आधारभूत पत्रकारिता

तालिम पुस्तिका

Media Advocacy Group
(MAG)

United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

प्रकाशक : संयुक्त राष्ट्रसंघीय शैक्षिक, वैज्ञानिक तथा सांस्कृतिक संगठन (युनेस्को), काठमाडौं कार्यालय/सञ्चारको विकासका लागि अन्तर्राष्ट्रिय कार्यक्रम (IPDC) को सहयोगमा मिडिया एडभोकेसी ग्रुप (MAG), काठमाडौं

लेखक/सम्पादक : डा. निर्मलमणि अधिकारी, असिस्टेन्ट प्रोफेसर, भाषा तथा आमसञ्चार विभाग, काठमाडौं विश्वविद्यालय स्कूल अफ् आर्ट्स्

समीक्षक/सुपरिवेक्षक : लक्ष्मणदत्त पन्त, संयोजक, पत्रकार सुरक्षा अभिवृद्धि परियोजना, युनेस्को काठमाडौं

सर्वाधिकार: © MAG, सन् २०१४

यो हाते पुस्तिका खुला पहुँच (ओपन–एक्ससेस)मा उपलब्ध छ। आधिकारिक स्रोतका आधार (जस्तोः संयुक्त राष्ट्रसंघीय शैक्षिक, वैज्ञानिक तथा सांस्कृतिक संगठन (युनेस्को), काठमाडौं कार्यालय/सञ्चारको विकासका लागि अन्तर्राष्ट्रिय कार्यक्रम (IPDC) को सहयोगमा © MAG मा यस प्रकाशनको उपयोग, पुनर्वितरण, अनुवाद र साभार गर्नका लागि अनुमति दिइन्छ। स्रोत उल्लेख गर्दा वा पुस्तिकामा प्रकाशित सामग्रीको प्रयोग गर्दा प्रकाशनको वास्तविक स्रोतको सही पहिचान र उल्लेख हुनु अनिवार्य छ ।

आइएसबीएन : 978-9937-2-8449-3

यस प्रकाशनमार्फत कुनै पनि राज्य, भूभाग, सहर वा क्षेत्र अथवा त्यसका अधिकारीहरू वा त्यस भूभाग तथा क्षेत्रसँग सम्बन्धित कानुनी अवस्थासँग सम्बन्धित रही व्यक्त गरिएका विचारहरू युनेस्को वा म्यागका आधिकारिक विचार होइनन् । यस प्रकाशनमा व्यक्त गरिएका विचारहरू लेखक/सम्पादकका विचार हुन् ।

प्राक्कथन

०४६ को प्रजातन्त्र प्राप्तिसँगै नेपालको पत्रकारिता क्षेत्रमा ठूलो परिवर्तन आएको छ। सूचना विभागका अनुसार दैनिक, साप्ताहिक र अन्य गरी नेपालमा अहिले ६ हजार पाँच सय ६८ पत्रपत्रिका दर्ता भएका छन्। मुलुकमा एफएम रेडियोको सङ्ख्या ५ सय भन्दा माथि रहेको छ। यस्तै, दर्ता भएका ७५ वटा टेलिभिजन च्यानलमा २५ वटा सञ्चालनमा छन् भने दर्ता भएका अनलाइनको सङ्ख्या १७ पुगेको छ। यसरी सञ्चारमाध्यमको बढ्दो सङ्ख्यासँगै नेपाली मिडियामा सञ्चारकर्मी तथा पत्रकारको सहभागिता पनि बढ्दै गएको छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घको तथ्याङ्कअनुसार मुलुकमा अहिले १० हजारभन्दा बढी पत्रकार कार्यरत छन्।

मुलुकमा मिडियाको विकास बढ्दो रूपमा भए पनि ती मिडियामा काम गर्ने पत्रकारको क्षमता अभिवृद्धिका लागि प्रशिक्षण दिने सङ्घसंस्था भने न्यून छन्। अन्य कतिपय मुलुकमा झैँ हामीकहाँ पहिला प्रशिक्षित भएर मात्र मिडियामा प्रवेश गर्ने चलन छैन। साथै सञ्चार संस्थामा पनि 'इन हाउस' तालिम दिने प्रचलन कमै मात्रामा छ। यो वास्तविकतालाई मध्यनजर गरेर मिडिया एड्भोकेसी ग्रुप (म्याग) ले युनेस्कोसँगको सहकार्यमा नवप्रवेशी पत्रकारलाई तालिम दिने प्रयोजनले यो 'आधारभूत पत्रकारिता तालिम पुस्तिका' प्रकाशित गरेको छ। नवप्रवेशी पत्रकारका लागि पत्रकारिता गर्न सहज होस् भन्ने उद्देश्यले प्रकाशित यो पुस्तिका आधारभूत तालिम दिने र लिने दुवैका लागि उपयोगी हुने विश्वास हामीले लिएका छौँ।

नेपालका पत्रकारलाई व्यावसायिक र उत्तरदायी बनाउन यो पुस्तिका तयार पारिदिनुभएकोमा काठमाडौं विश्वविद्यालय स्कुल अफ आर्टस्, भाषा तथा आमसञ्चार विभागका असिस्टेन्ट प्रोफेसर डा. निर्मलमणि अधिकारी र पुस्तिकाको सुपरीवेक्षक तथा समीक्षकको भूमिका निर्वाह गरिदिनुभएकोमा पत्रकार सुरक्षा अभिवृद्धि परियोजना, युनेस्को काठमाडौंका संयोजक लक्ष्मणदत्त

पन्तलाई विशेष धन्यवाद दिन चाहन्छु । हामीसँगको साझेदारीका लागि संयुक्त राष्ट्रसङ्घीय शैक्षिक, वैज्ञानिक तथा सांस्कृतिक सङ्गठन (युनेस्को) काठमाडौं र सञ्चारको विकासका लागि अन्तर्राष्ट्रिय कार्यक्रम (आईपीडीसी)प्रति आभार व्यक्त गर्दछौँ । यो कार्यक्रम संयोजन तथा अन्य भूमिकाका लागि म्यागका कार्यक्रम व्यवस्थापक विष्णु पोखेल, कार्यक्रम अधिकृत स्वर्ण राई र प्रशासन अधिकृत प्रविन बस्नेतलाई धन्यवाद दिन चाहन्छु ।

बबिता बस्नेत
अध्यक्ष
मिडिया एड्भोकेसी ग्रुप (म्याग)

विषयसूची

प्राक्कथन ३

तालिम पुस्तिकाको रूपरेखा ७

पहिलो खण्ड – परिचय ८

- उद्देश्य ८
- अन्तर्वस्तु ९
- तालिम पद्धति १०
- क्रियाकलापहरू १२
- तालिमको अपेक्षित उपलब्धि १२
- मूल्यांकन १३

दोस्रो खण्ड – तालिमको संरचना १५

- तालिमको नमूना विवरणिका १६
- तालिमको सत्र-विधान १८

तेस्रो खण्ड – पाठ्यसामग्री ३३

- पत्रकारिता ३३
- पेसेवर सञ्चारकर्मीका रूपमा पत्रकार ४३
- समाचार ५०
- समाचारीय मूल्य ५७
- समाचार उत्पादन प्रक्रिया ६५
- समाचारका श्रोतहरू ७०
- समाचार संकलनका आधारभूत विधिहरू ७६
- समाचार लेखन ९०
- सम्पादन १०४
- पत्रकारिताको नियमन ११०

सन्दर्भ सामग्री १२०

तालिम पुस्तिकाको रूपरेखा

यो आधारभूत पत्रकारिता तालिम पुस्तिका तीन खण्डमा विभाजित छ। पहिलो खण्डमा तालिमको परिचय, उद्देश्य, पाठ्यक्रमको रूपरेखा, तालिम पद्धति एवं विधिहरू, क्रियाकलापको योजना र तालिमको अपेक्षित उपलब्धिबारे परिचर्चा/उल्लेख गरिएको छ।

दोस्रो खण्डमा आधारभूत पत्रकारिताको पाँच दिने तालिमका विभिन्न चरणहरूको विवरण दिइएको छ। तालिमको पाठ्यक्रमलाई जम्मा छवटा प्रकरणमा बाँडिएको छ, जसअन्तर्गतका विषयवस्तुहरूलाई १८ वटा सत्रमा विभाजन गरी प्रत्येक तालिमसत्र अन्तर्गतका विभिन्न विषयवस्तुहरू, उपयुक्त तालिम पद्धति र क्रियाकलापबारे पनि यसै खण्डमा परिचर्चा गरिएको छ।

तेस्रो खण्डमा तालिमको पाठ्यक्रमअनुरूप सहभागीहरूका लागि आवश्यक पर्ने पाठ्यसामग्री समेटिएको छ। उपर्युक्त पाठ्यसामग्रीलाई पाँच दिने तालिमका छवटा प्रकरण तथा १८ वटा तालिमसत्रहरूको खाकासँग मिल्ने गरी संयोजन गरिएको छ।

पहिलो खण्ड

परिचय

यो पुस्तिका युनेस्कोको "सञ्चारको विकासका लागि अन्तर्राष्ट्रिय कार्यक्रम" (आई.पी.डी.सी.) को सहयोगअन्तर्गत युनेस्को काठमाडौं कार्यालय र मिडिया एड्भोकेसी ग्रुपद्वारा संयुक्त रूपमा आयोजित पत्रकारिता तालिमका लागि तयार पारिएको हो ।

यस पाँच दिने तालिमले सहभागी प्रशिक्षार्थीहरूलाई पत्रकारिता, पत्रकार एवं समाचारका विभिन्न आयामबारे ज्ञान गराउँदै समाचार संकलन तथा लेखन (न्यूज रिपोर्टिङ्) का आधारभूत सीपहरूको अभ्यासमा जोड दिएको छ । पत्रकारिताअन्तर्गत विभिन्न कार्यहरू गरिने भए तापनि समाचार संकलन र समाचार लेखन नै पत्रकारिताको आधारशिला मानिन्छ । तसर्थ यो तालिममा पनि समाचार संकलन तथा लेखनको पक्षलाई केन्द्रमा राखिएको छ । तालिमका विधि एवं क्रियाकलापको योजना गर्दा समाचारलाई पत्रकारले रिपोर्टिङ् (संकलन एवं लेखन) तथा सम्पादन गरी उत्पादन गर्ने विशेष किसिमको सूचना मानी समाचार उत्पादन प्रक्रियामा आवश्यक पर्ने दक्षताको अभिवृद्धि होस् भन्ने कुरालाई ख्याल राखिएको छ ।

पत्रकारिता बौद्धिक ज्ञान र व्यावहारिक सीपको समुचित संयोजन आवश्यक पर्ने पेसा हो । तसर्थ पत्रकारिताका औपचारिक उपाधि प्रदान गरिने शैक्षिक/प्राज्ञिक कार्यक्रम तथा तालिम दुवैथरीमा यस्तो समुचित संयोजन आवश्यक हुन्छ । तथापि तालिम भन्नासाथ व्यावहारिक सीपको नै प्रधानता हुन्छ र सोहीअनुरूप पत्रकारिताका कुनै पनि तहका तालिममा सीपमूलक दृष्टिकोण अवलम्बन गरिनु स्वाभाविक मानिन्छ । यस तालिममा पनि सीपमूलक दृष्टिकोण नै अवलम्बन गरिएको छ ।

उद्देश्य

यस तालिमको मुख्य उद्देश्य नवप्रवेशी पत्रकारहरूलाई पत्रकारिताका मान्य सिद्धान्त एवं पेसागत मानकअनुसारको समाचार संकलन तथा लेखन (न्यूज

रिपोर्टिङ्) का आधारभूत सीपहरू सिकाई उनीहरूको पेसागत दक्षता अभिवृद्धि गराउनु हो ।

तालिमका विशिष्ट उद्देश्यहरूलाई बुँदागत रूपमा निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

- पत्रकारिता क्षेत्रको समकालीन स्वरूपबारे अद्यावधिक एवं समष्टिकृत ज्ञान अभिवृद्धि गराउने
- पेसेवर सञ्चारकर्मीका रूपमा पत्रकारको कार्यक्षेत्र, कर्तव्य एवं सीमाबारे सचेतना अभिवृद्धि गराउने
- पत्रकारले रिपोर्टिङ् (संकलन एवं लेखन) तथा सम्पादन गरी उत्पादन गर्ने विशेष किसिमको सूचनाका रूपमा समाचारका विभिन्न पक्षबारे ज्ञान अभिवृद्धि गराउँदै
- समाचार उत्पादन प्रक्रियाको सैद्धान्तिक पक्षको ज्ञानसहित व्यावहारिक पक्षमा दक्षता अभिवृद्धि गराउने
- समाचार संकलन तथा लेखन (न्यूज रिपोर्टिङ्) का सैद्धान्तिक पक्षको ज्ञानसहित आधारभूत सीपहरूको अभ्यास गराई समाचार संकलन तथा लेखन दक्षता अभिवृद्धि गराउने
- समाचारको सम्पादनबारे आधारभूत ज्ञान एवं व्यावहारिक पक्षबारे सचेतना बढाई सक्षम सम्वाददाताका हैसियतले स्तरीय पाण्डुलिपि समाचारकक्षसमक्ष प्रस्तुत गर्न सक्ने दक्षता अभिवृद्धि गराउने
- पत्रकारिताको नियमनका व्यावहारिक पक्षबारे संवेदनशीलता बढाई नैतिक एवं उत्तरदायी पत्रकारका रूपमा काम गर्ने दक्षता अभिवृद्धि गराउने ।

अन्तर्वस्तु

नवप्रवेशी पत्रकारहरूलाई पत्रकारिताका मान्य सिद्धान्त एवं पेसागत मानकअनुसारको समाचार संकलन तथा लेखन (न्यूज रिपोर्टिङ्) का आधारभूत सीपहरू सिकाई उनीहरूको पेसागत दक्षता अभिवृद्धि गराउने मुख्य उद्देश्यअनुरूप नै यस तालिमको अन्तर्वस्तुको चयन गरिएको छ ।

आधारभूत पत्रकारिताको पाँच दिने तालिमको पाठ्यक्रमलाई निम्नानुसारका छवटा प्रकरणमा बाँडिएको छ :

(१) पत्रकारिताको परिचय
(२) समाचार उत्पादन प्रक्रिया
(३) समाचार संकलन अभ्यास
(४) समाचार लेखन
(५) समाचार सम्पादन
(६) पत्रकारिताको नियमन

पहिलो प्रकरणमा पत्रकारिता क्षेत्रको अद्यावधिक एवं समष्टिकृत ज्ञानका लागि आवश्यक पर्ने विषयवस्तुहरू समेटिएका छन् । पत्रकारिता क्षेत्रमा पेसेवर सञ्चारकर्मीका रूपमा कार्यरत जनशक्ति (अर्थात् पत्रकार) र उक्त पेसेवर सञ्चारकर्मीले उत्पादन गर्ने विशेष किसिमको सूचना (अर्थात् समाचार) का अनेक आयामहरू यस प्रकरणको अन्तर्वस्तु बनेका छन् । दोस्रो प्रकरणमा समाचार उत्पादन प्रक्रियाको सैद्धान्तिक ज्ञान एवं व्यावहारिक पक्षलाई । तेस्रो प्रकरणमा समाचार संकलनका क्रममा प्रयोग हुने विभिन्न विधिहरूको अभ्यासलाई जोड दिइएको छ । चौथो प्रकरणमा समाचार लेखनको सैद्धान्तिक एवं व्यावहारिक पक्ष, योजना एवं संरचना र लेखन अभ्यास मुख्य विषय रहेका छन् । पाँचौं प्रकरणमा समाचारको सम्पादनका आधारभूत ज्ञान एवं व्यावहारिक पक्ष समेटिएको छ । छैटौं प्रकरणमा पत्रकारिताको नियमनका संयन्त्रका रूपमा कानुन, नीतिशास्त्र एवं आचारसंहितालाई अन्तर्वस्तु बनाइएको छ ।
उपर्युक्त प्रकरणहरूलाई तीअन्तर्गतका विषयवस्तुहरूका आधारमा विभिन्न सत्रहरूमा विभाजन गरिएको छ, जसअनुसार यस तालिमका १८ वटा सत्रहरू रहेका छन् । पाठ्यक्रमका अन्तर्वस्तुको संयोजन पनि सोहीअनुरूप नै गरिएको छ ।

तालिम पद्धति

यस तालिममा सीपमूलक दृष्टिकोण अवलम्बन गर्दै सहभागितात्मक सिकाइको क्रियान्वयन (Participatory Learning in Action – PLA) मा जोड दिइएको छ । पत्रकारिता पेसाका लागि आवश्यक बौद्धिक ज्ञान र व्यावहारिक सीपको समुचित संयोजनका लागि प्रस्तुत आधारभूत पत्रकारिता तालिमका क्रममा

तालिमसत्रको उद्देश्य एवं विषयवस्तुको प्रकृतिअनुसार निम्नानुसारका विभिन्न विधिहरूको समुचित प्रयोगमा जोड दिइएको छ :

- कर्मकर्तृ क्रियाकलाप (Reflexivity exercises)
- चर्चा (Discussion)
- प्रदर्शन (Demonstrations/ Display)
- प्रश्नोत्तर (Question and answer)
- प्रस्तुति (Presentation)
- भूमिका-निर्वहन (Role play)
- मस्तिष्क-मन्थन (Brainstorming)
- वैयक्तिक अध्ययन (Case study)
- वैयक्तिक एवं पेसागत अनुभवको साझेदारी (Sharing personal and professional experiences)
- व्यक्तिगत कार्यकलाप (Individual assignments)
- व्याख्यान (आवश्यकता/उपलब्धताअनुसार श्रव्य, दृश्य तथा श्रव्य-दृश्य सामग्रीको उपयोग तथा मल्टिमिडिया उपकरणको प्रयोग) (Lecture/Talk)
- समाचारमाध्यमको पर्यवेक्षण, निगरानी एवं समीक्षा (Observation, monitoring and review of news media)
- सामूहिक क्रियाकलाप (Group activities)

तालिमका विधि एवं क्रियाकलापको योजना गर्दा समाचारलाई पत्रकारले रिपोर्टिङ् (संकलन एवं लेखन) तथा सम्पादन गरी उत्पादन गर्ने विशेष किसिमको सूचना मानी समाचार उत्पादन प्रक्रियामा आवश्यक पर्ने दक्षताको अभिवृद्धि होस् भन्ने कुरालाई ख्याल राखिएको छ ।
व्याख्यान विधिको प्रयोग गर्दा यो एकोहोरो सञ्चारका रूपमा सीमित नहोस् तथा कुनै पनि व्याख्यान प्रशिक्षार्थीहरूका लागि निरस नहोस् भन्नेतर्फ प्रशिक्षक विशेष सचेत हुनु पर्दछ । यस क्रममा तालिमसत्र-विशेषको अन्तर्वस्तुलाई सान्दर्भिक हुने गरी कथा, उखानटुक्का, कविता, गीत, चुट्किला आदिको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

प्रशिक्षकले लक्षित समूह (तालिममा सहभागी समूह-विशेष) को सन्दर्भ, विशेषता एवं आवश्यकतालाई ख्याल राख्दै आफ्नो तालिमसत्र-विशेषको परिप्रेक्ष्यमा माथि

उल्लेखित विभिन्न विधिहरू वा अन्य कुनै मौलिक विधिको समुचित प्रयोग गर्न सक्दछन् । यस परिप्रेक्ष्यमा तालिममा सहभागी समूह-विशेषको तालिम आवश्यकता आँकलन (training needs assessment) आवश्यक पर्दछ ।

क्रियाकलापहरू

नवप्रवेशी पत्रकारहरूका लागि लक्षित यो आधारभूत पत्रकारिता तालिमअन्तर्गत पाँच दिनमा १८ वटा तालिमसत्रमार्फत् प्रशिक्षार्थीहरूलाई पत्रकारिताका मान्य सिद्धान्त एवं पेसागत मानकअनुसारको समाचार संकलन तथा लेखन (न्यूज रिपोर्टिङ्) का आधारभूत सीपहरू सिकाई उनीहरूको पेसागत दक्षता अभिवृद्धि गराउने मुख्य उद्देश्यअनुरूप विभिन्न क्रियाकलापहरूको योजना गरिएको छ । प्रत्येक सत्रमा गराउन सकिने क्रियाकलापबारे यस पुस्तिकामा सम्बन्धित सत्रमै उल्लेख गरिएको छ ।

प्रशिक्षकले लक्षित समूह (तालिममा सहभागी समूह-विशेष) को सन्दर्भ, विशेषता एवं आवश्यकतालाई ख्याल राख्दै आफ्नो तालिमसत्र-विशेषको परिप्रेक्ष्यमा पुस्तिकामा उल्लेखित विभिन्न क्रियाकलापहरू वा अन्य कुनै मौलिक क्रियाकलापको समुचित प्रयोग गर्न सक्दछन् ।

तालिमको अपेक्षित उपलब्धि

यो तालिममा सहभागी भइसकेपछि नवप्रवेशी पत्रकारहरूले निम्नानुसारको उपलब्धि हासिल गर्ने अपेक्षा लिइएको छ :

- पत्रकारिता क्षेत्रको समकालीन स्वरूपबारे अद्यावधिक एवं समष्टिकृत ज्ञान अभिवृद्धि हुने
- पत्रकारको रूपमा आफ्नो कार्यक्षेत्र, कर्तव्य एवं सीमाबारे सचेतना अभिवृद्धि हुने
- समाचारका विभिन्न पक्षबारे ज्ञान अभिवृद्धि हुने
- समाचार उत्पादन प्रक्रियाको सैद्धान्तिक पक्षको ज्ञान एवं व्यावहारिक पक्षमा दक्षता अभिवृद्धि हुने
- समाचार संकलन तथा लेखन (न्यूज रिपोर्टिङ्) का सैद्धान्तिक पक्षको ज्ञान एवं व्यावहारिक पक्षमा दक्षता अभिवृद्धि हुने

- समाचारको सम्पादनबारे आधारभूत ज्ञान एवं व्यावहारिक पक्षबारे सचेतनाको फलस्वरूप सक्षम सम्वाददाताका हैसियतले स्तरीय पाण्डुलिपि समाचारकक्षसमक्ष प्रस्तुत गर्न सक्ने दक्षता अभिवृद्धि हुने
- पत्रकारिताको नियमनका व्यावहारिक पक्षबारे संवेदनशील भई नैतिक एवं उत्तरदायी पत्रकारका रूपमा काम गर्ने दक्षता अभिवृद्धि हुने ।

मूल्यांकन

यस तालिमको मूल्यांकन पूरै तालिम सकिएपछि एकैपल्ट वा प्रत्येक सत्रको अन्त्यमा पनि गर्न सकिन्छ । मूल्यांकनका लागि तल उल्लेखितमध्ये कुनै एक वा दुइटै विधिको प्रयोग गर्न सकिन्छ :

- प्रशिक्षक एवं प्रशिक्षार्थीहरूले सहभागितात्मक विधिबाट तालिमको सह-मूल्यांकन ।
- प्रशिक्षार्थीहरूलाई एक प्रश्नावली उपलब्ध गराई तालिमबारे उनीहरूको प्रतिक्रिया एवं मूल्यांकन लिखित रूपमा लिने ।

जुनसुकै विधि अवलम्बन गरिएतापनि निम्नानुसारका चारवटा मानकलाई मूल्यांकनको आधार बनाउनु उपयुक्त हुनेछ :

(१) ज्ञान (knowledge):

तालिममा सहभागितापछि सम्बन्धित विषयवस्तुको ज्ञानमा अभिवृद्धि ।

जस्तै : पत्रकारिता क्षेत्रको समकालीन स्वरूपबारे अद्यावधिक एवं समष्टिकृत ज्ञान अभिवृद्धि ।

(२) भाव/प्रवृत्ति (attitude):

तालिममा सहभागितापछि प्रशिक्षित पत्रकारको भाव/प्रवृत्तिमा सकारात्मक परिवर्तन ।

जस्तै : पत्रकारको रूपमा आफ्नो कार्यक्षेत्र, कर्तव्य एवं सीमाबारे सचेतना अभिवृद्धिको फलस्वरूप प्रशिक्षित पत्रकारको दृष्टिकोणमा आउने परिवर्तन ।

(वैचारिकरण (editorialization) के हो र यो किन खराब मानिएको हो भन्नेबारे ज्ञानका कारणले समाचारमा वैचारिकरण हुँदा पत्रकारिता-धर्ममाथि आघात पुग्दो

रहेछ, त्यसैले अब कदापि समाचारमा वैचारिकरण गर्दिनँ भन्ने सोचमा प्रशिक्षित पत्रकारहरू पुग्नु यसको उदाहरण हो ।)

(३) सीप (skill):

तालिममा सहभागितापछि प्रशिक्षित पत्रकारको दक्षता अभिवृद्धि ।

जस्तै : समाचारको रिपोर्टिङ् तथा सम्पादनबारे ज्ञान अभिवृद्धि एवं व्यावहारिक अभ्यासको फलस्वरूप प्रशिक्षित पत्रकारहरूले स्तरीय समाचार-पाण्डुलिपि तयार पार्न सक्ने दक्षता हासिल गर्नु ।

(४) आनीबानी (Habit):

तालिममा सहभागितापछि प्रशिक्षित पत्रकारको आनीबानीमा सकारात्मक परिवर्तन ।

जस्तै : प्रशिक्षित पत्रकारको नैतिक संवेदनशीलता अभिवृद्धि भई समाचार संकलन तथा लेखनमा पत्रकारिताको धर्मअनुरूपको आचरण हुनु ।

माथि उल्लेखित चारवटा मानकमध्ये तेस्रो मानक (अर्थात् सीप) यस तालिमको केन्द्रीय तत्व रहेको पक्षलाई मूल्यांकनका क्रममा पनि ध्यान पुर्‍याउनु पर्दछ । उपर्युक्त मानकहरूमध्ये पहिलो र तेस्रोको परिप्रेक्ष्यमा ज्ञान र सीपका विभिन्न पक्षलाई बाह्य परीक्षणसमेत गर्न सकिने हुनाले तिनको आँकलनका लागि विभिन्न सत्रहरूमा सहभागीहरूका प्रस्तुति र तालिमपश्चात्को सुधार (ज्ञान/सीपमा अभिवृद्धि) लाई पनि आधार बनाउन सकिन्छ । तर माथि उल्लेखित दोस्रो र चौथो मानकका परिप्रेक्ष्यमा चाहिँ भाव/प्रवृत्ति एवं आनीबानीको वास्तविक परीक्षण आचरणको दीर्घकालीन पर्यवेक्षणबाट सम्भव हुने हुनाले तत्कालका लागि प्रशिक्षित पत्रकारको आत्मकथन/आत्मस्वीकारोक्तिलाई आधार मान्नु पर्ने हुन्छ ।

दोस्रो खण्ड

तालिमको संरचना

तालिमको पाठ्यक्रमलाई जम्मा छवटा प्रकरणमा बाँडी ती प्रकरणअन्तर्गतका विषयवस्तुहरूलाई १८ वटा सत्रमा विभाजन गरिएको छ । तालिमका क्रममा चार दिनसम्म प्रत्येक दिन एउटा प्रकरणअन्तर्गतका विषयवस्तु एवं तीभित्रका अन्तर्वस्तुलाई चारवटा तालिमसत्रमा समेटिएको छ भने अन्तिम दिनमा दुईवटा प्रकरणका लागि एक-एक तालिमसत्र छुट्ट्याइएको छ ।

दिन	प्रकरण	विषयवस्तु	तालिमसत्रको संख्या
पहिलो	पत्रकारिताको परिचय	पत्रकारिता, पत्रकार, समाचार, समाचारीय मुल्य	४
दोस्रो	समाचार उत्पादन प्रक्रिया	समाचार उत्पादन प्रक्रियाको बहुचरणीय स्वरूप एवं न्युजरुमको परिचय, समाचार स्रोत, समाचार संकलन विधिहरू, संकलित सुचनाको प्रशोधन	४
तेस्रो	समाचार संकलन अभ्यास	अन्तर्वार्ता, प्रेस विज्ञप्ति, पत्रकार सम्मेलन, राजनीतिक सभा तथा अन्य सार्वजनिक कार्यक्रमको पर्यवेक्षण, मिडिया अनुगमन तथा अन्य विधिको प्रयोग गरी समाचार संकलन अभ्यास	४
चौथो	समाचार लेखन	समाचार लेखनको योजना एवं संरचना, समाचार लेखनका विभिन्न ढाँचा, समाचार लेखनका सैद्धान्तिक पक्ष, लेखन तथा पुनर्लेखन अभ्यास एवं प्रस्तुति	४

दिन	प्रकरण	विषयवस्तु	तालिमसत्रको संख्या
पाँचौं	समाचार सम्पादन	सम्पादन अभिमुखीकरण (समाचार रिपोर्टिङ् र सम्पादनको अन्तर्सम्बन्ध, सम्वाददाता र पाण्डुलिपि सम्पादकको अन्तर्सम्बन्ध, सम्पादन प्रक्रिया र त्यससँग सम्वाददाताको सरोकार)	१
	पत्रकारिताको नियमन	कानुन, नीतिशास्त्र र आचारसंहिता	१

यस तालिमको विवरणिकाको नमूना तथा सत्र-विधानको विस्तृत विवरण तल क्रमशः दिइएको छ । प्रत्येक तालिमसत्र अन्तर्गतका विभिन्न अन्तर्वस्तुहरू, उपयुक्त तालिम पद्धति र क्रियाकलापबारे पनि उल्लेख गरिएको छ ।

तालिमको नमूना विवरणिका

तालिमको क्रमागत सञ्चालनका लागि यहाँ एक नमूना विवरणिका प्रस्तुत गरिएको छ ।

पहिलो दिन	
उद्घाटन (परिचय, तालिमबारे जानकारी आदि)	९ बजेदेखि ९:३० बजेसम्म (३० मिनेट)
पहिलो सत्र	९:३० बजेदेखि ११ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
विश्राम	११ बजेदेखि ११:१५ बजेसम्म (१५ मिनेट)
दोस्रो सत्र	११:१५ बजेदेखि १२:४५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
भोजन अवकाश	१२:४५ बजेदेखि १:४५ बजेसम्म (१ घण्टा)
तेस्रो सत्र	१:४५ बजेदेखि ३:१५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
विश्राम	३:१५ बजेदेखि ३:३० बजेसम्म (१५ मिनेट)
चौथो सत्र	३:३० बजेदेखि ५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
पुनरवलोकन र गृहकार्य प्रदान	५ बजेदेखि ५:१५ बजेसम्म (१५ मिनेट)
दोस्रो दिन	
पुनरवलोकन एवं गृहकार्य प्रस्तुति	९ बजेदेखि ९:३० बजेसम्म (३० मिनेट)
पाँचौं सत्र	९:३० बजेदेखि ११ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)

विश्राम	११ बजेदेखि ११:१५ बजेसम्म (१५ मिनेट)
छैटौँ सत्र	११:१५ बजेदेखि १२:४५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
भोजन अवकाश	१२:४५ बजेदेखि १:४५ बजेसम्म (१ घण्टा)
सातौँ सत्र	१:४५ बजेदेखि ३:१५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
विश्राम	३:१५ बजेदेखि ३:३० बजेसम्म (१५ मिनेट)
आठौँ सत्र	३:३० बजेदेखि ५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
पुनरवलोकन र गृहकार्य प्रदान	५ बजेदेखि ५:१५ बजेसम्म (१५ मिनेट)
तेस्रो दिन	
पुनरवलोकन एवं गृहकार्य प्रस्तुति	९ बजेदेखि ९:३० बजेसम्म (३० मिनेट)
नवौँ सत्र	९:३० बजेदेखि ११ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
विश्राम	११ बजेदेखि ११:१५ बजेसम्म (१५ मिनेट)
दशौँ सत्र	११:१५ बजेदेखि १२:४५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
भोजन अवकाश	१२:४५ बजेदेखि १:४५ बजेसम्म (१ घण्टा)
एघारौँ सत्र	१:४५ बजेदेखि ३:१५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
विश्राम	३:१५ बजेदेखि ३:३० बजेसम्म (१५ मिनेट)
बाह्रौँ सत्र	३:३० बजेदेखि ५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
पुनरवलोकन र गृहकार्य प्रदान	५ बजेदेखि ५:१५ बजेसम्म (१५ मिनेट)
चौथो दिन	
पुनरवलोकन एवं गृहकार्य प्रस्तुति	९ बजेदेखि ९:३० बजेसम्म (३० मिनेट)
तेह्रौँ सत्र	९:३० बजेदेखि ११ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
विश्राम	११ बजेदेखि ११:१५ बजेसम्म (१५ मिनेट)
चौधौँ सत्र	११:१५ बजेदेखि १२:४५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
भोजन अवकाश	१२:४५ बजेदेखि १:४५ बजेसम्म (१ घण्टा)
पन्ध्रौँ सत्र	१:४५ बजेदेखि ३:१५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
विश्राम	३:१५ बजेदेखि ३:३० बजेसम्म (१५ मिनेट)
सोह्रौँ सत्र	३:३० बजेदेखि ५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
पुनरवलोकन र गृहकार्य प्रदान	५ बजेदेखि ५:१५ बजेसम्म (१५ मिनेट)

पाँचौं दिन	
पुनरवलोकन एवं गृहकार्य प्रस्तुति	९ बजेदेखि ९:३० बजेसम्म (३० मिनेट)
सत्रौँ सत्र	९:३० बजेदेखि ११ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
विश्राम	११ बजेदेखि ११:१५ बजेसम्म (१५ मिनेट)
अठारौँ सत्र	११:१५ बजेदेखि १२:४५ बजेसम्म (१ घण्टा ३० मिनेट)
भोजन अवकाश	१२:४५ बजेदेखि १:४५ बजेसम्म (१ घण्टा)
पुनरवलोकन	१:४५ बजेदेखि २ बजेसम्म (१५ मिनेट)
समापन (तालिमको मूल्यांकन, प्रमाणपत्र वितरण आदिसमेत)	२ बजेदेखि २:३० बजेसम्म (३० मिनेट)

तालिमको सत्र–विधान

प्रत्येक तालिमसत्रमा समेटिने अन्तर्वस्तु, उपयुक्त तालिम विधि र गराउन सकिने क्रियाकलापबारे यसै खण्डमा तल परिचर्चा/उल्लेख गरिएको छ।

पहिलो सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : पत्रकारिता क्षेत्रको समकालीन स्वरूप

(ग) उद्देश्य : पत्रकारिता क्षेत्रको समकालीन स्वरूपबारे अद्यावधिक एवं समष्टिकृत ज्ञान अभिवृद्धि गराउने

(घ) अन्तर्वस्तु : पत्रकारिताको अर्थ र परिभाषा, पत्रकारिताको महत्व, विभिन्न प्रकारका पत्रकारिता, पत्रकारिताका तत्वहरू, पत्रकारिताका पेसागत विशेषताहरू, पत्रकारिताका सिद्धान्तहरू, पत्रकारिता क्षेत्रको नवीन स्वरूप

(ङ) विधि : यस सत्रमा व्याख्यान (Lecture), मस्तिष्क-मन्थन (Brainstorming), व्यक्तिगत कार्यकलाप (Individual assignments), सामूहिक क्रियाकलाप (Group activities), प्रस्तुति (Presentation), प्रदर्शन (Display), चर्चा (Discussion), प्रश्नोत्तर (Question and answer) जस्ता विधिको प्रयोग गर्न सकिन्छ।

(च) क्रियाकलाप : यस सत्रमा विभिन्न किसिमका क्रियाकलापहरू गराउन सकिन्छ। जस्तै :

- सत्रको प्रारम्भमा प्रशिक्षार्थीहरूलाई दुई मिनेटदेखि पाँच मिनेटसम्मको समय दिई उनीहरूका दृष्टिमा पत्रकारिताको अर्थ र परिभाषा आफ्ना-

आफ्ना कापीमा लेख्न लगाउने र तीमध्ये नमूना लिई प्रस्तुतिका लागि समय दिने । उनीहरूका प्रस्तुतिको निचोड निकाल्दै प्रशिक्षकले व्याख्यान विधिको प्रयोग गरी माथि उल्लेखित अन्तर्वस्तुबारे परिचर्चा गर्ने ।

- पत्रकारिताका अनेक परिभाषाहरू समेटिएका पोस्टरहरू प्रदर्शन (Display) गराउने ।
- विभिन्न प्रकारका पत्रकारिताबारे चर्चा गर्ने क्रममा प्रशिक्षकले कुनै पदावली (जस्तै : पैरवी पत्रकारिता, चेकबुक पत्रकारिता, नागरिक पत्रकारिता) उल्लेख गर्ने र प्रशिक्षार्थीहरूलाई त्यो भनेको के रहेछ, इन्टरनेटको प्रयोग गरी तत्काल खोज्न लगाउने ।
- प्रशिक्षार्थीहरूलाई दुई समूहमा विभाजन गरी ट्वीटर, फेसबुकजस्ता सामाजिक सञ्जालले पत्रकारिताको स्वरूपमा ल्याइदिएको नवीनताबारे सामूहिक परिचर्चा गर्न तथा एउटा समूहले त्यसको पक्ष र अर्को समूहले विपक्षमा तीन-तीन बुँदा प्रस्तुत गर्न लगाउने ।

दोस्रो सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : पेसेवर सञ्चारकर्मीका रूपमा पत्रकार

(ग) उद्देश्य : पेसेवर सञ्चारकर्मीका रूपमा पत्रकारको कार्यक्षेत्र, कर्तव्य एवं सीमाबारे सचेतना अभिवृद्धि गराउने

(घ) अन्तर्वस्तु : पेसेवर सञ्चारकर्मीका रूपमा पत्रकारका विभिन्न स्वरूप, पत्रकारको कार्य, पत्रकारको उत्तरदायित्व, पत्रकारको कर्तव्य एवं सीमा, सम्वाददाताको योग्यता, पत्रकारको सुरक्षा

(ङ) विधि : यस सत्रमा व्याख्यान (Lecture), मस्तिष्क-मन्थन (Brainstorming), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion), कर्मकर्तृ क्रियाकलाप (Reflexivity exercise), वैयक्तिक एवं पेसागत अनुभवको साझेदारी (sharing personal and professional experiences), प्रश्नोत्तर (Question and answer) जस्ता विधिको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

(च) क्रियाकलाप : यस सत्रमा विभिन्न किसिमका क्रियाकलापहरू गराउन सकिन्छ । जस्तै :

- सत्रको प्रारम्भमा प्रशिक्षार्थीहरूलाई निम्नानुसारका सवालमा केन्द्रित भएर प्रस्तुतिकरणका लागि आमन्त्रण गर्न सकिन्छ : तपाईं पत्रकारिता

पेसा किन अवलम्बन गर्न चाहनु हुन्छ ? तपाईं यस पेसामा कसरी आकर्षित हुनु भयो ? एउटा पत्रकारका रूपमा तपाईं आफ्नो भूमिकालाई कसरी पहिचान र सीमांकन गर्नु हुन्छ ?

- प्रशिक्षार्थीहरूलाई निम्नानुसारका सवालमा केन्द्रित भएर सामूहिक चर्चामा संलग्न गराउन सकिन्छ : पत्रकारको राजनीतिक दलसँगको आबद्धता ठीक हो वा बेठीक हो ? पत्रकार राजनीतिक दलसँग आबद्ध हुँदा त्यसले स्वार्थहरूको संघर्ष पैदा गर्छ कि गर्दैन ? राजनीतिक दलसँगको आबद्धताले समाचार रिपोर्टिङ्मा वस्तुनिष्ठता, निष्पक्षता, सन्तुलनमा नकारात्मक असर पर्छ कि पर्दैन ?
- पत्रकारको भूमिकालाई सही सीमांकन गर्न नसक्दा परेका समस्यालाई स्पष्ट पार्ने कुनै वैयक्तिक अध्ययन (Case study) प्रशिक्षार्थीहरूसामु प्रस्तुत गर्न सकिन्छ ।
- पत्रकारको सुरक्षा अभिवृद्धि कसरी हुन सक्छ भन्नेबारे मस्तिष्क-मन्थन तथा पत्रकारको सुरक्षा र पत्रकारको पेसागत दक्षताबीच के कस्तो अन्तर्सम्बन्ध छ भन्नेबारे चर्चा गराउन सकिन्छ ।

तेस्रो सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : समाचार

(ग) उद्देश्य : पत्रकारले रिपोर्टिङ् (संकलन एवं लेखन) तथा सम्पादन गरी उत्पादन गर्ने विशेष किसिमको सूचनाका रूपमा समाचारका विभिन्न पक्षबारे ज्ञान अभिवृद्धि गराउने

(घ) अन्तर्वस्तु : समाचारको अर्थ र परिभाषा, समाचार र अन्य सूचनाबीचको अन्तर, समाचारका अवयवहरू, समाचारका प्रकारहरू (हार्डन्यूज, सफ्टन्यूज आदि)

(ङ) विधि : यस सत्रमा व्याख्यान (Lecture), व्यक्तिगत कार्यकलाप (Individual assignments), सामूहिक क्रियाकलाप (Group activities), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion), प्रदर्शन (Demonstration), प्रश्नोत्तर (Question and answer) जस्ता विधिको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

(च) क्रियाकलाप : यस सत्रमा विभिन्न किसिमका क्रियाकलापहरू गराउन सकिन्छ । जस्तै :

- खानापछिको सत्र हुनाले प्रशिक्षार्थी तथा प्रशिक्षकहरूमा आलस्य आउने सम्भावनालाई मध्यनजर गर्दै स्फूर्तिको लागि यस सत्रको प्रारम्भ कुनै बौद्धिक खेलबाट गर्न सकिन्छ । प्रशिक्षकले कुनै अक्षर उल्लेख गर्ने र प्रशिक्षार्थीहरूले उक्त अक्षरबाट आरम्भ हुने नाम (मिडियाक्षेत्रका व्यक्ति), स्थान, अखबार, रेडियो कार्यक्रम, टीभी कार्यक्रम आदि लेख्नु पर्ने बौद्धिक खेल एउटा उपयुक्त उदाहरण हो ।
- समाचार र अन्य सूचनाबीचको अन्तरबारे प्रशिक्षार्थीहरूबीच चर्चा गराउन सकिन्छ ।
- प्रशिक्षार्थीहरूलाई कुनै समाचार सामग्री लिई त्यसका अवयवहरू पहिचान गर्ने वा उक्त समाचार सामग्रीमा छवटा ककारको उत्तर समेटिएको छ कि छैन पत्ता लगाउनेजस्ता व्यक्तिगत कार्यकलाप गराउन सकिन्छ ।

चौथो सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : समाचारीय मूल्य

(ग) उद्देश्य : समाचारीय मूल्यबारे समीक्षात्मक/आलोचनात्मक ज्ञान अभिवृद्धि गर्दै प्रशिक्षार्थीहरूको समाचार चिन्न सक्ने क्षमता (News-sense/"Nose for News") पनि अभिवृद्धि गराउने

(घ) अन्तर्वस्तु : समाचारीय मूल्यको तात्पर्य, समाचारीय मूल्यका मानकहरू, समाचारमा समेटिने विषयवस्तुहरू

(ङ) विधि : यस सत्रमा समाचारमाध्यमको पर्यवेक्षण, निगरानी एवं समीक्षा (Observation, monitoring and review of news media), कर्मकर्तृ क्रियाकलाप (Reflexivity exercises), व्याख्यान (Lecture), व्यक्तिगत कार्यकलाप (Individual assignments), सामूहिक क्रियाकलाप (Group activities), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion), प्रश्नोत्तर (Question and answer) जस्ता विधिको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

(च) क्रियाकलाप : यस सत्रमा विभिन्न किसिमका क्रियाकलापहरू गराउन सकिन्छ । जस्तै :

- सत्रको प्रारम्भमा प्रशिक्षार्थीहरूलाई विभिन्न अखबार उपलब्ध गराई तिनमा के कस्ता विषयवस्तुहरूलाई समाचारमा समेटिएको रहेछ भन्ने

सूची बनाउन लगाई समीक्षा र प्रस्तुति गराउन सकिन्छ ।

- ○ परम्परागत समाचारीय मूल्यका अवधारणा कसरी विनिर्माण भइरहेछन् र समाचारीय मूल्यका नयाँ मानकहरू कसरी निर्माण भइरहेछन् भन्नेबारे समीक्षात्मक/आलोचनात्मक चर्चा गराउन सकिन्छ ।
- ○ प्रशिक्षार्थीहरूलाई समाचारीय मूल्यको व्यावहारिक पक्ष स्पष्ट गराउनका लागि कर्मकर्तृ क्रियाकलाप (Reflexivity exercises) मा लगाउन सकिन्छ । रिपोर्टिङ्का क्रममा आफूले सामान्य भन्ठानेर बेवास्ता गरेका, तर सँगै गएका अन्य पत्रकारले त्यही विषयवस्तुमा समाचारीय मूल्य देखेर समाचार बनाएका र पछि आफूलाई थक्थकी लागेका र त्यस्ता घटनाबाट आफ्नो समाचार चिन्न सक्ने क्षमता (News-sense/"Nose for News") पनि अभिवृद्धि भएको महसुस गरिएको कुनै अनुभव छन् कि भनी प्रशिक्षार्थीहरूलाई सोध्नु र प्रस्तुतिको अवसर दिनु यसको उदाहरण हो ।

पाँचौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : समाचार उत्पादन प्रक्रियाको परिचय

(ग) उद्देश्य : समाचारको उत्पादन समाचारकक्ष (Newsroom) को समष्टि संरचनाअन्तर्गत बहुचरणीय प्रक्रियामा सामूहिक क्रियाबाट हुने तथ्यप्रति प्रशिक्षार्थीहरूको संवेदनशीलता बढाउँदै पेसागत दक्षता अभिवृद्धि गर्ने

(घ) अन्तर्वस्तु : समाचार उत्पादन प्रक्रियाको बहुचरणीय स्वरूप, समाचारकक्ष, समाचार रिपोर्टिङ्को परिचय

(ङ) विधि : यस सत्रमा व्याख्यान (Lecture), मस्तिष्क-मन्थन (Brainstorming), व्यक्तिगत कार्यकलाप (Individual assignments), सामूहिक क्रियाकलाप (Group activities), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion), प्रश्नोत्तर (Question and answer) जस्ता विधिको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

(च) क्रियाकलाप : यस सत्रमा विभिन्न किसिमका क्रियाकलापहरू गराउन सकिन्छ । जस्तै :

- ○ यो सत्रको प्रारम्भ स्पन्दन खेल (Pulse game) बाट गर्न सकिन्छ, जसले बहुचरणीय प्रक्रियामा सामूहिक क्रियाको सफलताका लागि प्रत्येक चरण उत्तिकै जरुरी र प्रत्येक व्यक्तिको भूमिकाको उत्तिकै महत्व हुन्छ भन्ने स्पष्ट पार्दछ ।

- समाचार उत्पादन प्रक्रियाका विभिन्न चरणहरूबीच कसरी स्पष्ट सीमांकन गर्न सकिन्छ भन्नेबारे मस्तिष्क-मन्थन (Brainstorming) तथा प्रस्तुति गराउन सकिन्छ ।
- तालिममा प्रशिक्षार्थी रहेका नवप्रवेशी पत्रकारहरू कार्यरत मिडियासंस्थामा समाचारकक्ष र अन्य विभागबीच स्पष्ट कार्यविभाज एवं सीमांकन रहेको छ वा छैन भन्नेबारे प्रस्तुति गराउन सकिन्छ । त्यसपछि समाचारकक्ष र अन्य विभागबीच स्पष्ट कार्यविभाज एवं सीमांकन हुनु र नहुनुका फाइदा र बेफाइदाबारे चर्चा गराउन पनि सकिन्छ ।

छैटौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : समाचारका स्रोतहरू

(ग) उद्देश्य : विभिन्न समाचार-स्रोतको पहिचान गरी स्रोतसँग व्यावसायिक (पेसागत मानकअनुरूपको) सम्बन्ध राख्ने दक्षता अभिवृद्धि गराउने

(घ) अन्तर्वस्तु : समाचार-स्रोतको परिचय, पत्रकारितामा समाचार-स्रोतको महत्व, विभिन्न प्रकारका स्रोतहरू, समाचार-स्रोतको विश्वसनीयता परीक्षण, समाचार-स्रोतसँगको व्यावसायिक सम्बन्ध

(ङ) विधि : यस सत्रमा व्याख्यान (Lecture), मस्तिष्क-मन्थन (Brainstorming), समाचारमाध्यमको पर्यवेक्षण, निगरानी एवं समीक्षा (Observation, monitoring and review of news media), पेसागत अनुभवको साझेदारी (Sharing of professional experiences), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion), वैयक्तिक अध्ययन (Case study), प्रश्नोत्तर (Question and answer) जस्ता विधिको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

(च) क्रियाकलाप : यस सत्रमा विभिन्न किसिमका क्रियाकलापहरू गराउन सकिन्छ । जस्तै :

- सत्रको प्रारम्भमा प्रशिक्षार्थीहरूलाई विभिन्न अखबार उपलब्ध गराई तिनमा प्रकाशित समाचार सामग्रीमा उल्लेखित स्रोतहरूको सूची बनाउन लगाई प्रस्तुति गराउन सकिन्छ ।
- अखबारमा प्रकाशित समाचारमा उल्लेखितका अलावा अरु के कस्ता स्रोतहरू पत्रकारले प्रयोग गर्नु पर्दछ एवं गरिरहेका हुन्छन् भन्नेबारे

मस्तिष्कमन्थन (Brainstor0ming) गराउन पनि सकिन्छ ।

- माथिको क्रियाकलापबाट तयार गरिएको स्रोतको सूचीलाई लैङ्गिक दृष्टिकोण (Gender perspective) बाट विश्लेषण गर्न लगाउन सकिन्छ ।
- स्रोतसँगको सम्बन्ध व्यावसायिक (पेसागत मानकअनुरूपको) नहुँदा पर्ने समस्या झल्किने कुनै वास्तविक घटनालाई केस स्टडीको रूपमा प्रस्तुत गर्न सकिन्छ ।

सातौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : समाचार संकलनका आधारभूत विधिहरू

(ग) उद्देश्य : समाचार संकलनका आधारभूत विधिहरूबारे ज्ञान एवं तिनको समुचित प्रयोग गर्न सक्ने दक्षता अभिवृद्धि गराउने

(घ) अन्तर्वस्तु : समाचार संकलनका आधारभूत विधिहरू (अवलोकन, अन्तर्वार्ता, प्रेस विज्ञप्ति, पत्रकार सम्मेलन, राजनीतिक सभा तथा अन्य सार्वजनिक कार्यक्रमको पर्यवेक्षण, मिडिया अनुगमन आदि)

(ङ) विधि : यस सत्रमा व्याख्यान (Lecture), मस्तिष्क-मन्थन (Brainstorming), पेसागत अनुभवको साझेदारी (Sharing of professional experiences), प्रदर्शन (Demonstration), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion), प्रश्नोत्तर (Question and answer) जस्ता विधिको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

(च) क्रियाकलाप : यस सत्रमा विभिन्न किसिमका क्रियाकलापहरू गराउन सकिन्छ । जस्तै :

- खानापछिको सत्र हुनाले प्रशिक्षार्थी तथा प्रशिक्षकहरूमा आलस्य आउने सम्भावनालाई मध्यनजर गर्दै स्फूर्तिको लागि यस सत्रको प्रारम्भ कुनै मनोरञ्जनात्मक क्रियाकलापबाट गर्न सकिन्छ । गीत, गजल, कविता, मुक्तकको वाचन, गायन, चुट्किला कथन, कथा वाचन आदिमध्ये कुनै क्रियाकलाप गराउन सकिन्छ ।
- प्रशिक्षकले सत्रको विषय प्रारम्भ गराउने र प्रशिक्षार्थीहरूलाई विभिन्न अखबारहरू उपलब्ध गराई तिनमा प्रकाशित समाचार सामग्रीहरूका लागि समाचार-संकलनका लागि के कस्ता विधिहरूको प्रयोग गरिएको रहेछ भनेर खुट्ट्याउन लगाउन सकिन्छ ।

- समाचार संकलनका विभिन्न विधिहरूबारे गरिने व्याख्याका क्रममा प्रशिक्षार्थीहरूलाई सान्दर्भिक प्रसंगमा उनीहरूका पेसागत अनुभवको साझेदारीका लागि आमन्त्रण गर्न सकिन्छ ।

आठौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : समाचार संकलनका आधारभूत विधिहरू (अघिल्लो सत्रदेखि क्रमशः)

(ग) उद्देश्य : समाचार संकलनका आधारभूत विधिहरूबारे ज्ञान एवं तिनको समुचित प्रयोग गर्न सक्ने दक्षता अभिवृद्धि गराउने

(घ) अन्तर्वस्तु : समाचार संकलनका आधारभूत विधिहरू (अवलोकन, अन्तर्वार्ता, प्रेस विज्ञप्ति, पत्रकार सम्मेलन, राजनीतिक सभा तथा अन्य सार्वजनिक कार्यक्रमको पर्यवेक्षण, मिडिया अनुगमन आदि) मध्ये अघिल्लो सत्रमा समेटिन बाँकी रहेका

(ङ) विधि : यस सत्रमा पनि अघिल्लो सत्रकाजस्तै विभिन्न विधिको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

(च) क्रियाकलाप : समाचार संकलनका विभिन्न विधिहरूबारे गरिने व्याख्याका क्रममा अघिल्लो सत्रमाझैं यस सत्रमा पनि प्रशिक्षार्थीहरूलाई सान्दर्भिक प्रसंगमा उनीहरूका पेसागत अनुभवको साझेदारीका लागि आमन्त्रण गर्न सकिन्छ ।

नवौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : अन्तर्वार्ता

(ग) उद्देश्य : अन्तर्वार्ता विधिको प्रयोग गरी समाचार संकलन गर्ने दक्षता अभिवृद्धि गराउनु

(घ) अन्तर्वस्तु : अन्तर्वार्ताबाट समाचार संकलनको अभ्यास

(ङ) विधि : यस सत्रमा भूमिका-निर्वहन (Role play), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion) जस्ता विधि उपयुक्त हुन्छन् ।

(च) क्रियाकलाप : प्रशिक्षार्थीहरूलाई अन्तर्वार्ताकार (Interviewer) र अन्तर्वार्तादाता (Interviewee) को भूमिका-निर्वहनका लागि चयन गरी

अन्तर्वार्ता विधिबाट समाचार संकलनको अभ्यास गराउने र तत्पश्चात् प्रस्तुति तथा चर्चामार्फत् समाचार संकलनको सिकाइलाई थप गहकिलो बनाउने ।

दशौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : पत्रकार सम्मेलन तथा प्रेस विज्ञप्ति

(ग) उद्देश्य : पत्रकार सम्मेलन तथा प्रेस विज्ञप्तिबाट समाचार संकलन गर्ने दक्षता अभिवृद्धि गराउनु

(घ) अन्तर्वस्तु : पत्रकार सम्मेलन तथा प्रेस विज्ञप्तिबाट समाचार संकलन गर्ने अभ्यास

(ङ) विधि : यस सत्रमा पनि भूमिका-निर्वहन (Role play), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion) जस्ता विधि उपयुक्त हुन्छन् ।

(च) क्रियाकलाप :

- प्रशिक्षार्थीहरूलाई नमूना पत्रकार सम्मेलनको आयोजना तथा त्यसको रिपोर्टिङ्का लागि भूमिका-निर्वहन गराउने र तत्पश्चात् प्रस्तुति तथा चर्चामार्फत् सिकाइलाई थप गहकिलो बनाउने ।
- प्रशिक्षार्थीहरूलाई नमूना प्रेस विज्ञप्ति उपलब्ध गराई त्यसलाई आधार मानेर समाचार संकलनको अभ्यास गर्न लगाउने ।

एघारौँ सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : सार्वजनिक कार्यक्रमबाट समाचार संकलन

(ग) उद्देश्य : सार्वजनिक कार्यक्रमबाट समाचार संकलन गर्ने दक्षता अभिवृद्धि गराउनु

(घ) अन्तर्वस्तु : सार्वजनिक कार्यक्रमबाट समाचार संकलनको अभ्यास

(ङ) विधि : यस सत्रमा पनि भूमिका-निर्वहन (Role play), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion) जस्ता विधि उपयुक्त हुन्छन् ।

(च) क्रियाकलाप :

- प्रशिक्षार्थीहरूलाई कुनै प्रकारको सार्वजनिक कार्यक्रम (राजनीतिक दलको आमसभा, पत्रकारहरूको पेसागत गोष्ठी, बौद्धिक प्रवचन आदि)

को नमूना आयोजनामा भूमिका-निर्वहन गराई त्यसको रिपोर्टिङ् गराउने र तत्पश्चात् प्रस्तुति तथा चर्चामार्फत् समाचार संकलनको सिकाइलाई थप गहकिलो बनाउने ।

- विभिन्न राजनीतिक दलका नेता वा कुनै समान सरोकार क्षेत्रमा कार्यरत विभिन्न संस्थाका प्रतिनिधिहरू वा तत्कालीन अवस्थामा विवादित कुनै मुद्दाका विज्ञहरूलाई आमन्त्रण गरी एक संक्षिप्त प्रवचन वा बहस कार्यक्रम आयोजना गराई प्रशिक्षार्थीहरूलाई त्यसको रिपोर्टिङ्का लागि खटाउने र तत्पश्चात् प्रस्तुति तथा चर्चामार्फत् समाचार संकलनको सिकाइलाई थप गहकिलो बनाउने ।

बाह्रौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : विभिन्न प्रकारका द्वितीयक स्रोतहरूबाट समाचार संकलन

(ग) उद्देश्य : विभिन्न संस्थाका प्रतिवेदनलगायतका प्रलेख तथा मिडिया पर्यवेक्षणबाट समाचार संकलन गर्ने दक्षता अभिवृद्धि गराउनु

(घ) अन्तर्वस्तु : विभिन्न प्रकारका द्वितीयक स्रोतहरूबाट समाचार संकलन गर्ने अभ्यास

(ङ) विधि : यस सत्रमा व्यक्तिगत कार्यकलाप (Individual assignments), सामूहिक क्रियाकलाप (Group activities), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion) जस्ता विधि उपयुक्त हुन्छन् ।

(च) क्रियाकलाप :

- प्रशिक्षार्थीहरूलाई कुनै प्रतिवेदन (जस्तै : जिल्ला परिषद्मा प्रस्तुत वार्षिक प्रतिवेदन, कुनै मानवअधिकार संस्थाको स्थलगत अनुगमन अध्ययनको प्रतिवेदन, महालेखा परीक्षकको वार्षिक प्रतिवेदन, न्यूनतम पारिश्रमिक निर्धारण समितिको प्रतिवेदन, प्रेस काउन्सिल नेपालको वार्षिक प्रतिवेदन आदि) उपलब्ध गराई त्यसको आधारमा समाचारका लागि रिपोर्टिङ् गर्न लगाउने र तत्पश्चात् प्रस्तुति तथा चर्चामार्फत् समाचार संकलनको सिकाइलाई थप गहकिलो बनाउने ।
- प्रशिक्षार्थीहरूलाई मिडिया अनुगमनका आधारमा (विभिन्न पत्रपत्रिका, रेडियो, टेलिभिजन, अनलाइनमा प्रकाशित भइसकेका समाचार

सामग्रीलाई द्वितीयक स्रोतका रूपमा प्रयोग गरी) समाचार संकलन गर्न लगाउने र तत्पश्चात् प्रस्तुति तथा चर्चामार्फत् समाचार संकलनको सिकाइलाई थप गहकिलो बनाउने ।

तेह्रौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : समाचार लेखन

(ग) उद्देश्य : समाचार लेखनको सैद्धान्तिक पक्षबारे सचेतना र प्रभावकारी समाचार लेखन दक्षता अभिवृद्धि गराउनु

(घ) अन्तर्वस्तु : समाचार लेखनका सैद्धान्तिक पक्षहरू

(ङ) विधि : यस सत्रमा व्याख्यान (Lecture), प्रदर्शन (Demonstration), प्रश्नोत्तर (Question and answer), चर्चा (Discussion), समाचारमाध्यमको पर्यवेक्षण, निगरानी एवं समीक्षा (Observation, monitoring and review of news media) जस्ता विधिहरू प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

(च) क्रियाकलाप : यस सत्रमा गराउन सकिने क्रियाकलापका केही उदाहरण:

- सत्रको प्रारम्भमा प्रशिक्षार्थीहरूबीच समाचार-संकलनपश्चात् र समाचार-लेखनपूर्व सूचना-प्रशोधन किन जरुरी छ भन्नेबारे सामूहिक चर्चा गराउन सकिन्छ ।
- प्रशिक्षार्थीहरूलाई विभिन्न अखबारमा उही घटना वा परिघटनाबारे प्रकाशित समाचार सामग्री पहिचान गरी फरक फरक अखबारले कसरी आफ्नै आफ्नै तरिकाले समाचारको प्रस्तुति गरेका छन् (लेखनपक्ष), त्यसको तुलनात्मक अध्ययन, समीक्षा एवं चर्चा गराउन सकिन्छ ।
- समाचार लेखनका क्रममा लैङ्गिक सम्वेदनशीलता (Gender sensitivity) को महत्वबारे चर्चा गराउन तथा अखबारहरूमा प्रकाशित समाचार सामग्रीहरूमा लैङ्गिक सम्वेदनशीलताको अवस्थाबारे पर्यवेक्षण, निगरानी एवं समीक्षा गराउन सकिन्छ ।
- समाचार लेखन सरल हुनै पर्छ भनेर सबै विज्ञहरूले किन जोड दिएका होलान् भन्नेबारे प्रशिक्षार्थीहरूबीच सामूहिक चर्चा गराउन सकिन्छ ।

चौधौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : समाचार लेखन

(ग) उद्देश्य : समाचार लेख्नका लागि प्रयुक्त विभिन्न संरचनाबारे ज्ञान एवं लेखन सीपमा दक्षता अभिवृद्धि गराउनु

(घ) अन्तर्वस्तु : समाचारका विभिन्न संरचनाहरू (उल्टो पिरामिड, वर्णनात्मक, आवरग्लास), आमुख (Lead/Intro) को विविधतापूर्ण प्रयोग

(ङ) विधि : यस सत्रमा व्याख्यान (Lecture), प्रदर्शन (Display), प्रश्नोत्तर (Question and answer), चर्चा (Discussion), समाचारमाध्यमको पर्यवेक्षण, निगरानी एवं समीक्षा (Observation, monitoring and review of news media) जस्ता विधिहरू प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

(च) क्रियाकलाप :

- प्रशिक्षार्थीहरूलाई विभिन्न अखबारमा प्रकाशित समाचार सामग्रीको अध्ययन गरी तिनमा प्रयुक्त विभिन्न संरचनाहरू पहिचान गर्न तथा विभिन्न संरचनाका उदाहरणहरू प्रदर्शन गर्न लगाउन सकिन्छ ।
- प्रशिक्षार्थीहरूलाई विभिन्न अखबारमा प्रकाशित समाचार सामग्रीमा आमुख (लीड, इन्ट्रो) को विविधतापूर्ण प्रयोगका उदाहरणहरू पहिचान गर्न तथा त्यस्ता उदाहरणहरू प्रदर्शन गर्न लगाउन सकिन्छ ।

पन्ध्रौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : समाचार लेखन

(ग) उद्देश्य : समाचारको योजनाबद्ध लेखनको अभ्यास गराउने

(घ) अन्तर्वस्तु : समाचारको योजनाबद्ध लेखन

(ङ) विधि : यस सत्रका लागि व्याख्यान (Lecture), व्यक्तिगत कार्यकलाप (Individual assignments), प्रस्तुति (Presentation), प्रश्नोत्तर (Question and answer), चर्चा (Discussion) उपयुक्त विधि हुन् ।

(च) क्रियाकलाप :

- समाचार लेख्ने कार्य एक योजनाबद्ध प्रक्रिया हो भन्नेबारे सत्रको प्रारम्भमा व्याख्यान दिएपछि यसबारे प्रशिक्षार्थीहरूबीच संक्षिप्त चर्चा

गराउन सकिन्छ ।

- तेस्रो दिनका विभिन्न सत्रमा समाचार संकलनका अनेक विधि प्रयोग गरी संकलित सूचनाका आधारमा समाचार लेख्नका लागि प्रशिक्षार्थीहरूलाई जिम्मेवारी दिने । यस क्रममा प्रशिक्षार्थीहरूलाई विभिन्न संरचनामा समाचार लेख्न लगाउने ।
- प्रशिक्षार्थीहरूले लेखेका समाचारको प्रस्तुति गराउने ।
- प्रस्तुत समाचार सामग्रीहरूमाथि चर्चा गराउने ।

सोह्रौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : समाचार लेखन

(ग) उद्देश्य : समाचार पुनर्लेखनको अभ्यास गराउने

(घ) अन्तर्वस्तु : समाचार पुनर्लेखन

(ङ) विधि : यस सत्रका लागि पनि अघिल्लै सत्रका विधिहरू उपयुक्त हुन्छन् ।

(च) क्रियाकलाप :

- पुनर्लेखनको अनिवार्यताबारे सत्रको प्रारम्भमा व्याख्यान दिएपछि सम्वाददाताको काम समाचारको पहिलो पाण्डुलिपि लेख्नासाथ सकिने होइन, प्रत्युत आवश्यकताअनुरूप पुनर्लेखन गर्दै अझ स्तरीय पाण्डुलिपि तयार पार्नु पनि सम्वाददाताकै काम हो भन्ने पक्षलाई उजागर गराउने गरी प्रशिक्षार्थीहरूबीच संक्षिप्त चर्चा गराउन सकिन्छ ।
- पन्ध्रौं सत्रमा भएको समाचार लेखनको प्रस्तुति तथा त्यसमाथि भएको चर्चा एवं प्राप्त सुझावका आधारमा समाचार पुनर्लेखन गराउने । पुनः प्रस्तुति तथा चर्चामार्फत् समाचार लेखन (एवं आवश्यकतानुसार पुनर्लेखन) को सीपमा दक्षता अभिवृद्धि गराउने ।

सत्रौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : सम्पादन अभिमुखीकरण

(ग) उद्देश्य : समाचारको सम्पादनबारे आधारभूत ज्ञान एवं व्यावहारिक पक्षबारे सचेतना बढाई सक्षम सम्वाददाताका हैसियतले स्तरीय पाण्डुलिपि समाचारकक्षसमक्ष प्रस्तुत गर्न सक्ने दक्षता अभिवृद्धि गराउने

(घ) अन्तर्वस्तु : रिपोर्टिङ् (समाचार संकलन तथा लेखन) र सम्पादनको अन्तर्सम्बन्ध, सम्वाददाता र पाण्डुलिपि सम्पादकको अन्तर्सम्बन्ध, सम्पादन प्रक्रिया र त्यससँग सम्वाददाताको सरोकार

(ङ) विधि : यस सत्रमा व्याख्यान (Lecture), मस्तिष्क-मन्थन (Brainstorming), पेसागत अनुभवको साझेदारी (Sharing of professional experiences), प्रदर्शन (Display), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion), प्रश्नोत्तर (Question and answer) जस्ता विधिको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

(च) क्रियाकलाप : यस सत्रमा विभिन्न किसिमका क्रियाकलापहरू गराउन सकिन्छ । जस्तै :

- समाचार लेखिरहँदा सम्वाददाताले उपसम्पादक वा पाण्डुलिपि सम्पादकको दृष्टिकोणबाट आफ्नो पाण्डुलिपि (न्यूज कपी) को मूल्यांकन गर्नु किन जरुरी छ भन्नेबारे चर्चा गराउन सकिन्छ ।
- नमूनाको प्रदर्शन (सम्वाददाताले सम्पादन डेस्कसमक्ष पेस गरेका पाण्डुलिपि र ती पाण्डुलिपिको सम्पादनपश्चात् अखबारमा प्रकाशित स्वरूप) गराउन सकिएमा यो सत्र अझ प्रभावकारी हुन्छ ।
- प्रशिक्षार्थीका रूपमा रहेका नवप्रवेशी पत्रकारहरूलाई उनीहरूले सम्पादन डेस्कसमक्ष पेस गर्ने गरेका पाण्डुलिपि र सम्पादनपश्चात् तिनको प्रकाशित स्वरूपमा के कस्तो परिष्कार भएको अनुभव छ भन्नेबारे अनुभवको साझेदारी पनि गराउन सकिन्छ ।
- प्रशिक्षार्थीका रूपमा रहेका नवप्रवेशी पत्रकारहरूलाई अघिल्लो सत्रमा लेखिएका समाचार सामग्रीहरू एक-अर्कासँग साटासाट गरी त्यसको सम्पादन गर्न लगाउन पनि सकिन्छ ।

अठारौं सत्र

(क) अवधि : १ घण्टा ३० मिनेट

(ख) मुख्य विषयवस्तु : पत्रकारिताको नियमन

(ग) उद्देश्य : पत्रकारिताको नियमनका व्यावहारिक पक्षबारे संवेदनशीलता बढाई नैतिक एवं उत्तरदायी पत्रकारका रूपमा काम गर्ने दक्षता अभिवृद्धि गराउने ।

(घ) अन्तर्वस्तु : प्रेस स्वतन्त्रता र यसको सीमा, पत्रकारिताको नियमनका विभिन्न आयाम, पत्रकारिताको नियमनका कानुनी पक्ष, मिडिया नीतिशास्त्र एवं नैतिकता, पत्रकार आचार संहिता

(ङ) विधि : यस सत्रमा व्याख्यान (Lecture), मस्तिष्क-मन्थन (Brainstorming), समाचारमाध्यमको पर्यवेक्षण, निगरानी एवं समीक्षा (Observation, monitoring and review of news media), पेसागत अनुभवको साझेदारी (Sharing of professional experiences), वैयक्तिक अध्ययन (Case study), प्रदर्शन (Display), प्रस्तुति (Presentation), चर्चा (Discussion), प्रश्नोत्तर (Question and answer) जस्ता विधिको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

(च) क्रियाकलाप :

- नेपालमा पत्रकारिताको नियमनसँग सम्बद्ध कानुनी प्रावधानहरूबारे हस्तलिखित पोस्टर तयार पार्न लगाई प्रदर्शन गराउन सकिन्छ ।
- पत्रकार आचार संहिताका मुख्य बुँदाहरू समेटिएको हस्तलिखित पोस्टर तयार पार्न लगाई प्रदर्शन गराउन सकिन्छ ।
- तालिमका क्रममा अध्ययनका लागि उपलब्ध पत्रपत्रिकामा प्रकाशित समाचार सामग्रीलाई पत्रकार आचारसंहिताका प्रावधानहरूको आलोकमा समीक्षा गर्न लगाउन सकिन्छ ।
- मिडिया नैतिकता एवं पत्रकारिताको आचारसंहिताअनुकूलको पत्रकारिता गर्नु नै पत्रकारको सुरक्षाको सर्वोत्तम उपाय हो भन्नेबारे चर्चा चलाउन सकिन्छ ।

माथिका १८ वटा तालिमसत्रहरूका अलावा हरेक दिन पुनरवलोकन तथा गृहकार्य प्रदान/प्रस्तुतिका लागि निश्चित समय पनि छुट्ट्याइएको हुनाले प्रशिक्षकले तदनुरूप आफ्नो पाठयोजना बनाई लागू गर्नु पर्दछ । तालिमसत्रका क्रममा गराइने अभ्यास तथा क्रियाकलापका साथसाथै गृहकार्यका रूपमा प्रशिक्षार्थीहरूले गर्ने अध्ययन पनि यस तालिमको सफलताको आधारशिला हो ।

तेस्रो खण्ड
पाठ्यसामग्री

पत्रकारिता

पत्रकारिताको अर्थ र परिभाषा

समाचारको रिपोर्टिङ् (सूचनाको संकलन एवं समाचार लेखन) र सम्पादन गरी समाचार सामग्रीको उत्पादन गर्ने कार्य नै 'पत्रकारिता'को अर्थ एवं परिभाषाको चुरोको रूपमा रहेको छ ।

'पत्रकारिता' र 'पत्रकार' शब्दहरूको व्युत्पत्ति 'पत्र' शब्दबाट भएको हो । अंग्रेजीमा पनि जर्नालिज्म (Journalism) र जर्नलिस्ट (Journalist) शब्दहरूको उत्पत्ति जर्नल (Journal) शब्दबाट भएको हो । अंग्रेजी शब्द 'Journalism' मूलतः फ्रेन्च भाषाको 'de Jour' शब्दबाट उद्भव भएको मानिन्छ, जसको अर्थ हुन्छ 'of the day' अर्थात दैनिक कृयाकलापहरू (daily activities) । त्यस्तै, यसको मूल शब्दका रूपमा ल्याटिन भाषाको 'Diurnum' लाई पनि लिइन्छ, जसको माने हुन्छ दिनसम्बन्धी (pertaining to a day) । यसरी तात्पर्य के हुन आउँछ भने रोचक तथा महत्वपूर्ण घटनाबारे कागज वा पत्र (Journal) मा समाचार छाप्ने कार्यलाई पत्रकारिता (Journalism) र त्यस्तो कार्यमा संलग्न व्यक्तिलाई पत्रकार (Journalist) भनिएको हो । तर अहिले 'पत्रकारिता' र 'पत्रकार' शब्दको अर्थ-विस्तार भइसकेको छ ।

यसैगरी, छापाखाना अथवा प्रेस (Press) बाट छापिई पत्रपत्रिका तयार हुने भएकाले पत्रपत्रिकासम्बन्धी कार्य तथा सम्पूर्ण पत्रकारहरूलाई नै जनाउने गरी 'प्रेस' शब्दको प्रयोग हुने गरेको हो । अहिले आएर यसको पनि अर्थ-विस्तार भइसकेको छ । 'पत्रकारिता' र 'प्रेस' एक-अर्काका समानार्थक शब्दका रूपमा प्रयोग हुन्छन् ।

पत्रकारिता आमसञ्चार प्रणालीको एक भाग हो । आमसञ्चारभित्रको एउटा विशिष्ट विधा हो पत्रकारिता त्यसै हो । आमसञ्चारमा सबै प्रकारका सूचनाहरूको आदान-प्रदान प्रक्रिया समेटिएको हुन्छ भने पत्रकारिता मुख्यतया समाचारसँग सम्बद्ध छ ।

पत्रकारिता :

- एक प्रकारको आमसञ्चार हो ।
- समाचारको रिपोर्टिङ् (सूचनाको संकलन एवं समाचार लेखन) र सम्पादन गरी उत्पादित समाचार सामग्रीको आमसञ्चारमाध्यममार्फत् वितरण गर्ने प्रक्रिया हो ।
- एक प्रकारको पेसा, व्यवसाय एवं उद्योग हो ।
- राज्यको चौथो अंग भनेर प्रतिष्ठा कमाएको सामाजिक संस्था हो ।
- विद्यालय, महाविद्यालय, विश्वविद्यालयजस्ता शैक्षिक संस्थानमा अध्ययन गरिने ज्ञानको एक आधुनिक विधा पनि हो ।

पत्रकारिताका विभिन्न परिभाषाहरू छन्, जस्तै :

- समसामयिक चासोको समाचार तथा विचारहरू जनसमुदायलाई जानकारी गराउने पेसा नै पत्रकारिता हो । (न्यू वर्ल्ड इन्साइक्लोपेडिया)
- समाचार माध्यम सञ्चालन गर्ने पेसा नै पत्रकारिता हो; जसअन्तर्गत (समाचारको) लेखन, सम्पादन, प्रकाशन, प्रसारण कार्यहरू पर्छन् । (न्यू वेब्स्टर्स डिक्सनरी)
- पत्रकारिता त्यस्तो व्यवसाय वा पेसाका विशेष पक्ष हो जसअन्तर्गत सूचनाको संकलन, अवलोकन, मूल्यांकन र प्रसारका साथै समसामयिक घटनाहरूमा विवेचना गरिन्छ । (माइकल कुनजिक)
- पत्रकारिता मिडियाबाट प्रस्तुत गर्नकालागि सामयिक अभिरुचिका सामग्रीहरूको संकलन तथा सम्पादन कार्य हो । (अल्फ्रेड ए. क्रोवेल)
- पत्रकारिता यस्तो सामाजिक क्रियाकलाप हो, जसले समाजका बारेमा मानवीय गतिविधिका बारेमा समाचार तथा विचारहरू फैलाउने काम गर्छ । (बीएन आहुजा)
- पत्रकारिता सूचना हो । यो सञ्चार पनि हो । दिनभर भएका घटनाहरूलाई केही शब्द, आवाज वा तस्बीरका रूपमा सञ्चारका

यान्त्रिक विधिहरूको प्रयोग गरेर कहाँ के भइरहेको छ भन्ने जानकारी दिई मानिसका उत्सुकतालाई सन्तुष्ट पार्ने काम पनि हो । (डेविड वाइनराइट)

- पत्रकारिता बदलिँदो स्थिति बारेमा समसामयिक विवरण दिने कार्य हो, जसले मानिसहरूलाई आफ्नो वरिपरि के भइरहेको छ भन्ने जानकारी दिने उद्देश्य राख्छ । (एगी, अल्टर र इमेरी)
- पत्रकारिता सामयिक ज्ञानको व्यवसाय हो । (सी.जी. मुलर)
- पत्रकारिता कला पनि हो, कृति पनि हो र जनसेवा पनि हो । (एच विखेम स्टीड)
- नेपालका वरिष्ठ पत्रकार रामराज पौड्यालका शब्दमा "समाज, देश र विश्वकै असल, नअसल, दया वा घृणा जगाउने प्रभावकारी र रोचक समाचार, लेख, चित्र आदि पत्रपत्रिका रेडियो वा टेलिभिजनको माध्यमले प्रकाशमा ल्याइने क्रिया-प्रक्रिया तथा अझ छोटकरीमा भन्ने हो भने सूचनाका विभिन्न माध्यमबाट दिइने समाचारका निम्ति गरिने प्रयास नै पत्रकारिता हो ।"

यसरी, पत्रकारिता पेसा भन्नासाथ मूलतः रिपोर्टिङ (समाचार संकलन-लेखन) एवं सम्पादन नै बुझिन्छ ।

समाचार प्रकाशन वा प्रसारण गर्ने संस्था (न्यूजमिडिया) मा पत्रकारिता विभाग मात्र हुँदैन, साथमा व्यवस्थापन विभाग एवं त्यसका विभिन्न उपविभागहरू पनि हुन्छन् । पत्रकारिता विभागअन्तर्गत न्यूजरुम रहेको हुन्छ, जसले रिपोर्टिङ (समाचार संकलन-लेखन) एवं सम्पादन कार्यको पूर्ण जिम्मेवारी वहन गर्दछ । अकोतर्फ व्यवस्थापन विभागले व्यवस्थापकीय, प्रशासनिक, बजार प्रबर्द्धन, वितरण आदि जस्ता कार्यको जिम्मेवारी वहन गर्दछ । व्यवस्थापन विभागको सहयोगबिना पत्रकारिता विभाग वा न्यूजरुम एक्लैले काम गर्न सम्भव हुँदैन ।

पत्रकारिताको महत्व

पत्रकारिताको महत्व जनताको विचार र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतासँग सम्बन्धित छ। सबै स्वतन्त्रता र मानवअधिकारहरूमध्ये पनि विचार र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता आधारभूत हो । पत्रकारिताबिना यसले मूर्त रूप पाउन सक्दैन । जनतालाई सुसूचित बनाउन प्रमुख भूमिका प्रेस जगत्कै छ ।

पत्रकारिता कुनै पनि प्रजातान्त्रिक प्रणालीको अभिन्न अङ्ग हो । यसले प्रजातन्त्रको सुसञ्चालनमा ठूलो योगदान दिन्छ । जनतालाई सूचना प्रदान गर्ने तथा प्रजातान्त्रिक प्रणालीमा सक्रिय सहभागी बन्न सक्ने बनाउने प्रेस जगत्ले नै हो । पत्रकारिता आफैमा एक प्रमुख प्रजातान्त्रिक संस्थापना हो । प्रजातन्त्रमै यसलाई राज्यको चौथो अङ्ग को हैसियत प्राप्त भएको हो । वास्तवमा प्रजातन्त्र र पत्रकारितालाई एकअर्काबाट छुट्ट्याउनै नमिल्ने सम्बन्ध देखिन्छ ।
पत्रकारिता "आवाजविहीनहरूको आवाज" हो । यसले समाजमा सार्वजनिक पहरेदार (पब्लिक वाचडग) को भूमिका निर्वाह गरिरहेको हुन्छ। यो सरकारलगायत सम्बद्ध निकाय र सर्वसाधारण जनतालाई जोड्ने सेतु पनि हो । सबै सार्वजनिक मुद्दाहरू पत्रकारितामार्फत् नै कार्यसूचीमा प्राथमिकता पाउँछन् र यसैले तिनलाई स्थान दिन्छ । पत्रकारिता जनताको खुलामञ्च हो ।

विकासका लागि पत्रकारिताले ठूलो योगदान पुऱ्याउन सक्ने विभिन्न देशका उदाहरणहरूबाट स्पष्ट भइसकेको छ । पत्रकारितालाई समुचित प्रयोग गर्न सक्दा कुनै पनि देशमा यसले सूचना, शिक्षा तथा मनोरञ्जनसम्बन्धी आवश्यकता परिपूर्ति गर्छ । ज्ञान र प्रविधिको हस्तान्तरणमा यसको ठूलो हात हुन्छ । पत्रकारिताले महत्वपूर्ण विषय वा सन्दर्भमा सामूहिक जनमत निर्माण गर्न सक्छ ।

मिडियालाई जनउपयोगी प्रयोजनमा उपयोग गर्ने अवधारणाले पत्रकारिताकै कारण मूर्तता पाएको छ । साथै, पत्रकारिता आफैमा एउटा उद्योग पनि हो । यसबाट आर्थिक रूपमा प्रत्यक्ष वा परोक्ष लाभान्वित हुनेहरूको संख्या पनि कम छैन । कुनै देशमा पत्रकारिताको विकास हुनु भनेको धेरै तहबाट राष्ट्रिय अर्थतन्त्रको समृद्धिमा मद्दत पुग्नु पनि हो । पत्रकारिताले अन्य व्यवसायलाई पनि मद्दत पुऱ्याएको हुन्छ । विज्ञापन संस्कृतिको विकासले पत्रकारिताको सम्बन्ध उद्योग वाणिज्य क्षेत्रसँग अत्यन्त निकट हुन गएको छ ।

पत्रकारिताको महत्व आधुनिक मानव समाजमा कति छ भन्ने कुरा शब्दातीत छ । आधुनिक मानव समाजको दैनिक जीवनको अपरिहार्य अङ्ग भएकाले यसको प्रभाव बहुआयामी र गहन छ ।

विभिन्न प्रकारका पत्रकारिता

प्रारम्भिक कालमा छापाखाना (प्रेस) मा लगेर छापिने पत्रपत्रिकासम्बन्धी कार्यलाई पत्रकारिता भनिने गरेको भए तापनि आज आएर यसको विस्तार व्यापक क्षेत्रहरूमा भएको छ। प्रविधिमा हुने विकाससँगै मिडिया पनि नयाँ नयाँ स्वरूपमा प्रकट हुने र सोहीअनुरूप पत्रकारिताले नयाँ स्वरूपमा पनि आफूलाई प्रस्तुत गर्ने गरेको देखिन्छ। उदाहरणका लागि, कुनै बेला पत्रकारिता भन्नासाथ छापाखानाबाट छापिने पत्रपत्रिकाका लागि समाचारको रिपोर्टिङ/सम्पादन गर्ने काम भन्ने बुझिने स्थिति थियो भने अहिले हामीसँग छापामाध्यमको पत्रकारिताका अलावा प्रसारण पत्रकारिता (रेडियो पत्रकारिता तथा टेलिभिजन पत्रकारिता), अनलाइन पत्रकारिताका क्षेत्र पनि उद्घाटित छन्। मिडियामा आउने परिवर्तनसँगै पत्रकारिताको स्वरूपमा पनि परिवर्तन आउने क्रम निरन्तर चलिरहने देखिन्छ।

तसर्थ वर्तमान कालमा पत्रकारिताका अनेक स्वरूप र प्रकार छन्।

- सञ्चार प्रविधि वा माध्यमको आधारमा : छापा पत्रकारिता (अखबारी पत्रकारिता तथा म्यागाजिन पत्रकारिता), प्रसारण पत्रकारिता (रेडियो पत्रकारिता तथा टेलिभिजन पत्रकारिता), अनलाइन पत्रकारिता, फोटोपत्रकारिता
- विषयवस्तुको प्रधानताको आधारमा : समाचार प्रधान पत्रकारिता, साहित्यिक पत्रकारिता, चलचित्र पत्रकारिता, आर्थिक पत्रकारिता, वातावरण पत्रकारिता, विज्ञान पत्रकारिता, खेलकूद पत्रकारिता आदि। पछिल्ला दिनमा चर्चामा आएका मानवअधिकार पत्रकारिता तथा शान्ति पत्रकारितालाई पनि यसैअन्तर्गत राख्न सकिन्छ।
- उद्देश्यको आधारमा : पैरवी पत्रकारिता (Advocacy Journalism), सार्वजनिक पत्रकारिता (Public Journalism), मिसन पत्रकारिता (Mission Journalism), विकास पत्रकारिता (Development Journalism) आदि
- शैलीका आधारमा : ट्याब्ल्वाइड पत्रकारिता (Tabloid Journalism), गोन्जो पत्रकारिता (Gonzo Journalism), ज्याज पत्रकारिता (Jazz Journalism) आदि
- प्रवृत्तिका आधारमा : पीत पत्रकारिता (Yellow Journalism), चेकबुक पत्रकारिता (Checkbook Journalism) आदि

- समाचार संकलन विधिका आधारमा : खोज पत्रकारिता (Investigative Journalism), डाटाबेस पत्रकारिता (Database Journalism), प्रिसिजन पत्रकारिता (Precision Journalism) आदि
- लक्षित भौगोलिक क्षेत्रको आधारमा : स्थानीय पत्रकारिता, राष्ट्रिय पत्रकारिता, क्षेत्रीय पत्रकारिता, अन्तर्राष्ट्रिय पत्रकारिता
- लक्षित जनसमुदाय तथा बजारका आधारमा : मूलधारको पत्रकारिता (Mainstream Journalism), वैकल्पिक पत्रकारिता (Alternative Journalism) आदि
- सहभागिताको आधारमा : नागरिक पत्रकारिता (Citizen Journalism) आदि

पत्रकारिताका तत्वहरू

पत्रकारिता पनि एक किसिमको आमसञ्चार नै भएकाले कुनै पनि आमसञ्चार प्रक्रियाका लागि आवश्यक सबै तत्वहरू यसका लागि पनि अपरिहार्य छन् । तीमध्ये केहीको तल चर्चा गरिएको छ ।

पत्रकार : आमसञ्चारको विशिष्टिकृत क्षेत्र पत्रकारितामा संलग्न पेसेवर सञ्चारकर्मी हुन् पत्रकार ।

समाचार : समाचार एक प्रकारको सूचना हो । पत्रकारले रिपोर्टिङ एवं सम्पादन गरी उत्पादित विशेष प्रकारको सूचना नै समाचार हो । पत्रकारितामा उत्पादन तथा वितरण गरिने मूल तत्व नै समाचार हो ।

समाचारमाध्यम : पत्रकारिताका लागि पत्रकार समाचारजस्तै मिडिया पनि अपरिहार्य हुन्छन् । पत्रकारले रिपोर्टिङ एवं सम्पादन गरी उत्पादन गरेका विशेष प्रकारका सूचना (समाचार) लाई जनसमक्ष पुर्‍याउन मिडिया चाहिन्छ । पत्रकारिताका लागि आवश्यक प्राविधिक साधनहरू नै मिडिया हुन् । वास्तवमा मिडियाको प्रयोग नगरी पत्रकारिता गर्न सकिँदैन । समाचारको प्रकाशन/प्रसारण मिडियामार्फत् नै हुने हो ।

जनसमुदाय : पत्रकारले जसका लागि भनेर समाचार प्रकाशन/प्रसारण गरेका हुन्छन्, ती जनसमुदाय नै प्रापक हुन् । पत्रपत्रिकाका पाठक, रेडियोका स्रोता तथा टीभीका दर्शक, यी सबै प्रापकका उदाहरण हुन् । प्रापक छन्, त्यसैले पत्रकारिताको पनि औचित्य छ । साहित्य कतिपय अवस्थामा स्वान्तः सुखाय

पनि लेखिएला, तर पत्रकारिता त जनतालाई लक्ष्य गरेर मात्र गरिन्छ । त्यसैले जनचासो र जनताका लागि कुनै पनि विषय-वस्तुको महत्व, यी दुई कुरालाई पत्रकारले हमेशा ख्याल राख्नै पर्छ ।

पत्रकारिताका पेसागत विशेषताहरू

पत्रकारिताका पेसागत विशेषताहरू निम्नानुसार बुँदागत रूपमा प्रस्तुत गर्न सकिन्छः

- सामूहिक कार्य (Teamwork)
- चुनौतीपूर्ण (Challenging)
- संवेदनशील (Sensitive)
- प्रतिष्पर्धात्मक (Competitive)
- अभिव्यक्ति क्षमतामा आधारित (Based on expression power)
- व्यापक जनसम्पर्क (Wide public relation)
- लोकप्रियता (Popularity)
- यात्राअभिमूख (Travel oriented)
- कार्य-समयको अनिश्चितता (Odd-hour job)
- दीर्घकालीन (Long lasting)
- पेसा र रुचि दुवैका रूपमा लिन सकिने (Job cum hobby)

पत्रकारिता सामूहिक कार्य हो । यसमा कुनै एउटा समाचार सामग्री प्रकाशन/प्रसारण हुनु अघि अनेक व्यक्तिहरूले त्यसको उत्पादनमा योगदान पुऱ्याएका हुन्छन् । विज्ञहरू पत्रकारितालाई एक चुनौतीपूर्ण, तर धेरै राम्रा अवसरहरूसहितको पेसाका रूपमा लिन्छन् । प्रत्येक दिन प्रत्येक क्षण समाचारका लागि हुने प्रतिष्पर्धा पनि पत्रकारिता पेसाको विशेषता नै हो ।
यो संवेदनशील पेसा हो । जनताको जान्न पाउने अधिकार वा सूचनाको हकसँग जोडिएको हुनाले यसलाई अत्यन्त संवेदनशील मानिएको हो । जनताले कस्ता सूचना कति मात्रामा पाउने भन्ने निर्धारण गर्ने द्वारका रूपमा पत्रकारिता नै रहेको छ ।

पत्रकारिताले कुनै पनि व्यक्तिलाई आर्थिक उपार्जनका साथै सार्वजनिक पहिचान पनि दिन्छ । एउटा कुशल र सफल पत्रकारलाई समाजका विभिन्न तह र तप्काका मानिसहरूले चिनेका हुन्छन् । राजादेखि रङ्कसम्म सबैसँग उठबस गर्न

पाउने र कतिपय अवस्थामा त मत निर्माण र नीति निर्धारणमा समेत प्रभाव पार्न सक्ने अवस्थामा पत्रकारहरू हुन्छन् । कुनै कुनै पत्रकारको लोकप्रियता धेरै हुन्छ । जनसम्पर्क गर्नु पर्ने र जनसम्पर्क भइरहने दुवै कुरालाई पनि यस पेसाको विशेषताकै रूपमा लिनु पर्ने हुन्छ ।

पत्रकारिता अभिव्यक्ति क्षमतामा आधारित पेसा हो । भाषिक दक्षताबिना कुनै पनि पत्रकार सफल हुन सक्दैन । त्यस्तै, जुनसुकै समयमा पनि काम गर्नका लागि तत्परता र यात्रा गर्ने रुचिले एउटा पत्रकारलाई सफलताको मार्गतिर लैजान मद्दत गर्छन् । अन्य पेसामा जस्तो यसको निश्चित कार्य समय हुँदैन भने समाचार संकलनका लागि जानु पर्ने ठाउँ पनि निश्चित मान्न मिल्दैन । त्यसै कारणले धैर्यवान र परिश्रमी नभइकन सफल पत्रकार बनिँदैन भनिएको हो ।
पत्रकारितामा यति वर्षसम्म काम गरेपछि अनिवार्य अवकाश लिनै पर्छ भन्ने कुनै नियम वा प्रचलन छैन । त्यसैले यो दीर्घकालीन पेसा हो, जहाँ आफूले सकेसम्म वा चाहेसम्म काम गर्न सकिन्छ । सक्रिय सम्वाददाता वा सम्पादकको हैसियतबाट अवकाश लिएकै अवस्थामा पनि स्तंभलेखकका रूपमा धेरै वर्षसम्म कार्यरत रहन सक्ने अवसर उसको अगाडि रहेकै हुन्छ । साथै, पत्रकारितालाई पेसा वा रुचि वा पेसा र रुचि दुवैका रूपमा पनि अङ्गीकार गर्न सकिन्छ ।

पत्रकारिताका सिद्धान्तहरू

पत्रकारिताका सिद्धान्त भन्नासाथ सामान्यतया 'एबीसी' भन्ने प्रचलन छ, जसअनुसार

'ए' – Accuracy सत्यता, शुद्धता, यथार्थ
'बी' – Balance सन्तुलन
'सी' – Credibility विश्वसनीयता

सत्यता, शुद्धता, यथार्थ (Accuracy) को सिद्धान्तलाई अवलम्बन गरेर पत्रकारिताले समाचारसामग्रीमार्फत् तथ्य, विचार, घटना, घटनाक्रम आदिको यथार्थ विवरण पेस गर्छन् र जनतालाई सत्यान्वेषणमा मद्दत गर्छन् । सत्यको खोजी र सत्यको प्रकाशन–प्रसारणमार्फत् जनतालाई सुसूचित पार्नु नै पत्रकारिताको मूल उद्देश्य हो ।

सन्तुलन (Balance) को सिद्धान्तलाई अङ्गीकार गरेर पत्रकारले अनेक आवाजहरूलाई पक्षपातबिना स्थान दिन्छ, विविध तथा कतिपय अवस्थामा

परस्पर विरोधी मतहरूबारे जनतालाई सूचना दिन्छ र सबैको साझा बनी सत्यको लागि संघर्ष गर्न सक्छ ।

सत्य र सन्तुलन अवलम्बन गर्ने पत्रकारिता जनताको विश्वासिलो बन्न पुग्छ । विश्वसनीयता पत्रकारको सबै भन्दा ठूलो पूँजी हो । जनताको विश्वास कमाउनुलाई पत्रकारिताको सबै भन्दा ठूलो प्राप्ति मानिन्छ । पत्रकारितालाई राज्यको चौथो अङ्ग भनिएको र पत्रकारहरूलाई सुविधाको व्यवहार गरिएको त्यसै होइन । प्रत्युत विगतमा प्रेस जगत्ले सर्वसाधारण जनताको भलाइका लागि गरेको योगदान र त्यसका कारण उसले कमाएको जनविश्वासले नै पत्रकारितालाई मानिएको हो । कुनै दिन पत्रकारिताप्रति जनविश्वास गुम्यो भने त्यो भन्दा ठूलो हानी पत्रकारिताका लागि केही हुने छैन ।

संक्षेपमा पत्रकारिताका सिद्धान्त अन्तर्गत यिनै तीनवटाको चर्चा हुने भए तापनि पत्रकारिताका स्वीकृत सिद्धान्तलाई विभिन्न तरिकाबाट उल्लेख गरेको पाइन्छ । कतिपयले पत्रकारिताका सिद्धान्त भनेर इमान्दारी, सत्यता र यथार्थलाई उल्लेख गरेको पाइन्छ । पत्रकारिताकार्य जहिले पनि इमान्दारीपूर्वक गर्नु पर्छ । एउटा पत्रकार आफ्नो पेसाप्रति इमान्दार हुनु जति जरुरी छ, उति नै आफ्ना प्रापक (पाठक, स्रोता, दर्शक) प्रतिको इमान्दारी पनि अत्यावश्यक छ । त्यो इमान्दारीको निर्वाह जनतालाई जहिले पनि सत्य तथ्यमा आधारित समाचार प्रकाशन/प्रसारण गरेर मात्र हुन सक्छ ।

निष्पक्षता पनि पत्रकारिताको आधारभूत सिद्धान्त हो । समाचार सबै किसिमका पूर्वाग्रहहरूबाट मुक्त हुनुपर्दछ । समाचार लेख्नुअघि सम्भाव्य सबै पक्षका धारणा बुझ्नु पर्दछ । पत्रकार पनि समाजको एक अङ्ग भएकाले समाजका घटना र त्यसका प्रतिक्रियाबाट पूरै निरपेक्ष रहन नसके तापनि आफ्नो आग्रह-पूर्वाग्रह लेपन नगरी सत्य तथ्य सूचना प्रस्तुत गर्ने प्रतिबद्धता भने उसमा हुनै पर्छ ।
पत्रकारिता उत्तरदायित्वबाट टाढा रहन सक्दैन । कुनै कुराको रिपोर्टिङ वा सम्पादन गरेर मात्र पत्रकारको दायित्व समाप्त भएको हुँदैन । प्रकाशित/प्रसारित समाचार वा टिप्पणीबाट पर्ने प्रभाव वा त्यसको परिणामप्रति पत्रकारहरू जवाफदेही हुनु पर्दछ । वास्तवमा नैतिक मूल्य र मान्यताले पत्रकारितालाई निर्देश गरेको हुनु पर्दछ ।

त्यसैगरी, कुनै पनि प्रकाशन वा प्रसारण संस्थाले कुनै पनि किसिमको स्वार्थ पूर्तिका लागि पत्रकारिताको दुरुपयोग गर्नु हुदैन । प्रकाशित वा प्रसारित समाचारमा कुनै संस्था वा व्यक्तिको निहित स्वार्थ, अनुचित निर्णय वा मान्यताले प्रभाव पार्नु हुँदैन । सामाजिक उत्तरदायित्व, इमान्दारी, सार्वजनिक हित, सेवाभाव, स्वतन्त्रता र शिष्टतामा आधारित रहेर पत्रकारिता गर्नु पर्नेमा विज्ञहरू जोड दिन्छन् ।

पत्रकारिताका सिद्धान्तहरूलाई अङ्गीकार गरेर नै आचार संहिता बनाइएको हुन्छ । राष्ट्रिय/अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा स्वीकृत विभिन्न आचारसंहिताले माथि उल्लेखित सिद्धान्तहरूलाई नै आत्मसात् गरेका छन् ।

पत्रकारिता क्षेत्रको नवीन स्वरूप

- सञ्चार प्रविधिमा भएको विकासले पत्रकारिताका नयाँ नयाँ स्वरूपहरू विकास हुँदै गरेको देखिन्छ । पत्रकारिता गर्न चाहनेका लागि अनेक माध्यम र मञ्च उपलब्ध भएका छन् । पत्रकारिता क्षेत्रमा अवसर र प्रतिस्पर्धा अभूतपूर्व बढेका छन् ।
- मिडिया-संकेन्द्रन (Media convergence) को प्रत्यक्ष प्रभाव समाचार सामग्रीको उत्पादन तथा प्रस्तुतिमा परेको छ ।
- नवमाध्यम (New media) को बढ्दो प्रयोग र सामाजिक सञ्जालको बढ्दो पहुँचबाट सबै समाचारमाध्यम, सबै पत्रकार प्रत्यक्षतः प्रभावित छन् ।
- विषयवस्तुको आधारमा पनि पत्रकारिता क्षेत्रमा अभूतपूर्व विविधता आएको छ । यसले गर्दा पत्रकारहरूमा विषयवस्तु-विशेषमा केन्द्रित विशेषज्ञताको आवश्यकता बढेको छ भने अन्तर्विधात्मक एवं बहुविधात्मक विज्ञताको महत्व झन् बढेर गएको छ ।
- पत्रकारिताको उद्देश्य, शैली, प्रवृत्ति, बजार सबैमा अभूतपूर्व विविधता आएको छ ।
- नागरिक पत्रकारिता (Citizen journalism) जस्ता अवधारणा एवं अभ्यासले पत्रकारिताको परम्परागत स्वरूप, संरचना र कार्यपद्धतिमा आमूल परिवर्तन ल्याइरहेको देखिन्छ ।

पेसेवर सञ्चारकर्मीका रूपमा पत्रकार

पत्रकारका विभिन्न स्वरूप

पत्रकारिता गर्ने व्यक्तिलाई पत्रकार भनिन्छ । एक परिभाषाअनुसार पत्रकार त्यो हो, जसले समाचार संकलन गर्छ, लेख्छ र समाचार र समसामयिक विषयमाथि टिप्पणी गर्छ, तिनलाई समाचारपत्र, आवधिक प्रकाशन र रेडियो वा टीभी वा अनलाइनमार्फत् प्रकाशन/प्रसारण गर्छ ।

नेपालमा पत्रकार आचार संहिता २०६० मा दिइएको परिभाषा यस्तो छ : 'पत्रकार' भन्नाले छापा, विद्युतीय तथा अनलाइन जस्ता कुनै पनि प्रकृतिका सञ्चार माध्यममा समाचार सामग्री संकलन, उत्पादन, सम्पादन र सम्प्रेषण जस्ता कार्यसँग आबद्ध प्रधानसम्पादक, सम्पादक मण्डलका सदस्यहरू, संवाददाता, स्तंभ लेखक, फोटो पत्रकार, प्रेस क्यामेरामेन, व्यंग्य चित्रकार, कार्यक्रम निर्माता तथा सञ्चालक, साजसज्जा, दृश्य तथा भाषा सम्पादक जस्ता पत्रकारिता पेसासँग सम्बन्धित सञ्चारकर्मीहरूलाई जनाउँछ ।

अन्तर्राष्ट्रिय पत्रकार महासंघ (आईएफजे) को परिभाषाअनुसार व्यवसायी पत्रकार त्यो हो, जसको मुख्य, नियमित तथा आयजन्य गतिविधि शब्द वा तस्वीरले, एक वा अनेक, लिखित वा श्रव्य-दृश्य आमसञ्चार माध्यममा योगदान पुर्‍याउनु हो र जसको आम्दानीको मुख्य अंश त्यसैबाट प्राप्त हुन्छ ।
पत्रकार हुनका लागि पत्रपत्रिका, प्रसारण संस्था, समाचार संस्था (एजेन्सी) जहाँ कार्यरत रहे पनि हुन्छ; यदि समाचारसम्बन्धी विविध कार्यमा संलग्न रहेको भए उसलाई पत्रकार मानिन्छ । तर प्रकाशन गृह, प्रसारण संस्था, समाचार संस्थामै काम गर्ने भए तापनि विज्ञापन, बजार व्यवस्थापन, प्रशासन, लेखा, प्राविधिक, यान्त्रिक कार्यमा संलग्नलाई पत्रकार भनिँदैन । त्यस्तै, मूलतः लेखन कार्य नै गर्ने भए तापनि उपन्यासकार, निबन्धकार, अड्डाअदालतका लेखन्दास, शोधकार्यका प्रतिवेदन तयार पार्ने व्यक्ति, प्राध्यापक, गोष्ठीका प्रतिवेदक (र्‍यापोर्टर) लाई पत्रकार मानिँदैन । रेडियो-टीभीमा उद्घोषण मात्र गर्ने तथा मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम चलाउनेहरू पनि पत्रकारको परिभाषामा अटाउँदैनन् ।

समाचारसंस्थाहरूले त्यहाँ कार्यरत पत्रकारहरूलाई विभिन्न पदमा वर्गीकरण गरेका हुन्छन् । यस्तो वर्गीकरणमा विविधता हुने भएतापनि कामको प्रकृतिका आधारमा पत्रकारहरू मूलतः सम्वाददाता वा सम्पादक (पाण्डुलिपि सम्पादक, उपसम्पादक) का रूपमा कार्यरत हुन्छन् ।

पत्रकारको कार्य

पेसेवर सञ्चारकर्मीका हैसियतले पत्रकारको कार्य सुनिश्चि छ, त्यो हो – समाचारको रिपोर्टिङ् (सूचनाको संकलन एवं समाचार लेखन) र सम्पादन गरी समाचार सामग्रीको उत्पादन गर्ने ।

यसरी पत्रकारको कार्यलाई मूलत: दुई भागमा बाँड्न सकिन्छ –

(१) रिपोर्टिङ (समाचार संकलन तथा लेखन) र

(२) सम्पादन ।

व्यावसायिक पत्रकारिताको समकालीन मान्यताअनुसार, पत्रकारको काम विभिन्न स्रोतबाट हासिल गरेका समाचारयोग्य सूचनालाई व्यावसायिक स्तर (Professional standard) को समाचार सामग्रीका रूपमा अभिनिर्माण एवं उत्पादन गर्नु हो ।

पत्रकारको उत्तरदायित्व

समाचारको रिपोर्टिङ् (सूचनाको संकलन एवं समाचार लेखन) र सम्पादन गर्ने आफ्नो कार्यमार्फत् पत्रकारले निम्नानुसारका उत्तरदायित्वहरू पूरा गरेको हुन्छ :

- विभिन्न घटना, विचार वा विषय-वस्तुसम्बन्धी विवरण मिडियामार्फत् प्रस्तुत गर्नु
- जनमतलाई सार्वजनिक गर्नु
- सार्वजनिक पहरेदार
- सरकारलगायतका सम्बद्ध निकाय र जनताबीचको सेतु
- कार्यसूची (एजेण्डा) निर्धारण

पत्रकारको कर्तव्य एवं सीमा

पत्रकारका रूपमा आफ्नो कार्यलाई व्यावसायिक धर्मअनुसार पूरा गरी त्यसमार्फत् उत्तरदायित्व निर्वाह गर्नु नै पत्रकारको कर्तव्य हो । पत्रकारिताको सिद्धान्त, नैतिकता एवं आचारसंहिताको पालना गर्नु नै व्यावसायिक धर्म हो ।

कुनै जमाना थियो, जब पत्रकारलाई समाजका जान्ने-बुझ्ने, अगुवा विचार-निर्माता, मार्गदर्शक, अभियन्ता मानिन्थ्यो । व्यावसायिक पत्रकारिताको समकालीन मान्यतामा चाहिँ पत्रकारलाई त्यस्तो पेसेवर सञ्चारकर्मी मानिन्छ जो वस्तुनिष्ठ एवं निष्पक्ष रहन्छ र विभिन्न स्रोतबाट हासिल गरेका समाचारयोग्य सूचनालाई व्यावसायिक स्तर (Professional standard) को समाचार सामग्रीका रूपमा अभिनिर्माण एवं उत्पादन गर्दछ । घटना वा परिघटनाको यथार्थ प्रस्तुति गर्ने

र समाचार सामग्रीमा वैचारिकरण हुन नदिन सचेत रहनेमा विशेष जोड दिइन्छ । यस दृष्टिकोणअनुसार पत्रकारको भूमिका समाचारकर्मीको रूपमा सीमित मानिन्छ ।

सम्वाददाता

सामान्यतया जसले रिपोर्टिङको काम गर्छ, उसलाई रिपोर्टर वा सम्वाददाता भनिन्छ । सम्वाददाताका पनि अनेक नाम र रूप छन्, जस्तै : समाचारदाता, विशेष सम्वाददाता, प्रमुख सम्वाददाता, विदेशमामिला सम्वाददाता, सिकारु सम्वाददाता, प्रशिक्षार्थी सम्वाददाता, जिल्ला प्रतिनिधि आदि । प्रमुख सम्वाददातादेखि सिकारु सम्वाददाता (cub reporter) सम्म सबैको कामको प्रकृतिलाई हेर्दा यिनले एकै वर्गको पेसालाई प्रतिनिधित्व गरेका हुन्छन् । विज्ञहरू भन्छन् : जुनसुकै हैसियतमा काम गर्ने भए तापनि प्रत्येक पत्रकार मूलतः सम्वाददाता नै हो ।

सम्वाददाताको योग्यता

(१) **समाचारीय मूल्यको बोध भएको** (News Sense) : सम्वाददाताले समाचार के हो र कसरी बनेको हुन्छ भन्ने कुरा राम्रोसँग बुझेको हुनुपर्छ । वास्तवमा समाचार जहाँतहीँ हुन्छ, त्यसलाई चिनेर प्रस्तुत गर्न जान्नु मात्र पर्छ । बाटोमा ठेला चलाइरहेको एउटा मजदुर पनि समाचार हुन सक्छ । सडकमा अलपत्र परिरहेको एउटा लाशले ठूलो आपराधिक गिरोहको भण्डाफोर गरिरहेको हुन सक्छ । मालपोत कार्यालयतिर लगिँदै गरेको एक बोतल चिसो पेय ठूलो भ्रष्टाचारको प्रारम्भ हुन सक्छ ।

कुशल सम्वाददातामा समाचार र असमाचारलाई छुट्ट्याउन सक्ने र जस्तोसुकै रहस्यको पर्दामा राखिएको वा जस्तोसुकै सामान्य अवस्थामा छोपिएर रहेको विषय-वस्तुमा पनि यदि समाचारीय मूल्य छ भने त्यसलाई पहिचान गर्ने क्षमता हुनै पर्छ, जसलाई नोज् फर् न्यूज (Nose for News) पनि मनिन्छ । यसलाई सम्वाददाताको आधारभूत योग्यता मानिन्छ ।

(२) **वस्तुनिष्ठता** (Objectiveity) : वस्तुनिष्ठता सम्वाददाताको लागि नभइनहुने गुण हो । सम्वाददाता पूर्वाग्रहरहित हुनुपर्छ । उसको समाचार तथ्यमा आधारित हुनुपर्छ र उसले समाचारमा पक्ष वा विपक्षको अपेक्षा राख्नु हुदैन । आफ्नो नातेदार वा मित्रका बारेमा समाचार लेख्दा पनि यथार्थ कुराहरू समाचारमा दिन सक्ने निष्पक्ष विचार सम्वाददाताले राख्नुपर्छ ।

(३) **सजगता** (Alertness) : समाचारको श्रोतसंग व्यवहार गर्दा सम्वाददाता सधैं सजग हुनुपर्छ । कसैले थाहा नपाएका कुराहरू (Scoops) समाचारपत्रको कार्यालयमा आफैं हिँडेर नजाने हुनाले र नौलो विषयमा पनि सम्वाददाताले जोखिम उठाउनु पर्ने भएकोले त्यसतर्फ सम्वाददाताले सतर्कता अपनाउनु पर्छ ।

(४) **दूरदर्शिता** (Farsightedness) : आफूले लेखेका कुराले के दूरगामी रूपमा के असर पर्छ भन्ने सम्वाददाताले ख्याल राख्नुपर्छ । समय परिवर्तनशील भएकोले सम्वाददाताले समाचार सङ्कलन गर्दा भविष्यको योजनामा पनि ध्यान दिनुपर्छ । आज बोलिएका शब्दहरू र प्रसिद्ध व्यक्तिका क्रियाकलापहरू भविश्ष्यका लागि महत्वपूर्ण सन्देश बन्न सक्दछ । आजको समाचार भोलीको इतिहास हो । तसर्थ सम्वाददाताले हेलचेक्र्याइँपूर्वक समाचार लेख्नु हुँदैन, ऊ दूरदर्शी स्वभावको हुनु पर्छ ।

(५) **समयपालन** (Punctuality) : सम्वाददाताले समयको सधै ख्याल राख्नुपर्छ । कुनै व्यक्तिलाई भेटघाटकै लागि निर्धारण गरिएको समयपूर्व नै सम्वाददाता सो स्थानमा पुगिसकेको हुनुपर्छ । समयको मर्यादा राख्न सकिएन भने सम्वाददाताले कसैको पनि विश्वास जित्न सक्दैन । समयको ख्याल नराख्नेले समाचार गुमाउने सम्भावना सधैं रहन्छ ।

(६) **शान्त स्वभाव** (Calmness) : सम्वाददाताले विभिन्न दबाब र चुनौतीबीच काम गर्नंपर्छ । उसलाई समाचारबाट प्रभावित व्यक्तिहरूले गाली र धम्की दिईरहेका हुन्छन् । यस्तो अवस्थामा सम्वाददाता आफै रिसाउने र झगडालु स्वभावको भएमा उसले सही सूचना समयमा सम्प्रेषण गर्न सक्दैन । तसर्थ सम्वाददाता शान्त स्वभावको हुनुपर्छ ।

(७) **निडरता, साहस एवं स्पष्टवादिता** (Fearlessness, Courage & Frankness) : निडर र स्पष्ट वक्ता भएमा सम्वाददाताले समाचारको सत्य तथ्य सजिलैसँग पत्ता लगाउन सक्दछ । सम्वाददातालाई कसैले पनि नाङ्लोमा समाचार नटक्र्याउने भएकोले उसले आफ्नो सीपको शक्ति प्रदर्शन गर्दै कला प्रस्फूटन गर्नै पर्छ । सम्वाददातालाई कतिपय मानिसहरू समाचार लुकाउन धम्की, डर र लोभ देखाउँछन्, सम्वाददाताले यस्तो गलत प्रवृतिको वास्ता नगरी साहसिलो भएर समाचार सम्प्रेषण गर्नं पर्छ ।

(८) **आत्मानुशासन** (Self-discipline) : सम्वाददाता जहिले पनि समाचार प्राप्त गर्न प्रयत्नशील, लगनशील एवं वचनवद्ध हुनु पर्छ । आत्मनियन्त्रण गर्न सक्ने

क्षमताले मात्र आत्म अनुशासन सम्भव भएकोले सम्वाददाताले आफुलाई सधैं आत्मनियन्त्रणमा राख्नु पर्छ ।

(९) **परिश्रम** (Diligence) : सम्वाददाताले समाचारसँगै जिन्दगी बिताउनुपर्छ । समाचार भन्ने कुरा क्षण-प्रतिक्षण बदलिइरहने हुनाले एउटा सम्वाददाताको समय प्रायः दौडादौडमै बितिरहेको हुन्छ । यदि किञ्चित्मात्र पनि अल्छी गरेमा अवसरहरू गुम्न सक्छन् । एम.भी. कामथको भनाइमा "कुनै समाचार गुमाउनेजस्तो अल्छ्याइँ एउटा सम्वाददाताको लागि ठूलो हानी हो । गुमेको समाचार गुमेको अवसर जस्तै हो, जुन पुनः कहिल्यै फर्कदैन ।"

(१०) **कल्पनाशीलता** (Imagination) : सम्वाददाता कुनै पनि विषयको बारेमा नयाँ सोच र विचारलाई सृजनात्मक ढंगले प्रस्तुत गर्न सक्ने हुनुपर्छ । यस्तो सोचाइले मात्र राम्रो समाचार तयार पार्न सकिन्छ ।

(११) **छरितोपन** (Speed) : छिटो गतिमा आफुलाई हिँडाउन नसक्ने सम्वाददाता पत्रकारिता क्षेत्रका टिक्न सक्तैन । विश्वमा आएको सूचना क्रान्ति (Information Revolution) सँगै आफुलाई डुलाउन नसके उसले उचित सूचना सम्प्रेषण गर्न सक्दैन । तसर्थ सम्वाददाताको सोचाइ गतिवान हुनुको साथै लेखाइ पनि छिटो र कुनैपनि निर्णय तुरुन्तै गर्न सक्ने हुनु पर्छ ।

(१२) **चलायमानता** (Mobility) : समाचारको लागि जतिसुकै टाढा जानुपरे पनि सम्वाददाता तयार हुनु पर्छ । यात्रामा पनि आनन्द लिनसक्ने सम्वाददाता नै वास्तवमा असल सम्वाददाता हो । एकै ठाउँमा बस्न मन पराउने व्यक्ति सफल सम्वाददाता बन्न सक्दैन ।

(१३) **भाषामा निपुणता** (Language Expertise) : सम्वाददाता आफुले काम गरिरहेको सञ्चार माध्यमले प्रयोग गर्ने भाषमा निपुण हुनुपर्छ । उ मानसिक रूपमा खरो, स्पष्ट वक्ता, प्रस्तुती र व्याकरणको प्रयोगमा निपुण हुनु अत्यावश्यक छ । यसका अतिरिक्त एउटा कुशल सम्वाददातालाई स्थानीय, राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा प्रयोग गरिने धेरै भाषाको पनि ज्ञान छभने सुनमा सुगन्ध हुन्छ ।

(१४) **प्राविधिक ज्ञान** (Technical Knowledge) : आधुनिक सञ्चारको युगमा प्रविधिसंग अपरिचित व्यक्ति सफल सम्वाददाता बन्न सक्दैन । तसर्थ सम्वाददाता लाई कम्प्युटरको प्रयोग, इमेल, इन्टरनेट, इ-फ्याक्स, रेकर्डिङ, क्यामरा चलाउने आदि सम्बन्धी ज्ञान हुनु अति आवश्यक भइसकेको छ । यसका अतिरिक्त संचारक्षेत्रमा डिजिटल (Digital) प्रणालीको प्रयोग बढेकोले त्यससम्बन्धी पनि ज्ञान हुनुपर्छ ।

यसबाहेक सम्वाददातामा चतुरता र धैर्य (Tactfulness & Patience) हुनुको साथै ऊ समाज, राष्ट्र र स्वयम्प्रति जिम्मेवार हुनु पर्छ । उचित शिक्षा, तालिम र अनुभवहरू पनि एउटा कुशल एवं असल सम्वाददाताका अमूल्य गहना हुन् । अचेल सवारी साधन चलाउन जान्ने हुनु पनि सम्वाददाताका लागि आवश्यक योग्यता मान्न थालिएको छ ।

ब्रुस एम. स्वैनको भनाइ छ : "कुनै एक पक्षमाथि पक्षपात गरी पूर्वाग्रही नबन्ने, घूस र अन्य प्रलोभनमा नफस्ने, धम्कीदेखि नडराउने, दिएको वचन पुरा गर्ने, सूत्रको गोप्यता कायम राख्ने, सार्वजनिक भलाइको लागि आफैंले छानबीन गर्ने जस्ता कार्य सम्वाददाताको नैतिकता हो" (Beware of or do not be biase, bribes, threats, on the record, off the record, maintain secrecy of the source, and self censorship for the public good.)

पत्रकारिता आरामदायी पेसा होइन । यो जहिलेपनि हतार-हतारमा गरिनुपर्ने कार्य हो । संसारमा क्षण-क्षण बदलिइरहेका घटनाक्रमबारेमा सूचना प्रवाह गर्नुपर्ने भएकाले ती घटनाक्रमहरू जति छिट्छिटो बदलिन्छन्, उत्तिनै छिट्छिटो पत्रकारले काम गर्नुपर्ने हुन्छ । छापा माध्यमका तुलनामा रेडियो र टेलिभिजन पत्रकारहरूको हतारो अझ बढी हुन्छ । यसैले समयको महत्व पत्रकारिता क्षेत्रमा अझ बढी हुन्छ । पत्रकारिता गर्नेले आफ्नो जिम्मामा रहेका सम्पूर्ण कामहरू समयको सीमाभित्र रहेर पूरा गनुपर्ने भएकोले प्रत्येकका लागि काम सक्नु पर्ने निश्चित समय–सीमा निर्धारण गरिएको हुन्छ । यसलाई नै 'डेडलाइन' (समय–सीमा) भनिन्छ । एउटा पत्रकारले सदैव "डेडलाइन" लाई ख्याल राख्नु पर्छ ।

संवाददाताको अन्य संवाददाताका साथै सम्पादक तथा अन्य सम्पादकीय सहकर्मीहरूसँग राम्रो सम्बन्ध हुनुपर्छ । पत्रकारिता समूहमा गरिने काम (टीमवर्क) भएकाले समूहमा मिल्न नसक्ने व्यक्ति सम्वाददाता बन्न उपयुक्त हुँदैन । यस सामूहिक कार्यमा सम्पादकको भूमिका एउटा टोलीनेताको रूपमा रहेको हुन्छ । आफ्नो टोली नेतासँग राम्रो सम्बन्ध कायम राख्न सक्नु पनि सम्वाददाताको लागि आवश्यक गुण हो ।

पत्रकारको सुरक्षा

प्रेस स्वतन्त्रतालाई अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको एक मूर्त रूप मानिन्छ र यसले अन्य मानवाधिकारको सुनिश्चितताका लागि आधार तयार पार्दछ । जनताको अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको क्रियान्विति प्रेस स्वतन्त्रतासँग जोडिएको छ । अनि पत्रकारले निर्भय,

स्वतन्त्र, निष्पक्ष भएर आफ्नो काम गर्न पाउने अवस्था भएमा मात्र प्रेस स्वतन्त्रताको व्यावहारिक सार्थकता रहन्छ। पत्रकारका हैसियतले गर्नु पर्ने काम (समाचार संकलन तथा लेखन, सम्पादन) सुरक्षित रूपमा गर्न पाउनु पत्रकारको अधिकार त हो नै, पत्रकारको सुरक्षाबिना सर्वसाधारण जनताको सूचनाको हकको सुनिश्चितता पनि हुँदैन । त्यसैले पत्रकारको सुरक्षालाई कुनै पनि लोकतान्त्रिक मुलुकमा ठूलो महत्व दिइन्छ ।

पत्रकारको सुरक्षा भन्नाले उनीहरूको भौतिक एवं मानसिक सुरक्षा र पेसागत सुरक्षा दुवै बुझ्नु पर्दछ । भौतिक एवं मानसिक सुरक्षाको कमीले पत्रकारहरू 'सेल्फसेन्सरसीप'को शिकार हुन पुग्छन्, जसले अन्ततोगत्वा जनताको सूचनाको हक कुण्ठित हुन्छ । पेसागत सुरक्षाको कमीले पनि पत्रकारहरूलाई व्यावसायिक धर्म निर्वाह गर्न नसक्ने अवस्थामा पुर्‍याउँछ र अन्ततोगत्वा जनताको सूचनाको हक कुण्ठित हुन्छ। स्वस्थ पत्रकारिताका लागि पत्रकारको भौतिक एवं मानसिक र पेसागत सुरक्षा अनिवार्य छ।

पत्रकारको सुरक्षामाथि चुनौती खडा हुने कारणहरू बह्य वा आन्तरिक हुन सक्छन्। देशमा चलेको सशस्त्र द्वन्द्वका कारणले आइपर्ने सुरक्षा समस्यालाई पत्रकारको सुरक्षामाथि चुनौती खडा हुने बाह्य कारणको रूपमा लिन सकिन्छ भने पत्रकारको पेसागत दक्षता नपुगेको कारणले वा अमर्यादित व्यवहारले आइपर्ने सुरक्षा समस्यालाई पत्रकारको सुरक्षामाथि चुनौती खडा हुने आन्तरिक कारणको रूपमा लिनु पर्ने हुन्छ।

पत्रकारको सुरक्षामा असर पार्ने बाह्य पक्षहरू पत्रकार बुताभन्दा बाहिर हुन्छन्, जहाँ राज्यका विभिन्न अंग तथा निकायहरू, राजनीतिक दलहरू, सामाजिक संस्थाहरू, राष्ट्रिय/अन्तर्राष्ट्रिय संस्थाहरूको प्रत्यक्ष हस्तक्षेपको आवश्यकता हुन्छ। उदाहरणका लागि, पत्रकारमाथि भौतिक आक्रमण हुनुमा देशको कानुनव्यवस्था, देशमा विद्यमान दण्डहीनताजस्ता पक्ष छन् भने त्यसको निराकरण पत्रकार आफैले गर्न सक्दैन । यस्तो अवस्थामा पत्रकार स्वयम्को सावधानी नै बचावटको उत्तम उपाय हुन सक्छ।

कतिपय अवस्थामा चाहिँ पत्रकार आफैले अवलम्बन गर्ने सावधानीले नै पत्रकारको सुरक्षाको सुनिश्चितता हुन्छ । उदाहरणका लागि, पत्रकारमाथि हुने भौतिक आक्रमणमा कतिपय अवस्थामा समाचार रिपोर्टिङ् गर्ने क्रममा पेसागत दक्षताको कमीले गर्दा भएका कमजोरी वा अव्यावसायिक आचरण पनि कारक तत्वका रूपमा रहेका हुन्छन् । वास्तवमा पेसागत दक्षता एवं व्यावसायिक धर्मको पालनाले पत्रकारहरूलाई सुरक्षित एवं स्वस्थ पत्रकारिता गर्न धेरै हदसम्म सक्षम तुल्याउँछ।

समाचार

समाचारको अर्थ र परिभाषा

नेपाली भाषामा 'समाचार' शब्दलाई अंग्रेजी भाषाको न्यूज (News) शब्दको उल्थाको रूपमा प्रयोग गरिन्छ। यो 'न्यूज' शब्द संस्कृत भाषाको 'नव' (Nawa) शब्दबाट बनेको हो भन्ने कतिपय भाषावैज्ञानिकहरूको राय छ । कतिपयले 'न्यूज'को मूलका रूपमा ल्याटिन भाषाको 'नोवो' (Novo) शब्दलाई लिने गरेको पनि देखिन्छ ।

सजिलो तवरमा समाचारको परिभाषा दिनेहरूले अंग्रेजी शब्द 'न्यूज' मा परेका चारओटा अक्षर एन, इ, डब्लु र एसले क्रमशः उत्तर (North), पूर्व (East), पश्चिम (West) र दक्षिण (South) दिशा बुझाउने भएकाले चारै दिशाबाट एकत्र हुनआएका घटना-विवरण सबै समाचार हुन् भन्ने गरेको पाइन्छ । हाम्रो समाजमा दिनहुँ कैयौं घटनाहरू भइरहेका हुन्छन्, तर ती सबै घटनाहरूलाई समाचार बनाइँदैन। सार्वजनिक चासोको विषय, अचम्म लाग्ने विषय, कुनै राष्ट्र वा सरकार वा जनताका लागि महत्वपूर्ण र चाखलाग्दो घटना भएमा मात्र त्यो समाचार बन्दछ, अन्यथा ती सबै घटनाहरू हराएर जान सक्छन् ।

समाचार :

- एक प्रकारको सूचना हो ।
- पत्रकारले रिपोर्टिङ एवं सम्पादन गरी उत्पादन गर्ने विशेष किसिमको सूचना हो ।
- न्यूजमिडियाले उत्पादन तथा वितरण गर्ने मूल तत्व हो ।
- एक बिक्रीयोग्य वस्तु (कमर्सियल कमोडिटी) बनिसकेको छ ।

समाचारलाई यस क्षेत्रका विज्ञहरूले विभिन्न किसिमले परिभाषित गरेका छन् । समाचारका केही परिभाषाहरू यहाँ प्रस्तुत गरिएका छन् :

(क) समाचार एउटा अचम्मको घटना हो, एउटा अप्रत्याशित घटना हो। (News is surprise, an unexpected happening. - Lord Northcliffe)

(ख) हिजोसम्म नजानेको कुरा नै समाचार हो। (News is anything you did not know yesterday. -*Turner Catledge*)

(ग) कुनै घटना, तथ्य वा विचारको तत्कालीन विवरण नै समाचार हो, जसमा जनसमुदायको रुचि हुन्छ । (News is the timely report of events, facts or opinions that interests for significant number of people. - Billiam L. Riwarsa)

(घ) लोरेन्स आर. क्याम्बेल र रोलण्ड ई. बोलसेलीका अनुसार "आम जनताको रुचि भएको अत्याधुनिक विचार, घटना र समस्याको विवरण नै समाचार हो ।" (News is the report of modern ideas, accidents and problems that represents the interest of people.)

(ङ) जेम्स विगिन्सका अनुसार "समाचार त्यही हो जुन घटित हुन्छ, जे मान्छेले सोच्दछ र गर्छ ।" (News is what occurs, people think and do.)

(च) विलियम एस मोलसवाईले दिनुभएको समाचारको परिभाषा यस्तो छ : "समाचार समय सापेक्ष तथ्यहरूको निष्पक्ष प्रस्तुति हो, जसमा पाठकहरूको रुचि समेटिएको हुन्छ ।" (News may be defined as an accurate, unbiased account of the significant fact of a timely happening that is of interest to the readers of the newspapers that prints the account.

(छ) समाचारका बारेमा मिसल भी. चार्नलीले दिएको परिभाषा यस्तो छ : "समाचार तथ्य र विचारहरूको त्यो अभिलेख हो जहाँ यसका पाठकहरूको रुचि वा महत्व वा दुबै समेटिएको हुन्छ ।" (News is the timely report of facts or opinion of either interest or importance or both, to considerable member of people.)

(ज) समाचार सामान्यतः त्यो उत्तेजक सूचना हो, जसबाट व्यक्तिले सन्तोष वा उत्तेजना प्राप्त गर्दछ । (News is usually stimulating information from which the ordinary human being desives satisfaction or stimulation. - Prof. Chilton Bush)

(झ) विश्वप्रसिद्ध समाचार संस्था रोयटर (Reauter) ले आफ्नोलागि के के कुरा समाचार बन्न सक्छन् भनेर यसरी तय गरेको छ– "सरकारहरूको उत्थान र पतन, लडाइँहरू, शान्तिपूर्ण अन्तर्राष्ट्रिय सम्बन्धका कथाहरू, प्रसिद्ध मानिसहरका काम, हिंडडुलका प्रसङ्ग र भनाइहरू, मानवसिर्जित उपद्रव –समाचार भनेको यी र यस्तै अन्य कुराहरू हुन् ।"(The rise and falls of governments, Wars, Stories of peaceful international relations, the doings and movements and sayings of famous people, man-made disasters -those are essentially what news is.)

(ञ) समाचार भनेको कुनै महत्वपूर्ण र हालै भएको घटनाबारेको त्यस्तो सूचना हो जसले श्रोताहरूलाई असर पार्दछ र जुन कुरा तिनीहरूकोलागि रुचिकर पनि हुने गर्दछ । (News is a new piece of information about a significant and recent event that affects the listeners and is of interest them. - Paul De Maeseneer)

(ट) टम्सन फाउण्डेसनका अनुसार, "समाचार धेरैजसो अवस्थामा मानिसबारेकै कथा हुने गर्दछ, चीज-बीजबारेको होइन ।" (It is nearly always a story about people rather than things.)

(ठ) जनता नै समाचार हुन् । (News is people*. - Harold Evans)*

(ड) समाचार नयाँ हुँदासम्म मात्र समाचार हुन्छ । (News is news when it is new. *- M.V. Kamath)*

(ढ) मेलभिन मेन्चरले दिनुभएको परिभाषा यस्तो छ– "धेरै समाचार सामग्रीहरू घटनाका बारेमा हुन्छन्, जसको प्रभाव धेरै मानिसहरूमा पर्छ ।" (Most news stories are about events that have an impact on many people.)

(ण) चार्ल्स दानाले समाचारको बारेमा यस्तो भनेका छन् : "जब कुकुरले मान्छेलाई टोक्छ, त्यो समाचार हुदैन तर जव मान्छेले कुकुरलाई टोक्छ, त्यो समाचार बन्छ ।" (When a dog bites a man, that is not news, but when a man bites a dog, that is news.) अर्थात् समाचार हुनका लागि केही अनौठोपन हुनु पर्ने उनको मान्यता रहेको देखिन्छ ।

(त) नेपालका प्रसिद्ध पत्रकार स्वर्गीय रामराज पौड्यालले समाचारको वारेमा यस्तो विचार व्यक्त गर्नुभएको छ : "कहीँ भुइँचालो गयो, आगलागी भयो, पैह्रो गयो, बाढी आयो, महामारी चम्कियो, मानिस सोत्राम्म भए, वस्तुभाउ रोगाए, मरे, जङ्गलमा डढेलो लाग्यो, बाघले दुःख दियो, भालुले चिथोर्‍यो, कहीँ बम पड्क्यो अथवा कसैले कसैलाई गोली हान्यो, सबै समाचार हुन् ।"

(थ) नेपालका प्रसिद्ध साहित्यकार एवं पत्रकार भैरव अर्यालको विचारमा "समाचार भनेको सार्वजनिक अभिरुचिसित सम्बन्धित भर्खरैका घटना, धारणा वा समस्याबारे दिइने सूचनाको टुक्रा हो ।"

(द) विकास पत्रकारिताको दृष्टिकोणबाट हेर्दा समाचार भनेको त्यस्तो जानकारी हो जसको सहयोगबाट समाजलाई गरिबीको चक्रबाट मुक्त गर्न सकिन्छ ।

यसरी समाचारलाई विभिन्न तरिकाले परिभाषित गरेको पाइन्छ । सबैको सारको रूपमा के बुझ्न सकिन्छ कि पेसेवर सञ्चारकर्मी पत्रकारले रिपोर्टिङ एवं सम्पादन

गरी उत्पादन गर्ने विशेष किसिमको सूचना नै समाचार हो र यससञ्चारका विभिन्न माध्यमहरूमार्फत् श्रोता, दर्शक, पाठकसम्म पुऱ्याइने सामग्री हो ।

समाचार र अन्य सूचनाबीचको अन्तर

समाचार स्थलगत र विविधात्मक हुने भएकोले यो सूचनाका अरु रूप (other pieces of information) भन्दा फरक हुन्छ । सूचनाका अरु रूप, जस्तै– तथ्य (Facts), गफ (Gossips), हल्ला (Rumors) तथा साहित्यिक रचना (Literary pieces) भन्दा फरक ढंगले समाचारलाई अर्थ्याउन सकिन्छ । यसको स्वरूप, आधारभूत संरचना, समाचार लेखनका चरणहरू, समाचार प्रभाव आदिले समाचारलाई अरु विषयबस्तु भन्दा फरक बनाइदिएकोछ ।

तथ्य र समाचार बीचको फरक के हो भने तथ्य जे हो त्यही अथवा जस्ताको तस्तै (as it is) प्रस्तुत हुन्छ; तर समाचारमा त्यसलाई कलात्मक तरिकाले प्रस्तुत गरिएको हुन्छ । प्रमाणित गर्न सकिने, मूर्त तथा यथार्थ कुराहरू तथ्य हुन् । जस्तैः "संसदमा प्रस्तुत अविश्वास प्रस्तावको पक्षमा ८५ मत पऱ्यो ।" तर समाचारमा यत्तिले पुग्दैन । त्यो प्रस्तावमा ८५ मत नै किन पऱ्यो ?, त्यहाँ के कस्ता खेल वा षडयन्त्र भए ?, अब के हुन्छ ?, आदि-इत्यादि कुराहरू समेत चाहिन्छ समाचारमा । समाचार सधैं तथ्यमा आधारित हुनैपर्छ; तर तथ्यको सोझो प्रस्तुति मात्र समाचार होइन । तथ्य नभएको समाचार विश्वसनीय हुँदैन । तथ्यमा आधारित नभई दिइएको समाचार वस्तुतः प्रोपागाण्डा (propaganda) मात्र बन्न पुग्छ ।

गफ र हल्ला तथ्यमा आधारित नहुने संभावना बढी हुन्छ । यसमा एकपक्षीय दृष्टिकोण हुन्छ, त्यसैले विषयपरक (Subjective) हुन्छ । तर समाचार वस्तुनिष्ठ (Objective) हुन्छ । गफ र हल्लासँग समाचारको अर्को भिन्नता के होभने सामान्यतया समाचार आमसञ्चार माध्यमबाट प्रवाहित हुन्छन्भने गफ र हल्ला अन्तरव्यक्तिगत माध्यमबाट प्रवाहित हुन्छन् । समाचारको जस्तो हल्लाको विश्वसनीय श्रोत हुँदैन ।

समाचार र साहित्यबीचको फरक प्रष्ट्याउँदै म्याथ्यु आर्नोल्ड नामक विद्वानले भनेका छन्– "समाचार हतारमा लेखिएको साहित्य हो ।" यसबाट स्पष्ट हुन्छकि समाचार लेखनमा समयको जुन हतारो हुन्छ, साहित्य सिर्जनामा त्यस्तो हुँदैन । यी दुई बीचको अर्को फरक के हो भने समाचार तथ्यमा आधारित हुन्छ, तर साहित्यिक रचना पूर्णतया कल्पना पनि हुन सक्छ । साहित्य प्रायः नित्य-नवीन (Evergreen) मानिन्छ, तर समाचार एकै छिनमा बासी हुन सक्छ । भनिएकै छ, समाचार नयाँ हुँदासम्म मात्र समाचार हुन्छ । बासी समाचारमा मानिसको

रुचि प्रायः हुँदैन । तर साहित्यिक रचना पुरानो हुँदा त्यसको महत्व झन् बढ्छ । समाचार र इतिहास बीचको फरक प्रष्ट्याउँदै समाचारलाई भोलीको इतिहासको टिपोट भनिन्छ । आजको समाचार भोली लेखिने इतिहासको सूचनाको स्रोत हो । तर इतिहास जहिले पनि भूतकालका बारेमा लेखिन्छ भने समाचार सामयिक हुन्छ । समाचारमा पनि भूतकालका कुरा दिन नसकिने होइन, तर त्यसको वर्तमानमा सान्दर्भिकता भने जोड्नै पर्छ ।

समाचार र प्रोपागाण्डा (News and Propaganda)

समाचार कुनै सामयिक घटना, घटनाक्रम वा विचारको वस्तुनिष्ठ र सन्तुलित विवरण हो । प्रोपागाण्डामा पनि सूचनाको सम्प्रेषणमार्फत् कुनै विचार, संस्था, व्यक्ति वा धारणालाई बढी भन्दा बढी प्रचार गर्न खोजिएको हुन्छ । प्रोपागाण्डा गर्नेहरूले आफ्ना सूचनालाई समाचारकै रूपमा पेस गरिरहेका हुन सक्छन् । प्रोपागाण्डा एकपक्षीय हुन्छ । प्रोपागाण्डा पूर्वाग्रह वा निहीत स्वार्थले प्रेरित हुन्छ । प्रोपागाण्डा गर्नेहरूले पनि आफ्ना सूचनालाई समाचार नै भएको दाबी गर्ने भए तापनि समाचार र प्रोपागाण्डाबीचको फरक बुझ्नु जरुरी छ । कतिपय प्रोपागाण्डा गर्नेहरूले आफ्नै मिडिया सञ्चालन गरिरहेका पनि हुन सक्छन् । प्रोपागाण्डाकर्मीहरू समाचारस्रोतका रूपमा पत्रकारका सम्पर्कमा आउने र विभिन्न जानकारी उपलब्ध गराउने गर्दछन् । उनीहरूले दिएका जानकारीका आधारमा समाचार लेख्दा पत्रकारहरू थाहा नपाइकन उनीहरूको स्वार्थको साधन बनिरहेका हुन्छन् ।

दोस्रो विश्वयुद्धअघिको सन्दर्भमा हिटलरको नाजी प्रचार संयन्त्र र उनका प्रचारमन्त्री गोयबल्सलाई प्रोपागाण्डाको सर्वाधिक सफल उदाहरण मानिन्छ । लेनिन तथा स्टालिनको नेतृत्वअन्तर्गत तत्कालीन सोवियत संघले प्रोपागाण्डालाई घोषित रूपमै रणनीतिका रूपमा स्वीकार गरेको थियो । विभिन्न देशका कम्युनिस्ट शासकहरूले प्रोपागाण्डालाई साह्रै प्रयोग गरेका थिए । अमेरिका, बेलायतजस्ता देशहरूसमेत यसलाई प्रयोग गर्न हिच्किचाउँदैनन् । नेपालमा नेकपा (माओवादी) ले सशस्त्र द्वन्द्व सुरु गरेपछि त्यसको प्रचार रणनीतिलाई कार्यान्वयन गर्न प्रोपागाण्डा विभाग नै गठन गरेको थियो । मिडियाको संख्यामा भएको वृद्धि र जनताको बढेको चेतना स्तरले अहिले प्रोपागाण्डा गर्नु सजिलो छैन; तथापि सरकार वा अन्य कुनै संगठित समूहले आफ्ना कुराहरूलाई एकोहोरो रूपमा प्रचार गर्ने र वैकल्पिक सूचनाहरू लुकाउन खोज्ने प्रवृत्ति अहिले पनि देखाउँछन् र त्यो प्रोपागाण्डाकै उदाहरण हो ।

समाचारका अवयवहरू

अखबारमा प्रकाशित समाचार सामग्रीमा निम्नानुसारका अंगहरू हुन्छन् :

- शीर्षक (हेडलाइन)
- बाइलाइन वा क्रेडिटलाइन
- डेटलाइन
- लीड
- बडी वा बडीलाइन

प्रकाशित समाचार सामग्रीमा तिनीहरू यस क्रममा देखिने भए तापनि समाचार लेख्ने क्रममा भने सबै भन्दा पहिले लीड लेखिन्छ, त्यसपछि बडी लेखिन्छ । हेडलाइन सबै भन्दा माथि रहने भए तापनि यो निश्चित गर्ने काम सबै भन्दा पछाडि मात्र हुन्छ ।

शीर्षक (Headline) : समाचार शीर्षकको एउटा परिभाषा यस्तो छ : "शीर्षक शब्दहरूको त्यस्तो कुनै एक पंक्ति वा पंक्तिहरूको समूह हो, जो प्रदर्शन गरिने किसिमको हुन्छ र समाचारको सारलाई समेट्दै त्यसको परिचय दिन्छ । यदि शीर्षक एक भन्दा बढी लहरमा रहे तापनि त्यसलाई एउटै मानिन्छ ।" (Any line or collection of lines of display type, that precedes a story and summarizes or introduces it, is a headlne. A head of two or more decks is still one headline. News stories have no titles; they have headlines.)

शीर्षक समाचारको सबैभन्दा माथि रहने भए तापनि ख्याल राख्नु पर्ने कुरा के छ भने रिपोर्टरले कपीडेस्कसमक्ष पेस गरेको समाचार सामग्रीको सम्पादन पूरा भएपछि मात्र शीर्षक (हेडलाइन) तय गरिन्छ ।

बाइलाइन (Byline) : समाचार वा लेखको माथि तल वा बीचमा राखिने समाचार लेखक (रिपोर्टर) को नाम । यसले सो समाचार वा लेख कसले तयार पारेको हो भन्ने जानकारी दिन्छ । बाइलाइनले समाचार लेखकलाई हौसला थप्ने काम गर्छ भन्नेपनि कतिपय विद्वानहरूको मत छ । बाइलाइनलाई राससको शैली-पुस्तिकामा नेपाली भाषामा 'नामोल्लेख' भनेर उल्था गरेको पाइन्छ ।

क्रेडिटलाइन (Creditline) : सम्प्रेषण गर्ने समाचारदाता वा समाचार संस्थाको नाम वा समाचार बनाउन आवश्यक जानकारी दिने सूत्रको नाम । जस्तैः समाचारपत्रहरूमा देखापर्ने हाम्रा संवाददाता, रासस, एपी, एएफपीजस्ता शब्दहरू 'क्रेडिटलाइन' हुन् ।

कुनै कुनै समाचार सामग्रीमा बाइलाइन र क्रेडिटलाइन दुवै दिइएको पनि हुन सक्छ । यस्तो अवस्थामा बाइलाइनमा रिपोर्टरको नाम उल्लेख हुन्छ भने क्रेडिटलाइनमा सम्बन्धित समाचारसंस्थाको नाम उल्लेख हुन्छ ।

डेटलाइन (Date line) : यसले समाचार लेखिएको स्थान र समय (मिति) बारे पाठकलाई जानकारी छ । डेटलाइनलाई राससको शैली-पुस्तिकामा नेपाली भाषामा 'देशकाल' भनेर उल्था गरेको पाइन्छ ।

लीड वा इन्ट्रो (Lead or Intro) : समाचारको सुरुको वाक्य वा अनुच्छेदलाई आमुख (लीड) भनिन्छ । यसलाई 'इन्ट्रो' पनि भन्ने गरिन्छ । प्रकाशित समाचारसामग्रीमा हेडलाइन, बाइलाइन वा क्रेडिटलाइन तथा डेटलाइनपछि मात्र यो देखिने भए तापनि समाचार लेखनका क्रममा भने सबै भन्दा पहिले लीड वा इन्ट्रो नै लेखिन्छ । यसबारे थप चर्चा तल गरिएको छ ।

बडीलाइन (Body line) : हेडलाइन, बाइलाइन वा क्रेडिटलाइन, डेटलाइन र लीडबाहेक समाचारको बाँकी भागलाई 'बडीलाइन' भनिन्छ ।

समाचार र छओटा 'क'हरू

सबै जानकारी समेटिएको समाचार सामग्री (News story) मा 'क'बाट सुरु हुने छओटा प्रश्नको जवाफ रहेको हुन्छ । नेपाली भाषामा भन्नुपर्दा 'क'बाट सुरु हुने ती प्रश्न अंग्रेजी भाषाको सन्दर्भमा पाँचओटा 'डब्लु'बाट र एउटा 'एच' बाट सुरु हुन्छन् । 'क'बाट सुरु हुने ती छओटा प्रश्न निम्नानुसार छन्–

- के ? (What ?)
- कहाँ ? (Where ?)
- कहिले ? (When ?)
- को ? (Who ?)
- किन ? (Why ?)
- कसरी ? (How ?)

यस सन्दर्भमा प्रसिद्ध अंग्रेज कवि रुडयार्ड किप्लिङको कविता यस्तो छ :

I keep *six* honest serving men
(They taught me all I knew)
Their names are *what* and *why*, *when*
And *how* and *where* and *who*.

हामी विचार गरौं त, कुनै घटना भएको थाहा पाउनासाथ हाम्रा मनमा उठ्ने जिज्ञासा यिनै हुन् । सम्वाददाताहरूले अथक प्रयास गरी यी जिज्ञासा शान्त

गराउन सूचना संकलन गर्छन्। संकलित सूचनाको आधारमा समाचार सामग्रीको लेखन कार्य हुन्छ । समाचारमा निहित सबै भन्दा महत्वपूर्ण सूचनालाई सुरुमा दिई लेख्ने ढाँचा समाचार लेखनका लागि बढी प्रयोग हुन्छ ।

हार्डन्यूज, सफ्टन्यूज र अन्य प्रकारका समाचार

समाचारको वर्गीकरण गर्ने एउटा तरिका कडा समाचार (हार्ड न्यूज) र नरम समाचार (सफ्ट न्यूज) भनेर छुट्याउने हो । हार्ड न्यूज भन्नाले कुनै घटना विशेषसँग सम्बन्धित समाचार (Event news) हुन् । सफ्ट न्यूज चाहिँ घटनाक्रम वा परिस्थितिसँग सम्बन्धित समाचार (Situation news) हुन् । हार्ड न्यूजको डेडलाइन (deadline) अत्यन्त छोटो हुन्छ । यस्तो समाचार तत्काल प्रसारण/प्रकाशन नगर्ने हो भने बासी हुन्छ । सफ्ट न्यूजको डेडलाइन तुलनात्मक रूपमा लामो हुन्छ । आज दिन नसकिएमा भोली दिएमा पनि समाचारको सान्दर्भिकता कायमै रहने हुन्छ ।

समाचारलाई वर्गीकरण गर्ने अन्य तरिकाहरू पनि छन् । जस्तै : कतिपयले यसलाई फ्ल्यास न्यूज, ब्रेकिंग न्यूज, डेभ्लपिंग न्यूज, फलोअप न्यूज भनी छुट्याउँछन् । अर्को तरिकामा समाचारलाई सीधा समाचार (Straight News), व्याख्यात्मक समाचार (Interpretative News) तथा समाचार विश्लेषण (News Analysis) भनेर छुट्याइन्छ। त्यस्तै, स्कूप (Scoop) र सामान्य समाचार भनेर पनि छुट्याउने गरेको पाइन्छ ।

समाचारीय मूल्य

समाचारीय मूल्यको तात्पर्य र केही मानकहरू

हाम्रो समाजमा दिनहुँ कैयौं घटनाहरू भइरहेका हुन्छन्, तर ती सबै घटनाहरूलाई समाचार बनाइँदैन भन्ने चर्चा हामीले माथि पनि गऱ्यौं । यसबाट के बुझिन्छ भने केही त्यस्तो आधार रहेछ, जसले कुनै घटना समाचार बन्न योग्य छ वा छैन भनेर निर्धारण गर्न मद्दत पुऱ्याउने रहेछ। यसरी समाचारको रूपमा योग्यता जाँच्ने कसीको रूपमा जे-जस्ता तत्वहरू रहेका छन्, तिनैलाई समाचारी मूल्यका रूपमा चिनिन्छ ।

समाचारी मूल्यअन्तर्गत उल्लेख गर्न सकिने तत्वहरू थुप्रै छन् । तर तीमध्ये पनि दुईओटा साह्रै महत्वपूर्ण छन् । ती हुन्– रुचि (Interest) र महत्व

(Importance) । कुनै पनि सूचनालाई समाचारका रूपमा दिने वा नदिने भन्ने निर्णय गर्दा हामीले हेर्नु पर्ने मुख्य आधार यिनै हुन्– के यसमा जनताको रुचि हुन्छ ? अथवा के यो कुरा जनताका लागि महत्वपूर्ण छ ? कतिपय कुराचाहिँ रुचि र महत्व दुवैका कसीमा अब्बल ठहरिने हुन्छन् । त्यस्ता समाचार सामग्रीले पाठक, स्रोता वा दर्शकको मन जित्छन् ।

समाचारी मूल्यका केही मानकहरू निम्नानुसार छन् :

सामयिकता (Timelines) : समाचार ताजा र नयाँ हुनुपर्दछ । सुनिसकेको वा पढिसकेको समाचारमा श्रोता वा पाठकको रुचि हुदैन । समाचार नयाँ हुँदासम्म मात्र समाचार हुन्छ भन्ने कुरालाई यहाँ पनि स्मरण गरौँ ।

निकटता (Proximity) : मानिसहरू टाढाका घटनाहरू भन्दा आफ्नो गाउँ, क्षेत्र वा राष्ट्रमा के भैरहेको छ भन्ने कुरामा बढी चाख राख्दछन् । समाचारमा स्थानीय दृष्टिकोण पत्ता लगाएर र त्यसमा जोड दिई श्रोता वा पाठकको रुचि तीब्र पार्न सकिन्छ । मानिसहरू जहिले पनि आफु संलग्न भएको घटनाबारे पढ्न, सुन्न र हेर्न उत्सुक हुन्छन् । यसका दुई पक्ष हुन्छन्– भौगोलिक निकटता र मानसिक निकटता ।

यदि कुनै सम्वाददाताले एउटै घटनाबारे स्थानीय पत्रपत्रिका र अन्यत्रका पत्रपत्रिका दुवैतिर रिपोर्टिङ्ग गर्नँ छ भने निकटताको आधारमा समाचार प्रस्तुतीकरणमा फरक पर्छ ।

विवाद (Conflict) : विवाद मानव जीवनको एक हिस्सा हो र समाचार जीवनसंग सम्बन्धित हुन्छ । विवादहरू समाचार लायक हुन्छन् । विवादले पाठक, श्रोता वा दर्शकको रुचि जगाइदिन्छ । विवाद व्यक्ति-व्यक्ति बीच हुन सक्छ , देश-देशबीच हुन सक्छ अथवा एक मानिस र बाहिरी प्रभाव वा शक्ति, भाग्य, प्रकृति बीच पनि हुन सक्दछ । यस सम्बन्धमा Alastair Hetherington को विचार यस्तो छ, "मानिसहरूको शान्ति, उन्नति, र भलाइलाई चुनौती दिने जेसुकै कुरा पनि समाचार हो र त्यो शीर्षकका लागि उपयुक्त हुन्छ ।" ("Anyting that threatens people's peace, prosperity or well-being is news and likely to make headlines.")

राष्ट्रिय वा अन्तर्राष्ट्रिय तहमा हुने समसामयिक विवादप्रति जनचासो अत्यधिक हुने देखिन्छ ।

पहिचान/परिचितता (Prominence) : समाचारमा नाम चलेका व्यक्ति, ठाउँ

या वस्तुले स्थान पाउँछ । नामबाट समाचार बन्दछ भने ठूलो नामबाट ठूलै समाचार बन्दछ । (The bigger the name, the more likely it is to make news.) सेलीब्रिटीहरूले पनि समाचारमा ठाउँ पाउँछन् । पहिचान वा परिचितता सकारात्मक र नकारात्मक दुवै हुन सक्छ । कुख्यात डाँका, हत्यारा, तस्कर आदिबारे पनि जान्ने उत्सुकता जनतामा हुन्छ । त्यसैले तिनीहरू पनि समाचारका विषय बन्छन् । जस्तैः चार्ल्स शोभराजको जेल जीवनप्रति संसारभर चासो हुन सक्छ ।

मानवीय अभिरुचि (Human Interest) : मानवरुचि भावनात्मक प्रभावका तत्वले निर्माण भएको हुन्छ । विनोद, आनन्द, अनौठोपन, वियोग, डर, सहानुभूति, शोक, दया, ईर्ष्या, अनिश्चय, एकान्तता, बालबालिका, प्रकृति, युवा, वृद्ध-वृद्धा आदि बारेको समाचारले मानव रुचिलाई समेटेको हुन्छ ।

संकट र असर (Emergencies and Consequences) : संकट र त्यसबाट पर्ने विभिन्न असर पनि समाचारीयमूल्यका हिसाबले साह्रै महत्वपूर्ण हुन् । भूइँचालो, ज्वालामुखी, सुनामी, बाढीपहिरो आदिजस्ता प्राकृति संकटहरू अवश्यै समाचार बन्छन् । युद्ध वा सशस्त्र विद्रोहका कारणले सिर्जित संकट पनि समाचार बन्छन् । जति ठूलो संकट भयो, उति नै बढी जनचासो हुन्छ । त्यस्तै, असरको परिमाण जति बढी भयो, उति नै त्यसबारेमा जान्न चाहना बढ्छ । संकट बढेको बेलामा जनताको मिडियाप्रतिको निर्भरता बढ्छ र तसर्थ मिडियाको शक्ति पनि बढ्छ भनिन्छ ।

समाचारीय मूल्य : सापेक्ष अवधारणा

समाचारीय मूल्य (न्यूजभ्यालु) लाई पत्रकारिताको क्षेत्रमा अत्यन्त चर्चा गरिने एवं महत्व दिइने भए तापनि यो थर्मामिटर वा तराजुजस्तो ठ्याक्कै कुनै मापन देखाउने उपकरण भने होइन । यो एक अवधारणा (कन्सेप्ट्) हो । हो, यस अवधारणासँग जोडिएका केही आधारभूत कुरामा विवाद छैन, तर व्यावहारिक रूपमा कुनै घटनाको न्यूजभ्यालु छ कि छैन र छ भने कति छ भनेर निर्धारण गर्ने काम जहिले पनि सापेक्ष हुन्छ । यसै कारणले एउटै घटना पनि फरक फरक मिडियाले बढी वा कम महत्वपूर्ण ठान्न सक्छन् । त्यसैले तिनले दिने 'कभरेज' पनि एउटै नहुन सक्छ ।

समाचारमा समेटिने विभिन्न विषयवस्तुहरू

हामीले माथि समाचारी मूल्य शीर्षक अन्तर्गत जे कुराहरूको चर्चा गऱ्यौं, तिनैलाई कतिपय विज्ञहरूले समाचारका आधारभूत तत्वहरू भन्न रुचाउने गरेका छन् ।

समष्टिमा नयाँपन, जनसरोकार र जनअभिरुचिका विषय नै समाचारका केन्द्रीय विषयवस्तु हुन् । यिनै विषयवस्तुको सेरोफेरोमा समाचार बन्ने गरेको पाइन्छ । यिनै विषयवस्तुभित्र अरु कुरा पनि लुकेका हुन्छन् र तिनीहरू पनि समाचार बन्न सक्छन् । समाचार बन्न सक्ने केही मुख्य विषयहरूबारेमा तल बुँदागत रूपमा चर्चा गरिएको छ ।

(**क**) **नयाँपन** : मानव जातिको एउटा महत्वपूर्ण विशेषता के हो भने ऊ हरपल नयाँ कुरा जान्न चाहन्छ । तपाई–हामीले देखेकै हुनुपर्छ, साथीसंगी भेटघाट हुँदा 'के छ हालखबर?' भनेर प्रश्न गरेको । यसरी सोध्नको अर्थ 'नयाँ खबर के छ ?' भन्ने हो । यस प्रकारको वार्तालापले उनीहरूले नयाँ खबर जान्न चाहेका हुन् भन्ने अर्थ सहजै लगाउन सकिन्छ । एफएममा समाचार दिन बन्देज लाग्नुअघि हाम्रो देशका विभिन्न स्थानमा आजकाल बिहानै उठेर एफएम रेडियो बजाउने (अर्थात्, 'ट्युन' गर्ने) चलन बढ्दो छ । प्रातः भ्रमणमा हिंडेकाहरूले समेत रेडियो घन्काउँदै एफ.एम.हरूले प्रसारण गर्ने समाचार सुनिरहेको देखिन्छ । घरका सबैजना बसेर टेलिभिजनका अन्य च्यानल हेरिरहेको भएतापनि बेलुका आठ बज्नासाथ "ए, ल ल नेपाल टेलिभिजन लगाऊ त ... के के भएछ आज" भनेर रिमोटकन्ट्रोलरले नेपाल टेलिभिजन लगाउनु पनि स्वाभाविकै हो । यसैगरी कतिपय व्यक्ति समाचारपत्र देख्नासाथ त्यसका पानाहरूमा हतारहतार आँखा डुलाउँछन् । मानिसका यस्ता क्रियाकलापले नयाँ-नयाँ कुरा जान्न चाहने मानव स्वाभावलाई पनि दर्साउँछ । पत्रकारले मानिसको यो आधारभूत आकांक्षालाई बुझी समाचार सामग्री प्रस्तुत गर्नु/ गराउनु पर्दछ ।

(**ख**) **व्यक्तित्व** : समाजमा महत्वपूर्ण स्थान ओगटिसकेका वा ख्याति कमाइसकेका मानिसको जीवनशैली (खानपिन, रहनसहन, पारिवारिक पृष्ठभूमि एवम् अन्य निजी क्रियाकलाप) सित परिचित बन्ने चाहना जनसाधारणमा निकै रहन्छ । त्यस्तै, समाजमा कुनै कारणले कुख्याति कमाएका व्यक्तिका बारेमा पनि जनतामा चासो हुन्छ । यही कारण सम्मानित राजनेता, समाजसेवी, चर्चित अभिनेता/अभिनेत्री, गायक/गायिका, खेलाडी, मोडल, आदिका बारेमा छापिएका वा प्रसारण भएका सामग्रीले सर्वसाधारणको ध्यान आकर्षित गर्छन् । अनि, ओसामा बिन लादेन, मुल्ला मोहम्मद ओमार, बैतुल्लाह मसुद, चार्ल्स शोभराज, दाउद इब्राहिम आदिका भनाइ वा गतिविधि पनि संसारभर समाचार बन्छन् । यस्ता व्यक्तिहरू टेलिभिजन

च्यानल र पत्रपत्रिकामा बारम्बार छाइरहनुको पछाडि जनसाधारणको रुचिले पनि भूमिका खेलेको पाइन्छ ।

महत्वपूर्ण वा ख्यातिपूर्ण व्यक्तिले केही गर्नु वा बोल्नु मात्र समाचार बन्ने होइनकि केही नगरी बसेमा वा केही नबोली चुपचाप रहेमा पनि समाचार बन्छ । जस्तै : नेपाली कांग्रेसको फूटपश्चात् सो पार्टीका वरिष्ठ नेता कृष्णप्रसाद भट्टराई लामो समयसम्म सार्वजनिक कार्यक्रममा देखा नपर्नु तथा कुनै धारणा व्यक्त नगर्नु पनि समाचार बनेको थियो । यस्तो बेलामा चतुर पत्रकारले अन्तवार्ता वा अन्य कुनै उपायबाट उहाँको धारणा जनसमक्ष ल्याउने प्रयास गर्नु पर्दछ ।

(ग) **मानव रुचिका विषय** : समाजमा भएका वा हुने गरेका अनौठा घट्ना वा क्रियाकलापहरूले मानिसको ध्यानलाई सजिलै तान्छ । सत्तरी वर्षीय वृद्ध र सोह्र वर्षीया किशोरीबीच भएको प्रेम विवाह, मानिसले सर्पको जिब्रोमा म्वाइ खाएको घट्ना, जल्लाद (मानिसलाई मृत्युदण्ड दिने मानिस) को जीवनशैली आदि यसका उदाहरण हुन् । तर यस्ता मानव अभिरुचिका विषय संचारमाध्यममा बारम्बार आएमा त्यसप्रति जनअभिरुचि घट्दै जान्छ र अरु नयाँ कुरामा चासो बढ्न जान्छ । उदाहरणका लागि, संसारको सर्वोच्च शिखर सगरमाथामा कायम भएका विभिन्न खालका कीर्तिमानको समाचारप्रति जनअभिरुचि घट्दै गएको पाइन्छ । यसो हुनुको मुख्य कारण सबै प्रकारका मानिसले सगरमाथा चढेर कीर्तिमान कायम गर्नु र यस्ता विषयका समाचारहरू मिडियामा आइरहनु नै हो ।

(घ) **जनसरोकारका विषय** : खाद्यान्न, इन्धन, बिजुलीजस्ता जनतासित प्रत्यक्ष सरोकार राख्ने वस्तुमा समय–समयमा हुने मूल्यवृद्धि, शान्ति–सुरक्षाको बिग्रदो अवस्था वा जनसरोकारका अन्य यस्तै विषयमा आएको संकट र यसले जनजीवनमा पार्ने प्रभावलाई समेटेर तयार पारिएको सामग्रीले जनसाधारणलाई निकै आकर्षित गर्छ । दशैको मुखमा खसी–बोकाको अभाव भएमा, त्यही समयमा पृथ्वी राजमार्गको कृष्णभीरमा ठूलो पहिरो गएमा वा महामारी फैलिएमा यस्ता विषयहरू अप्रिय भएतापनि सर्वसाधारणकालागि सरोकारका विषय बन्न हुन् । जनसरोकारका विषयमा सम्वाददाता आफैले समाचार तयार पारेको रहेनछ भनेपनि सम्पादकले यस्ता विषयमा समाचार संकलनका लागि सम्वाददाताहरू खटाउनु पर्दछ ।

(ङ) **संघर्ष वा द्वन्द्व** : भनिन्छ, सामाचारको केन्द्रीय तत्व नै संघर्ष हो । समाचारका ज्ञाताहरूका भनाइअनुसार प्रत्येक समाचारमा कुनै न कुनै रूपमा

संघर्ष भेटिन्छ । प्रधानमंत्री र अन्य मंत्रीबीचको मनमुटावलाई समेटेर तयार पारिएको समाचार होस् वा निजी विद्यालय संचालक र विद्यार्थी संगठनबीचको असमझदारीबाट पैदा भएको घट्नाक्रमलाई समेटिएको समाचार होस् वा सरकार र माओबादीबीचको शान्तिवार्तको समाचार नै किन नहोस्- पत्येक समाचारमा कहीं न कहीं दृश्य वा अदृश्य संघर्षका पाटाहरू भेटिन्छन् ।

यस्ता विषयवस्तुहरूले सर्वसाधारणको ध्यानाकर्षण गर्छन् । देशमा माओवादी जनयुद्ध सुरु भएपछि हत्या–हिंसा, शान्तिवार्ता आदिका विषयमा छापामाध्यममा ठूलाठूला शीर्षकमा समाचार र तस्वीर छापिनु एवम् विद्युतीय संचारमाध्यमले पनि यसलाई प्राथमिकताका साथ प्रसारण गर्नुको अर्थ पनि यही हो ।

(**च**) **यौन** : आदि कालदेखि नै यौनप्रति मानिसको अविच्छिन्न चासो र जिज्ञासा रहिआएको पाइन्छ । आजको भौतिक र वैज्ञानिक दुनियाँले यौनको प्रकृति र रहस्यको बारेमा थुप्रै तथ्यगत विवरणहरू सार्वजनिक गरेको छ । तर पनि यो रहस्यमय विषय बन्न छाडेको छैन । त्यसैले यौनसित गाँसिएका विषयवस्तु र प्रसंगहरू धेरैका लागि रुचिकर समाचार बन्दै आएका छन् । संयुक्त राज्य अमेरिकाका पूर्वराष्ट्रपति बिल क्लिण्टन र मोनिका लेविस्कीबीचको 'सेक्स स्क्याण्डल' बारेका समाचारलाई संसारभरका संचारमाध्यमहरूले स्थान दिएका थिए । उक्त यौन प्रकरणका सम्बन्धमा विश्वका नाम चलेका पत्रपत्रिकाहरूले इन्टरनेट संस्करणसमेत निकालेका थिए ।

यसैगरी 'जनआस्था' साप्ताहिकले अभिनेत्री श्रीषा कार्कीको निजी (यौन) जीवनबारे तस्बीरसहित २०५९ साल कात्तिकमा सनसनीपूर्ण समाचार छाप्यो । यसपछि श्रीषा कार्कीले आत्महत्या गरिन् । यस घट्नापछि ' जनआस्था' को इन्टरनेट संस्करण हेर्नेदेखि लिएर उक्त सामग्री फोटोकपी गरेर पढ्नेसम्मका क्रियाकलापहरूमा वृद्धि भयो ।

यसरी यौन धेरैका लागि रुचिको विषय हुनसक्छ । तर यौनप्रति मानिसको रुचि रहन्छ भन्दैमा मानिसको निजी जीवनमा आघात् पर्नेगरी तथा सामाजिक मर्यादा (श्लीलता र शिष्टता) भंग हुनेगरी समाचार दिनुलाई नितान्त अनैतिक कार्य मानिन्छ । यौनसम्बन्धी समाचारको उद्देश्य बलात्कारीजस्ता यौन दुराचारीलाई सार्वजनिक रूपमा नंग्याउन, यस्ता

नराम्रा कार्यप्रति निरुत्साह पैदा गर्न र स्वस्थ यौन शिक्षा प्रदान गर्ने दिशामा केन्द्रित हुनुपर्छ ।

(छ) **अपराध** : चोरी, डकैती, हत्या, आगजनी, अपहरण, लागू औषधको अवैध ओसारपसार, विभिन्न मालसामानको चोरी, बलात्कार, भ्रष्टाचार एवम् अन्य आपराधिक क्रियाकलापसम्बन्धी समाचार यस अन्तर्गत पर्छन् । यस्ता समाचार जनसाधारण खुबै हेर्न/पढ्न/सुन्न रुचाउँछन् । कतिपय संचारमध्यमले यसलाई 'अपराध समाचार' अन्तर्गत राख्ने गरेको पाइन्छ ।

(ज) **योजना र विकास** : मानव जीवनसँग सरोकार राख्ने विभिन्न योजनाहरू र विकासको अर्थले आर्थिक वृद्धि, कूल राष्ट्रिय उत्पादन लगायत सामाजिक, आर्थिक वा राजनैतिक विकाससम्बन्धी समस्याहरू समेटिएको हुनु पर्दछ । योजना विकाससम्बन्धी समाचारले यसको सबैभन्दा विस्तृत अर्थमा, सम्पूर्ण जनतालाई जे हुन्छ त्यसमा र मानिसको भलाइमा चासो राख्नुपर्दछ । हामी जनताका लागि प्रसारण वा प्रकाशन गरिरहेका छौं भन्ने कुरा कहिल्यै बिर्सनु हँदैन । योजना र विकासका समाचार दिँदा सकारात्मक र नकारात्मक पक्ष दुवैप्रति ध्यान पुऱ्याउनु पर्छ । एकजना महिलाले बाख्रा पालन गरी आर्थिक हैसियत सुधार्न सफल भएको समाचारले धेरैलाई अभिप्रेरित गर्न सक्छ ।

(झ) **दबाब समूह** : सरकारी नीति, अपराध वा अन्याय अथवा कुनै घटनाप्रति विभिन्न व्यवसायिक एवं संस्थागत संगठनहरू, धार्मिक समूह, महिला वा युवक समूह, राजनैतिक दलहरू आदिले व्यक्त गर्ने प्रतिक्रिया वा आन्दोलन वा दबाब मुलक कार्यक्रमले समाचारमा स्थान पाउनु पर्दछ । व्यवहारमा के देखिएको छ भने दबाबसमूह जति शक्तिशाली भयो, उति नै उसले उठाएको मुद्दाले मिडियामा बढी 'कभरेज' पाउँछ ।

(ञ) **मौसम** : सार्वजनिक सञ्चार माध्यमहरूमा मौसमबारे जानकारी लिन जनताहरू उत्सुक हुन्छन् । मौसमबारे नियमित समाचार वा मौसम बद् लिदै जाँदा विशेष समाचारका रूपमा मौसमको ताजा खवर दिने काम पनि समाचारका रूपमा नै समेटिएको हुनु पर्दछ ।

(ट) **खेलकुद** : खेलकुद जनचासोको विषय भएकोले कम्तीमा पनि यसबारे आफ्नो देश र विश्वका लोकप्रिय खेलहरू बारे आधारभूत ज्ञान हुनु उपयोगी नै हुन्छ । तसर्थ खेलकुदलाई पनि समाचारमा समेटिएको हुनु पर्दछ । स्थानीय, राष्ट्रिय, अन्तर्राष्ट्रिय सबै खेल गतिविधि समाचारयोग्य हुन्छन् । तर तिनले कति 'कभरेज' पाउने भन्ने चाहिँ सामयिकता, निकटता, परिचितता

आदि तत्वअनुसार फरक पर्छ । जस्तै धरानमा सञ्चालन हुने बूढासुब्बा गोल्डकप फूटबलको समाचार स्थानीय अखवारमा पहिलो पृष्ठमा छापिए पनि काठमाडौं अखवारमा भित्री पृष्ठमा छापिने हुन सक्छ ।

(ठ) **उद्योग** : उद्योग र राष्ट्रिय अर्थतन्त्रले मानव जीवनमा ठूलो महत्व राख्दछ । उद्योगधन्दाको स्थिति, कलकारखानासम्बन्धी घटना विवरण, आयात-निर्यात आदि जस्ता विषयवस्तु पनि समाचार बन्छन् । प्रसिद्ध उद्योगपति, व्यवसायीका गतिविधिप्रति पनि जनचासो हुन्छ ।

(ड) **मौसमी समाचार** : विभिन्न संस्कृति, कला, इतिहास आदि समेटिएका विभिन्न चाडबाड, उत्सवहरू जो कुनै निश्चित समय, वर्षमा एकपटक वा कहिलेकाहिँ मात्र मनाइन्छन् । त्यस्ता विषयवस्तुले पनि समाचार मूल्य निर्धारण गरिरहेको हुन्छ ।

(ढ) **मनोरञ्जन** : मनोरञ्जन मानव जीवनको अभिन्न अङ्ग हो । समाचारमा रोचक कुराहरू राखी श्रोता, पाठक वा दर्शकलाई मनोरञ्जन प्रदान गर्न सकिन्छ । समाचार सकिएपछि मनोरञ्जन सुरु हुन्छ भनी कतिपय सञ्चार विज्ञहरू भन्ने पनि गर्दछन् । चलचित्र लगायतका क्षेत्रमा हुने गतिविधिबाट पनि मनोरञ्जनात्मक समाचार बन्छन् ।

(ण) **वैज्ञानिक आविष्कार वा प्रगति** : वैज्ञानिक अनुसन्धानका कारण प्रविधि वा अन्य क्षेत्रमा हुने आविष्कार वा प्रगति पनि समाचार बन्छन् ।

माथि चर्चा गरिएका विषयवस्तुहरू उदाहरण मात्र हुन् । वास्तवमा समाचार बन्न सक्ने विषयवस्तु असीमित छन् । विभिन्न घटना, घटनाक्रम, विचार आदिलाई समाचार बन्ने वा नबन्ने भन्ने कुरा सम्बन्धित पत्रकारको दक्षतामा पनि भर पर्ने कुरा हो ।

जनचाहनाले पनि समाचार बन्ने नबन्ने कुराको निर्धारण गर्छ । सम्पादकले कुनै विषयलाई समाचारका रूपमा प्रसारण वा प्रकाशन गर्ने-नगर्ने निर्णय गर्नुअघि त्यस विषयमा जनताको रुचि वा सरोकार छकि छैन भन्ने हेर्नुपर्दछ । त्यस्तै, कुनै विषयको समाचार जनतालाई पढ्न वा देख्न-सुन्न रुचिकर नभएतापनि त्यसमा निहीत सूचना उनीहरूले नजानी नहुने महत्वपूर्ण छ भने त्यसलाई प्रमुखतासाथ समाचार बनाउनु पत्रकारको कर्तव्य हो ।

समाचार उत्पादन प्रक्रिया

समाचार उत्पादन प्रक्रियाको बहुचरणीय स्वरूप

समाचारका लागि आवश्यक जानकारी स्रोतसम्म पुगी संकलन गर्नेदेखि सुरु भएर समाचार सामग्री प्रकाशन/प्रसारणका लागि तयारी अवस्थासम्मका कार्य पत्रकारिता प्रक्रिया वा समाचार उत्पादन प्रक्रिया अन्तर्गत समेटिन्छन् । समाचार उत्पादन प्रक्रियालाई मूलतः दुई भागमा बाँड्न सकिन्छ :

(क) रिपोर्टिङ (समाचार संकलन एवं लेखन), र
(ख) सम्पादन ।

कतिपय विज्ञहरूले सोही प्रक्रियालाई निम्नानुसार चार भागमा विभाजन गरेको पनि पाइन्छ :

क) रिपोर्टिङ (Reporting) आवश्यक अध्ययन-अनुसन्धान, स्रोतसँग सम्पर्क, समाचार संकलन एवं लेखन
(ख) पाण्डुलिपि सम्पादन (Copy editing) वा उपसम्पादन (Subbing) समाचार प्रशोधन, जाँचपरख, अनुगमन, पाण्डुलिपी संशोधन, आवश्यक पुनर्लेखन, शुद्धाशुद्धि
(ग) पृष्ठ संयोजन (Page Make-up)
(घ) अन्तिम सम्पादन (Final Editing)

यसरी समाचार उत्पादन प्रक्रिया एक बहुचरणीय प्रक्रिया हो । साथै, समाचार उत्पादन एक सामूहिक काम हो, जहाँ उत्पादनका विभिन्न चरणमा विभिन्न पक्षको सहभागिता हुन्छ ।

पत्रकारिता प्रक्रिया वा समाचार उत्पादन प्रक्रियाको सञ्चालन समाचारकक्ष (न्यूजरुम) ले गर्ने हुनाले सर्वप्रथम त्यसबारे जानकारी लिऊँ ।

समाचारकक्ष (Newsroom)

हामीलाई थाहै छ कि कुनै पनि पत्रिका सञ्चालन गर्दा त्यसका दुई प्रमुख विभागहरू हुन्छन्– पत्रकारिता विभाग र व्यवस्थापन विभाग । व्यवस्थापन अन्तर्गत मुद्रण, वितरण, व्यापार, विज्ञापन आदि जस्ता जिम्मेवारी पर्दछन् । पत्रकारिता विभागको जिम्मेवारी समाचारको रिपोर्टिङ तथा सम्पादनसँग सम्बन्धित छ । पत्रकारिता विभागको मुख्य प्रतिनिधित्व समाचारकक्षले गर्दछ ।

समाचारकक्ष (न्यूजरुम) भन्नाले सामान्य अर्थमा समाचारको रिपोर्टिङ (संकलन तथा लेखन) र सम्पादनलाई सञ्चालन गर्ने कक्ष बुझिन्छ । यो यस्तो स्थान हो, जहाँ मिडिया अन्तर्वस्तु (Media content) को उत्पादनका लागि पत्रकारहरू आफ्ना प्राविधिक तथा व्यवस्थापकीय सहकर्मीसाथ कार्यरत हुन्छन् । बृहद् अर्थमा भन्नु पर्दा समाचारकक्षले सम्पूर्ण पत्रकारिताको 'पावरहाउस' लाई जनाउँछ । विज्ञहरू यसलाई पत्रकारिताको मुख्य नियन्त्रणकक्ष वा निर्देशनकक्षका रूपमा पनि लिन्छन् । मानिसको मस्तिष्कसँग समाचारकक्षलाई तुलना गर्दै यसको महत्व प्रष्ट्याउने गरेको पनि पाइन्छ ।

समाचारकक्ष सम्पूर्ण सार्वजनिक मुद्दाहरू सम्बोधन गर्ने सार्वजनिक स्थल हो । यसमा सबै किसिमका व्यक्तित्व तथा सर्वसाधारणले खुला सहभागिता जनाउन पाउँछन् । रोचक कुरा के छ भने यसको भौतिक, कानुनी तथा व्यावहारिक स्वामित्व सम्बन्धित मिडिया संस्थाकै भए तापनि यसको सञ्चालन भने त्यस्ता सर्वसाधारण जनताको मनशायअनुकूल भइरहेको हुन्छ, जसलाई उक्त समाचारकक्षबारेमा अत्तोपत्तो हुँदैन । समाचारकक्षको दैनिक कार्य सञ्चालनमा उक्त कक्षका सहकर्मी तथा उपलब्ध प्रविधिको भूमिका हुने भए तापनि व्यापक अर्थमा भन्नु पर्दा जनता नै समाचारकक्षका वास्तविक मालिक र सञ्चालक मानिन्छन् । खासगरी प्रजातान्त्रिक प्रणालीमा यो अवधारणालाई स्वीकारिएको हुन्छ ।

पत्रकारिताको सन्दर्भमा सूचनाको जीवनचक्रमा समाचारकक्षले केन्द्रीय भूमिका निर्वाह गर्दछ । सूचनाको प्राप्ति, प्रशोधन, भण्डारण, वितरण तथा प्रयोग समाचारकक्षबाटै हुन्छ । सूचनाको पुनर्प्राप्तिमा पनि समाचारकक्ष उपयोगी हुन्छ । यसले दिने सूचना सबैका लागि वा सार्वजनिक मानिन्छ ।
समाचारकक्षलाई विज्ञहरू आमसञ्चारको मुख्य स्तंभका रूपमा पनि व्याख्या गर्छन् । यसले सन्देश उत्पादन तथा वितरणको संस्थागत स्वरूपलाई मूर्त स्वरूप दिन्छ । यो जहिले पनि ठूलो जनसमुदायतर्फ लक्षित हुन्छ । सामाजिक रुचि र महत्वका संवेदनशील विषयमा त यसको प्रभावकारिता अझ बढी हुन्छ । जनतासँग निरन्तर सम्पर्क राख्ने हुनाले जनमतको प्रतिनिधित्व र प्रकटीकरण समाचारकक्षले गरिरहेको हुन्छ । कुनै देश वा समाजमा कुन मुद्दालाई कसरी लिने भन्ने कार्यसूची (एजेण्डा) तय गर्नमा समाचारकक्षको प्रमुख हात हुने सञ्चारशास्त्रीहरू बताउँछन् ।

सरकारलगायतका सम्बद्ध निकाय र जनताबीच सन्देश आदान प्रदानको सेतु समाचारकक्ष नै हो । विभिन्न दबाब समूह निर्माण तथा निर्णय प्रक्रियामा

प्रभाव पुग्ने गरी पैरवी गर्ने कार्यमा समाचारकक्षको भूमिका पनि स्पष्टै छ । जनउत्तरदायी शासन प्रणाली बनाउनमा यसले दिन सक्ने दबाब र गर्न सक्ने पैरवी उल्लेख्य छ ।

समाचार कक्षको बनावट

स्थूल रूपमा भन्नु पर्दा समाचारकक्ष अन्तर्गत दुई शाखाहरू हुन्छन् :

(क) रिपोर्टिङ शाखा
(ख) सम्पादन शाखा

रिपोर्टिङ शाखाले समाचार संकलन तथा लेखन कार्य गर्दछ । यस अन्तर्गत पनि अनेक विभाग (Divisions), क्षेत्र (Beat) तथा विशिष्टिकरण (Specializations) हुन्छन् । सम्पादन शाखाअन्तर्गत विभिन्न तहमा विभिन्न स्तरका सम्पादन सहकर्मीहरू कार्यरत हुन्छन् । सूचनाको प्रशोधन गरी उपयुक्त ढङ्गमा प्रस्तुत गर्ने जिम्मेवारी यसै शाखाको हो । रिपोर्टिङ शाखामार्फत् समाचारकक्षले बाह्य-सूक्ष्मावलोकन गर्छ भने सम्पादन शाखामार्फत् आन्तरिक-सूक्ष्मावलोकन गर्छ । पााण्डुलिपी सम्पादन, पुनर्लेखन, शुद्धाशुद्धि, अनुगमन तथा जाँचपरख आदि कार्य गरी समाचार प्रशोधन गर्ने जिम्मा सम्पादन शाखाकै हो । यसलाई द्वारपाले भूमिका (Gatekeeping Role) पनि भन्न सकिन्छ ।

समाचार कक्षका कार्यहरू

पत्रकारिताका प्रारम्भिक दिनहरूमा समाचारकक्ष जनशक्ति तथा प्रविधिका हिसाबले विपन्न थियो । एउटै व्यक्ति सम्पादक, प्रकाशक, मुद्रक र उस्तै पर्दा वितरकसमेत हुने स्थिति थियो । त्यस्ता व्यक्तिहरूलाई लक्ष्य गरेर कुनै बेला "यिनीहरू प्रथमतः मुद्रक र द्वितीयतः सम्पादक हुन्, तर रिपोर्टर भने हुँदै होइनन्" भनेर आलोचना गर्ने गरिन्थ्यो ।

तर समयक्रममा समाचारकक्ष समृद्ध बन्दै गएको छ । पत्रकारिताले व्यावसायिकतातर्फ फड्को हानेपछि समाचारकक्ष अन्तर्गतका विभिन्न कार्यका लागि सम्बन्धित कार्यमै दक्ष विशिष्टिकृत जनशक्तिलाई काम दिने प्रवृत्ति बढेको छ । आज कार्य विभाजन र विशिष्टिकरणको प्रचलन बढेको छ ।

नेपालकै सन्दर्भमा कुरा गर्नु पर्दा पनि, पहिले एकै व्यक्तिले सम्पादकदेखि लिएर कार्यालय परिचर र हकरसम्मको काम गर्नु पर्ने अवस्था थियो । अहिले एउटै प्रकाशन संस्थामा सयौंजना पत्रकारहरू कार्यरत रहने र न्यूज रुम पनि अनेक

विभागमा बाँडिने अवस्था आइसकेको छ । एउटै अखबारको अनेक संस्करणहरू निक्लने क्रम पनि बढेकाले न्यूज रुम पनि अनेक सहरहरूमा राख्नु पर्ने भइसकेको देखिन्छ ।

समाचारकक्षले समाजको लागि काम गर्ने हो । अनि यसले सम्बोधन गर्ने वा गर्नु पर्ने विषय-वस्तु वा मुद्दाहरू समाजबाटै लिइने हुन् । त्यसैले सामाजिक जीवन जति विविधतायुक्त हुँदै जान्छ, उति नै समाचारकक्षको कार्यक्षेत्रमा पनि विविधता र विस्तृति आउँछ । समाचारकक्षका कार्यहरू संक्षेपमा निम्नानुसार छन् :

- रिपोर्टिङ प्रक्रिया
- सम्पादन प्रक्रिया
- प्रकाशन/प्रसारणहेतु मिडिया सामग्री उत्पादन
- जनमत तथा प्रतिक्रिया लिनु
- रिपोर्टिङ तथा सम्पादनसम्बन्धी योजनाहरू बनाउनु र तिनको व्यवस्थापन
- विभिन्न प्राविधिक पक्षको व्यवस्थापन
- घटनाक्रमको अनुगमन
- आन्तरिक प्रशासनिक कार्य सञ्चालन
- आन्तरिक समन्वय र सहकार्य
- आवश्यक नीति निर्धारण, निर्णय तथा उत्तरदायित्व वहन

समाचारको रूपमा एक तयारी वस्तु पैदा गर्ने काम न्यूजरुममा हुन्छ । समाचारको विषय-वस्तुको उद्गमस्थल जहाँकहिँ भए तापनि त्यसलाई तयारी वस्तु (प्याकेज) को रूप न्यूजरुमले नै दिने हो । न्यूजरुमको संरचना जस्तोसुकै भए तापनि त्यसको प्रमुख उद्देश्य समाचारको उत्पादन नै हो । न्यूजरुमबाट उत्पादित समाचारसामग्री नै वितरण गरिने हो । पत्रपत्रिकाको सन्दर्भमा 'ले–आउट'अनुरूपको डमी तयार पारेर डिजाइनरलाई निर्देशन दिने काम पनि न्यूजरुमबाटै हुन्छ । अन्य माध्यमका सन्दर्भमा पनि न्यूजरुमले तयार पारेर दिएको समाचार सामग्रीहरूलाई नै विभिन्न न्यूजआउटलेटमार्फत् प्रकाशन वा प्रसारण गरिने हो ।

रिपोर्टिङ (Reporting)

"रिपोर्टिङ, अनुसन्धानका लागि पत्रकारहरूले प्रयोग गर्ने शब्द हो, जसले तथ्याङ्क वा तथ्यहरूको सङ्कलन कार्यलाई बुझाउँछ । यो अनुसन्धान समसामयिक विषय-

वस्तु (मुद्दा) वा मानिसहरूबारेमा हुन्छ । रिपोर्टिङ कला हो, सीप हो, तत्काल प्रयोगका लागि सूचना सङ्कलन गर्ने पेसा हो ।" – हफ

सामान्यतया रिपोर्टिङ भन्नाले समाचार सामग्रीका लागि आवश्यक सूचनाको प्राप्ति र समाचार लेखन कार्य भन्ने बुझिन्छ । रिपोर्टिङको पहिलो कार्य स्रोतसम्म पुगी आवश्यक जानकारीहरू प्राप्त गर्नु हो । यस प्रक्रियालाई समाचार संकलनअन्तर्गत चर्चा गरिनेछ । यसरी प्राप्त जानकारीको आधारमा उपयुक्त ढङ्गले समाचार लेख्नु पर्दछ । समाचार लेखनसम्बन्धी चर्चा पनि तल गरिएको छ । समाचारलेखनपछि तयार भएको समाचारको पाण्डुलिपि वा 'न्यूजकपि' डेस्कसमक्ष बुझाएपछि सामान्यतया रिपोर्टिङसम्बन्धी काम सकिन्छ र सम्पादन कार्य सुरु हुन्छ ।

समाचारको रिपोर्टिङ्लाई मुख्य दुई खण्डमा विभाजन गर्न सकिन्छ :

(१) समाचार संकलन वा समाचारको लागि सूचना संकलन (Newsgathering)
(२) समाचार लेखन (Newswriting)

समाचार संकलन

सम्वाददाताले रिपोर्टिङ कर्ममा गर्नु पर्ने दुई प्रमुख काममध्ये प्राथमिक काम समाचार संकलन नै हो । यस क्रममा उसले विभिन्न कार्यहरू गर्नु पर्छ, जस्तै–

- स्रोतको पहिचान र स्रोतसम्म पहुँच
- अवलोकन, अनुगमन
- टिपोट
- अन्तर्वार्ता
- प्राप्त सूचनाको परीक्षण र सत्यापन
- शोध/अनुसन्धान
- अध्ययन
- सूचना प्रशोधन
- प्राप्त सूचनाको विश्लेषण तथा अर्थापन आदि

सामान्य रिपोर्टिङ र क्षेत्रगत रिपोर्टिङ (General-assignment Reporting and Beat Reporting)

रिपोर्टिङलाई सामान्य (General-assignment) र क्षेत्रगत (Beat) भनी छुट्याइने प्रचलन छ । यदि सम्वाददातालाई रिपोर्टिङका लागि कुनै निश्चित विशेष जिम्मेवारी (बीट) तोकिएको छैन र मुख्य सम्वाददाता वा समाचार सम्पादकको

निर्देशनानुसार कहिले के विषयवस्तु त कहिले अर्कै विषयवस्तुबारे रिपोर्टिङ गर्न खटिने अवस्था छ भने यसलाई सामान्य रिपोर्टिङ भनिन्छ। सिकारु एवं कनिष्ठ सम्वाददाताहरूलाई यसरी नै काममा लगाइन्छ। ऊ कहिले खेलकुद प्रतियोगिता उद्घाटन कार्यक्रमको रिपोर्टिङ गर्न खटिएको हुन्छ त कहिले पत्रकार सम्मेलनमा पठाइएको हुन्छ, अनि कहिले आमसभा, कहिले नयाँ चलचित्र सार्वजनिक गरिने कार्यक्रम, कहिले कुनै राजनीतिक दलको संसदीय दलको बैठकको रिपोर्टिङ वा अरु पनि अनेक किसिमका रिपोर्टिङको जिम्मा उसलाई दिइएको हुन सक्छ। बीट सम्वाददाता भने स्थायी रूपमा कुनै बीटमा मात्र रिपोर्टिङ गर्छ। पत्रकारितामा अनुभवले खारिँदै गएपछि पहिलेका सिकारुहरू नै पछि गएर दक्ष बीट रिपोर्टर बन्छन्।

समाचारका श्रोतहरू

समाचार–स्रोतको परिचय

समाचार कल्पना गरेर त्यसै लेखिने कुरा होइन। यो त सम्बन्धित विषय-वस्तु बारेमा सकेसम्म सबै जानकारीहरू संकलन गरी आकर्षक तरिकाले प्रस्तुत गर्ने कार्य हो। समाचार प्रकाशन वा प्रसारण गर्नुअघि त्यसलाई तयार पार्न विभिन्न तथ्य, तथ्याङ्क वा जानकारीहरू संकलन गर्नुपर्ने हुन्छ। यस क्रममा पत्रकारलाई जानकारी उपलब्ध गराउनेलाई नै समाचारका श्रोत भनिन्छ। अर्को शब्दमा भन्नुपर्दा, समाचार पाइने ठाउँ, घटना, व्यक्ति, संस्था आदिलाई समाचारको श्रोत भनिन्छ। पत्रकारले समाचार तयार पार्दा त्यसकालागि जहाँ र जोसँग सम्पर्क गरेर तथ्य वा विचारको संकलन गर्दछ, ती सबै समाचारका श्रोतहरू हुन्। समाचारको श्रोत कुनै एउटा व्यक्ति पनि हुन सक्छ र कुनै आधिकारिक निकाय पनि यसको श्रोत हुन सक्छ।

सम्वाददाताले समाचार संकलन गर्दा विभिन्न श्रोतहरूसँग सम्पर्क गनुपर्ने हुन्छ। समाचार श्रोतहरूमध्ये कतिपय नियमित रूपमा समाचार आइरहने श्रोतहरू हुन्छन्। त्यसैले प्रकाशन वा प्रसारण संस्थामा त्यस्ता श्रोतबाट आएका वा आउन सक्ने समाचारको जिम्मा संवाददाताहरूलाई छुट्टाछुट्टै विधा वा क्षेत्र (News Beat) तोकेर दिइएको हुन्छ। यसको कारण के भने कुनै पनि व्यक्ति आफैंमा पूर्ण हुँदैन र व्यक्तिपिच्छे उसका आफ्नै विशेषताहरू हुन्छन्। समाचारको

भौगोलिक क्षेत्र वा विषय-वस्तुगत क्षेत्र आधारमा त्यस्ता समाचार लेख्न विशेष दक्षता आवश्यक पर्ने हुन्छ । यही आवश्यकता अनुरूप संवाददाताको दक्षतालाई ख्याल राखी कुनै क्षेत्रको जिम्मा दिइन्छ । यसरी भौगोलिक वा विषयवस्तुगत आधारमा समाचार संकलनकालागि छुट्ट्याइएका क्षेत्रहरूलाई नै समाचार क्षेत्र वा समाचार विधा (न्यूजबीट) भनिन्छ । समाचारका क्षेत्रहरू विभिन्न किसिमका हुन सक्छन् । जस्तैः

(क) भौगोलिक आधारमा तय गरिएका क्षेत्रहरू : तराइ, पहाड, हिमाल, अञ्चल, जिल्ला । जस्तै– गोरखापत्रका तनहुँस्थित संवाददातालाई तनहुँ जिल्ला (निश्चित भौगोलिक क्षेत्र) का समाचार संकलन गर्ने जिम्मा दिइएको हुन्छ ।

(ख) विषय-वस्तुका आधारमा तय गरिएका क्षेत्रहरू : राजनीति, स्वास्थ्य, शिक्षा, लैंगिक सबलिकरण, खेलकूद, पर्यटन, उद्योग, शेयर बजार, मनोरञ्जन, आदि । जस्तै– अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिकमा कसैलाई नेपाली कांग्रेससँग सम्बन्धित तथा कसैलाई नेकपा (एमाले)सँग सम्बन्धित समाचारको जिम्मा दिइएको हुन्छभने यो राजनीतिक आधारमा तय गरिएको समाचार क्षेत्र भयो । यसैगरी कसैलाई स्वास्थ्य क्षेत्रका समाचारको जिम्मा दिइएको हुन्छ भने कसैलाई खेलकूद समाचारको जिम्मा परेको हुन्छ ।

(ग) घटनाको प्रकार अनुसारका क्षेत्रहरू : हत्या, आत्महत्या, दुर्घटना, अपराध, राजनीतिक घटना, खेलकूद ।

(घ) कार्यालय क्षेत्रहरू : संसद, मन्त्रालय, प्रहरी, अस्पताल, विश्वविद्यालय आदि ।

के, कस्तो आधारमा कति समाचार क्षेत्र (बीट) निर्धारण गर्ने भन्ने कुरा सम्बन्धित संस्थाकै निर्णयमा भर पर्ने कुरा हो । अचेल प्रायः सबैजसो प्रकाशन वा प्रसारण संस्थामा समाचार क्षेत्रहरू छुट्ट्याएर तदनुसार संवाददातालाई कामको जिम्मेवारी बाँडिन्छ । तर यति नै संख्यामा समाचार क्षेत्रहरू हुनुपर्छ वा यही आधारमा क्षेत्रहरू विभाजन गरिनुपर्छ भन्ने कुनै नियम छैन । संस्थाको आवश्यकता र क्षमता हेरी यस्तो क्षेत्र विभाजन गरिन्छ । ठूला ठूला संस्थामा धेरै जना संवाददाता हुने हुनाले क्षेत्र विभाजन पनि धेरै संख्यामा गरिएको हुन्छ । सानो सानो संस्थामा जनशक्तिको कमी हुनाले एउटै व्यक्तिले थुप्रै क्षेत्रका समाचार संकलन गर्नु पर्ने पनि हुनसक्छ ।

सम्वाददाताहरूले समाचार संकलनका क्रममा पुग्नु पर्ने स्थान एवं सम्पर्क गर्नु पर्ने व्यक्ति तथा संस्थाका साथै हेर्नुपर्ने कागजपत्र आदि सबै समाचारका श्रोत हुन् । समाचारका श्रोत असंख्य छन् । जुनसुकै कार्यालय, जुनसुकै व्यक्ति तथा जुनसुकै कागजपत्र पनि कुनै बेला पत्रकारका लागि स्रोत बन्ने अवस्था आउन सक्छ । कुनै समाचारका लागि सरकारी कार्यालय, संसद, मन्त्रालय, अदालत, प्रहरी कार्यालयहरू, उद्योगधन्दा, विदेश मामिला सम्बन्धी कार्यालय, विदेशी राजदुतावास, न्याय तथा कानुनका कार्यालयहरू, महावाणिज्य दुतावासहरू, बैङ्क तथा व्यापारिक गृहहरू, शिक्षण संस्था, अस्पताल आदि स्रोत हुन सक्छन् भने कुनै समाचारका लागि स्थानीय निकाय (जस्तै– जि.वि.स., गा.वि.स., नगरपालिका), तथा सामाजिक संघ संस्था, होटल, क्लब, बार, रेस्टुरेण्ट आदि स्रोत हुन सक्छन् । कुनै औपचारिक सभा, समारोह, गोष्ठी आदि पनि समाचार श्रोत हुन सक्छन् । पूर्वप्रकाशित प्रतिवेदन, प्रेस विज्ञप्ति, पत्रकार सम्मेलन आदिबाट पनि समाचार संकलन गरिएको हुन सक्छ । जनसम्पर्क पेसेवरहरू (Public Relations professionals) , दबाब समूह (Pressure groups or Interest groups) आदि पनि पत्रकारले बारम्बार सम्पर्क गरिरहनु पर्ने स्रोत हुन् ।

एउटा समाचारसंस्थाका लागि अन्य समाचारसंस्था पनि स्रोत हुन सक्छन् । समाचार समितिहरू (जस्तै– रा.स.स., ए.पी., ए.एफ.पी., रोयटर्स, पी.टी.आई., क्योदो, सिन्ह्वा आदि) ले हजारौं न्यूजआउट्लेट्का लागि समाचार उपलब्ध गराउँछन् । मिडिया मनिटरिंग (Media monitoring) मार्फत् पनि समाचार प्राप्त गरिएको हुन्छ । आफू कार्यरत संस्था बाहेक अरु (जस्तै– विभिन्न पत्रपत्रिका, रेडियो, टीभी तथा वेबसाइट) को अवलोकन गरेर पनि समाचारका विषय-वस्तु तथा जानकारी जुटाउनुलाई नै मिडिया मनिटरिंग भनिन्छ ।

विभिन्न प्रकारका समाचार श्रोत

माथि नै भनिएझैं सम्वाददाताहरूले समाचार संकलनका क्रममा पुग्नु पर्ने स्थान एवं सम्पर्क गर्नु पर्ने व्यक्ति तथा संस्थाका साथै हेर्नुपर्ने कागजपत्र आदि सबै समाचारका श्रोत हुन्। ती समाचार श्रोतलाई मुख्यतया तीन वर्गमा विभाजन गरी अध्ययन गर्न सकिन्छ –

(क) पूर्व अनुमानित (Predictable) श्रोत
(ख) अप्रत्याशित (Unpredictable) श्रोत र
(ग) प्रत्याशित (Anticipated) श्रोत

पुर्व अनुमानित श्रोत भन्नाले नियमित प्रकारका घटना तथा त्यससँग सम्बन्धित जानकारी दिनसक्ने श्रोत पर्छन् । जस्तै– चाडपर्व, उत्सव, आमसभा, प्रदर्शनी, संसद अधिवेशन, मन्त्रीमण्डलको नियमित बैठक, कुनै राजनीतिक दलको महाधिवेशन, आदि । यस्ता घटनाको मिति र स्थान प्राय: पहिल्यै निर्धारित हुन्छन् । सामयिक जानकारी राख्ने सम्वाददाताले यस्ता घटना कहिले र कहाँ हुँदैछन्, अनि त्यससम्बन्धी समाचारकालागि जानकारी कसले उपलब्ध गराउन सक्छ भन्ने थाहा पाउँछन् र सहजै समाचार सङ्कलन गर्न सक्छन् ।

सबै घटनाहरू पूर्व-निर्धारित हुँदैनन् । बाढी-पहिरो, आगलागी, दङ्गा, अपहरण, बम विस्फोटन आदि दुर्घटनाहरू अप्रत्यासित तवरले भइदिन्छन् । अप्रत्याशित दुर्घटनाहरू भएपछि संवाददाताले तत्काल त्यससम्बन्धी विवरण संकलन गर्नुपर्ने हुन्छ । यस्ता श्रोत नै अप्रत्याशित श्रोत हुन् । त्यस्तै, कुनै व्यक्तिले भ्रष्टाचार भएको गोप्य कुरा जानकारी दियो भने त्यो व्यक्ति समाचारको अप्रत्याशित श्रोत बन्न पुग्छ । यसरी पहिल्यै अनुमान नगरिएका र आकस्मिक तवरले आइपर्ने घटनासँग सम्बन्धित समाचार श्रोत नै अप्रत्याशित समाचार श्रोत हुन् ।

प्रत्याशित श्रोत भन्नाले सम्वाददाता आफै अथवा समाचार संस्थाले समाचार सम्बन्धी जानकारी प्राप्त गर्ने आशा गरेको वा अपेक्षा राखेको विभिन्न व्यक्ति वा ठाउँलाई जनाउँदछ । उदाहरणका लागि, काठमाण्डौंका सडकमा विगत एक महिनामा भएका सडक दुर्घटनाका बारेमा समाचार बनाउनु छ भने उपत्यका ट्राफिक प्रहरी कार्यालय यसका लागि प्रत्याशित श्रोत हो । देशमा विगत एक वर्षमा कति वैदेशिक सहायता भित्रियो भन्ने जानकारीका लागि अर्थ मन्त्रालय प्रत्याशित श्रोत हो । तर, प्रत्याशित श्रोतबाट समाचार सामग्री बनाउनकालागि आवश्यक जानकारीहरू सधैं प्राप्त हुन्छन् नै भन्ने निश्चित हुँदैन । श्रोतबाट जानकारी लिनसक्नु पनि एउटा कला हो ।

समाचार-स्रोतको विश्वसनीयता परीक्षण

समाचार संकलनका लागि पत्रकारले अनेक स्रोतहरूसँग सम्पर्क गर्नु पर्ने हुन्छ । तर सूचना दिने सबै स्रोतहरू विश्वसनीय हुँदैनन् । तिनको विश्वसनीयताको परीक्षण नगरी तिनले दिएको जानकारी पत्याउने एवं समाचार बनाउने गर्दा तथ्यहीन, गलत सूचनाले पनि न्यूजमिडियामा ठाउँ पाउने भई पत्रकारिताको धर्ममाथि नै आघात पुग्छ । यसले अन्ततोगत्वा उक्त पत्रकार र सम्बद्ध न्यूजमिडियाको विश्वसनीयतामाथि नै आघात पुग्छ ।

हर्बर्ट गान्सले स्रोतको विश्वसनीयता परीक्षणका लागि निम्नानुसारका छवटा आधार सुझाएका छन् :

- विगतको उपयुक्तता (Past suitability)
- उत्पादनशीलता (Productivity)
- भरपर्दो वा पत्यारलाग्दो (Reliable)
- विश्वास्य (Trustworthy)
- आधिकारिकता (Authoritativeness)
- स्पष्ट (Articulateness)

कहिलेकाहिँ भने आधिकारिक मानिने, पहिले पहिले पनि परीक्षण गरिएको र विश्वसनीयतामाथि सामान्यतया शंका नगरिने स्रोतका कारणसमेत गलत सूचना प्रवाह हुने अवस्था आइपर्छ ।

स्रोतका कारणले नै किन नहोस्, तथ्यहीन समाचार प्रकाशन वा प्रसारण भएको खण्डमा न्यूजमिडियाले गल्ती भएको थाहा पाउनासाथ सच्याउनुको विकल्प छैन । पाठक, स्रोता, दर्शकले विश्वसनीय मानुन्जेलमात्र न्यूजमिडिया प्रतिष्ठित हुने हुन् ।

समाचार–स्रोतसँगको व्यावसायिक सम्बन्ध

पत्रकारिताका आधारभूत मान्यता र सिद्धान्तप्रति प्रतिबद्ध रही व्यावसायिक आचरण गर्नका लागि समाचार-स्रोतसँगको सम्बन्ध पनि एउटा मानक हो । पत्रकारले स्रोतसँग व्यावसायिक, स्वस्थ, संयमित, मर्यादित र सुमधुर सम्बन्ध राख्नु पर्दछ । समाचार-स्रोतसँगको व्यावसायिक (पेसागत मानक अनुरूपको) सम्बन्ध कस्तो हुनु पर्दछ भन्नेबारे पत्रकारको आचारसंहिताबाट प्रशस्त दिग्दर्शन मिल्दछ । समाचार-स्रोतसँगको सम्बन्धबारे यहाँ केही बुँदाहरू उल्लेख्य छन् :

- समाचार-स्रोतसँगको सम्बन्ध समाचारीय मूल्यबाट प्रेरित हुनु पर्दछ ।
- समाचार प्रस्तुत गर्दा समाचारको आधिकारिकता र विश्वसनीयताका लागि स्रोत उल्लेख गर्नु पर्दछ, तर गोप्य स्रोतको संरक्षण गर्ने दायित्व पत्रकारको हुने हुँदा स्रोतको इच्छा र अनुमति बेगर त्यस्ता गोप्य स्रोतको नाम वा पहिचान गोप्य राख्नु पर्दछ ।
- स्रोतले दिएको सूचनामा गडबडी हुनासाथ व्यावसायिक सम्बन्धमा खलल पर्दछ । तथ्यलाई तोडमोड गरी बङ्ग्याउने, अनुचित लाभका लागि

दिग्भ्रमित पार्ने तथा तथ्यहीन टिप्पणीलाई समाचारको रूपमा प्रस्तुत गर्नु हुँदैन । सदैव सत्य, तथ्य, निष्पक्ष एवं सन्तुलित सूचना सम्प्रेषण गर्नु पर्दछ ।

- समाचारका लागि लिइएका सूचना सामग्री निजी स्वार्थपूर्तिका लागि प्रयोग गर्न हुँदैन ।
- सार्वजनिक हितमा प्रतिकूल असर पार्ने बाहेकको अवस्थामा वैयक्तिक एवं
- व्यावसायिक अभ्यासमा सामाजिक शिष्टताको सम्मान गर्दै नैतिक, शिष्ट एवं मर्यादित कार्यशैली र भाषाको प्रयोगमा सजग रहनु पर्दछ ।
- प्रकाशन तथा प्रसारणमा भएका त्रुटी एवं गल्तीको जानकारी हुनासाथ यथाशीघ्र त्यस्तो गल्ती एवं त्रुटीलाई सच्याउने तथा सप्रमाण खण्डन वा प्रतिक्रिया आएमा प्रष्ट भाषामा उचित स्थान दिई प्रकाशन प्रसारण गर्नु पर्दछ । यस्तो गर्नाले स्रोतसँगको सम्बन्धमा विश्वसनीयता बढ्छ ।
- पीडितलाई थप पीडा पुग्ने गरी भाषा, तस्बीर, चित्र र दृश्यसमेतको प्रयोग गरी समाचार तथा विचार प्रकाशन प्रसारण गर्नु हुँदैन ।
- यौनजन्य अपराध र सामाजिक अपहेलना एवं घृणाजन्य घटना वा सन्दर्भमा पीडित व्यक्तिहरूको नाम,ठेगाना र पहिचान खुल्नेगरी समाचार, तस्बीर र दृश्य प्रकाशन प्रसारण गर्नु हुँदैन ।
- कुनै घटनासँग सम्बन्धित समाचार प्रकाशन प्रसारण गर्दा घटनासँग सम्बन्ध नभएका नातेदार वा नजिकका व्यक्तिको नाम जोडी उसको मर्यादामा आँच पुग्ने वा चरित्र हत्या हुने गरी समाचार प्रस्तुत गर्नु हुँदैन ।
- कुनै समाचार संस्था वा माध्यमले प्रवाहित गरेको समाचार सामग्री उपयोग गर्दा त्यसको मूल स्रोत उद्धृत नगरी प्रकाशन वा प्रसारण गर्नु हुँदैन ।
- समाचार-स्रोतहरूबीचको द्वन्द्व (conflict of interest) मा कसैको पक्ष लिने वा निर्णायकजस्तो बन्ने गर्नु हुँदैन ।

समाचार-स्रोतसँगको सम्बन्ध व्यावसायिक (पेसागत मानक अनुरूपको) हुनु नै स्वस्थ एवं सुरक्षित पत्रकारिता हो ।

समाचार संकलनका आधारभूत विधिहरू

अन्तर्वार्ता (Interview)

अन्तर्वार्ता मिडियामा सूचनाको एक प्रमुख स्रोत हो । अखबार, म्यागाजिनदेखि लिएर रेडियो, टेलिभिजन तथा अनलाइनजस्ता विभिन्न मिडियामा सूचना प्राप्त गर्ने तरिकाको रूपमा अन्तर्वार्ता स्थापित भइसकेको छ । सरल रूपमा भन्ने हो भने अन्तर्वार्ता भनेको कुराकानी हो । तर सबै कुराकानीलाई अन्तर्वार्ता भन्न मिल्दैन । पत्रकारिताको सन्दर्भमा भन्नुपर्दा एउटा पत्रकारले घटना वा विषय-वस्तुसँग सम्बन्धित व्यक्ति वा समूहसँग वार्ता गरी सूचना संकलन गर्ने प्रक्रिया नै अन्तर्वार्ता हो । अन्तर्वार्ता सम्बन्धित व्यक्ति वा समूहबाट सूचना संकलन गरी मिडियाबाट प्रकाशन वा प्रसारण गर्नका लागि लिइन्छ ।

अन्तरवार्तामा दुई पक्ष संलग्न हुन्छन्– अन्तर्वार्ता लिने व्यक्ति अर्थात् अन्तर्वार्ताकार (Interviewer) र अन्तरवार्ता दिने व्यक्ति अर्थात् अन्तर्वार्तादाता (Interviewee) । यहाँ अन्तरवार्ताकारका रूपमा पत्रकार (जस्तै : सम्वाददाता) संलग्न रहेका हुन्छन् । अन्तर्वार्तादाता यो वा यस्तै हुनु पर्छ भन्ने छैन । एउटा पत्रकारले अन्तर्वार्ता लिइरहेको व्यक्ति देशको राष्ट्रप्रमुख वा सरकारप्रमुख पनि हुन सक्छन्; मन्त्री वा विपक्षी दलका नेता पनि हुन सक्छन्; कुनै डाक्टर, इन्जिनियर, वकिल, पत्रकार, कलाकार, मानव अधिकारवादीदेखि लिएर कृषक, सिकर्मी, डकर्मी, ज्यामी जो कसैको पनि अन्तर्वार्ता मिडियामार्फत् प्रस्तुत गरिएको हुन सक्छ । देशका सुरक्षाकर्मीदेखि लिएर विद्रोहीसम्म पनि समेटिन सक्छन् । समाजका सुविख्यात देखि लिएर कुख्यात सम्म सबैथरी अन्तर्वार्ता लिइन योग्य ठहरिन सक्छन् । यसको मापदण्ड के हुने भनेर निर्धारण गर्न सजिलो छैन । संक्षेपमा भन्नु पर्दा, समाचारीय मूल्यका आधारमा जो-कोहीको पनि अन्तर्वार्ता लिन सकिन्छ ।

मिडियामा अन्तर्वार्तालाई जस्ताको तस्तै (वार्ताकै रूपमा) प्रस्तुत गर्न पनि सकिन्छ । जस्तै : पत्रपत्रिकामा अन्तर्वार्ता स्तम्भ तथा टेलिभिजनमा 'टक् सो' (Talk Show) कार्यक्रममा अन्तर्वार्तालाई जस्ताको तस्तै प्रस्तुत गरिएको हुन्छ । तर अन्तर्वार्तालाई सधैं यसरी नै प्रस्तुत गरिनु पर्छ भन्ने केही छैन । यस अतिरिक्त अन्तर्वार्तामा आधारित रहेर बनाइएका समाचार तथा समाचारमूलक टिप्पणीहरू पनि प्रशस्तै प्रकाशन/प्रसारण गरिन्छन् । अर्थात्, कतिपय अवस्थामा अन्तर्वार्तालाई समाचार सामग्रीको एक अङ्ग मात्रका रूपमा पनि लिइएको हुन सक्दछ ।

अन्तर्वार्ताको महत्व निकै बढ्दो छ । चाहे छापा माध्यम होस् वा प्रसारण माध्यम नै किन नहोस्, अन्तर्वार्ता सूचनाको एक भरपर्दो स्रोतको रूपमा रहेको देखिन्छ । मिडियाका प्रस्तुतिलाई आकर्षक बनाउन तथा कुनै पनि घटनाक्रम वा विषय-वस्तुलाई छर्लङ्ग पार्न अन्तर्वार्ता उपयोगी उपाय हो । त्यसैले मिडियामा काम गर्न चाहने कुनैपनि व्यक्तिले अन्तर्वार्ताको कला जान्नै पर्ने आवश्यकता पनि बढेको छ ।

अन्तर्वार्ताका उद्देश्यहरू

अन्तर्वार्ता उद्देश्यमूलक वार्ता हो । एउटा पत्रकारले अन्तर्वार्ता मार्फत् महत्वपूर्ण सूचनाहरू हासिल गर्न चाहेको हुन्छ । यो मुख्यतया निम्न लिखित उद्देश्यहरूको परिपूर्तिका निमित्त लिने गरिएको पाइन्छ–

(क) तथ्य प्राप्त गर्ने (Interview for Facts)
(ख) विचार जान्ने (Interview for Opinion)
(ग) व्यक्तित्व परिचय (Personality Interview)
(घ) मनोरञ्जन (Interview for Entertainment)

अन्तर्वार्ताका प्रकारहरू

(क) समाचार-अन्तर्वार्ता (News-Interview)
(ख) व्यक्तित्व-अन्तर्वार्ता (Personality-Interview)
(ग) विचार-अन्तर्वार्ता (Opinion-Interview)
(घ) मनोरञ्जनात्मक अन्तर्वार्ता (Entertaining-Interview)

(क) समाचार-अन्तर्वार्ता : कुनै पनि समाचार बनाउने क्रममा सूचनाका विभिन्न स्रोतहरूमध्ये अन्तर्वार्ता एक प्रमुख स्रोत हो । कुनै व्यक्ति वा समूहसँग लिइएको अन्तर्वार्तालाई जस्ताको तस्तै (सोझो वार्ताकै रूपमा) नदिई समाचार सामग्रीमा प्रसङ्गवश उद्धृत गर्दै समाचारको अङ्गका रूपमा प्रस्तुत गरिन्छ भने त्यसलाई समाचार-अन्तर्वार्ता भनिन्छ । कुनै ताजा घटनाक्रम वा समाचारमा आएका विषय-वस्तु बारेमा थप स्पष्ट पार्न यस्तो अन्तर्वार्ता गरिन्छ । अर्को शब्दमा भन्नु पर्दा, "समाचार-अन्तर्वार्ताले कुनै प्रकाशित सूचना, संवाद वा समाचारलाई आधार गरी त्यसबाट हुने सम्भावित असर, परिणाम वा परिवर्तनका सम्बन्धमा संबद्ध सबैसँग वार्ता गर्दा व्याख्यात्मक विवरणात्मक तथा सम्भव भएसम्म सर्वपक्षीय सामग्री तयार पार्न मद्दत गर्दछ ।"

समाचार- अन्तर्वार्तामा विभिन्न व्यक्तिहरूसँग कुराकानी गर्न सकिन्छ। कोसँग वार्ता गर्ने भन्ने कुरा समाचारको विषय-वस्तुले निर्धारण गर्दछ। यदि नेपाली कांग्रेस र नेपाली कांग्रेस (प्रजातान्त्रिक) बीचको एकीकरण वार्ताको बारेमा समाचार लेख्नु छ भने ती दलद्वारा गठित वार्ता टोलीका प्रमुख वा सदस्यहरूसँग अन्तर्वार्ता लिनु पर्ने हुन्छ। त्यस्तैगरी, सरकार-माओवादी वार्ताको अवस्था बारेमा समाचार लेख्नका निमित्त सम्भाव्य अन्तर्वार्तादातामा प्रधानमन्त्री, उपप्रधानमन्त्री वा मन्त्रीहरू, विद्रोही पक्षका नेताहरू, पहिलेका वार्तामा सहजकर्ता बनेका व्यक्तिहरू वा विभिन्न मानवअधिकारवादी संस्थाका प्रमुखहरू हुन सक्दछन्। यसका साथै सर्वसाधारण किसान, मजदूर वा व्यापारीसँग पनि वार्ता गर्न सकिन्छ।

संक्षेपमा भन्दा, समाचार- अन्तर्वार्तामा आधिकारिक निकायका पदाधिकारीहरू, प्रत्यक्षदर्शी, विज्ञ, सरोकारवाला आदिलाई समेटिन्छ। यसमा पनि समाचारीय मूल्यको आधारलाई ख्याल राख्नै पर्ने हुन्छ।

(ख) व्यक्तित्व-अन्तर्वार्ता : कुनै पनि व्यक्तिको विषयमा जनसमुदाय (पाठक, स्रोता वा दर्शक) लाई जानकारी दिने उद्देश्यले व्यक्तित्व-अन्तर्वार्ता गरिन्छ। प्रायः यस्तो अन्तर्वार्तालाई जस्ताको तस्तै (वार्ताकै रूपमा) प्रस्तुत गरिएको हुन्छ। यद्यपि छापा माध्यमबाट प्रस्तुत गर्दा वार्ताको आधारमा लेख बनाउन नसिकने पनि होइन। त्यस्तै प्रसारण माध्यमका लागि वृत्तचित्र बनाउन पनि व्यक्तित्व अन्तर्वार्तालाई प्रयोग गर्न सकिन्छ। जसरी प्रस्तुत गरिए तापनि यस्ता अन्तर्वार्ताको उद्देश्य जनसमुदायलाई कुनै व्यक्तिका बारेमा जान्ने-बुझ्ने अवसर प्रदान गर्नु हो।

यस्ता अन्तर्वार्ताबाट जनसमुदायलाई अन्तर्वार्तादाता व्यक्तिको जीवनका विविध पक्षहरू बारेमा थाहा लाग्दछ। सो व्यक्तिको क्रियाकलाप, व्यवहार र विचार बारेमा यसबाट स्पष्ट पारिएको हुन्छ। व्यक्तित्व अन्तर्वार्ताबाट जनसमुदायलाई प्रेरणादायी सन्देश प्रवाह गर्न समेत सकिन्छ। सार्वजनिक जीवनमा अत्यन्त सफल मानिसको सफलताको रहस्य उजागर हुँदा त्यसबाट थुप्रै मानिसहरू लाभान्वित हुन सक्दछन्। साथै यस्तो अन्तर्वार्ताबाट कतिपय लुकेका प्रतिभाहरू बाहिर आउने पनि हुन सक्दछ। अनि सधैं देखे-सुनेकै व्यक्तिको पनि प्रकाशमा नआएको पक्ष यस्तो अन्तर्वार्ताबाट छर्लङ्गिन सक्दछ।

व्यक्तित्व अन्तर्वार्ताका लागि प्रसिद्ध, सुपरिचित वा चर्चित व्यक्तिलाई चयन गर्न सकिन्छ। व्यक्तित्व अन्तर्वार्तामा साहित्यकार, राजनीतिक नेताहरू,

अभिनेता, कलाकार, सुन्दरी (जस्तै : मिस नेपाल, मिस वर्ल्ड, मिस युनिभर्स), वैज्ञानिक, विशेषज्ञ तथा सामाजिक कार्यकर्ताहरू पनि समेटिएका हुन सक्छन् । त्यसै गरी विभिन्न क्षेत्रका प्रतिभा तथा नयाँ सीप र पौरख देखाउनेहरूको पनि व्यक्तित्व अन्तर्वार्ता गर्न सकिन्छ । कहिलेकाहिँ थकाइ मारिरहेको भरिया पनि यसका समेटिन नसक्ने होइन । समाजमा जे-जस्ता व्यक्तिहरू बारेमा जनसमुदायलाई जान्ने चासो रहेको हुन्छ, ती सबै व्यक्तित्व अन्तर्वार्ताका लागि छानिन योग्य हुन्छन् ।

अन्तर्वार्ताकारले जुन व्यक्तिको व्यक्तित्व अन्तर्वार्ता गर्ने हो, उनका बारेमा सके सम्म धेरै जानकारी प्रस्तुत गर्नु राम्रो हो तापनि उनका बारेमा पाठक, स्रोता वा दर्शकले कति जान्न चाहन्छन् भन्ने पक्ष पनि बिर्सनु हुँदैन । निर्धारित समय वा स्थानमा सुहाउँदो किसिमले उपयुक्त मात्राको प्रस्तुतिले नै जनसमुदायको मन जित्न सफल हुन्छ ।

(ग) विचार अन्तर्वार्ता : जुन अन्तर्वार्तामा अन्तर्वार्तादाताको विचार पक्षलाई उजागर गर्न खोजिएको हुन्छ, त्यसलाई नै विचार अन्तर्वार्ता भनिन्छ । यसमा कुनै घटना विशेषको तथ्यगत प्रस्तुति भन्दा पनि व्यक्तिको विचार जान्ने प्रयत्न गरिन्छ । यस्तो किसिमको अन्तर्वार्तालाई मत संकलन वा तर्क-संग्रह भने पनि हुने पत्रकारिता क्षेत्रका विज्ञहरू बताउँछन् । यसमा पत्रकारद्वारा कुनै घटना वा विषयका बारेमा व्यक्तिको राय बुझ्न खोजिन्छ । विचारका लागि गरिने अन्तर्वार्तामा विभिन्न व्यक्तिहरू समेटिन सक्छन् । समाचारीय मूल्य र आवश्यकता अनुसार जनप्रतिनिधि, सार्वजनिक महत्वका व्यक्ति, कुनै सम्बन्धित निकायका पदाधिकारी देखि लिएर सर्वसाधारण जनतासम्म जो-कसैको पनि अन्तर्वार्ता लिन सकिन्छ । कतिपय अवस्थामा विशेषज्ञका विचारले ठूलो महत्व राख्दछन् भने अन्य कतिपय अवस्थामा सर्वसाधारण जनताको विचारले देशको परिदृश्य नै परिवर्तन गरिदिने सम्भावना समेत हुन्छ ।

विचार अन्तर्वार्ताको एउटा विशेष स्वरूप हो मत संग्रह (Opinion Poll) । सर्वसाधारण जनतालाई चासो हुने विषयमा तिनीहरूको प्रतिनिधि-विचार पहिल्याउन यो प्रभावकारी उपाय हो । जस्तै : निर्वाचन अभियानका क्रममा कुन राजनीतिक दलको लोकप्रियता बढ्दो छ र कसको विजयको सम्भावना अधिक् छ भन्ने आकलन गर्न यसबाट मद्दत मिल्दछ ।

(घ) मनोरञ्जनात्मक अन्तर्वार्ता : अन्तर्वार्ता सधैं कुनै समाचारको लागि वा व्यक्तित्व परिचयका लागि वा विचार जान्नका लागि नै गरिन्छ भन्ने

केही छैन । यसलाई सामान्य मनोरञ्जनका निमित्त पनि उपयोग गर्न सकिन्छ । खासगरी टेलिभिजन प्रसारणमा मनोरञ्जनात्मक अन्तर्वार्ताको प्रयोग भएको देख्न सकिन्छ । कुनै राजनैतिक नेतालाई बोलाएर गीत गाउन लगाउने, चलचित्र तथा यसका कलाकारहरू बारेमा कुरा गर्ने, फुर्सदको क्षण बारेमा सोध्ने गरियो भने त्यस्तो अन्तर्वार्ताको अन्य दृष्टिकोणले त्यति महत्व नभए तापनि मनोरञ्जनका हिसाबले भरिपूर्ण हुन पनि सक्दछ । पत्रपत्रिका तथा रेडियो माध्यमबाट पनि यस्तो खालको अन्तर्वार्ता दिन नसकिने होइन ।

यस अतिरिक्त अन्तर्वार्ता लिइने तरिकाको आधारमा पनि अन्तर्वार्तालाई विभिन्न प्रकारमा बाँड्न सकिन्छ ।

(क) समय निर्धारण गरी लिइने अन्तर्वार्ता (Interview by appointment)
(ख) पत्रकार सम्मेलनको अन्तर्वार्ता (Press meet Interview)
(ग) प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष अन्तर्वार्ता (Face-to-face and Indirect Interview)
(घ) टेलिफोन अन्तर्वार्ता (Interview by Telephone)
(ङ) स्थलगत अन्तर्वार्ता (On-the-spot Interview)
(च) इमेल तथा च्याटिङ्ग अन्तवार्ता (Interview by email and chatting)
(छ) मौखिक वा लिखित अन्तरवार्ता (Oral or Written Interview)
(ज) सामुहिक अन्तर्वार्ता (Panel Interview)
(झ) तत्क्षणीय वा रेकर्डेड अन्तर्वार्ता (Live or Recorded Interview)
(ञ) पत्रव्यवहार अन्तर्वार्ता (Interview by post) आदि ।

समय निर्धारण गरी लिइएको अन्तर्वार्ता लाइभ (Live) पनि हुन सक्छ र रेकर्डेड् (Recorded) पनि हुन सक्छ । त्यसरी नै, पत्रकार सम्मेलनको अन्तर्वार्तालाई पनि लाइभ (Live) प्रसारण गर्ने गरेको देख्न सकिन्छ भने यो रेकर्डेड् पनि हुन् सक्छ । स्टुडियोमा लिइने अन्तर्वार्ता पूर्व-निर्धारित पनि हुन सक्छ र आकस्मिक पनि । यस्तै अरु अन्तर्वार्ताका सन्दर्भमा पनि बुझ्नु पर्छ ।

अन्तर्वार्ताको लागि तयारी

अन्तर्वार्ता लिनु भन्दा अगाडि विभिन्न किसिमका तयारी गर्नु पर्छ । यस क्रममा सबै भन्दा पहिलो कार्य अन्तर्वार्ता कसको लिने र के विषयमा लिने भन्ने कुरा अत्यन्त महत्वपूर्ण हुन्छ । वास्तवमा व्यक्ति र विषय-वस्तुको चयन अन्तर्वार्ताको सबै भन्दा पहिलो तयारी हो । व्यक्ति र विषय-वस्तुको चयन सम्वाददाता

अनुभवी रहेछ भने आफैले पनि गर्न सक्छ भने सम्पादकसँग सल्लाह गरेर उनको मार्गदर्शन अनुसार पनि हुन सक्छ । सम्वाददाताले विभिन्न सामग्रीको अध्ययन तथा सहकर्मी तथा साथीहरूसँगको अन्तर्क्रियाबाट पनि व्यक्ति र विषय-वस्तुको चयन गर्न मद्दत पाउँछ । तत्पश्चात् अन्तर्वार्ताको विषय र व्यक्ति दुवै बारेमा पर्याप्त अध्ययन गर्नु पर्छ ।

अन्तर्वार्ताका लागि छानिएका व्यक्तिको नाम, ठेगाना, निवास, कार्यालय, उनको विशेषज्ञता, उनका उपलब्धिहरू, उनले पुऱ्याएका योगदान सबैका बारेमा राम्ररी जानकारी हासिल गर्नु पर्छ । अन्तर्वार्तादाता (Interviewee) को वैचारिक पक्ष, उनले हासिल गरेका सम्मान, उनका कृतिहरू प्रकाशन भएका भए ती सबैको बारेमा समेत थाहा पाउनु अन्तर्वार्ताकारका लागि आवश्यक छ । उनको संलग्नता के कस्ता संस्थामा रहेको छ, उनका रुचि र अरुचि के छन्, आदि पनि थाहा पाउँदा अन्तर्वार्ताकारलाई अन्तर्वार्ता लिन सहज हुन्छ । अन्तर्वार्तादाताको बारेमा जानकारी नभई उनीसँग अन्तर्वार्ता लिनु पटक्कै राम्रो मानिँदैन । अन्तर्वार्तादाताका बारेमा जानकारी लिने स्रोतहरू विभिन्न किसिमका हुन सक्छन्– पूर्व-प्रकाशनहरू, 'हुज् हु' वा यस्तै अन्य समसामयिक प्रकाशनहरू, अन्तर्वार्तादाताले लेखेका वा उनका बारेमा लेखिएका पुस्तक तथा लेख आदिहरू, उनीसँग पहिले अन्तर्वार्ता लिइसकेका पत्रकारहरू, अन्तर्वार्तादाताका साथी, सहकर्मी तथा जानकारहरू, आदि ।

अन्तर्वार्ताको विषय-वस्तुको अध्ययन पनि अत्यन्त आवश्यक छ । विषय-वस्तुको ज्ञान नभई अन्तर्वार्ता लिन अघि सर्नु मूर्खता हुन्छ । यसबाट सूचनाको साझेदारी राम्रोसँग नहुने तथा अन्तर्वार्तादातासँग बिताइएको क्षण निरस हुने हुन्छ । विज्ञहरू सम्वाददाताको रूपमा यस्ता व्यक्तिको आशा गर्छन्, जसले कम्तीमा पनि विषय-वस्तुको आधारभूत जानकारी राखेको होस् । विषय-वस्तुको जानकारीका लागि सबै भन्दा राम्रो उपाय भनेको त्यस बारेमा पूर्व-प्रकाशित पुस्तक तथा पत्रपत्रिकाका लेखहरू पढ्नु नै हो । त्यस अतिरिक्त आफ्ना सहकर्मी तथा अन्य साथीहरूसँग अन्तर्क्रिया गरेर पनि जानकारी हासिल गर्न सकिन्छ । पृष्ठभूमिको पर्याप्त जानकारी राखेर अन्तर्वार्ता लिने व्यक्तिले मात्र अन्तर्वार्तादाता र पाठक दुवैलाई न्याय गर्न सक्छ ।

अन्तर्वार्ताको विषय-वस्तु र व्यक्तित्व चयन अत्यन्त सचेततापूर्वक गरिनु पर्छ । विषय-वस्तु पाठकका लागि रुचिकर तथा महत्वपूर्ण हुनु जरुरी छ भने चयन गरिएको व्यक्तित्व सो विषय-वस्तुको आधिकारिक विज्ञ हुनु पर्छ । यद्यपि

रमाइलोका लागि राजनीतिज्ञसँग सिनेमाका बारेमा र सिनेमाको कलाकारसँग साहित्यको बारेमा अन्तर्वार्ता लिन नसकिने चाहिँ होइन । त्यस्तै बढ्दो महंगीका बारेमा सामान्य भरियाको अन्तर्वार्ता पनि प्रभावकारी हुन सक्छ ।

यति भइसके पछि सम्वाददाताले अन्तर्वार्तादातासँग सम्पर्क गरेर समय र स्थान निर्धारण गर्नु पर्छ । समय र स्थान दुवैका लागि मिल्दो हुनु राम्रो मानिन्छ । यस्तो सम्पर्क आफैले सिधै पनि गर्न सकिन्छ भने कहिले काहिं तेस्रो पक्षको उपस्थिति पनि आवश्यक हुन सक्छ । आफूले सिधै सम्पर्क गर्दा अन्तर्वार्ता नपाइने, तर कसैले भनिदिएमा पाइने हो भने त्यो उपाय पनि अवलम्बन गर्नु पर्ने हुन्छ ।

सधैं पूर्व-निर्धारण भई अन्तर्वार्ता नहुन पनि सक्छ । छोटो समयमै अन्तर्वार्ताको लागि तयार हुनु पर्ने अवस्थामा पनि सम्वाददाता पछि पर्नु हुँदैन । यस्तो अवस्थामा पनि अन्तर्वार्तादाता कहाँ र कस्तो परिस्थितिमा भेटिने हुन् भन्ने बारेमा सम्वाददाता जानकार रहनु राम्रो हुन्छ । आकस्मिक वा तत्स्थानीय अन्तर्वार्ता लिनु परेको बेला पूर्व-तयारीका निमित्त समय नपाएको अवस्थामा सम्वाददाताले आफ्नो पूर्व-अनुभवको प्रशस्त सदुपयोग गर्न सक्नु पर्छ ।

अन्तर्वार्ताको तयारीमा अर्को चरण हो– प्रश्नहरूको खाका तयार पार्नु । सबै सम्भाव्य प्रश्नहरूको तयारी गरी तिनलाई क्रमबद्ध राख्दा पछि अन्तर्वार्ता सञ्चालन गर्न सजिलो हुनुका साथै अन्तर्वार्ता सुव्यवस्थित पनि हुन्छ । पर्याप्त समय छ भने अन्तर्वार्तादातालाई मुख्य-मुख्य प्रश्नहरू पहिल्यै टिपोट गराउन नसकिने होइन । यसबाट उनले तयारीका लागि समय पाई पाठकलाई बढी भन्दा बढी उपयुक्त सूचना प्रदान गर्न सक्षम हुन्छन् । प्रश्नहरू तयार गरिँदा ती सकेसम्म संक्षिप्त, स्पष्ट, द्विविधारहित होऊन् भन्नेमा ध्यान पुऱ्याउनु पर्छ । एउटै प्रश्नमा एक भन्दा धेरै कुराहरू जेलिएको हुनु राम्रो मानिँदैन । प्रश्नको उत्तर सिधै सकारात्मक वा नकारात्मक हुने (Yes/No question) हुनु पनि राम्रो होइन । प्रश्नहरूको सूची धेरै लामो हुनु हुँदैन र पछि अन्तर्वार्ताकै क्रममा उठेका पूरक प्रश्न समेत थपिँदा पनि अन्तर्वार्ता लामो र पट्यारलाग्दो नहोस् भन्नेमा सचेत रहनु पर्छ ।

अन्तर्वार्ता लिन जानुअघि आफ्नो सामान (जस्तै– टेपरेकर्डर, क्यामरा, नोटबुक, कलम आदि) को अवस्था जाँच गर्नु र पूर्ण तयार रहनु पर्छ । त्यस्तै सम्वाददाता अन्तर्वार्तादाताकहाँ जानका लागि सवारी साधनको अवस्था के कस्तो भन्नेमा पनि पहिल्यै सचेत रहनु पर्छ, नत्र पूर्व-निर्धारित समयमा नपुग्ने जस्ता समस्या आइलाग्न सक्छन् ।

अन्तर्वार्ताकारका लागि आवश्यक गुणहरू

एउटा असल सम्वाददाता बन्नका लागि चाहिने सबै गुणहरू असल अन्तर्वार्ताकारका लागि पनि आवश्यक पर्छन् । रिपोर्टिङकै एउटा विशेष विधा अन्तर्वार्ता पनि हो र एउटा दक्ष रिपोर्टर मात्र एउटा दक्ष अन्तर्वार्ताकार बन्न सक्छ । खासगरी मिलनसार तथा नम्र स्वभाव अन्तर्वार्ताकारका लागि वरदान नै साबित हुन्छ । अन्तर्वार्ता भनेको आत्मीय वातावरणमा हुनु पर्ने कुरा हो । यदि दुई पक्ष बीचमा आत्मीयताको अनुभूति हुन सकेन भने अन्तर्वार्ता सफल हुन सक्दैन । त्यसैले अन्तर्वार्ताकारले अन्तर्वार्तादातासँग तत्काल सुमधुर सम्बन्ध विकास गर्न सक्नु आवश्यक मानिन्छ ।

अन्तर्वार्ताको सञ्चालन

- अन्तर्वार्ता पूर्वनिर्धारित हो भने सोही समयमा र नत्र उपयुक्त समयमा सम्वाददाता अन्तर्वार्ता लिने स्थानमा पुगेको हुनु पर्छ । अन्तर्वार्ता लिन जाँदा आफ्नो लवाइ तडक-भडकयुक्त नहोस् भन्ने विचार पनि पुऱ्याउनु पर्छ ।
- अन्तर्वार्तादाता पूर्व-परिचित हुन् भने अभिवादन तथा सामान्य भलाकुसारीबाट कुराकानी प्रारम्भ गर्न सकिन्छ भने पूर्व परिचय छैन भने अभिवादन सहित आफ्नो र संस्थाको परिचयबाट कुराकानी सुरु गर्न सकिन्छ ।
- अन्तर्वार्ताको प्रारम्भ विषय-वस्तुको सामान्य उठानबाट गर्नु राम्रो हुन्छ । प्रश्नहरूको क्रम सामान्यबाट जटिलतिर हुनु पर्छ । सूचीमा भएका प्रश्नका साथसाथै पूरक प्रश्न पनि सोध्नु पर्छ ।
- अन्तर्वार्ताकार आफू कम बोल्ने र अन्तर्वार्तादाताको कुरा बढी सुन्ने गर्नु पर्छ । लामा तथा पट्यार लाग्दा प्रश्नहरू गर्ने र आवश्यकता नपरिकनै बीच बीचमा प्वाक्क बोलिरहने व्यक्तिलाई अन्तर्वार्ता दिन कसैले पनि रुचाउँदैन ।
- अन्तर्वार्तादाता बोलिरहँदा ध्यानपूर्वक टिपोट गर्नु पर्छ । अन्तर्वार्ता चलिरहँदा रेकर्डरले ठीकसँग काम गरे-नगरेको बेला-बेलामा ख्याल राख्नु पर्छ ।
- अन्तर्वार्तादातासँग जसरी हुन्छ बढी सूचना प्राप्त गर्नेतर्फ लाग्नु पर्छ । अन्तर्वार्तादाता भन्दा आफू जान्ने भएको भ्रममा कहिल्यै पर्नु हुँदैन । उनीसँग जोड्का तोड् गर्ने, बहसमा फँस्ने, मपाइँत्व देखाउने जस्ता कुरा पटक्कै गर्नु हुँदैन । यदि अन्तर्वार्ता लिँदालिँदै वातावरण अप्रिय हुन लागेको महसुस भएमा तत्कालै चतुरतापूर्वक (Tactfully) कुरा मिलाइ हाल्नुपर्छ ।
- विज्ञहरू भन्छन् कि अन्तर्वार्ताबाट सधैं सत्य निस्कन्छ भन्ने भ्रममा सम्वाददाता पर्नु हुन्न । यो त सत्य प्राप्त गर्ने प्रयासमध्ये एक हो । त्यसैले अन्तर्वार्ताकारले जानाजान वा नजानेर गरेका त्रुटि पत्ता लगाएर तिनलाई

हटाउन पनि अन्तर्वार्ताकार सचेत रहनु पर्छ । अन्तर्वार्तादाताप्रतिको सम्मान प्रदर्शनमा रत्तिभर आँच आउन नदिई उनका गलत कुरा (यदि केही भएमा) सच्याउनु अन्तर्वार्ताकारको सफलता हो ।

- अन्तर्वार्तादाताले बताएका मध्ये केही नबुझेको कुरा छ भने त्यसलाई स्पष्ट पार्न अनुरोध गर्नु पर्छ । कुरा नबुझिकन टिपोट गरेको खण्डमा पछि अनर्थ छापिन पनि सक्छ ।
- अन्तर्वार्तादाताले 'अफ् द रेकर्ड' भनेका कुरालाई त्यही रूपमा रहन दिनुपर्छ ।
- अन्तर्वार्तादातासँगको आफ्नो काम सकिएपछि पनि उनलाई झुलाइ रहने बानी पटक्कै राम्रो होइन । आफ्नो उद्देश्य पुरा भए पछि सम्वाददाताले बिदा मागिहाल्नु पर्छ । अन्तर्वार्तादाताको अरु कसैसँग अर्कै कार्यक्रम पूर्व-निर्धारित हुन सक्छ वा उनको कुनै व्यक्तिगत कामका लागि समय भइसकेको हुन सक्छ भन्ने कुरालाई भुल्नु हुँदैन ।
- अन्तर्वार्ताको अन्त्यमा अन्तर्वार्तादातालाई धन्यवाद दिन बिर्सनु हुँदैन । साथै, अन्तर्वार्ता छापिनु अगाडि केही कुरा बुझ्नु परेमा पुनः सम्पर्क राख्न अनुमति पनि लिनु पर्छ ।

यसरी अन्तर्वार्ता लिइसके पछि सम्वाददाता कार्यालयमा आएर त्यसलाई लेख्दछ । लेख्ने क्रममा अघि ख्याल नगरिएको, तर अहिले अस्पष्ट महसुस भएको केही प्रसंग आएमा अन्तर्वार्तादातासँग स्पष्टताको लागि सम्पर्क गर्न सकिन्छ । अन्तर्वार्ताको तयारी क्रममा गरिएको अध्ययन अपूरो भएको महसुस भएमा पुनः विषय-वस्तुको अध्ययन गर्न अल्छी मान्नु हुँदैन । समय पर्याप्त छ भने लेखिएको एक प्रति अन्तर्वार्तादातालाई देखाएर उनीबाट त्यो ठीक भएको प्रतिक्रिया लिएर मात्र छाप्नु राम्रो हुन्छ । अन्तर्वार्ताको प्रस्तुतिकरण आकर्षक हुनका लागि अन्तर्वार्ताको शीर्षक, लीड तथा उक्त अन्तर्वार्ता छापिने पृष्ठको पृष्ठ-संयोजनमा पनि विशेष ध्यान पुऱ्याउनु पर्छ ।

प्रेस विज्ञप्ति

प्रेस विज्ञप्ति पनि समाचारको एक महत्वपूर्ण स्रोत हो । एउटा पत्रकारले आफ्नो जीवनमा कैयौंपल्ट प्रेस विज्ञप्ति पढ्नु र त्यसैका आधारमा समाचार तयार पार्नु पर्ने हुन्छ । कहिले प्रेस विज्ञप्ति आफैले सम्पूर्ण समाचार बोकेको हुन सक्छ भने कहिले चाहिँ प्रेस विज्ञप्तिका आधारमा आफू रिपोर्टिङमा खटिएर मात्र समाचार पूरा हुन सक्छ । सम्वाददाताले प्रेस विज्ञप्ति पाउनासाथ त्यसलाई ध्यानपूर्वक पढेर त्यसमा रहेको समाचारीय मूल्य खुट्याउनु पर्छ । नेपाली भाषामा जेलाई '

प्रेस विज्ञप्ति' भनिन्छ, त्यसलाई अंग्रेजी भाषामा प्रेस रिलिज् (Press release), प्रेस नोट (Press note), प्रेस स्टेटमेन्ट (Press statement) तथा प्रेस ह्यान्डआउट (Press handout) पनि भनेको पाइन्छ ।

प्रेस विज्ञप्ति भनेको कुनै पक्षले आफ्नो आधिकारिक भनाइ प्रेसमार्फत् सार्वजनिक गर्नका लागि पठाएको आधिकारिक प्रलेख वा लिखत (Authorized document) हो । कुनै व्यक्ति, संस्था वा निकायले यस्तो विज्ञप्ति जारी गरेको हुन्छ । कहिलेकाहिँ प्रेस विज्ञप्तिमार्फत् नै अत्यन्त महत्वपूर्ण सूचना सार्वजनिक गरिएको हुन सक्छ । कुनै नयाँ घोषणा गर्न तथा कुनै कुराको खण्डन गर्नसमेत प्रेस विज्ञप्ति निकाल्न सकिन्छ । यसमा स्रोत स्पष्टसँग खुलाएर आधिकारिक व्यक्तिले हस्ताक्षर समेत गरेको हुन्छ । त्यसैले प्रेस विज्ञप्तिको विश्वसनीयता पनि हुन्छ ।

प्रेस विज्ञप्तिकै आधारमा मात्र समाचार बनाउन नसकिने होइन । प्रेस विज्ञप्तिका आधारमा समाचार लेख्दा सम्वाददाताले के यसको सन्दर्भ पाठकलाई स्पष्ट छ भन्ने कुरामा ध्यान पुऱ्याउनु पर्छ । आवश्यक परेको खण्डमा प्रेस विज्ञप्तिसँग जोडिएको पृष्ठभूमि पनि समाचारमा हुनु पर्छ । कहिलेकाहिँ त विज्ञप्ति प्राप्त भएपछि सम्वाददाताले स्थलगत भ्रमण गर्नु पर्ने, कसैको अन्तर्वार्ता लिनु पर्ने समेत हुन सक्छ ।

पत्रकार सम्मेलन

प्रायः प्रत्येक दिन नै मिडियाका कार्यालयमा कुनै न कुनै पत्रकार सम्मेलनको निम्ता आइरहेका हुन्छ । ती विभिन्न विषयमा विभिन्न पक्षले आयोजना गरेका हुन्छन् । वास्तवमा पत्रकार सम्मेलन पनि सूचनाको एक प्रमुख स्रोत हो । आफ्ना सम्वाददातालाई पत्रकार सम्मेलनहरूमा खटाएर मिडियाले विभिन्न महत्वपूर्ण समाचारहरू जुटाइरहेका हुन्छन् ।

कुनै पनि व्यक्ति, संस्था, निकाय आदिका तर्फबाट पत्रकारहरूलाई आधिकारिक तवरमा निमन्त्रणा गरेर गरिने सम्मेलन नै पत्रकार सम्मेलन हो । आयोजकले आफ्ना महत्वपूर्ण घोषणा, कुनै सन्दर्भमा आफ्नो विचार, पक्ष, कुनै विशेष निर्णय आदिका बारेमा सूचना सार्वजनिक गर्न यस्तो सम्मेलन आयोजना गर्छन् । राजनीतिक दलका नेता, विदेशी कूटनीतिक नियोग, समाजसेवी, विज्ञहरू, उद्योगी-व्यापारी मात्र होइन, सर्वसाधारणले पनि यस्तो सम्मेलन आयोजना गर्न सक्छन् । संक्षेपमा भन्नु पर्दा पत्रकार सम्मेलन जो कसैले, अनि जुनसुकै विषयमा पनि गरेका हुन सक्छन् । यसका लागि कुनै निश्चित नियम वा निश्चित विषयहरू छैनन् ।

कुनै पत्रकार सम्मेलनमा आफ्नो प्रतिनिधि पठाउने वा नपठाउने र कस्तो ' कभरेज्' दिने भन्ने निर्णय मिडियाले आफ्नो समाचारीय मूल्य (न्यूजभ्यालु) को सोच अनुसार गर्छन् । पत्रकार सम्मेलन आयोजना गर्न पाउनु सबैको अधिकार हो भने त्यसमा जाने वा नजाने र गएको खण्डमा पनि त्यसकालाई कभरेज् दिने वा नदिने भन्नेचाहिँ प्रेसको अधिकार हो ।

पत्रकार सम्मेलनमा जानु अगावै सम्मेलनको आयोजक तथा विषय-वस्तु बारेमा पूर्व जानकारी हुनु राम्रो हो । पत्रकारसम्मेलनमा सर्वप्रथम आयोजकले मुख्य विषयवस्तुमाथि प्रकाश पार्छन् र त्यसपछि प्रश्नोत्तरका लागि समय उपलब्ध गराइन्छ । पत्रकार सम्मेलनका क्रममा उपलब्ध हुने प्रश्नोत्तर वा अन्तर्वार्ताको अवसरलाई पत्रकारहरू महत्वपूर्ण ठान्छन् । तर यसमा धेरैजना पत्रकारहरूको उपस्थिति हुने हुनाले एक जनाले एक वा दुई प्रश्न मात्र सोध्ने अवसर प्राप्त हुने सम्भावना बढी हुन्छ । त्यसैले आफूले सोध्ने प्रश्न भोलिपल्ट 'हेडलाइन' बन्न सक्ने खालको होओस् भन्नेतर्फ सचेत भई सम्मेलन अघि नै पर्याप्त तयारी गर्नु पर्छ ।

प्राय: पत्रकारसम्मेलनमा प्रेसविज्ञप्तिसमेत उपलब्ध गराउने प्रचलन छ । कतिपय अवस्थामा अन्य लिखतहरू पनि उपलब्ध गराइन्छन् । तिनको प्रयोग गर्ने वा नगर्ने भन्ने निर्णय पनि न्यूजभ्यालुकै कसीमा जाँचेर गरिन्छ ।

पत्रकार सम्मेलनलाई पनि प्रेस कन्फरेन्स (Press Conference) र प्रेस ब्रिफिंग (Press Briefing) भनी दुई प्रकारमा वर्गीकरण गरेको पाइन्छ । कार्यक्रम आयोजनाको तरिका, उद्देश्य आदिका आधारमा दुवै उस्तै हुन्छन् । तर उच्चपदस्थ आधिकारिक व्यक्ति आफैँ उपस्थित भएर पत्रकारहरूको प्रश्नको उत्तर दिने कार्यक्रम भएमा प्रेस कन्फरेन्स र तिनका प्रवक्ता मात्र उपस्थित भएर अलि अनौपचारिक शैलीमा पत्रकारहरूसँग अन्तर्क्रिया गर्ने कार्यक्रम भएमा प्रेस ब्रिफिंग भन्ने गरेको प्रचलन देखिन्छ ।

माथि चर्चा गरिएका अन्तर्वार्ता, प्रेस विज्ञप्ति तथा पत्रकार सम्मेलन समाचार सङ्कलनका क्रममा कुनै पनि संवाददाताले बारम्बार प्रयोग गर्नु पर्ने आधारभूत समाचार श्रोतहरू पनि हुन् । तिनका अलावा अन्य श्रोतको पनि समुचित प्रयोग संवाददाताले गर्नु पर्ने हुन्छ ।

प्रसारण माध्यमका लागि रिपोर्टिङ्

प्रसारणमाध्यमको विकास नहुँदासम्म पत्रकारिता भन्नासाथ पत्रपत्रिकामार्फत् गरिने पत्रकारिता मात्र बुझिन्थ्यो । तर अहिले जुनसुकै प्रविधिको प्रयोग गरेर समाचार उत्पादन (संकलन, लेखन, सम्पादन) तथा वितरण गरिन्छ भने पनि त्यसलाई पत्रकारिता भनिन्छ । तसर्थ प्रसारणमाध्यमको प्रयोग गरी पत्रकारिता गरिन्छ भने त्यसलाई प्रसारण पत्रकारिता भनिन्छ । अर्थात्, यसमा रेडियो तथा टेलिभिजन प्रविधिलाई न्यूज आउट्लेट्को रूपमा प्रयोग गरिन्छ ।

पत्रकारिता जुनसुकै माध्यममार्फत् गरिए तापनि तिनमा केही आधारभूत समानता रहन्छन् । समाचार उत्पादन प्रक्रियामा गेटकिपिङ्, फ्रेमिङ्, प्राइमिङ्का अवधारणा सबै माध्यमका लागि उही हुन् । समाचारीय मूल्य निर्धारण गर्ने कुरामा पनि अवधारणागत समानता छ । उनै र उस्तै घटना, घटनाक्रम तथा विचारहरू अखबार, रेडियो, टीभी, अनलाइनमा समेटिने हुन् । तर माध्यमको प्रविधिजन्य विशेषताका कारण कार्यगत तहमा भने केही फरक पर्दछ । त्यसैले छापामाध्यमका लागि गरिने पत्रकारिता र प्रसारणमाध्यमका लागि गरिने पत्रकारिताबीचमा व्यावहारिक तहमा केही भिन्नता हुने हो ।

आमसञ्चारका अरु माध्यमको तुलनामा प्रसारण माध्यमको विशेषता के छ भने यसले घटनाको स्थलगत समाचार छिटो प्रसारण गर्न सक्छ । कुनै पनि समाचार स्थलमा पुगेर त्यहाँको समाचार विवरण संकलन गरी श्रोता सामु पुऱ्याउन रेडियो वा टीभीबाट जति छिटो सकिन्छ, पत्रपत्रिकाबाट त्यति छिटो हुन सक्दैन । दैनिक पत्रिकाको लागि अर्को दिनको संस्करण पर्खनु पर्दछ, साप्ताहिक हो भने सात दिन तथा पाक्षिक हो भने १५ दिन कुर्नु पर्ने हुन्छ । तर प्रसारण माध्यममा त्यही घटनालाई तत्काल वा घटना भएको केही समय पछि नै दर्शक/श्रोता सामु पेस गर्न सकिन्छ ।

रेडियो र टीभी बीचमा तुलना गर्ने हो भने रेडियो भन्दा टीभीमा प्राविधिक जटिलता हुन्छ । त्यसैले रेडियो भन्दा टीभीमा समय बढी लाग्न सक्छ । तर रेडियोमा चाहिँ सम्वाददाताले घटनास्थल वा सम्बन्धित ठाउँमा पुगेर समाचार संकलन गरी तत्काल प्रसारणसमेत गर्न सक्छ । समाचार संकलन गर्ने, त्यसलाई प्रसारणका लागि तयार पार्ने र प्रसारण गर्ने काम रेडियोमा केही सजिलो र छिटो छ । कुनै महत्वपूर्ण घटना कतै भयो भने रेडियो सम्वाददाता त्यहाँ पुगेपछि उसले तत्काल रेडियोबाट सो घटनाबारे समाचार प्रसारण गराउन सक्छ । सामान्य टेलिफोनको मद्दतले नै उसले त्यस्तो घटनालाई 'लाइभ्' प्रसारण गर्न

पनि सक्छ । टीभीमा पनि घटनालाई 'लाइभ्' प्रसारण गर्न सकिन्छ, तर यस्तो प्रक्रिया अलि खर्चिलो र जटिल खालको हुन्छ ।

प्रसारण माध्यममा रिपोर्टिङ् गर्दा सकेसम्म घटना विवरण झल्किने खालको ध्वनि वा आवाज संकलन गर्नु राम्रो हुन्छ । यसो गर्दा श्रोता/दर्शकले घटनाको नजिकै आफू रहेको महसुस गर्न पाउँछन् र यसको प्रभावकारिता पनि बढी हुन्छ । यस्तो आवाज वा ध्वनि समेत संकलन गर्न सम्वाददाताले केही प्राविधिक पक्षलाई पनि ख्याल गर्नु पर्छ । रेडियोका लागि हो भने आवाज रेकर्ड गर्न रेकर्डर घटनास्थल वा सम्बन्धित ठाउँसम्मै लैजानु पर्दछ । टीभी हो भने भिडियो क्यामेरा साथमै हुनु पर्‍यो । त्यतिले मात्र पनि पुग्दैन, संकलित आवाज वा दृश्य प्रसारण योग्य पनि हुनु पर्छ ।

प्रसारणका लागि रिपोर्टिङ् गर्दा घटना विवरण संकलनका साथै त्यसलाई पुष्टि गर्ने /साथ दिने आवाज वा दृश्य पनि संकलन गर्नु पर्दछ । प्रसारणका लागि समाचार लेख्दा विवरण सिलसिलाबद्ध बनाउँदा त्यस घटनासँग सम्बन्धित आवाज/दृश्यलाई पनि ठाउँ छुट्ट्याइन्छ । घटनाहरूको वास्तविकता देखिने अथवा त्यस्तो वातावरण झल्कने गरी 'साउण्ड क्लिप्स' (Sound clips) वा चित्र (Picture) समेटेर बनाइएको समाचारलाई 0-tone news भनिन्छ । यस्तो समाचार संकलन गर्न सम्वाददातासँग पनि केही चलाखी, समाचारीय मूल्य सम्बन्धी जानकारी र सम्बन्धित विषयको पूर्वज्ञान हुनु आवश्यक हुन्छ । यस बाहेक प्रविधिसँग खेल्न सक्ने थोरै सीप र कस्तो आवाज वा दृश्य प्रसारणका लागि ठीक होला भन्ने दक्षता पनि चाहिन्छ । यति हुँदा हुँदै पनि कहिलेकाहिँ कमजोर प्राविधिकपक्षले धोका दिन सक्छ । जस्तो : रेकर्डरमा ब्याट्री सकिनु, क्यामेराको रिल सकिनु, तस्वीर खिच्दा हल्लिनु वा आवाज संकलन गर्दा अनावश्यक आवाज ज्यादा रेकर्ड भइदिनु आदि ।

सम्वाददाताका लागि हरेक तथ्यहरू उत्तिकै महत्वपूर्ण हुन्छन् । समाचार लेख्दा घटना वा विषय-वस्तुसँग सम्बद्ध सबै पक्ष समेटिनु जरुरी हुन्छ । दर्शक/श्रोताले समाचारलाई अपूर्ण महसुस गर्‍यो भने त्यो समाचार सामग्री कमजोर ठहरिन्छ । त्यसैले आवश्यक सबै तथ्य र जानकारी सम्वाददाताले संकलन गर्नु पर्दछ जसबाट पछि समाचार लेख्दा पूर्ण होस् ।

विवरण, जानकारी वा तथ्य संकलन समाचारका लागि मात्रै हो भनेर चाहिँ बुझ्नु हुँदैन । यस्ता जानकारीहरू समाचार बाहेक अन्य शिक्षामूलक कार्यक्रम

वा मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमका निमित्त पनि उत्तिकै उपयोगी बन्न सक्छन् । पत्रपत्रिकाको लागि जुन श्रोतहरूबाट समाचार प्राप्त हुन्छन्, प्रसारण माध्यम (रेडियो र टीभी) मा पनि समाचार प्राप्त हुने श्रोतहरू उही हुन् । ती श्रोतबाट सूचना संकलन गर्न सम्वाददाताहरू खटिएका हुन्छन् । सम्वाददाताले विभिन्न समाचार-श्रोतबाट सूचना प्राप्त गर्नु र प्राप्त सूचनालाई आकर्षक समाचारका रूपमा ढाल्नु पर्दछ । यसमा उसको दक्षता, कलात्मकता तथा बौद्धिकताको प्रत्यक्ष प्रभाव परेको हुन्छ ।

पत्रकार सम्मेलन, प्रेसविज्ञप्ति, विभिन्न संघ-संस्था, विज्ञहरू, सम्बन्धित निकायका अधिकारीहरू, सभा-सम्मेलन आदिबाट प्रसारण माध्यमका लागि जुटाइएको समाचार विषय-वस्तुगत हिसाबले पत्रपत्रिकाको भन्दा फरक नभएतापनि प्रस्तुतिका हिसाबले भने निजात्मक विशेषतायुक्त हुन्छ । समाचार समिति, अन्य रेडियो-टीभी च्यानलहरू, विभिन्न पत्रपत्रिका आदि पनि समाचार श्रोतका रूपमा रहेका हुन सक्छन् ।

अनलाइन माध्यमका लागि समाचार रिपोर्टिङ्

पत्रकारिता प्रक्रिया वा समचार उत्पादन प्रक्रियाको हिसाबबाट हेर्दा अन्य न्यूजमिडिया र अनलाइन न्यूजमिडियाको पत्रकारिता प्रक्रिया वा समाचार उत्पादन प्रक्रियामा केही फरक छैन । कुनै पनि समाचारसामग्री उत्पादनका लागि अखबार, न्यूजम्यागाजिन, रेडियो, टीभीका लागि कार्यरत पत्रकारहरूले जुन प्रक्रिया पूरा गर्नु पर्ने हुन्छ, अनलाइन पत्रकारहरूले पनि तिनै प्रक्रिया पूरा गरेर समाचार उत्पादन गर्ने हुन् ।

समाचार संकलनबारे यसअघिका परिचर्चा अनलाइन न्यूजमिडियाका परिप्रेक्ष्यमा पनि सान्दर्भिक छन् । पत्रपत्रिकाको लागि जुन श्रोतहरूबाट समाचार प्राप्त हुन्छन्, प्रसारण माध्यम (रेडियो र टीभी) मा पनि समाचार प्राप्त हुने श्रोतहरू उही हुन् र अनलाइनका लागि पनि । त्यस्तै, समाचार संकलनका लागि प्रयोग गरिने आधारभूत तरिकाहरू (Basic techniques of newsgathering) पनि पत्रपत्रिका, रेडियो, टीभीका लागि जे हुन्, अनलाइनका लागि पनि तिनै हुन् । अनलाइन माध्यमका लागि समाचार बनाउन भनेर विभिन्न स्रोतहरूबाट विभिन्न समाचार संकलन विधि अपनाई जुटाइएका जानकारी विषय-वस्तुगत हिसाबले पत्रपत्रिका, रेडियो, टीभीको भन्दा फरक हुँदैनन् ।

समाचार लेखन

समाचार लेखनको परिचय

स्रोतसँग सम्पर्क गरी आवश्यक सूचना सङ्कलनपछि पालो आउँछ समाचार लेखनको । समाचार संकलन (Newsgathering) बगैंचाबाट विभिन्न प्रकारका फूलहरू टिप्नुजस्तै होभने समाचार लेखन (Newswriting) चाहिँ ती फूलहरूलाई सुन्दर ढंगले गुँथेर राम्रो माला तयार गर्नुजस्तै हो । पत्रपत्रिकाको लागि समाचार लेखन भन्नाले 'कपी तयार गर्ने' बुझिन्छ भने विद्युतीय सञ्चार माध्यमका लागि 'स्क्रिप्ट तयार पार्ने' भनी जनाउँदछ ।

जुन घटना, विषय-वस्तु वा विचारबारेमा समाचार तयार गर्ने हो, त्यससम्बन्धी सूचनाहरू संकलन गरिसकेपछि त्यसलाई समाचारको संरचनामा ढाल्नु पर्छ । समाचार कुन संरचनामा लेख्ने हो भन्ने सम्बन्धमा सम्पादकसँग राय लिएर लेख्न सकिन्छ । अनुभवी सम्वाददाताले यस्तो राय लिइरहनु पर्दैन, किनकि उसलाई अनुभवले नै सिकाउँछ । समाचार जनताका लागि लेखिने भएकाले आफ्ना पाठक, श्रोता वा दर्शकका रूपमा रहेका जनता को हुन् र कस्ता छन् भन्ने सामान्य अवधारणामा स्पष्ट भएर समाचार लेख्दा त्यस्तो लेखाइ प्रभावकारी हुन्छ ।

कतिपय संस्थामा सूचना सङ्कलन गर्न सक्ने, तर लेखनक्षमतामा कमजोर संवाददाताहरूलाई उनीहरूले गरेको टिपोट बुझाए मात्र पुग्ने र पूरै समाचार सामग्री तयार गर्नु नपर्ने (लेख्नु नपर्ने) सहुलियत पनि दिइएको हुन्छ । यस्तो अवस्थामा 'लेग रिपोर्टर' भनिने त्यस्ता संवाददाताले दिएको टिपोटका आधारमा सम्पादन समूहमै कार्यरत रहने कसैलाई समाचार लेखनको जिम्मेवारी दिइएको हुन्छ ।

समाचार लेखन एउटा कलात्मक सीप हो । सिकाइ र अनुभवबाट यस सीपलाई विकास गर्न सकिन्छ । ख्याल राख्नु पर्ने कुरा के छ भने समाचार लेखनको शैली भने एकै किसिमको हुँदैन । समाचार लेख्ने व्यक्तिको भाषागत समृद्धि एवं अभिव्यक्ति क्षमताले समाचार लेखनमा निर्णायक प्रभाव पार्दछ । त्यस्तै, समाचार संकलनका क्रममा रिपोर्टरले फ्रेमिङ् (Framing) र प्राइमिङ् (Priming) सहित गेटकिपिङ् (Gatekeeping) गरेजस्तै समाचार लेखनका क्रममा पनि गर्दछ । हामीले देखेकै कुरा हो कि एउटै घटनालाई पनि विभिन्न न्यूजआउट्लेट् (News outlet) ले फरक फरक किसिमबाट समाचार बनाइरहेका हुन्छन् । एउटै

स्रोतबाट पाएको उही सूचनालाई समाचार बनाउँदा विभिन्न पत्रपत्रिकाले फरक तरिकाले प्रस्तुत गरेका हुन्छन् ।

फ्रेमिङ्, प्राइमिङ् र गेटकिपिङ् (Framing, Priming and Gatekeeping)

फ्रेमिङ्, प्राइमिङ् र गेटकिपिङ् भनिने अवधारणाहरू नबुझी पत्रकारिता गर्न सकिँदैन । यी तीन अवधारणामध्ये गेटकिपिङ् बृहद् अवधारणा हो र यसभित्र फ्रेमिङ् र प्राइमिङ् दुवै पर्छन् ।

हरेक पत्रकारले फ्रेमिङ् र प्राइमिङ् कार्यमार्फत् गेटकिपिङ् पनि गरिरहेको हुन्छ । रिपोर्टरले समाचार संकलन गरिरहेको होस् वा समाचार लेखिरहेको होस्, उपसम्पादकले कपिएडिटिङ् गरिरहेको होस्, अनि सम्पादकले अन्तिम सम्पादकीय निर्णय गरिहेको अवस्था भए पनि सबै कार्यमा फ्रेमिङ् र प्राइमिङ् भइरहेको हुन्छ, अर्थात् गेटकिपिङ् भइरहेको हुन्छ ।

फ्रेमिङ्को अवधारणा फोटोग्राफीबाट आएको हो । फोटो खिच्ने बेलामा फोटोग्राफरको आँखा अगाडि विस्तृत दृश्यावली हुने भए तापनि ती सबैलाई क्यामेराको फ्रेमभित्र पार्न सम्भव हुँदैन, त्यसैले फोटोग्राफरले आफ्नो रोजाइअनुसारको निश्चित दृश्यावलीलाई मात्र क्यामेराको फ्रेममा कैद गर्न सक्छ । अर्थात्, फोटो खिच्दा केही दृश्यावली समेटिएका हुन्छन् भने केही दृश्यावली भने फ्रेमबाहिर परेका हुन्छन् । आफूले रोजेको दृश्यावलीलाई फ्रेमभित्र पार्ने कार्य नै फ्रेमिङ् हो । यता पत्रकारिताको सन्दर्भमा कुरा गर्दा पनि संसारमा क्षणक्षणमा अनेक घटनाहरू भइरहेका हुन्छन् र कैयौँ मानिसहरूले आफ्ना आफ्ना विचार अभिव्यक्त गरिरहेका हुन्छन्, तर ती सबै कुरा न्यूजमिडियामार्फत् दिइँदैन र सबै कुरा दिन सम्भव पनि हुँदैन । एकदमै थोरै घटना, अवस्था अथवा विचारले मात्र न्यूजमिडियामा कभरेज पाउँछन् । त्यो कभरेज पनि सबैले सबै घटना, अवस्था अथवा विचारलाई उही स्वरूप र उत्तिकै महत्व दिएर गर्दैनन् । न्यूजभ्यालु (समाचारीय मूल्य) भनिने अवधारणाको आधारमा तिनलाई छनोट गरिने प्रसंग हामीले अन्यत्र पनि चर्चा गरिसकेका छौँ । यसरी केही घटना, अवस्था अथवा विचारलाई न्यूजमिडियामा कभरेजका लागि छनोट गरी पत्रकारहरूले आफ्नो कभरेज क्षेत्र भित्र पार्छन् भने अन्यलाई बाहिर्याउँछन् । यसरी केही घटना, अवस्था अथवा विचारलाई कभरेजका लागि छनोट गर्ने कार्यलाई नै पत्रकारितामा फ्रेमिङ् भनिन्छ ।

कभरेज दिइने भनेर संकलित तथ्य वा विचारहरू सबैलाई उत्तिकै महत्व दिन सम्भव हुँदैन । उदाहरणका लागि, प्रधानमन्त्रीले कुनै आमसभामा सम्बोधन

गरेका छन् भने त्यसलाई समाचारमा कभरेज दिँदा उनले बोलेका कुराहरूमध्ये सबै कुरा राख्न सम्भव हुँदैन, अनि समावेश गरिने कुरामध्ये पनि सबैलाई लीडमै समावेश गर्न सकिँदैन। मानौँ उनले दुई घण्टाको भाषण गरेका रहेछन् भने दर्जनौँ विषयवस्तु वा मुद्दाबारे बोलेका हुन सक्छन्। उनले उठाएका विभिन्न विषयवस्तु वा मुद्दाहरूमध्ये केही विषयवस्तु वा मुद्दा मात्र सम्वाददाताले समाचारका लागि उपयुक्त ठान्न सक्छ। अनि समावेश गरिन लागेका विषयवस्तु वा मुद्दाहरूमध्ये पनि सम्वाददाताको न्यूजसेन्सले पाठकका लागि सर्वाधिक महत्वपूर्ण वा रुचिकर हुन सक्ने भनी ठम्याएकोचाहिँ मात्र लीडमा पर्न सक्छ। त्यसैले प्रधानमन्त्रीले बोलेका कुरामध्ये पनि महत्वको आधारमा प्राथमिकता निर्धारण गर्नु पर्ने हुन्छ। यसरी समाचारमा समेट्न लागिएका तथ्य वा विचारमध्ये कुनैलाई विशेष महत्व वा प्राथमिकता दिने कार्यलाई नै पत्रकारितामा प्राइमिङ् भनिन्छ।

फ्रेमिङ् त पत्रकारले समाचार संकलनकै क्रममा अधिकांशतः गरिसकेको हुन्छ। यससम्बन्धी थप कार्य सूचना प्रशोधन (Processing of information) का क्रममा सम्पन्न हुन्छ। फ्रेमिङ् सकिएपछि, अर्थात् कुन कुन तथ्य वा विचार समाचारसामग्रीमा समावेश गर्ने हो भन्नेमा प्रष्ट भइसकेपछि प्राइमिङ् सुरु हुन्छ। प्राइमिङ्मा स्पष्टता नभइकन समाचार लेखन आरम्भ हुन सक्दैन।

वैचारिकरण वा एडिटोरिएलाइजेसन (Editorialization)

समाचारलाई तथ्य वा स्रोतकै उद्धरणका आधारमा स्वतः प्रष्टिन नदिई सम्पादक, प्रकाशक, सञ्चालक, सम्वाददाताको व्यक्तिगत आग्रह, पूर्वाग्रह, पक्षपातअनुरूपको दृष्टिकोणमा ढाल्ने कार्यलाई एडिटोरिएलाइज् गरिएको (To editorialize) भनिन्छ र यस्तो प्रक्रियालाई एडिटोरिएलाइजेसन (Editorialization) भनिन्छ। समाचार पत्रकारको विचार थोपर्नु अर्थात् एडिटोरिएलाइज् गर्नु अनैतिक कार्य मानिन्छ।

सम्पादकीयबाहेक अन्य सामग्रीमा सम्पादक, प्रकाशक, सञ्चालक, सम्वाददाता कसैको पनि व्यक्तिगत आग्रह, पूर्वाग्रह, पक्षपातले स्थान पाउनु हुँदैन भन्ने कुरा पत्रकारितामा पूर्ण स्थापित मान्यता हो। कुनै मुद्दामा कहिलेकाहिँ व्यक्तिगत धारणा सार्वजनिक गर्ने मन लागेमा आफ्नै नामसहित विचारमूलक लेख वा टिप्पणीमार्फत् मात्र गर्न सकिन्छ, तर समाचारमाचाहिँ त्यस्तो कहिल्यै गर्न हुँदैन भन्ने मान्यता छ। कुनै पक्षको कमी, कमजोरी, आलोच्य पक्ष छ अथवा सह्राहनायोग्य विशेष कुरा छ भने सरोकारवाला पक्षहरूलाई स्रोतका रूपमा उद्धरण गर्दै त्यसलाई उल्लेख गर्न सकिन्छ। तर स्रोतलाई स्थान दिँदा एक्कुरेसी (Accuracy) र ब्यालेन्स (Balance) को सिद्धान्तको मर्यादालाई मिच्न भने

पाइँदैन, तबमात्र उक्त न्यूजमिडियाले क्रेडिबिलिटी (Credibility) कमाउन सक्छ । सर्वोत्तम अवस्थाचाहिँ के हो भने समाचारमा प्रस्तुत गरिएका तथ्य वा तथ्यांकबाटै यस्ता कुरा स्वतः स्पष्ट हुनु पर्छ । तब मात्र समाचारमा वस्तुनिष्ठता कायम रहन्छ र पत्रकारिताको धर्म पनि सही रूपमा निर्वाह हुन्छ ।

सैद्धान्तिक मान्यता यस्तो भए तापनि व्यावहारिक रूपमा के देखिन्छ भने थुप्रै पत्रकारहरूले समाचारमा आफ्ना व्यक्तिगत आग्रह, पूर्वाग्रह, पक्षपात पनि घुसाइहाल्छन् । पत्रकारिताविद्हरू समाचारसामग्रीमा एडिटोरिएलाइजेसन सकेसम्म हुनै हुँदैन भन्नेमा जोड दिन्छन् । समाचारमा एडिटोरिएलाइजेसन कुनै वाद, पार्टी वा समूहप्रतिको झुकावका रूपमा प्रस्तुत भइरहेको हुन सक्छ । त्यस्तो झुकावलाई विष तथा विस्फोटक मान्दै त्यसलाई कुकृत्यकारीसमेत भनिएको पाइन्छ :

समाचारमा झुकाव हुँदा के हुन्छ भन्ने विषय आमसञ्चार क्षेत्रको बडो रमाइलो प्रसंग हो । झुकावबाट समाचारभित्रको सन्देश कुसूचना, अर्ध-सूचना, प्रोपोगण्डा वा एकतर्फी खबरमा परिणत हुने हुनाले स्वतन्त्र प्रेसको मान्यता अपमानित हुन पुग्छ, खास अर्थमा सुसूचित हुने जनताको अधिकार खोसिन जान्छ । आमसञ्चारमाध्यमले समाजलाई सूचित, शिक्षित र मनोरञ्जित गराउन लिएको दायित्वमा यसले प्रत्यक्ष आघात पार्छ । झुकावमा समाचार विष बन्न पुग्छ ।

झुकावपूर्ण समाचार सामग्री सूचना संसारका माइन (जमिनमुनि बिछ्याएको विस्फोटक) हुन् भनेर अनेक आमसञ्चारकर्मी र आमसञ्चारशास्त्रीले औँल्याएका छन् । तिनले झुकावकै सम्भावनालाई ध्यानमा राखेर आमसञ्चारबाट डिस्फंक्सन (कुकृत्य) हुनसक्ने कुरामा समेत सचेत गराएको पाइन्छ । सूचना झुकावपूर्ण भइदिँदा आमसञ्चारमाध्यम कुसूचित गर्ने, कुशिक्षित पार्ने र कुमनोरञ्जित गर्ने साधनमा परिणत हुने कटु यथार्थमा तिनले प्रकाश पारेको देखिन्छ । (रेग्मी, वि.सं. २०६५ वैशाख-असार, पृ. ९)

झुकाव, वैचारीकरण वा एडिटोरिएलाइजेसन भनिने रोगले नेपालका पत्रकारहरूलाई पनि ज्यादै संक्रमित गरेको पाइन्छ । पत्रकारिता पेसामा लागेकाहरू शुद्ध पत्रकार मात्र नभई विभिन्न राजनीतिक दलका कार्यकर्ता हुने अवस्था रहेकाले आफ्ना राजनीतिक आबद्धताअनुरूपका आग्रह, पूर्वाग्रह, पक्षपाती सोच राख्ने गर्दछन् । नेपालमा विभिन्न राजनीतिक दलको लगानीमा पत्रपत्रिका, रेडियो, टीभी सञ्चालन गर्ने, तर उक्त मिडिया राजनीतिक दलको लगानीमा चलिरहेको छ भन्नेचाहिँ खुलासा नगर्ने प्रवृत्ति पनि छ । त्यस्ता

पत्रपत्रिका, रेडियो, टीभीले समाचारमार्फत् प्रोपागान्डा मच्चाउन त धक मान्दैनन् भने एडिटोरिएलाइज् गर्न किन पछि पर्थे र । तर मर्यादित पत्रकारिता गर्न चाहनेले आफूलाई यस रोगबाट मुक्त राख्नै पर्छ ।

सन्तुलन हुँदा समाचार अमृत बन्ने र झुकाव भयो भनेचाहिँ विष पल्टने (रेग्मी, वि.सं. २०६५ वैशाख-असार) तथ्यलाई हरेक पत्रकारले ख्याल राख्नै पर्छ र समाचारमा वैचारिकरण वा एडिटोरिएलाइजेसनबाट बच्नै पर्छ । यसका लागि अपनाउन सकिने केही उपाय निम्नानुसारका छन् :

- तथ्य, तथ्यांक दिँदा आधिकारिक स्रोतबाट लिएर, पुष्टि गरेर एवं यथार्थ यकीन गरेर मात्र दिने
- विचार दिँदा विविध पक्षका विचार समेट्ने
- समाचारमा कभरेज दिन लागिएको घटना, विचार, अवस्थालाई मिडियाका मालिक, सञ्चालक तथा पत्रकारहरूको व्यक्तिगत स्वार्थको कसीमा आँकलन नगर्ने
- पूर्वाग्रही भएर तथ्य, तथ्यांक, विचारलाई फ्रेमिङ् र प्राइमिङ् नगर्ने
- सम्वाददाता, उपसम्पादक, सम्पादक आदिको विचार व्यक्तिगत विचार वा दृष्टिकोण नथोपर्ने

समाचार लेखन : सैद्धान्तिक चर्चा

समाचार लेख्न थाल्नुअघि नै कस्तो प्रकारको समाचार लेख्नु आवश्यक छ वा उपयुक्त हुन्छ वा जिम्मेवारी प्राप्त छ भन्ने कुरामा सम्वाददाता स्पष्ट हुनुपर्छ । अन्यथा उसले लेखेको न्यूजकपी व्यर्थ साबित हुन सक्छ। जस्तै : न्यूजम्यागाजिनका लागि समाचार विश्लेषण लेख्ने जिम्मेवारी पाएको सम्वाददाताले हार्डन्यूज लेखेर कपीडेस्कसमक्ष बुझायो भने अनर्थ हुन्छ ।

समाचार कसरी लेख्ने भन्ने कुनै निश्चित गणितीय सूत्र पक्कै छैन । यसका लागि केही सैद्धान्तिक मान्यताहरू भने छन् । जस्तै :

क) आलेख आकर्षक, संक्षिप्त, कसिलो र स्पष्ट हुनु पर्छ ।

ख) समाचारको प्रस्तुति महत्वपूर्ण प्रसंगबाट कम महत्वपूर्णतिर गएको हुनु पर्छ ।

ग) अनावश्यक वाक्यांशबाट वाक्य शुरु गर्नं हुँदैन ।

घ) गम्भीर र नयाँ तथ्यका लागि श्रोत उल्लेख गर्नं पर्छ ।

ङ) समाचारमा सम्वादाताले आफ्नो विचार दिनु हुँदैन र विशेषणको प्रयोग पनि गर्नं हुँदैन ।

च) शब्दको उचित चयनका साथै प्राविधिक र असामान्य शब्दलाई व्याख्या गर्नपर्छ ।

छ) वाक्य संरचनामा विविधताको खोजी गरिनु पर्छ ।

ज) व्यक्तिको नाम लेख्दा पूरा नाम र परिचय दिनु पर्छ ।

झ) गलत अर्थ लाग्ने वाक्यको प्रयोग गर्नु हुँदैन र समाचारलाई तथ्यपूर्ण बनाउनु पर्छ ।

ञ) पाठकको रुचिका आधारमा समाचारको लम्बाइ निर्धारण गरिनु पर्छ ।

ट) व्याकरण र भाषागत प्रस्तुतिमा विशेष ध्यान दिनुको साथै सम्बन्धित समाचार संस्थाको शैलीपुस्तिका (स्टाइलबुक) को प्रयोग गर्नु पर्छ ।

यसैगरी, समाचार संकलन र लेखन सम्बन्धमा रबर्ट गनिङले दश सिद्धान्तहरू उल्लेख गरेका छन् । ती हुन्–

क) वाक्य छोटो हुनुपर्छ । (Short Sentences)

ख) सरल वाक्यमा जोड (Simple Sentences)

ग) चलनचल्तीका शब्दको प्रयोग (Colloquial Words)

घ) अनावश्यक शब्दहरू हटाउने (Avoiding Unnecessary Words)

ङ) वाक्य कार्यमुखी हुनुपर्छ । (Function Oriented Sentences)

च) लेखन कुरा सम्वाद शैलीमा हुनुपर्छ । (Conversational Style)

छ) पाठकलाई तस्वीरमय प्रभाव पार्ने गरी शब्द प्रयोग गर्ने । (Imageable Words)

ज) पाठकको अनुभवसँग मिल्ने ढङ्गमा प्रस्तुति तयार पार्ने । (Presentation that matches the readers interest)

झ) विविधताको पूर्ण प्रयोग (Use of diversity)

ञ) अभिव्यक्ति दिन लेख्ने, प्रभाव पार्न होइन । (Write to express; not to impress.)

जे. एडवर्ड मुरेले समाचार संकलन र लेखनका आठओटा सामान्य सिद्धान्त (Principle of Reporting) उल्लेख गरेका छन् । ती हुन्–

(क) तथ्य (Accuracy)

(ख) दोहोरो परीक्षण (Double checking)

(ग) सूत्रोल्लेख (Disclose of sources)

(घ) निष्पक्षता (Fairness)

(ङ) तथ्य अन्वेषण (To get facts)

(च) विवादास्पद सामग्रीमा प्रत्यक्ष कथनको समाविष्टी (Direct quotation for controversial material)
(छ) जिम्मेवारीपूर्ण र सन्तुलित समाचार प्रस्तुति (Responsible and balanced news presentation) र
(ज) स्वार्थपूर्ण संघर्षप्रति सचेतता (Beware of conflict of interest)

मेन्चरले राम्रो लेखनका लागि केही सल्लाह दिएका छन्–

(क) आफूले समाचारमार्फत् भन्नु पर्ने के हो भन्नेमा स्पष्ट भएपछि मात्र लेखनकार्य सुरु गर्नुहोस् ।
(ख) आफूले कुरा गर्ने शैलीमा लेख्नुहोस् ।
(ग) वाक्य छोटो लेख्नुहोस् ।
(घ) उपयुक्त उद्धरणहरू प्रयोग गर्नुहोस् ।
(ङ) आफूले मेसो पाइरहेका प्रचलित शब्दहरू नै प्रयोग गर्नुहोस् ।
(च) समाचार सामग्रीलाई परिष्कार गर्न सकिने छ भने त्यसो गर्न अल्छ्याइँ वा हिच्किचाहट नमान्नोस् ।
(छ) तथ्यहरूलाई आफै बोल्न दिनुहोस्, आफ्नो विचार नथोपर्नुहोस् ।

समाचार लेखन : संरचनागत चर्चा

समाचार आफैंमा गतिशील एवम् परिवर्तनशील तत्व भएकोले यसको बनोट पनि परिवर्तन गर्न मिल्ने खालको हुनुपर्छ । छापामाध्यमको सन्दर्भमा कुरा गर्दा समाचार पढ्न र संपादन (थपघट वा काँटछाँट) गर्न मिल्ने हुनुपर्छ । तर यसको कुनै गणितीय सूत्र छैन । समाचारको महत्व र प्रकृति, समाचारपत्रमा उपलब्ध स्थान, समाचारको सान्दर्भिकता आदिले पनि समाचारको बनोटलाई निर्धारण गर्छन् ।

आमुख, तथ्य, उद्धरण, पृष्ठभूमि आदि समाचारका महत्वपूर्ण अंग मानिन्छन् । ठोस समाचार वा 'हार्ड न्यूज' मा लीड (पहिलो अनुच्छेद) मा समाचारको केन्द्रीय आशय वा सन्देशलाई समावेश गरिन्छ । सोही आशय वा सन्देशलाई पुष्टि गर्ने काम तथ्य, उद्धरण, पृष्ठभूमि र अन्य सान्दर्भिक विवरण (तुलनात्मक रूपमा कम महत्वको जानकारी) ले गर्छन् ।

यसरी समाचारमा प्रयोग गरिने मुख्य तत्वहरूको सम्बन्ध एउटै धागोमा उनिएको रङ्गीचङ्गी फूलजस्तै हुनुपर्छ । यसो भएन भने एउटा अनुच्छेद र अर्को अनुच्छेदबीचको सम्बन्ध टुटेर समाचारको प्रवाह र प्रसंग विशृंखलित हुनपुग्छ ।

समाचारलाई शुरुदेखि अन्त्यसम्मै प्रवाहमय र चित्रमय बनाइराख्न घट्नाक्रम वा प्रसंगलाई जोड्न सघाउने वाक्यांश र सूत्रहरू आवश्यकताअनुसार प्रयोग गर्नुपर्छ ।

समाचारमा उल्लेख भएको घट्नाबारे ज्यादै खुलस्त ढंगमा विवरण पस्कन समाचार लेख्ने ब्यक्ति सक्षम हुनुपर्छ । अर्थात घट्नाको विवरण पढिसकेपछि पाठकको मनमा घट्नाबारे कुनै जिज्ञासा नै बाँकी रहन दिनुहुन्न ।

समाचारको बनोट (ढाँचा) मूलतः तीन प्रकारका छन्–

(क) उल्टो पिरामिड (Inverted pyramid)
(ख) वर्णनात्मक (Descriptive or Chronological)
(ग) आवरग्लास (Hourglass)

समाचारको उल्टोपिरामिड संरचना

उल्टो पिरामिडको कुरा गर्दा पिरामिड भनेको के हो भन्ने कुरा जान्न आवश्यक हुन्छ । प्राचीन समयमा मिश्रमा निर्मित तलबाट माथितिर सानो हुँदै गएको ढुँगाबाट बनेको तीनपाटे बिशाल घर नै पिरामिड हो । समाचारमा प्रयोग हुने उल्टो पिरामिडको अवधारणाले भने पिरामिडको सबैभन्दा गहकिलो (महत्वपूर्ण) भागलाई माथितिर र कम गहकिलो (महत्वपूर्ण) भागलाई क्रमिक रूपमा तलतिर राख्ने मान्यतालाई अघि सार्छ। समाचारमा लीड, तथ्य, उद्धरण, पष्ठभूमि र अन्य सान्दर्भिक विवरणको सही प्रयोग उल्टो पिरामिडको मान्यताअन्तर्गत पर्छन् ।

- आमुख : समाचारको सार, मुख्य कुरा
- मुख्य तथ्य
- थप तथ्यहरू
- जानकारीको महत्वका आधारमा क्रमैसँग थप जानकारी उल्टो पिरामिड संरचना प्राचीन कालदेखि प्रयोग हुँदै आएको समाचार लेखन पद्धति हो । यस पद्धतिको प्रयोग संसारभरि व्यापक रूपमा भएको पाइन्छ । यस संरचना अनुसार अति महत्वपूर्ण कुरा पहिले र कम महत्वका कुरा पछि लेखिने गरिन्छ । यसलाई 'कस्सिएको लेखन विधि' पनि भन्ने गरिएको छ । ब्रेकिङ न्यूज भनिने समाचार पनि यसै ढङ्गमा सबै माध्यममा प्रस्तुत गरिन्छ ।

केही व्यक्तिहरूले उल्टो पिरामिडमा धेरै पुनरुक्ति छ भनेर यसको आलोचना गर्छन् । त्यसरी आलोचना गर्नेहरूले यसलाई प्रयोग गर्न नहुने सल्लाह दिएका

छन् । हेडलाइन, सुरुको अनुच्छेद र समाचारको शरीर भागमा पनि त्यही कुरा लेख्दा समय र स्थानको दुरुपयोग हुने तिनीहरूको तर्क छ । तथापि, आफ्नो विशेषताको कारण उल्टो पिरामिड शैलीको प्रयोग आमसञ्चारका सबै माध्यमहरूमा भइरहेको छ ।

उल्टो पिरामिडमा समाचार लेख्दा आमुख सकभर छोटो हुनुका साथै प्रथम प्यारा (अनुच्छेद) मा नअटाएका प्रसंगलाई दोस्रो प्यारामा राख्ने, तेस्रो प्यारामा पृष्ठभूमि प्रस्तुत गर्ने, चौथो प्यारामा निरन्तरता, सातौमा क्रम, आठौ र नवौमा थप महत्वपूर्ण पुरा दिनु, प्रत्येक प्याराबीच सम्बन्ध कायम राख्ने, अन्त्य गर्न नखोज्ने र समाचारदाताको विचार नदिने जस्तो कुरामा ध्यान दिनु पर्दछ ।

समाचारको वर्णनात्मक संरचना

वर्णनात्मक ढाँचाले घटनाबारे कालक्रमगत (chronological) विवरण पेस गर्छ । समाचारमा सबैभन्दा मुख्य कुरा पहिले दिनुपर्छ भन्ने उल्टो पिरामिड संरचनाको मान्यताविपरित यसले सबैभन्दा पहिले के भएको थियो भन्ने कुरालाई नै पहिले दिनुपर्छ भन्ने मान्यता राख्छ । यसमा समाचारको केन्द्रीय सन्देश वा सबैभन्दा महत्वपूर्ण तथ्यलाई पहिलो अनुच्छेदमै राखिँदैन, घटनाको वर्णनको क्रममा कालक्रमगत हिसाबले जहाँनेर पर्छ सोही स्थानमा राखिन्छ । घटनाहरूको क्रम बुझ्नका लागि यस्तो ढाँचाले मद्दत पुर्‍याउँछ । तर यो ढाँचा हाल खासै प्रयोगमा छैन ।

समाचारको आवरग्लास संरचना

वर्णनात्मक र उल्टो पिरामिड ढाँचाको विकल्पमा आवरग्लास (Hourglass) ढाँचाको विकास भएको छ । यसमा पहिले महत्वपूर्ण विषय-वस्तु प्रस्तुत गरिन्छ र पछि क्रमिक रूपले घटनाको विवरण एकपछि अर्को (महत्वको आधारमा होइन, घटित भएको आधारमा) प्रस्तुत गरिन्छ । आवरग्लास ढाँचामा पनि महत्वपूर्ण जानकारी प्रारम्भमा राखिएको हुन्छ र त्यसपछि कथा भन्ने शैलीमा समाचारको वर्णन हुन्छ र महत्वपूर्ण जानकारी तलका अंशमा पनि दोहोरिएको हुन्छ । यसले पाठकलाई घटनाक्रमको समग्र प्रस्तुति दिन्छ । यसमा उल्टो पिरामिडमा झैं असन्तुलन (प्रारम्भ महत्वपूर्ण र अन्त्य कम महत्वपूर्ण हुने) हुँदैन ।

समाचारको योजनाबद्ध लेखन

समाचार लेख्ने क्रममा भने सबै भन्दा पहिले लीड लेखिन्छ, त्यसपछि बडी लेखिन्छ । हेडलाइन सबै भन्दा माथि रहने भए तापनि यो निश्चित गर्ने काम सबै भन्दा पछाडि मात्र हुन्छ ।

लीड लेखन (Writing the Lead)

समाचारको शीर्षकपछि पाठकको नजर ठोक्किने ठाउँ लीड नै हो । त्यसैले लीड आकर्षक र रुचिकर हुनैपर्छ; तर यसकालागि कुनै निश्चित सूत्र बनेको छैन । लीड कसरी आकर्षक र सन्देशमूलक बनाउने भन्ने कुरा समाचार लेखकको सोच, कल्पनाशीलता र विश्लेषणात्मक क्षमतामा भर पर्छ ।

कतिपय अवस्थामा समाचारको लीड एक वाक्यमा मात्र लेखिएको हुनसक्छ भने कहिलेकाहिँ समाचारको पहिलो अनुच्छेद (paragraph) पूरा नै लीडको रूपमा रहेको हुन सक्छ ।

सैद्धान्तिक रूपमा लीड लेख्दा निम्नानुसारका कुराहरू ख्याल राख्नै पर्छ :

- लीड र हेडलाइनबीच संगति हुनुपर्छ ।
- लीडले समाचारमा समेटिएको सर्वाधिक महत्वपूर्ण (वा सर्वाधिक रोचक) सूचनालाई प्रस्तुत गरेको हुनुपर्छ ।
- पुराना प्रसंगबाट लीडको सुरुवात गर्नु हुँदैन, प्रत्युत लीडमा दिइएको सूचना सामयिकता (Timeliness) को कसीमा खरो उत्रनु पर्छ ।
- सकेसम्म सरल एवं छोटो वाक्यको प्रयोग गर्नुपर्छ ।

लीड उपयुक्त एवं आकर्षक बनाउन नसक्नु समाचारलेखकको ठूलो कमजोरी मानिन्छ । लीड लेख्न नजान्नेहरू समाचार लेख्नका लागि योग्य नै ठानिँदैनन् । अचेल कतिपय समाचारसंस्थाहरू (न्यूजमिडिया) ले त लीड विशेषज्ञहरू नै नियुक्त गरिराखेका हुन्छन् । हेडलाइन पढेर लीडसम्म आँखा डुलाउन आइपुगेको पाठकको ध्यानलाई बाँधिराखेर पूरै समाचार पढ्न उत्प्रेरित गर्ने तत्व नै लीड हो र यसो गर्न असफल लीडको औचित्यमाथि नै प्रश्न खडा हुन पुग्दछ ।

विभिन्न प्रकारका लीडहरू

द्रुत वा तीब्र प्रभावी आमुख (Bullet Lead) : बन्दुकको नालबाट छुटेको गोलीले प्रत्यक्ष र सोझो असर पारेझैं द्रुत वा तीव्रप्रभावी आमुख वा 'बुलेट लीड' ले पाठकलाई घटनाको मूल वा केन्दीय पक्षको सम्बन्धमा सीधा जानकारी दिन्छ । यो सरल र संक्षिप्त हुन्छ ।

प्रत्यक्ष वा सारांश आमुख (Direct or Summary Lead) : समाचारको सार खिचेर तयार पारिएको लीडलाई प्रत्यक्ष वा सारांश (डाइरेक्ट वा समरी) लीड भनिन्छ । यस्तो किसिमको लीड राखिएको समाचारमा बडीलाइन भने लीडको व्याख्याका रूपमा रहेको हुन्छ, अर्थात् जुन कुरा लीडमा संक्षेपमा भनिएको हुन्छ

त्यसैको विस्तृत विवरण बडीलाइनमा दिइन्छ ।

यस्तो लीडको आलोचना गर्नेहरूले के भन्छन् भने यसमा एकै वाक्य वा अनुच्छेदमा धेरै जानकारी समेटिने हुनाले पाठकका लागि सहजै बोधगम्य नहुन सक्छ । यसको पक्ष लिनेहरूले के भन्छन् भने समाचारमार्फत् दिन खोजिएको जानकारी संक्षिप्तमै भए पनि लीडबाटै पाउन सक्ने हुनाले यसले पाठकलाई एकै झलकमा राम्ररी सूचित गर्छ र समय नभएको खण्डमा बडीलाइन पढ्न नभ्याइएमा पनि खास जानकारीबाट वञ्चित हुनु पर्दैन ।

उद्धरण आमुख (Quotation Lead) : मानव रुचि वा सार्वजनिक महत्व बोकेको कुनै विषयमा कसैले व्यक्त गरेको महत्वपूर्ण विचारलाई जस्ताको तस्तै प्रस्तुत गरिएमा त्यसलाई उद्धरण लीड वा 'कोटेसन लीड' भनिन्छ । कसैको भनाइलाई लीडमा राखेपछि दोस्रो अनुच्छेदमा कसले कुन सन्दर्भमा भनेको भन्ने कुरा खुलाइहाल्नुपर्छ, अन्यथा पाठक अलमल पर्न सक्छन् ।

संवादात्मक आमुख (Dialogue Lead) : दुई पक्षबीच भएका संवादलाई जस्ताको तस्तै उद्धृत गर्दै समाचार सुरु गरिएको छ भने यस्तो लीडलाई संवादात्मक लीड वा 'डायलग लीड' भनिन्छ । संवादात्मक आमुख परस्पर विरोधाभासपूर्ण भनाइलाई समेटेर तयार पारिएको पनि हुन सक्छ ।

प्रश्नात्मक आमुख (Question Lead) : प्रश्नबाट सुरु गरिने लीडलाई प्रश्नात्मक लीड वा 'क्वेस्चन लीड' भनिन्छ ।

साङ्केतिक वा आलङ्कारिक आमुख (Figurative or Color Lead) : कुनै पनि कुरालाई प्रत्यक्ष नभनिकन घुमाउरो वा आलङ्कारिक ढङ्गले भनिन्छ भने त्यसलाई फिगरेटिभ वा कलर लीड भनिन्छ । यसमा शब्दजाल र लाक्षणिक भनाइको प्रधानता रहने भएकोले पाठक अल्मलिने डर रहन्छ ।

असामान्य वा आश्चर्यात्मक आमुख (Oddity Lead) : यो झण्डै झण्डै वर्गीकृत विज्ञापन झैं व्यङ्ग्यात्मक रूपबाट पाठकको कौतुहल बढाउने खालको प्रारम्भ हो । लयात्मक वा अनुप्रासात्मक रूपमा पनि यसलाई प्रस्तुत गरिन्छ । पाठकको आँखा सजिलै तान्ने भए पनि यस प्रकारको प्रयोग सामान्य अवस्थामा ज्यादै कम प्रयोग गरिन्छ ।

वर्णनात्मक आमुख (Descriptive Lead) : घटनाको दृश्य गरिएको लीडलाई वर्णनात्मक लीड वा 'डिस्क्रिप्टिभ लीड' भनिन्छ । यस प्रकारको लीडले पाठकलाई धृतराष्ट्रलाई सञ्जयले महाभारत युद्धको विवरण दिएझैं शब्दको माध्यमबाट घट्नास्थलमा पुर्‍याउने काम गर्छ ।

कौतूहल-विस्तारित आमुख (Delayed-drop Lead) : लीडका रूपमा लेखिएको अनुच्छेदको सुरुका वाक्यमा समाचारको मुख्य जानकारी नदिई, पहिले रोचक वा आकर्षक पृष्ठभूमि तयार पारेर पछिमात्र उक्त जानकारी दिइन्छ भने यस्तो किसिमको लीडलाई 'डिलेड ड्रप लीड' भनिन्छ । पानीको थोपा समय लगाएर तप्प तप्प खसेजस्तै चरण चरणमा रोचक पाराले पाठकलाई कुनै घट्ना वा वस्तुस्थितिबारे जानकारी दिने हिसाबले तयार पारिएको हुनाले यसलाई 'डिलेड ड्रप लीड' भनिएको हो ।

वैपरित्य आमुख (Contrast Lead) : दुई विपरित परिस्थितिलाई अथवा दुई फरक फरक परिवेशका घटनालाई तुलनात्मक चर्चा गर्दै लीड बनाइएको छ भने त्यसलाई वैपरित्य आमुख (कन्ट्रास्ट लीड) भनिन्छ ।

माथि चर्चा गरिएको बाहेक अन्य प्रकारका लीड पनि प्रयोगमा छन् ।

कतिपय विज्ञहरू सरल तथा जटिल आमुख (Simple and Complex Lead) भनी वर्गीकरण गर्न रुचाउँछन्, जसमा सरल वाक्यमा लेखिएको आमुखलाई सरल आमुख र मिश्र वाक्यमा लेखिएको आमुखलाई जटिल आमुख भनिन्छ ।

आवश्यकताअनुसार लीडको विविधतापूर्ण प्रयोग गर्नु पर्छ । सम्वाददाताले प्रभावकारी लीड लेख्न नसकेको महसुस भएमा कपीडेस्कबाट त्यसलाई परिमार्जन, परिवर्तन, पुनर्लेखन गर्न सकिन्छ । यस क्रममा समाचार सामग्रीको प्रकृति तथा सम्भाव्य पाठक, श्रोता वा दर्शकको रुचि दुवै पक्षलाई ख्याल राख्नु पर्दछ ।

हेडलाइन लेखन

रिपोर्टरले कपीडेस्कसमक्ष पेस गरेको समाचार सामग्रीको सम्पादन पूरा भएपछि मात्र शीर्षक (हेडलाइन) तय गरिन्छ । छापामाध्यममा शीर्षकले ज्यादै ठूलो भूमिका निर्वाह गर्छ । हुन त रेडियो र टेलिभिजनमा पनि शीर्षकको महत्व नहुने होइन । रेडियो र टेलिभिजनले प्रसारण गर्ने समाचार बुलेटिनको सुरु र अन्त्यमा दोहोर्‍याउने मुख्य समाचार पनि शीर्षककै एउटा रूप हो । तर यी माध्यममा शीर्षकले भन्न खोजेको आशयलाई समाचारवाचक र अन्य श्रव्य–दृश्य सामग्रीहरूले पुष्टि गर्ने भएकोले यसको खासै महत्व रहन्न । तर छापामाध्यममा समाचारको सम्पूर्ण आशय खुलाउन शीर्षक सक्षम हुनुपर्छ । त्यसैले उपयुक्त शीर्षकलाई समाचारको प्राणको रूपमा लिने गरिन्छ ।

रेडियो र टेलिभिजनको तुलनामा छापामध्यमको समाचार रुखो र निरस हुने भएकोले यसप्रति आकर्षित गर्न विशेष उपाय र शैली अपनाउनुपर्ने हुन्छ । पाठकले शीर्षक हेरेरै समाचार पढ्ने वा नपढ्ने निर्णय लिने भएकोले यसतर्फ विशेष सतर्क हुनुपर्छ ।

यहाँनेर अल्फ्रेड ए. क्रावेलले समाचारको शीर्षक कस्तो हुनुपर्छ भन्ने सम्बन्धमा व्यक्त गरेका विचार उद्धृत गर्नु सान्दर्भिक हुन आउँछ । उनले समाचारको शीर्षक पाठकको ध्यान खिच्ने, समाचारको स्तर र वर्गीकरण देखाउने, अखबार बिकाउने, तथ्य बताउने र अखबारलाई सिंगार्ने खालको हुनुपर्छ भनेका छन् ।

समाचारको शीर्षक लेख्दा मुख्यगरी देहायबमोजिमका पक्षमा ध्यान दिनुपर्छः:

- पाठकको ध्यान आकर्षण गर्ने
- समाचारको मूल आशय प्रष्ट पार्ने
- दोहोरो अर्थ लाग्न नदिने
- समाचारको सरल, सजीव र स्पष्ट तस्वीर उतार्ने
- एकै प्रकारका सामग्री पढ्दा पाठकमा उत्पन्न हुने एकांकीपन हटाउने
- अखबारको विचार प्रतिबिम्बित हुन नदिने
- लाञ्छना र पूर्वाग्रहबाट मुक्त बनाउने
- कानुनी हिसाबले सुरक्षित रहने

यीबाहेक सामाचारको शीर्षक लेख्दा अरु धेरै कुराहरूमा ध्यान दिनु पर्ने हुन्छ । शीर्षकमा पूर्णविराम (।), प्रश्नवाचक चिह्न (?), आश्चर्यबोधक चिह्न (!) को प्रयोग गर्नु सामान्यतया राम्रो मानिँदैन । तर प्रश्नवाचक र आश्चर्यबोधक चिह् नचाहिँ अवस्थाअनुसार प्रयोग गर्न सकिन्छ । उदाहरणका लागि– कुनै घटनाबारे किटानी गर्न नसक्दा (कानुनी अड्चनबाट बच्नका लागि) शीर्षकको अन्त्यमा यस्तो चिह्न प्रयोग गरिन्छ । उता, शंकास्पद अभिव्यक्ति दिन र नाटकीय प्रभाव दिन पनि आश्चर्यबोधक चिह्न प्रयोग   गरिन्छ ।

यसैगरी शीर्षकमा संक्षेपीकृत शब्द प्रयोग गर्दा सतर्क रहनुपर्छ । संक्षेपीकृत शब्दले शीर्षकलाई छोटो र छरितो बनाउन त सहयोग पुऱ्याउँछ, तर यसले पाठकको ध्यान खिचिहाल्छ भनेर ठोकुवा गर्न सकिन्न । अपरिचित संक्षेपीकृत शब्दले पाठकलाई दोधारमा पार्न सक्छ । नेपाली पाठकहरू गाविस (गाउँ विकास समिति), जिविस (जिल्ला विकास समिति) जस्ता शब्दसित परिचित होलान्, तर उनीहरू आइएमएफ (इन्टरनेसनल मनीटरी फण्ड) सित अपरिचित हुन

सक्छन् । त्यसैले जनजीब्रोमा नभ्मुण्डिएका र जनजीवनमा नभिजेका यस्ता संक्षेपीकृत शब्दलाई समाचारको शीर्षकमा प्रयोग नगर्नु नै राम्रो मानिन्छ ।

अर्को कुरा, एउटै संक्षेपीकृत शब्दको बेग्लाबेग्लै रूप र अर्थ हुनसक्छ । जस्तो : एडीबी एशियाली विकास बैंक (एसियन डिभलपमेन्ट बैक) को संक्षेपीकृत रूप हो भने नेपाली सन्दर्भमा यसको अर्थ कृषि विकास बैक (एग्रीकल्चर डिभलपमेन्ट बैक) पनि हुनसक्छ । त्यसैले समाचारको शीर्षकमा यस्तो दोहोरो अर्थ लाग्नसक्ने संक्षेपीकृत शब्द गर्नुपर्दा होसियार हुनुपर्छ ।

सर्वनाम (हामी, तिनी, उनी आदि), नामयोगी (सम्म, तिर, सित आदि), क्रियापद (जान्छ, बस्छ, हेर्छ आदि) बाट समाचारको शीर्षक सुरु गर्नु खासै राम्रो मानिन्न । शीर्षकमा प्राय: वर्तमानकालको प्रयोग गरिन्छ ।

प्रभावकारी शीर्षक लेख्नका लागि कडा परिश्रम र अभ्यासको खाँचो पर्छ । कल्पनाशीलता, चिंतन–मनन गर्ने बानी, अध्ययनशीलता एवम् विश्लेषणात्मक क्षमताको पनि उत्तिकै खाँचो पर्छ । 'माओवादीद्वारा युद्धविराम भंग' भन्नुभन्दा ' माओवादी फेरि जनयुद्धको पक्षमा' भन्नु बढी प्रभावकारी हुन्छ । 'प्रधानमन्त्री जापानतर्फ प्रस्थान' को सट्टामा 'प्रधानमन्त्री जापानतर्फ' बढी छरितो हुन्छ । 'संसदको अधिवेशन प्रारम्भ' भन्नु भन्दा संसदमा भएको महत्वपूर्ण पक्षलाई कोट्याउनु बढी सन्देशमूलक हुनजान्छ । जस्तै : 'संसद अधिवेशनको पहिलो दिनमै सदन अवरुद्ध' बढी वजनदार ठहरिन्छ ।

उपशीर्षक (Sub-heading)

समाचारको बीच–बीचमा सान्दर्भिक उपशीर्षकहरू राख्न सकिन्छ । जस्तै :

लामा–लामा समाचार पढ्दा पाठकमा आउनसक्ने भ्मर्कोपन हटाउन र समाचारप्रति रुचि जगाउन सहयोग गर्छ । एउटै शीर्षकभित्र पनि थोरै विषयन्तारका प्रसंग छन् भने उपशीर्षकले तिनलाई छुट्याउन सकिन्छ ।

शीर्षक (हेडलाइन) लेखन कलात्मक सीप हो । आकर्षक र उपयुक्त हेडलाइन लेख्न सक्ने पत्रकारलाई ठूलो महत्व दिइन्छ । कतिपय समाचारसंस्थाहरूले त हेडलाइन विशेषज्ञको छुट्टै दरबन्दीसमेत सिर्जना गरेको पाइन्छ ।

सम्पादन

रिपोर्टिङ् र सम्पादनको अन्तर्सम्बन्ध

समाचार रिपोर्टिङ (संकलन-लेखन) र सम्पादन एक अर्कासँग एकदमै अन्तर्सम्बन्धित कार्यहरू हुन् । कुनै पनि समाचारसामग्री पत्रपत्रिकाबाट प्रकाशन वा रेडियो-टीभीबाट प्रसारण हुनुअघि त्यसले विभिन्न प्रक्रियाबाट गुज्रनु परेको हुन्छ । प्रथमतः सम्वाददाताले विभिन्न स्रोतहरूबाट सूचनाको संकलन गरेका हुन्छन् । आवश्यक सूचना प्राप्त भएपछि समाचार-लेखन कार्य गरिन्छ । यसरी लेखेर सम्वाददाताले पेस गरेको सामग्रीको परिष्कार, परिमार्जन, थपघट, शुद्धि, आवश्यक परेमा पुनर्लेखन तथा शीर्षक चयन जस्ता कार्यहरू गरी त्यसलाई प्रकाशन वा प्रसारणयोग्य बनाउने कार्य उप-सम्पादकहरूले गरेका हुन्छन् । कुन समाचार कुन रूपमा प्रकाशन वा प्रसारण गर्ने भन्ने अन्तिम निर्णय गर्ने अधिकार सम्पादकमा रहेको हुन्छ ।

विभिन्न स्रोतबाट संकलित समाचारलाई प्रकाशन/प्रसारण योग्य बनाउनमा समाचार सम्पादनको ठूलो भूमिका हुन्छ । सम्पादन कार्य ज्यादै चुनौतीपूर्ण कार्य भएकाले यसको प्रभावकारिताका लागि उपसम्पादक तथा सम्पादकको दक्षता अति आवश्यक हुन्छ । समाचारकक्षमा समाचार विभिन्न स्रोतबाट आएका हुन सक्छन् र तिनलाई विभिन्न सम्वाददाताले विभिन्न शैलीमा लेखेका हुन सक्छन् । ती सबैलाई उपयुक्त ढाँचा, शैली तथा स्थानमा प्रस्तुत गर्ने जिम्मेवारी सम्पादकको हो । वास्तवमा यी कार्यहरूको जिम्मा सम्पादकले उपसम्पादकलाई दिएको हुन्छ । यस सम्बन्धमा लर्ड नर्थक्लिफले भनेका छन् कि सम्वाददाताले समाचार लेख्छन् भने पाण्डुलिपि सम्पादकले त्यसलाई बनाउँछन् । काम जसले गरेका भए तापनि अन्तिम जिम्मेवारी भने सम्पादकको नै हुन्छ ।

सम्पादकलाई पत्रकारिताको द्वारपाल (Gatekeeper) पनि भनिन्छ । कुनै समाचार पठाउने नपठाउने अन्तिम निर्णय गर्ने व्यक्ति पनि सम्पादक नै हो । सम्पादकले समाजलाई सही बाटोमा डोर्‍याउन, जनमत सिर्जना गर्न र नागरिकलाई सुसूचित एवं शिक्षित गर्न ठूलो भूमिका खेलेको हुन्छ । अङ्ग्रेजीमा एउटा प्रसिद्ध उक्ति छ – "God knows, the editor knows more." अर्थात "भगवान जान्नुहुन्छ, सम्पादक बढी जान्नुहुन्छ ।" यस भनाइमा केही व्यंग्यको पुट पक्कै छ; तर साथमा सम्पादकको बुद्धिको तीक्ष्णतालाई पनि यसले इंगित गरेको छ । हो, यिनै सम्पादकको मातहतमा रहेर संवाददाताले काम गर्नुछ ।

विभिन्न स्रोत (समाचारदाता, विभिन्न संघ/संस्थाको प्रेस विज्ञप्ति, समाचार संस्था आदि) बाट प्राप्त समाचार वा जानकारीलाई काँटछाँट एवम् सुधार गरी पाठकका निम्ति पढ्नयोग्य बनाउनु नै समाचार संपादन हो । यो त भयो– छापामाध्यमको कुरा । यस्ता सामग्रीहरू विद्युतीय माध्यम (रेडियोका र टेलिभिजन) का लागि प्राप्त भएको भए श्रोताकालागि सुन्नयोग्य र दर्शकककालागि सुन्नयोग्य र हेर्नयोग्य दुबै बनाउनुपर्छ । अहिले नवीनतम प्रविधिको रूपमा आएको 'न्यूजपोर्टल' वा 'वेब म्यागाजीन' मा पनि यही नियम लागू हुन्छ ।

सम्पादन अन्तर्गत परिमार्जन, पुनर्लेखन, पुष्ट्याइँ, संक्षेपीकरण, शीर्षक चयन, ढाँचा निर्धारण आदि सबै कार्यहरू पर्दछन् । समाचारलाई कति कालम्मा राख्ने, शीर्षक कस्तो चयन गर्ने, कस्ता र कत्रा अक्षरहरू राख्ने, तस्वीर कुन राख्ने आदि जस्ता निर्णयहरू पनि सम्पादनका क्रममा नै गरिन्छन् । यस्ता कार्यहरूमध्ये कतिपय कार्य सम्पादक आफैले गर्दछ भने कतिपय चाहिँ उपसम्पादकहरू मार्फत् गराउँछ ।

कतिपयले सम्पादन भनेको अरुले तयार पारेको सामग्रीलाई काँटछाँट गर्ने त हो नि भन्ठान्ने गरेको पाइन्छ । तर सम्पादनको अर्थ कुनै कुरा काट्ने वा थप्ने मात्र होइन । हेर्दा सामान्यजस्तो लागे पनि समाचार संपादन ज्यादै गहन र जटिल काम हो । समाचार सम्पादकले आफ्नो टेबलमा आइपुगेको समाचार प्रकाशनयोग्य वा प्रसारणयोग्य छ वा छैन भन्ने राम्ररी थाहा पाउनुपर्छ । समाचार संपादकले धेरै कुराहरूमा विचार पुऱ्याउनुपर्छ । सोचविचार गर्दै जाँदा समाचार संपादकले विचार पुऱ्याउनुपर्ने कुराहरूको सूची निकै लामो हुन्छ ।

- समाचार कानुनी हिसावले सुरक्षित छ वा छैन?
- समाचारको अंग पुगेको छ वा छैन ? अर्थात समाचारमा ६ क -के ?, को ?, कहाँ ?, किन ?, कहिले ?, किन ? र कसरी ?) को उत्तर आएको छ वा छैन? (अंग्रेजीमा भन्नुपर्दा, पाँचओटा डब्लु Where, What, When, Who, Why र एउटा एच How)
- समाचारमा भएका आँकडा, तथ्याङ्क र अन्य विवरणहरू सही छन् वा छैनन् ?
- समाचारको लेखाइ छोटो, छरितो र बुझिने छ वा छैन ? आदि ।

यिनीहरू त उदाहरणमात्र हुन् । उल्लिखित यी सबै काम समाचार संपादकले ज्यादै साँगुरो समय–सीमाभित्र सम्पन्न गर्नुपर्छ । समाचार प्रकाशित वा प्रसारित भइसकेपछि त्यसमा कुनै किसिमको गल्ती भेटिएमा त्यसको जिम्मेवारी समाचार

संपादकले नै लिनुपर्ने हुन्छ । समयको अभावले गल्ती भयो भनेर जिम्मेवारीबाट उम्कन मिल्दैन ।

यसकारण संचारमाध्यम (छापा तथा विद्युतीय) मा समाचार संपादकको ज्यादै निर्णायक भूमिका रहन्छ । संपादकलाई गेटकिपर र उनको कार्यलाई गेटकिपिङ्ग भन्ने गरिएको पनि पाइन्छ । समाचार संपादकको महत्वमाथि प्रकाश पार्दै 'न्यूयोर्क टाइम्स्' का संस्थापक एडोल्फ एस. ओचस्ले सन् १९३० तिर भनेका थिए–'समाचारपत्रमा सबैभन्दा उपयोगी मानिस उही हुन्छ, जो समाचार संपादन गर्न जान्दछ ।'

सम्वाददाता र पाण्डुलिपि सम्पादकको अन्तर्सम्बन्ध

समाचार संकलनको कार्य गर्ने सम्वाददाता (Reporter) ले घटना भएको स्थलसम्म पुगी तथ्यहरूको संकलन गरेर समाचार तयार पार्दछ र त्यसरी तयार पारिएको समाचार सामग्री सम्पादन शाखामा प्रस्तुत हुन्छ, जहाँ पाण्डुलिपि सम्पादक (Copy-editor/Sub-editor) ले उक्त समाचार सामग्रीलाई मिडियालागि कसरी बढीभन्दा बढी उपयुक्त र प्रभावकारी बनाउनका लागि त्यसमा परिष्कार ल्याउँछ । यसरी सम्वाददाता र पाण्डुलिपि सम्पादकबीचको अन्तर्सम्बन्धको फलस्वरूप नै समाचार सामग्रीलाई प्रकाशन/प्रसारणयोग्य बनाइन्छ ।

सम्वाददाता र पाण्डुलिपि सम्पादकबीच कार्यगत समझदारी अत्यावश्यक हुन्छ । यदि सम्वाददाता सक्षम र अनुभवी छ भने उसले लेखेको समाचारलाई पाण्डुलिपि सम्पादकले त्यति धेरै मिहिनेत गर्नु पर्दैन । स्तरीय समाचार पाण्डुलिपि तयार गर्ने सम्वाददातालाई पाण्डुलिपि सम्पादकले पनि कदर गर्छन् । समाचार लेखनका क्रममै सम्वाददाताले पाण्डुलिपि सम्पादकको दृष्टिकोणबाट समेत आफ्नो कामलाई मूल्याङ्कन गर्न सकेमा स्तरीय समाचार लेखन गर्न थप मद्दत पुग्छ ।

पाण्डुलिपि सम्पादन (Sub-editing or Subbing or Copy-editing)

पाण्डुलिपि वा कपि भन्नाले समाचार लेखिएको गुरुकापी वा संवाददाताले पेस गरेको पहिलो लेखाइ भन्ने बुझिन्छ । संवाददाताले पठाएको समाचार वा अन्य स्रोतहरूबाट प्राप्त सामग्रीलाई पाठककासामु ग्राह्य र रुचिकर बनाउनु नै पाण्डुलिपि सम्पादन हो । यस क्रममा समाचारलाई आकर्षक र पठनीय बनाउन पाण्डुलिपि संपादक (copy-editor sub-editor) ले विभिन्न काम गर्नुपर्ने हुन्छ ।

जस्तै : समाचारलाई काँटछाँट गर्ने, पुनर्लेखन गर्ने, उपयुक्त शीर्षक राख्ने, पृष्ठ संयोजन गर्ने, सही ठाउँमा सही तस्बिर र सामग्री राखेर पत्रिकाको साजसज्जा चित्ताकर्षक बनाउने आदि ।

समाचारमा रहेको अस्पष्टता हटाउने, तथ्यगत गल्ती छ वा छैन भनेर जाँच्ने र संक्षेपीकरण गर्ने कामलाई पाण्डुलिपि संपादकका मुख्य जिम्मेवारी भन्ने गरिन्छ। तथ्यगत गल्तीलाई पत्रकारितामा एकप्रकारको अपराध नै मानिन्छ । त्यसैले समाचारमा प्रयोग भएका नाउँ, ठाउँ, अंक–अक्षर, मिति, संक्षिप्त रूप आदि ठीक छन् वा छैनन् भनेर जाँच्नुपर्छ । वस्तुनिष्ठ बनेर निष्पक्षता र सत्यताको बाटोमा हिंड्नु पनि पाण्डुलिपि संपादकका लागि उत्तिकै अनिवार्य मानिन्छ । यस्ता गहन र जिम्मेवारीपूर्ण काम सम्हाल्नका लागि उसमा विश्लेषणात्मक समालोचकीय क्षमता विकसित हुनुपर्छ । यस प्रकारको क्षमता चिंतन–मनन र अध्ययनबाट आउनसक्छ । यसका लागि पाण्डुलिपि संपादकले विश्वकोश, शब्दकोश, आमसंचार र पत्रकारितासम्बन्धी पुस्तक, अल्मानक पत्रकारिताको आचारसंहितालगायतका असंख्य सन्दर्भ सामग्रीहरूको अध्ययन गर्नुपर्छ ।

पाण्डुलिपि संपादक संपादन कार्यविधि (Editing techniques) मा सिद्धहस्त हुनुपर्छ। समाचारको पाण्डुलिपिमा रहेका कमी–कमजोरीहरू हटाउने र त्यसलाई पाठकको हातमा सुम्पनयोग्य बनाउने क्रममा पार गर्नुपर्ने सम्पूर्ण प्रक्रियागत खुडकिलाहरूलाई सम्पादन कार्यविधि भनिन्छ। यसअन्तर्गत समाचारको हिज्जे जाँच्नेदेखि लिएर मुद्रकससँग समन्वय गर्नेसम्मका कार्यहरू पर्छन् ।

पाण्डुलिपि संपादनका आधारभूत सिद्धान्तहरूः

(क) आधारभूत पाण्डुलिपि सम्पादन (Basic copy-reading) : समाचारमा भएका वा हुनसक्ने तथ्यगत गल्ती, अप्रासंगिक र भद्दा लीड, बिराम चिह्नको गलत प्रयोग, व्याकरणगत गल्ती, गलत हिज्जे, अमर्यादित भाषाशैली, कानुनी दृष्टिले असुरक्षित भनाइ आदिलाई बेलैमा चिनेर त्यसको निराकरणतर्फ पाइला चालिहाल्नुपर्छ ।

(ख) सामाजिक उत्तरदायित्व (Socal responsibility) : मिडियाको उत्पादन (पत्रपत्रिका, रेडियो एवं टेलिभिजनमा प्रसारित कार्यक्रम, वेबसाइटमा राखिएका समग्रीहरू आदि) सीधै समाजमा जाने भएकोले यसले समाजमा पार्ने प्रभाव ज्यादै गहिरो र दीर्घकालीन हुन्छ । मिडियाको मुख्य काम सही समयमा सही सूचना दिएर सिंगो समाजलाई सुसूचित गराउने र अनुशासित र चेतनशील नागरिक तयार गर्नु हो ।

सुन्दर समाज निर्माण गर्ने जिम्मा पाएको मिडियाले जानजानी वा भूलवश गलत सूचना सम्प्रेषण गरेमा त्यसको नतिजा भयानक हुनसक्छ । गलत सूचना सम्प्रषण भएककै कारण केही वर्षअघि भएको 'ऋतिक रोशन प्रकरण' ले निम्त्याएको दुर्दान्त स्थितिसित हामी अपरिचित छैनौं । त्यसैले पाण्डुलिपि संपादक यस्ता संवेदनशील पक्षहरूसित सचेत हुनैपर्छ । त्यसमा पनि जनचेतनाको स्तर कमजोर भएको र जातीय एवम् साँस्कृतिक विविधता भएको हाम्रोजस्तो मुलुकमा यस दिशामा झनै सचेत हुनुपर्छ ।

भ्रष्टाचार एवम् अन्य आपराधिक क्रियाकलापमा लागेका मानिसहरूलाई समाजसामु नंग्याउने अनि बलात्कारलगायतका अन्य उत्पीडनको शिकार भएकाको सामाजिक र मानवीय प्रतिष्ठालाई जोगाउने पक्षमा पाण्डुलिपि संपादकको ध्यान केन्द्रीत हुनुपर्छ । त्यसैले आपराधिक क्रियाकलापमा लागेकाको खोजिखोजी नाम सार्वजनिक गर्नुपर्छ भने बलात्कारको शिकार भएकी महिलाको नाम सार्वजनिक गर्नु हुँदैन ।

यसैगरी समाचारमा प्रयोग गरिने भाषाशैली मर्यादित हुनुपर्छ । अन्धो वा कानोको सट्टामा दृष्टिविहीन, रण्डीको सट्टामा यौन व्यवसायी, अछुतको सट्टामा दलित, नछुने हुनुको सट्टामा महिनावारी हुनु, काँठेको सट्टामा काँठबासी, पागल वा बहुलाको सट्टामा मानसिक संतुलन गुमेको, मधिसेको सट्टामा मधेसबासी, खाते बालकको सट्टामा सडक बालक भनेमा बढी शिष्टता र मधुरता झल्कन्छ ।

(ग) कानुनी पक्ष (Legal aspects) : मिडियाले समाजका सर्वोपरि हितमा काम गर्नुपर्छ । बिना कारण कसैको चरित्रमाथि प्रश्न उठाउने, झूटा आरोप लगाउनेजस्ता क्रियाकलापहरू कानुनी दृष्टिमा दण्डनीय मानिन्छन् । कानुनी दृष्टिले सम्वदनशील विषयमा लेखिएका समाचारमा सूत्रको राम्ररी उल्लेख भएको छ वा छैन, सन्दर्भ खुलेको छ वा छैन, आरोपित पक्षको भनाइ समावेश भएको छ वा छैन एवम् अन्य प्रमाणहरू उल्लेख भएको छ वाछैन भन्ने कुराहरू राम्ररी ख्याल गर्नुपर्छ ।

अर्को कुरा अदालतले प्रमाणित नगरेसम्म कसैलाई पनि बलात्कारी, हत्यारा, चोर जस्ता अपराधीको बिल्ला भिराउन मिल्दैन । अदालतले फैसला नगरेको अवस्थामा आरोपित व्यक्तिलाई अभियुक्त भन्नुपर्छ ।

यसैगरी आफूले संपादन गरिहेको पाण्डुलिपि (समाचार, तस्बीर, चित्र, कार्टून आदि) मा कसैको विशेषाधिकार एवम् प्रतिलिपि अधिकार हनन् गर्ने

खालका अंश छ कि छैन, व्यक्ति वा अदालतको मानहानी हुने किसिमका प्रसंग र उद्धरण समाबेश भएको छ कि छैन भन्नेबारे पनि गहिरिएर विचार गर्नुपर्ने हुन्छ ।

संक्षेपमा भन्नु पर्दा, कानुनी पक्ष अन्तर्गत निम्न कुराहरूमा ध्यान पुऱ्याउनु पर्छ–

- अदालतको अवहेलनासम्बन्धी कानुनी व्यवस्था
- गालीबेइज्जतीसम्बन्धी कानुनी व्यवस्था
- गोपनीयताको हकसम्बन्धी कानुनी व्यवस्था
- अश्लीलतासम्बन्धी कानुनी व्यवस्था
- प्रतिलिपि अधिकारसम्बन्धी कानुनी व्यवस्था आदि ।

कपि टेस्टिङ (Copy Testing)

सम्वाददाताले सम्पादनका लागि बुझाएको समाचार विभिन्न कारणले स्तरीय नहुन सक्छ । यसमा भाषिक अशुद्धि, तथ्यगत गल्ती वा अस्पष्टता, अधुरो लेखाइलगायतका कमजोरी हुन सक्छन् । उपसम्पादन का क्रममा सबै खालका कमजोरी हटाइन्छ । यसैगरी विभिन्न समाचार संस्थाबाट प्राप्त समाचारको शैली कतिपय मिडियासित मेल नखान सक्छ । जस्तै : पत्रपत्रिका, रेडियो, टेलिभिजनको समाचार प्रस्तुतिशैली फरक हुन्छन् । यी मेल नखाने कुराहरूलाई मेलखाने बनाउनका लागि पुनर्लेखन गर्नु पर्ने पनि हुन सक्छ। पाण्डुलिपीमा रहेका भाषिक कमजोरी हटाउने, प्रस्तुतिकरण शैलीमा आवश्यक परिमार्जन ल्याउने तथा नपुगेका तथ्यहरू थप गर्नेजस्ता कार्यहरू पनि सम्पादनका क्रममा गरिन्छ। कपि वा पाण्डुलिपि भन्नाले समाचार लेखिएको गुरुकापी वा संवाददाताले पेश गरेको पहिलो लेखाइ भन्ने बुझिन्छ। तसर्थ कपि टेस्टिङ भनेको संवाददाताद्वारा पेश गरिएको लेखाइमा रहेका कमी कमजोरी पहिचान गर्ने कार्य हो। तत्पश्चात् कमजोरीलाई हटाई त्यसलाई परिष्कार गरिन्छ । यस क्रममा उपसम्पादकले सम्पादन चिह्न प्रयोग गर्दै विभिन्न संशोधन गरेको हुन्छ ।

कपि टेस्टिङमा निम्न लिखित कुराहरूमा ध्यान दिनु उपयुक्त हुन्छ–

(क) सूचनाको पूर्णता (छओटा 'क' हरूले माग्ने जवाफ समाचार छ ?) र तथ्यपूर्णता

(ख) कानुनी तथा नैतिक दायित्वसँग नमिल्ने कुरा पो परे कि !

(ग) संस्थाको 'शैली' अनुसार लेखिएको छ कि छैन ?

(घ) सरल र प्रचलित शब्दहरूको प्रयोग भएको/नभएको

(ङ) लेखाइ आकर्षक, संक्षिप्त, कसिलो र स्पष्ट भएको/नभएको

(च) श्रोतको यथोचित उल्लेख
(छ) संवाददाताको आग्रह/पूर्वाग्रह झल्किएको छ कि !
(ज) शब्दको उचित चयनका साथै प्राविधिक र असामान्य शब्दलाई व्याख्या गरिएकोछ?
(झ) वाक्य संरचनामा विविधता छ ?
(ञ) गलत अर्थ लाग्ने वा अनावश्यक शब्द, वाक्यांश वा वाक्यको प्रयोग त भइरहेको छैन !
(ट) समाचारको लम्बाइ उपयुक्त छ कि छैन ?
(ठ) व्याकरणीय शुद्धता

पत्रकारिताको नियमन

प्रेस स्वतन्त्रता र यसको सीमा

प्रेस स्वतन्त्रता शब्दावलीको सोझो र सामान्य अर्थ हुन्छ– प्रेसजगत्ले प्राप्त गर्ने स्वतन्त्रता । तसर्थ यसलाई बुझ्नकालागि सर्वप्रथम 'स्वतन्त्रता' (Freedom) को अर्थ बुझ्नु पर्दछ । कानुनका विज्ञहरूको मतमा स्वतन्त्रता भन्नु सामान्य अर्थमा कसैको हस्तक्षेप र अधीनमा नरही स्वतन्त्र रूपमा कार्य गर्ने शक्ति हो । नियन्त्रण, हस्तक्षेप वा अवरोधको अभाव नै स्वतन्त्रता हो भन्ने गरिएको पाइन्छ। तर, स्वतन्त्रता असीमित भने हुँदैन । आधुनिक समाजमा नियम-कानुनद्वारा स्वतन्त्रतालाईसमेत व्यवस्थित एवं मर्यादित बनाइएको हुन्छ। जसरी अधिकारसँग कर्तव्य जोडिएको हुन्छ, त्यसरीनै स्वतन्त्रताको उपभोग गर्दाखेरिमा पनि अरुको स्वतन्त्रताको समेत ख्याल राख्नुपर्ने हुन्छ। कुनैपनि पक्षका स्वतन्त्रतालाई बाधा नपुग्ने र सबैले स्वतन्त्रताको उपभोग गर्न पाउने स्थिति स्वतन्त्रताको आदर्श स्थिति हो । तसर्थ, स्वतन्त्रता भन्नाले प्रचलित नियम कानुनले प्रदान गरेका सबै अधिकार उपभोग गर्न सक्ने स्थिति हो भन्नु बढी उपयुक्त हुन्छ । प्रेस स्वतन्त्रताको परिभाषा पनि यही परिप्रेक्ष्यमा गर्नु पर्ने हुन्छ ।

प्रेस स्वतन्त्रतालाई विभिन्न किसिमबाट परिभाषित गरिएको पाइन्छ। तल त्यस्ता केही परिभाषाहरू दिइएको छ ।

- 'प्रेस स्वतन्त्रता' राज्य वा सार्वजनिक अधिकारीको हस्तक्षेप बिना मुद्रण र प्रकाशन गर्न पाउने अधिकार हो ।
- अग्रिम बन्देजबिना प्रकाशन गर्ने अधिकार 'प्रेस स्वतन्त्रता' हो ।

- कानुनी परिणामको अधीनमा रहेर पूर्व-इजाजतबिना मुद्रणको अधिकार नै 'प्रेस स्वतन्त्रता' हो ।
- प्रेस स्वतन्त्रता भनेको सरकारद्वारा गरिने स्वेच्छाचारी नियन्त्रणबाट स्वतन्त्रता पाउनु हो ।
- न्यायोचित तरिकाले असल नियतद्वारा बिना रोकटोक सत्य-तथ्य सूचनाको संप्रेषण गर्न पाउनु नै 'प्रेस स्वतन्त्रता' हो ।
- प्रेस स्वतन्त्रताभित्र सूचना प्राप्त गर्ने अधिकार (Right to get information), पूर्व-प्रतिबन्धबिना मुद्रणको अधिकार (Right to print without prior restraint), दबाब वा भयबिना मुद्रण गर्न पाउने अधिकार (Right to print without fear or duress), सूचना सम्बन्धी अत्यावश्यक सामग्री र सुविधाहरूमा पहुँच राख्ने अधिकार र बिना सरकारी-हस्तक्षेप सूचना वितरण गर्न पाउने अधिकार जस्ता स्वतन्त्रताहरू समावेश हुन्छन् ।

यसरी प्रेस स्वतन्त्रताको प्रत्यक्ष सम्बन्ध सूचना (Information) को खोजी, प्राप्ति, भण्डारण तथा वितरणसँग रहेको देखिन्छ ।

प्रेस स्वतन्त्रताको उद्देश्य अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रता (Freedom of Expression) हो । तसर्थ, प्रेस स्वतन्त्रताको महत्व विचार र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रताको महत्वसँग प्रत्यक्ष सम्बन्धित छ । विचार तथा अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रतालाई प्रजातान्त्रिक प्रणालीमा आधारभूत स्वतन्त्रता मानिन्छ र यस स्वतन्त्रताको अभावमा अरु सबै स्वतन्त्रताहरू निरर्थक बन्छन् । जनतामा सार्वभौमसत्ता रहेको भनिनुको सार्थकतापनि विचार र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रता छभने मात्र हुन्छ । अर्थात्, विचार र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रता अरु सबै स्वतन्त्रताहरूको मुटु हो, मस्तिष्क हो । यसको अभावमा अन्य स्वतन्त्रता निस्प्राण बन्छन् ।

विचार र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रता शून्य (Vacuum) मा क्रियाशील हुन त सक्दैन; तसर्थ यसको वास्तविक प्रयोगको लागि सर्वप्रथम सबै नागरिकले आफ्नो विचार र अभिव्यक्तिलाई स्वतन्त्र रूपमा आदान-प्रदान गर्ने तथा सार्वजनिक महत्वको कुनैपनि विषयमा स्वतन्त्र एवं निस्पक्ष माध्यमबाट निर्बाध रूपमा सूचना प्राप्त गर्न सक्ने अवस्था हुनुपर्दछ । प्रेस स्वतन्त्रता भयो भने मात्र सञ्चारमाध्यमले त्यसरी सूचना दिन सक्छन्; अन्यथा सूचनाको निर्बाध प्रवाह हुन सक्दैन । प्रेस स्वतन्त्रताको अर्थ पत्रकारहरूलाई दिइएको कुनै विशेषाधिकार वा विशेष सुविधा भन्ठान्नु हुँदैन । त्यो त वास्तवमा जनताहरूलाई दिइएको अधिकार हो । पत्रकारिताको मूल उद्देश्य जनसेवा नै हुनुपर्दछ । यसरी के देखिन्छभने प्रेस

स्वतन्त्रता दिइनुको तात्पर्य देशका जनताले सूचना पाउने अधिकारको सम्मान गर्नु हो ।

लोकतन्त्रको सुसञ्चालनकालागि जनता सचेत हुनै पर्दछ र जनतालाई सचेत गराउने प्रेस जगत्ले नै हो । यस पृष्ठभूमिमा प्रेस स्वतन्त्रताको प्रत्याभूति भनेको लोकतान्त्रिक पद्धतिको आधारशीला हो ।

प्रेसलाई आवाजविहीनहरूको आवाज (Voice of the voiceless) भनिन्छ । अर्थात्, जनसामान्यको आवाजलाई प्रेसले नै स्थान दिन्छ । सामान्य जनताको आँखा र कान हो प्रेस । सरकार र जनताबीतको सेतु हो प्रेस । सत्तासीनहरूले कुनै थिचोमिचो, शोषण वा भ्रष्टाचार गरेको भए प्रेसले खबरदारी समेत गर्दछ । यसर्थ प्रेस जगत् लाई समाजको पहरेदार पनि भनिन्छ । प्रेस स्वतन्त्रताको प्रत्याभूति हुँदा यी कामका लागि प्रेस सबल बन्छ । त्यसैले प्रेस स्वतन्त्रता अन्ततोगत्वा जनताकै लागि हो भनिएको हो र प्रेस स्वतन्त्रतालाई महत्वपूर्ण ठानिएको हो ।

अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता एवं यसको एक स्वरूप प्रेस स्वतन्त्रता मानवसमाजका लागि नभइनहुने कुरा भए तापनि स्वतन्त्रता अनियन्त्रित वा असीमित भने हुँदैन । यसका पनि सीमा तथा मर्यादाहरू हुन्छन् । स्वतन्त्रताको माने स्वच्छन्दता होइन । वास्तवमा जोसँग जति धेरै अधिकार छ, त्यसको त्यतिनै बढी कर्तव्य हुन्छ । प्रेस स्वतन्त्रताको महिमा गाइनुको अर्थ प्रेसको कर्तव्यको पनि महिमा गाइएको हो । प्रेसलाई दिइएको स्वतन्त्रतामा प्रेससँग समाजले गरेको अपेक्षा पनि छ । प्रेसलाई मर्यादित बनाउनका लागि प्रेस स्वतन्त्रता पनि सीमित हुन्छ भन्ने मानिएको हो । त्यो सीमा के, कस्तो र कति हुने भन्ने कुरा नियमनकारी संरचना वा संयन्त्र (Regulatory mechanism) ले तय गरेका हुन्छन् ।

कसैले पनि प्रेस स्वतन्त्रताको आड लिएर सार्वजनिक हितको विरुद्धमा कार्य गर्न पाउँदैन । प्रेस स्वतन्त्रताको नाममा गैर-कानुनी कार्य गर्ने अधिकार कसैलाई हुँदैन । प्रेसले आफ्नो कार्य सञ्चालन गर्दा देशको नियम कानुन (Law) को पालना गर्नै पर्दछ । प्रेसलाई अदालतको अवहेलना (Contempt of Court) गर्ने तथा व्यक्तिको स्वतन्त्रता (Individual liberty) हनन गर्ने अधिकार हुँदैन । गाली-बेइज्जती (Defamation) तथा अश्लीलता (Obscenity) बाट प्रेस बच्नु पर्दछ । राष्ट्रिय सुरक्षाको प्रतिकूल हुने गरी कुनै कुरा प्रकाशन वा प्रसारण गर्न हुँदैन । प्रेसले आफ्ना आचार-संहिता (Code of ethics) को पालना समेत गर्नुपर्दछ । साथै, सामाजिक मूल्यमान्यता एवं संस्कृतिमाथि आघात पर्ने क्रियाकलाप पनि प्रेसबाट नहोस् भन्ने अपेक्षा गरिएको हुन्छ ।

अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको अधिकार नियम हो भने त्यसविरुद्धका सीमा वा बन्देजहरू अपवाद हुन् भन्ने गरिएको पनि पाइन्छ । अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता वा प्रेस स्वतन्त्रतामामाथिको कुनै पनि बन्देज वा नियन्त्रणले निम्नानुसारका सर्त भने पूरा गरेकै हुनु पर्छ :

- त्यस्तो नियन्त्रण वा बन्देजको व्यवस्था कानुनमा नै गरिएको हुनुपर्छ ।
- नियन्त्रण वा बन्देजको व्यवस्था वैध कानुनी उद्देश्यपूर्तिका लागि मात्र हुनु पर्छ ।
- त्यस्तो नियन्त्रण वा बन्देज लगाउन अपरिहार्य भएको अवस्था हुनु पर्छ ।

अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता वा प्रेस स्वतन्त्रतामामाथिको कुनै पनि बन्देज वा नियन्त्रण सही हो कि होइन भन्ने परीक्षण माथि उल्लेखित आधारमै गरिन्छ ।

प्रेस स्वतन्त्रताको सीमाबारे चर्चा गर्दा आर्थिक कारणले पैदा हुने सीमा वा नियन्त्रण पनि एक पाटो हो । आर्थिक आत्मनिर्भरता हुन सकेन भने प्रेस स्वतन्त्रता केबल अवधारणाकै रूपमा रहन्छ र जति नै महिमा गाइएको भए तापनि व्यवहारमा लागू हुन सक्दैन ।

कुनै देशमा प्रेस स्वतन्त्रताको अवस्था कस्तो छ भन्ने कुरा त्यस देशमा विद्यमान राजनीतिक प्रणालीले पनि निर्धारण गर्छ । त्यसैले राजनीतिक प्रणाली पनि प्रेस स्वतन्त्रताको सीमा निर्धारण गर्ने एक प्रमुख पक्ष हो ।

संक्षेपमा भन्नुपर्दा, कतिपय विषय वा अवस्था यस्ता हुन्छन् जहाँ प्रेस स्वतन्त्रतालाई नियन्त्रण गरिएको वा सीमित पारिने अवस्था आइपर्छ । यस्तो अवस्थामा कतिपय सूचनासामग्री प्रकाशन वा प्रसारण गर्न पाइँदैन । तर प्रेसलाई किन अनुमति नदिइएको हो र प्रतिबन्धको कारण के हो भन्ने स्पष्ट हुनुपर्दछ र त्यो कारण तर्क-संगत साथै कानुन-सम्मत पनि हुनु पर्दछ । प्रेस स्वतन्त्रतामाथि कुनै सीमा तोकिएको छ भने त्यो उपयुक्त हो वा होइन भन्ने टुङ्गो लगाउने अधिकार न्यापालिकालाई हुन्छ ।

प्रेस स्वतन्त्रताको प्रत्याभूति गराउने नैतिक एवं कानुनी दायित्व राज्यको हो । तर राज्यको सामर्थ्यबाहिरको कारणले प्रेस स्वतन्त्रता बाधित भएको अवस्थामा भने स्थिति निकै चुनौतीपूर्ण हुन्छ ।

पत्रकारिताको नियमनका विभिन्न आयाम

प्रेस स्वतन्त्रता साधन हो, साध्य होइन । समाजको समष्टि हितका लागि नै प्रेस स्वतन्त्रता आवश्यक मानिएको हो । तर माथि नै चर्चा गरिएझैँ प्रेस स्वतन्त्रता असीमित हुँदैन, यो त एउटा सुनिश्चित मर्यादाको परिधिभित्र रहेर उपभोग गरिन्छ । प्रेसको स्वतन्त्रताको प्रत्याभूतिसँगै यसको मर्यादा के, कस्तो र कति हुने भन्ने निश्चित गर्ने उद्देश्यले प्रेसलाई नियमन गरिएको हुन्छ ।

प्रेस नियमन विभिन्न स्वरूपमा भइरहेको हुन्छ। सामाजिक रूपमा उक्त समाजका स्थापित मूल्यमान्यताले परोक्ष, तर प्रभावकारी, नियमन गरिरहेका हुन्छन् । वैयक्तिक तहमा पत्रकारको नैतिक सिद्धान्त वा नीतिशास्त्रीय मान्यताले नियमन गरिरहेका हुन्छन् । राज्यको तर्फबाट औपचारिक रूपमाचाहिँ प्रेस कानुनमार्फत् नियमन गर्ने व्यवस्था मिलाइएको हुन्छ। साथै, पेसागत आचारसंहिताले प्रेसलाई नियमन गरिरहेका हुन्छन् । आचार संहिता कानुन नभई व्यावसायिक मर्यादाको लागि पत्रकारका व्यावसायिक संस्थाहरूले लागू गर्ने संहिता हो । यसरी प्रेस नियमनका निम्नानुसारका स्रोतहरू देखिन्छन् :

- सामाजिक मूल्यमान्यता (Social Norms and Values)
- नैतिक सिद्धान्त (Morality and Ethics)
- प्रेस कानुन (Press Law)
- आचारसंहिता (Code of conduct)

प्रेस कानुन

प्रजातान्त्रिक प्रणालीमा कानुनको राज (Rule of law) हुन्छ। कानुनभन्दा माथि कोही हुँदैन र यसको परिपालना गर्नु सबैको कर्तव्य मानिन्छ । प्रेस कानुन (Press Law) भनेको त्यस्तो कानुन हो, जसले पत्रकारिताको नियमन गर्दछ । 'प्रेस' शब्दको अर्थ विस्तार हुँदै जाँदा 'प्रेस कानुन' शब्दावलीको अर्थ पनि विस्तार भएको छ। पहिले प्रेस कानुन भन्नाले छापाखाना र प्रकाशनसँग सम्बन्धित उद्योग वा व्यवसायलाई नियमन (रेगुलेसन) गर्ने कानुन भन्ने बुझिन्थ्यो। यस अन्तरगत छापाखाना र प्रकाशनसँग सम्बन्धित ऐन, कानुन तथा नीति-नियमहरू पर्दथे, जसले पत्रकारहरूको अधिकार र कर्तव्यको समेत व्यवस्था गरेका हुन्छन्। अहिले प्रेस कानुनले छापाखाना र प्रकाशनसँग सम्बन्धित साथसाथै अन्य माध्यमका पत्रकारितालाई पनि समेट्छ । त्यसैले प्रेस कानुन भन्नाले समष्टिमा मिडिया कानुन भन्ने बुझ्नु उपयुक्त हुन्छ। यसरी आमसञ्चारसँग सम्बद्ध विषय-वस्तु बारेको कानुनी व्यवस्थालाई नै 'प्रेस कानुन' भन्नु पर्ने हुन्छ।

प्रेस कानुन कस्तो हुने भन्ने कुरा देशमा रहेको राज्य व्यवस्थाअनुसार निर्धारण हुन्छ। उदार प्रजातान्त्रिक प्रणाली भएका देशमा प्रेस स्वतन्त्रताको पूर्ण प्रत्याभूति हुने गरी कानुनी प्रावधान राखिएको हुन्छ भने अधिनायकवादी प्रणालीमा प्रेसलाई सरकारी नियन्त्रणमा पार्ने अभीष्ट राखिएको हुन्छ। सामान्यतया प्रेसले पनि आफ्नो कार्य सञ्चालन गर्दा देशको नियम कानुनको पालना गर्नै पर्छ। तर यसको अर्थ जस्तोसुकै कानुनी प्रावधानलाई पनि बिना कुनै प्रतिरोध स्वीकार्नु पर्दछ भन्ने चाहिँ होइन। अप्रजातान्त्रिक एवं प्रेस स्वतन्त्रताको आधारभूत अवधारणा विरुद्ध हुने गरी कानुन निर्माण गरिएको अवस्थामा त्यस्तो प्रावधानको अवज्ञा गर्ने तथा प्रजातन्त्रका लागि संघर्ष गर्ने अधिकार भने प्रेस जगत्सँग निहीत छ।

प्रेसले प्राप्त गर्ने अधिकारहरू पनि एक नागरिकले प्राप्त गर्ने अधिकार नै भएकाले नागरिक माथि लागू हुने कानुन स्वतः प्रेसजगत्माथि पनि लागू हुन्छ। यो स्वाभाविक कुरा हो। त्यसैले पत्रकारहरूले आफ्ना कार्यबाट देशको प्रचलित कानुनको उल्लंघन नहोस् भन्नेमा विशेष ध्यान पुऱ्याउनु पर्दछ।

पत्रकारिता र कानुनको अन्योन्याश्रित सम्बन्ध रहेको छ। दुवैको उद्देश्यमा धेरै समानता पनि रहेको छ। पत्रकारिता भनेको समाजमा भएका सत्य-तथ्य घटनाका विवरणलाई समसामयिक रूपमा जनसमक्ष पुऱ्याउनु हो। यसबाट पत्रकारले जनतालाई सुसूचित बनाई उनीहरूको सेवा गर्ने उद्देश्य राखेको हुन्छ। सुसूचित जनताले नै समाजमा सुव्यवस्था कायम राख्न सक्दछन्। यता कानुनको उद्देश्य पनि समाजमा सुव्यवस्था कायम राख्ने नै हो।

मानव समाजमा यसले पुऱ्याएको योगदानका कारणले प्रेस जगत्ले समाजमा उच्च सम्मान पाउँदै आएको छ। त्यसैले 'स्वतन्त्र प्रेस' को अवधारणा प्रायः सबै सभ्य देशहरूमा स्वीकारिएको पाइन्छ। तर 'राज्यको चौथो अङ्ग'को रूपमा प्रतिष्ठा कमाइसकेको प्रेसलाई स्वतन्त्रताको प्रत्याभूति हुनु जति जरुरी छ, उसले आफ्ना कर्तव्य, दायित्व, मर्यादा पालन गर्नु पनि त्यति नै जरुरी छ। जसरी समाजका अन्य अङ्ग नीति, नियम, मर्यादाको घेरामा बाँधिनु पर्दछ, त्यसरी नै प्रेसका सवालमा पनि यो कुरा लागू हुन्छ। प्रेसलाई दिग्दर्शन गर्ने कार्य कानुनलेसमेत गरेको हुन्छ। तसर्थ प्रेस जगत्ले पनि कानुनको पालना गर्नु आवश्यक छ।

मानव समाजको प्रारम्भिक अवस्थादेखि नै मानवले पालन गर्नु पर्ने कुनै न कुनै स्वरूपका नियमहरूको पनि सिर्जना भएको थियो। जति जति मानव सभ्यताले समय बिताउँदै आयो, त्यति नै त्यस्ता नियमहरू पनि बदलिँदै आए। तिनै नियमहरू राज्यले औपचारिक मान्यता दिएपछि कानुनका रूपमा चिनिन

थाले । कानुनले अधिकार र कर्तव्यको समुचित व्यवस्था गरेको हुन्छ । कानुन नियमहरूको त्यो समूह हो, जसलाई राज्यले मान्यता दिन्छ र न्यायसम्पादनको लागि लागू गर्दछ । कानुनको उल्लंघन दण्डनीय हुन्छ । यो सबैका लागि लागू हुन्छ । प्रेसले प्राप्त गर्ने अधिकारहरू पनि एक नागरिकले प्राप्त गर्ने अधिकार नै भएकाले नागरिक माथि लागू हुने कानुन स्वतः प्रेसजगत माथि पनि लागू हुन्छ । यो स्वाभाविक कुरा हो । त्यस अतिरिक्त कतिपय कानुनी प्रावधान प्रेसकै लागि बनाइएका विशेष प्रावधान पनि हुन सक्छन् । सामान्यतया पत्रकारहरूले आफ्ना कार्यबाट देशको प्रचलित कानुनको उल्लंघन नहोस् भन्नेमा विशेष ध्यान पुऱ्याउनु पर्दछ ।

मिडिया नीतिशास्त्र (Media Ethics)

हामीले के गर्नु हुन्छ र केचाहिँ गर्नु हुँदैन, के गर्दा सही हुन्छ र के गर्दाचाहिँ गलत हुन्छ, के ठीक हो र केचाहिँ बेठीक हो भन्नेबारे अध्ययन गर्ने विधालाई नीतिशास्त्र (Ethics) भनिन्छ । यसलाई दर्शनशास्त्रअन्तर्गतको एक विधा मानिन्छ ।

मिडियाको परिप्रेक्ष्यमा नीतिशास्त्रीय अध्ययन गर्ने विधा नै मिडिया नीतिशास्त्र (Media Ethics) हो । अर्थात्, मिडिया नीतिशास्त्र (Media Ethics) भन्नाले मिडियाको नीतिशास्त्रीय अध्ययन गरिने विधालाई जनाउँछ । मिडिया नीतिशास्त्र दर्शनशास्त्रको त्यस्तो शाखा हो जसले पत्रकार तथा अन्य मिडियाकर्मीहरूलाई आफ्नो कार्य-व्यवहारलाई कसरी नैतिक (Ethical) बनाउने भन्ने निर्धारण गर्न मद्दत गर्दछ ।

नैतिक द्विविधा मिडियाकर्मीहरूको दैनिक कार्यसँग सधैँ अभिन्न रहेको हुन्छ । आफ्ना कामका क्रममा उनीहरूले विकल्पहरूमध्ये कुन गलत र कुन सही हो वा कम्तीमा पनि कुन भन्दा कुनचाहिँ राम्रो हो भन्ने निर्णय क्षण-क्षणमा गर्नु पर्ने हुन्छ । मिडिया नीतिशास्त्रको मूल सरोकार मिडियाकर्मलाई कसरी नैतिक बनाउने भन्ने हो । मिडिया नीतिशास्त्र जहिले पनि संस्कृतिसापेक्ष हुन्छ ।

प्रेस मर्यादा, उत्तरदायित्व र आचारसंहिता

पत्रकारको उत्तरदायित्व समाजका विभिन्न पक्षहरूप्रति रहेको हुन्छ । जस्तै :

(क) सम्पूर्ण मानव-समाज,
(ख) आफू नागरिक रहेको राष्ट्र,
(ग) आफू सदस्य रहेको समूह वा समुदाय,

(घ) आफ्नो पेसा,
(ङ) पेसागत संस्था,
(च) आफू कार्यरत रहेको संस्था,
(छ) आफ्ना अधिकारी,
(ज) आफू स्वयम्, आदि ।

एउटा पत्रकारले आफूलाई मर्यादित, उत्तरदायित्वपूर्ण र नैतिकवान साबित गर्न विभिन्न पक्षलाई ख्याल राख्नु पर्छ । जस्तै :

(क) सामाजिक मर्यादा : पत्रकारले जहिले पनि सामाजिक प्रतिष्ठा र मर्यादाको ख्याल गर्नु पर्दछ । समाजमा निन्दनीय हुने कार्य गर्नबाट जोगिन सधैं सतर्कता अपनाउनु पर्दछ । यदि पत्रकारिताले सामाजिक मर्यादा पालना गराउने काम गरेन भने त्यो उसको अनैतिक काम हुन जान्छ । पत्रकारितामा समाजमा निन्दनीय ठानिने कुरालाई कदापि प्रोत्साहन दिइनु हुँदैन । प्रत्येक समाजका आफ्नै खाले मूल्य मान्यता र आदर्श हुन्छन्, जसलाई पत्रकारले पालना गर्नु पर्दछ ।

(ख) कानुन र नीति नियम : कुनै पनि मुलुकमा समाजलाई व्यवस्थित र समानुपातिक ढंगले अगाडि बढाउन ऐन, कानुन र नीति नियमहरूको तर्जुमा गरिएको हुन्छ । जसको पालना गर्न गराउन पत्रकारिताले उल्लेख्य भूमिका निर्वाह गर्नु पर्दछ । पत्रकारिताले ऐन, कानुनको उल्लंघन गरेमा उदण्डित हुन्छ भने समाजमा पनि अनेक विकृति र विसंगतिहरूको सिर्जना हुन्छ । त्यसैले पत्रकारिताले सकेसम्म विद्यमान ऐन, कानुन र नीति नियमको खयाल गर्ने र पालना गर्ने प्रयास गर्नु पर्दछ ।

(ग) पेसागत मर्यादा : पत्रकारिताका आफ्नै खाले पेसागत मूल्य, मान्यता र आदर्शहरू हुन्छन् । यदि पत्रकार स्वयंले आफ्नो मूल्य, मान्यता र आदर्शका विपरित काम गर्ने हो भने समाजमा पत्रकारिताप्रति नकारात्मक धारणा पैदा भई पेसा नै बदनाम हुन पुग्छ ।

(घ) आचार-संहिताको पालना : पत्रकारिता क्षेत्रलाई स्वस्थ्य, स्वच्छ र मर्यादित बनाउन राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय स्तरका आचार-संहिताको तर्जुमा गरिएको हुन्छ । जसको पालना पत्रकारिता क्षेत्रले अनिवार्य रूपमा गर्नु पर्दछ । यदि निर्धारित आचार-संहिताको पालना र अनुशरण हुन सकेन भने त्यसले पत्रकारिता पेसालाई विकृत बनाउनुका साथै समाजमा पनि विभिन्न विसंगतिहरूको सिर्जना गर्दछ ।

संक्षेपमा भन्नुपर्दा पत्रकार आचार संहिता भनेको पत्रकार आफैँले आफ्नो पेसागत मर्यादा निर्धारण गरी पालना गर्नका लागि निश्चित गरिएका नियमहरू हुन् । नेपालमा पनि यस्तो आचार संहिता निर्माण गरिएको छ । हाल नेपालमा नेपाल पत्रकार महासंघ र प्रेस काउन्सिलद्वारा संयुक्त रूपमा जारी गरिएको पत्रकार आचार संहिता लागू रहेको छ ।

पत्रकारिताले जहिले पनि हर क्षेत्र र पक्षमा आफूलाई जिम्मेवारीपूर्ण रूपमा प्रस्तुत गर्न सक्नु पर्दछ । कुनै पनि सञ्चार माध्यमद्वारा प्रेषित कुराहरू सत्य तथ्य हुन जरुरी छ । पाठक माझ अथवा समाजमा 'प्रेसको काम हल्ला गर्ने हो' भन्ने छाप पर्न गयो भने यसले समग्र पत्रकारिता क्षेत्रलाई नै पछाडि धकेल्ने काम गर्दछ । त्यसैले पत्रकारिताले जहिले पनि जिम्मेवारीपूर्ण चरित्र प्रदर्शन गर्नु पर्दछ ।

मर्यादा र नैतिकतामा अडेको पत्रकारले नै सबै पक्षहरूप्रतिको आफ्नो कर्तव्य निर्वाह गर्न सक्छ । पत्रकारितामा मर्यादा, उत्तरदायित्व र नैतिकताको प्रश्न अत्यन्त महत्वपूर्ण मानिन्छ । के गर्ने र के नगर्ने भन्ने कुराको निर्धारण गर्नु आफैमा जटिल र कठिन कार्य हो । पत्रकारिताका सिद्धान्तहरू (Principles of Journalism) बारेमा चर्चा भइसकेको छ कि इमान्दारी, सत्यता र यथार्थ (Sincerity, Truthfulness and Accuracy), निष्पक्षता (Impartiality), सामाजिक उत्तरदायित्व (Social Responsibility), इमान्दारी (Honesty), सार्वजनिक हित (Public Welfare), सेवाभाव (Service Spirit), स्वतन्त्रता (Freedom) र विश्वसनीयता (Credibility) मा पत्रकारले जोड दिनु पर्छ।

पत्रकारिताको विकास सँगसँगै पत्रकारिता र नैतिकताका वषयमा निरन्तर बहस हुँदै आएको छ । पत्रकार भन्नासाथ नैतिकवान हुनुपर्छ भन्ने ठानिन्छ । कतिपय कुरा कानुनले र अन्य कतिपय चाहिँ आचार-संहिताले निर्देशन गरेका हुन्छन् । आचार संहिता कुनै व्यवसायमा व्यावसायिक आचरण कायम गर्न निश्चित सिद्धान्तहरूका आधारमा तय गरिने मान्यता हुन् । विभिन्न पेसामा आ-आफ्ना आचार-संहिता बनाइएका हुन सक्छन् । सोही अनुरूप पत्रकारिताको व्यवसायलाई उच्चतम् आदर्शमय, मर्यादित र जिम्मेवारीपूर्ण बनाउन 'आचारसंहिता'को निर्माण गरिएको हुन्छ । यसलाई पालना गर्नु प्रत्येक पत्रकारको व्यावसायिक कर्तव्य मानिन्छ ।

नेपालमा मिडियाको नियमन

सभ्य एवं लोकतान्त्रिक देशहरूमा मिडियाको स्वतन्त्रता र सीमा दुवैको राम्रो संयोजन गरिएको हुन्छ । एकातिर विचार र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रताको हक

अत्यावश्यक छ भने अर्कातिर यस्तो हकको प्रयोग असीमित हुन सक्दैन। त्यसैले विचार र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रता उपभोग गर्दा निश्चित मर्यादाभित्र रहेर गर्नु पर्छ भन्ने कुरा सर्वस्वीकृत छ। विभिन्न किसिमका मिडियामार्फत् सूचना प्रवाह हुँदा कतै अमर्यादित त भएको छैन वा मिडियाको कार्यबाट देश एवं समाजलाई नकारात्मक असर त परिरहेको छैन भन्ने सरोकार जायज नै हो। पत्रकारिता एवं मिडियामार्फत् हुने अन्य किसिमका सूचना आदान प्रदानलाई मर्यादित बनाइराख्न विभिन्न किसिमबाट नियमन (रेगुलेसन) गरिन्छ। नेपालमा पनि मिडिया नियमनको पद्धति स्थापित छ। तीमध्ये कानुनी प्रावधान र पेसागत आचारसंहिताबारे यस एकाइमा चर्चा गरिएको छ।

प्रेससम्बन्धी विभिन्न ऐनहरू

कुनै पनि देशको कानुनी संयन्त्रको सबैभन्दा माथि संविधान हुन्छ र संवैधानिक प्रावधानहरूलाई लागू गर्न विभिन्न ऐनहरू बनाइन्छ। प्रेसलाई नियमन गर्नका लागि पनि ऐनहरू बनाइएका हुन्छन्। नेपालमा पनि प्रेसको नियमनका लागि विभिन्न ऐनहरू बनाएका छन्। छापाखाना र प्रकाशनसम्बन्धी ऐन, राष्ट्रिय प्रसारण ऐन, प्रेस काउन्सिल ऐन, श्रमजीवी पत्रकारसम्बन्धी ऐन – यी सबै नियमनका लागि बनेका हुन्। त्यस्तै, सूचनाको हकसम्बन्धमा व्यवस्था गर्न बनेको ऐन, प्रतिलिपि अधिकार ऐन, कम्पनी ऐन, राज्यविरुद्धको अपराध र सजाय ऐन, लिखतहरूको गोप्यतासम्बन्धी ऐन, रेडियो ऐन, गाली बेइज्जती ऐन आदिका प्रावधानले प्रत्यक्ष वा परोक्ष रूपमा प्रेसलाई नियमन गरिरहेका हुन्छन्। पत्रकार देशको नागरिक भएकाले अन्य नागरिकका लागि लागू हुने जुनसुकै कानुनी प्रावधानहरू पत्रकारका लागि पनि लागू हुन्छन्।

नेपालमा पत्रकार आचार संहिता

प्रेस काउन्सिल नेपालले नेपाल पत्रकार महासंघ समेतको सहमतिमा एक पत्रकार आचारसंहिता जारी गरेको छ। स्वस्थ पत्रकारिताको विकासका निम्ति सञ्चार माध्यम र पत्रकारलाई जिम्मेवार र व्यावसायिक बनाई प्रेस स्वतन्त्रताको सम्बर्द्धन गर्दै यसको दुरुपयोग हुन नदिन तथा राष्ट्र र समाजप्रति बढी उत्तरदायी बनाउन एवं संविधान द्वारा प्रत्याभूत स्वतन्त्रता र हक अधिकारको जगेर्ना गर्दै जनतालाई सुसूचित गर्ने मूलभूत उद्देश्य उक्त आचारसंहिताको रहेको छ। यस आचारसंहिताले व्यावसायिक एवं स्वस्थ पत्रकारिताको अभ्यासमा जोड दिएको छ।

थप परिचर्चाका लागि द्रष्टव्य : प्रेस काउन्सिल नेपालद्वारा प्रकाशित पत्रकार आचारसंहिताको अद्यावधिक संस्करण।

सन्दर्भ सामग्री

अधिकारी, निर्मलमणि । वि.सं. २०६३ । सञ्चार शोध र मिडिया पर्यवेक्षण । काठमाडौँ : प्रशान्ति पुस्तक भण्डार ।

अधिकारी, निर्मलमणि । २०६४ । प्रयोगात्मक पत्रकारिता । काठमाडौँ : प्रशान्ति पुस्तक भण्डार ।

अधिकारी, निर्मलमणि । वि.सं. २०६६ । आमसञ्चार र पत्रकारिता : सञ्चार, मिडिया र पत्रकारिताको समष्टि अध्ययन (पाँचौँ संस्करण) । काठमाडौँ : प्रशान्ति प्रकाशन ।

मेयसनीयर, पौलदे । मिति अनुल्लेखित । यो समाचार हो, रेडियो समाचार निर्देशिका । काठमाडौँ : मोडर्न पब्लिसर्स एण्ड डिस्ट्रिब्युटर्स ।

राई, लाल देउसा । २०५९ । अखबारी पत्रकारिता । काठमाडौँ : साझा प्रकाशन ।

रेग्मी, रामकृष्ण । २०६५ वैशाख–असार । समाचार : झुकावमा विष, सन्तुलनमा अमृत । संहिता, २, ९–११ ।

Adhikary, Nirmala Mani. (2008). *Communication, Media and Journalism: An Integrated Study.* Kathmandu: Prashanti Prakashan.

Brooks, Brian S., Kennedy, George, Moen, Daryl R., and Ranly, Don (The Missouri Group). (2007). *Telling the Story: The Convergence of Print, Broadcast and Online Media.* 3rd ed. Boston: Bedford/St. Martin's.

Brooks, Brian S., Kennedy, George, Moen, Daryl R., and Ranly, Don (The Missouri Group). (2008). *News Reporting and Writing.* 9th ed. Boston: Bedford/St. Martin's.

Hough, George A. (1991). *News Writing*. Boston: Houghton Mifflin Company.

Kamath, M.V. (2005). *Professional Journalism*. New Delhi: Vikash Publishing.

Kharel, P. (2006). *A Study of Journalism.* Kathmandu: NAME.

Mencher, Melvin. (2002). *Basic News Writing*. New Delhi: Universal Bookstall.

Pant, Laxman Datt. *Introduction to Journalism and Mass Communication.* Kathmandu: Vidyarthi Prakashan, 2009.

आफ्नैबारेमा

मिडिया एड्भोकेसी ग्रुप (म्याग) महिला र सूचनाको क्षेत्रमा कार्यरत संस्था हो । मिडिया, कानुन, व्यवस्थापन तथा एड्भोकेसीको क्षेत्रमा लामो समयदेखि कार्यरत व्यक्तित्वहरूको सहभागिता रहेको म्यागले सूचनाको हकलाई सुशासन, पारदर्शिता र जवाफदेहिताका लागि संयन्त्रको रूपमा प्रयोग गर्न स्थानीयदेखि राष्ट्रिय तहसम्म विभिन्न काम गर्दै आएको छ। सूचनामा सर्वसाधारण नागरिक तथा महिलाको पहुँच, महिला, शान्ति र सुरक्षा, सुरक्षित वैदेशिक रोजगारी र लैङ्गिक हिंसाको न्यूनीकरणमा वकालत म्यागको प्रमुख कार्यक्षेत्र हो । महिलासम्बन्धी अन्तर्राष्ट्रिय संयन्त्रहरू महिलाविरुद्धका सबै प्रकारका भेदभाव उन्मूलन गर्ने महासन्धि (सिड), बेइजिङ कार्ययोजना र संयुक्त राष्ट्रसङ्घ सुरक्षा परिषद्को प्रस्ताव नं. १३२५ र १८२० को कार्यान्वयनका सन्दर्भमा म्यागले वकालतको कार्य गर्दै आएको छ। स्थानीयदेखि केन्द्रीय र सर्वसाधारणदेखि नीति-निर्माण तहसम्म संस्थाका लक्षित वर्ग हुन् । सुसूचित र समतामूलक समाजको निर्माण संस्थाको अन्तिम लक्ष्य हो ।

मिडिया एड्भोकेसी ग्रुप (म्याग)
पोष्ट बक्स नं.१९७, कुपण्डोल, ललितपुर, नेपाल
फोनः ५०११७९३, फ्याक्सः ५०११७९३
इमेल : info@mag.org.np / mediaadvocacygroup00@gmail.com
वेबसाइटः www.mag.org.np

9789937284493