RESEARCH PAPER | Mass Communication | Volume : 2 | Issue : 1 | October 2012 | ISSN - 2249-555X

अंतर्राष्ट्रीय पत्रकारिता की दषा और दिषा
Aantarastriy Patrakarita ki dash aur disha

KEYWORDS: समाचार संगठन, विदेषी पत्रकार।

Dr Subodh Kumar

Assistant Professor & Co-Ordinator, Department of Journalism & Mass Communication, Uttarakhand Open University, Haldwani (Nainital)

ABSTRACT सारांष-जब आप टीवी, रेडियो या देषी-विदेषी अखबार पढ़ते होंगे तो आपके मन में सवाल जरूर उठता होगा कि दुनिया के एक कोने में घटित एक घटना कैसे खबर बनकर कुछ ही पलों में दुनिया के दूसरे कोने में पहुँच जाती है? दरअसल इसी काम को अंजाम देने में अंतर्राष्ट्रीय पत्रकार लगे रहते हैं. दुनिया के एक कोने में बैठे अंतर्राष्ट्रीय पत्रकार एक घटना को अपने कौशल और ज्ञान के जरिये कभी खबर तो कभी लेख या फीचर के रूप में दुनिया के दूसरे कोने तक पहुंचाने का काम करते हैं. क्या अखबार, क्या टीवी चैनल या क्या रेडियो, सब तरफ अंतर्राष्ट्रीय पत्रकारिता का लगभग एक ही ढांचा होता है. यहाँ हम इसके विभिन्न पहलुओं पर प्रकाश डालेंगे.

1.1 प्रस्तावना
इस षोध पत्र में यह बताया गया है कि विभिन्न समाचार संगठनों में अंतरराष्ट्रीय पत्रकारिता कैसे होती है और उसका क्या स्वरुप है? अखबार के भीतर सम्पादकीय विभाग में फॉरेन डेस्क और फॉरेन कॉरेस्पोंडेंट की क्या भूमिका होती है और वे कैसे अपने काम को अंजाम देते हैं। यह हरेक तरह की पत्रकारिता में है. यानी प्रिंट, रेडियो-टीवी और इंटरनेट, सब तरफ इसका महत्व बराबर बना हुआ है. शिक्षार्थी कैसे इसकी बारीकियों को समझ कर स्वयं उस दिशा में प्रवृत्त हो सकते हैं!

1.2 समाचार संगठन
समाचार संगठन हम ऐसी संस्थाओं को कह सकते हैं, जो पेशेवर ढंग से समाचार एकत्र करते हैं और उन्हें आम लोगों तक पहुंचाते हैं, जैसे अखबार, रेडियो और टीवी। समाचार एकत्र करना और उन्हें दूसरों तक पहुंचाना ही उनका काम होता है। इसके एवज में वे फीस लेते हैं। पेशेवर सम. ाचार संगठनों को मोटे तौर पर हम दो वर्गों में बांट सकते हैं। एक, वे जिनका मुख्य जोर खबरों के संकलन पर होता है और जो मोटे तौर अपनी खबरें दूसरे संगठनों को देते हैं। इसमें मुख्य रूप से समाचार एजेंसियां होती हैं। दूसरा वर्ग उन संगठनों का है, जिनका ज्यादा जोर खबरों की प्रस्तुति पर होता है। अखबार और रेडियो-टीवी के समाचार चैनलों की कोशिश खबरों को अपने पाठकों और श्रोताओं तक पहुंचाने की होती है। ये अपना राजस्व वहां से प्राप्त करते हैं।

1.3 समाचार की आवश्यकता
हम सब में समाचार जानने की एक उत्सुकता होती है। अपने आसपास के अलावा दूसरे प्रदेशों में और देश के अलावा दूसरे देशों में क्या-क्या घटित हो रहा है। उनसे हम नई बातें सीखते हैं और उन परिस्थितियों के लिए खुद को तैयार करते हैं।

1.4 समाचारों के स्रोत
मोटे तौर पर समाचार हमें तीन तरह से प्राप्त होते हैं-

(क) समाचार संगठनों से—इस श्रेणी में हम समाचार पत्रों, न्यूज एजेंसियों, रेडियो और टेलीविजन को रख सकते हैं। ये सब हमें व्यवस्थित रूप से समाचार देते हैं। इनका पेशा ही अपने पाठकों, श्रोताओं और दर्शकों तक खबरें पहुंचाना होता है।

(ख) व्यक्तिगत संपर्कों से—बहुत सारी खबरें हमें निजी संपर्कों से भी हासिल होती हैं। जैसे हमारा कोई मित्र या रिश्तेदार जापान में रहता हो और उसने हमें बताया हो कि वहां कैसे भूकंप आया और क्या-क्या तबाही हुई।

(ग) इंटरनेट के माध्यम से—यह एक नया माध्यम है। इस टेक्नोलॉजी में यह सुविधा है कि वहां ऐसी सोशल साइटें बनाई जा सकती हैं, जिन पर कोई भी अपनी बात कह-सुन सकता है। ऐसे में दुनिया में कहीं भी कोई बात घटित होती है, तो कई लोग अपने अनुभव या अपनी नई जानकारी इन साइटों पर डाल देते हैं। और उसे पढ़ने वालों के लिए वह समाचार भी हो सकता है। जैसे-अमेरिकी सैनिकों ने ओसामा बिन लादेन को पकड़ने के लिए पाकिस्तान के एबटाबाद में जो कार्रवाई की थी, वह बेहद गुप्त रखी गई थी। लेकिन उसी इलाके में रहने वाले किसी व्यक्ति ने हेलिकॉप्टरों की आवाज सुनकर उसी समय अपने ब्लॉग में लिख कर डाल दिया था कि यहां हेलिकॉप्टरों और मोर्टारों की तेज आवाजें आ रही हैं, लगता है फिर कहीं हमला हुआ है। वह एक ऐसे व्यक्ति का निजी अनुभव था, जो एक दुर्लभ समाचार बन गया और बाद में सारी दुनिया में फैल गया।

1.5 समाचार संगठन
किसी भी पेशेवर समाचार संगठन में मोटे तौर पर दो तरह के विभाग होते हैं। एक वह विभाग होता है, जिसमें काम करने वाले पत्रकार, समाचार एकत्र करते हैं। इन्हें आप इनपुट देने वाले पत्रकार मान सकते हैं। इनमें रिपोर्टर और कॉरेस्पोंडेंट होते हैं। दूसरा विभाग अपने विभिन्न स्रोतों से मिले समाचार को देखता-परखता है, संपादन करता है और उसे अपने श्रोताओं या पाठकों या उपभोक्ताओं के सामने प्रस्तुत करता है। इसे आप आउटपुट विभाग कहते हैं। इनमें कॉपी एडिटर, न्यूज एडिटर वगैरह होते हैं। काम का यही ढांचा लगभग हर मीडिया में होता है-चाहे वह रेडियो हो, अखबार हो या टेलिविजन हो।

1.6 विदेश संवाददाता : एक परिचय
ऐसे संवाददाता, जो दूसरे देशों में रह कर अपने संगठन के लिए समाचार भेजते हैं, उन्हें विदेश संवाददाता या फॉरेन कॉरेस्पोंडेंट (विदेश संवाददाता) कहते हैं। और ऐसा डेस्क जो विदेशी खबरों पर ध्यान रखता है, उन्हें संपादित करता है और अपने पाठकों/श्रोताओं/दर्शकों के अनुरुप बनाकर उन्हें प्रस्तुत करता है, उसे फॉरेन डेस्क कहा जाता है। फॉरेन कॉरेस्पोंडेंट बहाल करने में और फॉरेन डेस्क बनाने में निश्चित रुप से ज्यादा संसाधन खर्च होता है। भारत में टाइम्स ऑफ इंडिया, हिंदुस्तान टाइम्स और हिंदू जैसे बड़े प्रकाशन समूह और ऑल इंडिया रेडियो, दूरदर्शन, तथा पीटीआई जैसे सरकारी मदद वाले संगठनों ने महत्वपूर्ण अंतरराष्ट्रीय केंद्रों पर अपने फॉरेन कॉरेस्पोंडेंट रखे हैं।

1.7 विदेश संवाददाताओं के प्रकार
संवाददाताओं की कई श्रेणियां होती हैं-जैसे पूर्णकालिक या नियमित संवाददाता, स्ट्रिंगर, फ्रीलांसर आदि। उसी तरह से विदेशी खबरों के लिए पूर्णकालिक संवाददाताओं के अलावा रिटेनर और स्ट्रिंगर या पार्ट टाइम कॉरेस्पोंडेंटस भी रखे जाने लगे हैं।

1.7.1 फॉरेन कॉरेस्पोंडेंट्स की संख्या
ग्लोबलाइजेशन के बाद से विभिन्न देशों के बीच आवागमन काफी तेजी से बढ़ा है। सन् २००८ में नई दिल्ली स्थित फॉरेन कॉरेस्पोंडेंट क्लब के २०० सदस्य थे, जो २००९ में २४० हो गए और २०१० में ३०० तक जा पहुंचे। इन संवाददाताओं में से ज्यादातर अमेरिका, ब्रिटेन, चीन, जापान और फ्रांस के समाचार संगठनों से आए हैं। इनमें टीवी पत्रकारों और उनके कैमरामेन की संख्या भी काफी है। फॉरेन कॉरेस्पोंडेंट्स में से कुछ नियमित संवाददाता हैं, कुछ स्ट्रिंगर और कुछ फ्रीलांसर।

1.7.2 विदेश संवाददाताओं की नियुक्ति का इतिहास
अखबारों ने अपने यहां फॉरेन का कॉरेस्पोंडेंट की नियुक्ति कब से शुरू की या फॉरेन डेस्क का गठन कब से होने लगा, यह भी ठीक-ठीक बताना तो मुश्किल है। लेकिन उन्नीसवीं सदी के यूरोपीय अखबारों का सबसे बड़ा आकर्षण विदेशी समाचार ही होते थे। इन अखबारों के नाम के साथ पोस्ट या डिस्पैच जैसा शब्द लगा रहता था-जैसे सेंट लुई डिस्पैच, न्यूयॉर्क पोस्ट या लंदन डिस्पैच जैसे होते थे। उन्नीसवीं सदी के आरंभ में यूरोप में तेजी से औद्योगीकरण शुरू हो रहा था, सामाजिक और राजनीतिक बदलाव हो रहे थे। इसलिए पाठकों की दिलचस्पी रहती थी कि दूसरे देशों या जगहों पर क्या नया हो रहा है। अखबार ऐसी खबरें छापते थे, लेकिन उन समाचारों के लिए उन्हें वहां से आने वाली डाक का इंतजार रहता था।

1.7.3 खबरों का पीछा करना
२००९ में लुइसियाना स्टेट यूनिवर्सिटी प्रेस से जॉन मैक्सवेल हैमिल्टन की एक किताब प्रकाशित हुई थी, 'जर्नलिज्म्स रोविंग आई : ऑ हिस्ट्री ऑफ अमेरिकन फॉरेन रिपोर्टिंग। इस किताब में हैमिल्टन ने लिखा है : १८३५ में जेम्स गॉर्डन बेनेट के अखबार न्यूयॉर्क हेराल्ड ने प्रसार की दृष्टि से अपने सभी प्रतिद्वंद्वियों को पछाड़ दिया। इसके लिए बेनेट ने एक शानदार रणनीति बनाई। उसने कहा-हमारे बाकी प्रतिद्वंद्वी विदेशी खबरों का इंतजार करते हैं। अब तक हम भी यही करते रहे हैं। लेकिन अब हम खुद खबरों के पीछे भागेंगे। बेनेट की इस नीति से न्यूयॉर्क हेराल्ड की लोकप्रियता में काफी बढ़ोतरी हुई। कुछ ही दिनों बाद न्यूयॉर्क हेराल्ड के प्रतिद्वंद्वी न्यूयॉर्क ट्रिब्यून ने भी वही नीति अपनाई, लेकिन वह एक कदम और आगे बढ़ा। उसके मालिक होरास ग्रीली ने यूरोप के कई देशों और शहरों की यात्रा की और वहां के बड़े-बड़े लेखकों से अपना नियमित पोस्ट भेजने का अनुबंध किया। उधर फ्रांस की न्यूज एजेंसी एएफपी १८३५ में ही स्थापित हो चुकी थी। दूसरे देशों से समाचार लेने-देने के लिए इसने जरूर वहां अपने संवाददाता, डेस्क और ब्यूरो बनाए होंगे।

1.7.4 विदेशी खबरों का स्वर्ण युग
जोसेफ पुलित्जर एक महान अमेरिकी पत्रकार थे और १८७८ में सेंट लुई डिस्पैच नाम का अखबार निकालते थे, जो बाद में सेंट लुई पोस्ट डिस्पैचर हो गया। पत्रकारों को प्रोत्साहन देने के लिए पुलित्जर ने अपनी कमाई से उनके लिए एक पुरस्कार योजना शुरू की, जो एक ट्रस्ट द्वारा आज भी चलाई जा रही है। हेंज फिशर ने इन पर एक भारी किताब लिखी है : द पुलित्जर प्राइज अॅचिव। इस किताब का पहला वॉल्यूम १९२८-८५ के बीच की अंतरराष्ट्रीय रिपोर्टिंग पर आधारित है। इस वॉल्यूम में हेंज ने लिखा है, प्रथम विष्व युद्ध के बाद खबरों में अंतरराष्ट्रीय सूचनाओं का महत्व बढ़ गया। १९२८ में अंतरराष्ट्रीय रिपोर्टिंग के लिए पुलित्जर पुरस्कारों की एक अलग श्रेणी बनाई गई और वह पुरस्कार एक फॉरेन कॉरेस्पोंडेंट को दिया गया। हेमिल्टन ने

Volume : 2 | Issue : 1 | October 2012 | ISSN - 2249-555X

लिखा है कि दूसरे महायुद्ध के बाद विदेशी पत्रकारिता का स्वर्ण युग समाप्त हो गया। वह शीतयुद्ध की चपेट में आ गया। विदेशी संवाददाता शक के दायरे में आने लगे। कई ब्यूरो बंद हो गए और वहां नियुक्त संवाददाता अपने देश लौट गए।

1.7.5 भारत में शुरुआत

भारत में संभवत: पहला फारेन कॉरेस्पोंडेंट रायटर ने १८६५ के आसपास भेजा था। उस समय भारत और यूरोप के बीच टेलीग्राफ लाइनें बिछाई गई थीं और कॉलिंस नाम के उस संवाददाता को एक दिन में सिर्फ ७७ शब्द भेजने की इजाजत थी। कालिंस पूर्णकालिक संवाददाता था। १९४७ में भारत को आजादी मिलने के बाद से यहां आने वाले विदेशी पत्रकारों की संख्या तेजी से बढ़ी। अस्सी के दशक में फाइनांशियल टाइम्स और वॉल स्ट्रीट जरनल ने यहां पूर्णकालिक फोटोग्राफर रखे।

10.8 अंतरराष्ट्रीय पत्रकारिता में बदलाव

1.8.1 तकनीक का प्रभाव

विदेशों से खबरें मंगाने और विदेशों में अपने संवाददाता रखने का मूल उद्देश्य अंतरराष्ट्रीय खबरें प्राप्त करना और उन्हें अपने पाठकों तक पहुंचाना था। इन खबरों पर दो बातों का बहुत गहरा प्रभाव पड़ा -एक, उस युग में उपलब्ध टेक्नोलॉजी। और दो, विभिन्न देशों के आपसी संबंध। आज मोबाइल से भी खबरें भेजी जा सकती हैं।

1.8.2 अंतरराष्ट्रीय संबंधों का असर

विदेश संवाददाताओं द्वारा भेजी जाने वाली अंतरराष्ट्रीय खबरों के स्वरूप पर टेक्नोलॉजी के अलावा विभिन्न देशों के आपसी संबंधों और अंतरराष्ट्रीय राजनय का बहुत गहरा प्रभाव पड़ा। मसलन उन्नीसवीं सदी के पूर्वार्द्ध में यूरोप एक नई अंगड़ाई ले रहा था। उस समय की अंतरराष्ट्रीय रिपोर्टिंग द न्यू ब्रेव वर्ल्ड को समर्पित थी। प्रथम विष्व युद्ध के बाद वही अंतरराष्ट्रीय रिपोर्टिंग यलो जर्नलिज्म का हथियार बन गई, जिसमें एक-दूसरे के खिलाफ दुष्प्रचार किया गया। दूसरे विष्व युद्ध के बाद जब दुनिया दो ध्रुवों में बंट गई, तब भी वह जासूसी और दुष्प्रचार से बोझिल बनी रही। आज की अंतरराष्ट्रीय खबरें बिजनेस गतिविधियों से ज्यादा प्रभावित हैं। इस तरह से ये खबरें नई टेक्नोलॉजी और जमाने के चलन से निर्धारित होती रही हैं।

1.9 विदेश संवाददाता की चुनौतियां

कुछ मामलों में पूर्णकालिक विदेश संवाददाताओं का काम बहुत चुनौतीपूर्ण होता है। उन्हें सबसे पहले वहां की भाषा और संस्कृति समझनी पड़ती है, जहां उनकी नियुक्ति होती है। इसके बाद अपने लिए खबरों के स्रोत बनाने पड़ते हैं। यदि मेजबान देश से अपने देश के राजनयिक रिश्ते अच्छे नहीं हुए तो और भी दूसरे तरह की परेशानियां पेश आती हैं। तब खबरें जुटाने का काम बेहद जोखिमपूर्ण हो जाता है। युद्ध या गृहयुद्ध की स्थिति में फॉरेन कॉरेस्पोंडेंट्स का जोखिम काफी बढ़ जाता है। बीती फरवरी में जब सारी दुनिया ''जैस्मिन रिवोल्यूशन'' की खबरें उत्सुकता से पढ़ रही थी, संडे टाइम्स की संवाददाता कॉलविन सीरिया से रिपोर्टिंग करती हुई एक रॉकेट हमले की चपेट आ कर मारी गई। लंदन टेलीग्राफ ने २२ फरवरी के अंक में लिखा कि ऐसे उपद्रवग्रस्त क्षेत्रों से खबरें भेजते हुए २०११ में ६८ पत्रकार मारे गए। हमारे भी फॉरेन कॉरेस्पोंडेंट्स को भी दूसरे देशों में छोटी-छोटी समस्याओं से जूझना पड़ता है।

1.10 निश्कर्श :

आज की ग्लोबलाइज्ड दुनिया में उन तमाम बातों का हम पर प्रत्यक्ष या परोक्ष प्रभाव पड़ता है। इसलिए विदेशी समाचारों को जानने की इच्छा एक सहज मानवीय जिज्ञासा के अलावा हमारी जरूरत भी है। उनसे हम नई-नई बातें सीखते हैं और उन परिस्थितियों के लिए खुद को तैयार करते हैं। जैसे खाड़ी देश अगर कच्चे तेल की कीमत बढ़ाते हैं, तो हमारे यहां भी पेट्रोल महंगा हो जाएगा। और यदि अमेरिका, अपने यहां नौकरी या पढ़ाई के लिए दिए जाने वाले वीसा में कटौती करता है, तो भारत में भी ऐसे युवकों को परेशानी हो सकती है, जो वहां पढ़ाई या नौकरी के लिए जाना चाहते हैं। अब ज्यादातर बड़े अखबार समूह और एजेंसियां दूसरे देशों में अपने सं. वाददाताओं को रखती हैं जिन्हें विदेश संवाददाता कहा जाता है। पूर्णकालिक विदेश संवाददाताओं का काम बहुत मुश्किल और चुनौतीपूर्ण होता है। उन्हें दूसरे देष की भाषा और संस्कृति समझनी पड़ती है। इसके बाद खबरों के स्रोत बनाने पड़ते हैं। यदि मेजबान देश से अपने देश के राजनयिक रिश्ते अच्छे नहीं हुए तो खबरें जुटाने का काम जोखिमपूर्ण हो जाता है।

REFERENCES

१. पाण्डेय, डॉ. पृथ्वीनाथ, (२००४), पत्रकारिता : परिवेश एवं प्रवृत्तियां, लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद २. विलियम्स केविन, २०११, अंतरराष्ट्रीय पत्रकारिता, सेज पब्लिकेशंस