाता है।

दूसरे संदर्भ में किसी भी समाचार के पहले दो या तीन पैराग्राफ को उस समाचार की लीड कहा जाता है। इसे उस समाचार का इंट्रो भी कहा जाता है।

रिपोर्टर आमतौर पर लीड शब्द का प्रयोग किसी समाचार के सुराग के रूप में करते हैं जिस पर वे काम करते हैं, खोजबीन करते हैं, शोध करते हैं तथा उसे पूरी तरह से समाचार के रूप में विकसित कर लेते हैं।

समाचार एजेंसी लीड शब्द का प्रयोग लगातार बदल रही या विकसित हो रही खबर के लिए करती है। ये लगातार आ रही सूचना को लीड के साथ मिलाकर समाचार पत्रों के कार्यालय में प्रेषित करती रहती हैं ताकि संबंधित उपसंपादक को पता चलता रहे कि वह सूचना किस खबर से संबंधित है। लगातार विकसित हो रही खबरों में आमतौर पर राजनीतिक घटनाक्रम, बजट, जहाज गिरने की घटना, रेलगाड़ी दुर्घटना, बाढ़ की खबर तथा बंद या धरना-प्रदर्शन आदि के घटनाक्रम की खबरें शामिल होती हैं।

उदाहरण के तौर पर भोपाल गैस-त्रासदी की प्राथमिक सूचना में केवल कुछ लोगों की मौत की खबर आई थी। लेकिन एक घंटे बाद ही यह संख्या दोगुनी हो गई थी। इसी प्रकार अगले एक घंटे में यह संख्या तीन गुणा हो गई थी और आधी रात तक आते आते मृतकों की संख्या 1 हजार का आंकड़ा पार कर गई थी। दूर-दूर भेजे जाने वाले डाक संस्करणों में केवल प्राथमिक सूचना वाली खबर छपी थी जिसको देखकर लग रहा था कि मानों इन अखबारों को किसी मूर्ख ने प्रकाशित किया हो जो इतनी बड़ी दुर्घटना में केवल कुछ लोगों के मरने की बात कर रहा है। इतना ही नहीं जल्दी निकलने वाले सिटी संस्करण ही इस हादसे को इतने विस्तृत ढंग से प्रकाशित नहीं कर पाए थे जितने विस्तार से देरी से निकलने वाले सिटी संस्करणों ने प्रकाशित किया था।

भाषा :

शब्द लेखन की इमारत खड़ी करने वाली ईंट होती हैं। इसलिए शब्दों की ओर विशेष ध्यान देने की जरूरत होती है, साथ ही यह भी देखने की बात होती है कि वे किस तरह से वाक्य बना रहे हैं। किसी एक शब्द का हेर-फेर अर्थ का अनर्थ कर सकता है। विभिन्न चिह्न भाषा को शुद्ध और स्पष्ट बनाने के लिए प्रयोग किए जाते हैं। वे खबर को पठनीय और रुचिकर बनाने में सहायक होते हैं, इसलिए उनका भी विशेष महत्व होता है।

1.2.4 चित्र संपादन (फोटो एडिटिंग) :

फोटो किसी भी समाचार पत्र के पृष्ठ को अधिक आकर्षक बनाते हैं, लेकिन फोटो लेआउट के अनुसार हों और पृष्ठ की सुंदरता बढ़ाने वाले साबित हों, इसके लिए उनका संपादन जरूरी होता है। इनके संपादन में मुख्य रूप से गैर-जरूरी भागों को काटने का काम किया जाता है। एक समझदार फोटो एडिटर स्थान को व्यर्थ नहीं करता बल्कि फोटो के संदेश, अर्थ, कार्य या जिस दृष्टि से वह लिया गया है, को उभारने के लिए फोटो के अनावश्यक भागों को कतर डालता है। फोटो न केवल खबरों में विश्वसनीयता पैदा करते हैं बल्कि पृष्ठों का खालीपन भी समाप्त कर देते हैं।

उचित संपादन के माध्यम से एक चित्र संपादक फोटो के कार्य को इस तरह से चित्र के बीच में ले आता है कि पृष्ठ में चार चांद लग जाते हैं। ऐसे चित्र का चयन करना भी चित्र संपादक का ही काम होता है जो अपनी कहानी खुद बयां करते हों।

एक अच्छे फोटोग्राफर में यह खूबी होती है कि वह फोटो लेने से पहले ही उसका प्रभाव देख लेता है। वह तुरंत अपने कैमरे को सैट करता है और काम के लिए तैयार हो जाता है।

एक ही घटना को विभिन्न तरह से फोटो में लिया जा सकता है और एक अच्छा फोटोग्राफर यह अच्छी तरह से जानता है कि किस कोण से लिया गया फोटो कितना अच्छा आएगा। बड़े-बड़े पुरस्कार जीतने वाले फोटोग्राफ और प्रकाशन के योग्य ही न समझे जाने वाले फोटोग्राफ में महज दृष्टिकोण का ही अंतर होता है।

फोटोग्राफर अपने चित्रों के माध्यम से किसी भी घटना की गहराई को नापते हुए पूरी कहानी कह देता है और उस घटनाक्रम की खबर से अधिक स्पष्ट संदेश वह फोटो ही दे देता है जो सही दृष्टिकोण से लिया गया हो। आमतौर पर फोटोग्राफर को केवल एक आइडिया ही दिया जाता है और उम्मीद की जाती है कि वह ऐसा फोटो लाएगा जो पूरी खबर को सही साबित कर देगा।

कैशन :

कैशन लिखने की कला वास्तव में फोटो के साथ शब्दों के संयोजन की कला होती है। कैशन ही बताते हैं कि फोटो में क्या है, कौन है, कहां है, क्यों है आदि। लेकिन विशेष समाचार के साथ प्रकाशित फोटो में कैशन देने की जरूरत नहीं होती।

आधुनिक तकनीक जैसे कम्प्यूटर आदि की ओज के साथ फोटो के अलावा ग्राफिक्स बनाना भी आसान हो गया है। ग्राफिक्स किसी भी घटना को पाठक की आंखों के सामने जीवंत बना देते हैं। समय-समय पर इस तरह के ग्राफिक्स यात्रा संबंधी आलेखों, पर्वतारोहण संबंधी खबरों, दुर्घटना, आगजनी, रेलगाड़ी या जहाज हादसों तथा बैंक लूटने आदि की घटनाओं को जीवंत बनाते रहे हैं।

फोटो एडिटिंग में कम्प्यूटर :

आधुनिकतम तकनीक ने अब हमें इतना समर्थ बना दिया है कि नैगेटिव को स्कैन करने से लेकर उसकी चमक तय करने, उसको किसी भी विशेष आकार-प्रकार से काटने तक का काम कम्प्यूटर पर आसानी से किया जा सकता है। आज के जमाने में तो डिजिटल कैमरे आ गए हैं जो सीधे कम्प्यूटर से जुड़ जाते हैं तथा किसी भी फोटो को डेवल्प करने या उसका प्रिंट निकालने की जरूरत ही नहीं रह गई है। इस तरह के कैमरे को सीधे कम्प्यूटर से जोड़कर फोटो डाउनलोड किए जा सकते हैं और बाद में उनका संपादन किया जा सकता है।

संपादन के बाद फोटो को सीधे पेज पर भेज दिया जाता है। इससे पहले यह जरूर निश्चित किया जाता है कि उस फोटो की प्रिंटिंग उच्च गुणवत्ता वाली होगी। इस प्रकार से

फोटो संपादन का एक गुण यह है भी है कि इसमें फोटो में प्रकाशित होने वाली डॉट्स से लेकर उसकी सघनता तथा उसके रंगों आदि की तीव्रता को कम या ज्यादा कर श्रेष्ठता की हड़तक सुधार लाया जा सकता है।

1.3 सारांशः

- खबर वह है जो लोगों को लचिकर लगे, उनमें उत्तेजना पैदा करे या लोगों से जुड़ी हो। खबर केवल लचिकर ही नहीं होती, समय-समय पर वह लोगों को उत्तेजित भी करती है और लोगों से जुड़ी भी होती है। क्योंकि यह किसी दुर्घटना या त्रासदी से जुड़ी हो सकती है। न्यूयॉर्क सन के जॉन बी. बॉगर्ट ने खबर को इस तरह से परिभाषित किया है : ‘जब एक कुत्ता आदमी को काटता है तो यह खबर नहीं है, लेकिन जब कोई आदमी कुत्ते को काट लेता है तो यह खबर है।’
- खबर को मुख्य रूप से दो प्रकार का माना जाता है - कठोर समाचार (हार्ड न्यूज) और नर्म समाचार (सॉफ्ट न्यूज)। कठोर या हार्ड न्यूज वह खबर कहलाती है जिसका देश के लोगों के जीवन में बड़ा महत्व हो या जो बड़ी संख्या में लोगों को प्रभावित करे। इसी तरह से लोगों के लचिकर, लेकिन उनके जीवन पर अधिक प्रभाव न डालने वाली तथा कम महत्वपूर्ण खबर को नर्म या सॉफ्ट न्यूज कहा जाता है। समाचार-पत्रों में हर रोज दोनों तरह की खबरें होती हैं।
- समाचार निर्धारिक तत्व मुख्य रूप से निम्न होते हैं जो तय करते हैं कि कोई खबर प्रकाशित होगी या नहीं। ये तत्व हैं : प्रभाव, असामान्यता, प्रमुखता जो प्राथमिक सीमा तय करते हैं तथा विवाद, संभावना, समयबद्धता और मुद्रा जो दूसरी सीमा में आते हैं।
- अच्छे समाचार लेखन के मुख्य गुण हैं : सटीकता, संतुलन, निष्पक्षता, संक्षिप्तता, स्पष्टता, पठनीयता, मानव लचिकर आदि।
- पत्रकारिता के क्षेत्र में लीड शब्द का प्रयोग अलग-अलग संदर्भ में किया जाता है। किसी भी अखबार के पहले पन्ने पर सबसे बड़े शीर्षक के साथ प्रकाशित खबर को

लीड खबर कहा जाता है। इसी प्रकार प्राथमिकता के आधार पर अन्य खबरों को लीड-1, लीड-2, लीड-3 या पहली लीड, दूसरी लीड, तीसरी लीड आदि पुकारा जाता है।

- अधिकतर लोग सोचते हैं कि संपादन केवल गलतियां ठीक करना होता है। लेकिन संपादन में बहुत-सी और बातें भी शामिल होती हैं जैसे : यह निर्णय करना कि कौन सा समाचार प्रकाशित होगा और कौन-सा नहीं। चयनित समाचारों को प्रस्तुतिकरण के योग्य बनाना और उन्हें संस्थान की नीतियों के अनुरूप ढालना।
- एक अच्छे उपसंपादक को समाचारों की अच्छी समझ होती है। वह उपसंपादन के दौरान अपने विचारों या रुचि को थोंपता नहीं। उसकी समाचारों की समझ ही उसे इस लायक बनाती है कि वह छेरों खबरों में से संस्थान के लिए विशेष महत्व वाली खबरें छांट पाता है।
- एक अच्छे उपसंपादक के लिए कमबद्धता और ठंडे दिमाग वाला होना जरूरी है। ऐसा होने पर ही वह बड़ी संख्या में प्राप्त होने वाली खबरों के साथ ज्ञाय कर पाएगा और बिना चिढ़े सभी के साथ अच्छे से पेश आएगा। साथ ही उसे तथ्यों को स्पष्ट करना होता है, अन्यथा वे समाचार पत्र में कम में नहीं प्रकाशित हो पाएंगे।
- प्रति संपादन (कॉपी एडिटिंग) या उपसंपादन (सब एडिटिंग) का अर्थ सामान्यतः पूर्ण विराम, अल्प विराम, अर्ध विराम, व्याकरणिक त्रुटियां और वाक्य संबंधी गलतियां दूर करने के साथ-साथ संबंधित सामग्री को अपने अखबार या पत्रिका आदि में प्रयोग होने वाले फॉन्ट तथा साइज में टाइप करवाने, उसे सही एवं सटीक शीर्षक देने, उसमें दी जाने वाली विभिन्न तरह की सूचना ग्राफिक्स बनवाने, मुख्य बिंदु निकालने आदि से लगाया जाता है।
- एक उपसंपादक किसी समाचार में जान डाल देता है। वह खराब तरीके से लिखी गई खबरों को इतने अच्छे शब्दों के साथ पुनः लिखता है कि पाठक पूरी खबर को पढ़ने को मजबूर हो जाता है। वह पाठक के काम की सूचनाओं को अधिक प्रमुखता से

प्रस्तुत करता है।

- एक उपसंपादक का यह गुण होता है कि वह भाषा को जटिल किए बिना संक्षिप्त और साधारण शब्दों के साथ पाठक तक पूरी सूचना पहुंचा देता है।
- उपसंपादक ही केवल वह व्यक्ति होता है जो रिपोर्टर की लिखी गई खबर को प्रकाशन से पहले पूरी की पूरी पढ़ लेता है। चूंकि संवाददाता या रिपोर्टर कोई गलती करता है तो उपसंपादक ही उस गलती को पकड़ सकता है। इसी कारण अधिकतर संपादक अपने उपसंपादकों को सुरक्षा की अंतिम पंक्ति के रूप में सम्मान देते हैं।

1.4 सूचक शब्द:

समाचारः खबर वह है जो लोगों को ऊचिकर लगे, उनमें उत्तेजना पैदा करे या लोगों से जुड़ी हो। खबर केवल ऊचिकर ही नहीं होती, समय-समय पर वह लोगों को उत्तेजित भी करती है और लोगों से जुड़ी भी होती है। क्योंकि यह किसी दुर्घटना या त्रासदी से जुड़ी हो सकती है। न्यूयॉर्क सन के जॉन बी. बॉगर्ट ने खबर को इस तरह से परिभाषित किया है : ‘जब एक कुत्ता आदमी को काटता है तो यह खबर नहीं है, लेकिन जब कोई आदमी कुत्ते को काट लेता है तो यह खबर है।’

समाचार के मूल्य : समाचार के मूल्य या समाचार निर्धारिक तत्व मुख्य रूप से निम्न होते हैं जो तय करते हैं कि कोई खबर प्रकाशित होगी या नहीं। ये तत्व हैं : प्रभाव, असामान्यता, प्रमुखता जो प्राथमिक सीमा तय करते हैं तथा विवाद, संभावना, समयबद्धता और मुद्रा जो दूसरी सीमा में आते हैं।

लीड : पत्रकारिता के क्षेत्र में लीड शब्द का प्रयोग अलग-अलग संदर्भ में किया जाता है। किसी भी अखबार के पहले पन्ने पर सबसे बड़े शीर्षक के साथ प्रकाशित खबर को लीड खबर कहा जाता है। इसी प्रकार प्राथमिकता के आधार पर अन्य खबरों को लीड 1, लीड 2, लीड 3 या पहली लीड, दूसरी लीड, तीसरी लीड आदि पुकारा जाता है। दूसरे संदर्भ में किसी भी समाचार के पहले दो या तीन पैराग्राफ को उस समाचार की लीड कहा जाता है। इसे उस समाचार का झंटो भी कहा जाता है।

संपादन : संपादन का अर्थ सामान्यतः पूर्ण विराम, अल्प विराम, अर्ध विराम, व्याकरण संबंधी त्रुटियाँ और वाक्य संबंधी गलतियाँ दूर करने के साथ-साथ संबंधित सामग्री को अपने अखबार या पत्रिका आदि में प्रयोग होने वाले फॉन्ट तथा साइज में ठाइप करवाने, उसे सही एवं सटीक शीर्षक देने, उपशीर्षक देने, उसमें दी जाने वाली विभिन्न तरह की सूचना ग्राफिक्स बनवाने, मुख्य बिंदु निकालने आदि से लगाया जाता है।

प्रति: प्रति या कॉपी उस लिखित सामग्री को कहा जाता है जिसमें समाचार, आलेख, रूपक आदि शामिल होते हैं और जो विभिन्न माध्यमों से समाचार पत्र के कार्यालय में पहुंचती है। जिन माध्यमों से यह सामग्री समाचार पत्र के कार्यालय में पहुंचती है उनमें मुख्य रूप से रिपोर्टर, संवाददाता, स्ट्रिंगर, फीलांसर, समाचार भेजने वाली एजेंसी, रूपक भेजने वाली एजेंसी तथा अनुबंधित लेखक आदि शामिल होते हैं।

उपसंपादक के कार्य : उपसंपादक किसी समाचार में जान डाल देता है। वह खबाब तरीके से लिखी गई खबरों को इतने अच्छे शब्दों के साथ पुनः लिखता है कि पाठक पूरी खबर को पढ़ने को मजबूर हो जाता है। वह पाठक के काम की सूचनाओं को अधिक प्रमुखता से प्रस्तुत करता है। उपसंपादक का यह गुण होता है कि वह भाषा को जटिल किए बिना संक्षिप्त और साधारण शब्दों के साथ पाठक तक पूरी सूचना पहुंचा देता है।

उपसंपादक के गुण : अच्छे उपसंपादक को समाचारों की अच्छी समझ होती है। वह उपसंपादन के दौरान अपने विचारों या लघि को थोंपता नहीं। उसकी समाचारों की समझ ही उसे इस लायक बनाती है कि वह छेत्रों खबरों में से संस्थान के लिए विशेष महत्व वाली खबरें छांट पाता है। अच्छे उपसंपादक के लिए क्रमबद्धता और ठंडे दिमाग वाला होना जरूरी है। ऐसा होने पर ही वह बड़ी संख्या में प्राप्त होने वाली खबरों के साथ व्याय कर पाएगा और बिना चिढ़े सभी के साथ अच्छे से पेश आएगा। साथ ही उसे तथ्यों को स्पष्ट करना होता है, अन्यथा वे समाचार-पत्र में क्रम में नहीं प्रकाशित हो पाएंगे। उपसंपादक का यह गुण होता है कि वह भाषा को जटिल किए बिना संक्षिप्त और साधारण शब्दों के साथ पाठक तक पूरी सूचना पहुंचा देता है। उपसंपादक ही केवल वह व्यक्ति होता है जो रिपोर्टर की लिखी गई खबर को प्रकाशन से पहले पूरी की पूरी पढ़

लेता है। चूंकि संवाददाता या रिपोर्टर कोई गलती करता है तो उपसंपादक ही उस गलती को पकड़ सकता है। इसी कारण अधिकतर संपादक अपने उपसंपादकों को सुरक्षा की अंतिम पंक्ति के रूप में सम्मान देते हैं।

उपसंपादक की जिम्मेदारी :उपसंपादक की जिम्मेदारी केवल सामान्यतः पूर्ण विराम, अल्प विराम, अर्ध विराम, व्याकरण संबंधी त्रुटियां और वाक्य संबंधी गलतियां दूर करना ही नहीं होती। इसके साथ-साथ संबंधित सामग्री को अपने अखबार या पत्रिका आदि में प्रयोग होने वाले फॉन्ट तथा साइज में ठाइप करवाने, उसे सही एवं सटीक शीर्षक देने, उपशीर्षक देने, उसमें दी जाने वाली विभिन्न तरह की सूचना ग्राफिक्स बनवाने, मुख्य बिंदु निकालने आदि की जिम्मेदारी भी उपसंपादक की ही होती है।

1.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्नः

1. संपादन से आप क्या समझते हैं ? चर्चा करें।
2. समाचार संपादन का कार्य करते समय संपादक या उपसंपादक को किन बातों को ध्यान में रखना चाहिए ? विस्तार से चर्चा करें।
3. चित्र संपादन क्या है ? इसमें कैप्शन की क्या भूमिका होती है ? प्रकाश डालें।
4. समाचार संपादन करने के लिए संपादक या उपसंपादक में किन गुणों का होना आवश्यक है ? चर्चा करें।

1.6 संदर्भित पुस्तकें:

- रिपोर्टिंग, चार्नले
- एकिटव रिपोर्टर, जेएस लेविस
- प्रोफेशनल जर्नलिस्ट, जॉन होहेनबर्ग
- प्रोफेशनल जर्नलिज्म, पतंजलि सेठी
- प्रोफेशनल जर्नलिज्म, एमवी कामथ
- न्यूज राईटिंग, जार्ज हग

संपादन के सिद्धांत

लेखक : श्री राजेश नैन

सहायक वार्ता सम्पादक, दैनिक हिन्दुस्तान, मेरठ।

पुनरीक्षक : श्री मिहिर रंजन पात्र

वरिष्ठ व्याख्याता, संचार प्रबंधन व तकनीकी विभाग, गुजरातप्रौदि, हिसार।

अध्याय संरचना :

इस अध्याय में हम संपादन के सिद्धांतों पर चर्चा करेंगे। यहाँ संपादकीय स्टाफ के बारे में विशेष तौर पर चर्चा की जाएगी। एक समाचार का बेहतरीन संपादन करने के लिए कौन-से सिद्धांत अपनाने चाहिएँ इस पर भी प्रकाश डाला जाएगा। अंत में होंगे बेहतर संपादन के कुछ सूत्र। इस अध्याय की संरचना इस प्रकार है:

- 2.0 उद्देश्य
- 2.1 परिचय
- 2.2 विषय वस्तु का प्रस्तुतिकरण
 - 2.2.1 संपादकीय दल-मूक सेना
 - 2.2.2 अच्छे संपादन के औजार
 - 2.2.3 अच्छे संपादन के सिद्धांत
 - 2.2.4 अच्छे संपादन के लिए सूत्र
 - 2.2.5 प्रति संपादन के दौरान होने वाली सात बड़ी गलतियाँ
- 2.3 सारांश
- 2.4 सूचक शब्द
- 2.5 स्व मूल्यांकन हेतू प्रश्न
- 2.6 संदर्भ ग्रन्थ

2.0 उद्देश्य :

इस अध्याय के उद्देश्य इस प्रकार हैं :

- संपादकीय कर्मचारियों के बारे में जानना
- अच्छे संपादन के औजारों के बारे में जानना
- बहतरीन संपादन के सिद्धांतों के बारे में जानना
- अच्छे संपादन के कुछ सूत्रों के बारे में जानना
- प्रति संपादन के दौरान होने वाली सात बड़ी गलतियों के विषय में जानकारी प्राप्त करना

2.1 परिचय :

संपादक अखबार का नेतृत्व करते हैं। कर्मचारियों के लिए वह उदाहरण होते हैं। वह सिखाता भी है और मिलकर कार्य करते हैं। संपादक के अधिनस्थ संपादकीय कर्मचारी उससे काफी कुछ सीखते हैं। एक तरह से वह अखबार के लिए प्रेरणा स्रोत होते हैं। मानव श्रम का प्रबन्धन और मातहतों को प्रोत्साहित करने में वे कुशल होते हैं। वे कई बार चुनौती भी देते हैं। अपने मातहतों को कुछ हासिल करने की चुनौती और जब जरूरत होती है, वह अपने मातहतों के साथ खड़े भी दिखते हैं। कई मौकों पर वह अपने मातहतों के साथ मिलकर काम भी करते हैं। वे पूरे स्टाफ के पथप्रदर्शक होते हैं। वे कर्मचारियों की बातें सुनते हैं, उन पर भरोसा करते हैं और उनके अनुसार कुछ योजनाएं भी तैयार करते हैं।

यहाँ सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि संपादक खुद भी अपने सिद्धांत तय करके रखते हैं और सर्वदा उनका पालन करते हैं। खुद के साथ ही वह सुनिश्चित करते हैं कि पूरा सम्पादकीय स्टाफ उन नियमों का पालन कर रहा है या नहीं। इनमें से कुछ सिद्धांत तो सार्वभौमिक प्रकृति के होते हैं, कुछ विशेष तौर पर संबंधित अखबार के लिए होते हैं। इस अध्याय में हम संपादन के विभिन्न सिद्धांतों के बारे में बात करेंगे।

2.2 विषय वस्तु का प्रस्तुतिकरण :

इस अध्याय में विषय वस्तु का प्रस्तुतिकरण कुछ इस प्रकार रहेगा :

- संपादकीय कर्मचारी : मूक सेना
- अच्छे संपादन के औजार

- बेहतरीन संपादन के सिद्धांत
- अच्छे संपादन के कुछ यून
- काँपी या प्रति संपादन के दौरान होने वाली सात बड़ी गलतियां

2.2.1 संपादकीय दल - मूक सेना :

‘लिख कोई भी सकता है लेकिन संपादन के लिए प्रकृति प्रदत्त गुणों की आवश्यकता होती है।’

‘एक अच्छा उप संपादक एक सृजनात्मक कलाकार होता है।’

इन दोनों कथनों से संपादक, समाचार संपादक, उप संपादक और अन्य संपादकीय कर्मचारियों की कहानी स्पष्ट हो जाती है। लेकिन यह तो कहानी का आधा हिस्सा ही है। सच्चाई तो यह है कि किसी भी अखबार में संपादकीय कर्मचारी जीतोड मेहनत करने वाला वर्ग होता है। उनका काम भी काफी कठिन है। अखबार की सबसे महत्वपूर्ण जिम्मेदारी उनके ही कंधों पर होती है। हालांकि अच्छे काम के लिए उन्हें कोई श्रेय नहीं मिलता, लेकिन गलती होने पर काफी लताड झेलनी पड़ती है।

किसी ड्रामा कंपनी के ग्रीन रूम के रूप सज्जाकार की तरह उप संपादक पर्दे के पीछे जनता की निगाहों से दूर कठिन परिश्रम में जुटे रहते हैं। वह खबरों को जमा करता है, उनकी छंटाई करता है और बाद में उसे सही स्वरूप देते हुए पठनीय बनाता है। वह पत्रकारों, संवाददाताओं, संवाद सूत्रों और समाचार एजेंसियों से मिली खबरों को सुधारता है। वह खबरों में स्पष्टता लाते हुए उन्हें आसानी से समझने लायक बनाता है। खबर की प्रकृति की मांग के अनुसार उसे और अपीलिंग व अर्थवान बनाने के लिए वह उसमें नाटकीयता और उत्तेजना भी जोड़ता है।

एक उपसंपादक अखबार के पृष्ठ में कलात्मकता और लालित्य ला सकता है। वह अखबार की जीवनरेखा होता है। अखबार में छपी एक-एक खबर, एक-एक शीर्षक, एक-एक अनुच्छेद और एक-एक शब्द में उसकी कला का असर देखा जा सकता है। एक सृजनात्मक कलाकार होने के साथ-साथ उप संपादक वास्तविक शिल्पकार होता है। हर रोज उसे अखबार को अंतिम स्वरूप प्रदान करना ही होता है। हर रोज वह खबरों को गहराई से पढ़ता है और उनमें से हर प्रकार की त्रुटि को ठीक करता है। साथ ही रोचक शीर्षक भी हर खबर के ऊपर लगता है।

प्रायः उप संपादक एक कसाई की तरह होता है, जो खबरों को काटता है। अधिकतर पत्रकार और संगाददाता यह आरोप भी लगाते हैं कि उप संपादक करीने से लिखी गई उनकी खबरों का कबाड़ा कर देते हैं। लेकिन यह आलोचना सच्चाई पर कम ही आधारित होती है। उप संपादक का काम केवल उपलब्ध जगह में समाचार समायोजित करना नहीं है। वह औपचारिक सेंसर और खबरों का सर्जन होता है। वह दूसरों की लिखी खबर मांजता है। आमतौर पर वह अल्लिंगिकर तरीके से लिखी गई खबर को बहुत ही शानदार लेख में परिवर्तित कर देता है। और यह सब करते हुए अपने दो पुराने ‘शत्रुओं’ समय और स्थान के साथ भी जंग लड़नी पड़ती है।

एक आदर्श उप संपादक में निम्न योग्यताएं होती हैं :

- खबरों को लेकर उप संपादक की समझ बहुत ही मजबूत होनी चाहिए। कॉपी संपादन के दौरान वह अपने पूर्वाग्रहों को बीच में नहीं आने देता। उसकी खबरों की समझ अपने अखबार से जुड़ी होती है। इसी के चलते वह रोजाना मिलने वाली बहुत-सी खबरों के छेर में से अच्छे समाचार निकाल सकता है।
- संपादन के क्षेत्र में अच्छा प्रदर्शन करने के लिए शांत दिमाग और व्यवस्थित रूप से काम करने की योग्यता अति आवश्यक है। शाम के वक्त एकदम डेस्क पर हर तरफ से खबरें आनी शुरू हो जाती हैं। उप संपादकों को सभी महत्वपूर्ण समय और काम के दबाव के बीच ही करने पड़ते हैं। ऐसे में शांत दिमाग के साथ योजनाबद्ध तरीके से काम करना होता है। तभी खबरों के तथ्य स्पष्ट हो पाएंगे और गलतियां नजर में आएंगी। साथ ही अखबार में भी स्पष्टता और कमबद्धता नहीं दिखेगी।
- उप संपादक का सामान्य ज्ञान व्यापक होना जल्दी है। उसे लगभग हर चीज के बारे में पता होना चाहिए। केवल किताबें पढ़ना ही इसके लिए काफी नहीं। दो या तीन अखबार रोजाना पढ़ना आवश्यक है। ज्यादा से ज्यादा अखबारों की शैली की जानकारी होगी। साथ ही रोजाना खबर बनने वाले प्रमुख नामों का भी पता चलता रहेगा।
- सटीकता और तथ्यात्मकता को कभी भी नजरअंदाज नहीं किया जा सकता। क्योंकि एक छोटी-सी गलती भी अखबार की छवि को ब्रुकसान पहुंचा सकती है।
- जब भी मौका पड़े तो अच्छे उप संपादक तीव्र गति से काम करते हैं। और ऐसे मौके अखबार में आमतौर पर आते रहते हैं। अच्छे उप संपादक को घड़ी के कांठों को ध्यान

में रखकर काम करना होता है। एक अच्छी खबर, अगर प्रकाशित ही न हो पाए तो उसका कोई फायदा नहीं। अगर उप संपादक एक खबर को ही ठीक करने में इतना ज्यादा वक्त लगा दे कि एडीशन लेट हो जाए तो वह खुद का ही नुकसान करवाता है। उसे ऐसी योग्यताएं विकसित करनी होती हैं कि समयबद्ध तरीके से सारा काम पूरा हो जाए।

- रोचक और आकर्षक शीर्षक लिखना भी उप संपादक का ही काम होता है। तुरंत आकर्षक शीर्षक सुझाने वाले उप संपादक किसी भी अखबार की सबसे कीमती संपत्ति होते हैं।
- उप संपादक को अखबारों से संबंधित कानूनों की भी जानकारी होनी चाहिए। उसे पता होना चाहिए कि किसी की मानहानि किए बिना कोई बात कैसे कही जानी है। अदालत की अवमानना, विधानसभा और संसदीय विशेषाधिकारों से जुड़े मामलों की उसे जानकारी होनी चाहिए। ऐसे मामलों में लापरवाही बरतने पर संपादक और प्रकाशक को कोर्ट के चक्कर काटने पड़ सकते हैं।
- अच्छे उप संपादक परिवर्तनशील होते हैं।
- उप संपादक हरन खबर को आलोचनात्मक दृष्टि से देखता है। सिर्फ तथ्यों के आधार पर ही नहीं, बल्कि तथ्यों के विश्लेषण और समझ के आधार पर भी। किसी पर आक्षेप इत्यादि लगाने की स्थिति में उसे और ज्यादा सावधानी बरतनी पड़ती है।

एक अच्छा उप संपादक स्पष्ट और संक्षिप्त लिखता है। उसकी लेखनी में कमबद्धता और उत्तेजना नहीं होती। हाँ उत्साह उसमें भरपूर होता है।

2.2.2 अच्छे संपादन के औजार :

कुछ बातें ऐसी हैं जो एक आम संपादक और अच्छे संपादक को अलग करती हैं। अच्छे संपादन के कुछ विशेष औजार इस प्रकार हैं :

- सूक्ष्मता, आधार तत्त्वों का पालन, कल्पनाशीलता, अभिसरण और आलोचनात्मक दृष्टिकोण।
- अगर जानकारी सही या सटीक नहीं है तो यह पत्रकारिता नहीं है। संपादक के तौर पर हर खबर की सटीकता परखना हमारा काम है।

- आधार तत्वों का पालन : इससे कोई फर्क नहीं पड़ता कि तकनीक कितनी विकसित हो चुकी है। आज भी अच्छे कॉपी संपादन के लिए आधारभूत तत्वों को कुशलता से लागू करना आवश्यक है।
- कल्पनाशीलता : अच्छे संपादन के लिए सुजनात्मकता और लचीली सोच की जरूरत होती है।
- अभिसरण : विभिन्न माध्यमों में अब ज्यादा फर्क नहीं रहा। तो एक उप संपादक को हर तरह के माध्यम के लिए काम करना आना चाहिए।
- आलोचनात्मक ट्रृटिकोण : पत्रकारिता में आप देखेंगे कि हर सवाल का कोई एक स्पष्ट जवाब नहीं होता। यहां आपसे उम्मीद की जाती है कि आप हर भास्तक जानकारी का अपने स्तर पर विश्लेषण करेंगे, तथ्यों की अपने स्तर पर पड़ताल करेंगे, विभिन्न स्रोतों का इस्तेमाल कर अपनी सूचनाओं की विश्वसनीयता को परखेंगे।

2.2.3 अच्छे संपादन के सिद्धांत :

अच्छे संपादन के सिद्धांत इस प्रकार हैं :

- सटीकता
- श्रेय, उल्लेख
- संतुलन और निष्पक्षता
- संक्षिप्तता
- स्पष्टता
- पठनीयता
- मानवीय अभिरुचि
- तीक्ष्ण अवलोकन

सटीकता :

सटीकता या तथ्यात्मकता के धर्म का पालन करना उप संपादक के लिए निहायत ही जरूरी है। क्योंकि एक छोटी-सी गलती भी अखबार या पत्रिका की छवि को धूमिल कर सकती है। और गलती होने में सेकेंड का छोटा-सा हिस्सा लगता है। नाम, आंकडे और तथ्यों को बार-बार

जांचने में कोई बुराई नहीं है।

उल्लेख :

खबर आपको किसी न किसी स्रोत से मिली होगी। खबर की विश्वसनीयता बढ़ाने के लिए जरूरी है कि जिस स्रोत से जानकारी ली गई है उसका उल्लेख किया जाए। स्रोत का उल्लेख करने से पाठक जानकारी पर ज्यादा विश्वास करेगा और पत्रकार पर भी अपने विचार थोंपने का लांछन नहीं लगेगा।

संतुलन और निष्पक्षता :

संतुलन और निष्पक्षता तो अच्छे संपादन के आधारभूत तत्त्व हैं। संतुलन का मतलब है कि समाचार में दोनों पक्षों को शामिल किया जाए। वहीं निष्पक्षता मायने कि आप किसी का पक्ष नहीं ले रहे हैं। मतलब आप किसी राजनीतिक दल, संस्थान, समुदाय या व्यक्ति विशेष को अपने अखबार के माध्यम से समर्थन नहीं दे रहे हैं। यह एक पेशेवर पत्रकार का दायित्व है और अच्छे उप संपादक को यह चीज लागू करवानी होती है।

संक्षिप्तता :

पाठक और संपादक दोनों ही पत्रकारिता में संक्षिप्तता को पसंद करते हैं। बात को गोलमाल किए बिना सीधे शब्दों में कोई कहानी आपको बयां करनी होती है। इससे स्थान और समय की बचत तो होती ही है, साथ ही पाठकों की शाबाशी भी मिलती है।

स्पष्टता :

स्पष्ट सोच और विचारों को स्पष्टता से दूसरों तक पहुंचाने की योग्यता किसी को भी मीडिया में उच्च पदों तक पहुंचा सकती है। साधारण और स्पष्ट भाषा वाले लेखों की पठनीयता निःसंदेह सबसे ज्यादा होती है। अभिव्यक्ति जितनी साधारण और स्पष्ट होगी उतना ही ज्यादा उसका प्रभाव होगा।

पठनीयता :

आदर्श रूप में देखें तो एक वाक्य की लंबाई 18 शब्द से ज्यादा नहीं होनी चाहिए। ज्यादा लम्बे वाक्य पढ़ना बहुत मुश्किल होता है। ज्यादा लम्बे वाक्यों में सूचनाओं का घालमेल हो जाता है। 25 से ज्यादा शब्दों वाले वाक्य पढ़ना तो बहुत ही मुश्किल होता है। कई बार ऐसा होता है कि लेखक बहुत लम्बे-लम्बे वाक्य लिख देते हैं, लेकिन फिर भी उनमें संदेश काफी स्पष्ट होता है।

यह उनके लेखन कौशल का कमाल होता है। आमतौर पर साहित्यिक लेखन में ऐसा किया जाता है। पत्रकारिता में जितना संभव हो सके, ऐसी शैली के प्रयोग से बचना चाहिए।

पत्रकारिता में शुरुआत करने वालों को लम्बे और जटिल वाक्यों से बचना चाहिए। समाचार लिखते समय साधारण शब्द, छोटे और साधारण वाक्यों का इस्तेमाल करना चाहिए। एक वाक्य एक सूचना का सिद्धांत अपनाकर प्रभावशाली लेखन किया जा सकता है।

मानवीय अभिरुचि :

मानवीय अभिरुचि को उद्भेदित करने वाली शैली का प्रयोग करना संपादन का एक प्रमुख गुण है। उप संपादक को पाठक के दृष्टिकोण से समाचार संपादित करने चाहिए। उसकी आशाएं, डर और उम्मीदें ही किसी समाचार का सबसे बड़ा एंगल होते हैं। संपादन के वक्त खुद को उस आम आदमी की जगह रखकर देखें, जिसके हितों की रक्षा करना पत्रकारिता का एकमात्र उद्देश्य होता है।

तीक्ष्ण अवलोकन :

पत्रकारिता के क्षेत्र में तीक्ष्ण अवलोकन अति आवश्यक है। उप संपादक की तेज नजरें खबर में किसी एक छोटे से बिन्दु पर पूरी खबर तैयार करवा सकती हैं। इस गुण को खबर में से खबर निकालने की भी संज्ञा दी जाती है।

2.2.4 अच्छे संपादन के कुछ सूत्र :

समाचार-पत्रों में काम करने वाले लोग भी मानते हैं कि कोई भी अखबार ऐसा नहीं है, जिसमें प्रतिदिन कोई न कोई गलती न हो। लेकिन वह गलतियां इतनी बड़ी नहीं होती कि सबकी नजर में आ जाएं। यहां संपादन के कुछ सूत्र दिए जा रहे हैं, जिनका अनुसरण करके अखबार के रोजाना होने वाले प्रकाशन में होने वाली गलतियों को काफी हद तक कम किया जा सकता है :

- किसी एक व्यक्ति द्वारा मुहैया करवाई जा रही जानकारियों पर ही निर्भर न रहें।
- कोई जरूरी नहीं कि विशेषज्ञों और अधिकारियों द्वारा कही गई बात हमेशा विश्वसनीय और सत्य ही हो। प्रकाशन से पहले किसी भी टिप्पणी की सत्यता अवश्य परखें।
- किसी स्थान या रुट इत्यादि की व्याख्या करने के दौरान नक्शा अवश्य देखें। अगर आपने वह क्षेत्र देख रखा है तो भी जांचें। यदि वह क्षेत्र देखा नहीं हुआ है तो अवश्य

जांचे।

- किसी भी व्यक्ति का पद, नाम, उपनाम आदि पूरे और सही लिखे हैं या नहीं, तसल्ली करें।
- यह बार-बार सुनिश्चित करें कि संपादन के वक्त कहीं कोई महत्वपूर्ण तथ्य तो नहीं छूट गया है। तथ्यों की कमबद्धता और वाक्य संरचना पर भी ध्यान दें।
- पूरे अखबार में कहीं भी कोई गलती नजर आए तो तुरंत अपने वरिष्ठों को सूचित करें। खासकर शीर्षकों की गलतियों पर ध्यान दें। गलत शीर्षक के चलते अगले दिन मार्केट में अखबार की छवि धूमिल होती है।
- समाचारों को लेकर उठने वाले किसी भी सवाल को नजरअंदाज न करें। यह सवाल कोई पाठ्क या व्यूजर्लम में आपका कोई सहकर्मी उठ सकता है। कई बार आपको खुद अपने अंदर सवाल उमड़ते महसूस होंगे।
- अपने स्तर पर किसी घटना के बारे में यह मत सोचिए कि ऐसा ही हुआ होगा।
- अपनी टिप्पणी की निष्पक्षता बनाए रखें।
- एकतरफा या किसी एक सूत्र से प्राप्त समाचार कभी भी पूर्ण और सटीक नहीं होता। खबर का दूसरा पक्ष भी आपको ऐसी जानकारी उपलब्ध करवा सकता है, जिससे समाचार काफी समृद्ध होता है।
- यह संभव नहीं है कि आपको हर चीज की जानकारी हो। तो भी भ्रम पैदा हो दूसरों से सलाह-मशवरा अवश्य करें।
- कभी भी किसी परिणाम का विश्लेषण या उसे व्यायसंगत ठहराने की कोशिश न करें।
- अपनी काँपी को हमेशा स्पष्ट और भ्रम रहित रखें।
- कम इस्तेमाल होने वाले शब्दों की वर्तनी अवश्य जांचें। घुमावदार वाक्यों की संरचना का भी ध्यान रखें।
- कम से कम एक बार तो काँपी को विषय-वस्तु और उसके प्रभाव के लिहाज से पढ़ें।
- कम से कम एक बार व्याकरणिक और विराम चिह्नों से संबंधित गलतियां जांचने के लिए काँपी को पढ़ें।

- अपने पास उपलब्ध सभी औजारों जैसे शब्दकोष, स्टाइल बुक, स्पेल चैक, संदर्भ पुस्तकें इत्यादि का इस्तेमाल करें।
- किसी एक तथ्य को तलाशने में ही अपना सारा काम न निकाल दें और न ही ऐसी घीजों को नाक का सवाल बनाएं।
- संपादन में हमेशा की आपके सिद्धांतों को ध्यान में रखें। ऊपर बहुत सारी खबरें इकट्ठी हो रही हैं। लेकिन निकास एक पतले से छोर से हो रहा है। यानी संपादन की जिम्मेदारी सिर्फ आपके ऊपर है। ऐसे में आपको संपादन की गति बढ़ानी होगी, क्योंकि तय समय सीमा में आपको यह काम पूरा करना होगा। आप किसी भी हालत में समय सीमा का उल्लंघन नहीं कर सकते।
- अतिश्योक्ति पूर्ण शब्दों का इस्तेमाल करने से बचें। जैसे सबसे बड़ा, सबसे छोटा, सबसे खराब इत्यादि शब्दों का प्रयोग न करें।
- खबर के तौर पर आपको मिले तथ्यों, सूत्रों और परिकल्पनाओं की जांच अवश्य करें।
- किसी मुद्दे पर आपकी जानकारी के विपरीत खबर में मिलने वाले संभावित अन्तर्विरोधों और विसंगतियों को ढूँढ़ने का प्रयास करें।
- कई बार ऐसा होता है कि समाचार भेजने के बाद भी किसी घटना में डेवलपमेंट होता रहता है। ऐसे में तसल्ली करें कि खबर प्रकाशित होने तक उसमें कोई नया डेवलपमेंट हुआ है या नहीं।
- फोटो कैशन लिखते समय सावधानी बरतनी आवश्यक है। उसमें दी जा रही सूचनाओं की दोहरी जांच करें। फोटो में दिख रहे लोगों के नामों की पुष्टि करें। जिस जगह का फोटो है उसका नाम भी जांचें।
- अपने द्वारा संपादित कॉपी हमेशा दूसरों को दिखाने की कोशिश करें।
- अपने शीर्षकों पर हमेशा दूसरों के साथ विचार-विमर्श करें। रिपोर्टर, संपादक या किसी अन्य सहकर्मी से बात कर शीर्षक को अधिक से अधिक आकर्षक बनाने का प्रयास करें।
- दूसरे अखबारों का आलोचनात्मक अध्ययन स्टाइलबुक और अन्य घटनाओं की तरफ

आपकी जागरूकता को बढ़ाएगा।

- हो सकता है किसी समाचार में आपको फोन नंबर भी प्रकाशित करना पड़ जाए। नंबर प्रकाशित करने से पहले उसे डायल करके देखें कि उस पर घंटी जा भी रही है या नहीं। साथ ही संबंधित व्यक्ति को भी बता देना बेहतर रहेगा कि उसका फोन नंबर प्रकाशित किया जा रहा है।
- यदि आपने किसी वाक्य में एक या दो शब्दों को बदला है तो हमेशा उस वाक्य को दोबारा से पढ़ें। उद्देश्य-विधेय, कर्ता-किया, सूचना की संपूर्णता या दोहराव आदि की जांच करें।
- किसी तथ्य की जांच करते वक्त किसी व्यक्ति से सवाल कैसे पूछना है, इसमें हमेशा सावधानी बरतें। सीधे तौर पर पूछे गए सवाल आपको मुश्किल में डाल सकते हैं। ओपन एंडिड सवाल पूछें ताकि आपको पूरा जवाब मिल जाए।
- जो चीज आपको समझ नहीं आ रही उसे प्रकाशित करने का वादा न करें। अगर आपको वह चीज समझ नहीं आ रही तो पाठक को कैसे आएगी ?
- अपनी खुद की ही समझ पर संदेह करके आप काफी कुछ सीख सकते हैं। किसी भी चीज को कहने के बेहतर तरीके खोजने की कोशिश करें। किसी भी तथ्य को सठीकता से किस प्रकार कहा जा सकता है, यह भी जानें।
- शीर्षक, उप शीर्षक या मुख्य बिन्दुओं में दी जा रही सूचनाओं, तथ्यों और नामों का कॉपी के अंदर जरूर मिलान करें। इसमें अन्तर्विरोध काफी हास्यास्पद होता है।
- कैशन, चार्ट, इन्फोग्राफिक्स आदि में दी जा रही सूचनाओं को भी वास्तविक कॉपी से अवश्य मिलाएं।
- काम के वक्त मनोरंजन भी हो सकता है, लेकिन ध्यान केवल खबरों पर ही रखें।

2.2.5 संपादन के दौरान होने वाली सात बड़ी गलतियाँ :

कॉपी या प्रति संपादन के दौरान होने वाली कुछ गलतियाँ इतनी आम हैं कि हर उप संपादक उन्हें कर बैठता है। और अन्य लोग भी इसे नजरअंदाज कर देते हैं। हर कॉपी संपादक बेहतर होने का प्रयास करता है। लेकिन फिर भी यह गलतियाँ कर बैठता है। एक बेहतर कॉपी

संपादक बनने के लिए आपको निम्न सात गलतियों का ख्याल रखना जरूरी है। इनको छोड़कर आप व्यूज डेस्क पर सर्वोत्तम काम कर सकते हैं।

अक्षयकल्पना अथवा घमंड :

इसे और स्पष्ट तरीके से स्वार्थीपन कह सकते हैं। कई बार आपकी पृष्ठ सज्जा और स्पष्टता की कीमत पर गढ़े गए चतुर शीर्षक परोक्ष रूप से कहते हैं कि आपको पाठक की कोई कद्र नहीं है। इस तरह की और भी गलतियां हैं जो पाठक को भ्रम में डाल देती हैं। जैसे फोटो का कैशन एक ही जगह लिख दिया और लोगों को स्पष्ट नहीं हो रहा कि किस फोटो में क्या हो रहा है। या फिर फॉन्ट ऐसा इस्तेमाल कर दिया कि लोगों को पढ़ने में दिक्कत होने लगे। इसके अलावा बहुत छोटे-छोटे फोटो भी लोगों को ज्यादा पसंद नहीं आते।

परिकल्पनाएं :

कई बार उप संपादक सोचते हैं कि पत्रकार ने तथ्यों और नामों को सही तरीके से जांच-पड़ताल के बाद ही समाचार भेजा है। साथ ही वे सोचते हैं कि फोटोग्राफर ने भी नामों की पुष्टि कर ली होगी। कई बार वे सोचते हैं कि योजना बनाने के बारे में कोई और काम करेगा, क्योंकि वह खुद तो छुट्टी पर जा रहा है। यह सभी परिकल्पनाएं एक उप संपादक के लिए बहुत घातक सिद्ध हो सकती हैं।

लापरवाही :

कई बार ऐसी गलतियां हो जाती हैं, जिनमें लापरवाही स्पष्ट दिखती है। जैसे प्रथम पेज पर दिए गए टीजर का पेज नंबर ही गायब है, किसी जम्प लाइन में गलत पेज नंबर देना, कैशन में उस व्यक्ति का नाम लिखना जो फोटो में मौजूद ही नहीं है, कैशन में खबर से अलग नाम देना, ऐसा शीर्षक जिसको समझना बहुत ही मुश्किल हो। ऐसी गलतियों से बचने की भरसक कोशिश की जानी चाहिए।

उदासीनता :

मतलब यह कि आपको किसी भी चीज की कोई फिक नहीं है। एक उदासीन उप संपादक किसी बड़ी और महत्वपूर्ण खबर को भी सामान्य खबर की तरह ही लेता है। काम के प्रति उसके मन में कोई उत्साह नहीं दिखता। या फिर किसी उत्कृष्ट फोटो को साधारण तरीके से प्रस्तुत कर देता है। कहने का अर्थ यह है कि वह चीजों की गंभीरता और उनका महत्व जानते हुए भी उसे

समझने की कोशिश नहीं करते।

इसी से जुड़ी हुई एक और समस्या है कि सभी पेज एक जैसे दिखते हैं। पाठ्क को पहले ही अहसास हो जाता है कि वहां क्या मिल सकता है। शीर्षकों का फोन्ट साइज, फोटो का आकार और उन्हें प्रस्तुत करने का तरीका बहुत ही उबाऊ और एक जैसा होता है। उसमें नए प्रयोगों का अभाव झलकता है। जबकि एक आकर्षक शीर्षक, अच्छी तरह से काँप की गई फोटो और विशेष जानकारी वाले बॉक्स पाठ्क को आकर्षित करने के लिए बहुत जरूरी हैं।

ज्ञान शून्यता :

जब कोई उप संपादक अपनी सामान्य जानकारियां विस्तृत करने की तरफ ध्यान नहीं देता तो उसके पेज पर कई बार भारी भरकम गलतियां देखने को मिल जाती हैं। वह सामान्य रुटीन की चीजों की तरफ ध्यान नहीं देता तो किसी क्षेत्र के प्रतिष्ठित व्यक्ति की जगह गलत फोटो लगा देता है। उसे लगता है कि महात्मा गांधी की मौत 2 अक्टूबर को हुई थी, इंदिरा गांधी 31 अक्टूबर को पैदा हुई थी।

हालांकि आमतौर पर पाठ्कों को यह सारी चीजें पता होती हैं। ऐसे में अखबार की छवि को भारी नुकसान पहुँचता है।

सुरक्षा :

किसी भी खबर को बेहतर तरीके से विकसित करके अच्छा डिस्प्ले देने में उप संपादक को बहुत मेहनत करनी होती है। एक छोटी-सी सूचना के आधार पर लघु शोध करते हुए वह और जानकारियां जुटा सकता है। लेकिन कुछ लोग ऐसा करने से बचते हैं। इस आलस्य और सुरक्षा के पीछे उनका तर्क होता है कि यह उनका काम नहीं है। कुछ लोग अखबार के दफ्तर में क्लर्क की भाँति काम करते हैं। अपनी शिफ्ट पूरी होते ही उन्हें घर भागने की जल्दी लग जाती है, भले ही उनका काम अधूरा क्यों न रहता हो। और आप स्टाइल शीट से किसी चीज मिलाने की जहमत नहीं उठाते क्योंकि आप को खुद पर पूरा यकीन है कि आपका काम ठीक है। किसी भी खबर के लिए इलैक्ट्रॉनिक लाइब्रेरी की जांच करने की जहमत भी नहीं उठाते।

उप संपादक के लिए आलस्य और सुरक्षा से बड़ा शत्रु कोई और नहीं होता है।

जड़ता :

देर रात को कोई महत्वपूर्ण घटना हो गई और आप कहते हैं कि अब प्रथम पृष्ठ में बदलाव

नहीं किया जा सकता। या पेज पूरा होने पर न्यूज एडीटर या चीफ कॉपी एडीटर द्वारा उसमें इन्फोर्मेशन ग्राफिक्स की मांग करने पर आप झल्ला उठते हैं। किसी खबर को विकसित करने के लिए आप अपनी शिप्ट के बाद तक रुकने पर आपको आपत्ति होती है। या फिर खेल की खबरें संपादित करने में आपको असहजता महसूस होती है।

इस तरह का अडियल रवैया अक्सर अखबारों के दफ्तर में समस्याएं खड़ी करता है। इस आदत से बचना चाहिए। नए काम करते रहना चाहिए, भले ही वह आपके हिस्से में नहीं आते। ऐसा करने से इंसान खुद को ही ज्यादा विकसित करता है। उसे नई-नई चीजें सीखनें को मिलती हैं।

2.3 सारांश :

- आम आदमी के वृष्टिकोण से देखें तो समाचार की वर्तनीगत और व्याकरणिक त्रुटियां ठीक करने की प्रक्रिया ही संपादन समझी जाती है। लेकिन इसके अलावा भी संपादन में बहुत कुछ होता है। जैसे यह फैसला करना कि कौन-सी खबर प्रकाशित होगी और कौन-सी नहीं। प्रकाशन के लिए चयनित समाचारों को पठनीय बनाना। संपादक किसी भी खबर को समाचार संस्थान की नीतियों और दर्शन के अनुसार सही स्वरूप प्रदान करते हैं।
- एक अच्छा उप संपादक हमेशा शांत चित्त होकर काम करता है। खासतौर पर जब काम का दबाव ज्यादा हो तो भी वह विचलित नहीं होता और पूरी तब्दीलत के साथ खबरें संपादित करता है। ऐसे में वह अपने काम की रफ्तार अवश्य बढ़ाता है लेकिन काम अस्त-व्यस्त नहीं होने देता। उसके दिमाग में हर खबर के तथ्य स्पष्ट होते हैं और वही स्पष्टता कॉपी में भी झलकती है। यदि उप संपादक विचलित हो जाए तो निःसंदेह वह विचलन अगले दिन के अखबार में भी स्पष्ट दिखाई देगा।
- समाचारों पर मजबूत पकड़ एक अच्छे उपसंपादक की निशानी है। हालांकि इस दौरान वह अपने पूर्वाग्रहों को समाचार में कदापि शामिल नहीं होने देता। समाचारों को लेकर उसकी समझ उसके अखबार की नीतियों पर आधारित होती है। इसी के चलते वह रोजाना मिलने वाली खबरों के ढेर में से अच्छे और समाचारों का चयन कर पाता है।
- भाषा का सही इस्तेमाल कर उप संपादक समाचार को जीवंत बना देता है। वह समाचार

विशिष्टाओं को उभारता है। सामान्य तथ्यों को बाद में प्रस्तुत करता है। शब्दों का चतुराई से इस्तेमाल कर वह कॉपी को रंगीन बना देता है। वह संक्षिप्तता और साधारणता का गुण समाचार में बनाए रखता है। सूचनाओं को ऐसे प्रस्तुत करता है कि पाठक उन्हें आसानी से ग्रहण कर सके।

- उप संपादक कॉपी के अंदर स्पष्टता, संक्षिप्तता, व्यापकता, सम्पूर्णता, निरंतरता का गुण बनाए रखता है।
- इसके अलावा भी उपसंपादकों को कई जिम्मेदारियां निभानी होती हैं। जैसे सठीकता सुनिश्चित करना, अनावश्यक शब्दों को काटना, प्रकाशित होने वाली भाषा को तराशना, खबर की विसंगतियों को हटाना, खबर को अखबार की शैली के अनुरूप तैयार करना, मानहानिपूर्ण शब्दों को खबर से हटाना और सबसे ज्यादा यह सुनिश्चित करना की खबर पठनीय है या नहीं।

2.4 सूचक शब्द :

संपादन : आम आदमी के दृष्टिकोण से देखें तो समाचार की वर्तनीगत और व्याकरणिक त्रुटियां ठीक करने की प्रक्रिया ही संपादन समझी जाती है। लेकिन इसके अलावा भी संपादन में बहुत कुछ होता है। जैसे यह फैसला करना कि कौन-सी खबर प्रकाशित होगी और कौन-सी नहीं। प्रकाशन के लिए चयनित समाचारों को पठनीय बनाना।

कॉपी : व्यूजरुम में आने वाली कोई भी लिखित सामग्री जैसे खबर, लेख, फीचर इत्यादि को कॉपी कहा जाता है। अखबार के दफ्तर में पत्रकार, संवाददाता, संवाद सूत्र, स्वतंत्र पत्रकार, समाचार एजेंसियां, फीचर एजेंसियां आदि के माध्यम से कॉपी आती रहती हैं।

उप संपादक के कार्य : भाषा का सही इस्तेमाल कर उप संपादक समाचार को जीवंत बना देता है। वह समाचार की विशिष्टाओं को उभारता है। सामान्य तथ्यों को बाद में प्रस्तुत करता है। शब्दों का चतुराई से इस्तेमाल कर वह कॉपी को रंगीन बना देता है। वह संक्षिप्तता और साधारणता का गुण समाचार में बनाए रखता है। सूचनाओं को ऐसे प्रस्तुत करता है कि पाठक उन्हें आसानी से ग्रहण कर सके।

उप संपादक की योग्यताएं : उपसंपादकों को कई जिम्मेदारियां निभानी होती हैं। जैसे सठीकता सुनिश्चित करना, अनावश्यक शब्दों को काटना, प्रकाशित होने वाली भाषा को तराशना, खबर की

विसंगतियों को हटाना, खबर को अखबार की शैली के अनुरूप तैयार करना, मानहानिपूर्ण शब्दों को खबर से हटाना और सबसे ज्यादा यह सुनिश्चित करना की खबर पठनीय है या नहीं।

2.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्न :

- सटीक उदाहरण देते हुए अच्छे संपादन के सिद्धांतों की चर्चा करें।
- समय के साथ-साथ संपादन के सिद्धांत भी विकसित होते रहते हैं। क्या आप इससे सहमत हैं? अपने उत्तर के समर्थन में विस्तार से लिखें।
- समाचार संपादन के सिद्धांतों पर व्यापक चर्चा करें।
- संपादन के वक्त किन बातों का ख्याल रखना चाहिए? विस्तार से लिखें।

2.6 संदर्भ ग्रंथ सूची :

- रिपोर्टिंग; चार्नले
- एकिटव रिपोर्टर; जेम्स लेविस
- प्रोफेशनल जर्नलिस्ट; जॉन होहेनबर्ग
- प्रोफेशनल जर्नलिज्म; पतंजलि सेठी
- प्रोफेशनल जर्नलिज्म; एमवी कामथ
- न्यूज राइटिंग; जार्ज हग

बी.ए. मास कम्युनिकेशन

112

खण्ड 1

तृतीय वर्ष

ईकाई 1

एडिटिंग

बीएमसी

अध्याय 3

संपादकीय कर्मियों की योग्यताएं

लेखक : श्री राजेश नैन

सहायक वार्ता सम्पादक, दैनिक हिन्दुस्तान, मेरठ।

पुनरीक्षक : श्री मिहिर रंजन पात्र

वरिष्ठ व्याख्याता, संचार प्रबंधन व तकनीकी विभाग, गुजरातप्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिसार।

अध्याय संरचना :

इस अध्याय की संरचना इस प्रकार है:

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 परिचय
- 3.2 विषय वस्तु का प्रस्तुतिकरण
 - 3.2.1 संपादकीय स्टाफ : एक परिचय
 - 3.2.2 अच्छे पत्रकार की योग्यताएं
 - 3.2.3 संपादकीय स्टाफ की योग्यताएं
 - 3.2.4 उप संपादक के गुण
- 3.3 सारांश
- 3.4 सूचक शब्द
- 3.5 रव मूल्यांकन हेतू प्रश्न
- 3.6 संदर्भ ग्रन्थ

3.0 उद्देश्य :

इस अध्याय के उद्देश्य इस प्रकार हैं :

- संपादकीय स्टाफ के बारे में और अधिक जानना
- अच्छे पत्रकारों की योग्यताओं को समझना
- संपादकीय स्टाफ की योग्यताओं के बारे में जानना
- उप संपादक के गुणों के बारे में समझना

3.1 परिचय :

सही अर्थों में अच्छा कहा जाने योग्य काँपी संपादक खोजना बहुत मुश्किल है। कुछ तथ्य सुधारने में माहिर होते हैं, लेकिन भाषा पर उनकी पकड़ काफी कमजोर होती है। तो आकर्षक भाषा का प्रयोग कर सकने वाले कुछ उप व्यक्ति तथ्यों के बारे में उतनी गहरी समझ नहीं रखते।

कुछ योग्यताएं हैं जो आपस में मिलकर एक अच्छे संपादकीय स्टाफ की रचना करती हैं। इनमें से व्याकरण की जानकारी, दमदार लेखनी, वर्तमान में प्रासांगिक मुद्दों की पूरी जानकारी, विस्तार से जानने की इच्छा, किसी रिपोर्टर या लेखक की शैली के प्रति संवेदनशील रखना, व्यावसायिक शब्दज्ञान, निर्देशों का पालन और सही सवाल पूछने की योग्यता ओर खबरों के प्रकाशन में समय के महत्व का ख्याल रखने की योग्यता प्रमुख हैं। साथ ही खबर और अखबार के पेज की परिकल्पना के बारे में सोचने की योग्यता भी अति आवश्यक है।

संपादकीय स्टाफ के अच्छे लोगों में शुभार होने के लिए गांठित योग्यताओं पर इस अध्याय के दौरान हम लोग चर्चा करेंगे।

3.2 विषय वस्तु का प्रस्तुतिकरण :

इस अध्याय में विषय वस्तु का प्रस्तुतिकरण कुछ इस प्रकार रहेगा :

- संपादकीय स्टाफ – एक परिचय
- अच्छे पत्रकार की योग्यताएं

- संपादकीय स्टाफ की योग्यताएं
- उप संपादकों की योग्यताएं

3.2.1 संपादकीय स्टाफ - एक परिचय :

संपादकीय स्टाफ के विभिन्न पदों के परिचय के साथ शुरूआत करते हैं। मुख्य ध्यानाकर्षण संपादकों पर रहेगा। बाकी संपादकीय स्टाफ के बारे में हम सिर्फ संक्षेप में चर्चा करेंगे।

संपादक :

अखबार में प्रकाशित होने वाली हर सामग्री के लिए संपादक ही पूरी तरह जिम्मेदार होते हैं। उन्हें कई स्तरों पर काम का निरीक्षण और कर्मचारियों का मार्गदर्शन करना होता है। दिन की शुरूआत होते ही अखबार की प्लानिंग, सामग्री तैयार करना और फिर मुद्रण यह तीन ऐसे मुख्य काम हैं, जिनका निरीक्षण एक संपादक करता है।

वह दूरगामी परिणाम वाली योजनाएं तैयार करता है, नए आइडिया खोजता है, उन आइडिया के आधार पर लोगों से काम करवाता है, किस कार्यक्रम की कवरेज कैसे होगी, फोटोग्राफ या चित्रांकन कैसा होगा; इन कामों को वह सक्रियता के साथ संभालता है। साथ ही वह सुनिश्चित करता है कि अखबार व्याकरणिक और वर्तनीगत त्रुटियों से भी मुक्त रहे।

प्रकाशन या अखबार की प्रकृति और नीति के अनुसार संपादक की जिम्मेदारियों और काम करने के तौर तरीकों में थोड़ा बहुत अंत हो सकता है। साथ ही किसी पद विशेष को सौंपे जाने वाले काम भी हर संस्था में अलग-अलग मिल सकते हैं। संभव है किसी अखबार में 'वरिष्ठ संपादक' वह व्यक्ति है जो कि खास छबरों संपादित करता है। वहीं संभव है दूसरे किसी संस्थान में इसी पद पर आसीन व्यक्ति का काम दूसरों को निर्देश देकर काम करवाना, समाचारों का चयन इत्यादि हो।

एक संपादक के लिए न्यूनतम शैक्षणिक योग्यता स्नातकोत्तर है। पत्रकारिता या सामाजिक विज्ञान के क्षेत्र में पढ़ाई करने वाले लोगों को खास तरजीह दी जाती है। हां, कियी व्यक्ति विशेष को जिस किसी भी क्षेत्र में अपनी विशेषज्ञता बनानी है, उससे जुड़ी हर चीज जानने के लिए विशेष अध्ययन की आवश्यकता होती है।

अन्य संपादकीय कर्मों :

एक अखबार के दफ्तर में कई तरह के संपादक आपको मिल जाएंगे। कुछ संपादक प्रबंधकीय और प्रशासकीय जिम्मेदारी संभालते हैं वहीं अधिकतर संपादक संपादन से जुड़ा काम ही करते हैं। आमतौर पर संपादक संस्थान के पूर्णकालिक कर्मचारी होते हैं। हाँ अखबार, जर्नल, पुस्तक प्रकाशन इन सभी क्षेत्रों में संपादकों से अलग-अलग कामों और क्षमताओं की अपेक्षा की जाती है। इन क्षेत्रों के आधार पर कर्मचारियों को कुछ विशेष इयूटी भी करनी पड़ती है।

प्रबंध संपादक प्रकाशन की गुणवत्ता और विषय वस्तु के लिए जिम्मेदार होता है। वह सुनिश्चित करता है कि स्टाफ रिपोर्टर और स्वतंत्र पत्रकार वक्त पर अपना काम पूरा कर लें। वे डिजाईन की कलात्मकता और प्रकाशित सामग्री में वर्तनी की गलतियों पर भी विशेष नजर रखते हैं। साथ-साथ अखबार के लिए लेखन का काम भी नियमित तौर पर प्रबंध संपादक करते रहते हैं। उन्हें प्रबंधकीय और वित्तीय जिम्मेदारियों का भी निर्वहन करना होता है। अखबार, पुस्तक और जर्नल इत्यादि में प्रबंध संपादक आमतौर पर रखे जाते हैं।

अधिग्रहण संपादक आमतौर पर प्रकाशन उद्योग में होते हैं। वह उन लेखकों से संपर्क बनाए रखता है, जिनकी पांडुलिपि को वह प्रकाशित करना चाहता है। यदि प्रकाशन घर किसी जर्नल का प्रकाशन और वितरण करता है तो अधिग्रहण संपादक उसके लिए भी काम करता है।

अतिथि संपादक किसी अखबार या जर्नल इत्यादि के लिए अस्थायी तौर पर काम करते हैं। अखबार अपने अतिथि संपादक को विशेष तौर पर हाईलाइट करता है। उनका नाम अखबार के मत्थे इत्यादि पर ही लगाया जाता है। इसका एक ताजातरीन उदाहरण यह है कि शशि थर्लर रविवार को टाइम्स ऑफ इंडिया के लिए अतिथि संपादक के तौर पर काम करते हैं। अतिथि संपादक को नियमित वेतन भी मिल सकता है या फिर उन्हें मानदेय दिया जाता है। ऐसा भी संभव है कि उन्हें इस काम के बदले आर्थिक तौर पर कुछ न मिले।

कॉपी संपादक प्रकाशित होने वाली सामग्री को पूरी तरह से संपादित करते हैं। अर्थात् तथ्यात्मक और व्याकरणिक गलतियां कॉपी से खत्म करते हैं। वे शैली, संरचना और कॉपी के लहजे को भी विभिन्न कोणों से जांचते हैं। आमतौर पर खबरों और लेखों को प्रकाशन से पहले स्पष्टता और त्रुटिहीनता के लिए सुधारना आवश्यक होता है। एक खबर से दूसरी खबर या फिर एक प्रकाशन से दूसरे प्रकाशन तक संपादन का स्तर परिवर्तित होता रहता है। हालांकि अगर

यह निर्धारित कर लिया गया है कि किसी लेखक या संवाददाता की शैली के साथ छेड़छाड़ नहीं की जाएगी तो कॉपी संपादक सिर्फ वर्तनीगत और व्याकरणिक गलतियों के लिए कॉपी को देखता है।

एक अच्छा संपादक ऐसी जानकारी प्रकाशित करता है, जो कि किसी भी विषय में लोगों की जानकारी को बढ़ाए और वह किसी का मौलिक कार्य हो। लेकिन इससे भी ज्यादा उसकी गेटकीपर की भूमिका अखबार में अति महत्वपूर्ण होती है।

फोटो का संपादन लिखित सामग्री के संपादन से काफी अलग है। यह काम भी हर प्रकाशन घर में होता है। कोई फोटो बहुत ज्यादा जानकारी देने वाला हो सकता है तो किसी फोटो को देखकर कुछ भी नहीं पता चलता। किसी जानकारी को दर्शने के लिए सही फोटो का चयन करना भी काफी योग्यताओं की मांग करता है। एक अच्छा फोटो संपादक प्रकाशन में जान फूंक देता है। जिस प्रकार एक फोटो संपादक खबर, लेख इत्यादि में सुधार कर उसे चमका सकता है, ठीक उसी तरह फोटो संपादक भी अपने सही चयन की योग्यता के साथ फोटो के प्रभाव को बढ़ा सकता है।

3.2.2 अच्छे पत्रकार/संवाददाता की योग्यताएं :

अखबार पत्रकारों को नौकरी पर रखते हैं। इसके बाद आप कॉपी संपादक, डिजाईनर, फोटो पत्रकार या संवाददाता चाहे जो भी बनना चाहें, आपकी मर्जी। लेकिन अगर आप अच्छे पत्रकार हैं तो आपकी सफलता पक्की समझिए।

इस क्षेत्र में कूदने से पहले व्यक्ति को समझ लेना चाहिए कि यह उद्योग जैसा बाहर से दिखता है, वैसा अंदर से कर्तव्य नहीं है। यह काम बहुत ही मुश्किल है। साथ ही इस क्षेत्र में नौकरी पाना और आगे बढ़ना तो और भी मुश्किल है। एक अच्छे पत्रकार की कुछ योग्यताएं इस प्रकार हैं :

काम के प्रति दीवानगी :

अगर आप अखबार के लिए काम कर रहे हैं तो आपको खबरों की चिंता होनी चाहिए। आपको

इसकी पूरी खबर होनी चाहिए कि आज के मुख्य समाचार क्या हैं। आपके अखबार के लिए ऐसे कौन-से मुद्दे महत्वपूर्ण हैं, जिनके लिए आप अपने अखबार की जगह और पत्रकार का समय दे रहे हैं। आपको क्या लगता है कि अखबार पाठकों की किस प्रकार से सेवा कर रहा है। आपका बॉस आपसे यह या इससे भी ज्यादा पूछ सकता है। और इसके बाद कार्यकारी संपादक तो उससे भी आगे बढ़ जाएंगे। वे यह जांचेंगे कि आपमें पत्रकारिता के लिए जज्बा है भी या नहीं। किसी भी अखबार में काम करना आसान नहीं है। आपको इस काम में फूबना होगा।

आधारभूत चीजों की मजबूत शिक्षा :

यहाँ आधारभूत चीजों का अर्थ कॉपी एडिटिंग, रिपोर्टिंग, शैली, वर्तनी, शीर्षक लेखन और समाचारों की समझ से है। अगर आपको कम्प्यूटर या डिजाईन सॉफ्टवेयर की जानकारी है या फिर डिजाईनिंग और इससे जुड़ी अन्य चीजों के बारे में सीखना होगा। हालांकि केवल तकनीकों पर ज्यादा ध्यान देने से भी आपको अच्छे नतीजे नहीं मिल सकते। हमेशा ध्यान रखें कि तकनीक तो केवल आपकी योग्यता का इरतेमाल करने का साधन है।

अनुभव :

जब आप फील्ड में नौकरी की तलाश में होते हैं तो पहले के अनुभव के अलावा कोई चीज आपकी मदद नहीं कर सकती। वह भले ही इंटर्नशिप हो या फिर किसी स्थानीय समाचार-पत्र के संवाद सूत्र के तौर पर किया गया काम। मीडिया के फील्ड में आपकी नियुक्ति के समय डिग्री और प्राप्तांकों को कम ही महत्व दिया जाता है। वे ऐसे व्यक्ति को खोजते हैं, जो दबावपूर्ण माहौल में ऑफिस के काम को सुचारू बनाने में उनकी मदद कर सके।

सृजनात्मकता :

आपका कवरिंग लैटर और बायोडाटा आपके बारे में बहुत कुछ बयां करता है। अगर आप डिजाईन से जुड़ी किसी नौकरी के लिए आवेदन कर रहे हैं तो बायोडाटा उसी प्रकार से तैयार करें। उसमें झलकना चाहिए कि आपकी योग्यताएं क्या हैं। साथ ही उसे देख नियोक्ता को तुरंत समझ में आ जाना चाहिए कि आपको नौकरी पर क्यों रखा जाए।

अगर आप कॉपी एडीटर की नौकरी के लिए आवेदन कर रहे हैं तो ध्यान रखें कि

बायोडाटा में आपके उस विशिष्ट गुण और अनुभवों का उल्लेख होना चाहिए। कवरिंग लैटर में साबित कर दें कि आप किस तरह से संस्थान के लिए विशिष्ट साबित होंगे।

सृजनात्मकता, भले ही वह शीर्षक, कैषण या फिर डिजाइन में हो, कॉपी संपादकों के लिए वांछित गुण होता है। अखबार में काम करते वक्त अपने सबसे बढ़िया और सृजनात्मक कार्य को प्रस्तुत करने की कोशिश करें।

लचीलापन : शुरुआत में ही हर किसी को बड़े अखबारों में नौकरी नहीं मिल जाती हैं। सबसे पहले कहीं भी काम करके यह जानने की कोशिश करें कि अखबारों में काम कैसे होता है। जितनी संभव हो सके जानकारियां जमा करें और संपादक की तरफ से सुझाए गए हर आइडिया पर काम करें। शुरुआती स्तर पर सब कुछ भूलकर आपको काम में ही झूबना होगा। काम के दौरान आप जितना लचीलापन दिखाएंगे उतना ही आप संस्थान के लिए महत्वपूर्ण साबित होते जाएंगे। आपको यह साबित करना होगा कि विभिन्न प्रकार के कार्मों के लिए आप पर भरोसा किया जा सकता है।

अपने बारे में विस्तार से बताएं :

आमतौर पर बायोडाटा और कवरिंग लैटर बहुत ही साधारण तरीके से लिखे गए होते हैं। शैली और व्याकरण के लिहाज से इनमें गलतियों की भरमार होती है। हल्के अंदाज से आपकी पहचान करवाने वाले दस्तावेज के आधार पर आपको नौकरी मिलने की संभावना बहुत कम होती है। क्योंकि पहला प्रभाव बहुत महत्वपूर्ण होता है। तो अपने बायोडाटा और कवरिंग लैटर को बार-बार चैक करें।

उत्सुकता :

क्या आपको पता है कि देश-दुनिया और आपके पड़ोस में क्या हो रहा है? क्या आप पत्रकारिता जगत के हालिया प्रचलनों से वाकिफ हैं? क्या आप चीजों को ऐतिहासिक संदर्भों के साथ जोड़ पाने में सक्षम हैं? क्या आप स्थानीय डेस्क पर होने के बावजूद अन्तर्राष्ट्रीय घटनाक्रम पर निगाह बनाए रखते हैं? क्या आप उस क्षेत्र के प्रचलनों और विकास को जानने के प्रति

उत्सुक हैं। दूसरे शब्दों में पूछा जाए तो क्या आप अपने इर्द-गिर्द हो रहे घटनाक्रमों को जानने के प्रति उत्सुक हैं या नहीं? क्या आप करियर को आगे बढ़ाने में योगदान देने वाली जानकारियों से वाकिफ हैं।

उत्सुकता आपको सूचना की तलाश की तरफ अग्रसर करेगी। सूचना और जागरूकता का स्तर बढ़ने के साथ-साथ आपको भविष्य में अच्छी जगहें मिलने की संभावना भी प्रबल हो जाएगी।

कॉमन सैंस :

यह एक ऐसा गुण है जो कॉर्पी डेस्क पर औसत पत्रकार और अच्छे पत्रकार में भेद करता है। इसे हम बेहतर और तेज सोचने की योग्यता कह सकते हैं। इस योग्यता के चलते आपके निर्णय दूसरों से अलग ही दिखेंगे। कॉमन सैंस ऐसे फैसले लेने में मदद करती है, जो कि एकदम सटीक साबित हों।

इनके अलावा किसी चीज का पूर्वाकलन और उसके लिए तैयारी रखने की कला भी सामान्य कॉर्पी एडिटर को बेहतर कॉर्पी एडिटर में बदल देती है। अपनी आंखें और कान खुल रखें और दिमाग को योजना की दिशा में दौड़ाते रहें। ऐसा करके आप पक्का पत्रकारिता के क्षेत्र में सफलता के झंडे गाड सकते हैं। एक सफल पेशेवर होने के लिए पत्रकार में भी कुछ विशिष्ट योग्यताएं होनी चाहिए। विश्वास जमाने के लिए एकनिष्ठ चरित्र, सच्चाई के प्रति समर्पण और तार्किक योग्यता होना अति आवश्यक है।

3.2.3 संपादकीय स्टाफ की योग्यताएं :

एक प्रतिभाशाली पत्रकार खुद का और संस्थान का नाम बनाने के लिए लिखता है। भले ही कोई भी बीट हो, एक दिमागी सतर्कता और उत्सुकता का भाव उसकी सबसे बड़ी संपत्ति होती है। इन योग्यताओं के अलावा भी अपने फील्ड में सफल होने के लिए पत्रकार को कुछ विशिष्ट योग्यताएं विकसित करनी पड़ती हैं।

समाचार की समझ :

संपादकीय स्टाफ का मुख्य काम तो खबर को चमकाना है। लेकिन कई बार कॉर्पी डेस्क पर

आने वाली खबर केवल प्रचार सामग्री या फिर परोक्ष रूप से विज्ञापन होती है। इसलिए उप संपादक को सारी सामग्री की जांच करनी चाहिए।

रिपोर्टिंग और संपादन का सुनहरा नियम यही है कि आप पाठक की रुचि के अनुसार चलें। आमतौर पर एक उप संपादक रुठीन खबरों पर ही काम करता है। लेकिन एक प्रतिभाशाली संपादकीय कर्मी साधारण तथ्यों के पीछे छुपे हुए कुछ असाधारण की ठोह लेने के प्रयास में रहता है। इस तीक्ष्ण अवलोकन क्षमता के आधार पर वह पाठक की रुचि का मुद्दा पकड़कर पूरी खबर को एक रोचक अंदाज में विकसित करता है।

संपर्क बनाना :

मिलनसार और मैत्रीपूर्ण स्वभाव आपको ऐसे संपर्क सूत्र विकसित करने में मदद करेगा, जहां से आपको खबरों की सूचना और सुराग मिल सकते हैं। खबरों के क्षेत्र में काम करने वाले व्यक्तियों के लिए सूत्र विकसित करना अति आवश्यक है। लोग संवेदनशील मसलों पर बातचीत करने में हो सकता है डिझाइनरों, वह भी खासतौर पर किसी पत्रकार से बातचीत करते समय। वे तथ्यों का खुलासा तो करना चाहते हैं, लेकिन परिणामों का भय उनके दिमाग में होता है। आपको अपराधियों तक की जानकारी देने वाले सूत्र मिल जाएंगे। जो अपनी नौकरी या जान दांव पर लगाकर आपको कुछ बताते हैं, लेकिन बदले में आपको भी उनका विश्वास बरकरार रखना होता है।

वस्तुनिष्ठ और निष्पक्ष रहें :

तथ्यों को संतुलित और वस्तुनिष्ठ तरीके से प्रस्तुत करने के लिए संपादकीय स्टाफ को तीक्ष्ण अवलोकन की योग्यता हासिल करनी चाहिए। लेकिन सवाल यह उठता है कि कोई व्यक्ति वस्तुनिष्ठता कैसे बरकरार रख सकता है?

यदि सूत्र नाम छिपाने का आग्रह न करें तो खबर में उनका उल्लेख अवश्य किया जाना चाहिए। और साथ ही यह भी सुनिश्चित करें कि आपकी खबर संतुलित होनी चाहिए। संतुलन बनाने के लिए आपको उससे जुड़े सभी पक्षों को भरपूर स्थान देना होगा। साथ ही यह भी जांच करनी होगी कि कोई व्यक्ति जो आपको सूचना प्रदान कर रहा है, वह कितना सही है।

भावों की स्पष्टता :

विषय भले ही कितना भी जटिल क्यों न हो अगर आपकी सोच स्पष्ट है तो लेख या समाचार भी स्पष्ट ही होगा। संपादकीय कर्मचारी में यह गुण होना चाहिए कि वह किसी भी तथ्य को आम आदमी की भाषा में प्रस्तुत कर सके। मुश्किल शब्दावली को आसान करके प्रस्तुत करे और सरकारी विज्ञप्तियों में से महत्वपूर्ण तथ्यों को निकालकर समाचार में परिवर्तित करे।

3.2.4 उप संपादक के गुण या योग्यताएँ :

यहां हम उप संपादकों की कुछ अत्यावश्यक योग्यताओं के बारे में चर्चा करेंगे। डेर्क पर काम करने वाले सभी व्यक्तियों जैसे मुख्य उप संपादक, समाचार संपादक के लिए भी यह योग्यताएं उतनी ही जल्दी हैं, जितनी कि किसी उप संपादक के लिए।

शांत चित्त : जब भी कोई बड़ी खबर सामने आए तो अति उत्साहित न हों। शांत दिमाग के साथ ही आप वस्तुनिष्ठ तरीके से खबर का आकलन कर पाएंगे और इसकी वरीयता निर्धारित कर सकेंगे। किसी बड़े व्यक्ति की हत्या, सरकार का पतन, प्राकृतिक आपदा जैसी बड़ी खबरों को लिखते वक्त हमेशा ध्यान रखें कि कल को यह घटना इतिहास बन जाएगी और आप सबसे पहले इसे लोगों के सामने ला रहे हैं।

त्वरित निर्णय क्षमता : डेर्क पर काम करते वक्त जो चीज सबसे जल्दी है, वह है त्वरित निर्णय लेने की क्षमता। किसी भी चीज पर बहुत देर तक सोच-विचार कर निर्णय देने वाले लोग इस क्षेत्र में ज्यादा नहीं ठिक सकते। आपको खबर के हर पहलू पर विचार करते हुए तुरंत प्रभाव से निर्णय लेना होता है।

निष्पक्षता : खबरों से जुड़े लोगों की निष्पक्षता किसी भी अखबार की विश्वसनीयता को बनाने में मदद करती है। और यही विश्वसनीयता आगे चलकर अखबार का प्रसार बढ़ाती है।

चीजों को समझने की क्षमता : किसी भी खबर या घटनाक्रम को जल्दी से समझ जाना एक उप संपादक या डेर्क कर्मी के लिए अमूल्य गुण होता है।

अपने पाठकों को समझना : एक अच्छा समाचार-पत्र एक विशिष्ट सोच पर काम करता है। और तो और उसके पाठकों की सोच भी सामूहिक तौर पर एक जैसी ही मिलेगी। जब पाठक और समाचार-पत्र की सोच आपस में मेल खाएगी तभी तो पाठक संख्या बढ़ेगी। तो डेर्क पर बैठे

लोगों को कोई भी खबर एक पाठक के नजरिए से देखनी होती है। उन्हें समझना होता है कि पाठक आखिर उनसे चाहता क्या है और इस खबर से उसे क्या लाभ होगा।

जानकारियों का भंडार : उप संपादक का सूचना कोष समृद्ध होना चाहिए। प्रसिद्ध लोगों के नाम, शहरों और राजधानियों के नाम, विभिन्न देशों की करंसी का नाम, राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय राजनीतिक परिदृश्य की जानकारी इत्यादि उसके लिए जरुरी हैं। साथ ही सूचनाओं को लम्बे समय तक याद रखने की क्षमता भी उसके अंदर होनी चाहिए।

साथ ही एक उप संपादक को अभिव्यक्ति की खतंत्रता की सीमाओं का भी ज्ञान होना चाहिए। मीडिया से जुड़े हुए कानूनों और अधिनियमों की उसे पूरी जानकारी होनी चाहिए। संपादन के दौरान किसी की मानहानि या अदालत की अवमानना करने वाले वाक्यों या जानकारियों पर ध्यान अवश्य देना चाहिए। कॉपीराइट का उल्लंघन, निजता के अधिकार का हनन जैसी गतिविधियों से भी न्यूज कॉपी को बचाना चाहिए।

3.3 सारांश :

- डेस्क पर काम करने वाले व्यक्ति और संवाददाता समाज के आंख और कान की हैसियत से काम करते हैं। यह भूमिका ईमानदारी से निभाने के लिए उन्हें समाज के प्रति समर्पित होना चाहिए। अपनी लेखनी की ताकत को उन्हें समाज के कल्याण के लिए ही इस्तेमाल करना चाहिए।
- एक संवाददाता का मुख्य काम खबरें खोजना ही है। यह क्षमता ‘नोज फॉर ‘न्यूज’ कहलाती है। संवाददाता को अपनी खबरें सिर्फ आम आदमी को ध्यान में रखकर ही बनानी चाहिए।
- मिलनसार प्रकृति किसी भी संवाददाता को सूत्र विकसित करने में मदद करती है। इन्हीं सूत्रों के माध्यम से बाद में उसे महत्वपूर्ण खबरों के सुराग मिलते हैं। सूत्रों का विश्वास जीतने की योग्यता किसी भी पत्रकार के लिए सबसे अमूल्य चीज होती है।
- डेस्क पर बैठे व्यक्ति की अवलोकन क्षमता तीव्र होनी चाहिए। यह योग्यता तथ्यों को वस्तुनिष्ठ और संतुलित तरीके से प्रस्तुत करने में मदद करती है।

- विषय भले ही कितना भी जटिल हो, अगर आपकी उसके बारे में सोच स्पष्ट है तो लेखनी भी स्पष्ट होगी। डेस्क पर बैठे व्यक्ति में यह योग्यता होनी चाहिए कि वह किसी भी विषय को सरल बनाते हुए ऐसे लिखे कि आम आदमी को पूरी तरह समझ में आ जाए। कई बार सरकारी प्रेस विज्ञापियों और अन्य दस्तावेजों में बहुत ही जटिल शब्दों का प्रयोग होता है, उन्हें सरल करना डेस्क पर बैठे लोगों की जिम्मेदारी होती है।
- उप संपादक को खबरों की तथ्यात्मकता का पूरा-पूरा ध्यान रखना होता है। अखबार की शैली, वीति को ध्यान में रखते हुए वह खबरों को संतुलित और वस्तुनिष्ठ तरीके से प्रस्तुत करता है। किसी भी समाचार-पत्र या पत्रिका को पढ़नीय बनाने में उसका अमूल्य योगदान होता है।
- शांत चित्त, तीव्र निर्णय क्षमता, तथ्यों को एकदम से समझ लेना और निष्पक्षता इत्यादि कुछ ऐसे गुण हैं जो कि डेस्क पर काम करने वाले हर उप संपादक, मुख्य उप संपादक और समाचार संपादक इत्यादि में होने जरूरी हैं।
- उप संपादक को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की सीमाओं का भी ज्ञान होना चाहिए। मीडिया से जुड़े कानूनों और अधिनियमों की उसे पूरी जानकारी होनी चाहिए। संपादन के दौरान किसी की मानहानि या अदालत की अवमानना करने वाले वाक्यों या जानकारियों पर ध्यान अवश्य देना चाहिए। कॉपीराइट का उल्लंघन, निजता के अधिकार का हनन जैसी गतिविधियों से भी व्यूज कॉपी को बचाना चाहिए।

3.4 सूचक शब्द :

वस्तुनिष्ठता और संतुलन : समाचार डेस्क पर बैठे व्यक्तियों की अवलोकन क्षमता काफी तेज हानी चाहिए। यह उन्हें तथ्यों की संतुलित और निष्पक्ष प्रस्तुति में मदद करेगा।

भावों की स्पष्टता : विषय भले ही कितना भी जटिल हो, अगर आपकी उसके बारे में सोच स्पष्ट है तो लेखनी भी स्पष्ट होगी। डेस्क पर बैठे व्यक्ति में यह योग्यता होनी चाहिए कि वह किसी भी विषय को सरल बनाते हुए ऐसे लिखे कि आम आदमी को पूरी तरह समझ में आ जाए।

उप संपादक : उप संपादक खबरों की तथ्यात्मकता का पूरा-पूरा ध्यान रखता है। अखबार की शैली, नीति को ध्यान में रखते हुए वह खबरों को संतुलित और वस्तुनिष्ठ तरीकेक से प्रस्तुत करता है। किसी भी समाचार-पत्र या पत्रिका को पठनीय बनाने में उसका अमूल्य योगदान होता है।

उप संपादक की योग्यताएं : शांत चित्त, तीव्र निर्णय क्षमता, तथ्यों को एकदम से समझ लेना और निष्पक्षता इत्यादि कुछ ऐसे गुण हैं जो कि डेरक पर कार्य करने वाले हर उप संपादक या मुख्य उप संपादक इत्यादि में होने जरुरी हैं।

3.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्न :

- संवाददाताओं की योग्यताओं के बारे में विस्तार से लिखें।
- एक अच्छे संपादक के गुणों के बारे में चर्चा करें।
- एक अच्छे उप संपादक के लिए कौन-कौन से गुण आवश्यक हैं? विस्तार से चर्चा करें।

3.6 संदर्भ ग्रन्थ सूची :

- द आर्ट ऑफ एडिटिंग ; बासकेटटी, सिसर्स, ब्रुकेस
- एडिटिंग ; टीजेएस जॉर्ज
- प्रोफेशनल जर्नलिस्ट ; जॉन होहेनबर्ग
- हैंडबुक ऑफ एडिटिंग ; एसके अग्रवाल
- प्रोफेशनल जर्नलिज्म ; एमवी कामथ

बी.ए. मास कम्युनिकेशन

तृतीय वर्ष

एडिटिंग

पेपर 2

ब्लॉक : 1

खण्ड : 2

अध्याय : 4

संपादकीय कर्मियों की भूमिका और जिम्मेदारियां

लेखक: महेश कुमार

सहायक सम्पादक, दैनिक भास्कर, चण्डीगढ़।

पुनरीक्षक: श्री मिहिर रंजन पात्र,

वरिष्ठ व्याख्याता, संचार प्रबन्धन एवं तकनीकी विभाग, गुरु जम्बेश्वर विश्वविद्यालय,
हिसार।

अध्याय संरचना

इस अध्याय में हम संपादकीय कर्मचारियों की भूमिका और उनकी जिम्मेदारियों के बारे में जानेंगे। अध्याय की संरचना इस प्रकार रहेगी:

4.0 उद्देश्य

4.1 परिचय

4.2 विषयवस्तु का प्रस्तुतिकरण

4.2.1 संपादकीय कर्मी होने के फायदे

4.2.2 एक संपादक की भूमिका और जिम्मेदारियां

4.2.3 संपादकीय कर्मियों की भूमिका और जिम्मेदारियां

4.2.4 उप संपादक की भूमिका

4.2.5 उप संपादक की जिम्मेदारियां

4.3 सारांश

- 4.4 सूचक शब्द
- 4.5 ख मूल्यांकन हेतु प्रश्नावली
- 4.6 संदर्भ ग्रंथ सूची

4.0 उद्देश्य

इस अध्याय के उद्देश्य इस प्रकार हैं:

- एक संपादकीय कर्मचारी होने के फायदों के बारे में जानना
- संपादक की भूमिका और जिम्मेदारियों के बारे में जानना
- संपादकीय स्टाफ की जिम्मेदारियों के बारे में जानना
- उप संपादक की भूमिका के बारे में जानना
- उप संपादक की जिम्मेदारियों के बारे में जानना

4.1 परिचय

एक कॉपी संपादक या अन्य संपादकीय कर्मियों से हम क्या चाहते हैं? यही ना कि व्याकरण, शैली और भाषा के प्रयोग में महारत हासिल हो। जब वह काम करें तो उसमें एक स्तर झ़लकें। उनमें अवल दर्जे की सांगठनिक और तकनीकी कौशल हों, जिसकी मदद से वे कसे हुए समाचार पैकेज (पठनीय समाचार और आकर्षक पेज) तैयार कर सकें। समयनिष्ठता एक अन्य मांग है। इसके अलावा अपने कार्यक्षेत्र और पाठकों की समझ और जानकारी एवं अखबार के प्रकाशन में प्रभावपूर्ण तरीके से योगदान की योग्यता भी वांछनीय है।

इन सभी योग्यताओं से परिपूर्ण संपादकीय कर्मी कुछेक खास भूमिकाओं और जिम्मेदारियों का निर्वहन करते हैं। इस अध्याय में हम इन्हीं भूमिकाओं और जिम्मेदारियों के बारे में चर्चा करेंगे।

4.2 विषय वस्तु का प्रस्तुतिकरण :

इस अध्याय की विषयवस्तु का प्रस्तुतिकरण कुछ इस प्रकार रहेगा

- संपादकीय कर्मी होने के फायदे
- एक संपादक की भूमिका और जिम्मेदारियां
- संपादकीय कर्मियों की भूमिका और जिम्मेदारियां
- उप संपादक की भूमिकाएं
- उप संपादक की जिम्मेदारियां

4.2.1 संपादकीय कर्मी होने के फायदे :

यहां आपको कुछ कारण गिनाए जा रहे हैं जो बताएंगे कि संपादकीय कर्मी होना किस तरह से एक फायदे का सौदा है।

- आपका काम समय-समय पर बदलता जाता है और अपने आप को कभी ऊबा हुआ महसूस नहीं करेंगे।
- आप अति रुचिकर व्यक्ति बन जाएंगे। आप बुश, ओबामा, भारत-पाकिस्तान, सद्दाम के बारे में लगातार बातें कर सकते हैं। आपकी जानकारी दूसरों से ज्यादा होगी, क्योंकि आप यह जानकारी समाज में पहुंचाने का काम करते हैं।

- आपके हाथ में पर्याप्त शक्तियां होती हैं तो कुछ जिम्मेदारियां भी आपको निभानी पड़ती हैं। यह आप ही तय करते हैं कि पाठ्क के सामने कोई समाचार कैसे जाए। आप ही यह भी तय करते हैं कि पाठ्क दुनिया को किस कोण से देखे।
- आप पाठ्क तक पहुंचने से पहले ही अखबार को गलतियों से मुक्त बनाते हैं। किसी एक खबर को शानदार रूप से विकसित करने में मदद करना भी अपने आप में गजब का अहसास देता है।
- अखबार कभी भी लेखकों को संपादन के लिए नहीं कहेंगे, लेकिन वे संपादकों से लिखवाना पसंद करते हैं।
- आप लगभग हर तरह की जानकारी का संदर्भ कोष बन जाएंगे।

4.2.2 एक संपादक की भूमिकाएं एवं जिम्मेदारियां :

एक अच्छे संपादक का काम उसके नाम से नहीं दिखता। जैसे अध्यापक की कुशलता की परख इस बात से होती है कि उसके छात्र कितने कामयाब हैं, ठीक उसी तरह एक संपादक का काम उसकी टीम में झलकता है। अच्छे संपादक धैर्य और पूर्ण सोच-विचार के साथ दिन के अंक को अंतिम रूप देते हैं।

संपादकों के मुख्य काम इस प्रकार हैं:

- किसी भी घटना या विचार पर खबर तैयार करने के लिए जिम्मेदारियां सौंपना
- काम की समयसीमा निर्धारित करना
- अधीनस्थ कर्मचारियों को मशविरा देना
- कार्य करने की स्वतंत्रता के साथ आवश्यक सीमाएं निर्धारित करना

- अच्छे काम की प्रशंसा कर टीम को प्रोत्साहित करना
- एक यूनिट के तहत निकलने वाले सभी अंकों का आलोचनात्मक अध्ययन करना
- साथ ही संपादक अपने अधीनस्थों में आशावादी सोच पैदा करते हैं

4.2.3 संपादकीय कर्मचारियों की भूमिका एवं जिम्मेदारियां :

संपादकीय कर्मियों की भूमिका और जिम्मेदारियों का वर्णन इस प्रकार है:

- समाचार संपादक की जिम्मेदारियां
- समाचार संपादक के तौर पर जो कुछ भी आपने प्रकाशन के लिए पारित किया है, उसकी जिम्मेदारी भी आपकी ही होगी।
- आपको देखना होगा कि आपके सैक्षण में क्या है। उस वर्ग के समाचारों की प्रकृति और उसके लिए आपके पास उपलब्ध बजट दोनों का विस्तार से अध्ययन करें।
- अपने पाठकों के बारे में सोचें, क्या आप उनकी सूचना की आवश्यकताएं पूरी कर पा रहे हैं ?
- आपका अखबार जिन क्षेत्रों को कवर करता है, उनके बारे में जानें। विषय की सामग्री में रुचि लें। पूरा होमर्क करते हुए अपने अखबार ढारा कवर किए जाने वाले सभी क्षेत्रों के बारे में जितना संभव हो सके जानकारी इकट्ठा करें। जितना ज्यादा आप जानकारियां जुटाएंगे उतना ही अच्छी तरह से अपने पाठकों को सेवाएं प्रदान कर पाएंगे।

- अपने अखबार को जरूर पढ़ें। हर सुबह उठकर देखें कि आपने क्या किया। साथ ही ताजा मुद्रों की जानकारी के लिए दूसरे अखबार भी नियमित रूप से पढ़ें।
- जितना संभव हो सके अखबार में योगदान दें। आपकी ऊर्जा जानकारी और उत्साह को बढ़ाकर अखबार में किया गया योगदान आपको आत्मसंतुष्टि प्रदान करेगा और आपकी अलग पहचान भी स्थापित होगी।
- अपने अधीस्थ संपादकों और पत्रकारों का भी सम्मान करें। अपने निर्णयों को अंतिम रूप देने से पहले उनकी राय भी अवश्य लें। उनके संदेह के नहीं, विश्वास के पात्र बनें। यह मान कर चलें कि आप उन पर निर्भर हैं और वे आप पर। ऐसे में सहयोग की भावना के साथ किए गए काम ही सबसे अच्छे परिणाम देते हैं।
- यह मानकर चलें कि आप जिसे संपादित कर रहे हैं, वह आपकी ही खबर है। इसकी शैली का सम्मान करें। खबर में अनावश्यक परिवर्तन या अनावश्यक जगहों पर कैंची न चलाएं।
- अगर खबर बढ़ा-चढ़ाकर लिखी गई है या फिर उसका महत्व कम करके लिखा गया हो तो संबंधित पत्रकार से बात करें। अगर पर्याप्त समय है तो खबर के लिए ग्राफिक्स या इन्फोर्मेशन बॉक्स इत्यादि भी तैयार करवा सकते हैं। त्वरित सोच वाला उप संपादक अपने समाचार संपादक को ऐसी जानकारियां उपलब्ध करवाता है, जो एक आम अखबार और महान अखबार में अंतर पैदा करती हैं।
- हमेशा अच्छे शीर्षक निकालें। कभी भी ऐसा न सोचें दिमाग काम नहीं कर रहा, चल जाने दो। काम चलाऊ हेडिंग अखबार में कभी भी नहीं जाने देनी

चाहिए। क्योंकि हेडलाइन ही पाठक को खबर पढ़ने के लिए आकर्षित करती है, क्या आप अखबार के उस प्रथम प्रभाव से संतुष्ट हैं।

संपादकीय कर्मचारियों की सामान्य जिम्मेदारियां :

- एक-दूसरे का सहयोग करने की कोशिश करें। अपने आसपास के वातावरण से अनजान होकर काम न करें। जो कुछ हो रहा है, उस पर नजर रखें और किसी मुश्किल इत्यादि के वक्त दूसरों की मदद के लिए भी तैयार रहें।
- दूसरों से मदद मांगने में भी न हिचकें। कोई गलती करने से तो बेहतर है कि आप वक्त रहते दूसरों से मशविरा करके समस्या का हल कर लें। यह न सोचें कि दूसरे मदद नहीं करेंगे। एक बार कह कर देखिए सहकर्मी आपकी मदद के लिए सहर्ष तैयार होंगे।
- अपने अखबार को पूरी तरह जानिए। अपने संपादक, पत्रकार, फोटोग्राफर और अन्य कर्मचारियों के बारे में पूरी जानकारी रखें।
- हमेशा चीजों को विस्तार से जानने की कोशिश करें। खबर का प्रभाव खत्म करने के लिए एक शब्द की गलत वर्तनी ही काफी होती है।

4.2.4 उप संपादकों की भूमिकाएं :

खबरों की सटीकता, शैली, संतुलन और निष्पक्षता और खबरों का सुलचिपूर्ण और बौद्धिक प्रस्तुतिकरण उप संपादक के हाथ में ही होता है। एक अखबार या पत्रिका को सुपाठ्य बनाकर उप संपादक उसमें अमूल्य योगदान देता है। उप संपादक की व्याख्या करते हुए पत्रकारिता की किताबों में लिखा है:

- समाचारों का पहरेदार;

- समाचार पत्र की छवि का निर्माता;
- समाचारों की शल्यक्रिया करने वाला शल्य चिकित्सक;
- कार्यदक्षता और कार्यगति को एक साथ लेकर चलने वाला कुशल व्यक्ति;
- या फिर एक टेलर जो कि खबरों को उपलब्ध स्थान के अनुसार काटता है।

हालांकि किसी भी गलती का दोष उप संपादक पर मढ़ दिया जाता है, उसे किसी अच्छे काम का श्रेय नहीं मिलता। वह तो पर्दे के पीछे का नायक होता है।

उप संपादकों के कर्तव्य :

किसी भी समाचार संस्थान में उप संपादक निम्नलिखित काम पूरे करता है:

- समाचार कॉपी में से अनावश्यक चीजें हटाकर उसे संवारने का काम उप संपादक के जिम्मे ही होता है।
- अखबार की शैली के अनुसार कॉपी में परिवर्तन करता है। पूरे अखबार में एकरूपता लाने के लिए शैली तैयार की जाती है।
- खबर की भाषा को इस अंदाज से सुधारता है कि वह आसानी से आम पाठक की समझ में आ जाए।
- उपलब्ध स्थान के आधार पर खबर को कम या ज्यादा करना।
- खबरों की तथ्यात्मक गलतियां निकालना भी उपसंपादक का ही काम है।
- कई बार होता है कि कोई व्यक्ति या संस्थान खबरों के माध्यम से अपने व्यक्तिगत हित साधने की चेष्टा करते हैं। ऐसी चेष्टाओं को पहचानना भी उप संपादक का ही काम होता है।

- खबरों में वस्तुनिष्ठता, संतुलन और निष्पक्षता सुनिश्चित करना भी उप संपादक की जिम्मेदारी होती है। किसी भी विवाद के मामले में दोनों पक्षों को बराबर कवरेज देकर संतुलन बनाया जा सकता है।
- प्रकाशित होने वाली खबर के कानूनी पहलुओं पर भी उप संपादक को ध्यान देना होता है। उसे देखना होता है कि खबर से किसी की मानहानि, कॉपीराइट का उल्लंघन या फिर अदालत की अवमानना तो नहीं हो रही। कॉपीराइट वाली सामग्री का प्रकाशन करने से पूर्व अनुमति अवश्य ले लें।
- बहुत जरूरी होने पर ही किसी खबर की संरचना में बदलाव करें या फिर उसे दोबारा लिखें। आमतौर पर उप संपादन में केवल व्याकरण, शैली और तथ्यों की गलतियां ही देखी जाती हैं।
- खबरों संपादित करते वक्त अखबार की संपादकीय नीति का पूरी तरह अनुसरण करने की कोशिश करें। संभव है कि अखबार किसी राजनीतिक दल का समर्थन करता हो। उस दल की आलोचना करने वाली खबरों को संभवतया अखबार में महत्वपूर्ण जगह न मिले।
- खबरों को सुरुचिपूर्ण बनाए रखें।
- सनसनी फैलाने की कोशिश कदापि न करें।
- किसी भी खबर में पब्लिसिटी के लिए छुपे हुए हथकंडों को पहचान कर सिर्फ सूचना देनी होती है।
- एक सुनहरे नियम का पालन करें कि कोई संदेह स्पष्ट नहीं हो तो उसे काट ही दें। कोई सूचना गलत छपे उससे बेहतर है कि वह प्रकाशित ही न हो।

4.2.5 एक उप संपादक की जिम्मेदारियां :

उप संपादक हीरे को तराशने वाले जौहरी जैसे होते हैं। वे खबर, लेख और फीचर इत्यादि में से गलतियां और विसंगतियां हटाकर उन्हें संवारते हैं और विशेष तौर पर पठनीय बना देते हैं। एक उप संपादक खबरों की कमियां, विसंगतियां और तथ्यात्मक गलतियों की तलाश में रहते हैं। साथ ही वह शब्दों का इस्तेमाल बड़ी किफायत के साथ करता है।

लिखित सामग्री के अंदर जान फूंकने के लिए जरूरी है कि उप संपादक का शब्द ज्ञान अत्यधिक समृद्ध और उसमें स्थिति के अनुसार शब्दों का चयन करने की योग्यता हो। वह जानता है कि खबर में से कौन से अनावश्यक शब्दों और सामग्री को कब और कैसे हटाना है। वह शब्दों के जादुई इस्तेमाल से किसी भी काँपी में जान फूंक देते हैं। साथ ही खबर को संक्षिप्त और भाषा को इतनी साधारण रखता है कि आम से आम पाठक भी उसे आसानी से समझ सके।

प्रभावशाली संचार के लिए वह उन सभी तरीकों को इस्तेमाल करता है, जो संभव हो सकते हैं। वह स्पष्टता, संक्षिप्तता, संपूर्णता, व्यापकता, निरंतरता इत्यादि को बरकरार रखने की कोशिश करता है।

अगर उपरोक्त विवरण से आपको लगता है कि उप संपादन एक ऊबाऊ और हमेशा एक जैसा रहने वाला काम है और कुछ-कुछ छात्रों की नोट्बुक से गलतियां ठीक करने जैसा है। अगर ऐसा है तो आपकी सोच बिल्कुल गलत है। उप संपादक का काम काफी उत्साहजनक होता है। दूसरे लोगों की तुलना में उसे हर प्रकार की खबरों की पहले जानकारी हो जाती है। एक खुशी यह भी होती है कि अगले दिन हजारों लोगों के हाथ में जाने वाला अखबार उसके हाथों से अंतिम रूप प्रदान करता है।

आमतौर पर उप संपादन को एक शिल्प माना जाता है, क्योंकि माना जाता

है कि उप संपादक को गलती ठीक करना और पुनर्लेखन जैसे कुछ मैकेनिकल काम

करने पड़ते हैं। लेकिन एक शिल्प होने के साथ-साथ उप संपादन एक कला भी है। इसमें उप संपादक की मानसिक और बौद्धिक क्षमताओं का इस्तेमाल दोनों ही शामिल हैं। और यह तो एकदम सही कहा गया है कि:

‘चूंकि उप संपादन एक कला है’ प्रशिक्षण और प्रतिभा के बाद जो चीज सबसे जरूरी है, वह है मजबूत प्रेरणा की भावना। कॉपी संपादक के लिए अपने काम को जानना ही काफी नहीं है, उसे अपने काम से प्रेम करना होगा। उन्हें हर रोज हर खबर और हर संस्करण से प्यार करना होता है। अधिकतम प्रयास किए बिना कोई भी कला लाभ नहीं देती। उच्च गुणवत्ता के संपादन में के साथ कॉपी संपादक को भीषण पेशेवर संतुष्टि होना आवश्यक है।’

जैसा कि इस उद्धरण से ही स्पष्ट है कि एक अच्छा उप संपादक बनने के लिए अच्छा प्रशिक्षण बहुत जरूरी है। प्रतिभा दूसरी आवश्यकता है और प्रेरणा तीसरी।

न्यूजरूम में कॉपी डेस्क पर ही कोई व्यक्ति उप संपादक के गुणों को व्यवहारिक तरीके से ग्रहण कर सकता है। कॉपी डेस्क या न्यूज डेस्क वह जगह है, जहां सभी समाचार एकत्रित करके प्रकाशन से पहले की प्रक्रियाएं पूरी की जाती हैं। न्यूज डेस्क किसी भी अखबार की रीढ़ कही जा सकती है। और उत्सुकता, दोषदर्शक और विवेकपूर्ण तरीके से काम करने वाले लोग ही यहां ठिक पाते हैं। अखबार की दुनिया में अधिकतर लोग कॉपी डेस्क से ही अपना करियर शुरू करते हैं। नियंत्रित तरीके से पत्रकारिता सीखने के लिए यह सर्वोत्तम जगह है। यह आपको ऊंची जिम्मेदारियों के साथ सम्माननीय पदों पर पहुंचने के मौके भी मुहैया करवाती है। हजारों खबरों को पढ़ने और संपादित करने के साथ किसी भी व्यक्ति को डेस्क पर अथाह सूचनाएं जानने और समझाने का मौका मिलता है। उनके पास किसी भी खबर की पड़ताल करने, उस पर सवाल खड़े करने का मौका होता है। काम करने

के साथ-साथ उनमें इतनी योग्यताएं बढ़ जाती हैं कि वे तुरंत ही वर्तनी या तथ्यों की गलती को पकड़ जाते हैं।

खबरों में तथ्यों की सटीकता निर्धारित करना किसी भी उपसंपादक की सबसे बड़ी जिम्मेदारी होती है। क्योंकि गलत जानकारियां मुहैया करवाने वाले अखबार की विश्वसनीयता तो खत्म होती ही है, उसकी पाठक संख्या भी एकदम से गिर जाती है। माना कि तथ्यों की सटीकता की सबसे बड़ी जिम्मेदारी संवाददाताओं की होती है, लेकिन उप संपादक भी इस जिम्मेदारी के भागीदार होते हैं। तथ्यों की पड़ताल के लिए कई बार उप संपादक संवाददाताओं से सवाल-जवाब भी करते हैं। उप संपादकों को व्यक्तियों के नाम और स्थानों के साथ-साथ बहुत से तथ्यों की जांच-पड़ताल करनी पड़ती है। इसके अलावा भी उपसंपादकों की बहुत सी जिम्मेदारियां होती हैं। इनमें से कुछ हैं, सटीकता सुनिश्चित करना, अनावश्यक शब्दों को काटना, भाषा को सुधारना, विसंगतियों को ठीक करना, खबर को अखबार की संपादकीय नीतियों के अनुरूप तैयार करना, किसी की मानहानि करने वाले वाक्यों को हटाना और यह सुनिश्चित करना कि खबर संपूर्ण और पठनीय है।

कई बार खबरों में बहुत ही तगड़े विशेषणों और क्रिया विशेषणों का प्रयोग किया गया होता है। उदाहरण के तौर पर ‘बहुत ही रुचिकर’ की जगह आप सिर्फ़ ‘रुचिकर’ लिखकर भी काम चला सकते हैं। वहीं ‘तहस-नहस’ हो गया कहना ही पर्याप्त है। ‘पूरी तरह तहस-नहस’ हो गया कहने का भी यही मतलब होता है। साथ ही कई बार अर्थहीन और अप्रासंगिक वाक्य भी आपको खबर में जुड़े मिल जाएंगे, जिन्हें हटाना एक उप संपादक का दायित्व है।

भाषा को सुधारना भी उप संपादक की जिम्मेदारी होती है। आमतौर पर पत्रकार जल्दबाजी में होते हैं, उन्हें थोड़े से समय में कई खबरें फाइल करनी होती हैं, तो वे भाषा पर उतना ध्यान नहीं दे पाते, जितना कि किसी भी खबर के लिए

वांछित होता है। इस हडबडी में खबर में कुछ विसंगतियां भी छूट सकती हैं। इसलिए खबर की भाषा पर ध्यान देना किसी भी उप संपादक के लिए सबसे महत्वपूर्ण होता है।

उप संपादकों को खबर के साथ जुड़े हुए षड्यंत्र और उसमें मानहानि इत्यादि के तत्वों का भी ध्यान रखना होता है। इन्हें ढूँढकर तत्काल हठाना अनिवार्य होता है। अन्यथा ऐसी चीजें अदालती पचड़ों जैसी अन्य दिक्कतें पैदा कर सकती हैं।

अंततः उप संपादक को सुनिश्चित करना होता है कि खबर पठनीय हो। एक अच्छी और पठनीय खबर में निम्नलिखित गुणधर्म होते हैं:

- खबर संक्षिप्त होती है।
- यह स्पष्ट होती है।
- खबर में पाठ्यगमन का इस कुशलता के साथ प्रयोग हो कि निरंतरता के साथ पाठ्क एक सूचना से दूसरी सूचना की तरफ आसानी से चल सके।
- यह पाठ्क को छू जाती है।

सही और उपयुक्त शब्दों के प्रयोग से ही संक्षिप्तता का गुण हासिल किया जा सकता है। साधारण वाक्य और सही व्याकरण के साथ खबरों में स्पष्टता आती है। वाक्यों की लम्बाई में परिवर्तन करते हुए खबर का ‘पेस’ बनाए रखा जा सकता है। छोटे और ऊचिकर वाक्यों को पढ़ना और समझना आसान होता है। वहीं लम्बे वाक्य पढ़ने की गति को कम कर देते हैं।

इन सिद्धांतों को अपनाकर खबर को पठनीय बनाया जा सकता है, साथ ही पाठ्क भी उसे शीघ्रता से स्वीकार करते हैं। अच्छे संपादन के बाद एक अच्छी कॉपी और सुधर जाती है। वहीं दूसरी तरफ अगर संपादन में कमी रहती है तो कोई भी अच्छी खबर एक तरह से बर्बाद हो जाती है।

एक उप संपादक को अखबार की लेखन शैली और खबरों के सभी प्रारूपों की पूरी जानकारी होना आवश्यक है। आमतौर पर इस्तेमाल किए जाने वाले खबरों के प्रारूपों में इनवर्टिड पिरामिड, लेखकीय शैली, कालक्रमिक लेखन और व्यक्तिगत लेखन शैली प्रमुख हैं।

इनवर्टिड पिरामिड शैली में किसी भी खबर को तीन प्रमुख भागों में बांटा जाता है:

- 1 इंट्रो
- 2 बॉडी
- 3 टेल

सामान्य तौर पर इंट्रो में कौन, कब, कहां, कैसे, क्यों और क्या जैसे सवालों को जवाब दिया जाता है।

लेखकीय शैली ज्यादातर पत्रिकाओं में इस्तेमाल की जाती है। इसमें खबर किसी कहानी की तरह पाठक के सामने बयां की जाती है। पाठक की रुचि बनाए रखने के लिए यह शैली इस्तेमाल की जाती है। शब्द जाल इस तरह बुना जाता है कि इसे पढ़ते हुए पाठक खबर को महसूस करने लगता है।

व्यक्तिगत शैली या फिर प्रथम पुरुष में बात कहने की शैली का अखबारों में बहुत कम प्रयोग किया जाता है। कोई घटना होने के वक्त संवाददाता मौके पर मौजूद होता है और वह अपनी जुबानी ही पूरी खबर बयां करता है।

कालक्रमिक लेखन को इनवर्टिड पिरामिड के बाद सबसे ज्यादा प्रयोग किया जाता है। सूचनाओं को महत्व के अनुसार बताने की बजाय इस शैली में घटनाएं उसी क्रम में बताई जाती हैं, जिसमें वे घटती हैं। इसकी शुरुआत में एक बार बताया जाता है कि क्या हुआ और बाद में घटनाएं अपने क्रम के अनुसार जगह पाती हैं।

इन प्रारूपों की सही जानकारी होने से उप संपादक को खबरें सुधारने में काफी मदद मिलती है। अन्ततः उप संपादक की जिम्मेदारियों के सही निर्वहन के लिए पांच मूल नियम इस प्रकार हैं:

- किसी भी खबर पर काम करते हुए उप संपादक को ध्यान रखना होता है कि खबर की शैली और लम्बाई अखबार की नीति के अनुसार ही है।
- किसी भी कॉपी पर गलतियां ठीक करने के लिए लगाए गए निशान पूरी तरह स्पष्ट हों, ताकि कम्प्यूटर पर काम करने वाले व्यक्ति के पास किसी प्रकार की गलती की कोई संभावना न बचे।
- यह सुनिश्चित करना कि हर उस चीज की जांच की जा चुकी है, जिसकी जांच अनिवार्य थी। इनमें मुख्य रूप से किसी व्यक्ति का नाम और पद, जगह का नाम, उपनाम, तारीख इत्यादि सूचनाएं शामिल हैं।
- ऐसे शीर्षक लिखना, जो कि उपलब्ध स्थान और खबर दोनों पर ही सही जंचते हों।
- यह सुनिश्चित करना कि संपादित कॉपी पठनीय और रचिकर है।

4.3 सारांश :

- उप संपादक किसी भी खबर की सटीकता, शैली, संतुलन, निष्पक्षता और अच्छी अभिरुचि के साथ बेहतर प्रस्तुतिकरण के लिए जिम्मेदार होता है। किसी भी खबर को पठनीय बनाते हुए उप संपादक किसी अखबार या पत्रिका के लिए अमूल्य योगदान देता है। पत्रकारिता की किताबों में उप संपादक को खबरों का गेटकीपर, अखबार की प्रतिष्ठा और छवि का निर्माण

करने वाला, और खबरों को सुधारने वाला डॉक्टर कहकर परिभाषित किया गया है।

- डेस्क पर काम करने वाले सभी व्यक्तियों भले ही वह समाचार संपादक हो या उप संपादक, सभी के लिए शांत चित्त, तुरंत निर्णय लेने की क्षमता, निष्पक्षता और चीजों को जल्दी समझने की क्षमता होना अति आवश्यक है।

4.4 सूचक शब्द :

उप संपादक: उप संपादक किसी भी खबर की सटीकता, शैली, संतुलन, निष्पक्षता और अच्छी अभिरुचि के साथ बेहतर प्रस्तुतिकरण के लिए जिम्मेदार होता है। किसी भी खबर को पठनीय बनाते हुए उप संपादक किसी अखबार या पत्रिका के लिए अमूल्य योगदान देता है। पत्रकारिता की किताबों में उप संपादक को खबरों का गेटकीपर, अखबार की प्रतिष्ठा और छवि का निर्माण करने वाला, और खबरों को सुधारने वाला डॉक्टर कहकर परिभाषित किया गया है।

उप संपादक की योग्यताएँ: डेस्क पर काम करने वाले सभी व्यक्तियों भले ही वह समाचार संपादक हो या उप संपादक, सभी के लिए शांत चित्त, तुरंत निर्णय लेने की क्षमता, निष्पक्षता और चीजों को जल्दी समझने की क्षमता होना अति आवश्यक है।

4.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्नावली

1. एक संपादक की जिम्मेदारियों के बारे में विस्तार से लिखें।
2. एक अच्छे उप संपादक की योग्यताओं पर विस्तार से प्रकाश डालिए।
3. सम्पादन कार्य करते समय उप सम्पादक को किन-किन बातों का ध्यान रखना चाहिए।

4.6 संदर्भ ग्रन्थ सूची :

एडिटिंग; टीजेएस जॉर्ज

प्रोफेशनल जर्नलिस्ट; जॉन होहेनबर्ग

हैंडबुक ऑफ एडिटिंग; एसके अग्रवाल

प्रोफेशनल जर्नलिज्म; एमवी कामथ

एडिटिंग टेक्निक्स; एस कुन्डा

बी.ए. मास कम्युनिकेशन

तृतीय वर्ष

एडिटिंग

पेपर 2

खण्ड : 3

चूनिट : 1

अध्याय : 5

न्यूज रूम और न्यूज डेस्क

लेखक: श्री राजेश नैन

सहायक वार्ता सम्पादक, दैनिक हिन्दुस्तान, मेरठ।

पुनरीक्षक:

श्री मिहिर रंजन पात्र

वरिष्ठ व्याख्याता, संचार प्रबन्धन एवं तकनीकी विभाग, गुजरिप्रौदि, हिसार।

अध्याय संरचना

इस अध्याय में हम लोग किसी भी अखबार के कार्यालय में संगठनात्मक तरीके से खबरों पर काम करने की विधि के बारे में जानेंगे। हम न्यूज रूम पर विशेष ध्यान देंगे। साथ-साथ हम लोग न्यूज डेस्क के बारे में भी चर्चा करेंगे। अध्याय की संरचना इस प्रकार रहेगी:

- 5.0 उद्देश्य
- 5.1 परिचय
- 5.2 विषयवस्तु का प्रस्तुतिकरण
 - 5.2.1 समाचार पत्रों का संगठनात्मक ढांचा
 - 5.2.2 न्यूज रूम
 - 5.2.3 न्यूज डेस्क
- 5.3 सारांश
- 5.4 सूचक शब्द
- 5.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्नावली

5.6 संदर्भ ग्रंथ सूची

5.0 उद्देश्य :

इस अध्याय के उद्देश्य इस प्रकार हैं:

- समाचार पत्रों के संगठनात्मक ढांचे के बारे में जानना
- व्यूज रूम के बारे में जानना
- व्यूज डेर्क के बारे में जानना

5.1 परिचय

अखबारों को चौथा स्तम्भ कहा जाता है। एक तरह से यह समाज के दर्पण होते हैं। यह लोगों को घटनाओं के बारे में सूचित करते हैं, कुछ खास मुद्दों पर समाज में जागरूकता लाते हैं और लोगों को शिक्षित भी करते हैं। किसी भी अखबार के दफ्तर में तथ्यों की सटीकता और खबरों की निष्पक्षता पर बहुत ज्यादा ध्यान केन्द्रित किया जाता है। अगर टेबलॉयड अखबारों को छोड़ दें तो अधिकतर में संवाद संकलन की शैली बहुत ही नियंत्रित होती है, जिसमें तथ्यों की पड़ताल और सटीकता पर बहुत ज्यादा ध्यान दिया जाता है।

पाठक संख्या बढ़ाने के लिए लगभग सभी समाचार-पत्र अपनी विश्वसनीयता बढ़ाने का प्रयास करते हैं। लेकिन कई बार गुप्त सूत्रों, तथ्यों की गलतियां, वर्तनी या व्याकरण की त्रुटियां, किसी तरह का पक्षपात, तथ्यों के साथ छेड़छाड़ या फिर किसी की रचना चुराने इत्यादि के कृत्य अखबार की विश्वसनीयता को दाव पर लगा देते हैं। संपादन की प्रक्रिया प्रकाशित होने वाली सामग्री को गलती मुक्त करके इस प्रकार के खतरों की संभावना को खत्म करती है।

हर समाचार-पत्र की अपनी एक अलग किन्तु विशिष्ट शैली होती है। इस शैली में एकरूपता रखने में भी संपादन मदद करता है। इस प्रक्रिया के दौरान यह भी निर्धारित किया जाता है कि कोई भी लेख अपने सही प्रारूप में है या नहीं।

संपादन से जुड़ा हुआ काम अखबार के संपादकीय विभाग में होता है। खासतौर पर समाचारों का संपादन न्यूज रूम में न्यूज डेक पर होता है।

इस अध्याय में हम लोग संपादकीय विभाग के विशेष उल्लेख के साथ अखबार के संगठनात्मक ढांचे के बारे में चर्चा करेंगे।

5.2 विषय वस्तु का प्रस्तुतिकरण :

इस अध्याय की विषयवस्तु का प्रस्तुतिकरण कुछ इस प्रकार रहेगा :

- अखबार का संगठनात्मक ढांचा
- न्यूज रूम
- न्यूज डेक

5.2.1 अखबार का संगठनात्मक ढांचा :

किसी भी संस्था का संगठनात्मक ढांचा उसमें कार्य विभाजन और विभिन्न गतिविधियों को दर्शाता है। यह दिखाता है कि अलग-अलग काम किस प्रकार एक-दूसरे के साथ जुड़े हुए हैं। यह ढांचा इंगित करता है कि विशेषज्ञता के अनुसार काम से जुड़ी विभिन्न गतिविधियां किस प्रकार बांटी गई हैं। यह संरथान का पदानुक्रम, अधिकार क्षेत्र और कर्मचारियों के दायित्वों की जानकारी भी देता है। अखबारों में चार विभाग मुख्य तौर पर काम करते हैं। संपादकीय विभाग, विज्ञापन विभाग, प्रसार विभाग और मुद्रण विभाग। इसके अलावा कुछ अन्य विभाग भी हो

सकते हैं, जैसे कि प्रशासकीय विभाग, लेखा विभाग, कार्मिक विभाग, कानूनी मशविरा विभाग और जनसंपर्क विभाग इत्यादि।

किसी अखबार के संपादकीय ढांचे के बारे में बात करने से पहले एक बात स्पष्ट कर लेनी आवश्यक है। अखबार विभिन्न प्रकार की श्रेणियों में उपलब्ध हैं। इनमें प्रकाशित होने वाली सामग्री, पृष्ठ का आकार, प्रकाशन की अवधि, प्रकाशन का समय से लेकर प्रसार तक कई प्रकार के अन्तर हो सकते हैं। इसलिए किसी एक संगठनात्मक ढांचे को समाचार-पत्रों के दफ्तरों के लिए कोई मानक नहीं कहा जा सकता। स्थान-स्थान पर कर्मियों की संख्या और पदानुक्रम में अन्तर मिल सकता है। तकनीकी विकास को अखबारों के क्षेत्र में स्वीकार करने के बाद से तो संगठनात्मक ढांचे में आमूल-चूल परिवर्तन हो चुका है। उदाहरण के लिए अखबारों में प्रूफरीडरों के पद बिल्कुल ही खत्म हो चुके हैं। वर्तमान दौर में पेज मेकअप करने वाले डिजाइनरों की मांग भी धीरे-धीरे कम होती जा रही है।

संपादकीय विभाग

विज्ञापनों के अलावा अखबार में प्रकाशित होने वाली हर सामग्री संपादकीय विभाग के नियंत्रण में ही होती है। खबरें, लेख, फीचर और संपादकीय इत्यादि का निर्धारण और संपादन इसी विभाग में होता है। संपादक इस विभाग का मुखिया होता है। अलग-अलग अखबारों में सर्वोच्च पद को अलग-अलग नाम दिए गए हैं। कोई इसे मुख्य संपादक कहता है तो कोई प्रधान संपादक तो कहीं सिर्फ संपादक कहकर ही काम चलाया जाता है। अंग्रेजी अखबारों में चीफ एडिटर या एडिटर इन चीफ का पदनाम देने की परम्परा है।

संपादकीय विभाग को आगे बहुत से वर्गों में बांट दिया जाता है। जैसे कि

समाचार खंड, विचार खंड, फोटो खंड, कम्प्यूटर खंड इत्यादि। समाचार खंड फिर दो

भागों में बंधा होता है। पहला न्यूज रूम और दूसरा रिपोर्टर रूम। समाचार संपादक न्यूज रूम का मुखिया होता है और उसके साथ उप समाचार संपादक, मुख्य उप संपादक, वरिष्ठ उप संपादक और काफी संख्या में उप संपादक काम करते हैं। यह सभी लोग समाचार संपादक के नेतृत्व में खबरें संपादित करने का दायित्व निभाते हैं। न्यूज रूम के सभी कर्मचारी न्यूज डेस्क पर काम करते हैं।

रिपोर्टर रूम या रिपोर्टर विंग का मुखिया मुख्य संवाददाता होता है। इसमें वरिष्ठ संवाददाता, खेल संवाददाता, नगर संवाददाता, प्रधान संवाददाता, वरिष्ठ रिपोर्टर और अन्य रिपोर्टर शामिल होते हैं। वहीं दूसरी तरफ ब्यूरो चीफ एक ब्यूरो का मुखिया होता है। ब्यूरों में विशेष संवाददाता भी होते हैं। इन सबका काम समाचार एकत्रित करना होता है।

फिर बारी आती है विचार खंड की। यह भी संपादकीय खंड, लेख खंड, फीचर खंड और समीक्षा खंड में विभाजित होता है। इस खंड में संपादक, स्थानीय संपादक, कार्यकारी संपादक, सहयोगी संपादक या डिप्टी एडिटर और सह संपादक काम करते हैं।

फोटो संपादक या चीफ फोटोग्राफर फोटो खंड के प्रमुख के तौर पर काम करता है। कम्प्यूटर इंचार्ज कम्प्यूटर खंड का मुखिया होता है। सभी कम्प्यूटर ऑपरेटर उसके मातहत काम करते हैं।

समाचार-पत्र के अन्य विभाग इस प्रकार हैं :

- विज्ञापन विभाग
- प्रसार विभाग
- मुद्रण विभाग
- प्रशासकीय विभाग

- लेखा विभाग
- कार्मिक विभाग
- कानूनी विभाग
- जन संपर्क विभाग

इनमें से विज्ञापन विभाग अखबार के लिए राजस्व जमा करने के लिए विज्ञापनों का प्रबंध करता है। वहीं प्रसार विभाग अखबार की प्रतियों के प्रसार अथवा बिक्री के मामलों को संभालता है। मुद्रण विभाग अखबार के प्रकाशन से जुड़े सभी तकनीकी पहलुओं को संभालता है। इसमें प्रिंटिंग प्लेट निर्माण, मशीन आँपरेशन इत्यादि कार्य शामिल हैं।

प्रशासकीय विभाग के तो नाम से ही स्पष्ट है कि इसकी जिम्मेदारी दफ्तर का सामान्य प्रशासनिक कार्य संभालना है। बिलिंग, कलेकशन और अन्य खर्चों का लेखा-जोखा लेखा विभाग को रखना पड़ता है। जबकि भर्ती, प्रशिक्षण, पदोन्नति, तबादले, सेवानिवृत्ति इत्यादि से जुड़े काम कार्मिक विभाग देखता है। वहीं कानूनी मशविरा विभाग हर प्रकार की कानूनी दिक्कतों का ख्याल रखता है। अन्ततः जनसंपर्क विभाग अखबार की एक सकारात्मक छवि बनाने और फिर इस छवि को बनाए रखने का काम करता है।

5.2.2 न्यूज रूम :

बिना किसी अतिश्योक्ति के कहा जा सकता है कि अखबार की सभी गतिविधियों का रनायु-तंत्र न्यूज रूम में होता है। हालांकि एक न्यूज एजेंसी में न्यूज डेस्क अन्य अखबारों के लिए खबरें कंपोज और संपादित करती है। किसी भी अखबार के पदानुक्रम में सबसे ऊपर संपादक होता है, जो कि रोजमर्रा के क्रियाकलापों की

योजना तैयार कर निर्देश देता है। इस काम में समाचार संपादक, मुख्य उप संपादक, वरिष्ठ उप संपादक और उप संपादक उसकी मदद करते हैं।

हम पहले ही बात कर चुके हैं कि समाचार खंड दो हिस्सों में बंटा होता है, जिसमें एक न्यूज रूम होता है और एक हिस्से को रिपोर्टर रूम कहा जाता है। लेकिन हमेशा ऐसा नहीं होता कि बार सिर्फ एक ही कमरा होता है और उसी में संवाददाता और संपादकीय कर्मी बैठते हैं।

दरअसल संवाददाताओं के खंड को ब्यूरो कहा जाता है। ब्यूरो प्रमुख या मुख्य संवाददाता इसका प्रधान होता है। संवाददाताओं का मुख्य काम खबरों एकत्रित कर उन्हें लिखना होता है। वे अपनी-अपनी बीट (हर रिपोर्टर को कुछ विशेष क्षेत्रों के ही समाचार जुटाने होते हैं, जो उसकी बीट कहे जाते हैं) पर निगाह बनाए रखते हैं और कुछ भी नया होते ही खबर बना देते हैं। दिनभर फ़ील्ड में रहने के बाद शाम को वे ऑफिस में आकर खबरों लिखते हैं। बाद में यह खबरों न्यूज रूम के हवाले कर दी जाती हैं।

समाचार संपादक न्यूज रूम का मुखिया होता है। उसके नेतृत्व में उप समाचार संपादक, मुख्य उप संपादक, वरिष्ठ उप संपादकों की टीम इन खबरों पर काम करती है। यह लोग तथ्यों की जांच पड़ताल करते हैं, खबरों की भाषा सुधारते हैं और देखते हैं कि सभी संबंधित पक्षों को खबर में पर्याप्त जगह मिली है या नहीं।

5.2.3 न्यूज डेस्क :

सामान्यतः न्यूज डेस्क पर शिफ्टों में काम होता है। एक मुख्य उप संपादक किसी भी शिफ्ट का प्रभारी रहता है। आदर्श स्वरूप में देखें तो एक समाचार संपादक की संपादन और पेज मेकिंग की कार्य योजना तैयार करता है। और मुख्य उप संपादक उसके निर्णयों को लागू करवाता है। तो अगर समाचार संपादक न्यूज रूम का प्रधान

होता है तो मुख्य उप संपादक न्यूज डेस्क का प्रभारी होता है। वर्ही दूसरी तरफ न्यूज एजेंसी में समाचार संपादक और मुख्य उप संपादक न्यूज डेस्क के कार्य को सुचालू तरीके से चलाए रखते हैं। वे खबरों में लगातार होने वाले अपडेट को लिखते रहते हैं।

न्यूज डेस्क पर होने वाला काम

समाचार संपादक या असाइनमेंट एडिटर द्वारा चुनी गई खबरें न्यूज डेस्क पर आती हैं। न्यूज डेस्क पर आने वाली कॉपी (खबर) पर काम करने के लिए तीन आधारभूत तरीके होते हैं। पारम्परिक तरीके में तो मुख्य उप संपादक अपने नीचे काम करने वाले लोगों की विशेषज्ञता के आधार पर उन्हें खबरें संपादित करने के लिए सौंपता है। यह तरीका एक तरह से स्वः नियामक प्रणाली की तरह काम करता है। उप संपादक तेज गति से खबरें संपादित कर अपने फोल्डर को खाली करने की ओष्ठा में जुटा रहता है। इसमें कार्यदक्षता के साथ काम का प्रवाह बना रहता है। लेकिन इस प्रणाली का एक दोष है कि तेज और कम गति से काम करने वाले लोगों के बीच कार्य विभाजन असमान रहता है।

कुछ अखबारों में उप संपादकों के एक समूह को कुछ पेज ही सौंप दिए जाते हैं। यहां उप संपादकों को बेतरतीबी से अलग-अलग पेजों पर जाने वाली खबरें नहीं मिलती। बल्कि इस व्यवस्था में दो या तीन उप संपादकों को एक ही पेज पर प्रकाशित होने वाली खबरें संपादित करनी होती हैं।

न्यूज डेस्क पर उप संपादक को यह सीखना जरूरी होता है कि खबर के लिए कितने आकार का शीर्षक चाहिए; क्या खबर में कांट-छांट की आवश्यकता है; या उसमें कुछ जोड़ा जाना है। अगर खबर के साथ फोटो हैं तो उनके लिए कैप्शन भी लिखने होंगे। अगर खबर रुचिकर है तो उसके बेहतर प्रस्तुतिकरण के लिए ग्राफिक्स इत्यादि भी बनवाए जा सकते हैं। और सभी काम खत्म होने के बाद अंत BMC-112

में पेज की प्रूफ रीडिंग करवाना, ताकि वर्तनी और व्याकरण से जुड़ी कोई गलती न जाने पाए। खबर में अगर कोई उद्धरण या कोई तथ्य रुचिकर अथवा महत्वपूर्ण है तो उसे अलग से बॉक्स बनाकर मोटे फॉन्ट में भी प्रकाशित किया जा सकता है।

सबसे पहले खबर को संपादित करके उसकी गलतियां ठीक की जाती हैं। फिर उसके लिए एक अच्छा सा शीर्षक और उप शीर्षक निकाला जाता है। पेज डिजाइन करने का काम पेजमेकर करते हैं। हालांकि कई अखबारों में अब यह काम भी उप संपादक ही करने लगे हैं।

ले आउट अर्थात् मुद्रित शब्द और चित्रों इत्यादि को सुधड तरीके से पेज पर जचाना आमतौर पर न्यूज डेस्क का ही काम होता है। समाचार संपादक, डिप्टी एडिटर या सह संपादक पेज बनाने की प्रक्रिया पर नजर बनाए रखते हैं। ले आउट में खबरों को महत्व के अनुसार जचवाने के लिए भी संपादकीय विभाग ही जिम्मेदार होता है। कुछेक अखबार जो कि डिजाइनिंग के लिए नवीनतम सॉफ्टवेयरों का इस्तेमाल करते हैं, वहां विशेष तौर पर डिजाइन डेस्क भी मिलती है। आमतौर पर उप संपादक भीतर के कम महत्व वाले पेजों का ही ले आउट तैयार करते हैं।

जैसा कि हम पहले ही बात कर चुके हैं कि न्यूज डेस्क न्यूज रूम का ही एक हिस्सा होता है। ऐसे में समाचार संपादक भी न्यूज डेस्क का बॉस हुआ। कई अखबारों में मुख्य उप संपादक नहीं होते। ऐसी जगहों पर समाचार संपादक ही न्यूज डेस्क के काम को संभालते हैं।

5.3 सारांश :

- अखबारों में संपादकीय, विज्ञापन, प्रसार और मुद्रण यह चार विभाग मुख्य तौर पर काम करते हैं। इनके अलावा प्रशासकीय, लेखा, कार्मिक, कानूनी मशवरा और जनसंपर्क विभाग इत्यादि भी मिलते हैं।
- प्रकाशित सामग्री, पेजों का आकार, प्रकाशन अवधि, प्रकाशन का समय से लेकर प्रसार तक अखबारों के बीच कई प्रकार के अन्तर होते हैं। अखबारी उद्योग के लिए हम किसी एक संगठनात्मक ढांचे को मानक नहीं मान सकते। तकनीकी विकास के बाद तो संगठनात्मक ढांचे में आमूल-चूल परिवर्तन हुआ है।
- संपादकीय विभाग खबर, लेख, फीचर और संपादकीय इत्यादि का निर्धारण और संपादन करता है। मुख्य संपादक या प्रधान संपादक इसका मुखिया होता है। संपादकीय विभाग समाचार, विचार, फोटो, कम्प्यूटर इत्यादि कई हिस्सों में बंटा होता है। समाचार खंड भी व्यूज रूम और रिपोर्टर रूम में बंटा होता है।
- विज्ञापन विभाग अखबार के लिए राजस्व जमा करने के लिए विज्ञापनों का प्रबंध करता है। वहीं प्रसार विभाग अखबार की प्रतियों के प्रसार अथवा बिक्री के मामलों को संभालता है। मुद्रण विभाग अखबार के प्रकाशन से जुड़े सभी तकनीकी पहलुओं को संभालता है। इसमें प्रिंटिंग प्लेट निर्माण, मशीन आपरेशन इत्यादि कार्य शामिल हैं। अखबार के पदानुक्रम में सबसे ऊपर संपादक होता है, जो रोजमर्रा के क्रियाकलापों की योजना तैयार कर निर्देश देता है। इस काम में समाचार संपादक, मुख्य उप संपादक, वरिष्ठ उप संपादक और उप संपादक उसकी मदद करते हैं।

- समाचार संपादक व्यूज रुम का मुखिया होता है। उसके नेतृत्व में उप समाचार संपादक, मुख्य उप संपादक, वरिष्ठ उप संपादकों की टीम इन खबरों पर काम करती है। यह लोग तथ्यों की जांच पड़ताल करते हैं, खबरों की भाषा सुधारते हैं और देखते हैं कि सभी संबंधित पक्षों को खबर में पर्याप्त जगह मिली है या नहीं। छोटे समाचार-पत्रों में ऊपर बताए गए पद कम ही मिलते हैं। आमतौर पर मुख्य उपसंपादक समाचार संपादक के सहायक के तौर पर काम करते हैं।

5.4 सूचक शब्द :

समाचार-पत्र: एक नियतकालिक प्रकाशन जिसमें खबरें, सूचनाएं व विज्ञापन होते हैं। यह आमतौर पर कम कीमत वाले कागज व्यूज प्रिंट पर ही प्रकाशित होता है। यह सभी क्षेत्रों को समाहित करने वाला आम अखबार भी हो सकता है तो कुछ विशेष मुद्रों को ही उठाने वाला भी हो सकता है। इसकी प्रकाशन अवधि, दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक, तिमाही, छमाही या वार्षिक हो सकती है।

संपादकीय विभाग: खबर, लेख, फीचर और संपादकीय इत्यादि का निर्धारण और संपादन का काम संपादकीय विभाग करता है। मुख्य संपादक या प्रधान संपादक इसका मुखिया होता है। संपादकीय विभाग समाचार, विचार, फोटो, कम्प्यूटर इत्यादि कई हिस्सों में बंटा हुआ होता है। समाचार खंड भी व्यूज रुम और रिपोर्टर रुम में बंटा होता है। समाचार संपादक व्यूज रुम का मुखिया होता है। उसके नेतृत्व में उप समाचार संपादक, मुख्य उप संपादक, वरिष्ठ उप संपादकों की टीम इन खबरों पर काम करती है।

अन्य विभागों के काम: विज्ञापन विभाग अखबार के लिए राजस्व जमा करने के लिए विज्ञापनों का प्रबंध करता है। वहीं प्रसार विभाग अखबार की प्रतियों के प्रसार

अथवा बिक्री के मामलों को संभालता है। मुद्रण विभाग अखबार के प्रकाशन से जुड़े सभी तकनीकी पहलुओं को संभालता है। इसमें प्रिंटिंग प्लेट निर्माण, मशीन औपरेशन इत्यादि कार्य शामिल हैं।

अखबार का पदानुक्रम: अखबार के पदानुक्रम में सबसे ऊपर संपादक होता है, जो रोजमर्च के क्रियाकलापों की योजना तैयार कर निर्देश देता है। इस काम में समाचार संपादक, मुख्य उप संपादक, वरिष्ठ उप संपादक और उप संपादक उसकी मदद करते हैं।

न्यूज रूम: समाचार संपादक न्यूज रूम का मुखिया होता है। उसके नेतृत्व में उप समाचार संपादक, मुख्य उप संपादक, वरिष्ठ उप संपादकों की टीम इन खबरों पर काम करती है। यह लोग तथ्यों की जांच पड़ताल करते हैं, खबरों की भाषा सुधारते हैं और देखते हैं कि सभी संबंधित पक्षों को खबर में पर्याप्त जगह मिली है या नहीं। छोटे समाचार-पत्रों में ऊपर बताए गए पद कम ही मिलते हैं। आमतौर पर मुख्य उप संपादक समाचार संपादक के सहायक के तौर पर काम करते हैं।

न्यूज डेस्क: समाचार संपादक या असाइनमेंट एडिटर द्वारा चुनी गई खबरों न्यूज डेस्क पर आती हैं। यहां आने वाली कॉपी (खबर) पर काम करने के लिए पारम्परिक तौर पर मुख्य उप संपादक अन्य उप संपादकों को विशेषज्ञता के आधार पर खबरों संपादित करने के लिए सौंपता है। कुछ अखबारों में उप संपादकों के एक समूह को कुछ विशेष पेज ही सौंप दिए जाते हैं। वे मिलकर उनकी खबरों संपादित करते हैं और पेज का ले आउट तैयार करते हैं।

5.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्नावली :

- 1 एक अखबार के संगठनात्मक ढांचे पर संक्षिप्त नोट लिखें।
- 2 हाल के दिनों में अखबारों के दफ्तरों में संगठनात्मक ढांचे में परिवर्तन महसूस किए गए। इन परिवर्तनों के बारे में विस्तार से चर्चा कीजिए।
- 3 एक अखबार की न्यूज डेस्क कैसे काम करती है, विस्तार से लिखें।

5.6 संदर्भ ग्रन्थ सूची :

एडिटिंग; टीजेएस जॉर्ज
प्रोफेशनल जर्नलिस्ट; जॉन होहेनबर्ग
हैंडबुक ऑफ एडिटिंग; एसके अग्रवाल
प्रोफेशनल जर्नलिज्म; एमवी कामथ
एडिटिंग टेक्निक्स; एस कुन्ड्रा

सम्पादन प्रक्रिया

लेखक: श्री महेश कुमार

सहायक सम्पादक, दैनिक भास्कर, चण्डीगढ़।

वैटर: श्री मिहिर रंजन पात्र

वरिष्ठ व्याख्याता, संचार प्रबन्धन व तकनीकी विभाग, गुरु जम्भेश्वर विज्ञान प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिसार।

अध्याय संरचना:

इस अध्याय की संरचना इस प्रकार रहेगी :

- 6.0 उद्देश्य
- 6.1 परिचय
- 6.2 विषय वस्तु की प्रस्तुति
 - 6.2.1 संपादन किया - एक परिचय
 - 6.2.2 संपादन के चरण
 - 6.2.3 लीड लेखन
 - 6.2.4 भाषा का शुद्धिकरण
 - 6.2.5 समाचार एजेंसी की प्रति का संपादन
- 6.3 सारांश
- 6.4 सूचक शब्द
- 6.5 रव मूल्यांकन हेतु प्रश्न
- 6.6 संदर्भित पुस्तकें

6.0 उद्देश्य :

इस अध्याय के उद्देश्य इस प्रकार हैं :

- संपादन प्रक्रिया से परिचित होना
- संपादन के विभिन्न चरणों से परिचित होना
- लीड लेखन के बारे में जानना
- भाषा शुद्धिकरण के बारे में जानकारी प्राप्त करना
- समाचार एजेंसी की प्रति के संपादन के विषय में जानकारी प्राप्त करना

6.1 परिचय :

समाचार पत्र कार्यालय विभिन्न योगों से समाचार व अन्य संपादकीय सामग्री प्राप्त करते हैं। इन योगों में से रिपोर्टर, संवाददाता और स्ट्रिंगर समाचार पत्रों के अपने योग होते हैं। इसके अलावा अखबारों तक पहुंच रखने वाले लोग सीधे समाचार पत्रों के कार्यालय में प्रैस रिलीज या प्रैस नोट पहुंचाते हैं। इसके अलावा समाचार एजेंसियों से बड़ी मात्रा में संपादकीय सामग्री अखबारों के कार्यालयों में आती है। समाचार प्रतियां भी कई तरह से प्राप्त होती हैं जिनमें हस्त लिखित से लेकर टाइप की गई या कम्प्यूटर से कम्पोज कर प्रिंट निकाली गई समाचार प्रतियां शामिल होती हैं। इतना ही नहीं समाचार एजेंसियों से सीधे समाचार-पत्र के कम्प्यूटरों तक भी विभिन्न समाचार व अन्य संपादकीय सामग्री आती है।

हर रोज बड़ी संख्या में आने वाली समाचार प्रतियां और अन्य संपादकीय सामग्री का संपादन किया जाता है ताकि उसे समाचार पत्र में प्रकाशन के योग्य बनाया जा सके।

इस पाठ में हम संपादन किया के बारे में चर्चा करेंगे। हम समाचारों के चयन से शुरुआत करेंगे और इसके बाद उपसंपादन के बारे में भी चर्चा करेंगे।

6.2 विषयवस्तु का प्रस्तुतिकरण

इस पाठ में विषयवस्तु निम्न तरह से प्रस्तुत की जाएगी :

- संपादन किया : एक परिचय
- संपादन के विभिन्न चरण
- लीड लेखन
- भाषा का शुद्धिकरण
- समाचार एजेंसी की प्रति का संपादन

6.2.1 संपादन किया : एक परिचय

समाचार पत्र के कार्यालय में प्राप्त हुई विभिन्न समाचार प्रतियों के निपटान के लिए संपादन के दो तरह के तरीके अपनाए जाते हैं। पहला संपादन का पारंपरिक हाथ से संपादन का तरीका और दूसरा संपादन का मशीनी तरीका।

प्रति निपटान या संपादन का पारंपरिक तरीका :

पारंपरिक तरीके में उपसंपादक प्रिंट या पेज पर विभिन्न तरह के सुधारों के चिह्न लगाते हैं। इस काम के लिए विशेष तरह के मानक चिह्न प्रयोग में लाए जाते हैं। पारंपरिक तरीके से संपादन करने के लिए समाचारों को पंक्तियों के बीच में दोहरा या तिहरा स्थान छोड़कर टाइप किया जाता है ताकि उनके बीच में छोड़े गए स्थान पर कैरैक्शन की जा सकें। सभी तरह की गलतियों या सुधार के लिए चिह्न लगाने के बाद इस प्रणाली में उपसंपादक अंत में खबर का शीर्षक लिखता है।

इसके बाद कॉपी कम्पोजिंग रूम (जहां खबरें टाइप की जाती हैं) में पहुंचा दी जाती है। इस कॉपी पर कम्पोजिटर (खबरें टाइप व पेज पर सैट करने वाला व्यक्ति) के लिए विशेष दिशा-निर्देश होते हैं। इनमें यह बताया जाता है कि किस फॉन्ट का प्रयोग करना है तथा उसका आकार क्या होगा, खबर को कितने कॉलम में लगाना है, शीर्षक का आकार क्या होगा तथा क्या खबर को बॉक्स में लगाया जाना है या नहीं।

एक बार पूरी खबर कम्पोज हो जाती है तो उसका एक प्रूफ (छपने से पहले

निकाला गया प्रिंट) ले लिया जाता है। इसके बाद यह कॉपी प्रूफ रीडर (अशुद्धियां ठीक करने वाला व्यक्ति) के पास जाती है। वह प्रूफ के रूप में आई कॉपी का खबर की मूल प्रति से मिलान करता है तथा किसी तरह के सुधार की जरूरत होती है तो प्रूफ रीडिंग विहनों की सहायता से उनके निर्देश दे देता है। ये विहन संपादन के विहनों से काफी मिलते जुलते होते हैं। इसके बाद यह कॉपी पुनः कम्पोजिटर के पास पहुंच जाती है और वह प्रूफ रीडिंग द्वारा बताए गए सुधार संबंधित खबर में कर लेता है।

संपादन का यह पारंपरिक तरीका समय नष्ट करने वाला और दोहराव वाला होता है। इस प्रणाली में एक ही खबर कई लोगों द्वारा पढ़ी व ठीक की जाती है। लेकिन इस प्रणाली का एक लाभ भी है कि एक खबर कई लोगों द्वारा पढ़ी जाती है तो उसमें गलतियां या अन्य गड़बड़ी जाने की संभावना लगभग शून्य हो जाती है।

प्रति निपटान या संपादन का मशीनी तरीका :

प्रति निपटान या संपादन के मशीनी तरीके में ऑप्टिकल करैक्टर रिकॉर्डिंग निशन (ओसीआर) मशीन (जिन्हें ऑप्टिकल करैक्टर रीडर भी कहा जाता है) तथा वीडियो डिस्प्ले ट्रॉमिनल (वीडीटी) जैसी मशीनों का प्रयोग किया जाता है। ओसीआर की शुरूआत 1970 में पश्चिम से हुई थी। इस प्रणाली में रिपोर्टर या संवाददाता अपनी खबरों को इलेक्ट्रोनिक टाइपराइटर्स पर बॉन्ड पेपर लगाकर तथा कार्बन फिल्म रिबनों का प्रयोग करते हुए टाइप करते थे। इसके बाद ये खबरें एक ऑप्टिकल करैक्टर रीडर की सहायता से स्कैन की जाती थी और उसके बाद सीधी एक कम्प्यूटर में डाल दी जाती थी।

प्रति निपटान का यह ओसीआर तरीका किसी को भी पसंद नहीं आया। इसका कारण यह था कि इसमें एक ही खबर को दो बार टाइप करना पड़ता था। एक बार रिपोर्टर टाइप करता था और दूसरी बार कम्पोजिटर, क्योंकि उसे स्कैन की हुई खबरें मिलती थी जिनमें संपादन संभव नहीं था। इसकी कमी थी कि जहां रिपोर्टरों को अपनी खबरें साफ-साफ लिखकर भेजनी पड़ती थीं, वहीं उपसंपादकों को भी परेशानी होती थी, क्योंकि वे स्कैन की हुई खबरों में संपादन नहीं कर पाते थे।

हालांकि यह तरीका अधिक कारगर नहीं था, लेकिन इसने दो पदों पर खतरा पैदा कर दिया था - कम्पोजिटर और प्रूफरीडर। यह तरीका अधिक बढ़िया भी नहीं था, क्योंकि इसमें अकसर गलतियां रह जाती थीं। इसके बाद जब कम कीमत वाली वीडियो डिस्प्ले थूनिट बाजार में आई तो ओसीआर की तकनीक बीते जमाने की बात हो गई।

वीडियो डिस्प्ले ट्रमिनल (वीडीटी) को संपादन के लिए सबसे सशक्त साधन माना जाता है। इस तरीके में संवाददाताओं और समाचार एजेंसियों से खबरें मॉडम के माध्यम से सीधे प्राप्त की जा सकती हैं। पूरी की पूरी खबर एक साथ वीडीटी की स्क्रीन पर देखी जा सकती है। खबरों के लेखन से लेकर उपसंपादन, प्रूफ रीडिंग, कम्पोजिंग, लेआउट तथा पेज बनाना आदि सारे काम वीडीटी स्क्रीन पर किए जा सकते हैं। बाजार में आए नए-नए और आधुनिक कम्प्यूटर सॉफ्टवेयर्स ने वीडीटी की क्षमता में और इजाफा कर दिया। हालत ये हैं कि वर्तमान में लघु से लेकर मध्यम और बड़े आकार वाले समाचार पत्र वीडीटी का ही प्रयोग करते हैं।

6.2.2 संपादन के चरण :

अनुभवी संपादक संपादन के कार्य को तीन चरणों में विभाजित करते हैं :

1. खबर को पढ़ो
2. खबर का संपादन करो और
3. खबर को फिर पढ़ो।

उपसंपादक मुख्य रूप से पहले चरण को अनदेखा कर देते हैं या वे खबर का निचोड़ जानने के लिए उस पर केवल सरसरी निगाह दौड़ाते हैं। यह सबसे बड़ी गलती होती है। इसका कारण यह है कि जब तक उपसंपादक पूरी खबर को पढ़ नहीं लेता और उसको अच्छी तरह से समझ नहीं लेता, तब तक उस खबर के बारे में समझदारी भरे निर्णय लेना असंभव होता है। उसके लिए यह समझना भी जल्दी होता है कि समाचार को किस शैली में लिखा गया है। इस तरह की समझ तभी मिल सकती है जब वह खबर को पूरी तरह पढ़ चुका हो।

कुछ उपसंपादक इस प्रक्रिया के तीसरे चरण को अनदेखा कर देते हैं या छोड़ देते हैं। यदि संपादित की गई खबर को पुनः नहीं पढ़ा गया तो कई गलतियां बिना पकड़ में आए छूट सकती हैं और जैसा कि हम सब जानते हैं गलतियां करना मानव का स्वभाव है तो ऐसी गलतियों से बचने का एक ही तरीका होता है और वह है खबर को संपादित करने के बाद भी पढ़ना। लेकिन यह भी दुर्भाग्यपूर्ण है कि उपसंपादकों पर काम का बहुत अधिक दबाव होता है। ऐसे में मजबूरीवश उन्हें या तो इस प्रक्रिया का पहला चरण छोड़ना पड़ता है या तीसरा या फिर दोनों ही चरण छोड़ने पड़ते हैं।

एक जागरूक उपसंपादक गलतियों को तलाशता है। सबसे महत्वपूर्ण बात होती है आंकड़ों को जांचना। वास्तव में अच्छे उपसंपादक आंकड़ों को दो बार जांचते हैं। रिपोर्टर सदा समय व खबरों के दबाव में काम करते हैं इस कारण वे तो डेटलाइन तक देना भूल सकते हैं। ऐसी अवस्था में यह उपसंपादक की ही जिम्मेदारी होती है कि वह डेटलाइन दे।

उपसंपादक ही यह सुनिश्चित करता है कि खबर का इंट्रो या लीड पाठक के मन में उठने वाले व खबर की आत्मा माने जाने वाले छह प्रश्नों के उत्तर दे रहा है या नहीं। इन छह प्रश्नों में क्या, कब, कहां, क्यों, कैसे और कौन शामिल होते हैं। इसके अलावा वह पैराग्राफों में कसावट भी लाता है।

वह अधिक लंबे पैराग्राफों को तोड़कर उनके दो या तीन पैरा बनाता है तो ज्यादा छोटे पैराग्राफों को जोड़कर एक ही पैरा बनाने का काम भी करता है।

चूंकि रिपोर्टर घटना के समय रिपोर्टिंग के लिए मौके पर होते हैं, इसलिए वे बहुत कुछ देखते और सुनते हैं। ऐसे में समाचार लिखते समय वे बहुत-कुछ ऐसा लिख देते हैं जिससे खबर लंबी तो हो ही जाती है, साथ ही समझने में मुश्किल और गुमराह करने वाली हो जाती है।

ऐसे में यह जिम्मेदारी उपसंपादक की ही होती है कि इस तरह से लिखी गई खबर को अच्छी तरह से पढ़े और खबर में जरूरी हर सूचना को डालते हुए उसे ठीक करे। साथ ही अनावश्यक वाक्यों या शब्दों को हटाने का काम भी उपसंपादक का ही होता है। उपसंपादक ही आमतौर पर ऐसे बयानों, आरोपों आदि को हटाते हैं जो गलत तो होते हैं, BMC-112

साथ ही गंभीर भी होते हैं।

6.2.3 लीड लेखन:

लीड या इंट्रो किसी भी समाचार का सबसे महत्वपूर्ण तत्व होता है। यह वास्तव में समाचार की छिड़की होती है, क्योंकि इसको पढ़ने के बाद ही पाठक यह तय करता है कि वह उस पूरी खबर को पढ़ेगा या केवल लीड को पढ़कर ही दूसरी खबर पर चला जाएगा। इस कारण से लीड संक्षिप्त, स्पष्ट और सरल होनी चाहिए ताकि वह पाठक की जिज्ञासा और रुचि को बनाए रख सके। कुछ लोगों का कहना है कि बाइबिल का इंट्रो शायद सबसे अच्छा है जिसमें लिखा गया है :

“शुरुआत में भगवान ने स्वर्ग और पृथ्वी का निर्माण किया।”

यहां एक लीड दी गई है जो अपने आप में पूरी कहानी बयां करती है। यह लीड दूसरे विश्व युद्ध के समय लिखी गई थी :

“आज जापानी सेना ने स्वयं को युद्ध को समर्पित कर दिया और खो गए।”

खबरों की लीड केवल सूचना देने का काम नहीं करती बल्कि हमें भावनात्मक रूप से भी प्रभावित करती हैं। एक बार टैक्सास में जब एक विस्फोट में सैकड़ों बच्चों की मौत हो गई थी तो एक समाचार पत्र ने यह लीड दी थी:

“वे आज एक पीढ़ी को दफन कर रहे हैं।”

आमतौर पर इंट्रो या लीड बहुत लम्बे हो जाते हैं, क्योंकि रिपोर्टर इसमें अधिक से अधिक सूचना देने की कोशिश करते हैं। ऐसे में उपसंपादक यह तलाश कर ही लेता है कि लीड में क्या हटा देने के बाद भी वह उतनी ही सूचना देगी जितनी अब दे रही है। लंबी और उलझी हुई लीड को छोटा, सरल और पठनीय बनाने के लिए लंबे और जटिल वाक्यों के स्थान पर सीधे और सरल वाक्यों का प्रयोग किया जाता है। सूक्ष्म सूचनाएं समाचार की बाँड़ी में डाली जा सकती हैं और केवल इतना भर कर देने से लीड छोटी हो जाएगी।

एक अच्छी लीड वह है जो संक्षिप्त हो। संक्षिप्तता के साथ-साथ इसमें कुछ और

गुण भी होने चाहिए। यह न केवल संक्षेप में हो बल्कि संपूर्ण सूचना भी दे। यह बिल्कुल सीधे-सपाट ढंग से लिखी जानी चाहिए। यह खबर का मूड, गति और स्वाद निर्धारित करती है। यह पाठक को दिशा दिखाती है तथा निर्देशित करती है। उपसंपादक को ऐसी जटिल एवं उलझी हुई लीड से बचना होता है जो पाठक की रुचि न बना पाए और जिसे समझने के लिए पाठक को अपने दिमाग पर जोर डालना पड़े। लंबे और जटिल वाक्य आमतौर पर न तो पूरी सूचना दे पाते हैं और न ही सही लीड बना पाते हैं। लीड के मामले में एक प्रसिद्ध कहावत है कि लीड मिसलीड करने वाली नहीं होनी चाहिए।

एक अन्य प्रकार की लीड वह होती है जो अतार्किक हो। यहां एक उदाहरण दिया गया है :

“बीती रात तीन छोटे-छोटे बच्चे उनके घर में लगी आग से जलकर मर गए जब उनके पिता काम पर गए हुए थे और उनकी माँ पड़ोसियों के घर गई हुई थी।”

इसी लीड को दोबारा से इस प्रकार लिखा जा सकता है :

“अकेले छोड़ने के कारण बीती रात तीन बच्चे खुद भी आग से जलकर मर गए और अपना घर भी जला बैठे। घटना उस समय हुई जब उनका पिता काम पर गया हुआ था और उनकी माँ पड़ोसियों के घर गई हुई थी।”

उपसंपादकों को आमतौर पर ऐसी अनेक लीड का सामना करना पड़ता है जिसमें बहुत विस्तृत पद दिए गए होते हैं जैसे :

“सांस्कृतिक मामलों के पूर्व सहायक सचिव और वर्तमान में विदेशी मामलों के सचिव जामवंत मेहता ने आज कहा कि.....” इस प्रकार की अति विस्तृत सूचना भी लीड को गुमराह करने वाली और जटिल बना देती है।

इसी प्रकार की समस्या उपसंपादकों को उस समय झेलनी पड़ती है जब उसमें बहुत सारे आंकड़े दिए गए हों। उदाहरण के तौर पर :

“बीती शाम करीब 7 बजे विले पारले के दक्षिण में स्थित 17 नरिमन प्लाइंट पर 70 लोग 3 मंजिला इमारत में बाल-बाल बच गए जब किसी लापरवाह व्यक्ति द्वारा फेंकी गई सिगरेट के कारण शॉर्ट सर्किट हो गया और उसे भीषण आग लग गई तथा

भयंकर धुआं छा गया।”

इसी को निम्न प्रकार से पुनः लिखा जा सकता है :

“बीती रात नरिमन प्वाइंट पर ३ मंजिला इमारत में लगी आग में ७० लोग बाल-बाल बच गए। आग किसी लापरवाह व्यक्ति द्वारा फेंकी गई सिगरेट के कारण लगी थी।”

लीड में इसी प्रकार की समस्या उस समय पैदा हो जाती है जब किसी का जरूरत से अधिक या जरूरत से कम विवरण दिया गया हो। जैसे :

“दिल्ली पुलिस चीफ शशांक माथुर और डिप्टी चीफ प्रह्लाद वर्मा ने बताया कि मोर्ट्वांटिड अपराधी और गैंगस्टर हरभजन सिंह, जिसके अपहरण, फिरौती, सुपारी, हत्या जैसे कई मामलों में शामिल होने की आशंका जताई जा रही है, को पिछले सप्ताह ६ घंटे तक चली मुठभेड़ के बाद गिरफ्तार कर लिया गया।”

इस तरह का जरूरत से ज्यादा विवरण भी लीड को जटिल बना देता है।

इसी तरह यदि जरूरत से कम विवरण दिया जाए तो वह भी गुमराह करने वाला और पूरी जानकारी न देने वाला ही साबित होगा। जैसे :

“पांच साल से कम उम्र के सभी बच्चों को ठीके लगवाने चाहिए।” इस तरह की लीड कोई भी सूचना सही ढंग से प्रेषित नहीं कर पा रही। इस तरह के मामले में लीड में यह बताया जाना चाहिए था कि यह बात किस संदर्भ में और किस स्वास्थ्य अधिकारी ने कही है। साथ ही यह भी स्पष्ट होना चाहिए कि किन बच्चों को और किस तरह के ठीके लगवाने की बात कही गई है।

रिपोर्टर और संवाददाता इस तरह की लीड भी लिखकर भेज सकते हैं, लेकिन उपसंपादक को यह ध्यान रखना होता है कि ऐसी कोई भी लीड अखबार में प्रकाशित न हो जाए। इस तरह की लीड को ठीक करना और प्रकाशन के योग्य बनाने की जिम्मेदारी उपसंपादक की ही होती है।

6.2.4 भाषा का शुद्धिकरण :

समाचार पत्र और पत्रिकाएं जनसंचार के माध्यम हैं। समाचार पत्रों की तो विश्वसनीयता भी काफी अधिक होती है। समाचार पत्र किसी भी भाषा के पतन या उत्थान में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं। इस मामले में भाषा के संरक्षण और उत्थान में उपसंपादक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, क्योंकि वही निर्धारित करता है कि किस खबर में किस तरह के शब्द प्रकाशित होंगे और किस तरह के नहीं।

व्याकरण :

व्याकरण संबंधी अशुद्धियां किसी भी समाचार-पत्र की साञ्च को मिट्टी में मिला सकती हैं, क्योंकि पढ़ा-लिखा वर्ग ही अखबार खरीदता है। गलतियां होंगी तो वह अखबार खरीदना ही बंद कर देगा। इसी तरह से व्याकरण संबंधी अशुद्धियां स्पष्ट लेखन में बाधा बनती हैं और व्याकरण संबंधी अशुद्धियां ही वाक्यों का अर्थ बदल सकती हैं। व्याकरण का विषय इतना विस्तृत है कि इस पाठ में उसे नहीं समेटा जा सकता।

शब्दों के प्रयोग :

हम आमतौर पर शब्दों का प्रयोग अभिव्यक्ति के लिए नहीं बल्कि प्रभाव जमाने के लिए करते हैं। स्पष्ट भाषा में कहें तो हम उस जगह भी लंबे और जटिल वाक्यों का प्रयोग करते हैं जहां छोटे और सरल वाक्यों से काम चल सकता है। शब्दों को कलिष्ट बनाने के कुछ उदाहरण निम्न हैं :

अनियंत्रित भीड़ - भीड़

समय-समय पर - अक्सर

किस समय पर - कब

एक में जोड़ो - जोड़ो

वहां चले जाओ - वहां जाओ

और उसी समय - तभी

जैसा कि इस केस में - जैसा कि

जेनेटिक्स पढ़ाने वाला बायोलॉजिस्ट - जेनेटिसिट्स, आदि।

जान-बूझकर कठिन व जटिल बनाए जाने वाले शब्दों के इस तरह के हजारों उदाहरण हैं जो दिन-प्रतिदिन विभिन्न समाचार पत्रों में प्रयोग होते हैं। लेकिन इनकी ओर ध्यान ने देने के कारण ये गलतियां ठीक ही नहीं हो पा रही। इसी तरह कई बार संवाददाता गलत शब्दों का प्रयोग करते हैं जैसे : वरिष्ठ, वशिष्ठ, विशिष्ठ, परिमाण-परिणाम आदि।

शब्द बड़े कीमती होते हैं और जब-जब उनको गलत ढंग से लिखा जाता है तो उनकी कीमत कम होती जाती है। संवाददाताओं द्वारा प्रयोग किए जाने वाले गलत शब्दों के अलावा उपसंपादक हर रोज ऐसे शब्दों, संज्ञा, सर्वनाम, विशेषण, लिंग, वचन आदि से परिचित होते हैं जो संवाददाता द्वारा गलत ढंग से प्रयोग किए गए होते हैं। ऐसे में यह काम भी उपसंपादक को ही करना होता है कि वह भाषा का सम्मान व शुद्धता बनाए रखने के लिए गलत शब्द प्रकाशित न होने दे।

6.2.5 समाचार एजेंसी की प्रति का संपादन :

समाचार एजेंसी किसी भी समाचार-पत्र के लिए खबरों का प्रमुख स्रोत होती है। समाचार एजेंसी विभिन्न स्रोतों से दूर-दराज से समाचार एकत्रित करती हैं। इन स्रोतों में उसके अपने स्टाफ रिपोर्टर, रूपक लेखक और फोटोग्राफर शामिल होते हैं तो दूर-दराज के क्षेत्रों में कार्यरत संवाददाता और स्ट्रिंगर भी शामिल होते हैं। इनसे सूचना प्राप्त करने के बाद समाचार एजेंसी दूसरी समाचार एजेंसियों से इनका आदान-प्रदान करती हैं जिनमें मुख्य रूप से विदेशी समाचार एजेंसियां शामिल होती हैं। सभी स्रोतों से जानकारी व समाचार प्राप्त करने के बाद समाचार एजेंसियां समाचार पत्रों को दो तरह से अपने समाचार प्रदान करती हैं। पहला माध्यम है -टेलीप्रिंटर और दूसरा माध्यम है-अखबार के कार्यालय में कार्यरत कम्प्यूटर पर सीधे समाचार प्रेषित करना। पहले के समय समाचार एजेंसियां डाक सेवा और व्यक्तिगत कोरियर का प्रयोग भी विभिन्न समाचार पत्रों के कार्यालय तक अपने समाचार भेजने के लिए करती थीं।

टेलीप्रिंटर सेवा के तहत एजेंसी से भेजे गए समाचार अखबार के कार्यालय में एक
BMC-112

विशेष प्रकार के प्रिंटर पर प्रिंट होते रहते हैं। ये प्रिंट कागजों के बंडल के रूप में मिलते हैं और फिर एक-एक खबर को अलग किया जाता है। उसे श्रेणियों में बांटा जाता है जिनमें मुख्य रूप से स्थानीय, राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय, खेल संबंधी, फिल्मों संबंधी तथा व्यापार संबंधी आदि शामिल होते हैं। श्रेणियों में विभाजित करने के बाद संबंधित खबरों को संबंधित डेस्क तक भेज दिया जाता है।

संबंधित डेस्क पर काम करने वाले उपसंचारक इस समाचारों को उपसंचारन के चिह्नों का प्रयोग करते हुए संपादित करते हैं। इसके बाद खबर का शीर्षक देते हैं तथा उसे कितने कॉलम में प्रकाशित किया जाना है, यह निर्देश देते हैं। इसी तरह के अन्य निर्देश भी इसी पर दर्ज किए जाते हैं जैसे अक्षरों का आकार कितना बड़ा रहेगा, शीर्षक कितने बड़े फॉन्ट साइज में लिखा जाएगा, उपशीर्षक लिखा जाएगा या नहीं, खबर को बॉक्स में प्रकाशित किया जाना है या नहीं तथा खबर के साथ फोटो है या नहीं और यदि फोटो है तो कितने कॉलम में प्रकाशित किया जाएगा आदि। इसके बाद कॉपी कम्पोजिंग रूम (जहां खबरें टाइप की जाती हैं) में पहुंचा दी जाती है। इस कॉपी पर कम्पोजिटर (खबरें टाइप व पेज पर सैट करने वाला व्यक्ति) के लिए विशेष दिशा-निर्देश होते हैं। एक बार पूरी खबर कम्पोज हो जाती है तो उसका एक प्रूफ (छपने से पहले निकाला गया प्रिंट) ले लिया जाता है। इसके बाद यह कॉपी प्रूफ रीडर (अशुद्धियां ठीक करने वाला व्यक्ति) के पास जाती है। वह प्रूफ के रूप में आई कॉपी का खबर की मूल प्रति से मिलान करता है तथा किसी तरह के सुधार की जरूरत होती है तो प्रूफ रीडिंग चिह्नों की सहायता से उनके निर्देश दे देता है। ये चिह्न संपादन के चिह्नों से काफी मिलते जुलते होते हैं। इसके बाद यह कॉपी पुनः कम्पोजिटर के पास पहुंच जाती है और वह प्रूफ रीडिंग द्वारा बताए गए सुधार संबंधित खबर में कर लेता है।

अखबार के कार्यालय में उपसंचारक का कार्य केवल प्रति को जांचना और उसका संपादन करने तक ही सीमित नहीं होता बल्कि उसे शीर्षक देकर संबंधित उत्पादन विभाग (प्रोडक्शन डिपार्टमेंट) तक पहुंचाना भी उसके कार्य में शामिल होता है। इसके अलावा उत्पादन विभाग (प्रोडक्शन डिपार्टमेंट) के विभिन्न कार्यों में भी उपसंचारक शामिल होता है।

इन कार्यों में मुख्य रूप से वे काम शामिल होते हैं जो कम्प्यूटर पर किए जाते हैं जैसे कम्पोजिंग (सामग्री को टाइप करना), प्रूफ रीडिंग (गलतियां ठीक करवाना) तथा लेआउट (कौन-सी खबर कहां और कौन-सा चित्र कहां लगेगा का निर्णय) आदि शामिल होते हैं।

वर्तमान में वीडियो डिस्प्ले ट्रॉमिनल (वीडीटी) के जमाने में संपादन में कागज का स्थान ही खत्म हो गया है। इस तरीके में संवाददाताओं और समाचार एजेंसियों से खबरें मॉडम के माध्यम से सीधे प्राप्त की जा सकती हैं। पूरी की पूरी खबर एक साथ वीडीटी की स्क्रीन पर देखी जा सकती है। खबरों के लेखन से लेकर उपसंपादन, प्रूफ रीडिंग, कम्पोजिंग, लेआउट तथा पेज बनाना आदि सारे काम वीडीटी स्क्रीन पर किए जा सकते हैं। बाजार में आए नए-नए और आधुनिक कम्प्यूटर सॉफ्टवेयर्स ने वीडीटी की क्षमता में और इजाफा कर दिया। ऐसे में अब न तो प्रूफ रीडर की जरूरत रह गई है और न ही कम्पोजिटर की, क्योंकि ये दोनों काम भी अब उपसंपादक ही कर लेते हैं।

अंग्रेजी में समाचार एजेंसियों से जो खबरें प्राप्त होती हैं वे यो अप्पर केस (बड़ी एबीसीडी) में होती हैं या लोअर केस (छोटी एबीसीडी) में। ऐसे में उपसंपादक की ही यह जिम्मेदारी होती है कि वह सुनिश्चित करे कि अखबार में प्रकाशन के लिए जाने से पहले पूरी खबर लोअर केस में हो तथा जो जरूरी हों वे अक्षर अप्पर केस में ही लिखे गए हों।

समाचार एजेंसियों से प्राप्त होने वाली सभी खबरों के ऊपर और नीचे दोनों तरफ विशेष कोड दिए होते हैं। उपसंपादक को यह निर्धारित करना होता है कि संपादन के दौरान समाचारों से ये कोड हटा दिए गए हैं।

6.3 सारांश :

- सामान्यतः एक समाचार निम्न 6 सवालों के जवाब देता है :

कौन शामिल है ?

घटना किस समय हुई ?

घटना कहां हुई ?

घटना क्यों हुई ?

घटना वास्तव में क्या हुई ? और

घटना कैसे हुई ?

अंग्रेजी में इन सवालों को पांच डब्ल्यू और एक एच के नाम से जाना जाता है।

- समाचारों को लिखने का सबसे प्रचलित तरीका है उल्टा पिरामिड आकार। इसके अनुसार खबर की सबसे महत्वपूर्ण सूचना खबर में सबसे ऊपर रखी जाती है तथा ज्यों-ज्यों सूचना का महत्व कम होता जाएगा, वह नीचे की ओर छिसकती जाएगी। अर्थात् खबर की सूचनाओं को महत्व के अनुसार घटते क्रम में रखने को कहा जाता है। इस तकनीक के अनुसार लीड के बाद आने वाला हर पैराग्राफ खबर में अतिरिक्त सूचना जोड़ेगा, लेकिन वह खबर के प्रवाह को प्रभावित नहीं करेगा। यह इस तरह से लिखा होता है : पहला पैरा सबसे महत्वपूर्ण, दूसरा पैरा - पहले से कम महत्वपूर्ण, तीसरा पैरा दूसरे से कम महत्वपूर्ण, चौथा पैरा - तीसरे से कम महत्वपूर्ण आदि।
- लीड कई प्रकार की हो सकती हैं। नाम लीड : जब खबर में वर्णित व्यक्ति सबसे महत्वपूर्ण हो। प्रश्न लीड : जब किसी द्वारा कही गई बात सबसे महत्वपूर्ण हो। नकारात्मक लीड : जैसे किसी दुर्घटना की खबर में लीड लिखी जाए कि इस दुर्घटना में किसी के जिंदा बचने की कोई उम्मीद नहीं है। सीधे बयान वाली लीड : जब लीड किसी व्यक्ति के भाषण या बयान से उठाकर बनाई जाए। विरोधाभासी लीड : जब एक ही लीड में दो विरोधाभासी स्थिति दर्शाने वाले वाक्यों का प्रयोग किया गया हो।

6.4 प्रमुख बिन्दु :

खबर : खबर हाल ही में हुई घटना की रिपोर्ट है। समाचार वह रिपोर्ट होती है जो किसी

घटना के बारे में पूरी सूचना और विवरण दे। खबर निष्पक्ष, स्पष्ट, संक्षिप्त, संतुलित और उन लोगों की उम्मीदों पर खरी उतरने वाली हो जिनके हित संबंधित समाचार से जुड़े हैं।

समाचार की संरचना : समाचारों को लिखने का सबसे प्रचलित तरीका है उल्य पिरामिड आकार। इसके अनुसार खबर की सबसे महत्वपूर्ण सूचना खबर में सबसे ऊपर रखी जाती है तथा ज्यों-ज्यों सूचना का महत्व कम होता जाएगा, वह नीचे की ओर खिसकती जाएगी। अर्थात् खबर की सूचनाओं को महत्व के अनुसार घट्टे कम में रखने को कहा जाता है। इस तकनीक के अनुसार लीड के बाद आने वाला हर पैराग्राफ खबर में अतिरिक्त सूचना जोड़ेगा, लेकिन वह खबर के प्रवाह को प्रभावित नहीं करेगा।

संपादन के चरण : संपादन कार्य को तीन चरणों में विभाजित किया जा सकता है : खबर को पढ़ो, खबर का संपादन करो और खबर को फिर पढ़ो। उपसंपादक मुख्य रूप से पहले चरण को अनदेखा कर देते हैं या वे खबर का निचोड़ जानने के लिए उस पर केवल सरसरी निगाह ढौड़ाते हैं। यह सबसे बड़ी गलती होती है। इसका कारण यह है कि जब तक उपसंपादक पूरी खबर को पढ़ नहीं लेता और उसको अच्छी तरह से समझ नहीं लेता, तब तक उस खबर के बारे में समझदारी भरे निर्णय लेना असंभव होता है। उसके लिए यह समझना भी जरूरी होता है कि समाचार को किस ऐली में लिखा गया है। इस तरह की समझ तभी मिल सकती है जब वह खबर को पूरी तरह पढ़ चुका हो।

लीड : लीड या इंट्रो किसी भी समाचार का सबसे महत्वपूर्ण तत्व होता है। यह वास्तव में समाचार की खिड़की होती है, क्योंकि इसको पढ़ने के बाद ही पाठक यह तय करता है कि वह उस पूरी खबर को पढ़ेगा या केवल लीड को पढ़कर ही दूसरी खबर पर चला जाएगा। इस कारण से लीड संक्षिप्त, स्पष्ट और सरल होनी चाहिए ताकि वह पाठक की जिज्ञासा और रुचि को बनाए रख सके।

6.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्न

- संपादन से आप क्या समझते हैं? समाचारों का सम्पादन क्यों आवश्यक है?
- सम्पादन प्रक्रिया के विभिन्न चरणों पर विस्तार से चर्चा करें।
- लीड लेखन से क्या तात्पर्य है?
- समाचार एजेंसी हेतु समाचार प्रति सम्पादन प्रक्रिया पर चर्चा करें।

6.6 संदर्भित पुस्तकें :

द आर्ट ऑफ एडिटिंग, बासकेटटी, सिसर्स; ब्रूकेस

एडिटिंग; थीजेएस जार्ज

हैंडबुक ऑफ एडिटिंग; एसके अग्रवाल

प्रोफेशनल जर्नलिस्ट; जॉन होहेनबर्ग

प्रोफेशनल जर्नलिज्म; एमवी कामथ

हैडलाइन

लेखक: श्री राजेश नैन

सहायक वार्ता सम्पादक, दैनिक हिन्दुस्तान, मेरठ।

वैटर: श्री मिहिर रंजन पात्र

वरिष्ठ व्याख्याता, संचार प्रबन्धन व तकनीकी विभाग, गुरु जम्बेश्वर विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिंसार।

अध्याय संरचना:

इस अध्याय में हम हैडलाइन के विभिन्न प्रकारों के साथ-साथ इसके लेखन की बारीकियों को समझने का भी प्रयास करेंगे। इस अध्याय की संरचना इस प्रकार रहेगी:

- 7.0 उद्देश्य
- 7.1 परिचय
- 7.2 विषय वस्तु की प्रस्तुति
 - 7.2.1 समाचार शीर्षक
 - 7.2.2 समाचारों के उपशीर्षक
 - 7.2.3 समाचार की लीड या इंट्रो
 - 7.2.4 समाचार का शरीर या बॉडी
- 7.3.1 आलेखों का संपादन
- 7.3.2 फीचर और रूपक संपादन
- 7.4 सारांश
- 7.5 सूचक शब्द
- 7.5 रव मूल्यांकन हेतु प्रश्न
- संदर्भित पुस्तकें

7.0. उद्देश्यः

इस अध्याय के उद्देश्य इस प्रकार हैं :

- समाचार शीर्षक को जानना
- समाचारों में उपशीर्षक की भूमिका को जानना
- समाचार की लीड या इंट्रो के बारे में जानकारी प्राप्त करना
- समाचार के शरीर या बॉडी से परिचित होना
- आलेख संपादन के बारे में जानकारी प्राप्त करना
- फीचर या रूपक संपादन के विषय में जानना

7.1 परिचय :

उपसंपादन के क्षेत्र में आने वालों को एक और सुझाव दिया जाता है कि वे शीर्षक लिखने की प्रक्रिया का आनंद उठाना सीखें। शीर्षक लेखन वास्तव में एक कलात्मक क्रिया है। इस संबंध में स्मार्टसैट मॉडम ने कहा था, “आप तब तक बहुत अच्छा नहीं लिख सकते जब तक आप बहुत लिखने की आदत नहीं डालते।” इसी तरह श्रेष्ठ शीर्षक लेखन भी लंबे अभ्यास के बाद ही आता है। लेकिन शीर्षक लिखते समय कुछ बातों से बचाव का विशेष ध्यान रखना चाहिए, जैसे : आंकड़ों को बढ़ा-चढ़ाकर बताना, आदेश देना, उपदेश देना, सनसनी फैलाना, साधारण बात को ही बताना और पाठकों को अच्छी न लगने वाले शब्दों का प्रयोग करना उपसंपादक व उसके पद की गरिमा व उत्तरदायित्व के विपरीत होगा।

समाचार में समाचार शीर्षक, उपशीर्षक, इंट्रो या बॉडी व समाचार का अन्तिम हिस्सा समाचार के महत्वपूर्ण अंग या भाग होते हैं। जब ये सभी चीजें बेहतर तरीके से सुनियोजित की जाएंगी तभी हम एक अच्छा समाचार पाठकों के समक्ष प्रस्तुत कर सकते हैं। समाचार लेखन के लिए जरूरी होता है कि उपसंपादक या रिपोर्टर समाचार को उसकी वास्तविकता के साथ ही प्रस्तुत करे न कि उसमें अपने मतों, मान्यताओं या अवधारणाओं को उल्लेखित करे। समाचार लेखन कार्य में रिपोर्टर व उपसंपादक की कार्यकुशलता ही घटना को समाचार का रूप देती है। इसके लिए समाचार के विभिन्न भागों को अच्छी तरह से समझना व उनमें दक्षता हासिल करना जरूरी हो जाता है। समाचार के किस भाग में कौन-सी सूचना डाली जाएगी, इसका निर्धारण

करना समाचार लेखक के लिए एक चुनौती है। जिसे वह दायित्व के निभाता है। यदि समाचार बेहतर तरीके से लिखा गया है और उसमें शामिल की गई सामग्री का यथायोग्य स्थान दिया गया है तो वह समाचार अवश्य ही पाठकों को प्रभावित करेगा। इस अध्याय में इन्हीं बातों पर विस्तार से चर्चा की जाएगी। साथ ही हम आलेख व फीचर लेखन विधा से भी भलीभांति परिचित होंगे।

7.2 विषय वस्तु की प्रस्तुति :

इस अध्याय में विषय वस्तु का प्रस्तुतिकरण कुछ इस प्रकार रहेगा :

- समाचार शीर्षक- एक परिचय
- समाचार में उपशीर्षक की भूमिका
- समाचार की लीड या इंट्रो
- समाचार का शरीर या बॉडी
- आलेखों का संपादन
- फीचर या रूपक संपादन

7.2.1 समाचार शीर्षक :

समाचार लेखन के क्षेत्र में हैंडलाइन लेखन एक महत्वपूर्ण कार्य एवं कला है। हैंडलाइन लेखन के लिए इसके लेखक को विभिन्न बारीकियों से परिचित होना बहुत आवश्यक होता है। पाठक को समाचार की ओर खींचने व समाचार पढ़ने के लिए लालायित करने का कार्य हैंडलाइन ही करती है।

7.2.2 समाचारों के उपशीर्षक :

उपशीर्षक आमतौर पर शीर्षक के सहायक के रूप में काम करते हैं। लेकिन यह विशेष ध्यान रखने की बात है कि उपशीर्षक का प्रयोग तभी किया जाता है जब उसकी जरूरत हो। अब इस

बात का पता कैसे चले कि उपशीर्षक की जरूरत है या नहीं। इसके लिए सामान्य नियम यह है कि यदि समाचार की पूरी बात शीर्षक नहीं बता पा रहा तो वहां उपशीर्षक की आवश्यकता होती है। जैसा कि नाम से ही पता चलता है उपशीर्षक शीर्षक के सहायक की भूमिका अदा करते हैं।

समाचार पत्रों में प्रकाशित होने वाली अधिकतर खबरें रुटीन की होती हैं। इस प्रकार की खबरों में अधिक विस्तृत जानकारी देने की आवश्यकता नहीं होती। इस प्रकार ये खबरें अधिक विस्तार लिए हुए नहीं होती और आमतौर पर एक कॉलम से लेकर तीन कॉलम तक की लियी जाती हैं। अधिक विस्तृत न होने और रुटीन होने के कारण इस तरह की खबरों में सामान्यतः उपशीर्षक की आवश्यकता नहीं होती। लेकिन कुछ समाचार ऐसे भी होते हैं जो बहुत विस्तार लिए हुए होते हैं। इस प्रकार के समाचार बहुत सारे आंकड़े लिए हुए और जटिल होते हैं। इसके अलावा इस प्रकार की खबरों में कई महत्वपूर्ण बिन्दु और सूचनाएं भी होती हैं और इन सूचनाओं व बिन्दुओं को समाचार के शुरू में ही दिया जाना जरूरी होता है। इस प्रकार के समाचारों में शीर्षक के साथ उपशीर्षक देना अनिवार्य हो जाता है, क्योंकि केवल शीर्षक समाचार में समाहित पूरी जानकारी पाठक तक नहीं पहुंचा सकता।

7.2.3 समाचार की लीड या इंट्रो :

संवाददाता या समाचार लेखक के लिए किसी समाचार की लीड या इंट्रो लिखना सबसे जटिल कार्य होता है। लीड को आमतौर पर दो तरह से लिखा जा सकता है : डायरेक्ट लीड और डिलेड लीड। हार्ड न्यूज (अपराध या घटना आदि से संबंधित खबरें) में डायरेक्ट लीड होती है। इसका अर्थ है कि ऐसे समाचारों में सीधे ही विषय पर आ जाते हैं और आरंभ में यह बता दिया जाता है कि क्या घटना हुई, कहां हुई, कैसे हुई, कब हुई, क्यों हुई और इससे कौन प्रभावित होगा आदि। दूसरी ओर रूपक व आलेखों में आमतौर पर डिलेड लीड का प्रयोग किया जाता है। इसमें लेखक सीधे विषय पर नहीं आता, बल्कि पहले पाठक की रुचि बनाने के लिए आकर्षक भाषा लिखी जाती है तथा बाद में विषय के बारे में वर्णन होता है।

डायरेक्ट लीड में आमतौर पर क्या, कहां, कब, कौन, क्यों और कैसे का जवाब दिया जाता है। इसमें पहले दो पैराग्राफ में इन्हीं सब प्रश्नों के उत्तर दिए जाते हैं। दूसरी ओर

इनडायरेक्ट लीड या डिलेड लीड में पहले पाठक की रुचि संबंधित विषय में जगाई जाती है और उसके बाद विषय के बारे में लिखा जाता है। डायरेक्ट लीड लगभग 35 शब्दों तक सीमित होती है जबकि डिलेड लीड में शब्दों की कोई सीमा तय नहीं होती।

निम्न उदाहरण पर ध्यान दें :

“श्री अटल बिहारी वाजपेयी ने आज शाम 5:30 बजे राष्ट्रपति भवन में प्रधानमंत्री पद की शपथ ली। वे आजादी के बाद से देश के 35वें प्रधानमंत्री बने हैं।”

इस लीड में कई तत्व हैं :

कौन : अटल बिहारी वाजपेयी

क्या : प्रधानमंत्री पद की शपथ ली

कब : आज शाम 5:30 बजे

कहाँ : राष्ट्रपति भवन में

क्यों : उत्तर अंतरनिहित है

कैसे : दिया नहीं गया है

विशेष ध्यान : अटल बिहारी वाजपेयी पर।

इस प्रकार यह डायरेक्ट लीड हुई।

उदाहरण 2 :

कांग्रेस अध्यक्ष सोनिया गांधी ने कहा कि यदि उनकी पार्टी सत्ता में आई तो वे सामुदायिक सद्भाव और पड़ोसी देशों के साथ बेहतर संबंध स्थापित करने की दिशा में काम करेंगे। वे आज नई दिल्ली के कटला रामलीला मैदान में एक चुनावी रैली को संबोधित कर रही थीं।

इस लीड में

विशेष ध्यान : सोनिया गांधी पर

समाचार के मुख्य तत्व : सामुदायिक सद्भाव और

पड़ोसी देशों के साथ बेहतर संबंध स्थापित करना

इस प्रकार यह भी डायरेक्ट लीड हुई क्योंकि इसमें भी बताया गया है कि

कौन : सोनिया गांधी

क्या : चुनावी रैली में भाषण

कब : आज

क्यों : सत्ता में आने के लिए

कैसे : भाषण के जरिये

कहाँ : कटला रामलीला मैदान में।

उदाहरण 3 :

वित्त मंत्री यशवंत सिन्हा ने आज संसद में पेश किए गए बजट में तीन बड़ी घोषणाएं कर जनता को हैरत में डाल दिया। उन्होंने घोषणा की कि एक साल में 500 या अधिक नौकरी देने वाले व्यावसायिक घरानों को कर में 50 प्रतिशत की छूट मिलेगी और दस पिछडे गांवों को विकास के लिए गोद लेने वाले व्यावसायिक घरानों को कर में पूरी छूट दी जाएगी। देश के विकास के मद्देनजर व्यावसायिक घराने मैट्रो रेल में 50 प्रतिशत तक शेयर खरीद सकेंगे ताकि आधारभूत ढांचे का विकास जल्द हो सके।

इस लीड में :

विशेष ध्यान : बजट पर (क्योंकि यह वित्त मंत्री से अधिक महत्वपूर्ण है)

खबर : तीन प्रमुख बिन्दुओं पर आधारित।

लीड : डायरेक्ट

इसमें जवाब दिया गया है :

क्या : बजट में घोषणाएं

कब : आज

कहाँ : संसद में

कौन : वित्तमंत्री

क्यों : बजट के दौरान

कैसे : बताया नहीं गया

उदाहरण 4 :

उसने घड़ी की ओर देखा। सूर्झ सुबह के 9 बजा रही थी। यह उसके तीस साल के कैरियर में सबसे व्यस्त समय होता था। वह हर काम समय पर पूरा करने में विश्वास रखता था और देरी से आने वालों को भी उसने ठीक कर दिया था। वह स्मार्ट हार्ड वर्क में विश्वास रखता था और इसी कारण नतीजे न दे पाने वाले मैनेजरों को उसने नौकरी से निकाल दिया था। वह कल्पना की शक्ति में भरोसा करता था और जो कर्मचारी कल्पनाशील नहीं थे, उन्हें उसने अलग कर दिया था। अच्छे काम की प्रशंसा में वह कभी पीछे नहीं रहा और उन कर्मचारियों को पुरस्कृत भी किया जिन्होंने टीम भावना के जरिये कंपनी के लिए आश्चर्यजनक नतीजे दिए थे। कल तक उसकी यही कहानी थी और आज वह सेवानिवृत्त होने के बाद आराम से घर बैठा है।

यह इनडायरेक्ट या डिलेड लीड है क्योंकि इसमें बहुत देरी से बताया गया है कि जिस व्यक्ति की बात की जा रही है वह हाल ही में सेवानिवृत्त हो गया है। पहले के कई वाक्यों में पाठक की जिज्ञासा जगाने का प्रयास किया गया है। इसको पढ़ते समय पाठक के मन में सवाल उठते हैं कि जाने आज क्या हुआ कि जिस व्यक्ति की बात हो रही है, वह अपनी लीक से हट गया है।

लीड है क्या है :

लीड या इंट्रो किसी भी समाचार की खिड़की होती है। यह खबर का सबसे महत्वपूर्ण भाग होता है। यह लीड की गुणवत्ता पर ही निर्भर करता है कि लीड पढ़ने के बाद पाठक आगे का समाचार पढ़ेगा या नहीं। लीड हमेशा संक्षिप्त होनी चाहिए ताकि यह समाचार में पाठक की रुचि जगा सके और उस रुचि को अंत तक बनाए रख सके।

विश्व में आज तक शायद बाइबल की इंट्रो को सबसे बेहतर माना जाता है। बाइबल

की इंट्रो में मात्र कुछ शब्द हैं :

‘शुरुआत में भगवान ने स्वर्ग और धरती बनाई।’

इसी तरह द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान एक लीड लिखी गई थी जिसे बहुत सराहा गया था। यह लीड थी :

‘आज जापानी सैनिकों ने खुद को युद्ध को समर्पित कर दिया और सदा के लिए सो गए।’

अच्छी लीड का एक और उदाहरण है। एक बार टैक्सास के एक खूल में हुए बम विस्फोट में सैकड़ों विद्यार्थियों की मौत हो गई थी। उस दौरान एक समाचार पत्र ने लिखा था :

‘वे आज एक पीढ़ी को दफना रहे हैं।’

सामान्यतः लीड या इंट्रो बहुत लंबे बन जाते हैं क्योंकि रिपोर्टर या संवाददाता अपने पूरे समाचार के मुख्य बिंदु उसमें समेटना चाहता है। ऐसे में वह सब कुछ इंट्रो में लिखता चला जाता है जिसे वह महत्वपूर्ण मानता है। ऐसी अवस्था में उप संपादक ही यह तय करता है कि लीड में से ऐसी कौन सी बातें हैं जिन्हें समाचार की बाँड़ी के लिए छोड़ा जा सकता है और उसके बाद भी लीड पर्याप्त जानकारी देगी। लीड लंबी होने का एक और कारण यह होता है कि रिपोर्टर खबर लिखते समय लंबे और जटिल वाक्यों का प्रयोग करता है। ऐसे में उस खबर को संपादित करते समय उप संपादक उन लंबे और जटिल वाक्यों को सरल एवं संक्षिप्त वाक्यों में बदलकर लीड को छोटा कर सकता है। इसके अलावा बहुत विस्तृत आंकड़े लीड से हटाकर बाँड़ी में दिए जा सकते हैं। ऐसा करने से भी लीड छोटी होगी और पाठक की रुचि उस समाचार में बनी रहेगी।

लीड के बारे में पत्रकारिता के क्षेत्र में एक कहावत प्रसिद्ध है कि लीड कभी भी मिसलीड करने वाली नहीं होनी चाहिए अर्थात् लीड ऐसी नहीं होनी चाहिए जो पाठक को किसी भी संदर्भ में गुमराह कर दे। एक अच्छी लीड वही मानी जाती है जो संक्षिप्त हो। इसके अलावा इसमें और भी कई विशेषताएं होनी चाहिएं। इन विशेषताओं में जानकारी युक्त होना और पूरे समाचार का निचोड़ होना शामिल हैं। इसी तरह लीड को कभी भी घुमा-फिराकर नहीं लिखा जाना चाहिए वरन् यह सीधी सपाट लिखी जानी चाहिए। किसी भी समाचार की प्रकृति, उसकी गति, उसका जीवन और उसका टेस्ट तय करने वाली लीड ही होती है। इसके अलावा लीड की

यह भी खासियत होती है कि वह मार्गदर्शन करती है और समाचार की दिशा तय करती है।

लीड कई तरह की हो सकती है :

नाम वाली लीड : जब लीड में वह व्यक्ति महत्वपूर्ण हो जिसके बारे में समाचार है तो वह नाम वाली लीड कहलाती है।

प्रश्न लीड : जब लीड में किसी व्यवस्था आदि के बारे में प्रश्न उठाए जाएं तो वह प्रश्न लीड कहलाती है। जब किसी के द्वारा उठाए गए प्रश्न को लीड में रखा जाए तो वह भी प्रश्न लीड कहलाएगी। उदाहरण के तौर पर :

‘दिल्ली में सड़कों की खराब हालत के लिए जिम्मेदार कौन?’

शॉर्ट लीड : जब किसी लीड में तीन या चार शब्दों में पूरी खबर का निचोड़ दे दिया जाए तो वह शॉर्ट लीड कहलाती है। उदाहरण के तौर पर: नेहरू की मृत्यु हो गई।

नकारात्मक लीड : जब किसी बारे में नकारात्मक विचारों को लेकर लीड बनाई जाए तो वह नकारात्मक लीड कहलाती है। उदाहरण के तौर पर :

‘वीरवार को हुई रेल दुर्घटना में किसी यात्री के जिंदा बचने की कोई संभावना नहीं है।’

रुचिकर लीड : इस तरह की लीड में समाचार का कोई बिंदु महत्वपूर्ण नहीं होता और केवल पाठक की रुचि जगाने के लिए लीड लिखी जाती है। इस तरह की लीड को फीचर लीड भी कहा जाता है।

मुद्दा युक्त लीड : इस तरह की लीड में किसी मुद्दे को प्रमुखता से उठाया जाता है। इसमें यह महत्वपूर्ण नहीं होता कि मुद्दा उठाने वाला व्यक्ति कौन है, बल्कि यह महत्वपूर्ण होता है कि मुद्दा क्या उठाया गया है।

कथन युक्त लीड : जब किसी समाचार की लीड में किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति द्वारा कही गई बात को प्रमुखता से प्रयोग किया जाए तो वह कथन युक्त लीड कहलाती है। इस तरह की लीड आमतौर पर बड़े नेताओं के भाषण से शुरू होती है।

मिश्रित लीड : इस तरह की लीड में किसी एक मुद्दे पर जोर नहीं होता बल्कि एक से ज्यादा मुद्दों को इसमें शामिल किया जाता है। उदाहरण के तौर पर :

‘सरकार के नौकरों द्वारा सीधी नीयत से काम करने की बात पर उस समय सवालिया निशान लग जाता है जब अधूरे कामों की सूची पर नजर ढौड़ाई जाती है।’

इस लीड में दो तरह के मुद्दे उगाए गए हैं। पहला मुद्दा है - सरकारी नौकरों की सीधी नीयत से काम करने की बात और दूसरा मुद्दा है - अधूरे पड़े सरकारी काम।

इसके अलावा लीड के कुछ अन्य प्रकार भी हैं जैसे : वर्णनात्मक लीड, हास्य युक्त लीड, कहावत युक्त लीड, कमवार लीड आदि।

7.2.4 समाचार का शरीर या बॉडी :

वर्तमान में समाचार लेखन के लिए जो शैली अधिक प्रयोग में लाइ जाती है वह है - उल्टा त्रिभुज शैली या इनवर्टिड पिरामिड स्टाइल। हालांकि साल-दर-साल समाचार लेखन की शैली, तकनीक और डिजाइन में बदलाव आ रहे हैं, लेकिन वर्षों बाद भी अधिकतर समाचार उल्टा त्रिभुज शैली, तकनीक और डिजाइन में लिखे जाते हैं। समाचार लेखन की उल्टा त्रिभुज शैली का अर्थ है कि समाचार में सबसे महत्वपूर्ण बिंदु या सूचना सबसे पहले लिखी जाएगी। समाचार के इसी भाग को लीड के नाम से जाना जाता है। इसके बाद महत्व के अनुसार समाचार के अन्य तत्व लिखे जाएंगे। लीड को ही इंट्रो या इंट्रोडक्शन भी कहा जाता है क्योंकि यह खबर के बारे में प्राथमिक सूचना पाठक को देती है।

लीड लिखने के बाद समाचार के अन्य भाग इस तरह से लिखे जाने चाहिए कि वे लीड में दिए गए तथ्यों को पुष्ट करें। इसका अर्थ है कि लीड के बाद दूसरा सबसे महत्वपूर्ण तथ्य लिखा जाना चाहिए, उसके बाद तीसरा और उसके बाद चौथा। समाचार के अंत तक महत्व के अनुसार यह कम जारी रहना चाहिए। आमतौर पर समाचार छोटे-छोटे वाक्यों में लिखा जाता है। प्रत्येक वाक्य में दो दर्जन से अधिक शब्द नहीं होने चाहिए और प्रत्येक पैराग्राफ में दो से तीन वाक्य ही होने चाहिए। यद्यपि उल्टा त्रिभुज शैली केवल हार्ड न्यूज पर ही लागू होती है, ऐसे में यह सॉफ्ट न्यूज, रूपक के गुणों वाले समाचार और कई बार खेलों संबंधी समाचार पर लागू नहीं होती। हार्ड न्यूज उसे कहा जाता है जब कोई आपराधिक या अन्य घटना होती है और उसका सीधा वर्णन समाचार में किया जाता है।

समाचार लेखन की अन्य शैलियां निम्न हैं :

- क्रमानुसार शैली
- विपरीत क्रम शैली
- रुचिकर शैली

इनमें से क्रमानुसार शैली उस समय अपनाई जाती है जब समाचार लेखन में घटना को क्रम के अनुसार लिखना अनिवार्य होता है अर्थात् जिस क्रम से घटना घटित होती है उसी क्रम से उसका वर्णन यदि समाचार में किया जाए तो वह क्रमानुसार शैली कहलाएगी।

इसी तरह विपरीत क्रम शैली वह होगी जिसमें सबसे पहले यह बताया जाता है कि घटना का परिणाम क्या रहा अर्थात् घटना के अंत में क्या हुआ। इसके तुरंत बाद समाचार में पाठक को बताया जाता है कि घटना की शुरुआत कहाँ से हुई थी।

रुचिकर शैली में पाठक की रुचि का ध्यान सबसे अधिक रखा जाता है। इसमें न तो यह महत्वपूर्ण होता कि सबसे पहले क्या हुआ था और न ही घटना का क्रम महत्वपूर्ण होता। इस शैली में यह ध्यान रखा जाता है कि किसी भी तरह पाठक की जिज्ञासा को बनाए रखा जाए ताकि वह पूरा समाचार पढे और अपनी जिज्ञासा शांत करे।

संवाददाता जब अपना समाचार लिखकर उपसंपादक के पास भेजता है तो उपसंपादक उसमें कांट-छांट करता है। पाठक की रुचि व समाचार के महत्व के अनुसार वह एक जैसे छोटे पैराग्राफ को मिलाकर बड़े पैराग्राफ बनाता है जबकि अधिक बड़े पैराग्राफ को तोड़कर छोटे पैराग्राफ बनाता है। इसी तरह ठीक से न लिखे हुए वाक्यों को वह पुनः लिखता है ताकि पाठक को वह समाचार पढ़ने पर न केवल पूरी सूचना मिल जाए बल्कि उसकी रुचि भी बनी रहे।

चूंकि किसी भी समाचार को लिखने वाला रिपोर्टर घटनास्थल पर मौजूद होता है तो वह वहाँ उपस्थित लोगों की बहुत सी बातें सुनता है और बहुत कुछ देखता है। इसी कारण जब वे समाचार लिखते हैं तो उनके समाचारों में आवश्यकता से अधिक विवरण दिया होता है। यह न केवल अनावश्यक होता है बल्कि पाठक को गुमराह करने व उसे समझ न आने वाला होता है।

इस तरह के समाचार पर नजर रखने के लिए ही उपसंपादक की तैनाती की जाती है। वह न केवल समाचार को जांचता है बल्कि वह समाचार पढ़ने के बाद सरलता से पाठक की जिज्ञासा शांत हो जाए इसके लिए वह गुमराह करने वाले और समझ न आने वाले वाक्यों को

हठ देता है और प्रत्येक तथ्य को स्पष्ट कर देता है। इसके अलावा विरोधाभासी, अशोभनीय और विवादास्पद बातें, तथ्य एवं आंकड़े वह समाचार से काट देता है ताकि समाचार पत्र की विश्वसनीयता एवं निष्पक्षता पर कोई आंच न आए।

7.2.5 आलेखों का संपादन :

समाचार आमतौर पर पाठक को सीधी सूचना देते हैं। वे घटना पर ही आधारित होते हैं और उसी के बारे में जानकारी देते हैं। ये बिल्कुल सीधे-सपाट तरीके से लिखे जाते हैं। दूसरी ओर कोई रूपक (फीचर) व्यक्ति की भावनाओं को आकर्षित एवं प्रभावित करता है। इसमें सभी तरह के विषय शामिल किए जाते हैं और यह इस तरीके से लिखा जाता है कि पाठक को पढ़ने में मजा आए। एक रूपक में प्रयास किया जाता है वह सूचना देने के साथ-साथ पाठक का मनोरंजन भी करे। इसी तरह संपादकीय पेज पर प्रकाशित संपादकीय लेख समाचार पत्र की नीतियों के बारे में जानकारी देते हैं जबकि आलेख उनके लेखकों की व्यक्तिगत सोच को दर्शाते हैं।

संपादकीय की तरह आलेख भी किसी विषय पर विश्लेषण करते हैं और उनकी व्याख्या करते हैं। इसमें तर्क और वितर्क के आधार पर कोई बात लिखी जाती है। किसी आलेख में किसी भी घटना या विषय की जड़ तक पहुंचा जाता है और उसके बाद उससे संबंधित सारी घटनाओं को जिक उसमें किया जाता है जो पूर्व में घटित हो चुकी होती हैं। इसके बाद वर्तमान स्थिति की व्याख्या की जाती है और आलेख के अंत तक आते-आते उस घटना के भविष्य पर पड़ने वाले प्रभाव का आकलन भी किया जाता है।

लेकिन यहां यह गौर करने वाला तथ्य है कि यह आवश्यक नहीं कि सारे आलेख इसी भूतकाल-वर्तमान काल और भविष्यकाल की लीक पर ही लिखे जाएं। कोई भी आलेख भविष्य में उस घटना के प्रभाव की संभावना या आशंका को जाहिर करते हुए शुरू किया जा सकता है और उसके बाद उसमें भूतकाल एवं वर्तमान काल का वर्णन भी दिया जा सकता है। इसके अलावा यह वर्तमान काल से भी लिखना शुरू किया जा सकता है और उसके बाद यह भूतकाल में जा सकता है तथा भविष्य की आशंका और संभावना दर्शा सकता है। साथ ही यह भी आवश्यक नहीं है कि प्रत्येक आलेख में भूतकाल का वर्णन हो या भविष्य के प्रभाव को लेकर

कोई भविष्यवाणी की जाए। आलेख लिखने का मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित होता है :

- वर्तमान का विश्लेषण करना
- एक चलन की व्याख्या करना
- किसी विषय पर महत्वपूर्ण सूचना देना
- भविष्य के संदर्भ में आशंका या संभावना का अनुमान लगाना
- एक विचारधारा को स्थापित या प्रस्तुत करना।

आलेख में हमेशा मुखिया का ध्यान आकर्षित करने का प्रयास किया जाता है। आलेख लिखने वाले किसी भी स्थिति या घटना का विश्लेषण करते हैं और उसी के आधार पर उसकी व्याख्या करते हैं। वे इस दौरान निष्पक्ष रहने का प्रयास करते हैं और कारण-प्रभाव का संबंध स्थापित करने का प्रयास करते हैं। इस तरह के आलेखों में किसी तरह के हास्य या अफवाहों का स्थान नहीं होता। न ही किसी आलेख में लोगों की भावनाओं को भड़काने या आकर्षित करने का प्रयास किया जाता। इसी कारण आलेख हमेशा गंभीर और स्पष्ट होते हैं। उनमें दिए गए आंकड़ों से भी कोई छेड़खानी नहीं की जा सकती और न ही उस विचारधारा से छेड़छाड़ की जा सकती जिसे स्थापित करने का प्रयास उस आलेख में किया गया हो।

इस तरह आलेख गंभीर प्रवृत्ति के होते हैं और उन्हें संपादित करने के लिए उपसंपादक का भी गंभीर होना अनिवार्य होता है। आलेखों के संपादन के दौरान निरंतरता, संक्षिप्तता, पूर्णता और स्थिरता की आवश्यकता होती है। ये सारे गुण होने पर ही किसी आलेख को संपूर्ण एवं सटीक आलेख कहा जा सकता है। जैसे किसी समाचार में 6 सवालों क्या, क्यों, कब, कहां, कैसे और कौन के जवाब होने चाहिए उसी प्रकार पहले बताए गए सारे गुण आलेख में होने चाहिए। इन सभी गुणों की आवश्यकता समाचारों में भी पड़ती है और संपादकीय लेखों के लिए भी ये अनिवार्य माने जाते हैं। इसके अलावा एक और गुण आलेखों के लिए अति महत्वपूर्ण है और वह गुण है - विश्वसनीयता। यही कारण है कि अधिकतर आलेख प्रसिद्ध लेखकों और विषय विशेषज्ञों द्वारा ही लिखे जाते हैं। यदि लेखक की विश्वसनीयता नहीं होगी तो लेख की

भी नहीं होगी।

आलेखों का संपादन करने वाले सबसे पहले यह जांचते हैं कि आलेख में कही गई बात को साबित करने के लिए क्या सभी आवश्यक आंकड़े आलेख में दिए गए हैं या नहीं। संबंधित आंकड़े होने पर ही कोई आलेख ठोस एवं संपूर्ण बनता है। आलेख हमेशा ऐसा होना चाहिए जिस पर सहजता से विश्वास किया जा सके। आलेखों का संपादन करने वाला व्यक्ति यह सुनिश्चित करता है कि किसी भी आलेख में जल्दत के अनुसार आंकड़े, उनके योतों की विश्वसनीयता, विश्वास के योग्य शोध, वास्तविक कथन उसमें दिए गए हैं या नहीं। यही सारे तत्व हैं जो किसी भी आलेख को विश्वसनीय बनाते हैं।

आलेखों का संपादन करने वाला व्यक्ति यह भी देखता है कि आलेख की शुरुआत सही है या नहीं अर्थात उसकी लीड या इंट्रो सही तरीके से लिखी गई है या नहीं। इसी तरह वह उसकी बॉडी और अंत पर भी नजर रखता है कि वे सही ढंग से लिखे गए हैं या नहीं। बॉडी में संबंधित विषय या घटना का पूर्ण विस्तार होना चाहिए और अंत में उसका उपयुक्त निष्कर्ष निकलना चाहिए।

किसी भी आलेख को लिखने के लिए निम्न शैली प्रयोग की जा सकती हैं :

- क्रमानुसार शैली (भूतकाल-वर्तमान काल और भविष्यकाल का आकलन)
- विपरीत क्रम शैली (भविष्यकाल-वर्तमान काल और भूतकाल)
- फ्लैशबैक या पृष्ठभूमि वर्णन शैली

आलेख संपादक को यह देखना होता है कि वह आलेख किस शैली में लिखा गया है। जिस शैली वह लिखा गया है क्या आलेख की बॉडी में उसी के अनुसार विस्तार, आंकड़े, दावे और प्रतिदावे दिए गए हैं या नहीं ताकि आलेख की विचारधारा को प्रस्तुत एवं प्रोत्साहित किया जा सके। किसी भी आलेख की बॉडी वहां से शुरू होती है जहां से आलेख में दिए गए दांवों की पुष्टि और प्रतिरक्षा में आंकड़े या तथ्य पेश किए जाते हैं और प्रतिदावों को कमजोर साबित करने के लिए उन पर आक्रमण किया जाता है।

7.2.6 फीचर या रूपक संपादन :

रूपक और समाचार की प्रवृत्ति में बहुत अंतर होता है। समाचार जहां पाठ्क को केवल सूचना BMC-112

देने के लिए लिखे जाते हैं वहीं रूपक का उद्देश्य पाठक को जानकारी देने के साथ-साथ उसका मनोरंजन करना भी होता है। एक समाचार को सीधे तरीके से घटना की जानकारी देने के लिए लिखा जाता है जबकि रूपक घटना या विषय के किसी भी बिंदु को लेकर लिखा जा सकता है। बस रूपक में यह ध्यान रखना होता है कि वह पाठक के लिए लचिकर हो। कोई भी समाचार पाठक को घटना के बारे में सूचित करता है जबकि रूपक पाठक की भावनाओं को छूता है। यह पाठकों को न केवल जागरूक करता है बल्कि उस घटना के कारण-प्रभाव के बारे में भी बात करता है।

सभी पाठकों को एक ही तरह का रूपक पसंद आए यह आवश्यक नहीं और सभी रूपकों से एक ही तरह का उद्देश्य हासिल हो यह भी अनिवार्य नहीं है। इसलिए अलग-अलग तरह के रूपक अलग-अलग स्वभाव वाले पाठकों को पढ़ाने के लिए और अलग-अलग परिस्थितियों के मद्देनजर लिखे जाते हैं। लेकिन जब रूपकों के संपादन की बात आती है तो चाहे किसी तरह का रूपक संपादित करना हो, उसके सिद्धांतों में अधिक बदलाव नहीं आता।

इसलिए पहले यह जानना अनिवार्य है कि रूपक कितने तरह के होते हैं और उनके उद्देश्य व लिखने का तरीका क्या होता है। आमतौर पर अधिकतर रूपकों को निम्न में से किसी एक समूह में शामिल किया जा सकता है :

- हैरतअंगेज रूपक
- किसी हस्ती से जुड़े रूपक
- राय बनाने वाले रूपक
- सामयिक रूपक
- परिशिष्ट रूपक
- कला संबंधी रूपक
- इसे कैसे करें बताने वाले रूपक

रूपक संपादक को यह समझना चाहिए कि काफी रूपक ऐसे होते हैं जो समय के साथ परिवर्तित होते रहते हैं। इसका अर्थ है कि पूरा रूपक कुछ भी कहे उसके अंत में एक

राय बनाकर आपको सहमत करने का प्रयास किया जाता है। इसलिए इस तरह के रूपक के संपादन में विशेष सावधानी की जरूरत होती है।

रूपक संपादक यह देखता है कि रूपक की शैली व्यक्तिगत तो नहीं है। रूपक में छिपे तथ्यों को उजागर करके ही रूपक लेखक की छिपी हुई भावनाओं को समझा जा सकता है जिन्हें वह सीधे शब्दों में लिखना नहीं चाहता।

एक रूपक अपने पाठक को उसमें दी गई सूचना और उसके लिखने की शैली से ही प्रभावित कर सकता है। और पाठक को प्रभावित करने के लिए सबसे आसान तरीका है उसकी रूचि के अनुरूप शब्दों का सावधानी से चयन करना। प्रत्येक ऐसे शब्द को प्रयोग करें जो सीधा पाठक को प्रभावित करे और उसकी भावनाओं को जागृत कर सकने के योग्य हो। रूपक संपादक को इन बातों का भी ध्यान रखना होता है। यदि रूपक लेखक ने उपरोक्त शक्तियां अपने रूपक में नहीं डाली हैं तो यह काम रूपक संपादक का हो जाता है।

रूपक लिखने का मुख्य उद्देश्य पाठक को इस योग्य बनाना होता है कि वह चीजों को सही ढंग से पहचान सके और उनमें सही और गलत में अंतर कर सके। जिस घटना या विषय के बारे में रूपक लिखा गया है उसकी पहचान के योग्य यदि पाठक हो जाता है तो समझो रूपक लेखक की मेहनत सफल हो गई। उदाहरण के तौर पर रूपक लेखक पाठक को यह बात सोचने पर मजबूर कर सकता है कि उसे कैसा महसूस होगा यदि दिवाली सिर पर है और वह बहुत गरीब है। इसी तरह लंबे समय से घर से दूर रहे व्यक्ति को अपने घर त्यौहार विशेष पर वापस आने पर कैसा महसूस होगा। इसी तरह की हजारों और बारें व परिस्थितियां हैं जो रूपक लेखक अपने रूपक के माध्यम से पाठक को सोचने पर मजबूर या प्रेरित कर सकता है। रूपक लेखक साथ ही यह भी अपने पाठक को बता सकता है कि किसी प्रसिद्ध व्यक्ति ने उस अवस्था या परिस्थिति में कैसा महसूस किया था। यदि रूपक लेखक इन बातों की ओर ध्यान नहीं देता तो रूपक को इन शक्तियों से शक्तिशाली बनाना रूपक संपादक का काम होता है। रूपक संपादक की यह जिम्मेदारी होती है कि वह रूपक में ऐसे शब्द डाले जो पाठक के मन पर प्रभाव डालें क्योंकि प्रकाशन से पूर्व वही अंतिम व्यक्ति होता है जो रूपक में किसी तरह का सुधार करता है।

रूपक संपादक रूपक में जहां कहीं भी संभावना हो शक्तिशाली शब्दों का प्रयोग करता

है। जहां भावनाओं की बात आती है तो वह मार्मिक शब्दों का प्रयोग करता है और जहां खुशहाली की बात आती है तो वह खुशी से जुड़े शब्दों का प्रयोग करता है। वह शब्दों के माध्यम से पाठक के सामने एक चित्र बना देता है ताकि पाठक को महसूस हो कि वह उपरोक्त परिस्थितियों को बिल्कुल सामने देख रहा है। इस तरह के शब्दों को चित्र शब्द (पिक्चर वर्ड्स) कहा जाता है। उदाहरण के तौर पर यदि हम किसी वाहन के बारे में बात कर रहे हैं और अपने रूपक में लिख रहे हैं - एक वाहन, एक कार या एक चौपहिया वाहन तो यह पाठक को उलझन में डाल देगा क्योंकि वाहनों, कारों और चौपहिया वाहनों की श्रंखला बहुत विस्तृत है और पाठक यह तय नहीं कर पाएगा कि रूपक में किस वाहन की बात हो रही है। इसकी बजाय यदि हम अपने रूपक में एक अच्छी हालत वाली सफेद रंग की एंबेस्डर कार का जिक्र करते हैं तो पाठक के दिगाम में रूपक पढ़ते-पढ़ते ही उसकी तस्वीर बिल्कुल साफ हो जाएगी। यदि रूपक लेखक इस तरह के शब्दों का प्रयोग नहीं करता तो रूपक संपादक का यह काम होता है कि वह रूपक में चित्र शब्दों का प्रयोग अधिक से अधिक करे।

7.4 सारांश :

- समाचार वह है जो नया हो। समाचार उस घटना की रिपोर्ट होती है जो हाल ही में घटित हुई हो। समाचार का काम घटना की पूरी जानकारी देना एवं उसकी व्याख्या करना होता है। जिस घटना की बात समाचार में हो वह आमतौर पर हाल ही में घटित हो, ताजा हो या अभी तक जिसके बारे में किसी को पता न हो।
- अमेरिका के प्रतिष्ठित संपादक जोसेफ पुलित्जर ने एक बार कहा था कि समाचार - वास्तविक, लीक से हटकर, रोमांटिक, उत्तेजित करने वाला, अद्वितीय, जिज्ञासा पैदा करने वाला, हास्य युक्त और ऐसा होना चाहिए जिसके बारे में लोग बातें करें।
- समाचार में कई तरह के तत्व या जानकारियां होती हैं। किसी भी समाचार की महत्वपूर्ण विशेषताएं निम्न होती हैं :
- समय की पाबंदी, संभावना या आशंका, कमबछता, मनुष्य की रुचि और असाधारण घटनाएं जैसे रहस्य, विवाद या दुखद घटनाएं आदि।

- समाचार लेखन के समय यह बात ध्यान में रखनी चाहिए कि हमें पाठक को ऐसी सूचना उपलब्ध करवानी है जो सही हो, उद्देश्ययुक्त हो, निष्पक्ष हो, संतुलित हो, जिसके आंकडे या तथ्य सही हों, संक्षिप्त हो और सबसे महत्वपूर्ण बात कि वह बिंदु-दर-बिंदु बात करे अर्थात् वह अपने उद्देश्य एवं मार्ग से भटके नहीं। उपरोक्त गुण किसी भी समाचार में तभी आ सकते हैं जबकि समाचार लेखक व उपसंपादक उसके संबंध में कठोर परिश्रम करें, समर्पित होकर कार्य करें, उसको समझने का प्रयास करें, अपनी व समाचार पत्र की प्रतिष्ठा बनाए रखने का प्रयास करें और सबसे महत्वपूर्ण बात यह कि वे लगातार मेहनत करें। इसमें यह भी शामिल होता है कि संबंधित प्रश्न किए जाएं, उनको जांच जाए, पुनः जांच की जाए, आंकडे विरोधाभासी न हों और किसी दूसरे से भी उनकी जांच करवाई जाए। इसके लिए समाचार लेखक व उपसंपादक में यह योग्यता व शक्ति होनी चाहिए कि वे एकत्रित की गई सूचना को निष्पक्ष एवं बिना भेदभाव के प्रस्तुत कर सकें।
- आमतौर पर कहा जाता है कि समाचार वह है जो पाठक को छह सवालों के जवाब दे दे। ये सवाल हैं- वास्तव में घटना क्या हुई है? घटना वास्तव में कहां घटित हुई है? घटना में कौन-कौन शामिल हैं या कौन-कौन प्रभावित हुए हैं? घटना वास्तव में कब घटित हुई? घटना घटने के कारण क्या थे अर्थात् घटना क्यों घटित हुई और घटना किस प्रकार या कैसे घटित हुई? इनको हिन्दी में छह ककार कहा जाता है जबकि अंग्रेजी में 5 डब्ल्यू और 1 एच कहा जाता है। यदि इनका उत्तर दिया गया है तो वह समाचार संपूर्ण होगा।
- वर्तमान में समाचार लेखन के लिए जो शैली अधिक प्रयोग में लाई जाती है वह है - उल्टा त्रिभुज शैली या इनवर्टिड पिरामिड स्टाइल। समाचार लेखन की उल्टा त्रिभुज शैली का अर्थ है कि समाचार में सबसे महत्वपूर्ण बिंदु या सूचना सबसे पहले लिखी जाएगी। समाचार के इसी भाग को लीड के नाम से जाना जाता है। इसके बाद महत्व के अनुसार समाचार के अन्य तत्व लिखे जाएंगे। लीड को ही इंट्रो या इंट्रोडक्शन भी कहा जाता है क्योंकि यह खबर के बारे में प्राथमिक सूचना पाठक को देती है। हालांकि साल-दर-साल समाचार लेखन की शैली, तकनीक और डिजाइन में बदलाव आ रहे हैं, लेकिन वर्षों बाद भी अधिकतर समाचार उल्टा त्रिभुज शैली, तकनीक और डिजाइन में लिखे जाते हैं। इसका अर्थ है कि लीड के बाद दूसरा सबसे महत्वपूर्ण तथ्य लिखा जाना चाहिए, उसके बाद तीसरा और उसके बाद

चौथा। समाचार के अंत तक महत्व के अनुसार यह कम जारी रहना चाहिए। आमतौर पर समाचार छोटे-छोटे वाक्यों में लिखा जाता है। प्रत्येक वाक्य में दो दर्जन से अधिक शब्द नहीं होने चाहिए और प्रत्येक पैराग्राफ में दो से तीन वाक्य ही होने चाहिए।

- लीड कई तरह की हो सकती है। नाम वाली लीड : जब लीड में वह व्यक्ति महत्वपूर्ण हो जिसके बारे में समाचार है तो वह नाम वाली लीड कहलाती है। प्रश्न लीड : जब लीड में किसी व्यवस्था आदि के बारे में प्रश्न उठाए जाएं तो वह प्रश्न लीड कहलाती है। जब किसी के द्वारा उठाए गए प्रश्न को लीड में रखा जाए तो वह भी प्रश्न लीड कहलाएगी। शॉर्ट लीड : जब किसी लीड में तीन या चार शब्दों में पूरी खबर का निचोड़ दे दिया जाए तो वह शॉर्ट लीड कहलाती है। नकारात्मक लीड : जब किसी बारे में नकारात्मक विचारों को लेकर लीड बनाई जाए तो वह नकारात्मक लीड कहलाती है। रुचिकर लीड : इस तरह की लीड में समाचार का कोई बिंदु महत्वपूर्ण नहीं होता और केवल पाठक की रुचि जगाने के लिए लीड लिखी जाती है। इस तरह की लीड को फीचर लीड भी कहा जाता है। मुद्दा युक्त लीड : इस तरह की लीड में किसी मुद्दे को प्रमुखता से उठाया जाता है। इसमें यह महत्वपूर्ण नहीं होता कि मुद्दा उठाने वाला व्यक्ति कौन है, बल्कि यह महत्वपूर्ण होता है कि मुद्दा क्या उठाया गया है। कथन युक्त लीड : जब किसी समाचार की लीड में किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति द्वारा कही गई बात को प्रमुखता से प्रयोग किया जाए तो वह कथन युक्त लीड कहलाती है। इस तरह की लीड आमतौर पर बड़े नेताओं के भाषण से शुरू होती है। मिश्रित लीड : इस तरह की लीड में किसी एक मुद्दे पर जोर नहीं होता बल्कि एक से ज्यादा मुद्दों को इसमें शामिल किया जाता है। इसके अलावा लीड के कुछ अन्य प्रकार भी हैं जैसे : वर्णनात्मक लीड, हास्य युक्त लीड, कहावत युक्त लीड, कमवार लीड आदि।
- उपशीर्षक आमतौर पर शीर्षक के सहायक के रूप में काम करते हैं। लेकिन यह विशेष ध्यान रखने की बात है कि उपशीर्षक का प्रयोग तभी किया जाता है जब उसकी जरूरत हो। अब इस बात का पता कैसे चले कि उपशीर्षक की जरूरत है या नहीं। इसके लिए सामान्य नियम यह है कि यदि समाचार की पूरी बात शीर्षक नहीं बता पा रहा तो वहां उपशीर्षक की आवश्यकता होती है। जैसा कि नाम से ही पता चलता है उपशीर्षक शीर्षक के

सहायक की भूमिका अदा करते हैं।

7.5 प्रमुख बिन्दु :

समाचार : समाचार वह है जो नया हो। समाचार उस घटना की रिपोर्ट होती है जो हाल ही में घटित हुई हो। जिस घटना की बात समाचार में हो वह आमतौर पर हाल ही में घटित हो, ताजा हो या अभी तक जिसके बारे में किसी को पता न हो। समाचार का काम घटना की पूरी जानकारी देना एवं उसकी व्याख्या करना होता है।

समाचार के तत्व : किसी भी समाचार की महत्वपूर्ण विशेषताएं निम्न होती हैं : समय की पाबंदी, संभावना या आशंका, कमबद्धता, मनुष्य की रुचि और असाधारण घटनाएं जैसे रहस्य, विवाद या दुखद घटनाएं आदि। इसके अलावा समाचार वास्तविक, लीक से हटकर, रोमांटिक, उत्तेजित करने वाला, अद्वितीय, जिज्ञासा पैदा करने वाला, हास्य युक्त और ऐसा होना चाहिए जिसके बारे में लोग बातें करें।

समाचार का ढांचा : समाचार का ढांचा उल्टा त्रिभुज शैली या इनवर्टिड पिरामिड स्टाइल में होता है। समाचार लेखन की उल्टा त्रिभुज शैली का अर्थ है कि समाचार में सबसे महत्वपूर्ण बिंदु या सूचना सबसे पहले लिखी जाएगी। समाचार के इसी भाग को लीड के नाम से जाना जाता है। इसके बाद महत्व के अनुसार समाचार के अन्य तत्व लिखे जाएंगे। लीड को ही इंट्रो या इंट्रोडक्शन भी कहा जाता है क्योंकि यह खबर के बारे में प्राथमिक सूचना पाठक को देती है। इस शैली का अर्थ है कि लीड के बाद दूसरा सबसे महत्वपूर्ण तथ्य लिखा जाना चाहिए, उसके बाद तीसरा और उसके बाद चौथा। समाचार के अंत तक महत्व के अनुसार यह क्रम जारी रहना चाहिए। आमतौर पर समाचार छोटे-छोटे वाक्यों में लिखा जाता है। प्रत्येक वाक्य में दो दर्जन से अधिक शब्द नहीं होने चाहिए और प्रत्येक पैराग्राफ में दो से तीन वाक्य ही होने चाहिए।

नाम वाली लीड : जब लीड में वह व्यक्ति महत्वपूर्ण हो जिसके बारे में समाचार है तो वह नाम वाली लीड कहलाती है। उदाहरण के तौर पर जब किसी समाचार की शुरुआत इस बात से की जाए कि फलां कार्यक्रम में सचिन तेंदुलकर, अमिताभ बच्चन या अटल बिहारी वाजपेयी ने

शिरकत की। ऐसे में उस कार्यक्रम से महत्वपूर्ण उसमें भाग लेने वाला व्यक्ति हो गया और इसी कारण उसका नाम लीड में डाला गया।

प्रश्न लीड : जब लीड में किसी व्यवस्था आदि के बारे में प्रश्न उठाए जाएं तो वह प्रश्न लीड कहलाती है। जब किसी के द्वारा उठाए गए प्रश्न को लीड में रखा जाए तो वह भी प्रश्न लीड कहलाएगी। उदाहरण के तौर पर :

‘दिल्ली में सड़कों की खराब हालत के लिए जिम्मेदार कौन?’

शॉर्ट लीड : जब किसी लीड में तीन या चार शब्दों में पूरी खबर का निचोड़ दे दिया जाए तो वह शॉर्ट लीड कहलाती है। उदाहरण के तौर पर
‘जवाहरलाल नेहरू नहीं रहे’

नकारात्मक लीड : जब किसी बारे में नकारात्मक विचारों को लेकर लीड बनाई जाए तो वह नकारात्मक लीड कहलाती है। उदाहरण के तौर पर : वीरगांधी को हुई रेल दुर्घटना में किसी यात्री के जिंदा बचने की कोई संभावना नहीं है।

रुचिकर लीड : इस तरह की लीड में समाचार का कोई बिंदु महत्वपूर्ण नहीं होता और केवल पाठक की रुचि जगाने के लिए लीड लिखी जाती है। इस तरह की लीड को फीचर लीड भी कहा जाता है।

मुद्दा युक्त लीड : इस तरह की लीड में किसी मुद्दे को प्रमुखता से उठाया जाता है। इसमें यह महत्वपूर्ण नहीं होता कि मुद्दा उठाने वाला व्यक्ति कौन है, बल्कि यह महत्वपूर्ण होता है कि मुद्दा क्या उठाया गया है।

कथन युक्त लीड : जब किसी समाचार की लीड में किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति द्वारा कही गई बात को प्रमुखता से प्रयोग किया जाए तो वह कथन युक्त लीड कहलाती है। इस तरह की लीड आमतौर पर बड़े नेताओं के भाषण से शुरू होती है।

मिश्रित लीड : इस तरह की लीड में किसी एक मुद्दे पर जोर नहीं होता बल्कि एक से ज्यादा मुद्दों को इसमें शामिल किया जाता है। उदाहरण के तौर पर : सरकार के नौकरों द्वारा सीधी नीयत से काम करने की बात पर उस समय सवालिया निशान लग जाता है जब अधूरे कामों की सूची पर नजर ढौड़ाई जाती है।

इस लीड में दो तरह के मुद्दे उठाए गए हैं। पहला मुद्दा है - सरकारी नौकरों की सीधी नीयत से काम करने की बात और दूसरा मुद्दा है - अधूरे पड़े सरकारी काम।

उपशीर्षक : उपशीर्षक आमतौर पर शीर्षक के सहायक के रूप में काम करते हैं। लेकिन यह विशेष ध्यान रखने की बात है कि उपशीर्षक का प्रयोग तभी किया जाता है जब उसकी जरूरत हो। अब इस बात का पता कैसे चले कि उपशीर्षक की जरूरत है या नहीं। इसके लिए सामान्य नियम यह है कि यदि समाचार की पूरी बात शीर्षक नहीं बता पा रहा तो वहां उपशीर्षक की आवश्यकता होती है। जैसा कि नाम से ही पता चलता है उपशीर्षक शीर्षक के सहायक की भूमिका अदा करते हैं।

समाचार लेखन की शैलियाँ : **क्रमानुसार शैली :** यह शैली उस समय अपनाई जाती है जब समाचार लेखन में घटना को क्रम के अनुसार लिखना अनिवार्य होता है अर्थात् जिस क्रम से घटना घटित होती है उसी क्रम से उसका वर्णन यदि समाचार में किया जाए तो वह क्रमानुसार शैली कहलाएगी।

विपरीत क्रम शैली : जिस शैली में सबसे पहले यह बताया जाता है कि घटना का परिणाम क्या रहा अर्थात् घटना के अंत में क्या हुआ। इसके तुरंत बाद समाचार में पाठक को बताया जाता है कि घटना की शुरुआत कहां से हुई थी।

रुचिकर शैली : इसमें पाठक की रुचि का ध्यान सबसे अधिक रखा जाता है। इसमें न तो यह महत्वपूर्ण होता कि सबसे पहले क्या हुआ था और न ही घटना का क्रम महत्वपूर्ण होता। इस

शैली में यह ध्यान रखा जाता है कि किसी भी तरह पाठक की जिज्ञासा को बनाए रखा जाए ताकि वह पूरा समाचार पढे और अपनी जिज्ञासा शांत करे।

- **स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्न :**

- समाचारों में उपशीर्षकों की भूमिका के विषय में चर्चा करें।
- एक शीर्षक पाठक को आकर्षित करने के साथ-साथ सूचना देने का कार्य भी करता है। चर्चा कीजिए।
- समाचार का शरीर या बॉडी का महत्व समझाइये।
- आलेख संपादन का कार्य करते समय किन-किन बातों का ध्यान रखना आवश्यक है ?
- फीचर संपादन के लिए संपादक या उपसंपादक की योग्यताओं पर चर्चा करें।

- **संदर्भित पुस्तकें :**

- एडिटिंग ; टीजेएस जॉर्ज
- प्रोफेशनल जर्नलिस्ट ; जॉन होहेनबर्ग
- हैंडबुक ऑफ एडिटिंग ; एसके अग्रवाल
- प्रोफेशनल जर्नलिज्म ; एमवी कामथ
- एडिटिंग टेक्निक्स ; एस कुन्डा

बी.ए. मास कम्युनिकेशन तृतीय वर्ष बीएमसी 112
खण्ड 1 ईकाई 1 पाठ 8

पृष्ठनिर्माण या पेजमेकिंग

लेखक: श्री महेश कुमार

सहायक सम्पादक, दैनिक भास्कर, चण्डीगढ़।

वैटर: श्री मिहिर रंजन पात्र

वरिष्ठ व्याख्याता, संचार प्रबन्धन व तकनीकी विभाग, गुरु जम्भेश्वर विज्ञान प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिसार।

अध्याय संरचना:

8.0 उद्देश्य

8.1 परिचय

8.2 विषय वस्तु की प्रस्तुति

8.2.1 समाचार-पत्र पृष्ठ सज्जा - एक परिचय

8.2.2 समाचार-पत्र की पृष्ठ सज्जा के आधारभूत सिद्धांत

8.2.3 समाचार-पत्र के विभिन्न पृष्ठों की सज्जा

8.2.4 पत्रिका की पृष्ठ सज्जा

8.2.5 स्टाईल शीट

8.3 सारांश

- 8.4 सूचक शब्द
- 8.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्न
- 8.6 संदर्भित पुस्तकें

8.0 उद्देश्य :

वर्तमान में समाचार पत्र और पत्रिकाओं की पृष्ठ सज्जा बहुत बेहतरीन होती है और उन्हें बहुत अच्छी तरह पैकेज किया जाता है। पाठकों की तेजी से बदलती रुचियों और नई-नई तकनीक उपलब्ध होने के कारण वर्तमान में समाचार पत्र व पत्रिकाओं में पृष्ठ सज्जा या पेज ले-आउट इतना ही महत्वपूर्ण हो गया है जितना महत्वपूर्ण इन मुद्रित जनसंचार माध्यमों की निर्माण सामग्री अर्थात् समाचार, लेख, रूपक एवं चित्र होते हैं। इस अध्याय के उद्देश्य इस प्रकार हैं :

- समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा के सिद्धांत, अवधारणा एवं प्रक्रिया समझना।
- पृष्ठ सज्जा की आधारभूत बातों का ज्ञान हासिल करना।
- समाचार पत्र के विभिन्न पृष्ठों की विभिन्न तरीके से सज्जा करना की जानकारी लेना।
- पत्रिका के पेजों की सज्जा के सिद्धांत, अवधारणा एवं प्रक्रिया को समझना।
- स्टाइल-शीट की अवधारणा के बारे में समझना।

8.1 परिचय :

समाचार पत्र विभिन्न समाचारों, रूपक, लेख, संपादकीय, चित्रों तथा अन्य तत्वों के मिश्रण से बना होता है। यदि इन्हीं तत्वों को बेतुके ढंग से लिखकर प्रकाशित कर दिया जाए तो यह पाठक के लिए न केवल समझना मुश्किल हो जाएगा, बल्कि अर्थ

का अनर्थ भी हो जाएगा। दूसरी ओर यदि इसे सही तरीके से समायोजित कर प्रकाशित किया जाए तो यह न केवल आकर्षक हो जाएगा, बल्कि उसका संदेश भी पाठक तक वैसा ही पहुंचेगा जैसा हम चाहते हैं। इसलिए समाचार पत्र में सभी तत्वों को आकर्षक एवं पढ़ने में आसान तरीके से समायोजित करना जरूरी है। समाचार, रूपक, लेख, संपादकीय, चित्र तथा पाठकों के पत्र आदि को सही ढंग से पृष्ठों पर स्थान देने की प्रक्रिया को समाचार पत्र की पृष्ठा सज्जा या पेज डिजाइन या पेज ले-आउट कहा जाता है। समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा के मुख्य उद्देश्य निम्न होते हैं :

- समाचार पत्र पृष्ठ सज्जा का पहला मुख्य उद्देश्य समाचारों व अन्य सामग्री को कमानुसार, महत्व के अनुसार तथा पाठक की लंबित के अनुसार आकर्षक रूप देना होगा।
- पृष्ठ सज्जा का दूसरा मुख्य उद्देश्य समाचार पत्र को समाचारों व अन्य सामग्री को आकर्षक रूप में प्रकाशित कर अलग पहचान देना होता है।
- यदि समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा सही ढंग से की गई है तो यह पाठक को अखबार पढ़ने के लिए प्रोत्साहित करती है। इसका मुख्य कारण यह है कि समाचार पत्र जनसंचार के अन्य ऐसे माध्यमों से टक्कर लेता है जो दृश्य-श्रव्य होने के कारण दर्शक-श्रोता को अधिक आकर्षित करते हैं।

आज के समाचार पत्र पिछले कुछ वर्षों में कई परिवर्तनों के दौर से गुजर चुके हैं। वर्तमान के समाचार पत्रों में पहले की अपेक्षा कम और अधिक चौड़े कॉलम होते हैं। आज के अखबारों में पहले पन्जे पर ही संक्षिप्त में यह बता दिया जाता है कि अंदर के पन्जों पर कौन सी विशेष सामग्री प्रकाशित की गई है। समाचार पत्रों में अब पहले की अपेक्षा अधिक और सुन्दर चित्र होते हैं। इसके अलावा अब लगभग

सभी समाचार पत्रों में पहले की तुलना में अधिक रंगों का प्रयोग किया जाता है। वर्तमान के अधिकतर समाचार पत्रों में पहले पन्जे पर शब्द कम और दृश्य सामग्री अधिक प्रयोग की जाती है। आज लगभग सभी समाचार पत्र और पत्रिकाएं दृश्य और पठनीय सामग्री का इस तरह से प्रयोग करने के प्रयास में रहती हैं कि उनमें उचित संतुलन बना रहे और पाठक को किसी समाचार या लेख आदि को पढ़ने या समझने में किसी तरह की कोई दिक्कत न हो। इसी कारण शब्दों के साथ-साथ चित्रों, ग्राफिक्स व अन्य दृश्य सामग्री का वर्तमान में अधिक प्रयोग किया जाने लगा है।

वर्तमान के छवि प्रधान समय में हर व्यक्ति अपनी अलग पहचान बनाने के लिए प्रयासरत रहता है। यही हाल समाचार पत्रों व पत्रिकाओं के क्षेत्र में है। गला काट प्रतिरक्षित के कारण समाचार पत्रों व पत्रिकाओं के सामने अधिक चुनौतियां होती हैं, क्योंकि उनकी प्रतिरक्षित न केवल दूसरे समाचार पत्रों व पत्रिकाओं से होती है बल्कि उन्हें ऐडियो, टेलीविजन तथा इंटरनेट आदि से भी मुकाबला करना पड़ता है। इस कारण यह और भी जल्दी हो जाता है कि समाचार पत्रों में पठनीय व दृश्य सामग्री का उचित तालमेल ऐसा हो कि अधिक से अधिक पाठकों को आकर्षित किया जा सके।

वास्तव में प्रतिरक्षित व समय की मांग के कारण समाचार पत्रों में अधिकतर बदलाव आकार, सज्जा, उपलब्ध स्थान का सही विभाजन तथा ग्राफिक्स के क्षेत्र में आया है। समाचार पत्र में काम करने वाले सभी कर्मचारियों का एक ही प्रयास रहता है कि वे किसी भी तरह पाठक को ऐसा अखबार दें जो पहली नजर में ही उसे भा जाए।

8.2 विषय वस्तु का प्रस्तुतिकरण :

समाचार पत्र के पाठकों की रुचि में तेजी से बदलाव हो रहे हैं। अब विरला ही कोई पाठक बचा होगा जो किसी अखबार के पहले पन्ने की पहली पंक्ति से आखिरी पन्ने की अंतिम पंक्ति तक पूरा अखबार पढ़ता हो। अधिकतर पाठकों के पास आज इतना समय ही नहीं होता कि वे अखबार के पहले पन्ने से आखिरी पन्ने तक समाचार पढ़ें।

अब पाठकों के पास समय की कमी होती जा रही है जबकि समाचार पत्रों के पन्नों की संख्या बढ़ती जा रही है। पाठक हर महत्वपूर्ण समाचार का केवल निचोड़ जानना चाहते हैं। इसी कारण एकतरफा पठन अर्थात् पहले पन्ने से आखिरी पन्ने तक समाचार पत्र पढ़ना तथा योजनाबद्ध पठन का जमाना जा चुका है। अब कोई पाठक यह निर्धारित कर समाचार पत्र नहीं पढ़ता कि पहले वह राजनीतिक खबरें पढ़ेगा, उसके बाद खेल पेज, उसके बाद संपादकीय पन्ना और बाद में अन्य पन्ने। अब तो वह केवल एक नजर में ही सारे अखबार का निचोड़ जान लेना चाहता है। आज का पाठक समाचार पत्र को उसी तरह पढ़ता है जिस तरह वह टेलीविजन देखता है। जिस प्रकार वे टेलीविजन पर उस समय तक चैनल बदलते रहते हैं जब तक कि उनका मनपसंद कार्यक्रम नजर नहीं आ जाता, उसी प्रकार आधुनिक पाठक तब तक अखबार के पन्ने पलटता जाता है जब तक कि उसकी नजर किसी ऐसी खबर पर नहीं पड़ जाती जो उसके काम की या उसकी रुचि की है। पाठकों की रुचि में आए इस बदलाव के कारण ही समीक्षक यह कहने को मजबूर हो गए हैं कि अब हमारे पास पाठक नहीं बचे, बल्कि केवल स्कैनर हैं जो एक नजर में ही पूरे अखबार के पन्नों को स्कैन करना चाहते हैं।

समाचार पत्रों में दिन-प्रतिदिन बढ़ रही प्रतियोगिता विशेषकर मूल्य में कटौती आदि की प्रतियोगिता और टेलीविजन तथा पत्रिकाओं द्वारा समाचार पत्रों के पाठकों को अपनी ओर आकर्षित करने के प्रयासों के कारण समाचार पत्र भी खुद को पाठक

की रुचि के अनुरूप ढालते जा रहे हैं। वे अपने पाठकों को बेहतरीन सज्जा व पेज मेकअप के जरिये अच्छी से अच्छी सेवा देकर उन्हें जोड़े रखना चाहते हैं। समाचार पत्रों के इन सभी प्रयासों का विस्तृत अध्ययन हम इस अध्याय में करेंगे। अध्याय की सामग्री निम्न अनुरूप संकलित की गई है :

- समाचार पत्र पृष्ठ सज्जा : एक परिचय
- पृष्ठ सज्जा के आधारभूत सिद्धांत
- समाचार पत्र के अलग-अलग पृष्ठों की सज्जा
- पत्रिका की पृष्ठ सज्जा
- स्टाइल शीट

8.2.1 समाचार पत्र पृष्ठ सज्जा : एक परिचय :

सभी समाचार पत्र उसमें प्रकाशित होने वाली सामग्री के प्रति विशेष रूप से सजग होते हैं। वे अपनी संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित होने वाली सामग्री तथा अन्य पाठ्य व दृश्य सामग्री के आकर्षक ढंग से प्रस्तुतिकरण को लेकर भी जागरूक होते हैं। ऐसा इसलिए होता है कि प्रत्येक समाचार पत्र की अलग पहचान बनाने की कोशिश रहती है। पाठ्य व दृश्य सामग्री को आकर्षक एवं उचित ढंग से किसी समाचार पत्र में समाचार देने की कला ही पृष्ठ सज्जा कहलाती है।

पृष्ठ सज्जा का मुख्य उद्देश्य प्रस्तुतिकरण और क्रमबद्धता के जरिये हर पृष्ठ को उचित रूप देना और उसकी सही मार्केटिंग करना होता है। यह एक तरह से पाठ्य एवं दृश्य सामग्री के माध्यम से किए जाने वाले संचार में अतिरिक्त योग होता है। उदाहरण के तौर पर यदि अंदर के किसी पन्जे पर कोई महत्वपूर्ण समाचार, लेख, रूपक आदि प्रकाशित हो रहे हों तो पहले पन्जे पर उसे संक्षिप्त रूप से प्रस्तुत करना लगभग सभी बड़े अखबारों की नीतियों में शामिल हो गया है। समाचार पत्र

के समाचारों और दृश्य सामग्री को इस तरह से सजाया जाता है कि वे उन शब्दों और चित्रों में छपे संदेश को तो प्रसारित करें ही, साथ ही उनकी सीमाओं से बढ़कर पाठक तक उनका अर्थ पहुंचाने का काम भी करें।

पृष्ठ सज्जा या डिजाइन कई समाचार पत्रों को गंभीर या अन्य तरह की छवि प्रदान करते हैं। कई समाचार पत्रों का यदि क्लासिक लुक होता है तो उसके पीछे भी पृष्ठ सज्जा या डिजाइन ही मुख्य कारण होता है। इन्हीं के कारण कई समाचार पत्र आधुनिक नजर आते हैं तो कई रुद्धिवादी दिखाई देते हैं। कुछ समाचार पत्रों की पृष्ठ सज्जा या डिजाइन ऐसा होता है कि वह बुजुर्गों को पसंद आता है तो वहीं कुछ अन्य समाचार पत्र अपना डिजाइन या पेज मेकअप इस तरह से करते हैं कि वह युवा वर्ग के दिलों में उतर जाता है। इसके अलावा कई अन्य समाचार पत्र खुद को इस तरह के ढांचे में ढाल लेते हैं कि वे शैक्षणिक गतिविधियों से जुड़े पाठकों में लोकप्रिय हो जाते हैं। क्लासिक या रुद्धिवादी, आधुनिक या आकामक, युवा वर्ग का लोकप्रिय या बुजुर्गों का लोकप्रिय, बच्चों को पसंद या बुजुर्गों के लिए टाइम पास का साधन, समाचार पत्रों की ये सभी छवियां केवल उनकी पृष्ठ सज्जा एवं डिजाइन से ही बनाई जा सकती हैं।

पृष्ठ सज्जा पर लागू होने वाले सज्जा के सिद्धांत :

समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा करना ग्राफिक आर्ट का ही एक भाग है। यह ग्राफिक आर्ट के कई तरह के सिद्धांतों के अनुरूप कार्य करता है जिनमें मुख्य रूप से संतुलन, भिन्नता, अनुपात और एकरूपता आदि शामिल हैं।

संतुलन : संतुलन का अर्थ होता है जब कोई पक्ष दूसरे पर भारी न पड़ता हो

अर्थात् सभी पक्षों को उचित स्थान एवं महत्व दिया गया हो। यह समाचार पत्र की

पृष्ठ सज्जा के दौरान मुख्य रूप से दृश्य से संबंधित होता है। उदाहरण के तौर पर समाचारों एवं चित्रों को उचित स्थान देना। समाचार पत्र में संतुलन का मतलब होता है कि उसका कोई भी पन्ना इस तरह से डिजाइन नहीं होना चाहिए कि उसका ऊपरी भाग, नीचे का भाग या दाएं-बाएं का भाग अन्य पर भारी नजर आए। इसका अर्थ यह हुआ कि पृष्ठ सज्जा तभी सही मानी जाएगी जब उसका एक भाग अधिक भारी और दूसरा भाग अधिक हल्का न हो। यदि किसी पन्ने का एक भाग भारी नजर आ रहा है और दूसरा हल्का या खाली-खाली सा दिखाई दे रहा हो तो उसे आदर्श पृष्ठ सज्जा नहीं माना जा सकता है। समाचार पत्र के किसी पन्ने के किसी भाग को भारी या हल्का बनाने का काम कौन करता है!

पन्ने को भारी बनाने वाले तत्व हैं : शीर्षक, चित्र, ग्राफ, डिजाइन तथा खबर का आकार। इसके अलावा बॉक्स का प्रयोग, स्क्रीन का प्रयोग (खबरों की पृष्ठभूमि में किसी रंग का प्रयोग) एवं शब्दों को बोल्ड करना आदि।

समाचार पत्र के पन्ने को संतुलित किस तरह बनाया जाए! उसे संतुलित बनाने के लिए उसके दोनों तरफ के सभी तत्वों के भार के आकलन की ज़रूरत होती है। हालांकि इसमें किसी तरह की गणना करके उनका भार मापने की आवश्यकता नहीं होती बल्कि एक संतुलित पन्ना उसे ही कहा जाएगा जिसमें सभी तत्व शामिल हों तथा उन्हें पन्ने पर इस तरह से सजाया गया हो कि देखने वाले की आंखों को अच्छा लगे। यहां सभी तत्वों से मतलब शीर्षक, उपशीर्षक, विभिन्न तरह के फॉन्ट, शब्दों या वाक्यों को आड़ा-तिरछा, मोटा-पतला करना, उनकी पृष्ठभूमि में रंग आदि प्रयोग करना तथा चित्र, ग्राफ आदि शामिल हैं।

किसी पृष्ठ का औपचारिक संतुलन करने के लिए एक ही आकार की खबरों, चित्रों या लेख आदि को इस तरह से पन्ने के दोनों भागों में सजाया जाता है कि देखने वाले को लगे कि आधे पन्ने को शीशा दिखाकर दूसरा आधा पन्ना बना है।

अर्थात् आधा पन्ना दूसरे भाग का प्रतिबिंब नजर आए। लेकिन इस तरह के औपचारिक संतुलन की खराबी यह है कि इसमें ऊपर का आधा पन्ना तो संतुलित हो जाएगा, लेकिन निचला भाग संतुलित नहीं हो पाएगा। यही कारण है कि वर्तमान में अधिकतर समाचार पत्र अनौपचारिक संतुलन का प्रयोग अपने पन्ने बनाने के लिए करते हैं। हालांकि इसमें न तो पन्ने का ऊपर का आधा भाग और न ही ऊपर से नीचे की ओर पन्ना प्रतिबिंब बनाता नजर आता है, लेकिन इसके बावजूद इसमें संतुलन नजर आता है। इसमें मुख्य रूप से उपसंपादक या पेज डिजाइनर का दिमाग काम करता है कि कौन सी खबर कहां लगाने से तथा कौन सा फोटो कहां लगाने से पन्ना अधिक संतुलित एवं आकर्षक नजर आएगा।

भिन्नता : भिन्नता का समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा में यह अर्थ होता है कि दो बिल्कुल विपरीत प्रकृति की सामग्री को इस तरह से सजाया जाना कि पाठक को वह अटपटी लगने की बजाय पसंद आए। इस सामग्री की प्रकृति में भिन्नता कई तरह से हो सकती है। उदाहरण के तौर पर खबरों के आकार में भिन्नता हो सकती है, चित्रों आदि को जिस ढांचे में ढाला गया है उनमें भिन्नता हो सकती है, फोटो की छाया एवं रंग एक-दूसरे के विपरीत हो सकते हैं आदि। इसी तरह यदि किसी शीर्षक को बोल्ड किया गया है अर्थात् मोटे अक्षरों में लिखा गया है और दूसरे शीर्षक का रंग फीका कर दिया गया है तो वे एक दूसरे के विपरीत नजर आएंगी। इसी तरह एक बड़ा फोटो दूसरे छोटे फोटो से बिल्कुल भिन्न होगा। यदि किसी चित्र को रंगीन लगाया है तो वह किसी अन्य चित्र जो श्याम-श्वेत प्रयोग किया गया है से भिन्न नजर आएगा। लेकिन यह उपसंपादक या पेज डिजाइनर पर होता है कि वह इतनी भिन्नताओं के बावजूद पाठक को ऐसा महसूस करवाए कि पन्ना बहुत अच्छा बना है न कि बहुत अटपटा। ये सारी भिन्नताएं अलग-अलग तत्वों को उनके

महत्व के अनुसार उभारने का काम भी करती हैं।

अनुपात : समाचार पत्र में पृष्ठ सज्जा के दौरान अनुपात से अभिप्राय होता है विभिन्न तर्त्तों जैसे समाचार, चित्र, ग्राफिक आदि के आकार, लंबाई-चौड़ाई, ढांचे आदि में एक तालमेल होना। उदाहरण के तौर पर पृष्ठ सज्जा के दौरान वर्गाकार आकृतियों का प्रयोग बहुत कम किया जाता है क्योंकि ये बहुत अल्पिकर नजर आती हैं। इसी तरह यदि सभी चित्रों या खबरों का आकार एक जैसा ही कर दिया जाए तो पूरे पन्ने पर बोरियत आ जाएगी। इस बोरियत से बचने के लिए एक जैसे आकार की बजाय अलग-अलग आकार की खबरें एवं चित्र प्रयोग किए जाने चाहिए क्योंकि आकार में भिन्नता हो तो एक ही आकार की बजाय अधिक सुंदर पन्ना बन सकता है। इसी कारण समाचार पत्र के पन्नों की सजावट के दौरान जो आकार सबसे अधिक प्रयोग किए जाते हैं वे होते हैं - आयताकार। पूरे समाचार पत्र का आयताकार में होने के पीछे भी यही मुख्य कारण है। इसी तरह अधिकतर समाचारों का आकार, अधिकतर चित्रों का आकार आयत में ही होता है। समाचार पत्रों की पृष्ठ सज्जा के दौरान सर्वाधिक प्रयुक्त होने वाला अनुपात होता है 2:3 तथा 3:5 जो सबसे बेहतर अनुपात माना जाता है।

एकरूपता : एकरूपता का अभिप्राय मुख्य रूप से समाचार पत्र के पन्ने का पाठक पर पड़ने वाले प्रभाव से होता है। समाचार पत्र के किसी भी पृष्ठ का प्रभाव पाठक के मन पर एकरूपता वाला होना चाहिए न कि भिन्नता वाला अर्थात् यदि पूरा पन्ना देखने के बाद पाठक को लगता है कि अखबार का यह पन्ना किसी विशेष नीति के तहत डिजाइन किया गया है तो वहां अखबार की सफलता मानी जाती है। दूसरी ओर यदि पाठक को महसूस होता है कि अखबार का यह पन्ना तो बिना

किसी नीति ऐसे ही जो मिला, उसी से भर दिया गया है तो यह पृष्ठ सज्जा की असफलता मानी जाती है। एकरूपता से किसी पन्ने अधिक आकर्षक एवं रुचिकर बनाया जा सकता है। समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा के दौरान विभिन्न तत्वों के महत्व एवं सुंदरता के अनुरूप उन्हें उचित स्थान देकर एकरूपता प्राप्त की जा सकती है। उन्हें तक तक पन्ने पर दाएं-बाएं-ऊपर-नीचे करके देखा जाता है जब तक कि पन्ने का सबसे आकर्षक रूप सामने नहीं आ जाता है। जब पन्ने का आकर्षक रूप सामने आता है तो पूरी सामग्री को वहीं स्थान दे दिया जाता है तथा पन्ने को अंतिम रूप दे दिया जाता है।

इसी तरह लयबद्धता एवं दिशा आदि डिजाइन के प्रमुख अन्य सिद्धांत हैं जिन्हें समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा के समय ध्यान में रखा जाता है। समाचार पत्र की आकर्षक एवं सफल पृष्ठ सज्जा आसान काम नहीं होता क्योंकि समाचार पत्र के पन्ने बनाने के लिए और उनको आकर्षक रूप देने के लिए उपसंपादक या पेज डिजाइनर के पास बहुत कम समय होता है। इसके अलावा उनके ऊपर इस बात का भी दबाव होता है कि वे निर्धारित समय सीमा के अंदर अपना काम पूरा करें। इसके अलावा समाचार पत्रों के प्रकाशन से पूर्व किया जाने वाला अन्य कार्य भी बहुत समय लेने वाला होता है जिसमें मुख्य रूप से खबरों, लेखों, रूपकों तथा संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित होने वाली सामग्री को कम्पोज करना तथा काटकर चिपकाने का काम शामिल होता है। हालांकि कंप्यूटर एवं अन्य तकनीकी विकास के कारण वर्तमान में समाचार पत्रों के पन्नों की सजावट अधिक तेज एवं आसान हो गई है, लेकिन फिर भी समय सीमा निर्धारित होने के कारण दबाव काफी अधिक होता है। हालांकि समाचार पत्रों की पृष्ठ सज्जा की जल्दतों को ध्यान में रखते हुए विशेष सॉफ्टवेयर भी बनाए गए हैं जिनमें मुख्य रूप से पेजमेकर, क्वार्क एक्सप्रैस, अडॉब फोटोशॉप आदि शामिल हैं। इसी कारण अब पूरे पन्ने को कंप्यूटर के की-बोर्ड

पर कुछ बटन दबाकर ही बदला जा सकता है और नए सिरे से तैयार किया जा सकता है।

पेज डिजाइन का आकलन :

यद्यपि हम पहले ही समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा से जुड़ी आधारभूत बातों पर चर्चा कर चुके हैं, लेकिन फिर भी किसी समाचार पत्र के पन्ने के डिजाइन का आकलन आसान काम नहीं होता। कोई ऐसा निर्धारित मापदंड नहीं है जिसके आधार पर किसी पन्ने के डिजाइन को बहुत अच्छा या बहुत खराब करार दिया जा सके। इस समस्या के हल के लिए दो तरीके हैं जो इस क्षेत्र में जाने के इच्छुक व्यक्ति अपना सकते हैं और आकलन कर सकते हैं कि पृष्ठ सज्जा सही है या नहीं।

इनमें से पहला है कि किसी भी समाचार पत्र को लेकर उसके पन्नों पर हर खबर, लेख एवं चित्र के आदि के चारों ओर मोटी लाइनें लगा लें। पूरे पन्ने का डिजाइन अब आपके सामने होगा और आप आसानी से आकलन कर पाएंगे। अलग-अलग समाचार पत्रों की पृष्ठ सज्जा के समीक्षात्मक आकलन के लिए यही प्रक्रिया सभी समाचार पत्रों पर दोहरानी होगी और उसके बाद ही पृष्ठ सज्जा के अलग-अलग डिजाइनों की समीक्षा की जा सकेगी।

समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा के आकलन का दूसरा तरीका है समाचार पत्र के पन्ने का डिजाइन ज्यों का त्यों कोरे पन्ने पर उतार लेना। पहले कोरे पर पन्ने पर अखबार की तरह कॉलम बनाएं और पैसिल से पतली हल्की लाइनें लगा लें। उसके बाद समाचार पत्र में प्रकाशित खबरों व फोटो आदि को मापकर उसी अनुपात में कोरे पन्ने पर लाइनें लगा लें तथा उन्हें गहरा कर लें। जब यह प्रक्रिया पूरे पन्ने व सभी खबरों-चित्रों के लिए दोहरा लें तो उसके बाद उनमें रंग भर लें। खबरों वाले स्थान पर पैसिल से छाया बनाई जा सकती है जबकि चित्रों के स्थान चित्र से

मिलता-जुलता रंग भरा जा सकता है। इस तरह आपके पास अब अपना पूरे पन्जे का डिजाइन होगा जो समाचार पत्र के पन्जे से ज्यों का त्यों मिलता-जुलता होगा। यही प्रक्रिया अन्य समाचार पत्रों के पन्जों के लिए भी दोहराएं ताकि आपके पास अलग-अलग तरह के पन्जों का डिजाइन आ जाए। जब आपको लगे कि अलग-अलग समाचार पत्रों के पृष्ठों की सज्जा आपकी समझ में आ गई है तो आप नए तरह के पेज डिजाइन भी बना सकते हैं।

8.2.2 समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा के आधारभूत सिद्धांत :

समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा हर पाठक के मन को मोहित कर ले, इसके लिए कोई ऐसा नियम नहीं बनाया जा सकता कि जिसके आधार पर बनाया गया पन्जा सबको अच्छा ही लगेगा। हालांकि कुछ सामान्य सिद्धांत हैं जिनके अनुसार पृष्ठ सज्जा करने पर संभावना होती है कि अखबार का पन्जा अच्छा ही दिखेगा :

- किसी भी समाचार पत्र के पहले पन्जे की सज्जा उसके नाम से शुरू होती है। समाचार पत्र का नाम आमतौर पर सबसे ऊपर मध्य में होता है। यह नाम कितना स्थान धेरता है और अन्य सामग्री के लिए कितना स्थान बचता है, इसी के आधार पर पहले पन्जे की सज्जा निर्भर करती है। कुछ समाचार पत्रों में नाम ऊपरी बाएं कोने में दिया जाता है। कुछ लोग इस नाम को मत्था कहते हैं तो कुछ लोग फ्लैग के नाम से पुकारते हैं। इसका फॉन्ट व आकार भी किसी पन्जे को उभारने या उसको धूमिल करने में सहायक होता है।
- आमतौर पर पन्जे बनाने के लिए महत्वपूर्ण समाचारों को एक नंबर दे दिया जाता है। उसके बाद कागज पर बनाई गई डम्मी (समाचार पत्र के पन्जे का

खाका) में दिए गए नंबरों के अनुसार उक्त समाचार वहाँ लगाए जाते हैं।

- डम्मी या खाके में यह जरूर निर्धारित किया जाता है कि कौन सा समाचार कितने कॉलम में लगाया जाना है। इसी के अनुसार एक कॉलम के लिए एस/सी, दो कॉलम के लिए डी/सी या 2/सी तथा तीन कॉलम के लिए टी/सी लिखा जाता है। इससे पेज बनाने वाले कर्मचारी को पता चल जाता है कि कौन से समाचार को कितने कॉलम स्थान दिया जाना है।
- एक कॉलम खबर प्रकाशित करनी हो तो उसकी गहराई या ऊँचाई निर्धारित करने के लिए एक लंबा नीचे की ओर नोक वाला तीर खींचा जाता है। इस तीर को देखकर पेज बनाने वाला समझ जाता है कि संबंधित खबर कितनी गहराई तक लेनी है।
- एक से अधिक कालम के समाचार के मामले में सभी कालम में एक निरंतर या लगातार तीर बनाया जा सकता है जो यह बताए कि पहला कालम खत्म होने पर समाचार कहाँ से शुरू हो रहा है या समाचार का अंत कहाँ हो रहा है।
- यदि किसी समाचार का शेष अंदर के किसी पन्ने पर देना है तो उसको उचित ढंग से पेज नंबर के साथ दर्शाना जरूरी होता है। यदि उसको उचित ढंग से न दर्शाया जाए और शेष की पेज संख्या गलत प्रकाशित हो जाए तो इसे बड़ी गलती माना जाता है। इसी तरह यदि एक समाचार से संबंधित अन्य समाचार किसी अन्य पन्ने पर प्रकाशित हो रहा है तो उसका प्वाइंटर भी पहले पन्ने पर उस स्टोरी में कहीं दिया जा सकता है।
- तस्वीर, कार्टून और अन्य दृश्य सामग्री को भी अलग से डम्मी में दर्शाना जरूरी होता है। आमतौर पर तस्वीर, कार्टून, ग्राफिक आदि के लिए बड़ा सा

अंग्रेजी का एक्स या गुणा का निशान बना दिया जाता है। यह एक्स या गुणा का निशान उतना ही बड़ा बनाया जाना चाहिए जितना बड़ा फोटो, कार्टून या अन्य ग्राफिक्स लगना हो।

- बॉक्स में प्रकाशित किए जाने वाले समाचारों के लिए भी अलग से चिह्न लगाकर दर्शाया जाना चाहिए। उदाहरण के तौर पर बॉक्स वाले समाचारों के बाहर या तो अलग से मोटी लाइन खींची जा सकती है जो उसका बार्डर नजर आए या फिर उस समाचार पर विशेष रूप से बॉक्स न्यूज़ लिखा जा सकता है।
- पन्ना बनाते समय कालम निर्धारण, विशेष चिह्न तथा बॉक्स आदि का निर्धारण समाचार पत्र की नीतियों के अनुरूप ही होना चाहिए ताकि पाठक को अधिक आकर्षक अखबार दिया जा सके। कालम, विशेष चिह्न, बॉक्स तथा स्कीन आदि का प्रयोग पूरे पन्ने को अधिक आकर्षक बनाने तथा किसी समाचार या विशेष हिस्से को उभारने के लिए किया जाता है।

पेज की सज्जा के समय याद रखने योग्य अन्य महत्वपूर्ण बिंदू निम्नलिखित हैं :

सजावटी तत्वों की बजाय संपादकीय सामग्री को विशेष महत्व :

समाचार पत्र का प्रकाशन पाठक को संपादकीय सामग्री के माध्यम से सूचना, जानकारी एवं ज्ञान देने के लिए किया जाता है। इसलिए पेज बनाते समय जानकारी को इस तरह से प्रदर्शित किया जाना चाहिए कि पाठक का अखबार पढ़ने का

उद्देश्य सफल हो जाए। अर्थात् उसे पहली नजर में ही अपने काम की चीजें नजर आ जाएं तथा सारी काम की जानकारी मिल जाए। किसी भी समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा तभी बेहतर मानी जा सकती है यदि उसमें पाठक के लिए महत्वपूर्ण सूचना को विभिन्न दृश्य चिह्नों के माध्यम से उचित ढंग से प्रदर्शित किया गया हो। इन दृश्य चिह्नों में शीर्षक, उपशीर्षक, शब्द-वाक्य, फोटो, चार्ट, ग्राफ, महत्वपूर्ण बिंदू आदि शामिल हैं जिनके माध्यम से जानकारी को आकर्षक ढंग से प्रस्तुत किया जा सकता है।

केवल सजावट का अर्थ अच्छा डिजाइन नहीं है :

चूंकि समाचार पत्र का प्रमुख उद्देश्य संचार करना या विचारों आदि को पाठकों तक पहुंचाना होता है न कि पाठकों को प्रभावित करना, इसलिए किसी भी अखबार की पृष्ठ सज्जा के समय यह बात जरूर ध्यान रखनी चाहिए। पेज बनाते समय अखबार में इस बात का विशेष ध्यान रखा जाना चाहिए कि कहीं उसमें दी जा रही जानकारी पर कोई अन्य तत्व तो भारी नहीं पड़ रहा। बॉक्स, कालम, शीर्षक, शीर्षक का आकार, उपशीर्षक, उपशीर्षक का रंग, स्क्रीन या रंगीन पृष्ठभूमि तथा अन्य दृश्य सामग्री को ही पेज सज्जा के आभूषण नहीं कहा जा सकता। हालांकि ये पाठक को समाचार पत्र में दी गई जानकारी या सूचना को अच्छी तरह से समझाने में सहायक होते हैं और महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, लेकिन इसका अर्थ यह नहीं है कि इन्हें इस तरह से प्रदर्शित कर दिया जाए कि सूचना या जानकारी गौण हो जाए और उसकी दृश्य सामग्री ही नजर आए। उदाहरण के तौर पर कालम खबरों को अलग-अलग करने का काम करते हैं, बॉक्स, कलर बैकग्राउंड व अन्य दृश्य चिह्न किसी विशेष स्टोरी को कम स्थान होते हुए भी अधिक महत्व प्रदान करते हैं। इस

तरह कहा जा सकता है कि अखबार की पृष्ठ सज्जा तभी बेहतर मानी जा सकती है यदि उसमें संपादकीय सामग्री और दृश्य सामग्री का उचित तालमेल हो।

सही दृश्य सामग्री का चयन :

कुछ समाचार पत्र दृश्य सामग्री के तौर पर केवल फोटो का ही प्रयोग करते हैं। लेकिन आधुनिक तकनीकी के युग में अन्य दृश्य सामग्री जैसे रैकैच, चार्ट, नक्शे, ग्राफ, कंप्यूटर ग्राफिक्स, कार्टून आदि का प्रयोग करने से अखबार और भी आकर्षक बन जाता है। यदि केवल फोटो का प्रयोग किया जाए तो उसमें बासीपन आ जाता है।

पठनीयता :

समाचार पत्र में प्रकाशित संपादकीय सामग्री, सूचना एवं जानकारी इस तरह से पृष्ठ पर सजाई होनी चाहिए कि पाठक को पढ़ने में आसानी हो और उसे बेहतर ढंग से समझ आ जाए। पाठक की सुविधा के अनुसार ही पेज डिजाइनर को टाइप फेस, टाइप का आकार, लाइनें, उनके बीच का स्थान, उनका स्टाइल आदि का निर्धारण करना चाहिए। जहां जल्दी हो वहां अक्षरों को मोटे, तिरछे आदि करके भी पाठक को पढ़ने में आसानी हो, ऐसा डिजाइन बनाना चाहिए।

हैरानगी :

एक अच्छी तरह डिजाइन किया हुआ अखबार का पन्ना न केवल पाठक को उस पन्ने पर रुकने को मजबूर कर देता है, बल्कि वह उसे हैरान भी कर देता है। यह हैरानगी उसे बहुत बड़े फोटो, रंगों के बहुत भिन्न प्रकार के प्रयोग, बहुत अच्छे

कटआउट आदि के कारण हो सकती है। जब पाठ्क इनमें से किसी भी चीज को देखता है तो उसे महसूस होता है यह रुटीन की चीजों से हटकर है। ऐसे में वह सोचने को मजबूर हो जाता है कि इसमें ऐसा क्या है जो इसे इस तरह और इतने बड़े आकार में दिया गया है। यह हैरानगी पाठ्क को प्रेशान नहीं करती बल्कि उसे आनंदित करती है और अखबार पढ़ने के बोरियत वाले काम को रुचिकर बनाने में सहायता करती है।

समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा पुराने जमाने की उस क्रिया से पूरी तरह भिन्न हो चुकी है जिसमें विज्ञापनों के बाद उपलब्ध स्थान को केवल समाचारों और फोटो के माध्यम से भर दिया जाता था। अब अधिकतर समाचारों में ग्राफिक्स आर्ट का प्रयोग होने लगा है और इस बदलाव के मुख्य कारण निम्न हैं :

- पाठ्कों की दिन-प्रतिदिन बदलती रुचियां
- ग्राफिक डिजाइनिंग
- कंप्यूटर आदि का तकनीकी विकास
- बेहतरीन प्रिंटिंग प्रैस

बाजार के लिए सज्जा :

1978 में मियामी ब्यूज के डिजाइन एडीटर रिचर्ड ए कर्टिस ने कहा था कि समाचार पत्र को उस बाजार के अनुसार सजाओ जिसमें वह पढ़ा जाता है, इसकी सजावट के समय पाठ्कों को समझकर - उनकी पठनीयता संबंधी आदतों, प्राथमिकताओं तथा लाइफ स्टाइल आदि को अच्छी तरह से समझकर उसी के अनुरूप अपना अखबार तैयार करो।

उनकी कही बातों को 30 साल से अधिक का समय गुजर चुका है, लेकिन उनका महत्व आज भी उतना ही है जितना पहले था। वार्षिकता तो यह है कि आज की बाजार चालित परिस्थितियों में तो इस बात की ज़रूरत और भी बढ़ जाती है कि पाठकों की पठनीयता संबंधी आदतों का अध्ययन किया जाए, डिजाइन के मामले में उनकी परसंद-नापंसद पर शोध किया जाए और उसके बाद ही समाचार पत्र के किसी पन्ने का डिजाइन तय किया जाए। भारत में अंग्रेजी अखबार द टाइम्स ऑफ़ इंडिया खुद को एक उत्पाद या प्रोडक्ट बताता है तथा इसे इस तरह से डिजाइन किया जाता है कि वह आज के पाठक की ज़रूरत को पूरा कर सके।

पाठक की ज़रूरत को पूरा करने लायक डिजाइन बनाते समय निम्न बातें विशेष महत्वपूर्ण होती हैं :

पृष्ठ सज्जा और सहजता:

सहजता शायद समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा में सबसे महत्वपूर्ण विशेषता है तथा यही आज के समाचारों का मेकअप कहलाती है। इस संबंध में विद्वानों ने मेकअप के लिए अंग्रेजी के चार शब्द दिए थे - के आई एस एस जिन्हें किस भी कहा जाता है। इनका पूरा रूप है :

के - कीप

आई - इट

एस - सिंपल एंड

एस - शॉर्ट।

इस तरह सहजता और संक्षिप्तता समाचार पत्र की सज्जा में सबसे महत्वपूर्ण हो जाती है। अखबार के किसी भी पन्ने पर कुछ तत्व होते हैं जिनमें - शब्द, वाक्य, शीर्षक, दृश्य सामग्री, लाइनें, बॉक्स, रंग तथा खाली स्थान होता है। इन

सभी तत्वों को इस तरह से संकलित करने की जरूरत होती है कि यह पाठ्क के लिए किसी भी समाचार को ढूँढ़ने और पढ़ने में सहायता करे और उसके लिए यह क्रिया आसान बना दे। दूसरी ओर फैसी टाइपफेस का प्रयोग, बहुत अधिक आडे-तिरछे-मोटे-पतले अक्षरों का प्रयोग तथा बहुत सारे समाचारों को एक ही पन्ने पर भर देने से अखबार का पन्ना बहुत जटिल हो जाता है तथा उसे पढ़ने की प्रक्रिया को ऊबाऊ बना देता है।

संचार के लिए सज्जा :

समाचार पत्र का एकमात्र मकसद पाठ्क के साथ संचार करना होता है। इसलिए अखबार के पन्ने की सज्जा का भी मुख्य मकसद यही होना चाहिए कि वह पाठ्क के साथ उचित ढंग से संचार कर पाए। प्रभावशाली ढंग से संचार के लिए पन्ने का डिजाइन उसकी संपादकीय सामग्री के अनुरूप तथा आसानी से पठनीय एवं आकर्षक होना चाहिए।

संपूर्ण पृष्ठ अवधारणा :

संपूर्ण पृष्ठ अवधारणा, पहले की दोनों अवधारणाओं की तरह डिजाइनिंग का प्रमुख भाग है। यह पेज को आयताकार भागों में विभाजित कर लेती है, लेकिन यह अधिक उत्साहजनक होती है क्योंकि उसमें सामग्री को नए-नए ढंग से प्रस्तुत करने के मौके होते हैं। सबसे बड़ी बात तो यह होती है कि पारंपरिक लाइन-कालम की अवधारणा को तोड़कर बनी होती है और इसमें डिजाइनर ऐसा डिजाइन बनाने को खतंत्र होता है जो पाठ्क को पसंद आए। चाहे ऐसे डिजाइन के लिए उसे कॉलम कम-ज्यादा करने पड़ें या लाइनों में फेरबदल करना पड़े।

संपूर्ण पृष्ठ अवधारणा में दृश्यात्मकता भी महत्वपूर्ण तत्व है। दृश्यात्मकता से

अभिप्राय है कि अब समाचार तय करता है कि पेज का डिजाइन कैसा हो। कुछ समाचार ऐसे होते हैं जिनको चित्रों या ग्राफिक्स के माध्यम से ही लगभग पूरा प्रस्तुत किया जा सकता है और उसमें शब्दों की बहुत कम आवश्यकता पड़ती है। ऐसा एक भी समाचार यदि पन्ने पर आ जाए तो वह पूरे पन्ने को न केवल आकर्षित बना देता है, बल्कि उसका डिजाइन भी बदल देता है। इसी तरह गंभीर किस्म के समाचारों को गंभीरता से प्रदर्शित करना पड़ता है।

संपूर्ण पृष्ठ सज्जा में पूरे पन्ने को छौड़े भागों में बांट लिया जाता है जिसके लिए वर्गों या आयतों का प्रयोग किया जाता है। इन भागों को इस तरह से बांटा जाता है कि पन्ना न केवल देखने में अच्छा लगे बल्कि पाठक को समाचार पढ़ने में भी आसानी हो। इसमें विभिन्न समाचारों को आयत या वर्गों के रूप में पन्ने पर लगाकर उनको उनके आकार, आकृति, बैकग्राउंड तथा बॉर्डर आदि के माध्यम से अलग-अलग पहचान प्रदान की जाती है। इसमें बहुत अटपटी लगने वाली आकृतियों का प्रयोग नहीं किया जाता। अर्थात् इसमें गोल, अंडाकार तथा त्रिभुजाकार आदि आकृतियों का प्रयोग समाचार को प्रकाशित करने के लिए नहीं किया जाता।

फिर भी संपूर्ण पृष्ठ सज्जा में खाली स्थान या व्हाइट स्पेश का बहुत प्रयोग किया जाता है। ऐसा इस कारण से किया जाता है ताकि पास-पास आने वाले दो समाचार एक-दूसरे से प्रतिरक्षण करते प्रतीत न हों तथा पाठक को कोई परेशानी न हो। इसमें पाठक की रुचि लगातार बदलने के लिए बड़े-बड़े फोटो तथा बड़े-बड़े समाचारों का प्रयोग भी किया जाता है।

मिश्रित अवधारणा :

वर्तमान में अधिकतर समाचार पत्र पृष्ठ सज्जा के मामले में मिश्रित अवधारणा

प्रयोग करते हैं। उनमें पारंपरिक अवधारणा, आधुनिक अवधारणा तथा संपूर्ण पृष्ठ

सज्जा की अवधारणा का मिश्रित रूप प्रयोग किया जाता है। पारंपरिक अवधारणा में विज्ञापन के बाद उपलब्ध स्थान में केवल एक निर्धारित रूप में समाचारों और फोटो को भर दिया जाता है। आधुनिक अवधारणा में आप कोई भी प्रयोग करने के लिए खतंत्र होते हैं जबकि संपूर्ण पृष्ठ अवधारणा में पूरे पन्ने को कई भागों में बांटकर सज्जा की जाती है। मिश्रित अवधारणा के प्रयोग से समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा करने वाले व्यक्ति को पूरी खतंत्रता मिल जाती है कि वह किसी समाचार या फोटो को किस आकार में तथा किस तरह से प्रकाशित करना चाहता है।

8.2.3 समाचार पत्र के विभिन्न पृष्ठों की सज्जा :

समाचार पत्रों में एक ही तरह की सामग्री नहीं होती बल्कि उसमें विभिन्न तरह की सामग्री होती है। समाचारों के ही कई रूप एवं प्रकार होते हैं। इसके अलावा अखबार में संपादकीय होते हैं, रूपक होते हैं, विशेष आलेख भी होते हैं। लिखित सामग्री के अलावा अखबार में दृश्य सामग्री भी काफी मात्रा में होती है। समाचार पत्र में इस भिन्न तरह की सामग्री को व्यवस्थित ढंग से सजाकर पाठ्क तक पहुंचाने के लिए अलग-अलग विभाजन किया होता है।

सबसे पहले समाचार पत्र का प्रथम पृष्ठ या पहला पन्ना होता है जो सबसे महत्वपूर्ण माना जाता है। इसे किसी समाचार पत्र की खिड़की कहा जाता है। इसका डिजाइन ही किसी अखबार की छवि बनाता है इस कारण इसकी सज्जा पर बहुत ध्यान दिया जाता है। अन्य महत्वपूर्ण पृष्ठों में संपादकीय पृष्ठ तथा खेल पृष्ठ को शामिल किया जाता है। इसी तरह व्यापार-बाजार या व्यवसाय पेज होता है, स्थानीय खबरों के लिए अलग से पेज होता है। इसी तरह क्षेत्रीय, राष्ट्रीय व अंतरराष्ट्रीय खबरों के लिए भी अलग-अलग पन्ने होते हैं। पाठ्कों की रुचि में आए बदलाव व

मनोरंजन पर अधिक ध्यान होने के कारण अब मनोरंजन का भी विशेष पन्ना होने लगा है। इसके अलावा दिन, सप्ताह या पखवाड़े में प्रकाशित होने वाले पृष्ठ भी होते हैं।

इन महत्वपूर्ण पृष्ठों में से कुछ की सज्जा की चर्चा हम यहां कर रहे हैं :

प्रथम पृष्ठ की सज्जा :

कुछ समय पहले तक पहले पन्ने की सज्जा बहुत पारंपरिक होती थी। यह बिलकुल पुराने फैशन की थी। यह पूरी तरह से कृत्रिम और अनाकर्षक होती थी। दुर्भाग्यवश भूतकाल में पहले पन्ने की सजावट के नाम पर कोई छूट नहीं होती थी और उससे आप किसी तरह की छेड़छाड़ नहीं कर सकते थे। इसके पीछे कारण था समाचारों व फोटो का अयोजनाबद्ध निर्धारण तथा डिजाइन के महत्व की अवहेलना।

आधुनिक समय में पहले पन्ने की सज्जा पर ही सर्वाधिक ध्यान दिया जाता है। इसमें न केवल अच्छे डिजाइन का ध्यान रखा जाता है बल्कि यह बहुत आकर्षित करने वाला और डिजाइन के हिसाब से बहुत लोच लिए होता है अर्थात् उसमें किसी भी तरह का बदलाव किया जा सकता है। पहला पन्ना किसी भी समाचार पत्र का शोकेस होने के कारण यह न केवल आसानी से पठनीय होना चाहिए बल्कि आकर्षक और पाठकों को आमंत्रित करने वाला होना चाहिए। यह क्रमबद्ध भी होना चाहिए और इसकी अपनी अलग पहचान भी होनी चाहिए।

अच्छी तरह सजा हुआ पहला पन्ना पाने का एक तरीका यह है कि उसके डिजाइन के समय आकर्षण के महत्व को ध्यान में रखा जाए। पहला पन्ना सबसे अधिक महत्वपूर्ण होने के कारण उस पर सभी समाचार अत्यंत महत्वपूर्ण होते हैं। ऐसे में उन समाचारों की एक-दूसरे से प्रतिस्पर्धा होना भी तय होता है। ऐसी स्थिति में पाठक का ध्यान हर समाचार पर जाए, इसके लिए हर समाचार को

आकर्षण का बिंदू बनाने की आवश्यकता होती है। इसके लिए किसी समाचार, फोटो के साथ समाचार या एक जैसे कई समाचारों का एक साथ समूह बनाकर उन्हें आकर्षक बनाया जा सकता है। आकर्षण को कई तरह से खींचा जा सकता है जिनमें मुख्य रूप से आकार, आकृति तथा स्थान आदि महत्वपूर्ण हैं।

समाचार पत्र के पहले पन्ने को अधिक पठनीय और अधिक आकर्षक बनाने के लिए निम्न बिंदुओं को ध्यान में रखना चाहिए:

- कालम, समाचारों तथा चित्रों के बीच में खाली स्थान का इस तरह से प्रयोग किया जाए कि पूरा पन्ना खुला-खुला नजर आए।
- छोटी-छोटी ढेर सारी खबरों को पहले पन्ने पर ठूंसने की बजाय कुछ खबरों को पूरा स्थान दिया जाना चाहिए और अन्य को अंदर के पन्नों पर प्रकाशित कर उनका केवल सार पहले पन्ने पर दिया जाना चाहिए।
- पहले पन्ने के निचले आधे पन्ने को भी उतना ही रुचिकर बनाना जितना कि ऊपर का आधा पन्ना बनाया गया हो। इसके लिए बड़े फोटो, बॉक्स और तथा बड़ी खबरों का प्रयोग किया जा सकता है।
- पहले पन्ने पर बहुत सारे बॉक्स, बहुत सी रकीन तथा छोटे-छोटे बहुत से फोटो के प्रयोग से हमेशा बचना चाहिए। इसकी बजाय अन्य विशेष चिह्नों जैसे सितारा आदि का प्रयोग करना चाहिए जो पाठक का ध्यान आसानी से आकर्षित कर सकें।
- ऐसे फान्ट का प्रयोग करना चाहिए जो रूपष्ट दिखे और पढ़ने में किसी तरह की परेशानी न हो।
- सप्ताह के अलग-अलग दिन आधारभूत डिजाइन में बदलाव करना चाहिए

ताकि एकरूपता के ऊबाऊपन से बचा जा सके।

- कालम की चौडाई को कम ज्यादा करते रहना चाहिए ताकि विशेष प्रभाव पैदा किया जा सके। उदाहरण के तौर पर 3 कॉलम स्टोरी को उतना ही स्थान देकर उसके कॉलम दो बना दिए जाएं तो उनकी चौडाई बढ़ जाएगी।
- अखबार का मत्था सहज एवं सरल होना चाहिए।

अंदर के पन्नों की सज्जा :

वर्तमान में अधिकतर समाचार पत्रों के अंदर के पन्नों पर आमतौर पर विज्ञापन होते हैं। विज्ञापन चूंकि अखबारों की कमाई का एक बड़ा जरिया होते हैं, इसलिए उन्हें खबरों से अधिक महत्व दिया जाता है। वास्तविकता तो यह है कि पन्ने पर सबसे पहले विज्ञापन ही लगाए जाते हैं। विज्ञापन लगाने के बाद जो स्थान बच जाता है उसे संपादकीय सामग्री के लिए छोड़ दिया जाता है। चूंकि हर रोज विज्ञापनों की संख्या और उनका स्थान बदलता रहता है, इस कारण पन्ना बनाने वाले व्यक्ति को हर रोज स्थान की उपलब्धता को लेकर संशय रहता है और उसे हर रोज अलग-अलग मात्रा में समाचारों के लिए स्थान दिया जाता है। रोज-रोज होने वाला यह बदलाव पेज डिजाइनर या पेज मेकर के काम को जटिल बना देता है।

अखबार में अंदर के पन्नों पर अलग-अलग तरह की सामग्री का प्रकाशन किया जाता है। सबसे महत्वपूर्ण बात तो यह है कि जो स्थान उपलब्ध करवाया गया है उसमें संपादकीय सामग्री को किस तरह से लगाकर आकर्षक बनाया जाए, यही तय करता है कि उस पन्ने की सज्जा कैसी होगी। संपादकीय सामग्री और विज्ञापन में एक अंतर रखने के लिए यह भी देखना जरुरी होता है कि विज्ञापन में किस

तरह की सामग्री प्रयोग की गई है। यदि दोनों की सामग्री एक जैसी हो जाएगी तो दोनों के मिश्रित होने का खतरा रहेगा। आमतौर पर पञ्चा बनाने वाले के हाथ में यह बात नहीं होती कि विज्ञापन कहां पर और कितना बड़ा तथा किस प्रकार का लगेगा। परंतु यदि पेज बनाने से पहले इस संबंध में विज्ञापन विभाग से बात कर ली जाए तो यह समस्या काफी हद तक दूर हो सकती है। वह विज्ञापन विभाग को यह सुझाव भी दे सकता है कि विज्ञापन को इस तरह से लगाया जाए कि संपादकीय सामग्री से अच्छा लेआउट बनाया जा सके।

संपादकीय पृष्ठ की सज्जा :

संपादकीय पृष्ठ लगभग सभी समाचार पत्रों में पूर्व निर्धारित होता है। अर्थात् यह कहना गलत नहीं होगा कि संपादकीय पृष्ठ पर तो पहले ही खाका बना होता है उसमें केवल संपादकीय सामग्री भरनी होती है। लेकिन फिर भी उसमें भी जान डाली जा सकती है। संपादकीय पृष्ठ आमतौर पर सभ्य और गंभीर किरण की सामग्री वाले पन्ने होते हैं।

निम्न तकनीक अपनाकर संपादकीय पन्ने को भी चमकाया जा सकता है :

- संपादकीय पन्ने पर दी जाने वाली सामग्री का आकार समाचारों के लिए प्रयुक्त अक्षरों से थोड़ा बड़ा रखा जा सकता है। इससे भिन्नता आती है।
- संपादकीय लेखों को अधिक चौड़े कालम में प्रकाशित किया जाना चाहिए।
- संपादकीय, आलेखों तथा अन्य सामग्री को उचित ढंग से बॉक्स बनाकर स्थान देना चाहिए।
- संपादकीय पन्ने पर अन्य पन्नों की बजाय अधिक खाली स्थान का प्रयोग करना चाहिए क्योंकि उस पर चित्रों की संभावना बहुत कम रहती है।

- संपादकीय पन्ने के मत्थे को थोड़ा नीचे खिसका लेना चाहिए। इसे सामान्यतः पन्ने के ऊपरी बाएं कोने में दिया जाता है, लेकिन वहां यह पाठक का उचित ध्यान नहीं खींच पाता।
- पादकीय पन्ने पर एक-दो फोटो का प्रयोग जरूर करना चाहिए। यह पारंपरिक प्रयोग नहीं होगा, लेकिन इससे पन्ना आकर्षक बनेगा।
- पन्ने की दाईं और बाईं तरफ बड़े और लंबे कालम से इसे एक दायरे में बांधा जाना चाहिए ताकि यह अन्य पन्नों से अलग दिखे।

खेल पृष्ठ की सज्जा :

अखबार के इस पन्ने पर संपादकीय सामग्री की भरमार होती है। विभिन्न तरह की सामग्री तथा विभिन्न तरह के फोटो के कारण आम आदमी सोचता है कि इस पन्ने को बनाना तो बहुत आसान होता होगा, लेकिन वास्तव में ऐसा नहीं होता। इस पन्ने की सबसे बड़ी परेशानी यही होती है कि इस पर महत्वपूर्ण सामग्री की भरमार होती है, ऐसे में पेज बनाने वाले के समने यह समस्या आ खड़ी होती है कि वह किस प्रकार अधिक से अधिक सामग्री को शामिल करें। ऐसा करने से उसका लेआउट खराब हो जाता है।

इस समस्या से निजात पाने का सबसे बेहतर तरीका ग्रिड कान्सैप्ट होता है। इसमें फोटो को बड़े आकार में और अनावश्यक भाग को काटकर प्रयोग किया जाता है। हालांकि इससे पेज पर सामग्री कम लग पाती है, लेकिन यदि इसके स्थान पर छोटे फोटो प्रयोग किए जाएं तो व न केवल अनाकर्षक बना देंगे बल्कि पेज बहुत जटिल भी हो जाएगा। खेल के फोटो को विभिन्न आकार से काटकर उनके ऊपर समाचार लगाए जा सके हैं।

फीचर एवं लाइफ स्टाइल पेज :

लाइफ स्टाइल एवं फीचर पेज समाचार पत्र में गंभीर और हल्के-फुल्के विषयों तथा हार्ड न्यूज और सॉफ्ट न्यूज में उचित संतुलन बनाने का काम करते हैं। ये दोनों पन्जे पाठक को हमेशा अपने से जोड़े रखने का प्रयास करते हैं। ये उन पाठकों की जरूरतों को भी पूरा करने का काम करते हैं जो अखबार को केवल एक नजर से रकैन करते हैं। उनकी जरूरतों की पूर्ति के लिए इन दोनों पन्जों पर बहुत से कथन, विचार, उपशीर्षक, बॉक्स, छोटी-छोटी कहानियां या किस्से आदि का विशेष स्थान होता है।

सफल फीचर पेज डिजाइन के लिए निम्न मुख्य बिंदू हैं :

- पाठक को ठहराने का प्रयास करो।
- पाठक की लंचि को बनाए रखो और
- पाठक को आश्चर्यचिकित कर दो।

ये तीनों मकसद सप्ताह के हर दिन प्राप्त करना बहुत मुश्किल होता है। फिर भी पेज डिजाइन करने वाले अपनी भिन्न -भिन्न तकनीकों के माध्यम से इसे बनाए रखने का प्रयास करते हैं। इसी तरह की पहली तकनीक है : दृश्य प्रभाव का केंद्र बिंदू। यह कोई बहुत बड़ा या बहुत आकर्षक फोटो भी हो सकता है और चंद शब्द या वाक्य भी हो सकते हैं जो पहली नजर में ही पाठक को मुग्ध कर देते हैं। दृश्य प्रभाव का केंद्र बिंदू न केवल पाठक का ध्यान अपनी ओर खींचने का काम करता है बल्कि उसे बांधे भी रखता है। इसके अलावा उपरोक्त तीनों उद्देश्यों की पूर्ति के लिए कुछ अन्य तकनीक - अधिक चौड़े कॉलम प्रयोग करना, सूचनात्मक

ग्राफिक्स का प्रयोग, विभिन्न तरह के रंगों का प्रयोग आदि शामिल हैं।

टैबलायड या छोटे अखबार की सज्जा :

टैबलायड उस छोटे अखबार को कहा जाता है जो सामान्य अखबार की तुलना में आधे आकार का होता है। अधिकतर सांध्य दैनिक अखबार इसी आकार में प्रकाशित किए जाते हैं। बहुत से प्रकाशक, विशेषकर पश्चिमी देशों में बड़ी संख्या में टैबलायड अखबार निकाल रहे हैं। इतनी बड़ी संख्या में टैबलायड निकालने के पीछे कुछ कारण भी हैं :

- इस आकार के अखबार को न केवल लाना-ले जाना आसान होता है बल्कि इसे संभालना भी आसान होता है।
- डिजाइन संबंधी संभावनाएं अधिक होती हैं क्योंकि इसमें कई तरह के प्रयोग किए जा सकते हैं।
- विज्ञापन की संभावना अधिक होती है क्योंकि विज्ञापनदाता टैबलायड में पूरा पन्ना विज्ञापन देना पसंद करते हैं।
- इसमें खबरों और फीचरों को अलग-अलग खंडों में बांटकर दिया जा सकता है।

टैबलायड अखबार डिजाइन के मामले में संपूर्ण अखबार की तुलना में अधिक स्वतंत्रता से काम करते हैं। इसी कारण वे आमतौर पर सामान्य अखबार से कम कालम में अपनी सामग्री प्रकाशित करते हैं। अधिकतर टैबलायड तीन, चार या पांच कालम में सामग्री प्रकाशित करते हैं। टैबलायड में चार कालम पेज न केवल अधिक आकर्षक होते हैं बल्कि अधिक पठनीय भी होते हैं। फिर भी कुछ टैबलायड तीन या पांच कालम भी प्रयोग करते हैं।

यदि स्टाइल की बात की जाए तो टैबलायड पत्रिकाओं और समाचार पत्रों के मध्य में हैं। वे मिश्रित अवधारणा का प्रयोग अपनी सज्जा के लिए करते हैं। समाचारों के लिए वे सामान्य अखबारों की तरह काम करते हैं तो फीचर के लिए वे किसी पत्रिका की तरह सजावट करते हैं। आमतौर पर टैबलायड में बीच के दो पन्नों को एक पन्ने के रूप में प्रयोग करते हैं जैसा कि बहुत सी पत्रिकाओं में किया जाता है। इसे सैंटर स्प्रैड के नाम से जाना जाता है। कुछ टैबलायड बीच के इन दो पन्नों का प्रयोग सबसे महत्वपूर्ण खबर के लिए करते हैं तो कुछ अन्य विज्ञापनों के लिए।

8.2.4 पत्रिका की पृष्ठ सज्जा :

पत्रिकाओं को केवल आलेख, रूपक और कहानियों के भंडार के रूप में नहीं जाता। उनकी पहचान पाठक के साथ उनके विशेष रिश्ते के रूप में भी होती है। अधिकतर पत्रिकाओं के अपने पाठकों के साथ विशेष तरह के संबंध बनाए होते हैं। इन संबंधों को बनाए रखने के लिए पत्रिकाओं में संपादन और सज्जा के स्तर पर विशेष कार्य किया जाता है। पाठकों के दिलों में विशेष जगह बनाने के लिए पत्रिकाएं लंबे समय तक सज्जा और संपादन पर विशेष ध्यान देती हैं और तभी जाकर वे खुद को स्थापित कर पाती हैं। आइए हम पत्रिका के डिजाइन से संबंधित विशेष बिंदुओं पर चर्चा करते हैं :

पत्रिका की पहचान : वर्तमान में पत्रिकाएं दृश्य के जमाने में हैं तथा वे दृश्य-श्रव्य माध्यम रेडियो-टेलीविजन से प्रतिस्पर्धा कर रही हैं जो मनोरंजन के बड़े स्रोत हैं। अब तो इंटरनेट भी इस प्रतिस्पर्धा में शामिल हो गया है। इसी कारण आज का पाठक भी दर्शक में बदल गया है और वह हर जानकारी को चित्र के माध्यम से ही हासिल करना चाहता है। अतः वह जमाना बीत चुका है जब कहा जाता था कि

माध्यम ही संदेश है बल्कि अब तो वह जमाना आ गया है जिसमें यह कहना अधिक उचित होगा : छवि या दृश्य ही संदेश है।

दृश्य या छवि प्रधान वर्तमान युग में किसी भी पत्रिका की सफलता और उसके लंबे चलने के लिए यह जरूरी है कि उसके संपादक और डिजाइनर इस बात के विशेषज्ञ हों कि चित्रों, ग्राफ, कार्टून, ग्राफिक्स तथा अन्य दृश्य सामग्री के माध्यम से संचार कैसे किया जा सकता है।

पत्रिकाओं में चित्रात्मकता : इसमें कोई संदेह नहीं कि समाचार पत्रों की ही तरह पत्रिकाओं में भी फोटोग्राफ सबसे महत्वपूर्ण दृश्य सामग्री होती है। लेकिन इसके साथ-साथ अन्य दृश्य तत्व भी हैं जिनका अपना महत्व होता है। हम फोटोग्राफ को ही कई तरह से प्रयोग कर सकते हैं। उदाहरण के तौर पर रंगीन, श्वेत-श्याम, इयूटोन तथा अन्य विशेष इफेक्ट्स के जरिये। इसी तरह हम पेंसिल स्कैच, लाइन ड्राइंग, वाटरकलर, ऑयल पैंटिंग के साथ-साथ अन्य चित्रात्मक सामग्री का प्रयोग पत्रिकाओं में करते हैं जिनमें मुख्य रूप से चार्ट, ग्राफ, बार, नक्शे आदि होते हैं।

दृश्य सामग्री का महत्व : दृश्य सामग्री के प्रयोग से 5 उद्देश्य पूर्ण हो सकते हैं जिनमें शामिल हैं : ध्यान आकर्षित करना, किसी विशेष बिंदू पर जोर देना या उसे उभारना, अपने आप कोई कहानी बयां करना, दूसरी सामग्री के साथ मिलकर कहानी बयां करना तथा किसी भी डिजाइन को राहत प्रदान करना।

पत्रिकाओं में रंगों का प्रयोग : किसी पत्रिका में आमतौर पर लगभग सारी सामग्री रंगों में हो सकती है जिनमें मुख्य रूप से लिखित सामग्री, दृश्य सामग्री, बार्डर तथा बैकग्राउंड आदि होते हैं। लेकिन केवल इसलिए किसी चीज को रंगीन बना देना

कि वहां रंग देना है, अच्छा अभ्यास नहीं है। उदाहरण के तौर पर यदि पूरी लिखित सामग्री को कोई रंग दे दिया जाए तो वह इतना प्रभाव नहीं डाल पाएगी जितना कि काला रंग डालता है। रंग का प्रयोग कहां किया जाए, इसके लिए निम्न बातें ध्यान रखनी चाहिए :

- शीर्षक-उपशीर्षक आदि में रंगों का प्रयोग करना चाहिए।
- किसी लेख आदि को अलग से दिखाने के लिए उसके बॉर्डर या लाइनों आदि को रंग देना।
- किसी लाइन या पैराग्राफ के पहले अक्षर को बड़ा कर उसे रंग दे देना।
- श्याम-श्वेत फोटो की जगह ड्यूटेन फोटो का प्रयोग करना।
- ग्राफ-चार्ट जैसी सामग्री को रंग दे देना।
- किसी सामग्री की बैकग्राउंड में रंग देना।

पत्रिका की विशेष पहचान : किसी पत्रिका की सफलता के यह जरूरी होता है कि वह अपना लक्षित पाठकवर्ग चुने और उसकी रुचि के अनुसार उसके काम की जानकारी उसे उपलब्ध करवाए। इस तरह की सामग्री विशेष प्रकार से परोसने से उसकी विशेष पहचान बन जाएगी।

उदाहरण के तौर पर तकनीकी पत्रिकाओं के लिए पाठक अधिक जानकारी देने वाली तथा कम मनोरंजन करने वाली सामग्री पसंद करते हैं। इसलिए इस तरह की पत्रिकाओं में दिखावटी डिजाइनों से बचने की कोशिश की जाती है।

इसी कारण पत्रिकाओं को विशेष पहचान देने के लिए पहले शोध किया जाता है और बाद में उसके लक्षित पाठकों की रुचि के अनुरूप उसे पुरातन, परंपरावादी, आधुनिक या फैशनेबल आदि का लबादा ओढ़ाया जाता है। यह सब पाठकों की रुचि

की गहराई जानने के बाद ही संभव हो पाता है जो शोध के माध्यम से किया जाता है।

इसी कारण किसी फिल्मी या फैशन मैगजीन में कवर पर ही इतनी तड़क-भड़क नजर आनी चाहिए कि वह पहली नजर में ही पाठक को अपना बना ले और पाठक उसे पढ़ने को मजबूर हो जाए। इसका कारण यह होता है कि फैशन या फिल्मों के बारे में जानने के इच्छुक पाठक ग्लैमर वर्ल्ड की तड़क-भड़क को पसंद करने वाले होते हैं।

इस तरह पत्रिका की विशेष पहचान कई बातों पर निर्भर करती है जिसमें से एक है रंग का प्रयोग। रंग का प्रयोग किस ढंग से तथा कितना किया गया है। दूसरा मुख्य तत्व होता है दृश्य सामग्री का प्रयोग तथा तीसरा मुख्य तत्व होता है प्रयोग किए जाने वाले कागज का प्रकार। हालांकि यह तकनीकी भाग है, लेकिन कागज किसी पत्रिका को विशेष पहचान देने में खास सहयोग देता है।

रीडिजाइन या पुनर्संज्ञा : बदलाव के इस जमाने में सभी चीजों के साथ पत्रिकाओं के भी यह जरूरी है कि वे समय के अनुसार खुद को बदलें और पाठकों की बदलती रुचियों व जरूरतों पर खरा उतरें। इसके लिए इस तरह के बदलावों की आवश्यकता होती है जिससे पुराने पाठक तो जुड़े ही रहें, नए पाठक भी उसकी तरफ आकर्षित हों। इसी चरण में कई बार बड़े बदलावों का सामना भी करना पड़ता है। पिछले दो दशक में इन्हीं बातों को ध्यान में रखकर कई पत्रिकाओं ने खुद को पूरी तरह से रीडिजाइन कर लिया है।

जिन पत्रिकाओं ने खुद को रीडिजाइन किया है उनमें मुख्य रूप से टाइम, एमाएस, एरक्वायर, फारव्यून आदि शामिल हैं। भारत में भी इंडिया टूडे पाठकों की जरूरतों के अनुसार लगातार खुद को बदल रही है। इसी तरह द वीक ने पिछले

कुछ सालों में अपना पूरा का पूरा डिजाइन बदल लिया है। रीडिजाइन का यह दौर 1990 के दशक में पूरे जोर पर था जो अभी भी जारी है और अभी लंबे समय तक जारी रहेगा। इस बदलाव में बड़ी भूमिका है दृश्यात्मक सज्जा की। वर्तमान में अधिकतर पत्रिकाओं में हर पन्ने पर दृश्यात्मक सामग्री देने की कोशिश की जाने लगी है ताकि जानकारी के लिए पाठक को बहुत सा मैटर ना पढ़ना पड़े। लेकिन ऐसा भी नहीं है संपादकीय सामग्री कम की जा रही हो। वास्तव में संपादकीय सामग्री की गुणवत्ता पर भी विशेष ध्यान दिया जा रहा है।

फोर्मेट :डिजाइन के मामले में यह इकलौता तत्व है जिस पर परिवर्तन का अधिक प्रभाव नहीं पड़ा है। फोर्मेट से अभिप्राय किसी पत्रिका के आकार और आकृति से होता है। कुछ प्रमुख पत्रिकाओं के फोर्मेट डिजाइन निम्न हैं :

- मिनिएचर : 4" व 6"
- पुस्तक आकार : 6" व 9"
- सामान्य आकार : 8.5" व 11"
- पिक्टोरियल : 10.5" व 13"
- रविवारीय विशेषांक : 11" व 13"

इनमें सबसे अधिक प्रचलन में सामान्य आकार है क्योंकि यह आकार बिना कागज बेकार किए काठा जा सकता है और संभालने में भी आसान होता है।

पत्रिका का आवरण : समाचार पत्रों की तरह पत्रिकाओं का भी पहला पन्ना सबसे महत्वपूर्ण होता है। यह पत्रिका के चेहरे की तरह होता है। यह न केवल पाठक पर

महत्वपूर्ण प्राथमिक प्रभाव डालता है बल्कि यह भी बता देता है कि पत्रिका किस तरह की है। इसी कारण किसी भी पत्रिका के आवरण को उस समय तक किसी तरह परिवर्तित नहीं किया जाता जब तक कि उसे संपादकीय रूप से पुनः रूप न दिया जा रहा हो।

पत्रिका का आवरण कागज के अनुसार दो प्रकार का हो सकता है; पहला : उसी प्रकार के कागज पर प्रकाशन जिससे अंदर के पन्ने बने हों और दूसरा : अंदर के पन्नों से भिन्न प्रकार के कागज से बना आवरण। परन्तु आमतौर पर सभी पत्रिकाओं का आवरण अंदर के कागज से अलग तरह का होता है जो चमकदार कागज पर आकर्षक ढंग से प्रकाशित किया गया होता है। पत्रिका का आवरण न केवल पत्रिका की पहचान बनाता है बल्कि यह पाठकों को आकर्षित करता है, उस अंक में प्रकाशित मुख्य घटनाओं या आलेखों आदि के प्वाइंटर पहले आवरण पर प्रकाशित कर उनकी मार्केटिंग की जाती है। इस कारण से पत्रिका का आवरण ऐसा होना चाहिए जो मैगजीन स्टैंड पर उसे अन्य पत्रिकाओं से अलग दिखाए।

आवरण पर ही कुछ ऐसी चीजें भी दी जाती हैं जो अंक-दर-अंक पत्रिका की पहचान बनाते चले जाते हैं। इसके साथ-साथ ही आवरण का इतना लचीला होना आवश्यक है कि हर अंक के साथ उसमें जरूरत के अनुसार बदलाव आ सकें। पत्रिका का आवरण केवल टाइप किया हुआ हो सकता है जिस पर किसी तरह का चित्र आदि न हो और ऐसा भी हो सकता है जिसमें चित्र और संपादकीय सामग्री दोनों हों। वह किसी भी प्रकार हो, लेकिन बहुत अधिक सामग्री देकर उसे जटिल नहीं बनाया जाना चाहिए। इसके अलावा यह बहुत ढीला-ढाला भी नजर नहीं आना चाहिए। इसी कारण यह तय करना जरूरी होता है कि पत्रिका का आवरण लिखित सामग्री, दृश्य सामग्री तथा रंग एवं श्वेत-श्याम का ऐसा मिश्रण होना चाहिए कि पाठक की आंखें उसी पर ठहर जाएं।

निरंतर पृष्ठों की सज्जा : आवरण के बाद अंदर के सभी पेज सामान्यतः एक जैसी प्रकृति वाले होते हैं। वे फोर्मेट के मामले में भी एकरूपता लिए हुए होते हैं। इनमें मुख्य रूप से विषय सूची वाला पेज, संपादकीय पन्ना, पाठकों के पत्रों वाला पन्ना तथा अन्य फीचर या कालम वाले पेज होते हैं। हालांकि इन सभी पेजों का फोर्मेट पूर्व निर्धारित होता है, लेकिन फिर भी प्रयास ये रहना चाहिए कि अलग-अलग अंकों में इनकी एकरूपता किसी न किसी तरह से दूर्घटी रहे।

पेजों का ढांचा तैयार करना : पत्रिका में पन्नों का ढांचा एकरूपता लिए भी हो सकता है और वह लोचदार भी हो सकता है। पन्ने के ढांचे से अभिप्राय पन्ने की कुछ विशेषताओं से होता है जिनमें :

- पन्ने पर कितने स्थान पर सामग्री आएगी
- कालम कितने होंगे, वे बदले जा सकेंगे या नहीं
- कालम की चौड़ाई कितनी रहेगी
- पेज के ऊपर तथा नीचे कितनी जगह छोड़ी जा सकेगी
- फोटो पेज के ऊपर तक लिया जा सकेगा या नहीं

आदि बातों का निर्धारण किया जाता है। अधिकतर पत्रिकाओं में तीन या चार कालम होते हैं। कुछ पत्रिकाएं अपने सभी पन्नों के लिए एक ही कालम संख्या का प्रयोग नहीं करतीं। अलग-अलग पन्नों के लिए वे अलग-अलग कालम प्रयोग करती हैं।

टाइप फेस नीति निर्धारण : किसी भी समाचार पत्र या पत्रिका के लिए टाइप फेस

का निर्धारण करते समय सबसे अधिक ध्यान रखने की बात होती है कि वह पढ़ने में आसान हो। पारंपरिक पत्रिकाएं एक ही तरह के निर्धारित टाइप फेस का प्रयोग करती हैं जो उन्हें निरंतरता प्रदान करता है। लेकिन अन्य पत्रिकाएं टाइप फेस, उनके आकार तथा अन्य कई बदलावों का प्रयोग करती हैं ताकि अलग-अलग स्टोरी या फीचर को अलग पहचान दी जा सके। इसी तरह किसी विशेष तत्व पर पाठ्क का ध्यान आकर्षित करने के लिए कुछ अन्य पत्रिकाएं विशेष तरह के चिह्नों का प्रयोग करती हैं जिनमें मुख्य रूप से स्टार, बुलेट तथा ऊपर की ओर उठे हुए या नीचे की ओर धंसे हुए शब्दों का प्रयोग शामिल है।

पत्रिका की पृष्ठ सज्जा के कुछ सामान्य कदम :

- यह निर्धारित करना कि किसी स्टोरी के लिए वास्तव में कितना स्थान उपलब्ध है।
- यह निर्णय लेना कि उसे कितने कालम में बांटना है।
- लिखित सामग्री और दृश्य सामग्री को किस अनुपात में स्थान देना है, इसका निर्धारण करना।
- शीर्षक आदि के विशेष डिजाइन तैयार करना और उनका स्थान निर्धारित करना।
- दृश्य सामग्री और लिखित सामग्री का स्थान तय कर उन्हें उस स्थान पर स्थापित करना।
- विशेष चिह्नों आदि के प्रयोग संबंधी निर्णय लेना।

कंप्यूटर के आने से पहले पत्रिकाओं की सज्जा का काम करने वाले व्यक्ति कई

स्तर पर काम करते थे। वे पहले छोटे स्कैच बनाते थे, पहले रफ और बाद में फाइनल लेआउट बनाते थे तथा उसके बाद कलात्मक कार्य करते थे। इस तरह से उनका काम बहुत लंबा होता था। लेकिन कंप्यूटर व अन्य तकनीकी विकास ने लेआउट के काम को बहुत आसान कर दिया है। लेआउट में किसी भी तरह के विशेष प्रभाव का प्रयोग करने के लिए अब केवल कंप्यूटर पर कुछ कुंजियां ही दबाने की ज़रूरत होती है।

8.2.5 स्टाइल शीट :

समाचार पत्र किसी भी तरह की असुविधा से बचने के लिए लेआउट के संबंध में कुछ नियम बना लेते हैं। ये नियम समाचार पत्र के सभी पृष्ठों पर एकरूपता लाते हैं तथा उसे विशेष पहचान देते हैं। इन्हें समाचार पत्र के स्टाइल के नाम से जाना जाता है। इन्हें आमतौर पर स्टाइल शीट या स्टाइल बुक में कोड देकर सुरक्षित रखा जाता है।

स्टाइल शीट में तय नियमों पर चलने से समाचार पत्र की भाषा स्पष्ट, संक्षिप्त तथा अनियमितताओं से मुक्त हो जाती है, जो समाचार पत्र के लिए सबसे आवश्यक होता है। इस तरह के नियम बना देने के बाद पाठक को ऐसी चीजें पढ़ने को नहीं मिलेंगी कि किसी खबर में वायदा लिखा हो और दूसरी खबर में वादा। इसी तरह किसी खबर में श्री एम.आर. पात्र लिखा हो और दूसरी खबर में मिस्टर एम.आर. पात्र या किसी अन्य खबर में एम.आर. पात्र लिखा हुआ नहीं मिलेगा। चूंकि स्टाइलशीट में यह निर्धारण कर लिया जाता है कि किसी के नाम के साथ श्री लगेगा या नहीं तो वह पूरे समाचार पत्र में लागू कर दिया जाता है। इसी प्रकार कई शब्द दो तरह से लिखे जा सकते हैं, उनको भी स्पष्ट कर दिया जाता है कि

कौन सा शब्द किस अवस्था में प्रयोग करना है।

अमेरिका में जहां एसोसिएटेड प्रैस और यूनाइटेड प्रैस इंटरनैशनल ने वहां के अधिकतर समाचार पत्रों के लिए स्टाइल रूल्स की स्थापना की थी जिन्हें सभी अमेरिकी समाचार पत्र आज भी मानते हैं। इसी तरह के नियम लगभग सभी समाचार संगठन बना लेते हैं। भारत में भी आकाशवाणी, दूरदर्शन सहित अन्य सभी प्रमुख अखबारों की अपनी स्टाइल बुक या स्टाइल शीट होती है।

स्टाइल शीट में पहचान के बारे में निर्देश होते हैं तो धर्म, मौत की खबर, प्राकृतिक आपदा, विवाद, आर्थिक समाचार, प्रतिशत और संख्या, खेल, पर्यायवाची आदि के बारे में स्पष्ट निर्देश होते हैं कि क्या प्रयोग किया जाएगा और क्या नहीं। इस तरह की निर्देशिका बना देने के बाद समाचार पत्र में एकरूपता आना तय हो जाता है।

8.3 सारांश :

- समाचार पत्र में सभी तत्वों को आकर्षक एवं पढ़ने में आसान तरीके से समायोजित करना जरूरी है। समाचार, रूपक, लेख, संपादकीय, चित्र तथा पाठकों के पत्र आदि को सही ढंग से पृष्ठों पर स्थान देने की प्रक्रिया को समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा या पेज डिजाइन या पेज ले-आउट कहा जाता है। समाचार पत्र पृष्ठ सज्जा का पहला मुख्य उद्देश्य समाचारों व अन्य सामग्री को कमानुसार, महत्व के अनुसार तथा पाठक की रुचि के अनुसार आकर्षक रूप देना होगा। पृष्ठ सज्जा का दूसरा मुख्य उद्देश्य समाचार पत्र को समाचारों व अन्य सामग्री को आकर्षक रूप में प्रकाशित कर अलग पहचान देना होता है।

- संतुलन का अर्थ होता है जब कोई पक्ष दूसरे पर भारी न पड़ता हो अर्थात् सभी पक्षों को उचित स्थान एवं महत्व दिया गया हो। यह समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा के दौरान मुख्य रूप से दृश्य से संबंधित होता है। उदाहरण के तौर पर समाचारों एवं चित्रों को उचित स्थान देना। समाचार पत्र में संतुलन का मतलब होता है कि उसका कोई भी पन्ना इस तरह से डिजाइन नहीं होना चाहिए कि उसका ऊपरी भाग, नीचे का भाग या दाएं-बाएं का भाग अन्य पर भारी नजर आए।
- भिन्नता का समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा में यह अर्थ होता है कि दो बिल्कुल विपरीत प्रकृति की सामग्री को इस तरह से सजाया जाना कि पाठक को वह अटपटी लगने की बजाय पसंद आए। इस सामग्री की प्रकृति में भिन्नता कई तरह से हो सकती है। उदाहरण के तौर पर खबरों के आकार में भिन्नता हो सकती है, चित्रों आदि को जिस ढंचे में ढाला गया है उनमें भिन्नता हो सकती है, फोटो की छाया एवं रंग एक-दूसरे के विपरीत हो सकते हैं आदि। इसी तरह यदि किसी शीर्षक को बोल्ड किया गया है अर्थात् मोटे अक्षरों में लिखा गया है और दूसरे शीर्षक का रंग फीका कर दिया गया है तो वे एक दूसरे के विपरीत नजर आएंगी।
- समाचार पत्र में पृष्ठ सज्जा के दौरान अनुपात से अभिप्राय होता है विभिन्न तत्वों जैसे समाचार, चित्र, ग्राफिक आदि के आकार, लंबाई-चौड़ाई, ढंचे आदि में एक तालमेल होना। उदाहरण के तौर पर पृष्ठ सज्जा के दौरान वर्गाकार आकृतियों का प्रयोग बहुत कम किया जाता है क्योंकि ये बहुत अलंचिकर

नजर आती हैं। इसी तरह यदि सभी चित्रों या खबरों का आकार एक जैसा ही कर दिया जाए तो पूरे पन्ने पर बोरियत आ जाएगी। इस बोरियत से बचने के लिए एक जैसे आकार की बजाय अलग-अलग आकार की खबरें एवं चित्र प्रयोग किए जाने चाहिए क्योंकि आकार में भिन्नता हो तो एक ही आकार की बजाय अधिक सुंदर पन्ना बन सकता है।

- एकरूपता का अभिप्राय मुख्य रूप से समाचार पत्र के पन्ने का पाठक पर पड़ने वाले प्रभाव से होता है। समाचार पत्र के किसी भी पृष्ठ का प्रभाव पाठक के मन पर एकरूपता वाला होना चाहिए न कि भिन्नता वाला अर्थात् यदि पूरा पन्ना देखने के बाद पाठक को लगता है कि अखबार का यह पन्ना किसी विशेष नीति के तहत डिजाइन किया गया है तो वहां अखबार की सफलता मानी जाती है। दूसरी ओर यदि पाठक को महसूस होता है कि अखबार का यह पन्ना तो बिना किसी नीति ऐसे ही जो मिला, उसी से भर दिया गया है तो यह पृष्ठ सज्जा की असफलता मानी जाती है।
- कुछ समय पहले तक पहले पन्ने की सज्जा बहुत पारंपरिक होती थी। यह बिलकुल पुराने फैशन की थी। यह पूरी तरह से कृत्रिम और अनाकर्षक होती थी। दुर्भाग्यवश भूतकाल में पहले पन्ने की सजावट के नाम पर कोई छूट नहीं होती थी और उससे आप किसी तरह की छेडछाड नहीं कर सकते थे। इसके पीछे कारण था समाचारों व फोटो का अयोजनाबद्ध निर्धारण तथा डिजाइन के महत्व की अवहेलना।आधुनिक समय में पहले पन्ने की सज्जा पर ही सर्वाधिक ध्यान दिया जाता है। इसमें न केवल अच्छे डिजाइन का

ध्यान रखा जाता है बल्कि यह बहुत आकर्षित करने वाला और डिजाइन के हिसाब से बहुत लोच लिए होता है। पहला पन्ना किसी भी समाचार पत्र का शोकेस होने के कारण यह न केवल आसानी से पठनीय होना चाहिए बल्कि आकर्षक और पाठकों को आमंत्रित करने वाला होना चाहिए। यह कमबद्ध भी होना चाहिए और इसकी अपनी अलग पहचान भी होनी चाहिए।

- समाचार पत्र के पहले पन्ने को अधिक पठनीय और अधिक आकर्षक बनाने के लिए कालम, समाचारों तथा चित्रों के बीच में खाली स्थान का इस तरह से प्रयोग किया जाए कि पूरा पन्ना खुला-खुला नजर आए। छोटी-छोटी ढेर सारी खबरों को पहले पन्ने पर दूंसने की बजाय कुछ खबरों को पूरा स्थान दिया जाना चाहिए और अन्य को अंदर के पन्नों पर प्रकाशित कर उनका केवल सार पहले पन्ने पर दिया जाना चाहिए। पहले पन्ने के निचले आधे पन्ने को भी उतना ही रुचिकर बनाना जितना कि ऊपर का आधा पन्ना बनाया गया हो। इसके लिए बड़े फोटो, बॉक्स व्यूज तथा बड़ी खबरों का प्रयोग किया जा सकता है। ऐसे फान्ट का प्रयोग करना चाहिए जो स्पष्ट दिखे और पढ़ने में किसी तरह की परेशानी न हो।
- अधिकतर सांध्य दैनिक अखबार टैबलायड आकार में प्रकाशित किए जाते हैं। बहुत से प्रकाशक, विशेषकर पश्चिमी देशों में बड़ी संख्या में टैबलायड अखबार निकाल रहे हैं। इतनी बड़ी संख्या में टैबलायड निकालने के पीछे कुछ कारण भी हैं : इस आकार के अखबार को न केवल लाना-ले जाना आसान होता है बल्कि इसे संभालना भी आसान होता है। डिजाइन संबंधी

संभावनाएं अधिक होती हैं क्योंकि इसमें कई तरह के प्रयोग किए जा सकते हैं। विज्ञापन की संभावना अधिक होती है क्योंकि विज्ञापनदाता टैबलायड में पूरा पन्ना विज्ञापन देना पसंद करते हैं। टैबलायड अखबार डिजाइन के मामले में संपूर्ण अखबार की तुलना में अधिक स्वतंत्रता से काम करते हैं। इसी कारण वे आमतौर पर सामान्य अखबार से कम कालम में अपनी सामग्री प्रकाशित करते हैं। अधिकतर टैबलायड तीन, चार या पांच कालम में सामग्री प्रकाशित करते हैं। टैबलायड में चार कालम पेज न केवल अधिक आकर्षक होते हैं बल्कि अधिक पठनीय भी होते हैं। फिर भी कुछ टैबलायड तीन या पांच कालम भी प्रयोग करते हैं।

8.4 प्रमुख बिन्दू :

संतुलन : संतुलन का अर्थ होता है जब कोई पक्ष दूसरे पर भारी न पड़ता हो अर्थात् सभी पक्षों को उचित स्थान एवं महत्व दिया गया हो। यह समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा के दौरान मुख्य रूप से दृश्य से संबंधित होता है। उदाहरण के तौर पर समाचारों एवं चित्रों को उचित स्थान देना। समाचार पत्र में संतुलन का मतलब होता है कि उसका कोई भी पन्ना इस तरह से डिजाइन नहीं होना चाहिए कि उसका ऊपरी भाग, नीचे का भाग या दाएं-बाएं का भाग अन्य पर भारी नजर आए। इसका अर्थ यह हुआ कि पृष्ठ सज्जा तभी सही मानी जाएगी जब उसका एक भाग अधिक भारी और दूसरा भाग अधिक हल्का न हो।

भिन्नता : भिन्नता का समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा में यह अर्थ होता है कि दो बिल्कुल विपरीत प्रकृति की सामग्री को इस तरह से सजाया जाना कि पाठक को वह अटपटी लगने की बजाय पसंद आए। इस सामग्री की प्रकृति में भिन्नता कई

तरह से हो सकती है। उदाहरण के तौर पर खबरों के आकार में भिन्नता हो सकती है, चित्रों आदि को जिस ढंचे में ढाला गया है उनमें भिन्नता हो सकती है, फोटो की छाया एवं रंग एक-दूसरे के विपरीत हो सकते हैं आदि।

अनुपात : समाचार पत्र में पृष्ठ सज्जा के दौरान अनुपात से अभिप्राय होता है विभिन्न तत्वों जैसे समाचार, चित्र, ग्राफिक आदि के आकार, लंबाई-चौड़ाई, ढंचे आदि में एक तालमेल होना। उदाहरण के तौर पर पृष्ठ सज्जा के दौरान वर्गाकार आकृतियों का प्रयोग बहुत कम किया जाता है क्योंकि ये बहुत अल्पिकर नजर आती हैं। इसी तरह यदि सभी चित्रों या खबरों का आकार एक जैसा ही कर दिया जाए तो पूरे पन्ने पर बोरियत आ जाएगी। इस बोरियत से बचने के लिए एक जैसे आकार की बजाय अलग-अलग आकार की खबरें एवं चित्र प्रयोग किए जाने चाहिए क्योंकि आकार में भिन्नता हो तो एक ही आकार की बजाय अधिक सुंदर पन्ना बन सकता है।

एकरूपता : एकरूपता का अभिप्राय मुख्य रूप से समाचार पत्र के पन्ने का पाठ्क पर पड़ने वाले प्रभाव से होता है। समाचार पत्र के किसी भी पृष्ठ का प्रभाव पाठ्क के मन पर एकरूपता वाला होना चाहिए न कि भिन्नता वाला अर्थात् यदि पूरा पन्ना देखने के बाद पाठ्क को लगता है कि अखबार का यह पन्ना किसी विशेष नीति के तहत डिजाइन किया गया है तो वहां अखबार की सफलता मानी जाती है। समाचार पत्र की पृष्ठ सज्जा के दौरान विभिन्न तत्वों के महत्व एवं सुंदरता के अनुरूप उन्हें उचित स्थान देकर एकरूपता प्राप्त की जा सकती है।

पठनीयता : समाचार पत्र में प्रकाशित संपादकीय सामग्री, सूचना एवं जानकारी इस

तरह से पृष्ठ पर सजाई होनी चाहिए कि पाठक को पढ़ने में आसानी हो और उसे बेहतर ढंग से समझ आ जाए। पाठक की सुविधा के अनुसार ही पेज डिजाइनर को टाइप फेस, टाइप का आकार, लाइनें, उनके बीच का स्थान, उनका स्टाइल आदि का निर्धारण करना चाहिए। जहां जरूरत हो वहां अक्षरों को मोटे, तिरछे आदि करके भी पाठक को पढ़ने में आसानी हो, ऐसा डिजाइन बनाना चाहिए।

हैरानगी : एक अच्छी तरह डिजाइन किया हुआ अखबार का पन्ना न केवल पाठक को उस पन्ने पर लूकने को मजबूर कर देता है, बल्कि वह उसे हैरान भी कर देता है। यह हैरानगी उसे बहुत बड़े फोटो, रंगों के बहुत भिन्न प्रकार के प्रयोग, बहुत अच्छे कटआउट आदि के कारण हो सकती है।

टैबलायड : टैबलायड उस छोटे अखबार को कहा जाता है जो सामान्य अखबार की तुलना में आधे आकार का होता है। अधिकतर सांध्य दैनिक अखबार इसी आकार में प्रकाशित किए जाते हैं। बहुत से प्रकाशक, विशेषकर पश्चिमी देशों में बड़ी संख्या में टैबलायड अखबार निकाल रहे हैं।

स्टाइल शीट : समाचार पत्र किसी भी तरह की असुविधा से बचने के लिए लेआउट के संबंध में कुछ नियम बना लेते हैं। ये नियम समाचार पत्र के सभी पृष्ठों पर एकरूपता लाते हैं तथा उसे विशेष पहचान देते हैं। इन्हें समाचार पत्र के स्टाइल के नाम से जाना जाता है। इन्हें आमतौर पर स्टाइल शीट या स्टाइल बुक में कोड देकर सुरक्षित रखा जाता है।

8.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्न :

- समाचार-पत्र पृष्ठ सज्जा से आप क्या समझते हैं ?
- समाचार-पत्र की पृष्ठ सज्जा के आधारभूत सिद्धांतों को उल्लेखित करें।
- पत्रिका के पृष्ठों की सज्जा समाचार-पत्र पृष्ठ सज्जा से किस प्रकार भिन्न है ? चर्चा कीजिए।
- स्टार्फ़िल शीट से आप क्या समझते हैं ? विस्तार से चर्चा करें।

8.6 संदर्भित पुस्तकें :

- हैण्डबुक ऑफ टेलीविजन प्रोडक्शन ; हर्बट जैटेल, 2006 ; सैन्योज लर्निंग ; न्यू दिल्ली.
- साइट, साउंड, मोशन, हर्बट जैटेल; 2005; थम्सन वर्ड्सवर्थ.
- वीडियो इन्जीनियरिंग ; एसी लूथर ; एएफ इंगिलश, 1999; मैक्याहिल, न्यूयॉर्क.
- प्रोफेशनल जर्नलिस्ट; जॉन होहेनबर्ग
- हैण्डबुक ऑफ एडिटिंग; एसके अग्रवाल
- प्रोफेशनल जर्नलिज्म; एमवी कामथ
- एडिटिंग टेक्निक्स; एस कुन्ना

इलैक्ट्रॉनिक मीडिया हेतु सम्पादन

लेखक : श्री राजेश नैन

सहायक वार्ता सम्पादक, दैनिक हिन्दुस्तान, मेरठ।

वैटर : श्री मिहिर रंजन पात्र

वरिष्ठ व्याख्याता, संचार प्रबन्धन व तकनीकी विभाग, गुरु जम्भेश्वर विज्ञान प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिसार।

अध्याय संरचना:

इस अध्याय की संरचना इस प्रकार रहेगी:

- 9.0 उद्देश्य
- 9.1 परिचय
- 9.2 विषय वस्तु की प्रस्तुति
 - 9.2.1 इलैक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए संपादन- एक परिचय
 - 9.2.2 संपादन प्रक्रिया
 - 9.2.3 वीडियो एडिटिंग के उपकरण
 - 9.2.4 वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर
- 9.3 सारांश
- 9.4 सूचक शब्द
- 9.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्न

9.6 संदर्भित पुस्तकें

9.0 उद्देश्यः

इस अध्याय में हम निम्न पर चर्चा करेंगे :

- इलैक्ट्रोनिक मीडिया में संपादन की अवधारणा और उसकी प्रक्रिया को समझना।
- संपादन प्रक्रिया के बारे में जानकारी हासिल करना।
- संपादन में प्रयुक्त होने वाले उपकरणों की जानकारी हासिल करना।
- वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर के बारे में जानना।

9.1 परिचय :

रेडियो और टेलीविजन कार्यक्रम के निर्माण की प्रक्रिया प्री-प्रोडक्शन स्टेज अर्थात उत्पादन या निर्माण से पहले की अवस्था में ही शुरू हो जाता है। प्री-प्रोडक्शन अवस्था मूलतः योजना एवं तैयारियों की अवस्था होती है। इस प्रक्रिया की शुरुआत पटकथा लेखन अर्थात स्क्रिप्ट राइटिंग से होती है। पटकथा में किसी कार्यक्रम के निर्माण के लिए आवश्यक दिशा-निर्देश तय किए जाते हैं। इसमें बताया जाता है कि कौन से दृश्य की शूटिंग किस स्थान पर किस समय और किस-किस कलाकार पर किस तरह के माहौल में की जाएगी।

इस अवस्था के पूर्ण होने पर दूसरी अवस्था का काम शुरू होता है। इस अवस्था को प्रोडक्शन अर्थात निर्माण अवस्था कहा जाता है। इसमें उन सारी बातों पर अमल किया जाता है जिनका जिक पटकथा में होता है। अर्थात सारी शूटिंग एवं रिकॉर्डिंग का काम इस अवस्था में आता है। पोर्ट-प्रोडक्शन स्टेज किसी कार्यक्रम निर्माण की अंतिम अवस्था होती है। इस अवस्था में संपादन का कार्य किया जाता है। प्रोडक्शन के दौरान की गई शूटिंग और रिकॉर्डिंग में कांट-छांट कर उसे एक क्रम में लगाने और उसमें विशेष प्रभाव पैदा करने की क्रिया ही संपादन कहलाती है। इस अवस्था में रेडियो और दूसरे श्रव्य माध्यमों में पहले रिकार्ड की गई आवाज को सुधारा जाता है और यदि जरूरत हो तो उसकी डबिंग की जाती है। टेलीविजन व अन्य श्रव्य माध्यमों के कार्यक्रम निर्माण में संपादन के दौरान उन दृश्यों व आवाजों को एकत्रित कर

क्रमबद्ध ढंग से व्यवस्थित किया जाता है जिनकी रिकार्डिंग शूटिंग के दौरान की जाती है। जहां जरूरत हो वहां संगीत का मिश्रण किया जाता है। डबिंग के माध्यम से अतिरिक्त प्रभाव पैदा करने के लिए और आवाजें मिश्रित की जाती हैं। लेकिन यहां सबसे महत्वपूर्ण तत्व होता है इनका संपादन।

संपादन की जरूरत क्या है? आखिर संपादन किया क्यों जाता है?

संपादन वास्तव में वह किया है जो हमें कच्ची ऑडियो-वीडियो सामग्री को संपूर्ण कार्यक्रमों में परिवर्तित करने की सुविधा प्रदान करती है। इसमें सामग्री को क्रमबद्ध ढंग से व्यवस्थित करने के साथ साथ उसके पुनर्संगठन की प्रक्रिया भी शामिल होती है। ये प्रक्रियाएं दोनों अवस्थाओं में की जा सकती हैं - रिकार्डिंग या शूटिंग के दौरान भी और रिकार्डिंग या शूटिंग के बाद भी। श्रेष्ठ संपादन के लिए न केवल पूरी तैयारी की जरूरत होती है बल्कि शूटिंग और रिकार्डिंग के समय ही उपयुक्त योजना की जरूरत भी होती है।

संपादन के मुख्य उद्देश्य हैं : रिकार्ड की गई ध्वनियों और दृश्यों को एक अर्थपूर्ण एवं क्रमबद्ध तथा तर्कसंगत रूप देना, उन भागों की कांट-छांट करना जो अरुचिकर हों, जिनमें दोहराव हो या तकनीकी रूप से जिन्हें स्वीकार करना सही न हो, रिकार्ड किए गए दृश्यों व ध्वनियों को इस ढंग से समेटना कि वे निर्धारित समय में पूर्ण हो जाएं। इसके अलावा संपादन का एक और महत्वपूर्ण उद्देश्य होता है - रचनात्मक प्रभाव पैदा करने के लिए भाषण, संगीत, ध्वनियों तथा चुप्पी का कलात्मक प्रयोग करना।

संपादन का सबसे मुख्य मकसद होता है कि टीवी या रेडियो पर कार्यक्रम के प्रसारण के दौरान दर्शक या श्रोता को यह अहसास न हो कि संबंधित कार्यक्रम में किसी तरह की कांट-छांट की गई है। इस उद्देश्य की प्राप्ति के लिए संपादन कई चरणों में किया जाता है। संपादन के दौरान आने वाले प्रमुख चरण निम्नलिखित हैं :

- रिकार्डिंग या शूटिंग का चरण
- प्रीव्यू या देखने और सुनने का चरण
- निर्णय लेने का चरण और
- अंतिम या क्रियात्मक चरण जिसे पोस्ट प्रोडक्शन स्टेज भी कहा जाता है। इन उद्देश्यों

के लिए वर्तमान में संपादन के लिए बहुत सी मशीनें बाजार में उपलब्ध हैं। इन मशीनों ने संपादन की किया को बहुत आसान कर दिया है।

9.2 पाठ्य सामग्री का प्रस्तुतिकरण :

इस अध्याय में हम इलैक्ट्रोनिक मीडिया में संपादन की विभिन्न धारणाओं के बारे में विस्तार से जानेंगे और उनकी चर्चा करेंगे। प्रस्तुत अध्याय में इलैक्ट्रोनिक मीडिया में संपादन से संबंधित पाठ्य सामग्री को निम्न प्रकार से प्रस्तुत किया गया है :

- इलैक्ट्रोनिक मीडिया के लिए संपादन : एक परिचय
- संपादन प्रक्रिया
- संपादन में प्रयुक्त होने वाले उपकरण
- वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर

9.2.1 इलैक्ट्रोनिक मीडिया के लिए संपादन : एक परिचय :

रेडियो या टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों तथा फ़िल्मों के लिए संपादन को एक अंतः किया माना जाता है। सामान्य भाषा में कहा जाए तो संपादन एक ऐसी किया है जिसमें रिकार्ड किए गए दृश्य-शब्द भागों को सुव्यवस्थित और तर्कसंगत रूप से कमबद्ध किया जाता है। रिकार्ड किए गए दृश्यों और ध्वनियों को यह कमबद्ध रूप इसलिए दिया जाता है ताकि जब उन्हें पुनः चलाया जाए तो वे एक कहानी या कथा का रूप ले लें।

पहले के जमाने में रेडियो और टीवी कार्यक्रमों को बहुत ही कमबद्ध ढंग से रिकार्ड किया जाता था। परन्तु अब इस बात की आवश्यकता नहीं रह गई है कि रिकार्डिंग के दौरान वीडियो शॉट्स या ध्वनियों को एक क्रम में ही रिकार्ड किया जाए। शूटिंग या रिकार्डिंग के दौरान किसी भी तरह से वीडियो शॉट्स या ध्वनियों को रिकार्ड किया गया हो, उनको कमबद्ध ढंग से व्यवस्थित करने का काम संपादन के दौरान किया जाता है।

संपादन किया किसी भी निर्माता को इस बात के लिए स्वतंत्र कर देती है कि वह किसी भी क्रम में या बिना क्रम के शूटिंग और रिकार्डिंग कर ले, बाद में उन दृश्यों और

धनियों को इस तरह से व्यवस्थित कर दिया जाएगा कि उसका संदेश एवं उद्देश्य दोनों पूर्ण हो जाएं।

संपादन के लिए दिशानिर्देश :

संपादन के दौरान संपादन करने वाले व्यक्ति को कोई परेशानी न हो इसके लिए कुछ दिशानिर्देश बनाए गए हैं :

- संपादन से पहले अपनी दृश्य और श्रव्य सामग्री अर्थात् वीडियो शॉट्स और रिकार्ड की गई धनियों को अच्छी प्रकार से सुनें और देखें। यह प्रक्रिया जितनी अधिक बार करेंगे संपादन के लिए उतना ही अच्छा होगा। ऐसा करने से रिकार्ड की गई पूरी सामग्री आपकी समझ में आ जाएगी और आप उसका अधिक अच्छी तरह से संपादन कर पाएंगे।
- एक तालिका बनाकर उसमें रिकार्ड की गई धनियों और वीडियो शॉट्स का पूरा विवरण लिख लें। इसमें मुख्य रूप से किसी शॉट या धनि के बारे में महत्वपूर्ण विवरण या टिप्पणी, वह दृश्य या धनि कितने समय की है, वह किस प्रकार की है, उसकी गुणवत्ता कैसी है आदि की जानकारी अपनी तालिका में शामिल करें। यह तालिका बाद में उस समय आपके बहुत काम आएगी जब आपको संपादन के दौरान दृश्यों और धनियों को ढंगने और उन्हें कम में रखने की जल्दत पड़ेगी।
- पूरी दृश्य और श्रव्य सामग्री को अच्छी तरह देखने के बाद कुछ समय उस पर विचार-विमर्श में बिताएं। इस दौरान आप संबंधित कार्यक्रम के केंद्र बिंदू, उसके उद्देश्यों, उसे किस-किस स्टाइल में प्रस्तुत किया जा सकता है इसकी संभावना, कौन-कौन सा और किस तरह का संगीत उसमें डाला जा सकता है इसकी संभावना, गति, संपूर्ण ढंचा एवं खाका तथा आरंभ एवं अंत के बारे अपनी सोच बना लें।

- इस संबंध में निर्णय लें कि आपके लिए क्या सबसे अधिक महत्वपूर्ण और क्या सबसे अधिक तर्कसंगत है और क्या नहीं। इससे आपको किसी शॉट या साउंड को काटने-छाटने में किसी तरह की परेशानी का सामना नहीं करना पड़ेगा।
- आपके कार्यक्रम की मुख्य धारा से मेल न करने वाले सभी दृश्यों व ध्वनियों को हटा दें। अब ऐसे दृश्यों की तलाश करें जहां कुछ कमी खल रही हो। इस कमी को पूरा करने के लिए आवश्यक दृश्यों व ध्वनियों को पुनः शूट व रिकार्ड करें।
- संपादन के दौरान इस बात का फैसला सबसे पहले कर लें कि कौन सा दृश्य और किसके द्वारा कही गई बात को क्रम में सबसे पहले रखना होगा और किसको सबसे बाद में। इसी तरह के निर्णय अन्य ध्वनियों व संगीत के बारे में भी ले लें। इसके बाद बाकी बचे शॉट्स को पुनः देखें और ध्वनियों को पुनः सुनें। इसमें से जो कुछ कार्यक्रम में प्रयोग होने लायक निकले, उसे चुन लें। ऐसा करने से इच्छित प्रभाव पैदा करने और सही गति से कार्यक्रम के संचालन में सहायता मिलेगी।
- उपरोक्त सभी चरण पूरे करने के बाद अब आप वास्तव में संपादन के लिए तैयार हैं। इस बात का अनुमान लगा लें कि आपको संपादन के लिए लगभग कितना समय चाहिए। इस तरह की कोशिश करें कि आप एक बार में ही पूरी एडिटिंग कर लेंगे। संपादन या एडिटिंग के समय अपनी अंतिम एडिटिंग स्ट्रिप्ट के अनुसार ही चलने का हर संभव प्रयास करें। यहां एडिटिंग स्ट्रिप्ट से अभिप्राय उस तालिका से है जिसमें आपने सभी दृश्यों और ध्वनियों के बारे में विस्तार से लिखा है तथा आवश्यक टिप्पणियां दी हैं। इस दौरान शॉट्स में बेतुकी कांट-छांट से बचने की हरसंभव कोशिश करें। इसके अतिरिक्त शॉट्स की गति के साधारण नियम को भी ध्यान में रखें : एलएस, एमएस और उसके बाद सीयू। टेलीविजन के कार्यक्रमों के संपादन के दौरान इस बात का विशेष तौर पर ध्यान रखें कि आप कठोर का और रिएक्शन शॉट्स का कलात्मक तरीके से प्रयोग कर सकें।

9.2.2 संपादन प्रक्रिया :

संपादन प्रक्रिया एक ही चरण में पूरी नहीं हो जाती बल्कि कई चरणों में चलती है। संपादन के ये सारे चरण दोनों तरह के संपादन पर लागू होते हैं चाहे आप ऐडियो के लिए संपादन कर रहे हों या टेलीविजन कार्यक्रमों के लिए। संपादन के दौरान आने वाले प्रमुख चरण निम्नलिखित हैं :

- रिकार्डिंग या शूटिंग का चरण
- प्रीव्यू या देखने और सुनने का चरण
- निर्णय लेने का चरण और
- अंतिम या क्रियात्मक चरण जिसे पोस्ट प्रोडक्शन स्टेज भी कहा जाता है।

रिकार्डिंग या शूटिंग चरण :

दृश्य और श्रव्य संबंधी संपादन के अधिकांश निर्णय संपादन प्रक्रिया शुरू होने से पहले ही ले लिए जाते हैं। इन निर्णयों की स्पष्ट झलक उस क्रम और ढंग में मिलती है जिस क्रम में तथा जिस ढंग से सामग्री को शूट और रिकार्ड किया जाता है। उदाहरण के तौर पर अंतिम चरण में संपादन के लिए अधिक समय और मौके न देने के लिए ही सभी ऑडियो और वीडियो शॉट्स को इस तरह से शूट किया जाता है कि वे उससे कुछ ही सैकेंड अधिक होते जितनी उनकी जल्दी होती है। ऐसे में संपादन करने वाला व्यक्ति अधिक संपादन न करने के लिए बाध्य हो जाता है। ऐसा करने का सबसे बड़ा लाभ यह होता है कि संपादन के दौरान जब एक शॉट को दूसरे से जोड़ा जाता है तो तुरंत और आसानी से इच्छित प्रभाव पैदा किया जा सकता है। इसके अलावा एक शॉट से दूसरे शॉट में शिफ्ट होने के दौरान किसी तरह का खालीपन या गैप नजर नहीं आता।

इसी प्रकार किसी भी शूटिंग के दौरान किसी भी लोकेशन के कुछ अतिरिक्त शॉट्स भी शूट कर लिए जाते हैं। इनमें मुख्य रूप से भीड़ के शॉट्स, गलियों के वाइड शॉट्स, ट्रैफिक आदि के शॉट्स शामिल होते हैं। इस तरह के अतिरिक्त शॉट्स संपादन के दौरान संपादन करने वाले को अतिरिक्त स्वतंत्रता प्रदान करते हैं। यदि एक शॉट अच्छा न आया हो तो वह दूसरा प्रयोग कर सकता है, इसी तरह यदि किसी अन्य जगह उसी तरह के शॉट की जल्दी पड़ जाए

तो वहां भी उसे प्रयोग किया जा सकता है। इसी तरह से ध्वनियों के मामले में भी कुछ अतिरिक्त रिकार्ड कर लिया जाता है ताकि यदि एक आवाज सही शूट न कर रही हो तो दूसरी को प्रयोग कर उचित तालमेल बैठाया जा सके।

प्रीब्यू फेज या देखने और सुनने का चरण :

जैसा कि इस चरण का नाम दर्शा रहा है यह चरण वास्तव में शूटिंग और रिकार्डिंग के दौरान रिकार्ड किए गए दृश्यों को देखने और विभिन्न ध्वनियों को सुनने से संबंधित है। इन दृश्यों को इसलिए देखा और ध्वनियों को इसलिए सुना जाता है ताकि उनकी गुणवत्ता का निर्धारण हो सके और यह तथ किया जा सके कि वे कार्यक्रम की आवश्यकता के अनुरूप फिट हो रहे हैं या नहीं। इस चरण में मुख्य रूप से निर्माता को इस बात की ज़ल्दत होती है कि वह शूट व रिकार्ड की गई पूरी सामग्री का अच्छी तरह से अध्ययन करे, उसको देखे-सुने तथा वे शॉट व साउंड कितनी-किनती देर के हैं, इस बात का निर्धारण करे। इसके अलावा इस स्टेज का सबसे महत्वपूर्ण कार्य होता है एक विस्तृत तालिका बनाना। जैसा कि पहले बताया जा चुका है, इस तालिका में सभी दृश्यों व ध्वनियों के बारे में विस्तार से लिखा होता है तथा उन पर ज़रूरी ठिप्पणियां भी होती हैं। इसके अलावा उनका समय, उनकी गति, उनकी गुणवत्ता, उनका कार्यक्रम के साथ तालमेल, उनकी कमबद्धता तथा उनके आरंभ एवं अंत के बारे में भी इस तालिका में विस्तार से व्यौरा एकत्रित किया जाता है। यह तालिका एक तरह से किसी भी शॉट के बारे में यह निर्धारित करती है कि वह अच्छा है या नहीं। इसी कारण उस शॉट के बारे में तालिका में लिख दिया जाता है कि गुड या एनजी मतलब नॉट गुड।

निर्णय लेने का चरण :

शूटिंग और रिकार्डिंग के दौरान शूट किए गए दृश्यों और रिकार्ड की गई ध्वनियों के बारे में बार-बार अध्ययन करने, उन्हें देखने-सुनने के बाद ही उनके बारे में कोई अंतिम निर्णय लिया जाता है। संपादन कार्य करने वाला या एडिटर ही यह निर्णय लेता है कि उन शॉट्स का कम किस तरह से हो कि वह तर्कसंगत होने के साथ-साथ अर्थपूर्ण और कार्यक्रम के मुख्य उद्देश्य

को पूरा करने वाला हो। इस तरह के सभी निर्णय एडिटर कार्यक्रम निर्माता से विचार-विमर्श के बाद ही लेता है।

सभी दृश्यों और धनियों पर विचार-विमर्श और परामर्श के बाद एक अंतिम एडिट स्क्रिप्ट या संपादन पटकथा तैयार की जाती है। इस स्क्रिप्ट या पटकथा में ही इस बात का विवरण दर्ज होता है कि कौन सा शॉट या साउंड किस जगह प्रयोग किया जाना है। इसमें इसके साथ-साथ शॉट्स की कमबद्धता और निरंतरता, धनियों और संगीत का मिश्रण, निरंतरता बनाए रखने वाले अन्य कार्य जैसे कट, रिएक्शन शॉट आदि का प्रयोग तथा अन्य जरूरी बातों का जिक्र होता है। इस प्रकार अंतिम एडिट स्क्रिप्ट या संपादन पटकथा तैयार करने के बाद आप इस अवस्था में होते हैं कि अंतिम संपादन चरण में संपादन कर सकते हैं।

अंतिम क्रियात्मक चरण :

अंतिम क्रियात्मक चरण उस अवस्था को कहा जाता है जिसमें पहले के चरणों में लिए गए निर्णयों को वास्तव में अमलीजामा पहनाया जाता है। इस चरण में एडिट स्क्रिप्ट या संपादन पटकथा में बनाई गई योजना के अनुरूप सभी शॉट्स और साउंड्स को कमबद्ध ढंग से व्यवस्थित किया जाता है।

वर्तमान में इलैक्ट्रोनिक मीडिया के कार्यक्रमों के संपादन के लिए बहुत से संपादन उपकरण बाजार में उपलब्ध हैं। इन उपकरणों में कई तरह की कंप्यूटराइज्ड और डिजिटल कंट्रोल यूनिट शामिल हैं। संपादन के लिए बनाई गई ये आधुनिक मशीनें अधिक गति, बिना गलती किए और श्रेष्ठता के साथ संपादन किया का निष्पादन कर सकती हैं। संपादन के लिए प्रयुक्त होने वाली इन सभी आधुनिक मशीनों की विस्तृत कार्यप्रणाली का विस्तार से वर्णन इस अध्याय में संभव नहीं है, क्योंकि वास्तिवक संपादन किया एक मशीन से दूसरी मशीन में कुछ न कुछ मिलना लिए हुए होती है।

बाद के पन्ने पर दिया गया चार्ट यह दर्शाता है कि ऑटोमैटिक एडिटिंग की प्रक्रिया किस तरह की होती है। इसमें ऑपरेशन सिस्टम एक विशेष निर्देश चिह्न के जरिये यह बताता है कि संपादन किया का अगला कदम कौन सा होगा जबकि किसी भी प्रक्रिया के दौरान विशेष तरह की बीप की आवाज यह दर्शाती है कि कौन-कौन से उपकरण किस अवस्था में काम कर

रहे हैं।

संपादन के लिए प्रयोग की जाने वाली विशेष मशीन एवं तकनीक के अनुरूप उसकी जरूरत के अनुसार यदि किसी विशेष कदम या चरण की जरूरत न हो तो उसे हटाया भी जा सकता है। उदाहरण के तौर पर यदि संपादन का प्रीव्यू देखने की जरूरत नहीं हो तो उसे हटाया जा सकता है। लेकिन यह मशीन एवं तकनीक पर निर्भर करता है कि उसकी जरूरत है या नहीं।

संपादन प्रक्रिया के अंतिम चरण में प्रवेश से पहले यह निर्धारण करना आवश्यक होता है कि आपको संपादन किया में वास्तव में कितना समय लगने का अनुमान है। इसके अलावा सभी प्रकार की जरूरत की चीजें आपके सामने होनी चाहिए जिनकी जरूरत संपादन की अंतिम प्रक्रिया में हो सकती है। इनमें मुख्य रूप से संपादन के लिए प्रयुक्त की जाने वाली मशीन की सभी सुविधाओं के वर्णन वाली पुस्तक, सभी आवश्यक मशीनें, सभी शॉट्स और साउंड्स की टेप, विशेष तालिका तथा संपादन पठकथा शामिल हैं। यदि सरल भाषा में कहा जाए तो किसी भी कार्यक्रम की संपादन प्रक्रिया इतनी सुनियोजित होनी चाहिए कि वह एक ही बार में बिना किसी अडचन या रुकावट के संपूर्ण हो जाए।

संपादन इस तरह से किया जाना चाहिए कि उसका पता न चले अर्थात् एक शॉट से दूसरे शॉट में जाएं तो दर्शक को यह आभास नहीं होना चाहिए कि कब शॉट बदल गया। इसी कारण अंतिम संपादन प्रक्रिया में कार्यक्रम इस तरह से संपादित होना चाहिए कि संचालन के वक्त वह पूरी तरह से प्राकृतिक, लयबद्ध, निरंतर नजर आए।

9.2.3 वीडियो एडिटिंग के उपकरण :

केवल कट आधारित वीडियो एडिटिंग के लिए आपको केवल दो वीडियो टेप रिकार्डर की जरूरत होती है तथा इसके साथ एक या दो मॉनीटर और एक एडिट कंट्रोलर की जरूरत होती है। इन दोनों वीडियो टेप रिकार्डर में से एक को सोर्स डैक या स्रोत कहा जाता है जबकि रिकार्डर एडिट डैक या संपादन स्रोत कहा जाता है। पहले रिकार्डर में कैमरे की वह असली रिकार्डिंग रखी जाती है जो वास्तव में प्रयुक्त होनी है। इस असली रिकार्डिंग में से ही चुनकर दृश्य अलग

किए जाते हैं जो दूसरे रिकार्डर पर रिकार्ड किए जाते हैं। एक मॉनीटर पर यह दिखाया जाता है कि पहले रिकार्डर में क्या है और दूसरा मॉनीटर एडिट डैक या दूसरे रिकार्डर की रिकार्डिंग को दर्शाता है। एडिटिंग कंट्रोलर का प्रयोग इस उद्देश्य के लिए किया जाता है कि एडिटिंग के दौरान वह निर्धारित कर सके कि किस दृश्य को कहां से काठा जाएगा और कहां जोड़ा जाएगा उसके बाद यह संबंधित रिकार्डर पर उक्त निर्णयों को लागू करता है।

यह तो हुई पारंपरिक या छोटे स्तर की एडिटिंग की बात, लेकिन बड़े स्तर पर या आधुनिक स्तर की एडिटिंग के लिए कुछ अन्य उपकरणों की भी आवश्यकता होती है। इन उपकरणों में मुख्य रूप से स्विचर शामिल होता है जो दो मशीनों को जोड़ने का काम करता है। ए-बी रोल होता है जो दो योर्तों से एडिट मशीन को आवश्यक सामग्री की आपूर्ति करता है। इसी तरह स्पैशल इफैक्ट जनरेटर एसईजी तथा कैरैक्टर जनरेटर सीजी होते हैं जो ग्राफिक्स के निर्माण में सहयोगी होते हैं।

वर्तमान में कंप्यूटर की सहायता से की जाने वाली एडिटिंग ने संपादन की दुनिया को ही बदलकर रख दिया है। एडिटिंग के लिए डैस्कटॉप कंप्यूटर के प्रयोग का सबसे बड़ा लाभ यह होता है कि वही कंप्यूटर न केवल संपादन के लिए प्रयोग होता है बल्कि वही ग्राफिक प्रोग्राम, स्पैशल इफैक्ट्स, ऑडियो तथा अन्य प्रक्रियाओं के लिए भी प्रयोग किया जा सकता है। कंप्यूटर की सहायता से संपादन किया एक ही स्थान तथा एक ही मशीन पर होने वाली प्रक्रिया बन गई है। इसका सबसे बड़ा लाभ पहले की तुलना में बहुत कम समय और बहुत कम लागत के रूप में हुआ है।

9.2.4 वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर :

वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर ऐसा एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर है जो वीडियो एडिटिंग को एक कंप्यूटर पर मॉनीटर की सहायता से नियंत्रित करता है। इसमें आमतौर पर वीडियो को इंपोर्ट-एक्सपोर्ट करने की सुविधा, वीडियो किलप को कांट-छांट और पेस्ट करने की योग्यता, वीडियो एवं साउंड में विशेष प्रभाव डालने की योग्यता आदि सुविधाएं होती हैं। इसके अलावा उसमें वीडियो को डीवीडी, वैब वीडियो, मोबाइल फोन वीडियो तथा वीडियो पोडकास्ट के योग्य बनाने की क्षमता भी होती है। वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर इसके साथ-साथ वीडियो के एक शॉट को दूसरे की

जगह प्रयोग करने या उसके साथ विशेष प्रकार की ध्वनि का प्रयोग करने की सुविधा भी प्रदान करता है तथा उन्हें एक क्रम में व्यवस्थित करने की योग्यता भी उसमें होती है।

लाइटवर्कर्स, एविड तथा कुछ समय पहले आया एपल कंपनी का फाइनल कट प्रो वीडियो एडिटिंग के क्षेत्र में प्रमुख माने जाने वाले वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर हैं। अधिकतर फ़िल्मों व टीवी कार्यक्रमों के निर्माण के दौरान संपादन के लिए इन्हीं का प्रयोग किया जाता है। वीडियो एडिटिंग के लिए ये सिस्टम विशेष तरह के हार्डवेयर का भी प्रयोग करते हैं तथा उसी की सहायता से वीडियो एडिटिंग को आसान बनाते हैं।

वीडियो प्रोसेसिंग हार्डवेयर की उपलब्धता, स्पेशलिस्ट वीडियो एडिटिंग कार्ड तथा नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए विशेष तौर पर डिजाइन किए गए कंप्यूटर सिस्टम के साथ-साथ मार्केट में अनेक वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर उपलब्ध हैं। इसके अलावा कुछ अन्य वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर में वैलोसिटी तथा एडोब कंपनी का प्रीमियर प्रो भी शामिल हैं। इनके प्रयोग से वीडियो एडिटिंग पहले की तुलना में बहुत आसान हो गई है और उसमें किसी भी तरह के प्रभाव डालना भी बहुत आसान हो गया है।

9.3 सारांश :

- संपादन वास्तव में वह किया है जो हमें कच्ची ऑडियो-वीडियो सामग्री को संपूर्ण कार्यक्रमों में परिवर्तित करने की सुविधा प्रदान करती है। इसमें सामग्री को कमबद्ध ढंग से व्यवस्थित करने के साथ साथ उसके पुनर्संगठन की प्रक्रिया भी शामिल होती है। ये प्रक्रियाएं दोनों अवस्थाओं में की जा सकती हैं - रिकार्डिंग या शूटिंग के दौरान भी और रिकार्डिंग या शूटिंग के बाद भी। श्रेष्ठ संपादन के लिए न केवल पूरी तैयारी की जरूरत होती है बल्कि शूटिंग और रिकार्डिंग के समय ही उपयुक्त योजना की जरूरत भी होती है।
- संपादन के मुख्य उद्देश्य हैं : रिकार्ड की गई ध्वनियों और दृश्यों को एक अर्थपूर्ण एवं कमबद्ध तथा तर्कसंगत रूप देना, उन भागों की कांट-छांट करना जो अलचिकर हों, जिनमें दोहराव हो या तकनीकी रूप से जिन्हें स्वीकार करना सही न हो, रिकार्ड किए

गए दृश्यों व ध्वनियों को इस ढंग से समेटना कि वे निर्धारित समय में पूर्ण हो जाएं। इसके अलावा संपादन का एक और महत्वपूर्ण उद्देश्य होता है - रचनात्मक प्रभाव पैदा करने के लिए भाषण, संगीत, ध्वनियों तथा चुप्पी का कलात्मक प्रयोग करना।

- संपादन प्रक्रिया एक ही चरण में पूरी नहीं हो जाती बल्कि कई चरणों में चलती है। संपादन के ये सारे चरण दोनों तरह के संपादन पर लागू होते हैं चाहे आप ऐडियो के लिए संपादन कर रहे हों या टेलीविजन कार्यक्रमों के लिए। संपादन के दौरान आने वाले प्रमुख चरण निम्नलिखित हैं : रिकार्डिंग या शूटिंग का चरण, प्रीव्यू या देखने और सुनने का चरण, निर्णय लेने का चरण और अंतिम या क्रियात्मक चरण जिसे पोस्ट प्रोडक्शन स्टेज भी कहा जाता है।
- केवल कट आधारित वीडियो एडिटिंग के लिए आपको केवल दो वीडियो टेप रिकार्डर की ज़रूरत होती है तथा इसके साथ एक या दो मॉनीटर और एक एडिट कंट्रोलर की ज़रूरत होती है। इन दोनों वीडियो टेप रिकार्डर में से एक को सोर्स डैक या स्रोत कहा जाता है जबकि रिकार्डर एडिट डैक या संपादन स्रोत कहा जाता है। पहले रिकार्डर में कैमरे की वह असली रिकार्डिंग रखी जाती है जो वास्तव में प्रयुक्त होनी है। इस असली रिकार्डिंग में से ही चुनकर दृश्य अलग किए जाते हैं जो दूसरे रिकार्डर पर रिकार्ड किए जाते हैं। एक मॉनीटर पर यह दिखाया जाता है कि पहले रिकार्डर में क्या है और दूसरा मॉनीटर एडिट डैक या दूसरे रिकार्डर की रिकार्डिंग को दर्शाता है। एडिटिंग कंट्रोलर का प्रयोग इस उद्देश्य के लिए किया जाता है कि एडिटिंग के दौरान वह निर्धारित कर सके कि किस दृश्य को कहां से काटा जाएगा और कहां जोड़ा जाएगा उसके बाद यह संबंधित रिकार्डर पर उक्त निर्णयों को लागू करता है। यह तो हुई पारंपरिक या छोटे स्तर की एडिटिंग की बात, लेकिन बड़े स्तर पर या आधुनिक स्तर की एडिटिंग के लिए कुछ अन्य उपकरणों की भी आवश्यकता होती है। वर्तमान में कंप्यूटर की सहायता से की जाने वाली एडिटिंग ने संपादन की दुनिया को ही बदलकर रख दिया है। एडिटिंग के लिए डैस्कटॉप कंप्यूटर के प्रयोग का सबसे बड़ा लाभ यह

होता है कि वही कंप्यूटर न केवल संपादन के लिए प्रयोग होता है बल्कि वही ग्राफिक प्रोग्राम, स्पैशल इफेक्ट्स, ऑडियो तथा अन्य प्रक्रियाओं के लिए भी प्रयोग किया जा सकता है। कंप्यूटर की सहायता से संपादन किया एक ही स्थान तथा एक ही मशीन पर होने वाली प्रक्रिया बन गई है। इसका सबसे बड़ा लाभ पहले की तुलना में बहुत कम समय और बहुत कम लागत के रूप में हुआ है।

- वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर ऐसा एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर है जो वीडियो एडिटिंग को एक कंप्यूटर पर मॉनीटर की सहायता से नियंत्रित करता है। इसमें आमतौर पर वीडियो को इंपोर्ट-एक्सपोर्ट करने की सुविधा, वीडियो विलप को कांट-छांट और पेस्ट करने की योग्यता, वीडियो एवं साउंड में विशेष प्रभाव डालने की योग्यता आदि सुविधाएं होती हैं। इसके अलावा उसमें वीडियो को डीवीडी, वैब वीडियो, मोबाइल फोन वीडियो तथा वीडियो पोडकास्ट के योग्य बनाने की क्षमता भी होती है। वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर इसके साथ-साथ वीडियो के एक शॉट को दूसरे की जगह प्रयोग करने या उसके साथ विशेष प्रकार की ध्वनि का प्रयोग करने की सुविधा भी प्रदान करता है तथा उन्हें एक कम में व्यवस्थित करने की योग्यता भी उसमें होती है।
- लाइटवर्कर्स, एविड तथा कुछ समय पहले आया एप्ल कंपनी का फाइनल कट प्रो वीडियो एडिटिंग के क्षेत्र में प्रमुख माने जाने वाले वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर हैं। अधिकतर फिल्मों व टीवी कार्यक्रमों के निर्माण के दौरान संपादन के लिए इन्हीं का प्रयोग किया जाता है। वीडियो एडिटिंग के लिए ये सिस्टम विशेष तरह के हार्डवेयर का भी प्रयोग करते हैं तथा उसी की सहायता से वीडियो एडिटिंग को आसान बनाते हैं।
- वीडियो प्रोसेसिंग हार्डवेयर की उपलब्धता, स्पेशलिस्ट वीडियो एडिटिंग कार्ड तथा नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए विशेष तौर पर डिजाइन किए गए कंप्यूटर सिस्टम के साथ-साथ मार्केट में अनेक वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर उपलब्ध हैं। इसके अलावा कुछ अन्य वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर में वैलोसिस्टी तथा एडोब कंपनी का प्रीमियर प्रो भी

शामिल हैं। इनके प्रयोग से वीडियो एडिटिंग पहले की तुलना में बहुत आसान हो गई है और उसमें किसी भी तरह के प्रभाव डालना भी बहुत आसान हो गया है।

- संपादन का सबसे मुख्य मकसद होता है कि टीवी या रेडियो पर कार्यक्रम के प्रसारण के दौरान दर्शक या श्रोता को यह अहसास न हो कि संबंधित कार्यक्रम में किसी तरह की कांट-छांट की गई है। इस उद्देश्य की प्राप्ति के लिए संपादन कई चरणों में किया जाता है। संपादन के दौरान आने वाले प्रमुख चरण निम्नलिखित हैं : रिकार्डिंग या शूटिंग का चरण, प्रीव्यू या देखने और सुनने का चरण, निर्णय लेने का चरण और अंतिम या क्रियात्मक चरण जिसे पोस्ट प्रोडक्शन स्टेज भी कहा जाता है। इन उद्देश्यों के लिए वर्तमान में संपादन के लिए बहुत सी मशीनें बाजार में उपलब्ध हैं। इन मशीनों ने संपादन की क्रिया को बहुत आसान कर दिया है।

9.4 मुख्य बिन्दू :

संपादन : यह ऐसी क्रिया है जो हमें कच्ची ऑडियो-वीडियो सामग्री को संपूर्ण कार्यक्रमों में परिवर्तित करने की सुविधा प्रदान करती है। इसमें सामग्री को क्रमबद्ध ढंग से व्यवस्थित करने के साथ साथ उसके पुनर्संगठन की प्रक्रिया भी शामिल होती है। ये प्रक्रियाएं दोनों अवस्थाओं में की जा सकती हैं - रिकार्डिंग या शूटिंग के दौरान भी और रिकार्डिंग या शूटिंग के बाद भी। श्रेष्ठ संपादन के लिए न केवल पूरी तैयारी की जरूरत होती है बल्कि शूटिंग और रिकार्डिंग के समय ही उपयुक्त योजना की जरूरत भी होती है।

संपादन के चरण : संपादन प्रक्रिया एक ही चरण में पूरी नहीं हो जाती बल्कि कई चरणों में चलती है। संपादन के ये सारे चरण दोनों तरह के संपादन पर लागू होते हैं चाहे आप रेडियो के लिए संपादन कर रहे हों या टेलीविजन कार्यक्रमों के लिए। संपादन के दौरान आने वाले प्रमुख चरण निम्नलिखित हैं : रिकार्डिंग या शूटिंग का चरण, प्रीव्यू या देखने और सुनने का चरण, निर्णय लेने का चरण और अंतिम या क्रियात्मक चरण जिसे पोस्ट प्रोडक्शन स्टेज भी कहा जाता है।

है।

संपादन के मुख्य उद्देश्य : रिकार्ड की गई ध्वनियों और दृश्यों को एक अर्थपूर्ण एवं कमबद्ध तथा तर्कसंगत रूप देना, उन भागों की कांट-छांट करना जो अरुचिकर हों, जिनमें दोहराव हो या तकनीकी रूप से जिन्हें स्वीकार करना सही न हो, रिकार्ड किए गए दृश्यों व ध्वनियों को इस ढंग से समेटना कि वे निर्धारित समय में पूर्ण हो जाएं। इसके अलावा संपादन का एक और महत्वपूर्ण उद्देश्य होता है - रचनात्मक प्रभाव पैदा करने के लिए भाषण, संगीत, ध्वनियों तथा चुप्पी का कलात्मक प्रयोग करना।

संपादन के दौरान आने वाले प्रमुख चरण : संपादन के दौरान आने वाले प्रमुख चरणों में रिकार्डिंग या शूटिंग का चरण, प्रीव्यू या देखने और सुनने का चरण, निर्णय लेने का चरण और अंतिम या क्रियात्मक चरण जिसे पोस्ट प्रोडक्शन स्टेज भी कहा जाता है।

रिकार्डिंग या शूटिंग चरण : दृश्य और श्रव्य संबंधी संपादन के अधिकांश निर्णय संपादन प्रक्रिया शुरू होने से पहले ही ले लिए जाते हैं। इन निर्णयों की स्पष्ट झलक उस कम और ढंग में मिलती है जिस कम में तथा जिस ढंग से सामग्री को शूट और रिकार्ड किया जाता है। उदाहरण के तौर पर अंतिम चरण में संपादन के लिए अधिक समय और मौके न देने के लिए ही सभी ऑडियो और वीडियो शॉट्स को इस तरह से शूट किया जाता है कि वे उससे कुछ ही सैकड़े अधिक होते जितनी उनकी जरूरत होती है। ऐसे में संपादन करने वाला व्यक्ति अधिक संपादन न करने के लिए बाध्य हो जाता है। ऐसा करने का सबसे बड़ा लाभ यह होता है कि संपादन के दौरान जब एक शॉट को दूसरे से जोड़ा जाता है तो तुरंत और आसानी से इच्छित प्रभाव पैदा किया जा सकता है। इसके अलावा एक शॉट से दूसरे शॉट में शिफ्ट होने के दौरान किसी तरह का खालीपन या गैप नहीं आता।

इसी प्रकार किसी भी शूटिंग के दौरान किसी भी लोकेशन के कुछ अतिरिक्त शॉट्स भी शूट कर लिए जाते हैं। इनमें मुख्य रूप से भीड़ के शॉट्स, गलियों के वाझड़ शॉट्स, ट्रैफिक आदि के शॉट्स शामिल होते हैं। इस तरह के अतिरिक्त शॉट्स संपादन के दौरान संपादन करने वाले को

अतिरिक्त स्वतंत्रता प्रदान करते हैं।

प्रीव्यू फेज या देखने और सुनने का चरण : यह चरण वास्तव में शूटिंग और रिकार्डिंग के दौरान रिकार्ड किए गए दृश्यों को देखने और विभिन्न धनियों को सुनने से संबंधित है। इन दृश्यों को इसलिए देखा और धनियों को इसलिए सुना जाता है ताकि उनकी गुणवत्ता का निर्धारण हो सके और यह तय किया जा सके कि वे कार्यक्रम की आवश्यकता के अनुरूप फिट हो रहे हैं या नहीं। इस चरण में मुख्य रूप से निर्माता को इस बात की जल्दत होती है कि वह शूट व रिकार्ड की गई पूरी सामग्री का अच्छी तरह से अध्ययन करे, उसको देखे-सुने तथा वे शॉट व साउंड कितनी-किन्ती देर के हैं, इस बात का निर्धारण करे। इसके अलावा इस स्टेज का सबसे महत्वपूर्ण कार्य होता है एक विस्तृत तालिका बनाना। इस तालिका में सभी दृश्यों व धनियों के बारे में विस्तार से लिखा होता है तथा उन पर जल्दी टिप्पणियां भी होती हैं। इसके अलावा उनका समय, उनकी गति, उनकी गुणवत्ता, उनका कार्यक्रम के साथ तालमेल, उनकी कमबद्धता तथा उनके आरंभ एवं अंत के बारे में भी इस तालिका में विस्तार से व्यौरा एकत्रित किया जाता है। यह तालिका एक तरह से किसी भी शॉट के बारे में यह निर्धारित करती है कि वह अच्छा है या नहीं। इसी कारण उस शॉट के बारे में तालिका में लिख दिया जाता है कि गुड या एनजी मतलब नॉट गुड।

निर्णय लेने का चरण : शूटिंग और रिकार्डिंग के दौरान शूट किए गए दृश्यों और रिकार्ड की गई धनियों के बारे में बार-बार अध्ययन करने, उन्हें देखने-सुनने के बाद ही उनके बारे में कोई अंतिम निर्णय लिया जाता है। संपादन कार्य करने वाला या एडिटर ही यह निर्णय लेता है कि उन शॉट्स का क्रम किस तरह से हो कि वह तर्कसंगत होने के साथ-साथ अर्थपूर्ण और कार्यक्रम के मुख्य उद्देश्य को पूरा करने वाला हो। इस तरह के सभी निर्णय एडिटर कार्यक्रम निर्माता से विचार-विमर्श के बाद ही लेता है। सभी दृश्यों और धनियों पर विचार-विमर्श और परामर्श के बाद एक अंतिम एडिट स्क्रिप्ट या संपादन पटकथा तैयार की जाती है। इस स्क्रिप्ट या पटकथा में ही इस बात का विवरण दर्ज होता है कि कौन सा शॉट या साउंड किस जगह प्रयोग किया जाना है। इसमें इसके साथ-साथ शॉट्स की कमबद्धता और निरंतरता, धनियों और संगीत का मिश्रण, निरंतरता बनाए रखने वाले अन्य कार्य जैसे कट, रिएक्शन शॉट आदि

का प्रयोग तथा अन्य जरूरी बातों का जिक होता है। इस प्रकार अंतिम एडिट स्क्रिप्ट या संपादन पटकथा तैयार करने के बाद आप इस अवस्था में होते हैं कि अंतिम संपादन चरण में संपादन कर सकते हैं।

अंतिम क्रियात्मक चरण : अंतिम क्रियात्मक चरण उस अवस्था को कहा जाता है जिसमें पहले के चरणों में लिए गए निर्णयों को वास्तव में अमलीजामा पहनाया जाता है। इस चरण में एडिट स्क्रिप्ट या संपादन पटकथा में बनाई गई योजना के अनुरूप सभी शॉट्स और साउंड्स को क्रमबद्ध ढंग से व्यवस्थित किया जाता है। वर्तमान में इलैक्ट्रोनिक मीडिया के कार्यक्रमों के संपादन के लिए बहुत से संपादन उपकरण बाजार में उपलब्ध हैं। इन उपकरणों में कई तरह की कंप्यूटराइज्ड और डिजिटल कंट्रोल यूनिट शामिल हैं। संपादन के लिए बनाई गई ये आधुनिक मशीनें अधिक गति, बिना गलती किए और श्रेष्ठता के साथ संपादन किया का निष्पादन कर सकती हैं। संपादन के लिए प्रयुक्त होने वाली इन सभी आधुनिक मशीनों की विस्तृत कार्यप्रणाली का विस्तार से वर्णन इस अध्याय में संभव नहीं है, क्योंकि वास्तिवक संपादन किया एक मशीन से दूसरी मशीन में कुछ न कुछ भिन्नता लिए हुए होती है।

संपादन में विशेषता : संपादन इस तरह से किया जाना चाहिए कि उसका पता न चले अर्थात् एक शॉट से दूसरे शॉट में जाएं तो दर्शक को यह आभास नहीं होना चाहिए कि कब शॉट बदल गया। इसी कारण अंतिम संपादन प्रक्रिया में कार्यक्रम इस तरह से संपादित होना चाहिए कि संचालन के वक्त वह पूरी तरह से प्राकृतिक, लयबद्ध, निरंतर नजर आए।

वीडियो एडिटिंग उपकरण : केवल कट आधारित वीडियो एडिटिंग के लिए आपको केवल दो वीडियो टेप रिकार्डर की जरूरत होती है तथा इसके साथ एक या दो मॉनीटर और एक एडिट कंट्रोलर की जरूरत होती है। इन दोनों वीडियो टेप रिकार्डर में से एक को सोर्स डैक या स्रोत कहा जाता है जबकि रिकार्डर एडिट डैक या संपादन स्रोत कहा जाता है। पहले रिकार्डर में कैमरे की वह असली रिकार्डिंग रखी जाती है जो वास्तव में प्रयुक्त होनी है। इस असली रिकार्डिंग में से ही चुनकर दृश्य अलग किए जाते हैं जो दूसरे रिकार्डर पर रिकार्ड किए जाते हैं। एक मॉनीटर

पर यह दिखाया जाता है कि पहले रिकार्डर में क्या है और दूसरा मॉनीटर एडिट डैक या दूसरे रिकार्डर की रिकार्डिंग को दर्शाता है। एडिटिंग कंट्रोलर का प्रयोग इस उद्देश्य के लिए किया जाता है कि एडिटिंग के दौरान वह निर्धारित कर सके कि किस दृश्य को कहां से काटा जाएगा और कहां जोड़ा जाएगा उसके बाद यह संबंधित रिकार्डर पर उक्त निर्णयों को लागू करता है। वर्तमान में कंप्यूटर की सहायता से की जाने वाली एडिटिंग ने संपादन की दुनिया को ही बदलकर रख दिया है। एडिटिंग के लिए डैस्कटॉप कंप्यूटर के प्रयोग का सबसे बड़ा लाभ यह होता है कि वही कंप्यूटर न केवल संपादन के लिए प्रयोग होता है बल्कि वही ग्राफिक प्रोग्राम, स्पैशल इफेक्ट्स, ऑडियो तथा अन्य प्रक्रियाओं के लिए भी प्रयोग किया जा सकता है। कंप्यूटर की सहायता से संपादन किया एक ही स्थान तथा एक ही मशीन पर होने वाली प्रक्रिया बन गई है। इसका सबसे बड़ा लाभ पहले की तुलना में बहुत कम समय और बहुत कम लागत के रूप में हुआ है।

वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर : वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर ऐसा एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर है जो वीडियो एडिटिंग को एक कंप्यूटर पर मॉनीटर की सहायता से नियंत्रित करता है। इसमें आमतौर पर वीडियो को इंपोर्ट-एक्सपोर्ट करने की सुविधा, वीडियो विलप को कांट-छांट और पेस्ट करने की योग्यता, वीडियो एवं साउंड में विशेष प्रभाव डालने की योग्यता आदि सुविधाएं होती हैं। इसके अलावा उसमें वीडियो को डीवीडी, वैब वीडियो, मोबाइल फोन वीडियो तथा वीडियो पोडकास्ट के योग्य बनाने की क्षमता भी होती है। वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर इसके साथ-साथ वीडियो के एक शॉट को दूसरे की जगह प्रयोग करने या उसके साथ विशेष प्रकार की ध्वनि का प्रयोग करने की सुविधा भी प्रदान करता है तथा उन्हें एक क्रम में व्यवस्थित करने की योग्यता भी उसमें होती है। लाइटवर्क्स, एगिड तथा कुछ समय पहले आया एपल कंपनी का फाइनल कट प्रो वीडियो एडिटिंग के क्षेत्र में प्रमुख माने जाने वाले वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर हैं। अधिकतर फिल्मों व टीवी कार्यक्रमों के निर्माण के दौरान संपादन के लिए इन्हीं का प्रयोग किया जाता है। वीडियो एडिटिंग के लिए ये सिस्टम विशेष तरह के हार्डवेयर का भी प्रयोग करते हैं तथा उसी की सहायता से वीडियो एडिटिंग को आसान बनाते हैं।

वीडियो प्रोसेसिंग हार्डवेयर की उपलब्धता, स्पेशलिस्ट वीडियो एडिटिंग कार्ड तथा नॉन लीनियर

एडिटिंग के लिए विशेष तौर पर डिजाइन किए गए कंप्यूटर सिस्टम के साथ-साथ मार्केट में अनेक वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर उपलब्ध हैं। इसके अलावा कुछ अन्य वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर में वैलोसिटी तथा एडोब कंपनी का प्रीमियर प्रो भी शामिल हैं। इनके प्रयोग से वीडियो एडिटिंग पहले की तुलना में बहुत आसान हो गई है और उसमें किसी भी तरह के प्रभाव डालना भी बहुत आसान हो गया है।

9.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्न :

- इलैक्ट्रॉनिक मीडिया हेतु संपादन कार्य करते समय किन-किन महत्वपूर्ण बातों का ध्यान रखना अनिवार्य है ? चर्चा कीजिए।
- संपादन प्रक्रिया से आप क्या समझते हैं ? विस्तार से चर्चा करें।
- वीडियो एडिटिंग करते समय हम किन-किन उपकरणों का उपयोग करते हैं और ये उपकरण किन-किन कार्यों में सहायक होते हैं ?
- वीडियो एडिटिंग में प्रयुक्त सॉफ्टवेयरों पर उनकी उपयोगिता सहित चर्चा करें।

9.6 संदर्भित पुस्तकें :

- हैण्डबुक ऑफ टेलीविजन प्रोडक्शन ; हर्बर्ट जैटेल, 2006 ; सैन्योज लर्निंग ; न्यू दिल्ली.
- साइट, साउंड, मोशन, हर्बर्ट जैटेल; 2005; थम्सन वर्ड्सवर्थ.
- वीडियो इन्जीनियरिंग ; एसी लूथर ; एएफ इंगिलश, 1999; मैक्याहिल, न्यूयॉर्क.

लीनियर व नॉन लीनियर संपादन

लेखक: श्री राजेश नैन

सहायक वार्ता सम्पादक, दैनिक हिन्दुस्तान, मेरठ।

वैटर: श्री मिहिर रंजन पात्र

वरिष्ठ व्याख्याता, संचार प्रबन्धन व तकनीकी विभाग, गुरु जम्भेश्वर विज्ञान प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिसार।

अध्याय संरचना:

इस अध्याय की संरचना इस प्रकार होगी :

- 10.0 उद्देश्य
- 10.1 परिचय
- 10.2 विषय वस्तु का प्रस्तुतिकरण
 - 10.2.1 लीनियर वीडियो एडिटिंग
 - 10.2.2 नॉन लीनियर एडिटिंग
- 10.3 सारांश
- 10.4 प्रमुख बिन्दू
- 10.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्न
- 10.6 संदर्भित पुस्तकें

10.0 उद्देश्य :

प्रस्तुत अध्याय में हम निम्न पर चर्चा करेंगे :

- लीनियर वीडियो एडिटिंग के बारे में जानकारी प्राप्त करना
- नॉन लीनियर वीडियो एडिटिंग के बारे में ज्ञान हासिल करना

10.1 परिचय :

वीडियो एडिटिंग या संपादन की जरूरत फ़िल्म निर्माण के शुरूआती दिनों में ही महसूस होने लगी थी। शुरूआत में फ़िल्म निर्माण की प्रक्रिया में केवल शूटिंग ही शामिल होती थी। पहले की फ़िल्में पहले शूट की जाती थीं, उनको प्रोसेस किया जाता था और उसके बाद थिएटरों में प्रदर्शन के लिए भेज दिया जाता था। वास्तविक संपादन की जरूरत उस समय सर्वाधिक महसूस होने लगी जब शॉट्स और सीन को अलग-अलग फ़िल्माया जाने लगा। अलग-अलग फ़िल्माने के बाद उन्हें प्रोसेस किया जाता था तथा उनमें इस तरह से कांट-छांट की जाती थी कि वे एक ही क्रम में नजर आएं। उस समय से ही संपादन की तकनीक का विकास शुरू हुआ था जो अब बहुत आगे तक बढ़ चुकी है।

शुरूआती दिनों की बात करें तो वीडियो एडिटिंग इस तरह से की जाती थी कि आज के लोगों को विश्वास ही न हो। उस समय वीडियो टेप को काट कर हाथों से अलग-अलग कर चिपकाया जाता था। इसी कारण उस समय एडिटिंग में न केवल बहुत समय लगता था बल्कि मेहनत भी बहुत करनी पड़ती थी, परंतु अब ऐसा नहीं है। वर्तमान में आई तकनीकी कांति के कारण अब वीडियो एडिटिंग बहुत आसान और कम समय में पूरी हो जाने वाली प्रक्रिया बन गई है।

10.2 पाठ्यसामग्री का प्रस्तुतिकरण :

प्रस्तुत अध्याय में पाठ्यसामग्री निम्न प्रकार से प्रस्तुत की गई है :

- लीनियर वीडियो एडिटिंग
- नॉन लीनियर वीडियो एडिटिंग

10.2.1 लीनियर वीडियो एडिटिंग :

लीनियर वीडियो एडिटिंग वीडियो टेप पर रिकार्ड और शूट किए गए दृश्यों और ध्वनियों को चुनने, उन्हें एक क्रम में व्यवस्थित करने तथा उनमें इच्छित परिवर्तन करने की प्रक्रिया कहलाती है। 1990 से पहले की बात की जाए तो उस समय यही प्रक्रिया होती थी जिसके माध्यम से वीडियो एडिटिंग की जाती थी और इसे लीनियर वीडियो एडिटिंग की बजाय केवल वीडियो BMC-112

एडिटिंग के नाम से जाना जाता था। लेकिन 1990 के बाद कंप्यूटर आधारित वीडियो एडिटिंग शुरू हुई जिसे नाम दिया गया नॉन-लीनियर वीडियो एडिटिंग।

वीडियो टेप के आविष्कार और उसकी बाजार में उपलब्धता से पहले वास्तव में टेलीविजन ही एकमात्र सजीव माध्यम अर्थात लाइव मीडियम था। टेलीविजन के लिए किए जाने वाले कार्यक्रमों के निर्माण में एडिटिंग मुख्यतः दो या अधिक कैमरों को एक साथ जोड़कर की जाती थी। इसके लिए एक वीडियो स्विचर का प्रयोग किया जाता था जिसका प्रयोग आज भी किया जाता है। स्विचर एक ऐसा इलैक्ट्रोनिक उपकरण होता है जो दो या दो से अधिक वीडियो इनपुट को एक साथ हैंडल कर सकता है तथा उन्हें इस तरह से मिश्रित कर सकता है कि उनका आउटपुट एक वीडियो के रूप में हो। किसी स्विचर का प्रयोग वीडियो के खोत में किसी तरह का कट लगाने, या कितने भी लंबे शॉट्स को एक साथ मिलाने और उनमें किसी विशेष तरह के प्रभाव डालने के लिए किया जाता है। इन विशेष प्रभावों में मुख्य रूप से धुंधला करना, एक सीन को दूसरे में मिलाना, घुलनशील बनाना तथा कई खोतों से आ रहे इनपुट को एकत्रित कर उनके आउटपुट का ठीक ढंग से प्रबंध करना आदि शामिल होते हैं।

टेलीविजन पर दिए जाने वाले लाइव प्रोग्रामों का उत्पादन आज भी इसी तरह किया जाता है। हालांकि तकनीक में वर्तमान में बहुत बदलाव आ चुके हैं। शुरुआती दिनों में यदि किसी कार्यक्रम को बार-बार प्रसारित करना होता था तो उनका निर्माण काइनोस्कोप से किया जाता था। काइनोस्कोप एक वीडियो मॉनीटर होता है जो किसी मूवी कैमरे से जुड़ा होता है। उस समय चूंकि वीडियो टेप नहीं होती थी, इसलिए यह प्रणाली अपनानी पड़ती थी।

वीडियो टेप के आविष्कार के लिए सबसे ज्यादा प्रोत्साहित करने वाली बात यही थी कि कोई ऐसा माध्यम बनाया जाए जिस पर किसी कार्यक्रम को स्टोर कर दिया जाए तो उसे जब मर्जी पुनः प्रयोग किया जा सके फिर चाहे यह थोड़ा समय हो या बहुत लंबा ही क्यों न हो। तकनीकी संशोधनों के एक क्रम के बाद ही वीडियो टेप ऐसे माध्यम के रूप में जगह बना पाया है जिसका सर्वाधिक प्रयोग फिल्म निर्माण में किया जाता है।

वास्तव में वीडियो टेप पर भी संपादन की वही प्रक्रिया अमल में लाई जाती थी जो फिल्म संपादन के लिए प्रयोग की जाती है अर्थात टेप को काटने और जोड़ने की प्रक्रिया से ही इस पर संपादन किया जाता था। यह न केवल बहुत कठिन काम होता था बल्कि इसमें समय

भी बहुत अधिक लगता था। इस प्रक्रिया से संपादन के दौरान जब टेप के दो टुकड़ों को जोड़ना होता था तो उसके लिए एक विशेष तरह के घोल का प्रयोग किया जाता था। इसके लिए टेप को इस तरह से काटा जाता था कि दो हिस्सों को जोड़ने के बाद उनका मैग्नेटिक जोड़ ऐसा बन जाए कि देखने पर भी उसका पता न चले। इस प्रक्रिया को वीडियो टेप की भौतिक संपादन किया या फिजीकल एडिटिंग ऑफ वीडियो टेप कहलाती थी।

वीडियो टेप की भौतिक संपादन किया की हानियां :

- शुरुआती दौर में यह बहुत महंगा काम होता था, क्योंकि भौतिक संपादन के बाद वीडियो टेप को पुनः प्रयोग करना नामुमकिन होता था। शुरुआत में वीडियो टेप महंगी होने के कारण उनकी कांट-छांट में उनके खराब होने का भय भी बना रहता था।
- वीडियो टेप के भौतिक संपादन के लिए विशेष योग्यता की जरूरत होती थी। इसमें इस बात की भी आशंका रहती थी कि जब टेप के एक टुकड़े को दूसरे से मिलाया जाएगा तो कहीं ऐसा न हो कि शॉट का कम बिगड़ जाए।
- इस प्रक्रिया में छोटे से संपादन के लिए भी काफी समय की जरूरत होती थी।

क्वाड टेप के बाई हैंड संपादन के लिए 1960 के दशक में एक सिस्टम का आविष्कार किया गया था। यह वास्तव में कोई नया सिस्टम न होकर दो मशीनों के सहारे परंपरागत संपादन किया को पूरा करने का ही सिस्टम था। इसमें दो मशीनों से इनपुट लिया जाता था और जहां जरूरत होती थी वहां दोनों मशीनों से लिए गए इनपुट के शॉट को पंच कर दिया जाता था। हालांकि इस प्रक्रिया में संपादन के दौरान संपादन की सफलता लगभग तय होती थी लेकिन इस प्रक्रिया की सबसे बड़ी समस्या यह थी कि इसमें पंचिंग के समय ध्वनि में शोर मिल जाता था। कंप्यूटर से नियंत्रित होने वाले इस सिस्टम में जब पंच किया जाता था तो न केवल ऑडियो रिकार्ड के खराब होने की आशंका रहती थी बल्कि संपादन के लिए प्रयोग किए जाने वाले दोनों शॉट्स के मिश्रण से उनकी आवाज एक-दूसरे को प्रभावित करने की भी आशंका रहती थी। इस समस्या को कम करने के लिए बाद में बज्ज-ऑफ नाम का सिस्टम भी बाजार में उतारा गया था।

टेलीविजन के लिए एक दशक से भी ज्यादा समय तक क्वाड एडिटिंग सिस्टम ही पोर्ट BMC-112 186

प्रोडक्शन के लिए मानक संपादन उपकरण बना रहा। हालांकि कंप्यूटर से नियंत्रित होने वाले इस पहले एडिटिंग सिस्टम क्वाड टेप एडिटिंग सिस्टम में प्रयोग किया जाने वाला हार्डवेयर बहुत महंगा होता था, इसको स्थापित करने में बहुत समय लगता था तथा हर एक शॉट के संपादन के लिए बहुत सी टेप को शुरू से चलाना पड़ता था। इसके अलावा संपादन के दौरान जोड़े गए दो दृश्यों के बीच में मामूली सी भी गडबड होने पर यह विशेष बैंड लगा देता था जो कार्यक्रम के संचालन के दौरान रूपात्मक नजर आती थी। फिर भी यह कहा जाता था कि क्वाड टेप सिस्टम में किसी छोटे फोर्मेट वाली टेप की बजाय अधिक बैंडविड्थ होती थी तथा यदि इस सिस्टम को उचित ढंग से तथा सही प्रकार से प्रयोग किया जाए तो यह इस तरह का उत्पादन कर सकता है जो लाइव कैमरा से पूरी तरह से अलग करने लायक हो अर्थात् यह ऐसा उत्पादन करने में सक्षम था जिसकी तुलना यदि लाइव कैमरा के उत्पादन से की जाए तो यह उत्पादन कैमरे के उत्पादन की तुलना में आसानी से पहचाना जा सकता था और इसकी गुणवत्ता भी अधिक होती थी।

कुछ समय बाद हैलीकल रकैन वीडियो रिकार्डर बाजार में आए। इनके आने के बाद वीडियो टेप को भौतिक रूप से काटकर और उसे दूसरे टुकड़ों से विपक्ष कर संपादन की प्रक्रिया का अंत हो गया। यही वह चरण था जब वास्तव में संपादन प्रक्रिया ऐसी प्रक्रिया बन गई जिसमें दो वीडियो टेप मशीनों का सही प्रयोग किया जाता था। इस प्रक्रिया में दो मशीनों का प्रयोग इसलिए किया जाता था क्योंकि एक मशीन पर कच्ची सामग्री या रॉफ्टेज को चलाया जाता था। यह मशीन सोर्स टेप या स्रोत डैक कहलाती थी। इस मशीन पर चलने वाले शॉट्स में से जो शॉट्स जरूरत के होते उन्हें दूसरी मशीन पर चल रही टेप पर कॉपी कर लिया जाता। इस मशीन को एडिट मास्टर के नाम से जाना जाता था।

लीनियर एडिटिंग की अधिकांश प्रक्रिया इसी प्रकार की दो मशीनों और उन्हें नियंत्रित करने वाले एक उपकरण की सहायता से होती है। अधिकतर वीडियो टेप मशीन दूसरी मशीन को भी नियंत्रित कर सकती है। यदि जरूरत हो तो एक अन्य बाह्य नियंत्रक भी जोड़ा जा सकता है जिसे एडिटिंग कंट्रोल डिवाइस के नाम से जाना जाता है।

वीडियो एडिटिंग 1970 के दशक के अंतिम दौर में अपने चरम पर पहुंची। इस दौरान वीडियो एडिटिंग के लिए कंप्यूटर से नियंत्रित होने वाले संपादन नियंत्रण उपकरणों का आविष्कार

हुआ और उन्हें मार्केट में उतार दिया गया। ये उपकरण ऐसे थे जो इनमें फीड की गई एडिटिंग डिसिजन लिस्ट यानी ईडीएल के आधार पर कोई भी एडिटिंग करने में सक्षम थे। ये उपकरण इस लायक थे कि कई मशीनों से एक साथ आ रहे इनपुट को टाइम के आधार पर नियंत्रित कर सकें और उन्हें ईडीएल के आधार पर उचित कम दे सकें। उस दौरान सर्वाधिक प्रयोग में लाया जाने वाला और सबसे लोकप्रिय रहा सिस्टम सोनी कंपनी द्वारा बनाया गया एमपैक्स था। यह पूरी तरह से कंप्यूटर से नियंत्रित होने वाला वीडियो एडिटिंग सिस्टम था। दूसरी ओर इस फ़िल्ड में सबसे पहला खिलाड़ी था सीएमएक्स सिस्टम।

इन सभी सिस्टमों में सुविधाएं तो बहुत थीं, लेकिन ये महंगे भी बहुत थे। विशेषकर यदि इनकी तुलना पारंपरिक एडिटिंग सिस्टमों से की जाए तो इनके दामों में जमीन आसमान का अंतर था। पारंपरिक एडिटिंग के वीडियो टेप रिकार्डर, वीडियो स्थिवर तथा ग्राफिक्स जरनेटर आदि की तुलना में इनकी कीमतें बहुत अधिक थीं। ये मुख्यतः पोर्ट प्रोडक्शन के बाद की उच्च सुविधाओं में शामिल थे।

वर्तमान में लगभग हर क्षेत्र में वीडियो एडिटिंग के लिए कंप्यूटर आधारित नॉन लीनियर एडिटिंग का प्रयोग किया जाता है। चाहे विज्ञापनों की बात हो, फ़िल्मों की बात हो या औद्योगिक एवं उपभोक्ता वीडियो इंडस्ट्रिज की बात हो इन सभी में कंप्यूटर आधारित नॉन लीनियर एडिटिंग का ही प्रयोग किया जाता है। लेकिन कुछ क्षेत्र अब भी ऐसे बचे हैं जिनमें लीनियर एडिटिंग का प्रयोग किया जाता है। इनमें मुख्य रूप से टेलीविजन स्टेशनों के व्यूज रूम शामिल हैं तो छोटे एवं मध्यम आकार के वे प्रोडक्शन हाउस भी शामिल हैं जिन्होंने नई तकनीक में अधिक निवेश नहीं किया है।

वीडियोटेप एडिटिंग के क्षेत्र में तेजी से आए बदलावों के कारण ही 1980 के दशक में म्यूजिक वीडियो के क्षेत्र में कांति आ पाई।

10.2.2 नॉन लीनियर एडिटिंग :

टेलीविजन और फ़िल्म के क्षेत्र के लिए नॉन लीनियर एडिटिंग संपादन का एक आधुनिक तरीका है जो पोर्ट प्रोडक्शन में प्रयोग किया जाता है। नॉन लीनियर एडिटिंग में एडिटिंग करने वाला इतना सक्षम होता है कि वह वीडियो विलप के किसी भी फेम तक आसानी से पहुंच सकता है।

फिल्मों आदि की एडिटिंग के लिए यह तरीका आरंभ से ही प्रयोग में था, जहां फिल्मों की एडिटिंग के लिए फिल्म वाली टेप को काटने और उसे चिपकाने का काम किया जाता था। लेकिन फिल्म निर्माण के पुराने जमाने में एडिटिंग न केवल बहुत समय लेने वाली प्रक्रिया थी, बल्कि यह लीनियर होती थी।

नॉन लीनियर एडिटिंग या यूं कहें कि संपादन का ऐसा तरीका जिसमें न तो समय की बर्बादी थी और न ही पैसे की, इसकी शुल्कात पहले डिजीटल कंप्यूटर के बाजार में आने के साथ ही हो गई थी। इसमें चूंकि सारा डाटा कंप्यूटर पर फीड कर लिया जाता है, इस कारण किसी टेप के व्यर्थ होने का खतरा नहीं रहता।

नॉन लीनियर एडिटिंग में शूटिंग और रिकार्डिंग के दौरान शूट व रिकार्ड किए गए शॉट्स और साउंड्स को पहले डिजिटल फार्मेट में बदलकर उन्हें कंप्यूटर की हार्ड डिस्क पर सुरक्षित कर लिया जाता है। इस चरण में या तो डाटा को सीधे डिस्क पर रिकार्ड कर लिया जाता है या फिर किसी अन्य स्रोत से इम्पोर्ट कर डिस्क पर डाटा को सुरक्षित रख लिया जाता है। एक बाद यदि डाटा को कम्प्यूटर की हार्ड डिस्क पर सेव कर लिया जाए तो उन्हें बाजार में उपलब्ध बहुत सारे साफ्टवेयर में से किसी की सहायता से भी एडिट किया जा सकता है।

नॉन लीनियर एडिटिंग में एडिटिंग के दौरान असली डाटा या फाइलों से किसी तरह की छेड़छाड़ नहीं की जाती। न तो इस दौरान उनमें कांट-छांट की जाती है और न ही उन्हें संशोधित किया जाता है। नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए प्रयोग होने वाले अधिकतर प्रोफेशनल एडिटिंग साफ्टवेयर एडिटिंग के दौरान लिए जाने वाले सभी निर्णयों को एडिट डिसिजन लिस्ट या ईडीएल में सेव कर लेते हैं। इसे एडिटिंग के अन्य टूल्स के साथ इंटरचेंज भी किया जा सकता है। मुख्य कॉपी को बिना कई बार सेव किए ही उस पर कई तरह के काम किए जा सकते हैं, उसे कई रूपों में प्रयोग किया जा सकता है और उस पर कई कमांड चलाई जा सकती हैं। नॉन लीनियर एडिटिंग की यह सुविधा एडिटर को बहुत लोचदार एडिटिंग के मौके उपलब्ध करवाती है। नॉन लीनियर एडिटिंग के दौरान प्रयुक्त होने वाले साफ्टवेयर एडिटर को यह सुविधा उपलब्ध करवाते हैं कि वे कट की अपनी कमांड को एडिट डिसिजन लिस्ट में अंतिम समय तक कभी भी बदल सकते हैं तथा यदि किसी प्रभाव को मिटाने की जरूरत हो तो किसी भी समय अनडू की कमांड का प्रयोग कर सकते हैं। खास बात यह है कि इस दौरान उसे अपने डाटा को

बार-बार अलग कॉपी के रूप में सेव करने की जरूरत नहीं होती, क्योंकि ये सारे काम मास्टर कॉपी या मुख्य कॉपी पर ही चल रहे होते हैं।

नॉन लीनियर एडिटिंग में प्रयोग होने वाले विभिन्न साफ्टवेयर्स का एक बड़ा लाभ यह भी है कि एडिटिंग के दौरान डाटा या फाइलों की गुणवत्ता पर किसी तरह का नकारात्मक प्रभाव नहीं पड़ता। ऐसा इस कारण से होता है कि मास्टर कॉपी को बार-बार सेव करने की जरूरत नहीं होती। यदि ऐसा होता तो मास्टर कॉपी को बार-बार किसी दूसरे नाम से सेव करना पड़ता और हर बार उसकी एनकोडिंग अलग होती; जबकि नॉन लीनियर एडिटिंग में कोई भी प्रभाव डालने के लिए मास्टर कॉपी को अलग से सेव करने की जरूरत ही नहीं होती। नॉन लीनियर एडिटिंग की प्रक्रिया टेप-से-टेप एडिटिंग की लीनियर प्रक्रिया की तुलना में अधिक लोचदार होती है। इसका मतलब है कि नॉन लीनियर एडिटिंग में एडिटर फ़िल्म या प्रोग्राम के किसी भी हिस्से तक सीधे पहुंच सकता है, इस काम के लिए उसे पूरी फ़िल्म को शुरू से अंत तक देखने की जरूरत नहीं होती। इसी तरह वह नॉन लीनियर एडिटिंग के दौरान अलग-अलग प्रभाव डालकर देख सकता है तथा जो सबसे अच्छा लगे वही प्रभाव संपादन के दौरान प्रयोग कर सकता है।

नॉन लीनियर एडिटिंग में प्रयुक्त होने वाले साफ्टवेयर्स की सुविधा के अनुरूप एडिटिंग के दौरान एडिटर एडिट डिसिजन लिस्ट की सहायता से कम रिजोल्यूशन वाली कॉपी पर भी काम कर सकता है। नॉन लीनियर एडिटिंग की इसी सुविधा के कारण साधारण कंप्यूटर पर भी ब्रॉडकास्ट क्वालिटी और हाई डेफिनेशन क्वालिटी को बहुत आसानी से और बहुत तेजी से एडिट किया जा सकता है। इसका सबसे बड़ा लाभ यह है कि इसमें मास्टर फाइल के भारी-भरकम डाटा पर तरह-तरह के प्रयोग करने की बजाय पहले उसकी लो-रिजोल्यूशन फाइलों पर काम कर लिया जाता है जिसमें समय भी कम लगता है और मेहनत भी उतनी नहीं करनी पड़ती। साथ ही इस काम के लिए बहुत बड़ी योग्यता वाले कंप्यूटरों की आवश्यकता नहीं होती।

नॉन लीनियर एडिटिंग अब घर पर कंप्यूटर प्रयोग करने वाले व्यक्ति की भी पहुंच में आ गई है। ऐसा नॉन लीनियर एडिटिंग में प्रयुक्त होने वाले उपकरणों की कीमत में आई भारी कमी के कारण हो पाया है। हालत ऐसी हो गई है कि कुछ साफ्टवेयर तो वैब एप्लीकेशन के तौर पर फ़ी में भी प्रयोग किए जा सकते हैं जिनका प्रयोग नॉन लीनियर एडिटिंग में किया

जाता है। इसी तरह के कुछ साफ्टवेयर हैं सिनेलेरा जिसको बिना किसी चार्ज के डाउनलोड किया जा सकता है। इसके अलावा नॉन लीनियर एडिटिंग में प्रयोग किए जा सकने वाले कुछ साफ्टवेयर तो कंप्यूटर बनाने वाली कंपनियों अपने कंप्यूटरों में प्रयोग होने वाले ऑपरेटिंग सिस्टम के साथ ही देने लगी हैं। इनमें मुख्य रूप से माइक्रोसाफ्ट का विंडो मूवी मेकर तथा एप्पल कंप्यूटर का आईमूवी साफ्टवेयर शामिल हैं।

नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए प्रयोग किए जाने वाले किसी कंप्यूटर में आमतौर पर एक वीडियो एडिटिंग कार्ड होता है। इसके अलावा एनालॉग वीडियो को सेव करने के लिए वीडियो कैचर कार्ड या डिजिटल वीडियो कैमरा से डिजिटल वीडियो को कैचर करने के लिए फायरवायर सॉकेट होता है। इसके अलावा वीडियो एडिटिंग साफ्टवेयर भी इसका हिस्सा होते हैं। नॉन लीनियर एडिटिंग के क्षेत्र में कितना तकनीकी विकास हुआ है इसका अंदाजा इसी बात से लगाया जा सकता है कि वर्तमान में वैब आधारित एडिटिंग सिस्टम किसी कैमरा फोन से जीपीआरएस या 3जी मोबाइल कनैक्शन की सहायता से सीधे वीडियो डाटा को ले सकता है। कैमरा फोन या अन्य उपकरणों से इस तरह सीधे लिए गए वीडियो डाटा पर वैब ब्राउजर की सहायता से नॉन लीनियर एडिटिंग की जा सकती है और इसके लिए किसी विशेष हार्डवेयर या साफ्टवेयर की ज़रूरत भी नहीं होती। सामान्य भाषा में कहें तो वर्तमान में वीडियो की नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए किसी सामान्य कंप्यूटर के अलावा न तो विशेष हार्डवेयर की ज़रूरत होती है और न ही किसी विशेष साफ्टवेयर की। इसके लिए यदि इंटरनेट कनैक्शन और वैब ब्राउजर हैं तो आपको किसी साफ्टवेयर की ज़रूरत नहीं होगी क्योंकि नॉन लीनियर एडिटिंग का काम ऑनलाइन किया जा सकता है।

इस तरह से नॉन लीनियर एडिटिंग में एक स्रोत से लिए गए डाटा को दूसरे स्रोत तक भेजने से पहले उस पर कई तरह के काम किए जा सकते हैं। नॉन लीनियर एडिटिंग में विभिन्न तरह के प्रभाव डाटा पर डालने के बाद उसे या तो अन्य स्रोत के लिए भेजा जा सकता है या उसे एमपीईजी फोर्मेट में बदला जा सकता है ताकि उसका प्रयोग डीवीडी पर किया जा सके।

वास्तव में पहला नॉन लीनियर एडिटिंग सिस्टम सीएमएक्स 600 था जिसका आविष्कार 1970 के दशक के आरंभ में किया गया था। इसका निर्माण करने वाली कंपनी का नाम

सीएमएक्स कारपोरेशन था। चूंकि यह पहला नॉन लीनियर एडिटिंग सिस्टम था इस कारण इसमें केवल श्वेत-श्याम वीडियो को ही रिकार्ड और प्ले किया जा सकता था। यह वीडियो डाटा भी एनालॉग फोरम में होता था। इस काम के लिए उस समय वाशिंग मशीन के आकार के विशेष ड्राइवर्स प्रयोग किए जाते थे जो एनालॉग वीडियो को एक विशेष प्रकार की डिस्क पर रिकार्ड करने के बाद चलाकर दिखाते थे। इनका प्रयोग मुख्यतः उस समय के मेनफ्रेम अर्थात् आकार में बहुत बड़े कंप्यूटरों पर वीडियो डाटा को डिजिटल फोर्मेट में स्टोर करने के लिए किया जाता था। नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए यह पहला सिस्टम था जिसने डाटा को डिजिटल फोर्मेट में स्टोर करने के लिए कंप्यूटरों का इस्तेमाल शुरू किया था।

इसके बाद 1980 के दौर में नॉन लीनियर एडिटिंग के क्षेत्र में बहुत विकास हुआ। उस समय कंप्यूटर पर चलने वाली लेजर डिस्क का आविष्कार तो हुआ ही, वीसीआर भी बहुत प्रचलन में रहा। नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए बनाए गए इन नए सिस्टमों में पहले की तुलना में कम हार्डवेयर की जरूरत होती थी और उन पर आसानी से काम किया जा सकता था। 1980 के दशक के अंतिम दौर में नॉन लीनियर एडिटिंग के क्षेत्र में कंप्यूटर प्रोसेसिंग बहुत तेज गति से आगे बढ़ी। इसी दौरान नॉन लीनियर एडिटिंग में वास्तविक डिजिटल डाटा का प्रयोग होने लगा। नॉन लीनियर एडिटिंग वर्तमान में तो इतनी विकसित हो चुकी है कि घरों में प्रयोग होने वाले कंप्यूटरों पर भी विशेष साफ्टवेयर के माध्यम से उनका प्रयोग किया जा सकता है। अर्थात् 1980 से बाद के लगभग 30 सालों में नॉन लीनियर एडिटिंग का इतना विकास हुआ कि अब यह घर-घर में उपलब्ध कंप्यूटर पर भी की जा सकती है।

नॉन लीनियर एडिटिंग का जो वर्तमान रूप है उसकी शुरूआत वास्तव में 1988 से हुई थी। इस वर्ष एविड कंपनी ने एविड-1 एडिटिंग मशीन के नाम से नॉन लीनियर एडिटिंग का खास सिस्टम बनाया। मीडिया कम्पोजर सिस्टम की लाइन में उनका यह पहला सिस्टम था। यह पूरी तरह से एप्पल मैकिनतोष कंप्यूटर प्लेटफॉर्म पर आधारित नॉन लीनियर एडिटिंग सिस्टम था। इसमें नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए मैकिनतोष-2 कंप्यूटरों का प्रयोग किया जाता था। इसके अलावा इस सिस्टम में एविड द्वारा बनाए गए विशेष प्रकार के हार्डवेयर और साफ्टवेयर का प्रयोग भी किया जाता था। नॉन लीनियर एडिटिंग के क्षेत्र में आधुनिक अवधारणा से लोगों को अवगत करवाने वाला पहला सिस्टम एविड-1 ही था। नॉन लीनियर एडिटिंग के इस सिस्टम

के आने के बाद ही लोगों को टाइमलाइन एडिटिंग व विलप बिन्स के बारे में जानकारी हुई।

नॉन लीनियर एडिटिंग के पहले सिस्टम के रूप में पहचान बनाने वाले एविड-1 की क्वालिटी या गुणवत्ता कुछ हद तक कम होती थी। 1980 के दशक के अंतिम दौर में आए मीडिया कम्पोजर सिस्टम और एविड-1 की गुणवत्ता बहुत हद तक वीडिया होम सिस्टम यानी वीएचएस के समान ही होती थी। इसका सबसे बड़ा कारण था कि ये सिस्टम मोशन जेपीईजी या एम-जेपीईजी कोडिंग के बहुत पुराने वर्जन का प्रयोग करते थे जिनकी गुणवत्ता वर्तमान की तुलना में बहुत घटिया होती थी। परन्तु नॉन लीनियर एडिटिंग के पहले-पहले सिस्टमों में प्रयोग होने वाली यह गुणवत्ता उस समय की ऑफ-लाइन एडिटिंग के लिए बहुत बड़ी बात थी। कुछ भी हो नॉन लीनियर एडिटिंग के इन पहले सिस्टमों की बदौलत ही वीडियो और फिल्म एडिटिंग के क्षेत्र में कांति आई बाद में इन्हीं सिस्टमों के योगदान के कारण वर्तमान की वीडियो एडिटिंग का आधार नॉन लीनियर एडिटिंग प्लेटफार्म यानी एनएलई प्लेटफार्म का विकास हो पाया।

1990 की शुरुआत में एम-जेपीईजी फोर्मेट ही नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए मानक कोड बन गया था। परन्तु उस समय बहुत प्रयोग में होने के बावजूद इसकी कई खामियां थीं। कंप्यूटर संबंधी इसकी बहुत सी जरूरतें होती थीं जिन्हें पूरा करने के बाद कम्प्यूटर में साफ्टवेयर को लोड करना आसान नहीं होता था। इसके अलावा इसकी जरूरतों को पूरा करना न केवल बहुत महंगा होता था बल्कि इन्हें पूरा करने के बाद प्लैबैक कार्ड और हार्डवेयर का एक जटिल जाल बन जाता था जिसे समझना आसान नहीं होता था।

सबसे महत्वपूर्ण बात तो यह है कि इस विकास ने किराए पर मशीनें लेने का व्यवसाय शुरू कर दिया था। वीडियो एडिटिंग के पारंपरिक रूप टेपों को कांट-छांटकर पुनः जोड़ने में सावधानी के साथ-साथ बहुत सुरक्षा भी बरतनी पड़ती थी। उस समय जब वीडियो एडिटर वीडियो एडिटिंग की जगह छोड़ता था तो वह अपनी सारी गुप्त वीडियो टेप अपने साथ ही ले जाता था। लेकिन जब एम-जेपीईजी की अवधारणा सामने आई तो नए सिस्टमों में डाटा इतना बढ़ जाता था कि उन्हें साथ ले जाने वाली टेपों पर स्टोर करना लगभग असंभव हो जाता था। एम-जेपीईजी फोर्मेट का प्रयोग करने वाले सभी सिस्टमों एविड, मैकिनतोष तथा कंप्यूटर पर प्रयोग किए जाने वाले लाइटवर्क्स में इसी परेशानी के कारण साथ ले जाने लायक डिस्क की बजाय फिक्स हार्ड डिस्क का प्रयोग किया जाता था।

नॉन लीनियर एडिटिंग के इन नए सिस्टमों में प्रयुक्त होने वाली हार्ड डिस्क के कारण एडिटर के लिए यह संभव नहीं हो पाता था कि वह अपना गुप्त डाटा या वीडियोटेप अपने साथ ही ले जाए। नॉन लीनियर एडिटिंग के इस शुरुआती दौर में फैसिलिटी हाउसेज या विशेष सुविधा देने वाली दुकानों से एडिटिंग मशीनों को हर घंटे के हिसाब से किराए पर लिया जाता था। इस कारण एक और समस्या पैदा हुई कि यदि कोई मशीन किराए पर लेकर उसका प्रयोग एडिटिंग के लिए किया जाता है तथा शाम को वह वापस लौटा दी जाती है तो इस बात की क्या गारंटी है कि उस वीडियो की सीक्रेसी लीक नहीं होगी। इसी बात को ध्यान में रखते हुए अधिकतर प्रोडक्शन हाउस किराए पर ली गई मशीनों को वापस लौटाते वक्त अपना पूरा डाटा डीलिट कर देते थे। इससे उनके वीडियो डाटा की सीक्रेसी तो बनी रहती थी लेकिन सबसे बड़ी परेशानी यह होती थी कि अगले दिन एडिटिंग शुरू करने के लिए पुनः पूरे डाटा को डिजिटल फार्मेट में सेव करना पड़ता था। इसके अतिरिक्त नॉन लीनियर एडिटिंग के इन सभी आधुनिक सिस्टमों में डाटा को सुरक्षित रखने की क्षमता भी उनकी हार्ड डिस्क के अनुसार सीमित होती थी।

इन सभी समस्याओं पर इंग्लैंड की एक कंपनी ईडोस ने विशेष ध्यान दिया और इन्हें प्रमुखता से उठाया। बाद में यही कंपनी अपने विशेष वीडियो गेम टॉम्ब राइडर के कारण दुनिया भर में प्रसिद्ध हुई। नॉन लीनियर एडिटिंग की इन सारी समस्याओं से निजात पाने के लिए ईडोस ने नई तरह के कंप्यूटरों का प्रयोग शुरू किया। ये कंप्यूटर एआरएम-बेस्ड थे। इंग्लैंड के इन्हीं कंप्यूटरों पर ईडोस ने अपने विशेष तरह के नॉन लीनियर एडिटिंग सिस्टम को चलाना शुरू किया। अपने परीक्षणों के बाद कंपनी ने 1990 में इसे यूरोप में आयोजित इंटरनेशनल ब्रॉडकास्टिंग कन्वेंशन में लॉन्च कर दिया।

नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए ईडोस ने अपने सिस्टम में खुद द्वारा बनाए गए विशेष कम्प्रैसन साप्टवेयर का प्रयोग किया था। इसी कारण इस कंपनी के नॉन लीनियर एडिटिंग सिस्टम का प्रयोग करते समय जेपीईजी फार्मेट के लिए विशेष तरह के हार्डवेयर की जरूरत नहीं रह गई थी। जेपीईजी हार्डवेयर हट जाने के कारण ईडोस के नॉन लीनियर एडिटिंग सिस्टम का निर्माण अधिक सस्ता तथा आसान हो गया था। इस सिस्टम की सबसे खास बात यह थी कि इसमें प्रयोग होने वाला साप्टवेयर एक ही समय में कई योगों से आ रहे वीडियो और

ओडियो सिग्नल्स को डीकोड कर सकता था। ऐसा करने से बिना किसी अतिरिक्त लागत के ही एडिटिंग के दौरान विशेष तरह के प्रभाव पैदा किए जा सकते थे।

सबसे बड़ी बात यह थी कि ईडोस के नॉन लीनियर एडिटिंग में ही पहली बार ऐसी सस्ती स्टोरेज सामग्री बनाई गई थी जिस पर अनलिमिटेड वीडियो डाटा को सेव किया जा सकता था। ईडोस कंपनी के एडिट-1, एडिट-2 और बाद में लॉच किए गए ऑप्टिमा सिस्टम में यह खूबी भी थी कि ये सभी सिस्टम वीडियो एडिटर को कोई भी सिस्टम प्रयोग करने की छूट देते थे। इसी कारण वीडियो एडिटर को एक ही सिस्टम से चिपके रहने की मुसीबत से छुटकारा मिल गया था और वह भी अपना पूरा डाटा पूरी तरह से सुरक्षित रखते हुए।

ईडोस द्वारा नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए लान्च किया गया ऑप्टिमा साफ्टवेयर मुख्यतः एकॉर्न कंपनी के विशेष तरह के हार्डवेयर पर आधारित था। इसी कारण जब 1990 के दशक में एकॉर्न कंपनी ने अपना रिक पीसी नाम का कम्प्यूटर बनाना बंद कर दिया तो ईडोस को भी नॉन लीनियर एडिटिंग का अपना सिस्टम ऑप्टिमा बेचना बंद करना पड़ा। हालांकि इस समय पर ईडोस पूरी तरह से एक वीडियो गेम बनाने वाली कंपनी बन चुकी थी।

इस क्षेत्र में एक और बड़ा बदलाव 90 के दशक में उस समय आया जब वीडियो फार्मेट को उपभोक्ताओं और व्यवसाय करने वालों के लिए लान्च किया गया। इसी दौर में जब डीवी और आईईई 1394 को लान्च किया गया तो वीडियो को कंप्यूटर में डालने और कंप्यूटर से निकालने का आसान, सस्ता और सबकी पहुंच वाला जरिया मिल गया। आईईई 1394 में मुख्य रूप से फायरवायर और आईलिंक शामिल थे।

नॉन लीनियर एडिटिंग के इन नए सिस्टमों के साथ ही इस बात की भी जरूरत खत्म हो गई की एडिटिंग से पहले वीडियो डाटा को एनालॉग फार्मेट में रिकार्ड किया जाए और बाद में उसे डिजिटल डाटा में कन्वर्ट किया जाए ताकि उस पर एडिटिंग की जा सके। इसका कारण यह था कि नॉन लीनियर एडिटिंग के इन नए सिस्टमों में सीधे डिजिटल फार्मेट में डाटा रिकार्ड हो जाता था। विशेषकर फायरवायर की बात करें तो इसने बिना किसी अतिरिक्त हार्डवेयर व साफ्टवेयर की जरूरत के वीडियो डाटा को सीधे डिजिटल फार्मेट में कन्वर्ट करने का आसान जरिया उपलब्ध करवा दिया था।

इस खोज के साथ ही नॉन लीनियर एडिटिंग किसी भी सामान्य कंप्यूटर पर केवल कुछ

साफ्टवेयर के माध्यम से किया जा सकने वाला काम बन गया। नॉन लीनियर एडिटिंग के लिए अब न तो खास हार्डवेयर की ज़रूरत थी और न ही वाशिंग मशीन के आकार की अन्य मशीनों की। वीडियो एडिटिंग के पुराने जमाने के सिस्टमों की तुलना में नॉन लीनियर एडिटिंग के इन नए सिस्टमों ने डेस्कटॉप कम्प्यूटरों पर ही एडिटिंग संभव कर दी थी और कम लागत में इनके परिणाम बहुत उच्च गुणवत्ता वाले होते थे। दूसरी ओर पुराने जमाने के एडिटिंग सिस्टम महंगे तो बहुत थे, लेकिन उनकी गुणवत्ता उतनी अच्छी नहीं होती थी।

कुछ समय पूर्व ही इस क्षेत्र में एक और बड़ा बदलाव आया है। यह बदलाव बहुत ही उच्च स्तर के हाई कम्प्रेस्ड एचडी के नए फार्मेट के रूप में आया है। एचडी के नए फार्मेट में मुख्य रूप से एचडीवी शामिल है जिसने इन परंपरा को तो जारी रखा ही, साथ ही यह भी संभव बना दिया कि एचडी सामग्री को सामान्य कम्प्यूटर पर एक साफ्टवेयर की मदद से ही एडिट किया जा सके।

नॉन लीनियर एडिटिंग के क्षेत्र के शुरुआत से ही बड़े खिलाड़ी एविड ने लंबे समय तक मार्केट में अपना विशेष दर्जा बनाए रखा, लेकिन समय के साथ इस क्षेत्र में भी प्रतियोगिता बढ़ने लगी। एविड को सबसे अधिक प्रतियोगिता का सामना उस समय करना पड़ा जब 1992 में एडोब प्रीमियर और 1999 में फाइनल कट प्रो लॉन्च किया गया।

नॉन लीनियर एडिटिंग के क्षेत्र में अब भी तीन ही बड़े खिलाड़ी हैं जिनमें मुख्य रूप से एविड, एडोब और एप्पल शामिल हैं। इन तीनों कंपनियों का ही नॉन लीनियर एडिटिंग के सॉफ्टवेयर और सिस्टम बाजार पर कब्जा है। नॉन लीनियर एडिटिंग के क्षेत्र में एविड आज भी बड़ा खिलाड़ी है क्योंकि अब भी अधिकतर फीचर फिल्में, टेलीविजन प्रोग्राम और विज्ञापन आदि का निर्माण एविड के नॉन लीनियर एडिटिंग सिस्टमों की सहायता से होता है।

एविड के नॉन लीनियर एडिटिंग सिस्टमों का बोलबाला किस हद तक है, इसका अनुमान इस बात से ही लगाया जा सकता है कि 2006 में आयोजित 77वें वार्षिक एकेडमी अवाइर्स में बेस्ट पिक्चर, डायरैक्टिंग, फिल्म एडिटिंग, साउंड एडिटिंग, साउंड मिक्सिंग, विजुअल इफेक्ट्स तथा बेस्ट एनिमेटिड फीचर फिल्म के पुरस्कार जीतने वाली सभी फिल्मों के निर्माण में एविड के नॉन लीनियर एडिटिंग सिस्टम ही प्रयोग किए गए थे। इतनी बड़ी उपलब्धि अभी तक किसी अन्य नॉन लीनियर एडिटिंग सिस्टम बनाने वाली कंपनी को नहीं मिल पाई है। इन

फिल्मों के लिए एविड के उन उत्पादों का प्रयोग किया गया था जिनका उत्पादन उसकी ऑडियो यूनिट और एनिमेशन यूनिट ने किया था। इनमें मुख्य रूप से डिजिडिजाइन और सॉफ्टडिजेज 3डी शामिल हैं। इनमें से डिजिडिजाइन का प्रयोग साउंड एडिटिंग एंड मिक्सिंग के लिए किया जाता है जबकि साफ्टडिजेज का प्रयोग एनिमेशन बनाने और उसकी एडिटिंग के लिए किया जाता है।

साउंड एंड पिक्चर क्वालिटी :

नॉन लीनियर एडिटिंग के मामले में सबसे अधिक ध्यान साउंड एंड पिक्चर क्वालिटी पर रखा जाता है। जब भी नॉन लीनियर एडिटिंग के माध्यम से किसी वीडियो को कम्प्रेस और डी-कम्प्रेस किया जाता है तो उसकी गुणवत्ता में किसी न किसी तरह की कमी आ जाती है। कम्प्रेशन की तकनीक में आए कई बदलावों और सुधारों के बाद हालांकि कम्प्रेशन के दौरान गुणवत्ता में आने वाली कमी और डिस्क स्टोरेज कैपेसिटी की समस्या में बहुत हद तक कमी आ गई है, लेकिन ये समस्याएं अभी तक पूरी तरह से हटाई नहीं जा सकी हैं।

वर्तमान में डिजिटल वीडियो अर्थात् डीवी को अपनाने के साथ ही वीडियो की गुणवत्ता एक बार फिर मुद्दा बन गई है। इसका कारण यह है कि डीवी में जैसे ही डाटा को अधिक कम्प्रेस किया जाता है तो उसकी गुणवत्ता में कमी आ जाती है जो स्वाभाविक भी है। हालांकि इस समस्या का समाधान इस रूप में हो सकता है कि डीवी के डाटा पर किसी भी तरह की एडिटिंग से पहले उसे डी-कम्प्रेस कर लिया जाए और उसके बाद वीडियो को बिना कम्प्रेस किए ही रखा जाए। इसका सबसे बड़ा फायदा यह होगा कि संपादन या संशोधन के बाद दोबारा डाटा को कम्प्रेस करने से होने वाली गुणवत्ता में कमी से छुटकारा पाया जा सकता है।

फिर भी यह इस बात पर निर्भर करता है कि डीवी कोड को किस तरह से प्रयोग किया जा रहा है। उदाहरण के तौर पर सोनी के वेगास डीवी कोड में यह दावा किया जाता है कि उसे 50 बार तक यदि कम्प्रेस और डी-कम्प्रेस किया जाए तो भी उसकी गुणवत्ता में किसी तरह का बदलाव नहीं आएगा। इसके बाद ही गुणवत्ता में इतना बदलाव आएगा जिसे आदमी की आंख पकड़ सके।

डीवीसी प्रो एचडी का दावा है कि यदि 5 बार उसे बार-बार कम्प्रेस किया जाए, उसके

बाद ही उसमें किसी तरह का बदलाव आएगा। हालांकि उनका यह भी दावा है कि यदि आप किसी इमेज को तीन गुणा तक बड़ा करके देखते हैं तो किसी फिल्म की गुणवत्ता में आई कमी का पता तभी लगा पाएंगे जब उसे 15 बार तक कम्प्रैस किया गया हो।

नॉन लीनियर एडिटिंग के क्षेत्र में दिन-प्रतिदिन आ रहे नए सिस्टमों और सॉफ्टवेयर के कारण वर्तमान में यह संभव हो पाया है कि कोई व्यक्ति अपने घर पर प्रयोग किए जाने वाले सामान्य कम्प्यूटर पर भी किसी सामान्य सॉफ्टवेयर की मदद से वीडियो में एडिटिंग कर सके। हालांकि यदि गंभीरता से सोचा जाए तो इस तरह के सॉफ्टवेयर कभी भी उच्च स्तर की गुणवत्ता नहीं दे सकते, लेकिन कुछ भी हो इसका फायदा बड़ी संख्या में उन उपभोक्ताओं को मिलेगा जो उच्च गुणवत्ता वाले नॉन लीनियर एडिटिंग सिस्टमों को खरीद नहीं सकते और इन सॉफ्टवेयर की मदद से अपना काम चला लेते हैं। इसके अलावा लंबे समय में तकनीकी विकास होंगे और इसका फायदा नॉन लीनियर एडिटिंग से जुड़े सभी लोगों को मिलेगा।

10.3 सारांश :

- लीनियर वीडियो एडिटिंग वीडियो टेप पर रिकार्ड और शूट किए गए दृश्यों और ध्वनियों को चुनने, उन्हें एक कम में व्यवस्थित करने तथा उनमें इच्छित परिवर्तन करने की प्रक्रिया कहलाती है। 1990 से पहले की बात की जाए तो उस समय यही प्रक्रिया होती थी जिसके माध्यम से वीडियो एडिटिंग की जाती थी और इसे लीनियर वीडियो एडिटिंग की बजाय केवल वीडियो एडिटिंग के नाम से जाना जाता था। लेकिन 1990 के बाद कंप्यूटर आधारित वीडियो एडिटिंग शुरू हुई जिसे नाम दिया गया नॉन-लीनियर वीडियो एडिटिंग।
- वीडियो टेप के आविष्कार के लिए सबसे ज्यादा प्रोत्साहित करने वाली बात यही थी कि कोई ऐसा माध्यम बनाया जाए जिस पर किसी कार्यक्रम को स्टोर कर दिया जाए तो उसे जब मर्जी पुनः प्रयोग किया जा सके फिर चाहे यह थोड़ा समय हो या बहुत लंबा ही क्यों न हो। तकनीकी संशोधनों के एक कम के बाद ही वीडियो टेप ऐसे माध्यम के रूप में जगह बना पाया है जिसका सर्वाधिक प्रयोग फिल्म निर्माण में किया जाता है।
- वीडियो टेप की भौतिक संपादन किया की मुख्य हानियां यही थी कि शुरूआती दौर में

यह बहुत महंगा काम होता था, क्योंकि भौतिक संपादन के बाद वीडियो टेप को पुनः प्रयोग करना नामुमकिन होता था। शुरुआत में वीडियो टेप महंगी होने के कारण उनकी कांट-छांट में उनके खराब होने का भय भी बना रहता था। वीडियो टेप के भौतिक संपादन के लिए विशेष योग्यता की जरूरत होती थी। इसमें इस बात की भी आशंका रहती थी कि जब टेप के एक टुकड़े को दूसरे से मिलाया जाएगा तो कहीं ऐसा न हो कि शॉट का कम बिगड़ जाए। इस प्रक्रिया में छोटे से संपादन के लिए भी काफी समय की जरूरत होती थी।

- लीनियर एडिटिंग की अधिकांश प्रक्रिया इसी प्रकार की दो मशीनों और उन्हें नियंत्रित करने वाले एक उपकरण की सहायता से होती है। अधिकतर वीडियो टेप मशीन दूसरी मशीन को भी नियंत्रित कर सकती है। यदि जरूरत हो तो एक अन्य बाह्य नियंत्रक भी जोड़ा जा सकता है जिसे एडिटिंग कंट्रोल डिवाइस के नाम से जाना जाता है।
- वीडियो एडिटिंग 1970 के दशक के अंतिम दौर में अपने चरम पर पहुंची। इस दौरान वीडियो एडिटिंग के लिए कंप्यूटर से नियंत्रित होने वाले संपादन नियंत्रण उपकरणों का आविष्कार हुआ और उन्हें मार्केट में उतार दिया गया। ये उपकरण ऐसे थे जो इनमें फीड की गई एडिट डिसिजन लिस्ट यानी ईडीएल के आधार पर कोई भी एडिटिंग करने में सक्षम थे। ये उपकरण इस लायक थे कि कई मशीनों से एक साथ आ रहे इनपुट को टाइम के आधार पर नियंत्रित कर सकें और उन्हें ईडीएल के आधार पर उचित कम दे सकें। उस दौरान सर्वाधिक प्रयोग में लाया जाने वाला और सबसे लोकप्रिय रहा सिस्टम सोनी कंपनी द्वारा बनाया गया एमपैक्स था। यह पूरी तरह से कंप्यूटर से नियंत्रित होने वाला वीडियो एडिटिंग सिस्टम था। दूसरी ओर इस फिल्ड में सबसे पहला खिलाड़ी था सीएमएक्स सिस्टम।
- वर्तमान में लगभग हर क्षेत्र में वीडियो एडिटिंग के लिए कंप्यूटर आधारित नॉन लीनियर एडिटिंग का प्रयोग किया जाता है। चाहे विज्ञापनों की बात हो, फिल्मों की बात हो या औद्योगिक एवं उपभोक्ता वीडियो इंडस्ट्रिज की बात हो इन सभी में कंप्यूटर आधारित नॉन लीनियर एडिटिंग का ही प्रयोग किया जाता है। लेकिन कुछ क्षेत्र अब भी ऐसे बचे हैं जिनमें लीनियर एडिटिंग का प्रयोग किया जाता है। इनमें मुख्य रूप से टेलीविजन

स्टेशनों के न्यूज रुम शामिल हैं तो छोटे एवं मध्यम आकार के वे प्रोडक्शन हाउस भी शामिल हैं जिन्होंने नई तकनीक में अधिक निवेश नहीं किया है।

- टेलीविजन और फिल्म के क्षेत्र के लिए नॉन लीनियर एडिटिंग संपादन का एक आधुनिक तरीका है जो पोस्ट प्रोडक्शन में प्रयोग किया जाता है। नॉन लीनियर एडिटिंग में एडिटिंग करने वाला इतना सक्षम होता है कि वह वीडियो क्लिप के किसी भी फेम तक आसानी से पहुंच सकता है। फिल्मों आदि की एडिटिंग के लिए यह तरीका आरंभ से ही प्रयोग में था, जहां फिल्मों की एडिटिंग के लिए फिल्म वाली टेप को काटने और उसे चिपकाने का काम किया जाता था। लेकिन फिल्म निर्माण के पुराने जमाने में एडिटिंग न केवल बहुत समय लेने वाली प्रक्रिया थी, बल्कि यह लीनियर होती थी। नॉन लीनियर एडिटिंग या यूं कहें कि संपादन का ऐसा तरीका जिसमें न तो समय की बर्बादी थी और न ही पैसे की, इसकी शुरुआत पहले डिजीटल कंप्यूटर के बाजार में आने के साथ ही हो गई थी। इसमें चूंकि सारा डाटा कंप्यूटर पर फीड कर लिया जाता है, इस कारण किसी टेप के व्यर्थ होने का खतरा नहीं रहता।
- नॉन लीनियर एडिटिंग में प्रयोग होने वाले विभिन्न साफ्टवेयर्स का एक बड़ा लाभ यह भी है कि एडिटिंग के दौरान डाटा या फाइलों की गुणवत्ता पर किसी तरह का नकारात्मक प्रभाव नहीं पड़ता। ऐसा इस कारण से होता है कि मास्टर कॉपी को बार-बार सेव करने की जरूरत नहीं होती। यदि ऐसा होता तो मास्टर कॉपी को बार-बार किसी दूसरे नाम से सेव करना पड़ता और हर बार उसकी एनकोपिंग अलग होती; जबकि नॉन लीनियर एडिटिंग में कोई भी प्रभाव डालने के लिए मास्टर कॉपी को अलग से सेव करने की जरूरत ही नहीं होती।
- नॉन लीनियर एडिटिंग की प्रक्रिया टेप-से-टेप एडिटिंग की लीनियर प्रक्रिया की तुलना में अधिक लोचदार होती है। इसका मतलब है कि नॉन लीनियर एडिटिंग में एडिटर फिल्म या प्रोग्राम के किसी भी हिस्से तक सीधे पहुंच सकता है, इस काम के लिए उसे पूरी फिल्म को शुरू से अंत तक देखने की जरूरत नहीं होती। इसी तरह वह नॉन लीनियर एडिटिंग के दौरान अलग-अलग प्रभाव डालकर देख सकता है तथा जो सबसे अच्छा लगे वही प्रभाव संपादन के दौरान प्रयोग कर सकता है।

- नॉन लीनियर एडिटिंग में प्रयुक्त होने वाले साफ्टवेयर की सुविधा के अनुरूप एडिटिंग के दौरान एडिटर एडिट डिसिजन लिस्ट की सहायता से कम रिजोल्यूशन वाली कॉपी पर भी काम कर सकता है। नॉन लीनियर एडिटिंग की इसी सुविधा के कारण साधारण कंप्यूटर पर भी ब्रॉडकास्ट क्वालिटी और हाई डेफिनेशन क्वालिटी को बहुत आसानी से और बहुत तेजी से एडिट किया जा सकता है। इसका सबसे बड़ा लाभ यह है कि इसमें मास्टर फाइल के भारी-भरकम डाटा पर तरह-तरह के प्रयोग करने की बजाय पहले उसकी लो-रिजोल्यूशन फाइलों पर काम कर लिया जाता है जिसमें समय भी कम लगता है और मेहनत भी उतनी नहीं करनी पड़ती। साथ ही इस काम के लिए बहुत बड़ी योग्यता वाले कंप्यूटरों की आवश्यकता नहीं होती।
- नॉन लीनियर एडिटिंग अब घर पर कंप्यूटर प्रयोग करने वाले व्यक्ति की भी पहुंच में आ गई है। ऐसा नॉन लीनियर एडिटिंग में प्रयुक्त होने वाले उपकरणों की कीमत में आई भारी कमी के कारण हो पाया है। हालत ऐसी हो गई है कि कुछ साफ्टवेयर तो वैब एप्लीकेशन के तौर पर फ़ी में भी प्रयोग किए जा सकते हैं जिनका प्रयोग नॉन लीनियर एडिटिंग में किया जाता है। इसी तरह के कुछ साफ्टवेयर हैं सिनेलेरा जिसको बिना किसी चार्ज के डाउनलोड किया जा सकता है। इसके अलावा नॉन लीनियर एडिटिंग में प्रयोग किए जा सकने वाले कुछ साफ्टवेयर तो कंप्यूटर बनाने वाली कंपनियों अपने कंप्यूटरों में प्रयोग होने वाले ऑपरेटिंग सिस्टम के साथ ही देने लगी हैं। इनमें मुख्य रूप से माइक्रोसाफ्ट का विंडो मूवी मेकर तथा एप्पल कंप्यूटर का आईमूवी साफ्टवेयर शामिल हैं।

10.4 प्रमुख बिन्दु :

लीनियर वीडियो एडिटिंग : लीनियर वीडियो एडिटिंग वीडियो ट्रैप पर रिकार्ड और शूट किए गए दृश्यों और ध्वनियों को चुनने, उन्हें एक कम में व्यवस्थित करने तथा उनमें इच्छित परिवर्तन करने की प्रक्रिया कहलाती है। कार्यक्रमों के निर्माण में एडिटिंग मुख्यतः दो या अधिक कैमरों को एक साथ जोड़कर की जाती थी। इसके लिए एक वीडियो स्टिवर का प्रयोग किया जाता था जिसका प्रयोग आज भी किया जाता है। स्टिवर एक ऐसा इलैक्ट्रोनिक उपकरण होता है जो दो

या दो से अधिक वीडियो इनपुट को एक साथ हैंडल कर सकता है तथा उन्हें इस तरह से मिश्रित कर सकता है कि उनका आउटपुट एक वीडियो के रूप में हो। किसी स्थिति का प्रयोग वीडियो के स्रोत में किसी तरह का कट लगाने, या कितने भी लंबे शॉट्स को एक साथ मिलाने और उनमें किसी विशेष तरह के प्रभाव डालने के लिए किया जाता है।

नॉन लीनियर एडिटिंग : टेलीविजन और फ़िल्म के क्षेत्र के लिए नॉन लीनियर एडिटिंग संपादन का एक आधुनिक तरीका है जो पोर्ट प्रोडक्शन में प्रयोग किया जाता है। नॉन लीनियर एडिटिंग में एडिटिंग करने वाला इतना सक्षम होता है कि वह वीडियो विलप के किसी भी फ़ेम तक आसानी से पहुंच सकता है। फ़िल्मों आदि की एडिटिंग के लिए यह तरीका आरंभ से ही प्रयोग में था, जहां फ़िल्मों की एडिटिंग के लिए फ़िल्म वाली टेप को काटने और उसे चिपकाने का काम किया जाता था। लेकिन फ़िल्म निर्माण के पुराने जमाने में एडिटिंग न केवल बहुत समय लेने वाली प्रक्रिया थी, बल्कि यह लीनियर होती थी।

साउंड एंड पिक्चर क्वालिटी : वर्तमान में डिजिटल वीडियो अर्थात डीवी को अपनाने के साथ ही वीडियो की गुणवत्ता एक बार फिर मुद्रा बन गई है। इसका कारण यह है कि डीवी में जैसे ही डाटा को अधिक कम्प्रेस किया जाता है तो उसकी गुणवत्ता में कमी आ जाती है जो स्वाभाविक भी है। हालांकि इस समस्या का समाधान इस रूप में हो सकता है कि डीवी के डाटा पर किसी भी तरह की एडिटिंग से पहले उसे डी-कम्प्रेस कर लिया जाए और उसके बाद वीडियो को बिना कम्प्रेस किए ही रखा जाए। इसका सबसे बड़ा फायदा यह होगा कि संपादन या संशोधन के बाद दोबारा डाटा को कम्प्रेस करने से होने वाली गुणवत्ता में कमी से छुटकारा पाया जा सकता है।

10.5 स्व मूल्यांकन हेतु प्रश्न :

- लीनियर एडिटिंग से आप क्या समझते हैं? इसके जरिए टेलीविजन कार्यक्रमों की किस प्रकार से एडिटिंग की जाती है? चर्चा कीजिए।
- नॉन लीनियर एडिटिंग से आपका क्या अभिप्राय है? यह लीनियर एडिटिंग से किस प्रकार भिन्न है?
- टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण में नॉन लीनियर एडिटिंग किस प्रभाव प्रभावी है? चर्चा करें।

- साउंड इफेक्ट्स क्या हैं ? किसी दृश्य या परिस्थिति विशेष में ये किस प्रकार प्रभावी हैं ?

10.6 संदर्भित पुस्तकें :

- हैण्डबुक ऑफ टेलीविजन प्रोडक्शन ; हर्बट जैटेल, 2006 ; सैन्योज लर्निंग ; न्यू दिल्ली.
- साइट, साउंड, मोशन, हर्बट जैटेल; 2005; थम्सन वर्ड्सवर्थ.
- वीडियो इन्जीनियरिंग ; एसी लूथर ; एएफ इंगिलश, 1999; मैक्ग्राहिल, न्यूयॉर्क.