AECC-2

Block-3

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର

Odisha State Open University

Sambalpur

ସ୍ନାତକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ଦକ୍ଷତାବର୍ଦ୍ଧକ ବାଧ୍ୟତାମୂଳକ ପାଠ୍ୟକ୍ରମ

Ability Enhancement Compulsory Course (AECC)-1

ଯୋଗାଯୋଗ ମୂଳକ ମାତୃଭାଷା

ସମ୍ବାଦର ପରିଭାଷା ପରିସର ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମଧର୍ମୀ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତି

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର, ଓଡ଼ିଶା
Odisha State Open University, Sambalpur, Odisha
Established by an Act of Government of Odisha.

ସ୍ନାତକ ସମ୍ମାନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ଦକ୍ଷତାବର୍ଦ୍ଧକ ବାଧ୍ୟତାମୂଳକ ପାଠ୍ୟକ୍ରମ

ଯୋଗାଯୋଗମୂଳକ ମାତୃଭାଷା – ଓଡ଼ିଆ (ଏ.ଇ.ସି.ସି-୨)

ଯୋଗାଯୋଗ ଅନୁବିଧି, ରୀତି ଓ ମାଧ୍ୟମ

ବ୍ଲକ୍-୦୩

ସମ୍ବାଦର ପରିଭାଷା, ପରିସର ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମଧର୍ମୀ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତି

ୟୁନିଟ୍ –୧ ସମ୍ବାଦର ସଂଜ୍ଞା ଓ ସ୍ୱରୂପ

ୟୁନିଟ୍ –୨ ସମ୍ବାଦର ଉତ୍ସ,ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନ ଓ

ୟୁନିଟ୍ –୩ ସମ୍ବାଦର ପ୍ରକାରଭେଦ

ୟୁନିଟ୍ –୪ ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତି

ଲେଖକ

ସଂଜୟ ସାହୁ

ଗଣମାଧ୍ୟମ ଶିକ୍ଷାବିତ୍

ଡଃ ଜ୍ୟୋତିପ୍ରକାଶ ମହାପାତ୍ର

ସହକାରୀ ପ୍ରଫେସର,
ଭାରତୀୟ ଜନସଞ୍ଚାର ସଂସ୍ଥାନ, ଢେଙ୍କାନାଳ

ସଂବିତ ମିଶ୍ର

ଶୈକ୍ଷିକ ପରାମର୍ଶଦାତା,

ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣଯୋଗାଯୋଗ ବିଭାଗ

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ

ସାମଗ୍ରୀ ଉତ୍ପାଦନ

ଡ. ମାନସ ରଞ୍ଜନ ପୂଜାରୀ
କୁଳସଚିବ
ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର

OSOU, 2020. ***Sambadara Paribhasa,Parisra O Ganamadhyamadharmi Sambad Prastuti*** is made available under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 http://creativecommons.org/licences/by-sa/4.0

Printed by :

ୟୁନିଟ – ୧ : ସମ୍ବାଦର ସଂଜ୍ଞା ଓ ସ୍ୱରୂପ

୧.୦ : ବିଷୟର ଗଠନ

୧.୧ : ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୧.୨ : ବିଷୟ ପରିଚୟ

୧.୩: ସମ୍ବାଦର ସଂଜ୍ଞା

୧.୪ : ସମ୍ବାଦର ଢାଞ୍ଚା ଓ ଉପାଦାନ

୧.୫ : ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ସମ୍ବାଦ

୧.୬ : ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧.୧ : ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ଅଧ୍ୟାୟର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ସମ୍ବାଦ କଣ ଓ କାହା ଦ୍ୱାରା ସମ୍ବାଦ ସୃଷ୍ଟି ସେସଂପର୍କରେ ଅବଗତ ହେବା । ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ସମ୍ବାଦ ଲିଖନ ଶୈଳୀ ଓ ବିଭିନ୍ନ କିସମ ସମ୍ବାଦ ରିପୋର୍ଟିଂ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କରିବା । ଏହି ଅଧ୍ୟାୟ ସମାପ୍ତି ସହ ନିମ୍ନ ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା

- ସମ୍ବାଦର ସଂଜ୍ଞା ଓ ସେ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ଧାରଣା
- ସମ୍ବାଦର ଉପାଦାନ
- ସମ୍ବାଦ ରଚନା ଶେଳୀ ଇତ୍ୟାଦି

୧.୨ : ବିଷୟ ପରିଚୟ

ଅନୁସନ୍ଧିତ୍ସୁ ମଣିଷର ଏକ ପ୍ରମୁଖ ପ୍ରବୃତ୍ତି । ସେ ଜାଣିବାକୁ ଇଚ୍ଛା କରେ, ସୂଚନା ଚାହେଁ । ଏହି ସୂଚନା ମଣିଷର ନିଜ ଗୋଷ୍ଠୀ ସଂପର୍କରେ ହେଉ ବା ସ୍ଥାନୀୟ, ରାଜ୍ୟ, ରାଷ୍ଟ୍ର ଓ ବିଶ୍ୱ ବିଷୟରେ ହେଉ । ନିଜ ଚାରିପଟେ କଣ ଘଟୁଛି ତାହା ସେ ଜାଣିବାପାଇଁ ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ କରେ । ଏଥିପାଇଁ ଆମେ ପ୍ରତିଦିନ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପଢୁ ଓ ଟେଲିଭିଜନ ଦେଖୁ । ସଂପ୍ରତି ମୋବାଇଲ ଫୋନ ଜରିଆରେ ମଧ୍ୟ ସୂଚନା ମିଳିପାରୁଛି । ଆମ ଆଖପାଖରେ ଅନେକ ଘଟଣା ଘଟିଯାଉଛି । କିନ୍ତୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭାବେ ବିବେଚିତ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ଟେଲିଭିଜନ, ରେଡ଼ିଓ ଓ ୱେବସାଇଟ ଏଥିମଧ୍ୟରୁ କିଛି ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି, ସମସ୍ତ ସୂଚନା ନୁହେଁ । ସମସ୍ତ ସୂଚନା ଯୋଗାଇବା ପାଇଁ ସେମାନଙ୍କ ପାଖରେ ସ୍ଥାନ ନଥାଏ କିମ୍ବା ସମସ୍ତ ସୂଚନା ଜାଣିବା ପାଇଁ ଆମ ନିକଟରେ ସମୟ ଓ ଆଗ୍ରହ ନଥାଏ । ତାହାଲେ କେଉଁ ସୂଚନାଟି ପ୍ରକାଶିତ ବା ପ୍ରସାରିତ ହେବା ଉଚିତ୍ ତାହା କିପରି ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ହୁଏ ?

ବାସ୍ତବରେ ଏଥିପାଇଁ କେତେକ ମାନଦଣ୍ଡ ଅନୁପାଳନ କରାଯାଏ । ଏହି ୟୁନିଟରେ ଆମେ ଓମ୍ବାଦର ଉପାଦାନ ଓ ସମ୍ବାଦର ତତ୍ତ୍ୱ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା । ଏଥିସହ ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ସମ୍ବାଦ ଲେଖା ଓ ବିଭିନ୍ନ କିସମ ସମ୍ବାଦ ଶୈଳୀ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କରିବା ।

୧.୩: ସମ୍ବାଦର ସଂଜ୍ଞା

ସମ୍ବାଦର କିଛି ସାର୍ବଜନୀନ ସଂଜ୍ଞା / ପରିଭାଷା ନାହିଁ । ଅକ୍ସଫୋର୍ଡ଼ ଇଂରାଜୀ ଭାଷାକୋଷରେ ସମ୍ବାଦର ସଂଜ୍ଞା ହେଲା ନୂଆଭାବେ ପ୍ରାପ୍ତ ସୂଚନା , ଆଲୋଚନାର ବିଷୟ ହେଉଥିବା ନୂତନ ଘଟଣା, କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବା ସଦ୍ୟ ଘଟଣାବଳୀର ବିବରଣୀ କିମ୍ବା ଇସ୍ତାହାର । ୧୮୬୯ରୁ ୧୮୯୭ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ନିୟୁ ୱ୍ୱର୍କ ସନ୍ ପରିଚାଳନା କରିଥିବା ଚାର୍ଲସ୍ ଦାନାଙ୍କ ମତରେ ପୂର୍ବରୁ ଦୃଷ୍ଟିଗୋଚରକୁ ଅଣାଯାଇ ପାରିନଥିବା କିନ୍ତୁ ସଂପ୍ରଦାୟର ସଂଖ୍ୟାଧିକଙ୍କ ପାଇଁ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରୁଥିବା ଯେକୌଣସି ବିଷୟ ହେଉଛି ସମ୍ବାଦ ।

ୱିଲିୟମ ରିଭର୍ସଙ୍କ ମତରେ ସମ୍ବାଦ ହେଉଛି ତଥ୍ୟ, ଘଟଣା, ସଂଖ୍ୟାଧିକ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପାଇଁ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରୁଥିବା ବିଷୟର ଏକ ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତିତା ବିବରଣୀ । ତାଙ୍କ ମତରେ ସମ୍ବାଦର ୨ ପ୍ରମୁଖ ଉପାଦାନ ହେଲା 'ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତିତା' ଓ 'ସଂଖ୍ୟାଗରିଷ୍ଠ' ଜନତାଙ୍କ ଆଗ୍ରହ । ଏକ ସମ୍ବାଦ ସମୟସୀମା ମଧ୍ୟରେ ରହିଥାଇପାରେ । କିନ୍ତୁ ଏଥିପ୍ରତି ଯଦି ଜନତାଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ନରହିବ ତାହାଲେ ଏହା ସମ୍ବାଦ ପଦବାଚ୍ୟ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ । ସେହିପରି ଜନତାଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ଥିଲେ ମଧ୍ୟ ସଠିକ୍ ସମୟରେ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇନପାରିଲେ ଏହା ସମ୍ବାଦ ପଦବାଚ୍ୟ ନୁହେଁ । ନିୟୁ ୱ୍ୱର୍କ ହେରାଲ୍ଡ ଟ୍ରିବ୍ୟୁନର ଷ୍ଟାନ୍ଲି ୱାକରଙ୍କ ମତରେ ଓମ୍ବାଦର କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସଂଜ୍ଞା ନାହିଁ । ପବନଠାରୁ ସମ୍ବାଦ ଅଧିକ ଅକଳନୀୟ । ବେଳେବେଳେ ପିରାମିଡ଼ଠାରୁ ଅଧିକ ପୁରୁଣା ଚରିତ୍ରଙ୍କୁ ନେଇ ସମ୍ବାଦ ପୁନଃପ୍ରକାଶିତ ହୋଇପାରିବ । ପୁଣି ବେଳେବେଳେ ସାଧାରଣ ଅନୁଭୂତିର ବାହାରେ ସମ୍ବାଦ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇପାରେ । ପୁଲିଜର ପୁରସ୍କାର ପ୍ରତିଷ୍ଠାତା ଜୋସେଫ ପୁଲିଜର ଆଲୋଚିତ ହେବା ଭଳି ମୌଳିକ, ସ୍ପଷ୍ଟ, ନାଟକୀୟ, କଳ୍ପନାପ୍ରବଣ, ରୋମାଞ୍ଚକର, ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର, କୌତୁହଳପ୍ରଦ, ପୁରାତନ ଗାଥା, କୌତୁକିଆ ଓ ଅସ୍ୱାଭାବିକ ସମ୍ବାଦ ସନ୍ଧାନରେ ରହିବା ପାଇଁ ନିଜ ସଂପାଦକ ଓ ସମ୍ବାଦଦାତାଙ୍କୁ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦେଉଥିଲେ ।

ଅନେକ ପେଶାଦାର ଓ ବିଶେଷଜ୍ଞ ଓମ୍ବାଦ ସଂପର୍କରେ ନିଜସ୍ୱ ସଂଜ୍ଞା / ପରିଭାଷା ପ୍ରଦାନ କରିଛନ୍ତି। ନିମ୍ନରେ କେତେକ ସଂଜ୍ଞା / ପରିଭାଷା ପ୍ରଦାନ କରାଗଲା ।

ୱିଲାର୍ଡ଼ ଜି ବ୍ଲେୟର: ସଂଖ୍ୟାଧିକ ଜନତାଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିପାରୁଥିବା ଘଟଣାର ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତି ବିବରଣୀ ହିଁ ସମ୍ବାଦ । ଯାହା ଅତ୍ୟଧିକ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିପାରେ ତାହା ସର୍ବୋତ୍ତମ ସମ୍ବାଦ ଭାବେ ବିବେଚିତ ହୋଇଥାଏ ।

ସ୍ପେନସର କ୍ରମ୍: ମାନବିକ ସଂପର୍କର ଅଚଳାବସ୍ଥା ହିଁ ସମ୍ବାଦ । ଅଶାତୀତ ଓ ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟଜନକ ଘଟଣାକ୍ରମ ହିଁ ସମ୍ବାଦ ।

ଟର୍ନର କ୍ୟାଟଲେଜ୍: ଆଜି ପାଇଥିବା ବିବରଣୀ ଆସନ୍ତାକାଲିକୁ ନଥିବା ହେଉଛି ସମ୍ବାଦ

ଜନ୍ ଚ୍ୟାନସେଲର: ବିଭେଦ ଓ ପରିବର୍ତ୍ତନର ବିବରଣୀ ହେଉଛି ସମ୍ବାଦ

କେ. ଲୋଡ଼ର: ସାଂସ୍କୃତିକ କ୍ଷେତ୍ର ବା ବିଶ୍ୱରେ ଯେକୌଣସି କ୍ଷେତ୍ରରେ ଘଟୁଥିବା ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିବା ଭଳି ଘଟଣା ପ୍ରବାହ ହେଉଛି ସମ୍ବାଦ ।

ଜନ୍ ହଲଟେଙ୍ଗ ଏଣ୍ଡ ରଏ ପଲ ନେଲସନ୍: ନିଜେ ଜାଣିନଥିବା, କିନ୍ତୁ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିପାରୁଥିବା ଘଟଣା ହେଉଛି ସମ୍ବାଦ । ସମ୍ବାଦରେ ଏହି ୨ ଉପାଦାନ ଭିନ୍ନ ଭାବେ ଅବସ୍ଥାପିତ ।

ୱିଲିୟମ ରାଣ୍ଡୋଲ୍ଫ: କେହି ନା କେହି, କେଉଁଠି ନା କେଉଁଠି ଚପାଇ ଦେବା ଭଳି ଘଟଣାପ୍ରବାହ ହେଉଛି ସମ୍ବାଦ । ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ବିଷୟ ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନ ।

ଜର୍ଜିଆ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟର ଜର୍ଜ ହ୍ୟୁଗଙ୍କ ମତରେ ସମ୍ବାଦ ହେଉଛି ଏକ ଉତ୍ପାଦ ଓ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ । ଏକ ଉତ୍ପାଦ ଭାବେ ସମ୍ବାଦ ସଂଗ୍ରହ ପ୍ରକ୍ରିୟାକରଣ ଓ ସଂଗଠିତ କରାଯିବା ସହ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ସମ୍ବାଦ ସେବା, ସମ୍ବାଦ ପତ୍ରିକା, ରେଡ଼ିଓ, ଟେଲିଭିଜନ, କେବୁଲ ଓ ନେଟ୍‌ୱର୍କ ଭାବେ ଏହାକୁ ବିକ୍ରି କରାଯାଇଥାଏ । ଜନସାଧାରଣ ଯାହା ନୂଆ ଭାବନ୍ତି ତାହା ସମ୍ବାଦ । ଯାହା ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ, ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣକାରୀ ଓ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବୋଲି ସମ୍ବାଦଦାତା ଓ ସଂପାଦକ ବିବେଚନା କରନ୍ତି ତାହା ସମ୍ବାଦ । ଯେଉଁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟର ଘଟଣା ପାଠକ ବା ଶ୍ରୋତାଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିପାରେ ତାହା ସମ୍ବାଦ ।

ଉପରୋକ୍ତ ଆଲୋଚନାରୁ ଆମେ ଜାଣିଲୁ ଯେ ସମ୍ବାଦ ହେଉଛି ମୂଳତଃ

- ସ୍ୱାଭାବିକ ଘଟଣା ପ୍ରବାହରେ ବ୍ୟତିକ୍ରମ ସୂଚନା, ଆଶାରେ ବ୍ୟତିକ୍ରମ
- ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରୁଥିବା ସୂଚନା

ନିମ୍ନ ସୂଚନାକୁ ବିଚାରକୁ ନିଆଯାଉ

କ) ତୁମ ଗ୍ରାମର ଜଣେ ବାଳିକା ମାଧ୍ୟମିକ ଶ୍ରେଣୀରେ ପାଠ ପଢ଼ିଲା

ଖ) ତୁମ ଗ୍ରାମରେ ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ସାଇକେଲ ଷ୍ଟୋରଟିଏ ଖୋଲିଲେ ।

ଗ) ତୁମ ଗ୍ରାମ ଡ଼ାକ୍ତରଖାନାରେ ଜଣେ ମହିଳା ଏକସଙ୍ଗରେ ୧୫ଟି ସନ୍ତାନ ପ୍ରସବ କଲେ ।

ବର୍ତ୍ତମାନ ଆମେ ଦେଖିବା ଉପରୋକ୍ତ କେଉଁ ସୂଚନାଟି ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ ବା ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣକାରୀ ? ବାଳିକାଟିଏ ମାଧ୍ୟମିକ ଶ୍ରେଣୀରେ ପାଠ ପଢ଼ିବା ଏକ ସ୍ୱାଭାବିକ କଥା । ଏଥିପ୍ରତି ବିଶେଷ ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ ପାଇବ ନାହିଁ । ଯଦି ଗ୍ରାମର ପ୍ରଥମବାଳିକା ଭାବେ ସେ ମାଧ୍ୟମିକ ଶ୍ରେଣୀରେ ପାଠ ପଢ଼େ ତାହାଲେ ଏଥିପ୍ରତି ନିଜ ଗ୍ରାମାବସୀଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ନିଶ୍ଚିତ ଭାବେ କିଛି ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି ହେବ । ସେହିପରି ଏକ ସାଇକେଲ ଷ୍ଟୋର ଖୋଲିବା ଆଜିକାଲି ଏକ ବଡ଼ କଥା ନୁହେଁ । ଏପ୍ରକାର ଅନେକ ଷ୍ଟୋର ରହିଛି ଏହା ସେଥିମଧ୍ୟରୁ ଗୋଟିଏ । ତେବେ ଏହା ଯଦି ଗ୍ରାମର ଏକମାତ୍ର ଷ୍ଟୋର ହୋଇଥାଏ ତାହାଲେ ଏଥିପ୍ରତି କିଛିଟା ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ ହେବ । ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ ଜଣେ ମହିଳା ଏକକାଳୀନ ୩ଟି ସନ୍ତାନ ପ୍ରସବ କରିଥିବା କଥା ଯେକୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିର ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିବ । କାରଣ ୩ଟି ସନ୍ତାନ ପ୍ରସବ ଏକ ସ୍ୱାଭାବିକ ଘଟଣା ନୁହେଁ । ଏହା ଖୁବ୍ କମ୍ ଘଟେ । ଏହା କେବଳ ନିଜ ଗ୍ରାମ ପାଇଁ ନୁହେଁ ବରଂ ନିଜ ଜିଲ୍ଲା ଓ ରାଜ୍ୟ ପାଇଁ ଏକ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କଲା ଭଳି ଘଟଣା । ଏହିପରି ଅସାଧାରଣ ଘଟଣାକୁ ନେଇ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସମ୍ବାଦ ସଂଯୋଜନା ହୋଇଥାଏ ।

ସମ୍ବାଦ ମନୋନୟନର ମାନଦଣ୍ଡ

ନୂତନ ହିଁ ସମ୍ବାଦ: ସମ୍ବାଦ ସର୍ବଦା ନୂଆ । ପ୍ରଖ୍ୟାତ ଓଡ଼ିଆ ଗାୟକ ଅକ୍ଷୟ ମହାନ୍ତିଙ୍କ ପରଲୋକ ସେହିଦିନର ପ୍ରମୁଖ ସମ୍ବାଦ ଅଟେ ବା ଅତିବେଶୀରେ ପରଦିନ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପୃଷ୍ଠାରେ ଏହା ସ୍ଥାନିତ ହେବ । କିନ୍ତୁ ଆସନ୍ତାକାଲି ପରଦିନକୁ ଏହା ଆଉ ପ୍ରକାଶଯୋଗ୍ୟ ନୁହେଁ, କାରଣ ଏହା ଆଉ ନୂଆ ସୂଚନା ପର୍ଯ୍ୟାୟଭୁକ୍ତ ହୋଇ ରହିନାହିଁ । ତେବେ ତାଙ୍କ ପରଲୋକକୁ ନେଇ ଯଦି କୌଣସି ନୂଆ ସୂଚନା ମିଳେ ତାହାଲେ ତାହା ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇପାରିବ । ସେହିପରି ପୂର୍ବରୁ ଘଟିଥିବା ଘଟଣା ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇପାରିବ, ଯଦି ତାହା ଆଦୌ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇନଥିବ । ଯଦି ସୂଚନାଟି ସର୍ବସାଧାରଣରେ ଜଣାଥିବ ତାହାଲେ ତାହା ସମ୍ବାଦ ପଦବାଚ୍ୟ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ । ଯଦି ଏହା ପ୍ରଥମ ଥର ପାଇଁ ପ୍ରକାଶିତ ହେଉଥିବ ତାହାଲେ ଏହା ସମ୍ବାଦ ପଦବାଚ୍ୟ ହୋଇପାରିବ, ଏଥିପାଇଁ ସମୟ ଗ୍ରହଣୀୟ ନୁହେଁ ।

କୁକୁର ମଣିଷକୁ କାମୁଡ଼ିଲା
ସମ୍ବାଦ ନୁହେଁ
ମଣିଷ କୁକୁରକୁ କାମୁଡ଼ିଲା
ସମ୍ବାଦ ହୋଇପାରେ

ସମ୍ବାଦ ଅସାଧାରଣ: ପ୍ରତିଟି ମୁହୂର୍ତ୍ତରେ ଆମ ଆଖପାଖରେ ଘଟଣା ଘଟୁଛି । କିନ୍ତୁ ସେସମସ୍ତ ସମ୍ବାଦ ନୁହେଁ । ପୂର୍ବ ଆଲୋଚନା ଅନୁଯାୟୀ ବାଳିକାଟିଏ ବିଦ୍ୟାଳୟକୁ ଯିବା ଏକ ସାଧାରଣ ଘଟଣା । ଏଥିରେ କିଛି ସ୍ୱତନ୍ତ୍ରତା ନାହିଁ । ଯଦି ବାଳିକାଟି ବିଦ୍ୟାଳୟ ଯିବାରେ ତା ସଂପ୍ରଦାୟ ବା ଅଞ୍ଚଳରେ ପ୍ରଥମ ତାହାଲେ ଏହା ଅସାଧାରଣ ଘଟଣା ଓ ଏହା ସମ୍ବାଦ ହୋଇପାରିବ । ସମ୍ବାଦ ଏକ ସୁନ୍ଦର ସଂଜ୍ଞା ହେଲା 'କୁକୁର ମଣିଷକୁ କାମୁଡ଼ିବା ସମ୍ବାଦ ନୁହେଁ, ମଣିଷ କୁକୁରକୁ କାମୁଡ଼ିବା ଏକ ସମ୍ବାଦ' ।

ସମ୍ବାଦ ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ: କେତେକ ଘଟଣା ନୂଆ ଓ ଅସାଧାରଣ ହୋଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ପାଠକଙ୍କ ଅନାଗ୍ରହ ଯୋଗୁଁ ଏହା ସମ୍ବାଦ ହୋଇନପାରେ । ତୁମ ଗ୍ରାମର ବାଳକଟିଏ ପ୍ରଥମ ଶ୍ରେଣୀରେ ଉତ୍ତୀର୍ଣ୍ଣ ହେଲା। ଏହା ତୁମ ଗ୍ରାମ ପାଇଁ ନୂଆ ବା ଅସାଧାରଣ ହୋଇପାରେ । ତୁମ ଗ୍ରାମ ବା ଉତ୍ତୀର୍ଣ୍ଣ ବାଳକର ପରିବାର ପାଇଁ ଏହା ନୂଆ ହୋଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଏହା ସେତେଟା ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିବ ନାହିଁ। ଯଦି ବାଳକଟି ରାଜ୍ୟ ଟପ୍ପର ହୋଇଥାଏ ତାହାଲେ ଏଥିପ୍ରତି ସମଗ୍ର ରାଜ୍ୟର ଆଗ୍ରହ ରହିବ ଏବଂ ଏହା ଗଣମାଧ୍ୟରେ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇପାରିବ ।

ସମ୍ବାଦ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ: ନୂଆ, ଅସାଧାରଣ ଓ ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ ବ୍ୟତୀତ ସମ୍ବାଦ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ମନେକର ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳରେ କି.ଗ୍ରା ପିଛା ୧ ଟଙ୍କା ମୂଲ୍ୟରେ ଚାଉଳ ଯୋଗାଇ ଦିଆଯିବ ବୋଲି ଏକ ରାଜନୈତିକ ଦଳ ପକ୍ଷରୁ ଘୋଷଣା କରାଗଲା । ଏକ ସମ୍ବାଦ ହେବା ପାଇଁ ଏହାର ସେତେଟା ଗୁରୁତ୍ୱ ନାହିଁ । କିନ୍ତୁ ଏହି ସମାନ କଥା ଯଦି ରାଜ୍ୟ ମୁଖ୍ୟମନ୍ତ୍ରୀ ଘୋଷଣା କରନ୍ତି ତାହାଲେ ଏହାର ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି ।

ସମ୍ବାଦ ସର୍ବଦା ଜନଗଣଙ୍କୁ ନେଇ ନୁହେଁ: ଅଧିକାଂଶ ସମ୍ବାଦ ସ୍ୱାଭାବିକ ଭାବେ ଜନଗଣଙ୍କ ସଂପର୍କରେ କାରଣ ଘଟଣା ସହ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବା ପରୋକ୍ଷ ଭାବେ ଜନତା ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ ରହିଥାନ୍ତି । ତେବେ ସମସ୍ତ ଘଟଣାର ମୁଖ୍ୟ ଚରିତ୍ର ମଣିଷ ନୁହଁନ୍ତି । ବେଳେବେଳେ ବାତ୍ୟା, ବନାଗ୍ନି, ମରୁଡ଼ି ଓ ଭୂକମ୍ପ

ଆଦି ଘଟେ । ଏଥିରେ ମଣିଷ ସଂଶ୍ଲିଷ୍ଟ ନଥାନ୍ତି । କିନ୍ତୁ ଏହି ଅଣମନୁଷ୍ୟକୃତ ପ୍ରାକୃତିକ ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ଯେତେବେଳେ ଜନତାଙ୍କ ଜୀବନକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରେ ସେତେବେଳେ ଏହା ସମ୍ବାଦ ହୋଇଥାଏ । ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ କେନ୍ଦ୍ର କରି ସର୍ବଦା ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ ।

ସମ୍ବାଦ ହେଉଛି ଗତିଶୀଳ: ଏହା ସମୟ ସହ ବଦଳେ । ସମାଜରୁ ସମାଜକୁ ନେଇ ଏଥିରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଘଟେ । ରାଜଧାନୀ ସହରରେ ଜଣେ ବାଳିକା ବିଦ୍ୟାଳୟକୁ ଯିବା ଏକ ସମ୍ବାଦ ନୁହେଁ କିନ୍ତୁ ଏକ ଆଦିବାସୀ ପଡ଼ାର ବାଳିକାଟିଏ ବିଦ୍ୟାଳୟକୁ ଯିବା ସମ୍ବାଦ ହୋଇପାରେ । ଇଣ୍ଟରନେଟ ଓ ଟିଭି ଆଗମନ ପୂର୍ବରୁ ଗତକାଲିର ଘଟଣାବଳୀ ସମ୍ବାଦ ହୋଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ବର୍ତ୍ତମାନର ୨୪ ଘଣ୍ଟିଆ ସମ୍ବାଦ ଚ୍ୟାନେଲରେ ସକାଳ ସମ୍ବାଦ ଅପରାହ୍ନକୁ ବାସି ହୋଇଯାଉଛି ।

୧.୪: ସମ୍ବାଦର ଉପାଦାନ

ସମ୍ବାଦର ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଉପାଦାନ ହେଲା:

ସମୀପବର୍ତ୍ତିତା: ଯାହା ନିକଟରେ ଅଛି ତାହା ପ୍ରିୟତମ । ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ଘଟଣାର ଦୂରତ୍ୱର ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି । ଘଟଣାର ଦୂରତା ପାଠକଙ୍କପାଇଁ ଅଧିକ ବା କମ୍ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରିଥାଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ବିଦେଶରେ ଘଟିଥିବା ଏକ ରେଳ ଦୁର୍ଘଟଣା ଆମପାଇଁ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣକାରୀ ହୋଇନପାରେ । ଓଡ଼ିଶା ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏହି ଘଟଣାକୁ ସ୍ଥାନିତ କରିନପାରନ୍ତି ।

କିନ୍ତୁ ନିଜ ସହରରେ ହୋଇଥିବା ଏକ ମୋଟରସାଇକେଲ ଦୁର୍ଘଟଣା ସମ୍ବାଦ ପ୍ରତି ଜନତା ଆକର୍ଷିତ ହେବେ । ନିଜ ସହରରେ ଥିବା ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏହି ସମ୍ବାଦକୁ ସ୍ଥାନିତ କରିବେ । କିନ୍ତୁ ଏହି ଘଟଣାକୁ ଦିଲ୍ଲୀ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସମ୍ବାଦ ଭାବେ ସ୍ଥାନିତ କରିନପାରନ୍ତି । ସହସ୍ର ମାଇଲ ଦୂରରେ ଘଟୁଥିବା ଘଟଣା ତୁଳନାରେ ନିଜ ଅଞ୍ଚଳ ବା ସହରରେ ଘଟୁଥିବା ଘଟଣା ଜାଣିବା ପାଇଁ ପାଠକ ଅଧିକ ଆଗ୍ରହୀ ହୋଇଥାନ୍ତି ।

ଖ୍ୟାତି/ଗୁରୁତ୍ୱ: ଖ୍ୟାତିସଂପନ୍ନ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ ସମ୍ବାଦ ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତି । ତଳ ପାହ୍ୟାର ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ତୁଳନାରେ ଖ୍ୟାତନାମା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସମ୍ବାଦର ପାଠକ ସଂଖ୍ୟା ଅଧିକ । ଅଧିକ ଲୋକପ୍ରିୟ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱଙ୍କ କାହାଣୀ ସମ୍ବାଦ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଅଧିକ ମୂଲ୍ୟବାନ । କେତେକ ସ୍ଥାନ, ବିଷୟ, ଘଟଣାର ନିଜସ୍ୱ ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି । ଯଦି ତୁମେ ନିଜ ଗାଧୁଆଘରେ ପଡ଼ିଯାଅ ତାହାଲେ ଏହା କୌଣସି ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶିତ ହେବ ନାହିଁ । କିନ୍ତୁ ଯଦି ଜଣେ ବଲିଉଡ଼ ଅଭିନେତ୍ରୀ ଗାଧୁଆଘରେ ପଡ଼ିଯାଆନ୍ତି ତାହାଲେ ଏହା ସମ୍ବାଦ ହୋଇପାରିବ । ତେଣୁ ଖ୍ୟାତିସଂପନ୍ନ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ, ରାଜନୈତିକ ନେତୃତ୍ୱ, କ୍ରୀଡ଼ା ଓ ମନୋରଞ୍ଜନର ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ ଓ ରାଷ୍ଟ୍ରମୁଖ୍ୟ ଆଦି ଗଣମାଧ୍ୟମର ମୁଖ୍ୟ ଆକର୍ଷଣ ହୋଇଥାନ୍ତି । କେତେକ କ୍ଷେତ୍ରରେ କୁଖ୍ୟାତଙ୍କର ମଧ୍ୟ ସମ୍ବାଦ ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି ।

ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ /ବିବାଦ: ମତଭେଦ, ଯୁକ୍ତିତର୍କ ଓ ଶତ୍ରୁତା ପରି ବିବାଦ ସମ୍ବାଦ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ । ବିବାଦୀୟ ଚିନ୍ତାଧାରା ଏବଂ ବିତର୍କ ମଧ୍ୟ ସମ୍ବାଦ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ । ଅଧିକାଂଶ ବିବାଦ କେତେକାଂଶରେ ସମ୍ବାଦ ପଦବାଚ୍ୟ ହୋଇଥାଏ, କାରଣ ଏହା ସାଂପ୍ରତିକ ପରିବେଶକୁ ବିଘ୍ନିତ କରିଥାଏ ଓ ଏହାର ପରିଣାମ ବହୁଳ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିଥାଏ । ଏହି ବିବାଦ ସୀମାରେ ଯୁଦ୍ଧକୁ ନେଇ ହୋଇପାରେ ବା

ନିର୍ବାଚନରେ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତାକୁ ନେଇ ହୋଇପାରେ । ଯଦି କୌଣସି ସମ୍ବାଦ ବିବାଦକୁ ନେଇ ହୋଇଥାଏ ଅଧିକାଂଶ ପାଠକ ଏହାର ଆରମ୍ଭ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା ପାଇଁ ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ କରିଥାନ୍ତି । ଏକଥା ଭୁଲିଯିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ ଯେ, ମଣିଷର ସ୍ୱାଭାବିକ ଚରିତ୍ର ହେଉଛି ପକ୍ଷ ସମର୍ଥନ ଓ ଏଥିପ୍ରତି ପ୍ରତିବଦ୍ଧତା । ଧର୍ମ, କ୍ରୀଡ଼ା, ବ୍ୟବସାୟ, ଶୁଣାଣି, ଯୁଦ୍ଧ, ମାନବିକ ଅଧିକାର ଉଲ୍ଲଙ୍ଘନ, ରାଜନୀତି ଏପରିକି ପ୍ରକୃତି, ପରିବେଶ ଓ ବାହାର ଦୁନିଆ ବିବାଦୀୟ ସମ୍ବାଦ ଲୋକଲୋଚନକୁ ଆସେ ।

ମାନବିକ ଆବେଗ: ଯଦି କୌଣସି ପରିସ୍ଥିତି ବା ଘଟଣା ସହ ଆବେଗିତ ସଂପର୍କ ରହିଛି ତାହାଲେ ଏଥିରୁ ସୃଷ୍ଟ ସମ୍ବାଦରେ ମାନବିକ ଆବେଗ ରହିବ । ଏହା ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ହୃଦୟକୁ ଛୁଇଁବା ସହ ସମସ୍ତଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିବ । ଏହି ସମ୍ବାଦ ସାଧାରଣ ଲୋକଙ୍କ ସହ ଜଡ଼ିତ । ଏହି ସାଧାରଣ ବ୍ୟକ୍ତିଟି ମଧ୍ୟରେ ସର୍ବସାଧାରଣ ପ୍ରତିଫଳିତ ହୋଇଥାନ୍ତି । ଯଥା ସମସ୍ତ ପ୍ରତିକୂଳ ପରିବେଶ ମଧ୍ୟରେ ପରିବା ବିକାଳି ପୁଅ ଆଇଏଏସ୍ ପରୀକ୍ଷାରେ କୃତକାର୍ଯ୍ୟ ହେବା ସକରାତ୍ମକ ସମ୍ବାଦ ଭାବେ ପରିଗଣିତ ।

ବିପର୍ଯ୍ୟୟ: ଉଭୟ ପ୍ରାକୃତିକ ଓ ମନୁଷ୍ୟକୃତ ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସର୍ବଦା ସ୍ଥାନ ପାଇଥାଏ । କାରଣ ଏହା କ୍ଷୟକ୍ଷତି ଓ ଧ୍ୱଂସଲୀଳା ଘଟାଇଥାଏ । ବଡ଼ ଧରଣର ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ଅଧିକ ସଂଖ୍ୟକ ଜନତାଙ୍କୁ ଆକ୍ରାନ୍ତ କରିଥାଏ । ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ଓ ଏହାର ପ୍ରଭାବ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା ପାଇଁ ଜନସାଧାରଣ ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ କରିଥାନ୍ତି । ବାତ୍ୟା, ବୋମା ବିସ୍ଫୋରଣ, ବନ୍ୟା, ମରୁଡ଼ି ଓ ଭୂକମ୍ପକୁ ନେଇ ଏହି ସମସ୍ତ ସମ୍ବାଦ ଲେଖାଯାଇଥାଏ ।

ପ୍ରଗତି: ଯେକୌଣସି କ୍ଷେତ୍ରରେ ପ୍ରଗତି ବା ବିକାଶ ସମ୍ବାଦ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ । ପ୍ରଗତି ଯେକୌଣସି ପ୍ରକାର ହୋଇପାରେ । ଏହା ସୂଚନା ପ୍ରଯୁକ୍ତି, ଶିକ୍ଷା, ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ, ଅର୍ଥନୀତି ଓ ସାମାଜିକ କ୍ଷେତ୍ର ବିକାଶ ପାଇଁ ହୋଇଥାଇପାରେ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ସ୍ଥାନୀୟ ସ୍ୱାୟତ୍ତ ଶାସନ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ମହିଳା ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ ସଂଖ୍ୟା ବୃଦ୍ଧି ଏକ ପ୍ରଗତିମୂଳକ ସମ୍ବାଦ ଭାବେ ବିବେଚିତ ହୋଇପାରିବ । ଏହି ସମସ୍ତ ଉପାଦାନ ସମ୍ବାଦର ଗୁରୁତ୍ୱ ପାଇଁ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ସାମ୍ବାଦିକମାନେ ଏଥିମଧ୍ୟରୁ ଗୋଟିଏ ବା ଅଧିକ ଉପାଦାନ ନିଜ ସମ୍ବାଦ ପାଇଁ ଉପଯୋଗ କରିଥାନ୍ତି । ଯେତେ ଅଧିକ ଉପାଦାନ ରହିବ ସମ୍ବାଦଟି ସେତେ ଉନ୍ନତ ହୋଇପାରିବ । ଫଳରେ ପାଠକ ବା ଶ୍ରୋତା ଏଥିପ୍ରତି ଅଧିକ ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ କରିବେ ।

ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତିତା: ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତିତା ସହ ତଥ୍ୟର ନୂତନତ୍ୱ ରହିଛି । ଘଟଣା ଓ ପରିସ୍ଥିତି ଯେତେ ଅଧିକ ସଦ୍ୟ ହେବ ଏହ ସେତେ ଅଧିକ ସମ୍ବାଦ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରିବ । ସମ୍ବାଦ ଏକ ନଷ୍ଟଶୀଳ ଦ୍ରବ୍ୟ । ଏହା ପ୍ରଥମେ ଓ ତ୍ୱରିତ ସହକାରେ ପରିବେଷଣ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଗତକାଲିଠାରୁ ବା ପୂର୍ବ ସପ୍ତାହରୁ ଘଟିଥିବା ସମ୍ବାଦ ତୁଳନାରେ ସଦ୍ୟ ସମ୍ବାଦ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରେ । କୌଣସି ନା କୌଣସି ସ୍ଥାନରେ ସଦ୍ୟ ସମ୍ବାଦ ଥିବାବେଳେ ଜନସାଧାରଣ ଅତୀତ ଘଟଣାରୁ ଆଗ୍ରହ ପରିହାର କରିଥାନ୍ତି । ପ୍ରଥମ ସମ୍ବାଦ ପରିବେଷଣ ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ପରସ୍ପର ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତା କରିଥାନ୍ତି । ଯଦି ଦୁଇଟି ସମାନ ଘଟଣା ଥାଏ ତାହାଲେ ସଦ୍ୟ ଘଟଣାକୁ ସ୍ଥାନିତ କରିବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅଗ୍ରାଧିକାର ଦେଇଥାନ୍ତି ।

ବୈଚିତ୍ର୍ୟ: ଯଦି କିଛି ବିଚିତ୍ରତା ଥାଏ ତାହାଲେ ଏହା ସମ୍ବାଦ ଉପଯୋଗୀ ହୋଇଥାଏ । ସମ୍ବାଦ ହେଉଛି କିଛି ନୂଆ ତଥା ଅସାଧାରଣ । ଏହା ଆମ ଜୀବନରେ ଏକ ସାଧାରଣ ଘଟଣା ନୁହେଁ ।

କୁକୁର ଛୁଆକୁ ଏକ ବାନର ସ୍ତନ୍ୟପାନ କରାଇବା ସମ୍ବାଦ ଅଟେ । ତେଣୁ ବିଚିତ୍ର ପ୍ରବୃତ୍ତି, ଅଭ୍ୟାସ, ଅନ୍ଧବିଶ୍ୱାସ, ଅସ୍ୱାଭାବିକ ଧାରାର ଚଳଣି ସଂକ୍ରାନ୍ତ ସମ୍ବାଦ ପାଠକଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିଥାଏ ।

ପରିଣାମ: ଘଟଣାର ଗୁରୁତ୍ୱ ଓ ଏବଂ ଏହା କିପରି ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରେ ସେଥିସହ ଏହି ଉପାଦାନଟି ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ । କଣ ଘଟିଛି ଏବଂ କଣ ଘଟିବାକୁ ଯାଉଛି ତାହାର ପ୍ରଭାବ ଯଦି ବୃହତ୍ତର ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଉପରେ ପରିଲକ୍ଷିତ ହୁଏ ତେବେ ସମ୍ବାଦ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଏହା ଅଗ୍ରାଧିକାର ପାଇବ । କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଭାଇରସ୍ ଦ୍ୱାରା ଆକ୍ରାନ୍ତ ହେବା ଘଟଣା ଏକ ଛୋଟ ବିବରଣୀ ଭାବେ ସମ୍ବାଦପତ୍ରର ଭିତର ପୃଷ୍ଠାରେ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇପାରେ । କିନ୍ତୁ ସେହି ସମାନ ଭାଇରସ୍ ଯଦି ବ୍ୟାଙ୍କ ବ୍ୟବସ୍ଥାକୁ ଆକ୍ରାନ୍ତ କରି ସମଗ୍ର ବ୍ୟବସ୍ଥାକୁ ଅଚଳ କରିଦିଏ ତାହାଲେ ଏହି ସମ୍ବାଦ ପ୍ରଥମ ପୃଷ୍ଠାରେ ପ୍ରକାଶିତ ହେବ । ଯାହାର ପରିଣାମ ଅଧିକ ଉକ୍ତ ସମ୍ବାଦର ଗୁରୁତ୍ୱ ଅଧିକ ।

ସମ୍ବାଦର ରୂପରେଖ / ଢ଼ାଞ୍ଚା

ସମ୍ବାଦ କଣ ଓ ଏହାର ଉପାଦାନ ସଂପର୍କରେ ଆମେ ପୂର୍ବ ଅଧ୍ୟାୟରେ ଆଲୋଚନା କରିଛେ । ଥରେ ସମ୍ବାଦ ଚୟନ ହୋଇଗଲେ ସମ୍ବାଦଦାତା ସମ୍ବାଦର ବିବରଣୀ ଲେଖିବା ଆରମ୍ଭ କରନ୍ତି । ବ୍ୟକ୍ତି ବା ସଂସ୍ଥା ଭିତ୍ତିରେ ବିବରଣୀ ଉପସ୍ଥାପନା ଶୈଳୀରେ ଫରକ ରହିଥାଏ । କିନ୍ତୁ ସମସ୍ତ ସମ୍ବାଦରେ ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା, ସମ୍ବାଦଦାତାଙ୍କ ନାମ, ତାରିଖ, ପ୍ରଥମରୁ ସାରାଂଶ, ବିଷୟବସ୍ତୁ ଓ ଉପସଂହାର ରହିଥାଏ।

ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା: ଏହା ଓମ୍ବାଦର ସବୁଠାରୁ ଦୃଶ୍ୟମାନ ଅଂଶ । ଏହା ବିବରଣୀର ସାରାଂଶକୁ ନେଇ ଲେଖାଯାଇଥାଏ ବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟକୁ ନେଇ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମାର ଅକ୍ଷର ଆକୃତି ବିବରଣୀ ଅକ୍ଷର ତୁଳନାରେ ବଡ଼ ।

ପାଠକଟିଏ ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା ପଢ଼ିସାରିଲା ପରେ ଅବଶିଷ୍ଟ ସମ୍ବାଦ ବିବରଣୀ ପଢ଼ିବ କି ନାହିଁ ସେସଂପର୍କରେ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେଇଥାଏ । ବେଳେବେଳେ ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମାରେ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିବା ଭଳି ଭାଷା ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ । ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ବିବରଣୀଟେ ପଢ଼ିବା ପାଇଁ ପାଠକ ମନରେ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି ପାଇଁ ଏପରି କରାଯାଇଥାଏ ।

ବାଇଲାଇନ୍ / କ୍ରେଡ଼ିଟଲାଇନ୍: ଏଇଥିରୁ ସମ୍ବାଦର ଉତ୍ପତ୍ତି ଓ ଲେଖକଙ୍କ ପରିଚୟ ମିଳିଥାଏ । ଏହା ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥିବା ସମ୍ବାଦଦାତାଙ୍କ ନାମ ହୋଇପାରେ ବା ଯେଉଁ ସୂତ୍ରରୁ ଓମ୍ବାଦଟି ମିଳିଛି ଉକ୍ତ ସଂସ୍ଥାର ନାମ ହୋଇପାରେ ।

ପ୍ରଥମଟିର ଉଦାହରଣ ଭାବେ ଧରାଯାଉ ଉକ୍ତ ସ୍ଥାନରେ ଏମ ସାରସ୍ୱାତୀ ଲେଖାଯାଇଛି । ଏହାର ଅର୍ଥ ହେଲା ଉକ୍ତ ସମ୍ବାଦଟି ଏମ ସାରସ୍ୱାତୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଛନ୍ତି । ଦ୍ୱିତୀୟଟିର ଉଦାହରଣ ଭାବେ ଧରାଯାଉ ଉକ୍ତ ସ୍ଥାନରେ 'ଷ୍ଟେଟସମ୍ୟାନ ନ୍ୟୁଜ ସର୍ଭିସ' ଲେଖାଯାଇଛି । ଏହାର ଅର୍ଥ ହେଲା ଷ୍ଟେଟସମ୍ୟାନ ବ୍ୟୁରୋ ସୂତ୍ରରୁ ଏହି ସମ୍ବାଦଟି ଆସିଛି । ଏହି ସ୍ଥାନରେ ଏଜେନ୍ସୀ, ନିଜ ସମ୍ବାଦଦାତା,ନିଜ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ସମ୍ବାଦଦାତା, ବ୍ୟୁରୋ ଆଦି ଲେଖାଯାଇପାରେ ।

ଡ଼େଟ୍ ଲାଇନ୍: କ୍ରେଡ଼ିଟ୍ ଲାଇନ ବା ବାଇଲାଇନ୍ ତଳକୁ ସ୍ଥାନର ନାମ ଓ ତାରିଖ ଉଲ୍ଲେଖ ରହିଥାଏ । ଏହା ତଳକୁ ପ୍ରକୃତ ବିବରଣୀ ଲେଖା ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥାଏ । ଏହାକୁ ଡ଼େଟଲାଇନ କୁହାଯାଇଥାଏ। ଏଥିରୁ ସମ୍ବାଦଦାତା କେଉଁ ତାରିଖରେ ଏବଂ କେଉଁ ସ୍ଥାନରୁ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଛନ୍ତି ସେ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ସୂଚନା ମିଳିପାରିଥାଏ ।

ଲିଡ଼୍: ଏହା ହେଉଛି ସମ୍ବାଦର ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦ । ସମ୍ବାଦର ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ଏହି ଅନୁଚ୍ଛେଦ ସଂକ୍ଷେପରେ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । ଏହା ସର୍ବଦା ଛୋଟ, ସ୍ପଷ୍ଟ ହେବା ସହ ଏଥିରେ ସମ୍ବାଦର ଆଭିମୁଖ୍ୟ ପ୍ରତିଫଳିତ ହେଉଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଯଦି ଲିଡ଼ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ନହେବ ତାହାଲେ ପାଠକ ଉକ୍ତ ବିବରଣୀ ପାଠ କରିନପାରନ୍ତି । ସାଧାରଣତଃ ୫ 'ଡବ୍ଲ୍ୟୁ' ଓ ୧ 'ଏଚ'ର (୫ କ) ଉତ୍ତର ଏହା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । ଏଗୁଡ଼ିକ ହେଲା ହୁ ବା କିଏ, ହ୍ୱାଟ ବା କଣ, ହୋୟାର ବା କେଉଁଠାରେ, ହୋଏନ ବା କେତେବେଳେ, ହ୍ୱାଏ ବା କାହିଁକି ଓ ହାଓ ବା କିପରି ।

୫ 'ଡବ୍ଲ୍ୟୁ' ଓ ୧ 'ଏଚ'

ଏହା ହେଉଛି ସମସ୍ତ ସମ୍ବାଦର ମୂଳମନ୍ତ୍ର । ଏକ ଭଲ ସମ୍ବାଦ ବିବରଣୀ ଏହି ପ୍ରଶ୍ନଗୁଡ଼ିକର ଉତ୍ତର ଦେଇଥାଏ ।

. କଣ ଘଟିଲା ?

. କିଏ ଜଡ଼ିତ ?

. କେତେବେଳେ ଘଟିଲା ?

. କେଉଁଠାରେ ଘଟିଲା ?

. କାହିଁକି ଘଟିଲା ?

. କିପରି ଘଟିଲା ?

ବିଷୟବସ୍ତୁ: ଏହା ଘଟଣାର ଅତିରିକ୍ତ ବିବରଣୀ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ଭାବେ ବା ରଚନାତ୍ମକ ଭାବେ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । କେଉଁ ସଂପର୍କରେ ସମ୍ବାଦଟି ରହିଛି ତାହା ବିଷୟବସ୍ତୁ ମଧ୍ୟରେ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଥାଏ । ଏଥିରେ ଅନେକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ରହିଥାଏ । ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦ ବା ଲିଡ଼ରେ ଘଟଣାର ସାରାଂଶ କେବଳ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହା ଏକାଧିକ ଅନୁଚ୍ଛେଦ ବିଶିଷ୍ଟ ହୋଇପାରେ । ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଢ଼ାଞ୍ଚାରେ ଏହା ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ପରେ ଆମେ ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କରିବା ।

୧.୫: ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ସମ୍ବାଦ

ଗୁରୁତ୍ୱ ଅନୁଯାୟୀ ସମ୍ବାଦ ମୁଖ୍ୟତଃ ୨ଟି ଶ୍ରେଣୀର ହୋଇଥାଏ ।

କ) କଠିନ ସମ୍ବାଦ

ଖ) ନରମ ସମ୍ବାଦ

କଠିନ ସମ୍ବାଦ

ସମାଜର ବୃହତ୍ତରବର୍ଗଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବା ଭଳି ଘଟିଥିବା ଘଟଣା ବା ଘଟିଥିବାକୁ ଥିବା ଘଟଣାର ବିବରଣୀକୁ କଠିନ ସମ୍ବାଦ ଭାବେ ବିବେଚନା କରାଯାଇଥାଏ । ଏହି ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର କିସମ ସମ୍ବାଦ ତୁରନ୍ତ

ସଂଗ୍ରହ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଗତରାତିରେ ବା ସେହି ଦିନ ଘଟିଥିବା ସମ୍ବାଦକୁ ସାଧାରଣତଃ 'ବ୍ରେକିଂ ନ୍ୟୁଜ' ବୋଲି କୁହାଯାଇଥାଏ । ଏହି ସମ୍ବାଦରେ ଘଟିଥିବା ଘଟଣାର ତଥ୍ୟ ବିବରଣୀରେ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିରେ ମତାମତ ବା ବିଶ୍ଲେଷଣ ନଥାଏ । ଦୃଢ଼ ସମ୍ବାଦ ମୁଖ୍ୟତଃ କିଏ, କଣ, କେଉଁଠି, କେତେବେଳେ ଓ କିପରି ଉପରେ ପର୍ଯ୍ୟବେକ୍ଷିତ । ଏହି ସମ୍ବାଦ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସରକାରୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଯଥା ସରକାରୀ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ, ଅପରାଧ, ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ଘଟଣା, ସାମାଜିକ ବିଷୟ, ଅର୍ଥନୀତି, ପରିବେଶ ଓ ବିଜ୍ଞାନ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ହୋଇଥାଇପାରେ । ଏକ ସମ୍ବାଦପତ୍ରର ପ୍ରଥମପୃଷ୍ଠା ଓ ରେଡ଼ିଓ ବା ଟେଲିଭିଜନର ପ୍ରମୁଖ ସମ୍ବାଦରେ କେବଳ ଦୃଢ଼ ସମ୍ବାଦ ରହିଥାଏ ।

ଏହି ପ୍ରକାର ସମ୍ବାଦ ଲେଖିବା ବେଳେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କୌଶଳ ଅବଲମ୍ବନ କରାଯାଏ । ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏଥିପାଇଁ ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀ ଅନୁକରଣ କରନ୍ତି । ଏଥିରେ ସବୁଠାରୁ ଗୁରତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟ ସମ୍ବାଦର ପ୍ରଥମରୁ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଏ । କମ୍ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣକୁ ତାପରେ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ । ତେବେ ରେଡ଼ିଓ ଓ ଟେଲିଭିଜନ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ କମ୍ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନାକୁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ବାଦ ଦିଆଯାଇଥାଏ ।

ଦୃଢ଼ ସମ୍ବାଦର ଏକ ନମୁନା ନିମ୍ନରେ ଦିଆଯାଇଛି ।

ଦୃଢ଼ ସମ୍ବାଦକୁ 'ସ୍ପଟ ନ୍ୟୁଜ' ବା 'ବ୍ରେକିଂ ନ୍ୟୁଜ' ମଧ୍ୟ କୁହାଯାଇଥାଏ, କାରଣ ସମ୍ବାଦ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକ ଯେତେ ଶୀଘ୍ର ସମ୍ଭବ ଏହି ଓମ୍ବାଦ ପ୍ରସାରଣ କରିବାକୁ ଚାହିଁଥାନ୍ତି ।

ନରମ ସମ୍ବାଦ

ଯେଉଁ ସମ୍ବାଦ ପାଇଁ ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତିତାର ଆବଶ୍ୟକତା ନଥାଏ ତାହାକୁ ନରମ ସମ୍ବାଦ କୁହାଯାଇଥାଏ। ଏପ୍ରକାର ସଦ୍ୟ ଘଟିଥିବା ସମ୍ବାଦରେ ମାନବିକ ଦିଗ, ସାବଲୀଳତା ଓ ଲେଖାରେ କମନୀୟତା ଆଦି ପ୍ରତି ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଏଥିରେ ତଥ୍ୟ ସାମାନ୍ୟ କମ୍ ରହିଥାଏ । ଏହାର ଅର୍ଥ ନୁହେଁ ଯେ ଏଥିରେ ଆଦୌ ତଥ୍ୟ ନାହିଁ ।

ପାଠକଙ୍କ ଜୀବନ ଉପରେ ଏପ୍ରକାର ସମ୍ବାଦର ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି । ଏହାର ସମ୍ବାଦ ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ । ଜନତାଙ୍କ ଜିଜ୍ଞାସା, ଦରଦୀ, କଳ୍ପନା ଓ ଉତ୍ଫୁଲତାକୁ ଏହା ସ୍ପର୍ଶ କରିଥାଏ । ଫିଚର, ସଂପାଦକୀୟ, ପ୍ରବନ୍ଧ ଆଦି ଏହି ଶ୍ରେଣୀଭୁକ୍ତ । ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ଓ ମତାମତ ମଧ୍ୟ ଏହି ଶ୍ରେଣୀଭୁକ୍ତ ସମ୍ବାଦ ଅଟେ । ଏପ୍ରକାର ସମ୍ବାଦରେ ମୁଖ୍ୟତଃ ଜନଜୀବନ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ହୋଇଥାଏ । ଅଧିକାଂଶ ସରଳ ସମ୍ବାଦ ଦୃଢ଼ ସମ୍ବାଦ ମଧ୍ୟରୁ ଉତ୍ପତ୍ତି ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରମୁଖ ଘଟଣାର ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମ୍ବାଦ ନରମ ସମ୍ବାଦ ଭାବେ ବିବେଚିତ ହୋଇପାରିବ । ଏଥିରେ ଦୃଢ଼ ସମ୍ବାଦରେ ଯାହା ପ୍ରକାଶ ପାଇପାରିନଥାଏ ସେଗୁଡ଼ିକ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଛି । ମୁଖ୍ୟତଃ ମାନବିକ ଦିଗକୁ ଏଥିରେ ପର୍ଯ୍ୟବେକ୍ଷିତ କରାଯାଇଥାଏ ।

ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଭୀଷଣ ଝଡ଼ବାତ୍ୟାରେ ଏକ ଅଞ୍ଚଳରେ ସହସ୍ରାଧିକ ବ୍ୟକ୍ତି ପ୍ରାଣ ହରାଇବା ସମ୍ବାଦ ଏକ କଠିନ ସମ୍ବାଦ । ତେବେ ପରବର୍ତ୍ତୀ ବ୍ୟକ୍ତି ଦୁର୍ଦ୍ଦଶାକୁ ନେଇ ଯେଉଁ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବ ତାହା ନରମ ସମ୍ବାଦ ପର୍ଯ୍ୟାୟଭୁକ୍ତ ହେବ ।

ପାଠକ ବା ଦର୍ଶକଙ୍କ ହୃଦୟରେ ଆବେଗ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିବା ଭଳି ଶୈଳୀରେ ସରଳ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହା ଭିନ୍ନ ଶୈଳୀରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ଯଦ୍ୱାରା ପାଠକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ ପାଇପାରିବ। ଏପ୍ରକାର ସମ୍ବାଦରେ ପାରମ୍ପରିକ ଓଲଟ ପିରାମିଡ୍ ଶୈଳୀ ଅବଲମ୍ବନ କରାଯାଇନଥାଏ । ଏଥିରେ ଲେଖକ ନିଜ ସୃଜନ ଓ ନବଚେତନାକୁ ପ୍ରକାଶ କରିବାରେ ସ୍ୱାଧୀନତା ରହିଛି। ଅଧିକ ନାଟକୀୟ ଭାଷା ଉପଯୋଗ କରାଯାଇ ଏହି ସମ୍ବାଦ ବିବରଣୀକୁ ସାମାନ୍ୟ ବଡ଼ ମଧ୍ୟ କରାଯାଇପାରେ । ଏଥିରେ କିଛି ମତାମତ ମଧ୍ୟ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇପାରେ । ସରଳ ସମ୍ବାଦଟି ଦୀର୍ଘ ହେଲେ ଏହାକୁ 'ଫିଚର' ବା 'ଫିଚର ଷ୍ଟୋରୀ' କୁହାଯାଇଥାଏ ।

୧.୭: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

କ) ବିଭେଦ ଓ ପରିବର୍ତ୍ତନର ବିବରଣୀ ହେଉଛି ସମ୍ବାଦ ବୋଲି କିଏ କହିଥିଲେ ?

ଖ) ସମ୍ବାଦର ପରିଭାଷା କ'ଣ ?

ଗ) ସମ୍ବାଦର ବିଭିନ୍ନ ଉପାଦାନଗୁଡ଼ିକ କ'ଣ ?

ଘ) କଠିନ ସମ୍ବାଦ ଓ ନରମ ସମ୍ବାଦ ଭିତରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ ଦର୍ଶାଅ।

ୟୁନିଟ – ୨ : ସମ୍ବାଦର ଉତ୍ସ ଓ ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନ

୨.୦ : ବିଷୟର ଗଠନ

୨.୧ : ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
୨.୨ : ବିଷୟ ପରିଚୟ
୨.୩: ସମ୍ବାଦର ଉତ୍ସ
୨.୪ : ସମ୍ବାଦର ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନ
୨.୫ : ସମ୍ବାଦ ବିବରଣୀର ନମୁନା
୨.୬: ସମ୍ବାଦ ଲିଖନ ଶୈଳୀ
୨.୭: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୨.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ୟୁନିଟ୍‌ର ଲକ୍ଷ୍ୟ ହେଉଛି- ସମାଜରେ ସମ୍ବାଦର ଉତ୍ସକୁ ବୁଝିବା । ଏହାସହିତ ସମ୍ବାଦର ବିଭିନ୍ନ ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନକୁ ବୁଝି ସଠିକ ସମ୍ବାଦ ପରିବେଷଣ କରିବା। ଏହି ୟୁନିଟ୍ ପଢ଼ିବା ପରେ, ତୁମେ ନିମ୍ନଲିଖିତ ପ୍ରଶ୍ନଗୁଡ଼ିକର ଉତ୍ତର ଦେବାରେ ସକ୍ଷମ ହୋଇପାରିବ-

- ସମ୍ବାଦର ଉତ୍ସ କ'ଣ ?
- ସମ୍ବାଦର ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନ କେତେ ?
- ସମ୍ବାଦ କିପରି ଲେଖାଯାଏ ?

୨.୨ : ବିଷୟ ପରିଚୟ:

ଗୋଟିଏ ସମ୍ବାଦର ସଫଳତା ସେହି ସମ୍ବାଦରେ ଥିବା ତଥ୍ୟର ସତ୍ୟତା ଓ ଉପସ୍ଥାପନା ଉପରେ ନିର୍ଭର କରେ। ତେବେ ତଥ୍ୟଟି ଆସିଥିବା ଉତ୍ସ ଉପରେ ନିର୍ଭର କରେ। ସାମ୍ବାଦିକ ନିଜେ ନିଜର ଉତ୍ସ ଉପରେ ଭରସା କରି ଖବରକୁ ଲୋକଲୋଚନକୁ ଆଣିଥାନ୍ତି। କେବଳ ଉତ୍ସ ଜାଣିଗଲେ ତ ହେବନି, ଏହା ସହିତ ଲିଖନ ଶୈଳୀ ବି ଜାଣିବା ଦରକାର। ସାହିତ୍ୟର ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ବିଭବ ଭଳି ସମ୍ବାଦ ବି ଗୋଟିଏ ବିଭବ। ଆଉ ସମ୍ବାଦ ଲିଖନ ବେଳେ ଯଥାସମ୍ଭବ ସତର୍କତା ସହିତ ତାର ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନ ରକ୍ଷାକରି ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତ କଲେ ସମ୍ବାଦଟି ଗଣମାଧ୍ୟମଧର୍ମୀ ହୋଇପାରିବ। ଆମେ ଏହି ୟୁନିଟରେ ସମ୍ବାଦର ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ସ ସହିତ ସମ୍ବାଦର ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନକୁ ଜାଣି କିପରି ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତ କଲେ ତାହା ଲୋକପ୍ରିୟ ହୋଇପାରିବ ସେ ବିଷୟରେ ଏଠାରେ ଆଲୋଚନା କରିବା।

୨.୩: ସମ୍ବାଦର ଉତ୍ସ

ଜଣେ ସାଂବାଦିକ ଭଲ ରିପୋର୍ଟ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଯୋଗୁଁ ବହୁ ସଫଳତା ପାଇଥାନ୍ତି। ଏହା ପଛରେ ଥାଏ ସଂପର୍କର ଦୃଢ଼ତା ଓ ଲିଖନଶୈଳୀର ଚମତ୍କାରିତା । ମାତ୍ର ଏଇ ଦୁଇଟିଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ

ହେଉଛି ସଂବାଦ ସୂଚନାର ଉତ୍ସ। ସାଧାରଣ ବୈଠକ, ରେଡିଓ ଓ ଦୂରଦର୍ଶନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସର୍ବେକ୍ଷଣ, ପ୍ରେସ୍ ଆଲୋଚନା, ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଖବର, ବିଶେଷ ଆଲୋଚନା ଏବଂ ବହୁବିଧ ଅନୁଷ୍ଠାନରୁ ମଧ୍ୟ ବିବିଧ ସୂଚନା ମିଳିପାରେ। ସମସ୍ତଙ୍କ ସହିତ ସୁସଂପର୍କ ରକ୍ଷାକରି ପାରିଲେ ଜଣେ ସାଂବାଦିକ ସରକାରୀ, ବେସରକାରୀ, ଘରୋଇ ଉତ୍ସରୁ ମଧ୍ୟ ଖବର ସଂଗ୍ରହ କରିବାରେ କ୍ଷମ ହୋଇପାରନ୍ତି। ବେଳେବେଳେ ମନ୍ତ୍ରୀ ବା ସଚିବଙ୍କ ଡ୍ରାଇଭର୍, ମାଳୀ, ଅର୍ଡର୍ଲିଙ୍କଠାରୁ ମଧ୍ୟ ଖବର ସଂଗ୍ରହ କରାଯାଇପାରେ। ଏପରିକି ଛକର ଚା, ଜଳଖିଆ, ପାନ ଦୋକାନ, କ୍ଲବ୍, ରେସ୍ତୋରାଁ, ଖଟି, ଷ୍ଟେସନ୍, ବସ୍‌ଷ୍ଟାଣ୍ଡ୍ ଓ ଅନେକ ଅଜଣା ଉତ୍ସରୁ ଖବରର ଉତ୍ସ ମିଳିଯାଇପାରେ। ଖବରର ଉତ୍ସ ଯାହା ବି ହୋଇ ଥାଇପାରେ, ମାତ୍ର ପ୍ରଥମେ ଏହାକୁ ଭଲ ଭାବରେ ପରୀକ୍ଷା କରି ଏହାର ସତ୍ୟାସତ୍ୟ ନିରୂପଣ କରିବା ଦରକାର। ସୁଯୋଗ ଦେଖି ଖବରର ନକଲ ବା ବକ୍ତବ୍ୟର ରେକର୍ଡ କରି ନିଜ ପାଖରେ ରଖିବା ଦରକାର।

ଖବର ସଂଗ୍ରହ ଆଦୌ ସହଜସାଧ୍ୟ ନୁହେଁ। ଅନେକ ସମୟରେ ସଂଗ୍ରାହକଙ୍କ ଅନୁସନ୍ଧିତ୍ସା ସରକାରୀ ଓ ବେସରକାରୀ ସ୍ତରରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରତିବନ୍ଧକର ସମ୍ମୁଖୀନ ହୋଇଥାଏ। ସମାଜରେ ଅନେକ ବ୍ୟକ୍ତି ନୈତିକ ବା ଅନୈତିକ ଭାବରେ ସେମାନଙ୍କ ସ୍ୱପ୍ନର ସାମ୍ରାଜ୍ୟ ଗଢ଼ିଥାନ୍ତି। ସେମାନଙ୍କ ସାମ୍ରାଜ୍ୟରେ ସେମାନେ କାହାର ଅନୁପ୍ରବେଶକୁ ବରଦାସ୍ତ କରିପାରନ୍ତି ନାହିଁ। ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସାଂବାଦିକ ସଂବାଦ ସଂଗ୍ରହ କରିବାକୁ ଗଲେ, ସେମାନେ ଧରା ପଡିଯିବା ଭୟରେ ଅସତ୍ୟର ଆଶ୍ରୟ ନିଅନ୍ତି। ଯଦି କୌଣସି କାରଣରୁ କିଛିଟା ତଥ୍ୟ ମିଳିଥାଏ, ତେବେ ସେମାନେ ଏହାକୁ ପ୍ରକାଶ ନକରିବା ପାଇଁ ସରକାର ଓ ନ୍ୟାୟପାଳିକା ତରଫରୁ ସଂଗୃହୀତ ଖବରକୁ ଫେରାଇବା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ଚାପ ପକାନ୍ତି। ତେଣୁ ସଂଗୃହୀତ ତଥ୍ୟର ସୁରକ୍ଷା ହେଉଛି ସାଂବାଦିକତାର ନୈତିକତା।

୨.୪: ସମ୍ବାଦର ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନ

ସଂବାଦର ସଂଗ୍ରହ, ଲିଖନ, ପ୍ରକାଶନଠାରୁ ଏହାର ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନ ରକ୍ଷା କରିବା ହେଉଛି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ। ତେବେ ସଂବାଦର ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନ ଗୋଷ୍ଠୀରୁ ଗୋଷ୍ଠୀ, ସ୍ଥାନରୁ ସ୍ଥାନ, ଏବଂ ଦେଶରୁ ଦେଶ ମଧ୍ୟରେ ବହୁ ପାର୍ଥକ୍ୟ ଦେଖାଯାଏ। ଗୋଟିଏ ସଂପ୍ରଦାୟର ସାଧାରଣ ଘଟଣା ଅନ୍ୟ ସଂପ୍ରଦାୟ ପାଇଁ ଅସାମାନ୍ୟ ହୋଇପାରେ ବା ତାହାର ଗୁରୁତ୍ୱ ରହେନାହିଁ ଓ ଗ୍ରାମରେ ଘଟିଥିବା ଗୋଟିଏ ଘଟଣା ସହରରେ ରହୁଥିବା ଲୋକଙ୍କ ପାଇଁ ଅନାବଶ୍ୟକ ହୋଇପାରେ। ରିପୋର୍ଟିଂ କଲା ବେଳେ ଏସବୁ ଦିଗକୁ ବିଚାର କରି, ଯେପରି କାହାର କ୍ଷତି ବା ଅପମାନ ନହୁଏ, ସେଥିପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବାକୁ ପଡିଥାଏ। ସେହିପରି ବିକାଶଶୀଳ ଓ ବିକଶିତ ରାଷ୍ଟ୍ର ମଧ୍ୟରେ ସଂବାଦର ଗୁରୁତ୍ୱ ମଧ୍ୟ ଭିନ୍ନ। କଲାବେଳେ ଏସବୁ ଦିଗପ୍ରତି ଯଥା ସମ୍ଭବ ରିପୋର୍ଟିଂ ଧ୍ୟାନଦେଇ, ପାଠକଙ୍କ ଚଂଚଳ ମାନସିକତା କଥା ବୁଝିବାକୁ ପଡିଥାଏ। ତେବେ ଖବର / ସଂବାଦର ଗୁରୁତ୍ୱକୁ ବିଚାର କଲେ ଏହାର ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନ ସମ୍ପର୍କରେ ଧାରଣା କରାଯାଇପାରେ। ସେଗୁଡିକ ହେଉଛି- ୧-ସଠିକତା, ୨-ସମତୁଲତା, ୩-ବାସ୍ତବତା, ୪-ସ୍ପଷ୍ଟୀକରଣ, ଓ ୫-ପ୍ରଭାବ।

ସଠିକତା (Accuracy)

ଗୋଟିଏ ଖବର / ସଂବାଦରେ ସଠିକତା / ଭ୍ରମଶୂନ୍ୟତା ହେଉଛି ମୂଳକଥା। ଯଦି ଗୋଟିଏ ସଂବାଦରେ ଏହା ନଥାଏ, ତା'ହେଲେ ତାହା ବିଶ୍ୱାସଯୋଗ୍ୟ ହୋଇ ପାରେନାହିଁ । ଏଣୁ ସଂବାଦର ତଥ୍ୟ ଏବଂ ସୂଚନା ଗୁଡିକ ବାରମ୍ବାର ଯାଞ୍ଚ କରାଯିବା ଦରକାର। ଥରକୁ ଥର ନାମ, ସଂଖ୍ୟା ଏବଂ ଅନ୍ୟ ତଥ୍ୟ ଗୁଡିକ ଯାଞ୍ଚ କରିବା ଜରୁରୀ। ପ୍ରତ୍ୟେକ ନାମର ବନାନଗତ ଶୁଦ୍ଧତା ରହିବା ଦରକାର। ଗୋଟିଏ ଭାଷଣକୁ ବ୍ୟାଖ୍ୟା ବା ଅନୁବାଦ କରିବାକୁ ହେଲେ ତା'ର ମୂଳ ଅର୍ଥ ଯେପରି ବିକଳାଙ୍ଗ ନହେବ ଏବଂ ବିଷୟରୁ ବାହାରିନଯିବ ଓ ଯେପରି ମତାମତ ଦିଆ ନଯିବ, ସେଥିପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବାକୁ ପଡିଥାଏ। ରିପୋର୍ଟରେ କେବେ ବି ଜନରବ/ଗୁଜବ/ କପୋଳକଳ୍ପିତ କାହାଣୀ ସ୍ଥାନ ପାଇବା ଉଚିତ ନୁହେଁ।

ସମତୁଲତା (Balance)

ସଂବାଦରେ ଭ୍ରମଶୂନ୍ୟତା ଭଳି ସମତୁଲତା ରକ୍ଷା କରିବା ଅନ୍ୟ ଏକ ଗୁରୁତର ବିଷୟ। ଯଦି କେବେ କୌଣସି ବିବାଦ ବିଷୟରେ ରିପୋର୍ଟରେ ଲେଖିବାର ଅଛି ତା'ହେଲେ ଉଭୟ ପକ୍ଷର କଥାକୁ ରଖିବାକୁ ପଡିବ। ଯଦି କେବେ ଧର୍ମଘଟର ରିପୋର୍ଟିଂ କରିବାର ଅଛି, ତେବେ ଧର୍ମଘଟର ମୂଳ ସ୍ଥାନକୁ ଯାଇ ଭଲକରି ଅନୁସନ୍ଧାନ କରି ସାରିବା ପରେ କର୍ମକର୍ତା ଓ କର୍ମଚାରୀ ମାନଙ୍କର କଥାକୁ ରିପୋର୍ଟରେ ଦର୍ଶାଇବାକୁ ପଡିବ। ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍ ରିପୋର୍ଟ ଯଦି କାହା ପ୍ରରୋଚନାରେ ତିଆରି ହୋଇଥାଏ ତା'ହେଲେ ଏହାର ସମତୁଲତା ରହିପାରେ ନାହିଁ। ସବୁବେଳେ ସରକାରଙ୍କ ମତ ବା ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ଖବର ଦେଲେ ତାହା ସମତୁଲ ମନ୍ତବ୍ୟ ହୋଇପାରେ।

ବାସ୍ତବତା (Objectivity)

ଗୋଟିଏ ଖବରର ଗୁଣବତା ବଜାୟ ରଖିବା ପାଇଁ ଏଥିରେ ନିଜେ ରିପୋର୍ଟର ନିଜର ମତାମତ ନଦେବା ଭଲ। ରିପୋର୍ଟରେ ତଥ୍ୟ ଏବଂ ଅନ୍ୟ ଲୋକଙ୍କ ମତାମତ ରହିଲେ ଭଲ। କାହାର ପକ୍ଷ ନନେଇ ସ୍ୱାର୍ଥ ନଥିବା ନିରପେକ୍ଷ ନିରୀକ୍ଷକଙ୍କ ଭଳି ନିରୀକ୍ଷଣ କରି ରିପୋର୍ଟିଂ କଲେ ଗୋଟିଏ ଉଚ୍ଚମାନର ରିପୋର୍ଟ ଉପସ୍ଥାପନ ହୋଇପାରେ।

ସ୍ୱଷ୍ଟତା (Clarity)

ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ରିପୋର୍ଟରେ ବେଳେବେଳେ ଅନେକ ଅନାବଶ୍ୟକ କଥା ରହିଥାଇପାରେ। ଏଇ ଧରଣର ରିପୋର୍ଟ ଉପସ୍ଥାପନ କରିବା ବେଳେ,ପ୍ରାରମ୍ଭିକ କଥାକୁ ଯଥାସମ୍ଭବ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ କରିବା ଦରକାର। ସଂବାଦଟିକୁ ଛୋଟଛୋଟ ଅନୁଚ୍ଛେଦ କରି ପ୍ରତିଟି ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ଅନନ୍ତଃ ପକ୍ଷେ ତିନି-ଚାରୋଟି ବାକ୍ୟ ରଖାଯାଇପାରେ।

ପ୍ରଭାବ (Impact)

ଲିଖିତ ରିପୋର୍ଟ କେତେଦୂର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ହେବ ରିପୋର୍ଟ ଲେଖିବା ବେଳେ ସେଥିପ୍ରତି ଅତ୍ୟନ୍ତ ସାବଧାନ ହେବା ଦରକାର। ଆବଶ୍ୟକ ସ୍ଥଳେ ଲେଖା ସମୟରେ କାଣ୍ଟଛାଣ୍ଟ କରାଯିବ।

ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ : କୌଣସି ଭଙ୍ଗାପୋଲ ବା ବାଜେ ରାସ୍ତା ସଂପର୍କରେ ବିଭାଗକୁ ଦାୟୀ କରି ସଂବାଦ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଏ ଓ ଏହା ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ତୁରନ୍ତ ମରାମତି କରାଯାଉଛି, ତେବେ ହଇରାଣ ହରକତରୁ ଜନତା ମୁକ୍ତି ପାଇଲେ ଓ ଏହାର ସୁପ୍ରଭାବ ପଡିଲା ବୋଲି ଜଣାଯିବ।

୨.୫: ସମ୍ବାଦ ବିବରଣୀର ନମୁନା

ଯେ କୌଣସି ଖବରକାଗଜର ଯେ କୌଣସି ଖବରକୁ ନିଆଗଲେ, ସେଥିରେ ସଂବାଦ ଷ୍ଟୋରୀଟି ଚାରି ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ ହୋଇଥିବା ଦେଖିବାକୁ ମିଳେ। ଯଥା- ମୋଟା ଓ ବଡ ଅକ୍ଷରରେ ଲେଖା ହୋଇଥିବା ଶିରୋନାମା, ତଳକୁ ଆଗହପ୍ରଦ ଲିଡ୍ ବା ଇଂଟ୍ରୋ; ତା'ପରେ ଦୁଇ ତିନୋଟି ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ବିସ୍ତୃତ ଖବର ଏବଂ ଶେଷରେ ଉପସଂହାର।

ପ୍ରଥମେ ଶିରୋନାମାଟି ପାଠକଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ବଢାଏ। ଗୋଟିଏ ଭଲ ଓ ଯଥାର୍ଥ ଶିରୋନାମା ଲିଖନ ହେଉଛି ଏକ କଳାତ୍ମକ କାର୍ଯ୍ୟ। ଶିରୋନାମାର ଆକାର, ପ୍ରକାର ବା ଲମ୍ୱ ଓ ପ୍ରସ୍ଥ ଚୟନ ଏହାର ଗୁରୁତ୍ୱ ଓ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକତା ବୃଦ୍ଧି କରେ। ବେଳେବେଳେ ଶିରୋନାମାଟି ଅତର୍କିତ, ବିସ୍ମୟଜନକ, ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଓ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ହୋଇଥାଏ। ପାଠକଙ୍କୁ ଯେ କୌଣସି ଉପାୟରେ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ପାଇଁ ଏସବୁ କୌଶଳ କରାଯାଏ। ଆକର୍ଷଣୀୟ ଶିରୋନାମା ପାଠକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରେ ଏବଂ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଆଗକୁ ପଢିବାକୁ ଆଗ୍ରହ ଜନ୍ମାଏ।

ଗୋଟିଏ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଶିରୋନାମା ଷ୍ଟୋରୀ ପାଇଁ ଯଥେଷ୍ଟ ନୁହେଁ। ଶିରୋନାମା ପରେ ଥିବା ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦଟି ଷ୍ଟୋରୀର ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ବହନ କରେ। ଏହା ସମଗ୍ର ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଆଗକୁ ନେବାରେ ସହାୟକ ହେଉଥିବାରୁ ଏହାକୁ ଲିଡ୍ କୁହାଯାଏ। ଯେହେତୁ ଏହା ମୁଖବନ୍ଧର ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରେ, ତେଣୁ ଏହାକୁ ମଧ୍ୟ ଇଂଟ୍ରୋ କୁହାଯାଏ। ଯଦି ଇଂଟ୍ରୋ ବା ଲିଡ୍ ପାଠକଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରି ନପାରେ; ତା'ହେଲେ ପାଠକ ନୂଆ ଷ୍ଟୋରୀ ଓ ଶିରୋନାମା ଉପରେ ଆଖି ବୁଲାନ୍ତି।

ଇଂଟ୍ରୋ ବା ଲିଡ୍‌ରେ ସାଂବାଦିକ ***୬-କ*** ଦ୍ୱାରା ଉତ୍ତର ଦିଅନ୍ତି। ସେହି ***୬-କ*** ହେଲା-କଣ, କେବେ, କେଉଁଠି, କାହିଁକି, କିଏ ଏବଂ କିପରି। କିନ୍ତୁ ଏବେ ସେହି ପୁରୁଣା ସୂତ୍ର ପରିବର୍ତ୍ତିତ ହୋଇ ତାହା ମାତ୍ର ତିରିଶଟି ଶବ୍ଦରେ ସୀମିତ ରଖାଯାଇଛି। ସଂକ୍ଷିପ୍ତତମ ପରିସର ମଧ୍ୟରେ କିପରି ଭଲ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରକାଶ କରିହେବ, ସେ ସଂପର୍କରେ ଯେ କୌଣସି ଦକ୍ଷ ସାମ୍ବାଦିକ ମାର୍ଗଦର୍ଶନ ଦେଇପାରନ୍ତି। ଏ ସଂପର୍କରେ ନିମ୍ନୋକ୍ତ ଗୁଣଗୁଡିକ ଅତି ସାଧାରଣ। ଯଥା:

କ- ଇଂଟ୍ରୋ ଷ୍ଟୋରୀ ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ।

ଖ- ଇଂଟ୍ରୋ ପାଠକଙ୍କ ପଠନ ପିପାସା ବୃଦ୍ଧି କରେ।

ଗ- ଇଂଟ୍ରୋ ଯଥା ସଂଭବ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ହେବା ଦରକାର।

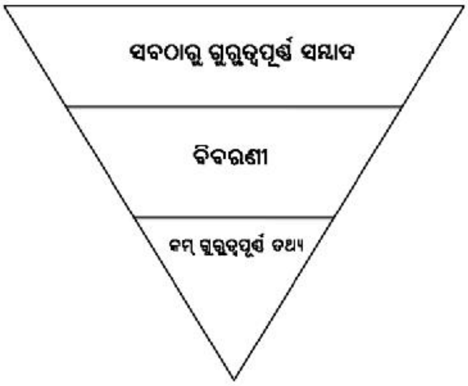
ଘ- ସାଧାରଣତଃ ଇଂଟ୍ରୋଟି ଷ୍ଟୋରୀର କେତୋଟି ଗୁରୁତର ପଏଣ୍ଟ୍ ଉପରେ ଆଧାରିତ।

ସଂପାଦକ ଇଂଟ୍ରୋଟିକୁ ମାତ୍ର ୪୦ର ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟରେ ସୀମିତ ରଖି ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଓ ଶକ୍ତିଶାଳୀ କରିଥାନ୍ତି। ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଷ୍ଟୋରୀଟିକୁ ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ରଖି ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ବିଶେଷ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରନ୍ତି।

କୌଣସି ଗାମ୍ଭୀର୍ଯ୍ୟପୂର୍ଣ୍ଣ ଖବରକୁ ଗମ୍ଭୀର ଭାଷାରେ ଓ କୌଣସି ସାଧାରଣ ଖବରକୁ ସାଧାରଣ ଭାଷାରେ ଇଂଟ୍ରୋରେ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଇପାରେ। ଚମତ୍କାର ଇଂଟ୍ରୋ ଥିଲେ ପାଠକ ଏହାକୁ ଆଗ୍ରହ ସହକାରେ ଆମୂଳଚୂଳ ପାଠ କରେ ଓ ଇଂଟ୍ରୋ ଆଲେଖ୍ୟ ଅନାକର୍ଷଣୀୟ ଥିଲେ ତାହା ପଢୁ ପଢୁ ବନ୍ଦ କରିଦିଏ।

ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଇଂଟ୍ରୋ ପଢ଼ିବାକୁ ସହଜ ଓ ସୁଖପାଠ୍ୟ। ବିଳମ୍ବିତ ଇଂଟ୍ରୋରେ ଷ୍ଟୋରୀର ମୂଳକଥାଟି ପ୍ରାୟତଃ ଡେରିରେ ପ୍ରତିଭାତ ହୁଏ। ତେଣୁ ବିଳମ୍ବିତ ଇଂଟ୍ରୋପ୍ରତି ପାଠକଙ୍କ ଅନାଗ୍ରହ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରାଯାଏ। ବିଳମ୍ବିତ ଇଂଟ୍ରୋ ଭାରତୀୟ ଖବର କାଗଜରେ ପ୍ରାୟତଃ ଦେଖାଯାଏ ନାହିଁ।

ଗୋଟିଏ ଖବରରେ ଥିବା ବହୁ ପ୍ରକାରର ମୂଳ କଥାକୁ ଛୋଟ ଛୋଟ ଖଣ୍ଡରେ ବିଭକ୍ତ କରି ବା କ୍ରମିକତା ରକ୍ଷା କରି ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଇଂଟ୍ରୋ ପରେ ଷ୍ଟୋରୀର ବିସ୍ତୃତି ଲେଖାଯାଏ। ଏହା ଏପରି ଭାବେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ଯେ ପାଠକମାନେ ସୋପାନ ପରେ ସୋପାନ ଅତିକ୍ରମ କରି ପଢ଼ା ଜାରି ରଖନ୍ତି। ଏହାକୁ ବିଲୋମୀକୃତ ପିରାମିଡ୍ (Inverted Pyramid) କୁହାଯାଏ। ପ୍ରଥମେ ଆସେ ଇଂଟ୍ରୋ, ପରେ ଆସେ ଘଟଣା, ତାପରେ ଆସେ ଉଦ୍ଧୃତି ଏବଂ ଶେଷରେ ଆସେ ଇଂଟ୍ରୋକୁ ସମର୍ଥନ କରୁଥିବା ବିବିଧ ଘଟଣାବଳୀ। ଏଗୁଡିକୁ ଗୋଟିଏ ସୂତାରେ ଗୁନ୍ଥା ଏକ ଫୁଲମାଳ ପରି ସଂଯୋଜକ ଶବ୍ଦ ମାଧ୍ୟମରେ ଏଭଳି ଗୁନ୍ଥାଯାଏ ଯେ ଆରମ୍ଭରୁ ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଘଟଣାକ୍ରମ ପ୍ରତି ପାଠକଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି ହୁଏ।



ବିଲୋମୀକୃତ ପିରାମିଡ୍ (Inverted Pyramid)

ପରିବେଷିତ ସଂବାଦ ସର୍ବଦା ଉତ୍କଣ୍ଠାପୂର୍ଣ୍ଣ ଓ କୌତୂହଳପ୍ରଦ ହେବା ଦରକାର। ଏପରି ସଂବାଦ ପାଠକଙ୍କ ମନରେ କୌତୂହଳ ସୃଷ୍ଟି କରେ ଓ ପରବର୍ତ୍ତୀ ଅଂଶ ପଠନ ପାଇଁ ଉତ୍କଣ୍ଠା ତିଆରି କରେ। ଏହାକୁ କ୍ରମସଜ୍ଜୀକରଣ ଶୈଳୀ (Chronological Pattern) କୁହାଯାଏ, ଯାହା ବିଲୋମୀକୃତ ଶୈଳୀର ଠିକ୍ ବିପରୀତ। ଏଥିରେ ଶେଷରେ ଉତ୍କଣ୍ଠାର ରହସ୍ୟ ମୋଚନ ହୁଏ, ତେଣୁ ଏଧରଣର ସଂବାଦ ପାଠ କରିବାକୁ ପାଠକଙ୍କ ଉତ୍କଣ୍ଠା ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଅତୁଟ ରହେ।

୨.୬: ସମ୍ବାଦ ଲିଖନ ଶୈଳୀ

ଶିରୋନାମା ଓ ପ୍ରମୁଖ ସଂବାଦ ମଧ୍ୟରେ ସଂଯୋଗ ରଖୁଥିବା ପ୍ରଥମ ଧାଡ଼ି ବା ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦକୁ ପ୍ରମୁଖ ଖବର ବା ସଂବାଦ ପରିଭାଷାରେ ଲିଡ୍ **Lead** କୁହାଯାଏ । ଏହା ପ୍ରମୁଖ ଖବରର ଠିକ୍ ତଳେ ରହିଥାଏ ଓ ପାଠକଙ୍କୁ ମୂଳ ଖବର ଭିତରକୁ ଯିବାପାଇଁ ଆକର୍ଷିତ କରେ। **Lead** ରିପୋର୍ଟ ଉପସ୍ଥାପନ କରୁଥିବାରୁ ଏହାକୁ ପ୍ରାରମ୍ଭ/ମୁଖବନ୍ଧ/**Intro** କୁହାଯାଏ। **Lead** ବା **Intro** ସର୍ବଦା ଆକର୍ଷଣୀୟ ହେବା ଜରୁରୀ। ଏହାକୁ ଆରମ୍ଭ କରିବା ମାତ୍ରେ ପାଠକେ ଏହାକୁ ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ପଢ଼ିଥାନ୍ତି। ଏ ଧରଣର ଆଲେଖ୍ୟ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ, ଆକର୍ଷଣୀୟ, ତାତ୍ପର୍ଯ୍ୟପୂର୍ଣ୍ଣ, ବାସ୍ତବ ଓ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ହେବା ଦରକାର। ଗୋଟିଏ ଦିନର ପ୍ରମୁଖ ଘଟଣାକୁ ମଧ୍ୟ **Lead** କୁହାଯାଏ। ଖବରକାଗଜର ପ୍ରଥମ ପୃଷ୍ଠାର ଉପରିଭାଗରେ **Lead** ସ୍ଥାନପାଏ। **Lead** ଲିଖନର କେତୋଟି ନିୟମ ଏଠାରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇପାରେ । ଯଥା:

- **Lead** ରେ ଶିରୋନାମା ଓ ମୂଳଖବର ସହିତ ସାମଞ୍ଜସ୍ୟ ରହିବା ଜରୁରୀ।
- ଏହା ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀ ସଂପର୍କରେ ବ୍ୟାପକ ସୂଚନା ଦେଇଥାଏ।
- ଏଥିରେ ୬କ ଯଥା : କଣ, କିଏ, କେଉଁଠି, କେତେବେଳେ, କାହିଁକି, କେମିତି- ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ।
- ଏହାର ଆଲେଖ୍ୟ ପାଠକଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ ଓ ଅନୁସନ୍ଧିତ୍ସୁ କରୁଥିବା ଦରକାର।

ଗୋଟିଏ **Lead** ରେ ପାଠକଙ୍କ ମନକୁ ପ୍ରଭାବିତ ଓ ଆଗ୍ରହାନ୍ୱିତ କରିବା ଭଳି ଶୈଳୀରେ ସ୍ଥାନ, ଘଟଣା ଓ ଚରିତ୍ର ଆଦିଙ୍କୁ ଚିତ୍ରଣ କରାଯିବା ଦରକାର। ଏହା ଫଳରେ ନ୍ୟୁଜ୍‌ଷ୍ଟୋରୀର ବକ୍ତବ୍ୟକୁ ଆଗକୁ ଆଗକୁ ପଢ଼ିବାପାଇଁ ପାଠକଙ୍କ ମନରେ ଯଥେଷ୍ଟ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟିହେବ।

ଭଲ Lead ର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ :

ସଂବାଦ ଲିଖନ କଳାବେଳେ ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀର ପ୍ରଥମ ବାକ୍ୟ / ଅନୁଚ୍ଛେଦକୁ **Lead** କୁହାଯାଏ। ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ନ୍ୟୁଜ୍‌ଷ୍ଟୋରୀର ସାରାଂଶ ପ୍ରଥମେ ସ୍ଥାନ ପାଏ। **Lead** ରେ କ'ଣ ଘଟିଲା, କେତେବେଳେ ଘଟିଲା, କାହାଦ୍ୱାରା ଘଟିଲା, କେଉଁଠି ଘଟିଲା, କେମିତି ଘଟିଲା, କାହିଁକି ଘଟିଲା, ତାହା ଲିଖିତ ହେବା ନିହାତି ଜରୁରୀ। ଯଥା:-

କଣ : ନ୍ୟୁଜ୍ ରିପୋର୍ଟିଂର ମୂଳ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଅନୁଯାୟୀ ସବୁ ଖବରରେ କ'ଣ ଘଟିଛି ବୋଲି ପାଠକଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ଥାଏ।

କିଏ : ଖବରରୁ ସବୁବେଳେ ଘଟଣା ସହିତ କିଏ ସଂପୃକ୍ତ ତାହାର ଉତ୍ତର ଆସିବା ଦରକାର।

କେଉଁଠି ଏବଂ କେତେବେଳେ : କେଉଁଠି ଏବଂ କେତେବେଳେ ଘଟଣାଟି ଘଟିଛି ଏ ଦୁଇଟି ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଖବରରୁ ପ୍ରକାଶିତ ହେବା ଦରକାର।

କାହିଁକି : ପ୍ରତ୍ୟେକ ଘଟଣା ଅନ୍ତରାଳରେ କୈଣସି ନା କୌଣସି କାରଣ ରହିଥାଏ। କାରଣଟି ଅପ୍ରାକୃତିକ ଓ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ହୋଇଥିଲେ ଖବରରେ ତାହା ସ୍ଥାନ ପାଇବା ଦରକାର।

କେମିତି : କେମିତି ଘଟଣା ଘଟିଲା, ବେଳେବେଳେ ତାହା ମିଳିବା କଷ୍ଟକର ହୋଇଥାଏ। ଘଟଣାର ସୁବିସ୍ତୃତ ବିବରଣୀ ପାଇଁ ଅଧିକ ସ୍ଥାନ ଆବଶ୍ୟକ ପଡିଥାଏ। ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଖରବୟ ଥିଲେ ମଧ୍ୟ କେତେକ ଖରବୟ କ୍ୱଚିତ୍ ବ୍ୟବହୃତ ହୋଇଥାଏ। ଯଥା :

ଉଦ୍ଧୃତି Lead:

ଏହି ଖରବୟଟି ଜଣେ ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର ମୂଲ୍ୟବାନ୍ ଭାଷଣର ଅଂଶ ବିଶେଷ। ଭାଷଣର ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଖରବୟରେ ସ୍ଥାନିତ ହେଲେ ତାହା ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ବିଶେଷ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରେ।

ପ୍ରଶ୍ନବାଚକ Lead :

ବେଳେ ବେଳେ ପାଠକଙ୍କ ମନରେ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରିବାପାଇଁ ସମାଜର ଯେ କୌଣସି ଘଟଣାକୁ ପ୍ରଶ୍ନବାଚୀ ଶୈଳୀରେ **Lead** ରେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ। ଏହାଦ୍ୱାରା ଜନତାକୁ ସାମାଜିକ ସମସ୍ୟାର ଏକ ଝଲକ ଦେବା ସହିତ ପରୋକ୍ଷରେ ସତର୍କ ରହିବାକୁ ସଚେତନ କରାଯାଏ। ଯଥା : "ରାଜଧାନୀରେ ନାରୀ କେତେ ସୁରକ୍ଷିତ ?"

ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ Lead : (Descriptive Lead)

ପାଠକଙ୍କ ଆବେଗକୁ ବାନ୍ଧିରଖିବା ପାଇଁ ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ଖରବୟ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ। ପାଠକଙ୍କୁ ଘଟିଥିବା ସ୍ଥାନ ଓ ଘଟଣା ସମ୍ପର୍କରେ ଭାବିବାକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରାଯାଏ।

ବିଳମ୍ବିତ Lead :

ଉଭୟ ପ୍ରଶ୍ନସୂଚକ ଓ ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ **Lead** ଭଳି ଘଟିଥିବା ଘଟଣା ସମ୍ପର୍କରେ ଭାବିବାକୁ ସମସ୍ତ ଉପାଦାନ ଥାଏ। ଏହାର ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ଉଦ୍ଦୀପନା ଓ ଅନିଶ୍ଚିତତା ମୂଳକ ଖବର ଥାଏ। ଫଳତଃ ପାଠକମାନେ ପରବର୍ତ୍ତୀ ଖବର ପଢ଼ିବାକୁ ଆଗ୍ରହୀ ହୁଅନ୍ତି।

ବାକ୍ୟାଳାପ ଖରବୟ :

ଦୁଇ ବା ତତୋଧିକ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଭିତରେ ହେଉଥିବା କଥୋପକଥନକୁ ଏହି ଧରଣର **ଖରବୟ**ରେ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହି ବାକ୍ୟାଳାପ ଜଣେ ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ବ୍ୟକ୍ତି ଓ ସାଂବାଦିକ ଅଥବା ଦୁଇଜଣ ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ହୋଇପାରେ।

ଆଳଂକାରିକ Lead :

(Staccato Lead) ଏହି ଧରଣର **Lead**ରେ ସାଧାରଣତଃ ଜାତୀୟ ନେତା, ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷଙ୍କ ଅକାଳ ବିୟୋଗଜନିତ ଅପ୍ରତ୍ୟାଶିତ ତଥା ଅବିଶ୍ୱାସ୍ୟ ଶୋକବାର୍ତ୍ତା ପ୍ରକାଶ କରାଯାଏ।

ତୀକ୍ଷ୍ଣ Lead :

(Bullet Lead) ଛୋଟ ଅଥଚ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବାକ୍ୟ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ ଏହି ପ୍ରକାରର **Lead** ବନ୍ଧୁକର ଗୁଳି ଭଳି ପାଠକଙ୍କ ମନରେ ଗଳିଯାଏ ଓ ସେମାନଙ୍କୁ ତତ୍‌କ୍ଷଣାତ୍ ପ୍ରଭାବିତ ଓ ଆଲୋଡିତ କରେ। ସାଧାରଣତଃ ଟି.ଭି, ରେଡିଓ ପ୍ରଭୃତି ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏହାକୁ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି।

ଐତିହାସିକ ବା ସାହିତ୍ୟିକ ସଂକେତ ଯୁକ୍ତ Lead :

(Historical or literary-allusion\ Lead) ଏହି ପ୍ରକାରର **Lead** ଇତିହାସ ବା ସାହିତ୍ୟରୁ ଚରିତ୍ର ଓ ଘଟଣା ଉଦ୍ଧାର କରି ସାଂପ୍ରତିକ ଘଟଣା ସହିତ ତାକୁ ସଂଯୁକ୍ତ କରେ ଏବଂ ଏହା ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀରେ ସ୍ଥାନ ପାଏ।

ବିପରୀତାତ୍ମକ Lead :

(Contrast Lead) ଏହି ପ୍ରକାରର **Lead** ପାଠକମାନଙ୍କୁ ସାଧାରଣ ଓ ଅତିରିକ୍ତ ଲିଡ୍ ଭିତରେ ତୁଳନା କରିବାକୁ ପ୍ରରୋଚିତ କରାଏ।

ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ସଂବୋଧୀ Lead :

(Direct address Lead) ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ରିୟା ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ସହିତ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିଚାରକୁ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବରେ ଏହା ପାଠକ ମାନଙ୍କୁ ସଂପୃକ୍ତ କରାଏ।

ଲାଳିକା Lead :

(Parody Lead) ଯେ କୌଣସି ସଂବାଦକୁ ଅଧିକତର ଭାବରେ ଜନପ୍ରିୟ କରିବାକୁ ଲାଳିକା **Lead** ରେ କେତେକ ବହୁପ୍ରଚଳିତ ପ୍ରବାଦ, ପ୍ରବଚନ, ଲୋକବଚନ, ଜନପ୍ରିୟ ସଂଗୀତ ଗୀତିକାର ନକଲକୁ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଏ। ଏହା ଫଳରେ ପାଠକ ମାନେ ହସ ଖୁସିରେ ଅନେକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଖବର ଜାଣିପାରନ୍ତି।

ଏକ-ଦୁଇ-ତିନି-ଚାରି Lead :

(1-2-3-4 Lead) ବର୍ତ୍ତମାନ ଏହାର ବ୍ୟବହାର ସୀମିତ। କୌଣସି ବଜେଟ୍ ଅଥବା କୌଣସି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବକ୍ତବ୍ୟର ବିଶେଷ ଅଂଶକୁ **ଏକ-ଦୁଇ-ତିନି-ଚାରି** କ୍ରମରେ ପଏଣ୍ଟ୍ ଅନୁଯାୟୀ ସଜାଯାଏ। ଯଥା

ବିବିଧ ଆକସ୍ମିକ Lead :

(Miscellaneous freak Lead) ପାଠକଙ୍କ ମାନସିକତାକୁ ଧରି ରଖିବା ପାଇଁ ଏହି ଧରଣର **ଖରବୟ**ରେ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଢଙ୍ଗରେ ଉପନ୍ୟାସ ଶୈଳୀରେ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ। ଯଥା

ସାରାଂଶ Lead :

(Summery Lead) କୌଣସି ବ୍ୟାପକ ସଂବାଦର ସାରାଂଶକୁ ସାରାଂଶ Lead ରେ ସଂକ୍ଷେପରେ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଏ।

ବ୍ୟାଖ୍ୟାତ୍ମକ Lead :

(Interpretative Lead) ଖବରକାଗଜରେ ବାହାରୁଥିବା ପ୍ରାୟ ସାଧାରଣ Lead ଗୁଡ଼ିକୁ ବ୍ୟାଖ୍ୟାତ୍ମକ Lead କୁହାଯାଇପାରେ। ଏହା କୌଣସି ଉଦ୍ଧୃତି ନଦେଇ, ମୂଳ ଖବରର ଉପଯୁକ୍ତ ବ୍ୟାଖ୍ୟା ପ୍ରଦାନ କରେ।

ଏହିଭଳି ଭାବରେ ସଂବାଦ ଲିଖନରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର Lead ବ୍ୟବହାର କରି ସଂବାଦକୁ ଅକର୍ଷଣୀୟ ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପନ କଲେ ତାହା ପାଠକଙ୍କ ମନରେ ଯଥେଷ୍ଟ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରେ।

ଶିରୋନାମା ପ୍ରସ୍ତୁତି

ପିଲା ଦିନରୁ ମଣିଷର ନାମକରଣ କରାଯାଏ। ଏହା ସାର୍ଥକ ବା ନିରର୍ଥକ ହୋଇପାରେ, ମାତ୍ର ମଣିଷକୁ ଚିହ୍ନଟ କରିବାରେ ନାମ ହିଁ ପ୍ରଥମ ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରେ। ବାସ୍ତବ ଜୀବନରେ 'ଗୌରାଙ୍ଗ' ନାମଧାରୀ ବ୍ୟକ୍ତି କଳା ହୋଇପାରେ, 'ବାମନ' ନାମଧାରୀ ବ୍ୟକ୍ତି ଡେଙ୍ଗା ହୋଇପାରେ। ମାତ୍ର ସାହିତ୍ୟ ଓ ସଂବାଦ ଜଗତରେ ନାମକରଣ ଆକର୍ଷଣର ମୂଳ କେନ୍ଦ୍ର। ସଂବାଦପତ୍ରରେ ଅନେକ ପ୍ରକାରର ବିଷୟ ପ୍ରକାଶ ପାଏ। ପାଠକମାନେ ଏଇ ନାମ ଆଧାରରେ ସଂବାଦ ପଢ଼ନ୍ତି। ସଂବାଦପତ୍ରରେ ଏଇ ନାମକରଣର ନାମାନ୍ତର ହେଉଛି ଶିରୋନାମା।

ସମ୍ବାଦର ଶିରୋନାମା ଲିଖନ

ଯେ କୌଣସି ସଂବାଦର ଶିରୋନାମା ବିଶେଷ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ। କାରଣ ଶିରୋନାମା ପଢ଼ି ପାଠକେ ଏହା ତଳେ ଥିବା ସଂବାଦ ପଢ଼ିବାକୁ ଆଗ୍ରହୀ ହୁଅନ୍ତି। ଶିରୋନାମାଟି ସର୍ବଦା ଅପେକ୍ଷାକୃତ ବଡ ଓ ମୋଟା ଅକ୍ଷରରେ ଛାପାଯାଏ। ପ୍ରକାଶିତ ଖବରର ମୁଖ୍ୟ ଅଂଶଟି ଶିରୋନାମା ବହନ କରେ ଓ ଅତ୍ୟନ୍ତ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଶିରୋନାମା ଲେଖାଯାଏ। ସଂସ୍କରଣ ଓ ପୃଷ୍ଠାଙ୍କ ବାମପାଖ ଉପରେ ଓ ଡାହାଣ ପାଖ କଣରେ ଆକର୍ଷକ ଧାଡିଟିରେ ଶିରୋନାମାଟି ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଏ। ହେଡ୍ ଲାଇନ୍‌ରେ ଅକ୍ଷରର ଆକାର କେତେ ବଡ ବା ଛୋଟ ହେବ ଓ ସ୍ତମ୍ଭ ଆଲେଖ୍ୟ କେତେ ସ୍ଥାନ ଧାରଣ କରିବ, ତାହା ସଂବାଦର ଗୁରୁତ୍ୱ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ସଂପାଦକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ନିରୂପିତ ହୋଇଥାଏ।

ସରଳତା, ସ୍ୱଚ୍ଛତା, ସ୍ୱଷ୍ଟତା,ପ୍ରଭାବଶାଳିତା ଓ ସୂଚନାତ୍ମକତା ହେଉଛି ଗୋଟିଏ ଉତମ ଆଧୁନିକ ହେଡ୍‌ଲାଇନ୍‌ର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ। ଏହା ଷ୍ଟୋରୀର ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ସ୍ୱଷ୍ଟ ସୂଚନା ଦେବା ସହିତ ଛାପା ବ୍ୟୟ, ପାଠକଙ୍କ ପଠନ ସମୟ ବଞ୍ଚାଉଥିବା ଓ କାଗଜରେ ସ୍ୱଳ୍ପ ସ୍ଥାନରେ ନେଉଥିବା ଦରକାର।

ଅର୍ଥପୂର୍ଣ୍ଣ ଭାବରେ ଆଲେଖ୍ୟକୁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଶୀର୍ଷକ ଜରିଆରେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବାକୁ ଶିରୋନାମା କୁହାଯାଏ। ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ସଂବାଦ, ଫିଚର୍, ଆଲେଖ୍ୟ ଓ ସ୍ତମ୍ଭ ଇତ୍ୟାଦିର ଉପଯୁକ୍ତ ଶିରୋନାମା ଦେଇ ଉପସ୍ଥାପନ କରିବା ହେଉଛି ସଂପାଦକଙ୍କ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କାର୍ଯ୍ୟ। ସ୍ୱଳ୍ପ ଶବ୍ଦରେ ଓ ସଂକ୍ଷେପରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଶିରୋନାମାଟି ପାଠକଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରେ। ପାଠକମାନଙ୍କୁ ତତ୍‌କ୍ଷଣାତ୍ ଆକୃଷ୍ଟ କରାଇ ଖବର ପ୍ରତି ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ସୃଷ୍ଟି କରିବା ହେଉଛି ଶିରୋନାମାର ଉପଯୁକ୍ତ କାର୍ଯ୍ୟ। ଉତ୍ତମ ଶିରୋନାମା ପ୍ରସ୍ତୁତିରେ ସାଂବାଦିକଙ୍କର ଭାଷା ଓ ତଥ୍ୟଜ୍ଞାନ ଉପରେ ଉପଯୁକ୍ତ ଦକ୍ଷତା ରହିଥିବା ଦରକାର। ସମଗ୍ର ଷ୍ଟୋରୀର ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ସାରାଂଶ ଏଥିରେ ଚିତ୍ତାକର୍ଷକ ଭଙ୍ଗୀରେ ପ୍ରତିଫଳିତ ହୋଇଥାଏ।

ଶିରୋନାମାର ଗୁରୁତ୍ୱ :

ବିଶିଷ୍ଟ ପାଶ୍ଚାତ୍ୟ ସାମ୍ବାଦିକ ୱେଷ୍ଟ୍‌ଲେଙ୍କ ମତରେ ଶିରୋନାମାର ବିବିଧ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ରହିଛି-

- ପାଠକଙ୍କ ସମୟ ବଞ୍ଚାଇବା ପାଇଁ ସହାୟତା କରେ,
- ଅନେକ ଖବର ମଧ୍ୟରୁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଖବର ବାଛି ପଢ଼ିବାକୁ ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟି କରେ,
- ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱ ଓ ଗାମ୍ଭୀର୍ଯ୍ୟ ସହିତ ପାଠକଙ୍କୁ ଅବହିତ କରାଏ,

- ପରିଚିତ ଶିରୋନାମା ଲିଖନ ଶୈଳୀ ଯୋଗୁଁ ଖବରକାଗଜଟି ଜନପ୍ରିୟ ହୋଇଥାଏ,
- ଶିରୋନାମାର ସଂବାଦ ବର୍ତମାନ କାଳରେ ଲେଖାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ,
- ଶିରୋନାମାର ସଂବାଦ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଉକ୍ତିରେ ପ୍ରକାଶ ପାଇବା ଦରକାର,
- ସାଧାରଣ ଶିରୋନାମାରେ କୌଣସି ବିଶେଷଣ ଲାଗିବା ଅନୁଚିତ,
- ଶିରୋନାମାରେ କୌଣସି ସହାୟକ କ୍ରିୟା ପ୍ରୟୋଗ ହେବା ଅନୁଚିତ,
- ସଂକ୍ଷେପରେ ବ୍ୟାପକ ସୂଚନା ଦେବା ଶିରୋନାମାର ପ୍ରକୃତ ଲକ୍ଷ୍ୟ,
- ପାଠକଙ୍କ ସମୟ ବଂଚାଇ ସେମାନଙ୍କୁ ସଂବାଦ ସଂପର୍କରେ ବ୍ୟାପକ ଧାରଣା ଦିଏ,
- ଶିରୋନାମା ଛାପା ଓ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧ୍ୟମ, ଉଭୟରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରେ,
- ଏକ ଘଟଣାରେ ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅନେକ ପ୍ରକାରର ଶିରୋନାମା ଦିଅନ୍ତି,
- ସୁବିଧା ଥିଲେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପାଠକଙ୍କ ଅଭିମତ ଶିରୋନାମାରେ ପ୍ରକାଶ ପାଇପାରେ,
- ଏହା ହେଉଛି ଖବର ଷ୍ଟୋରୀରେ ଥିବା ପ୍ରସଙ୍ଗର ପକୃତ ଓ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ପ୍ରତିଫଳନ,
- ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀର ଅନ୍ତର୍ନିହିତ ଭାବସତା ଶିରୋନାମାରେ ସ୍ପଷ୍ଟ ହୋଇଥାଏ,

ଏଠାରେ ଶିରୋନାମାର କେତୋଟି ଦୃଷ୍ଟାନ୍ତ ଦିଆଯାଇପାରେ। ଯଥା:-

ବ୍ୟାନର୍ ବା ବହୁସ୍ତମ୍ଭିକ ଶିରୋନାମା :

ଖବରକାଗଜର ପ୍ରଥମ ପୃଷ୍ଠାରେ ସୁବିସ୍ତୃତ ଭାବେ ପ୍ରକାଶିତ ଏକାଧିକ ସ୍ତମ୍ଭ ଉପରେ ବଡବଡ ଅକ୍ଷରରେ ସ୍ଥାନିତ ଶିରୋନାମାକୁ ବ୍ୟାନର୍ କୁହାଯାଏ। ଏହା ଏକ ରିବନ ଭଳି ସାରା ପୃଷ୍ଠାକୁ ବ୍ୟାପିଥାଏ। ଏହି ଧରଣର ବଡ ଶିରୋନାମା କାଗଜର କୌଣସି ମଝି ପୃଷ୍ଠାରେ ସାମାନ୍ୟ ଛୋଟ ଅକ୍ଷରରେ ଛାପା ହେଲେ ଏହାକୁ 'ବାଇଣ୍ଡର୍' କୁହାଯାଏ। କୌଣସି ଖବରର ଜାତୀୟ ବା ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ଗୁରୁତ୍ୱ ଥିଲେ ଏହା ବ୍ୟାନର୍ ଶିରୋନାମା ଭାବରେ ଛପାଯାଏ।

ଏଠାରେ ବ୍ୟାନର୍‌ର କେତୋଟି ଦୃଷ୍ଟାନ୍ତ ଦିଆଯାଇପାରେ। ଯଥା:-

ସଜ୍ଜୀକରଣ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଶିରୋନାମା ବିଭିନ୍ନ ହୋଇଥାଏ। ଯଥା- ଝୁଲନ୍ତବାମ ସମତଳ (Flush left), ଦକ୍ଷିଣ ସେପାନୀକୃତ ସମତଳ (Flush right), କେନ୍ଦ୍ରୀୟ (centered), ସୋପାନୀକୃତ (stepped),ଝୁଲନ୍ତ ମୁଦ୍ରଣରେ ଧାଡି ପ୍ରାରମ୍ଭରେ ଥିବା ଅଧିକ ଶୂନ୍ୟସ୍ଥାନ (Hanging Indention), ବହୁଥାକବିଶିଷ୍ଟ (Multi-deck), ଉଦ୍ଧୃତି (Quotes) ତତ୍ତ୍ୱ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଶିରୋନାମା କଥା କୁହାଗଲେ ମଧ୍ୟ ବାସ୍ତବରେ ଏବେ ବିଭିନ୍ନ ଖବରକାଗଜ ଉକ୍ତ ଧାରାକୁ ଛାଡି ନିଜସ୍ୱ ଶୈଳୀରେ ଶିରୋନାମା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରୁଛନ୍ତି।

ଶିରୋନାମା ଲିଖନ କୌଶଳ :

ଖବରକାଗଜରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ସଂବାଦ ପ୍ରକାଶ ପାଇଥାଏ। ପ୍ରତି ସଂବାଦର କୌଣସି ନା କୌଣସି ଶିରୋନାମା ଥାଏ। ଶିରୋନାମା ହିଁ ପ୍ରତ୍ୟେକ ସଂବାଦର ସ୍ୱାତନ୍ତ୍ୟ ଓ ପାର୍ଥକ୍ୟ ଦର୍ଶାଇଥାଏ। ଶିଶୁର ପ୍ରାଥମିକ ନାମକରଣ ଓ ମନ୍ଦିରର ମୁଖଶାଳା ଭଳି ଶିରୋନାମାର ଭୂମିକା। ସଂବାଦରେ କ'ଣ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇଥାଏ,

ତାହାର ସୂଚନା ଶିରୋନାମାରୁ ମିଳିଥାଏ। ଶିରୋନାମା ପଢ଼ି ଭିତରର ସଂବାଦ ପ୍ରତି ପାଠକଙ୍କ ଆଗ୍ରହ, ଉତ୍କଣ୍ଠା ଓ ଉଦ୍ଦୀପନା ଜାତ ହୁଏ। ଆକର୍ଷଣୀୟ ଶିରୋନାମା ଦେଖି ପାଠକ ଭିତର ଖବର ପଢ଼ିପାରନ୍ତି ଅଥବା ଏଡାଇ ଦେଇପାରନ୍ତି। ଖବରକାଗଜ ହକରମାନଙ୍କ ତୁଣ୍ଡରେ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଶିରୋନାମା ଘୋଷଣା ଶୁଣି ଲୋକମାନେ ଆଗ୍ରହର ସହ କାଗଜ କିଣନ୍ତି। ଏଣୁ ଖବରକାଗଜରେ ଶିରୋନାମାର ଭୂମିକା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ।

ଶିରୋନାମା ନିର୍ବାଚନ :

ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱ ଉପରେ ଶିରୋନାମା ନିର୍ଭର କରେ। ରାଜନୀତିକ ଶିରୋନାମା ଖବର କାଗଜର ପ୍ରଥମ ପୃଷ୍ଠାରେ ବଡ ବଡ ଅକ୍ଷରରେ ଛାପା ହେବ ବୋଲି ସେମିତି କୌଣସି ଧରାବନ୍ଧା ନିୟମ ନାହିଁ। ଶିରୋନାମାର ବିବିଧ ସଂବାଦ ଉତ୍ସ ରହିଛି। କୃତିତ୍ୱ, ସଫଳତା, ବଜେଟ୍, ଖେଳ, ସିନେମା, ଦୁର୍ଘଟଣା, ପ୍ରାକୃତିକ ବିପର୍ଯ୍ୟୟ, ଆକସ୍ମିକ ବିୟୋଗ ଇତ୍ୟାଦି ଯେ କୌଣସି ବିଷୟରେ ଶିରୋନାମା ଲେଖା ଯାଇପାରେ। ଏହାର ଉପସ୍ଥାପନ କୌଶଳରେ ରହିଥିବା ଚମକ ଏହାକୁ ପାଠକଙ୍କର ଅତି ନିକଟତମ କରିପାରେ।

ସମ୍ବାଦ ଲିଖନର ଭାଷା ଓ ଶୈଳୀ :

ସଂବାଦର ଭାଷା ସାଧାରଣ ପାଠକଙ୍କ ସହଜବୋଧ ହେବା ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକ। ଦୀର୍ଘ ଓ ଜଟିଳ ବାକ୍ୟ ଅପେକ୍ଷା ସହଜ, ସରଳ, କ୍ଷୁଦ୍ର ବାକ୍ୟ ଅଧିକତର କ୍ରିୟାଶୀଳ ହୋଇଥାଏ। ସରଳବାକ୍ୟକୁ ଭାଷାନ୍ତର କରିବା ସହଜ ହୋଇଥାଏ। ଭାରତ ଭଳି ବହୁ ଭାଷାଭାଷୀ ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ଏହା ଏକ ସୁନ୍ଦର ସୁଯୋଗ। ଖବର ସଂଗ୍ରହ ଠାରୁ ଏହାର ଉପଯୁକ୍ତ ପ୍ରୟୋଗ ହିଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସଙ୍ଗ। ଖବରର ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ଶବ୍ଦ ସାଧାରଣ ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ସହଜବୋଧ ଓ ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ବାକ୍ୟ ସ୍ପଷ୍ଟ ହେବା ଉଚିତ। ଅନେକ ସାମ୍ବାଦିକ ଜଟିଳ,ଦୀର୍ଘ ଓ ଆଳଂକାରିକ ବାକ୍ୟ ଲିଖନରେ ଗର୍ବ ଅନୁଭବ କରନ୍ତି। ମାତ୍ର ସେମାନେ ସ୍ମରଣ ରଖିବା ଉଚିତ ଯେ, କେବଳ ଶିକ୍ଷିତ ଓ ସଚେତନ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କ ସହିତ ସାଧାରଣ ଲୋକମାନେ ବି ସମ୍ବାଦ ପଢନ୍ତି।

ଜଣେ ସାମ୍ବାଦିକ କ୍ଷୁଦ୍ର ଅଥଚ ପ୍ରଭାବାଶାଳୀ ବାକ୍ୟରେ ସୁନ୍ଦର ଭାବରେ ସମ୍ବାଦର ପ୍ରମୁଖ ଧାରଣା ଗୁଡିକୁ ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି। ବାରମ୍ବାର କମା ଦେଇ ଦୀର୍ଘ ଓ ଜଟିଳ ବାକ୍ୟ ଲେଖିବା ଅପେକ୍ଷା ବରଂ ଜଟିଳ ବାକ୍ୟକୁ ପୂର୍ଣ୍ଣଛେଦ ବ୍ୟବହାର କରି ଛୋଟ ଛୋଟ ବାକ୍ୟରେ ପରିଣତ କଲେ ଲିଖନର ସ୍ୱଚ୍ଛତା ଆସେ। ଗୋଟିଏ ଦୀର୍ଘ ବାକ୍ୟରେ ଏକାଧିକ ଧାରଣା ପ୍ରଦାନ କରିବା ଅପେକ୍ଷା, ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ଧାରଣା ପାଇଁ ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ବାକ୍ୟ ଲେଖିବା ଶ୍ରେୟସ୍କର। ତା ମାନେ ନୁହେଁ ଯେ, ଖବରକାଗଜରେ କେବଳ ଛୋଟ ବାକ୍ୟ ରହିବ। ସ୍ଥାନାଭାବ ପାଇଁ ଛୋଟ ବାକ୍ୟ ବ୍ୟବହାର କରାଯିବା ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଏବଂ ଉପଯୋଗୀ। ଦୀର୍ଘ ବ୍ୱାକ୍ୟରେ ବ୍ୟବହୃତ- ଓ, ଏବଂ, ଅଥଚ, କିନ୍ତୁ, ପରନ୍ତୁ, ତଥାପି, ଯଦିଓ, ସୁତରାଂ ଇତ୍ୟାଦି ବିଭାଜକ ଶବ୍ଦଗୁଡିକର ଅଯଥା ବ୍ୟବହାର ଅଧିକ ସ୍ଥାନ ଆବଶ୍ୟକ କରେ।

ଦୀର୍ଘ ଓ ଅପରିଚିତ ଶବ୍ଦ ବ୍ୟବହାରକୁ ଯଥାସମ୍ଭବ ପରିହାର କରିବା ଉଚିତ। ଅଶ୍ଳୀଳ ଶବ୍ଦ ଲିଖନ ସଂବାଦ ପାଇଁ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ରୂପେ ଅନୁପଯୋଗୀ। ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବାକ୍ୟ ଉପରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯିବା ଦରକାର । ଯଥା-

'ଆଗାମୀ ସପ୍ତାହରେ ମନ୍ତ୍ରୀ ପରିଷଦର ବୈଠକ ଅନୁଷ୍ଠିତ ହେବ'-ଏଭଳି ପରୋକ୍ଷ ବାକ୍ୟ ଠାରୁ ''ମନ୍ତ୍ରୀମାନେ ଆଗାମୀ ସପ୍ତାହରେ ବୈଠକରେ ଯୋଗଦେବେ'' ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବାକ୍ୟଟି ବୁଝିବାକୁ ଅଧିକ ସହଜ।

କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ରିପୋର୍ଟ ଲିଖନରେ ବ୍ୟବହୃତ ପରୋକ୍ଷ ଶୈଳୀ ଯଥା- "ଏହା ଆବଶ୍ୟକ ମନେହେଲା ଯେ,ପରିସ୍ଥିତିରେ ପଡି ଏହା ଅନୁଭୂତ ହେଲାଯେ"- ଭଳି ବକ୍ତବ୍ୟ ପରିହାର କରାଯିବା ଦରକାର। ମାତ୍ର ସ୍ଥଳ ବିଶେଷରେ ପରୋକ୍ଷ ବାକ୍ୟ କରାଯାଇପାରେ ଯଥା-"ସାଧାରଣ ଧର୍ମଘଟ ହୁଏତ ଆଗାମୀ କାଲି ପାଇଁ ସ୍ଥଗିତ ରଖାଯାଇପାରେ"।

ରିପୋର୍ଟ ଲିଖନ କାଳରେ ଘଟଣା ସହିତ ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି ମାନଙ୍କର ପରିଚୟ ନିଶ୍ଚୟ ରଖାଯିବା ଜରୁରୀ। ଗୋଟିଏ ଘଟଣା ସହିତ ଅନେକ ବ୍ୟକ୍ତି ସଂପୃକ୍ତ ଥିଲେ, ଗୁରୁତ୍ୱ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ନାମ ଗୁଡିକୁ ପର୍ଯ୍ୟାୟ କ୍ରମେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇପାରେ।

ଅତ୍ୟନ୍ତ ସଂବେଦନଶୀଳ ବିଷୟ ଲିଖନରେ ବିଭିନ୍ନ ଲୋକବାଣୀ ଓ ବଚନିକା ବ୍ୟବହାର ନକରି, ସ୍ପଷ୍ଟ ବକ୍ତବ୍ୟ ରଖିବା ଉଚିତ। ଉଦ୍ଧୃତିର ବ୍ୟାପକ ବ୍ୟବହାର ଆଲେଖ୍ୟର ଗୁରୁତ୍ୱ ହ୍ରାସକରେ। ଆଲେଖ୍ୟରେ ବ୍ୟବହୃତ 'କୁହାଗଲା' 'ଅନୁଭୂତହେଲା ', 'ମନ୍ତବ୍ୟ ଦିଆଗଲା', 'ପ୍ରକାଶ କରାଗଲା', 'ଘୋଷିତ ହେଲା', 'ନିଶ୍ଚିତ କରାଗଲା', 'ଆରୋପିତ ହେଲା' ଇତ୍ୟାଦି ପାଖାପାଖି ଅର୍ଥୋଦ୍ୟୋତକ ଶବ୍ଦଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟବହାର କଲା ବେଳେ ଅତ୍ୟନ୍ତ ସାବଧାନତା ଅବଲମ୍ବନ କରିବାକୁ ହୋଇଥାଏ।

ଲିଖନରେ ପ୍ରତିଟି ବାକ୍ୟ ଦୃଢ଼ତାର ସହିତ କୁହାଯିବା ଉଚିତ। ପାଠକମାନେ ନେତିବାଚକ ବାକ୍ୟଠାରୁ ଅସ୍ତିସୂଚକ ବାକ୍ୟକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଅନ୍ତି। ଯଥା- "ପ୍ରକଳ୍ପଟି ସଫଳ ହେଲାନାହିଁ"ଠାରୁ "ପ୍ରକଳ୍ପଟି ଅସଫଳ ହେଲା" ମନ୍ତବ୍ୟଟି ବରଂ ଅଧିକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ।

ଲିଖନରେ ପ୍ରତି ବାକ୍ୟର ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି। ତେଣୁ କୌଣସି ଅଯଥା ବାକ୍ୟ ରହିବା ଅନାବଶ୍ୟକ। ପ୍ରତିଟି ଶବ୍ଦ ସଜ୍ଜୀକରଣ ଓ କ୍ରମରକ୍ଷା ପ୍ରତି ଯତ୍ନବାନ ଦେବା ଦରକାର। ଅବାଂଛିତ ବିଶେଷ୍ୟ ଓ ବିଶେଷଣରେ ବକ୍ତବ୍ୟ ଭାରାକ୍ରାନ୍ତ ହେବା ଅନୁଚିତ। ଯଥା: 'ପୂର୍ବାହ୍ନ ୧୦ଟା ବେଳେ' ନ ଲେଖି 'ସକାଳ ୧୦ଟା ବେଳେ' ଲେଖିବା ଦରକାର।

ଲିଖନ ପୁନର୍କଥନ ଦୋଷଦୁଷ୍ଟ ନହେବା ଉଚିତ। ଏଭଳି ବକ୍ତବ୍ୟ କ୍ଲାନ୍ତିକର ମନେହୁଏ। ମୂଳଉତ୍ସକୁ ବାରମ୍ବାର କୁହାଯିବା ଅନୁଚିତ। କେବଳ ସନ୍ଦେହାତ୍ମକ ଉତ୍ସକୁ ପୁନର୍କଥନ କରାଯାଇପାରେ।

ଲିଖନରେ ବ୍ୟାକରଣଗତ ଶୁଦ୍ଧତା ପ୍ରତି ଅତ୍ୟନ୍ତ ଯତ୍ନଶୀଳ ହେବା ଜରୁରୀ। ତ୍ରୁଟିପୂର୍ଣ୍ଣ ଶବ୍ଦ ଓ ବାକ୍ୟ ଆଦୌ ଲେଖାଯିବା ଅନୁଚିତ।

୨.୭: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

କ. ସମ୍ବାଦର ଲିଖନରେ ଉତ୍ସ କାହିଁକି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ?

ଖ. ସମ୍ବାଦର ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନ କିପରି ନିର୍ଣ୍ଣୟ କରାଯାଏ ?

ଗ. ଇନଭର୍ଟେଡ୍ ପିରାମିଡ୍ ବା ବିଲୋମୀକୃତ ତ୍ରିଭୂଜ କ'ଣ ?

ଘ. ଶିରୋନାମାର ଗୁରୁତ୍ୱ ବିଷୟରେ ଆଲୋଚନା କର ।

ଙ. ସମ୍ବାଦ ଲିଖନରେ କିଭଳି ଭାଷା ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ ?

ୟୁନିଟ୍- ୩: ରିପୋର୍ଟିଂର ପ୍ରକାର

୩.୦ : ବିଷୟର ଗଠନ

୩.୧ : ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୩.୨ : ବିଷୟ ପରିଚୟ

୩.୩: ସମ୍ବାଦର ପ୍ରକାରଭେଦ

୩.୩.୧ : ପ୍ରତ୍ୟାଶିତ ସମ୍ବାଦ

୩.୩.୨ : ଅପ୍ରତ୍ୟାଶିତ ସମ୍ବାଦ

୩.୪ : ତଥ୍ୟଭିତ୍ତିକ ପ୍ରକାରଭେଦ

୩.୪.୧ : ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ

୩.୪.୨ : ବ୍ୟାଖ୍ୟାତ୍ମକ

୩.୪.୩: ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ

୩.୪.୪: ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ

୩.୫ : ଆସ ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା

୩.୧ : ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ୟୁନିଟର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ବିଭିନ୍ନ କିସମ ସମ୍ବାଦିକତାର ମୂଳ ତତ୍ତ୍ୱ ସଂପର୍କରେ ଅବଗତ କରାଇବା । ଏହି ଅଧ୍ୟାୟ ଶେଷରେ ନିମ୍ନ ବିଷୟ ପ୍ରତି ଧାରଣା ସୃଷ୍ଟି ହୋଇପାରିବ ।

- ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ
- ବ୍ୟାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ
- ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ
- ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ

୩.୨ : ବିଷୟ ପରିଚୟ

ସାମ୍ବାଦିକତାର ପ୍ରଥମ ତଥା ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବିଷୟ ହେଲା ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ । ଥରେ ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ ହୋଇଗଲେ ବିଭିନ୍ନ ଶୈଳୀରେ ଖବରର ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇପାରିବ । ସମାନ ଖବର ବିଭିନ୍ନ ଶୈଳୀରେ ଲେଖାଯାଇଥିବା ଦେଖିବାକୁ ମିଳିବ । ନିରୋଳା ତଥ୍ୟ ଦେଇ କେତେକ ଖବରଦାତା ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ପାଇଁ ଚାହିଁଥାନ୍ତି । ସେମାନେ କିଛି ମତାମତ ବା ସିଦ୍ଧାନ୍ତ ପ୍ରଦାନ କରିନଥାନ୍ତି । କେତେକ ରିପୋର୍ଟରେ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ସମୀକ୍ଷା ଓ ମତାମତ ରହିଥାଏ । ଖବର ପରିବେଷଣ ଦୃଷ୍ଟୀଭଙ୍ଗୀକୁ ନେଇ ଏହାକୁ ମୁଖ୍ୟତଃ ୪ଟି ଶ୍ରେଣୀରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇଛି । ସେଗୁଡ଼ିକ ହେଲା ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ, ବ୍ୟାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ, ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ, ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ । ଏଗୁଡ଼ିକ ସଂପର୍କରେ ଆମେ ଏହି ଅଧ୍ୟାୟରେ ଆଲୋଚନା କରିବା ।

୩.୩: ସମ୍ବାଦର ପ୍ରକାରଭେଦ

ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ସମ୍ବାଦ ଥିଲେ ମଧ୍ୟ ସମସ୍ତଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟ ସମାନ । ତଥାପି ଏଠାରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ସମ୍ବାଦ ବିଷୟରେ ଆଲୋଚନା କରାଯାଇପାରେ ।

୩.୩.୧: ପ୍ରତ୍ୟାଶିତ ସମ୍ବାଦ

ପୂର୍ବ ସୂଚନା ବା ସମ୍ଭାବନା ଥିବା ଖବରଗୁଡିକ ଏଇଶ୍ରେଣୀୟ। ଯେ କୌଣସି ସ୍ଥାନରେ ଯେ କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ହେବାକୁ ଥିଲେ ସେଠାକାର ଲୋକେ ବା ସଂସ୍ଥା ସେ ସମ୍ପର୍କୀୟ ଖବର ପହଞ୍ଚାଇ ଦିଅନ୍ତି ଅଥବା ସେ ସମ୍ପର୍କରେ କେତେକ ଲିଖିତ ସୂଚନା ମଧ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି। ଏଗୁଡିକ ପୂର୍ବ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ହୋଇଥାଏ। ଯଥା: ସଭାସମିତି, ରାଜନୀତି, ଧର୍ମଘଟ, ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ, ନିର୍ବାଚନ, ସ୍ମରଣୀୟ ଜାତୀୟ ଦିବସ, କ୍ରୀଡା, ପ୍ରତିଯୋଗିତା, ବୈଜ୍ଞାନିକ ଆବିଷ୍କାର, ଶିଳାନ୍ୟାସ, ଉଦ୍‌ଘାଟନ ଇତ୍ୟାଦି।

୩.୩.୨: ଅପ୍ରତ୍ୟାଶିତ ସମ୍ବାଦ

ପୂର୍ବରୁ କୌଣସି ସମ୍ଭାବନା ଓ ସୂଚନା ନଥାଇ ଆକସ୍ମିକ ଭାବରେ ଘଟୁଥିବା ଘଟଣାଗୁଡିକୁ ଅପ୍ରତ୍ୟାଶିତ ଖବର ଭାବରେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇପାରେ। ଯଥା: -ପ୍ରାକୃତିକ ଦୁର୍ବିପାକ ଯଥା-(ସୁନାମୀ, ବାତ୍ୟା, ଘୂର୍ଣ୍ଣିଝଡ଼, ବନ୍ୟା, ଭୂମିକମ୍ପ, ଅଂଶୁଘାତ), ଦୁର୍ଘଟଣା, ଚୋରୀ, ଡକେଇତି, ନରହତ୍ୟା, ରାହାଜାନୀ, ହିଂସାଚାର, ଦଙ୍ଗାଗୋଳ, ଅପହରଣ, ବୋମା ବିସ୍ଫୋରଣ, ଗଣଦୁଷ୍କର୍ମ, ଗୋଷ୍ଠୀ ସଂଘର୍ଷ, ରାସ୍ତାରୋକ ଇତ୍ୟାଦି।

୩.୪: ତଥ୍ୟଭିତ୍ତିକ ପ୍ରକାରଭେଦ

୩.୪.୧: ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ

ଏକ ତଥ୍ୟ ବା ସୂଚନା ପୁନର୍ବାର ଜଣାଇବା ଦ୍ୱାରା ଏହା ମଣିଷର ଜାଣିବାର ଇଚ୍ଛାକୁ ସନ୍ତୁଷ୍ଟ କରିପାରିନଥାଏ । ଘଟଣାର ପ୍ରତିକ୍ରିୟା, କାରଣ ଓ ଅଧିକ ସଚନା କିଛି ଜନତା ଜାଣିବା ପାଇଁ ଚାହିଁଥାନ୍ତି । ଏପ୍ରକାର ପାଠକଙ୍କୁ ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ ସନ୍ତୁଷ୍ଟ କରିପାରିଥାଏ ।

ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂରେ ସୂଚନା, ପୃଷ୍ଠଭୂମି ବିବରଣୀ ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଆନୁସଙ୍ଗିତ ତଥ୍ୟ ମୂଲ୍ୟାୟନ କରାଯାଇ ସୁସ୍ପଷ୍ଟ ଓ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହା ସମସ୍ତଙ୍କ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବା ପାଇଁ ଓ ସମସ୍ତେ ବୁଝିପାରିବା ଭଳି ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଆଗୁଆ ଗବେଷଣା ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ସୂଚନା ଓ ତଥ୍ୟର ବିଶ୍ଳେଷଣ କରାଯାଇ ସିଦ୍ଧାନ୍ତରେ ପହଞ୍ଚିବା ପରେ ଏପ୍ରକାର ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାଏ । ଏଥିରେ ବେଳେବେଳେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରସଙ୍ଗ ମଧ୍ୟ ଉନ୍ମୋଚନ କରାଯାଇଥାଏ । ଡ଼େ ବର୍ଗ (୨୦୦୦)ଙ୍କ ମତରେ ଖବର ବିବରଣୀ ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ହୋଇଥିବ । ଯେକୌଣସି ମାଧ୍ୟମ ନିର୍ବିଶେଷରେ ଘଟଣାକୁ ସଠିକ୍, ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ଜୀବନ୍ତ ଭାବେ ଯେତେବେଳେ ଖବରଦାତା ବର୍ଣ୍ଣନା କରିପାରେ ସେତେବେଳେ ସେ ପ୍ରଶଂସନୀୟ ହୋଇଥାଏ । ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିରେ ସଂଗୃହୀତ ତଥ୍ୟର ପୁନର୍ଗଠନ କରାଯାଇଥାଏ । ଫଳରେ ଏଥିରେ ପରିସ୍ଥିତି ବା ବିବୃତି ସଂପର୍କରେ ପ୍ରଶ୍ନ କରାଯିବା ମଧ୍ୟ

ସମ୍ଭବପର ହୋଇଥାଏ । ଏହି ରିପୋର୍ଟକୁ ଭିନ୍ନ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ଦେଖାଯାଇପାରେ । ଅନ୍ୟ ଅର୍ଥରେ କହିବାକୁ ଗଲେ ଉପଲବ୍ଧ ତଥ୍ୟର ପୁନର୍ଗଠନ କରିବା ସହ ସଂପୃକ୍ତ ବିଷୟ ବା ବିବୃତି ପ୍ରତି ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠାଇ ଏହାକୁ ଭିନ୍ନ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ ଓ ମତାମତ ସହ ଉପସ୍ଥାପିତ କରଇବା ପ୍ରକ୍ରିୟାକୁ ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟି କୁହାଯାଇଥାଏ।

ସମ୍ବାଦ ସରବରାହ ସଂସ୍ଥା ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ମାର୍ଗଦର୍ଶିକାରେ କୁହାଯାଇଛି ଯେ, ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂର ପରିବର୍ତ୍ତିତ ରୂପ ହେଉଛି ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ । ପରିସ୍ଥିତିର ପୂର୍ବାଭାଷ ସୂଚିତ କରିବା ପରିବର୍ତ୍ତେ ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋଟିଂ ଘଟଣା ଓ ଧାରା ଉପରେ ଦୃଷ୍ଟି ରଖିଥାଏ । ଏଥିନିମନ୍ତେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଓ ଆନୁସଙ୍ଗିକ ଘଟଣାକ୍ରମ ସଂପର୍କରେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଧାରଣା ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଏକ ବଜେଟ ରିପୋର୍ଟରେ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ବଜେଟର ବିଭିନ୍ନ ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ବୁଝାଇବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଅତୀତ ବଜେଟ ସହ ଏହା କିପରି ଜଡ଼ିତ ବା ଅତୀତ ବଜେଟଠାରୁ ଏହା କିପରି ଭିନ୍ନ ତାହା ବୁଝାଇବାକୁ ପଡ଼ିବ । କଠିନ ଖବରରେ ଖବର ପ୍ରସ୍ତୁତିରେ ଗଭୀର ଅନୁଧ୍ୟାନ ଆବଶ୍ୟକ ନଥିବାବେଳେ ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂରେ ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ଗଭୀର ଅନୁଧ୍ୟାନର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି । ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ଏହା ବାଖ୍ୟା କରିବ । ବିଷୟବସ୍ତୁରେ ଐତିହାସିକ ବିବରଣୀ, ପରିସଂଖ୍ୟାତ୍ମକ ତଥ୍ୟ ଦେଇ ଏହାକୁ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ କରାଯାଇଥାଏ । ଯଦ୍ୱାରା ଏହା ଏକ ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଇପାରେ । ଏପ୍ରକାର ରିପୋର୍ଟରେ ସ୍ୱଷ୍ଟ ଯୁକ୍ତି, ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ ଓ ସାମାଜିକ ପ୍ରଭାବ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଥାଏ । ଏକ ନୂଆ ଢ଼ାଞ୍ଚା ଓ ନୂଆ ରୂପରେ ଏହା ପ୍ରସ୍ତୁତି ପାଇଁ ଉଦ୍ୟମ ହୋଇଥାଏ । ଏପ୍ରକାର ରିପୋର୍ଟରେ ଜ୍ଞାତ ତଥ୍ୟ ପୁନର୍ଗଠନ କରାଯାଇ ସୃଜନଶୀଳତାର ସଂଜ୍ଞା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ ।

ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟର ସୂଚନା ବିଶ୍ଳେଷଣ କରିବା ସହ ଏହାକୁ ବାଖ୍ୟା ଜରିଆରେ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ କରାଇଥାଏ । ନିମ୍ନ ନୀତିନିୟମ ମଧ୍ୟରେ ଏହି ରିପୋର୍ଟ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାଏ ।

କ) ଉପଯୁକ୍ତ ପ୍ରଶ୍ନ ପ୍ରସ୍ତୁତି

ଖ) ଉପଯୁକ୍ତ ଗୁଣାତ୍ମକ ଓ ପରିମାଣାତ୍ମକ ତଥ୍ୟ ଓ ଚୂଚନା ସଂଗ୍ରହ

ଗ) ଉପଯୁକ୍ତ ବିଶ୍ଳେଷଣ ଉପକରଣ ବ୍ୟବହାର

ଘ) ତତ୍କାଳ ପ୍ରତୀୟମାନ ହେଉନଥିବା ସଂଯୋଗୀକରଣ

ଙ) ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ଭାବେ ସୂଚନା ଉପସ୍ଥାପନ

ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସ୍ୱଷ୍ଟ ଓ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଭାବେ ବାଖ୍ୟା କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିରେ ସୁଚନା ହ୍ରାସ କରାଯାଇନଥାଏ । ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବିଭିନ୍ନ ତଥ୍ୟ ଏଥିରେ ବାଖ୍ୟା କରାଯାଇଥାଏ । ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ନେଇ ସମସ୍ତ ବିବାଦ ଓ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ ଏଥିରେ ମୂଲ୍ୟାୟନ କରାଯାଇଥାଏ । ପାଠକ ବା ଜନତା ବୁଝିପାରି ନିଜ ମତାମତ ଦେବାଭଳି ଢ଼ାଞ୍ଚାରେ ଏହାର ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଇଥାଏ । ଖବର ପ୍ରକାଶିତ ହେବା ପୂର୍ବରୁ ବାସ୍ତବ ଓ ନିରପେକ୍ଷ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ଏହାର ବିଶ୍ଳେଷଣ କରାଯାଇଥାଏ ।

ଭଲ ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ ପାଇଁ ବିଷୟ ବିଶେଷଜ୍ଞଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି । କାରଣ ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟ ପାଇଁ ପରୀକ୍ଷଣ ଓ ସମୀକ୍ଷା ସହ ଗବେଷଣାର କିଛି ଉପାଦାନ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହାଫଳରେ ସାଧାରଣ ଖବର ବା ମତାମତ ଭିତ୍ତିକ ରିପୋର୍ଟଠାରୁ ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟ ଭିନ୍ନ ହୋଇଥାଏ ।

ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟ ସାଧାରଣତଃ ଦୀର୍ଘ ହୋଇଥାଏ । ହଜାରେ ସଂଖ୍ୟାରୁ ଅଧିକ ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟ ଏଥିରେ ଉପଯୋଗ ହୋଇପାରେ । ଏହି ରିପୋର୍ଟଟି ବିଷୟର ମୋଟାମୋଟି ପୃଷ୍ଠଭୂମି ଓ କିଛି ଅଜଣା ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । ଫଳରେ ପାଠକ ମୂଲ୍ୟବାନ ଓ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଜ୍ଞାନ ଲାଭ କରିଥାନ୍ତି । ରାଜନୈତିକ ଓ ଅର୍ଥନୈତିକ ବିଷୟକୁ ନେଇ ପ୍ରାୟତଃ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ କରାଯାଇଥାଏ ।

୩.୪.୨ : ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ:

ପ୍ରଥମ ବିଶ୍ୱଯୁଦ୍ଧ ବା ଏହାକୁ ପୂର୍ବରୁ ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ କେବଳ ନିରୋଳା ତଥ୍ୟ ଓ ସୂଚନା ପରିବେଷଣ କରାଯାଉଥିଲା । କିଏ, କଣ, କାହିଁକି ଓ କେତେବେଳେ ପ୍ରଶ୍ନକୁ ନେଇ ଖବର ପରିବେଷଣ କରାଯାଉଥିଲା । ତେବେ ସମୟ ବଦଳିବା ସହ ସାମ୍ବାଦିକ କାହିଁକି ଓ କିପରି ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ମଧ୍ୟ ଉପସ୍ଥାପିତ କଲେ । ଏହିଠାରୁ ହିଁ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂର ପ୍ରଚଳନ ଘଟିଲା ।

କୌଣସି ଘଟଣା ବା ପ୍ରସଙ୍ଗର ମୂଳ ତଥ୍ୟରୁ ଏହା ଅଧିକ କିଛି ଯୋଗାଇଥାଏ । ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟ ସମୀକ୍ଷା, ପ୍ରସଙ୍ଗ ଓ ସମ୍ଭାବ୍ୟ ପରିଣାମ ସଂପର୍କରେ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ ସଂପର୍କରେ ବିଭିନ୍ନ ଲେଖକ ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ସଂଜ୍ଞା ପ୍ରଦାନ କରିଛନ୍ତି । ଦି ସଣ୍ଡେ ନ୍ୟୁ ୟୋର୍କ ଟାଇମ୍‌ସର ସଂପାଦକ ଲେଷ୍ଟର ମର୍କେଲଙ୍କ ମତରେ ଏହି ରିପୋର୍ଟ ଗଭୀରତା ଓ ଯତ୍ନର ସହ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ପୃଷ୍ଠଭୂମି ବିବରଣୀ ଦ୍ୱାରା ଏହି ଖବରକୁ ସତେଜ କରାଯିବା ସହ ଅଧିକ

ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗ ଓ ଫଳପ୍ରଦ କରାଯାଇଥାଏ । ତାଙ୍କ ମତରେ ପରିସ୍ଥିତିର ପୃଷ୍ଠଭୂମି ଜ୍ଞାନ ଭିତ୍ତିରେ ବାସ୍ତବ ବିଚାରଧାରାରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ରିପୋର୍ଟକୁ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ କୁହାଯାଇଥାଏ । ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଂଶ ରହୁଥିବା ଘଟଣାର ବାଖ୍ୟାକରଣକୁ ହିଁ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ କୁହାଯାଏ ବୋଲି ମର୍କେଲ ଦର୍ଶାଇଛନ୍ତି । ୱାଲ ଷ୍ଟ୍ରିଟ ଜର୍ଣ୍ଣାଲର କାର୍ଯ୍ୟନିର୍ବାହୀ ସଂପାଦକ ରବର୍ଟ ବୋଲଫର୍ଙ୍କ ମତରେ ଏ ଘଟଣାକ୍ରମ ବିଷୟରେ ପାଠକ ଯେଉଁ ସମସ୍ତ ବିଷୟ ଜାଣିବାକୁ ଚାହୁଁଥିବେ ତାହା ଜଣାଇବା ହେଉଛି ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ । ଏଥିରେ ଘଟଣାର ସମସ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟ ଏପରି ଲେଖାଯାଇଥିବ ଯାହା ପାଠକଙ୍କ ମନକୁ ଛୁଇଁପାରିବ । ଦି ନ୍ୟୁ ୟୋର୍କ ଟାଇମ୍‌ସର ସଂପାଦକ କ୍ୟାଟଲେଜଙ୍କ ମତରେ ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱ ଅନୁଯାୟୀ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଭାବେ ସଠିକ୍ ସୂଚନା ଏପ୍ରକାର ରିପୋର୍ଟିଂରେ ଯୋଗାଇ ଦିଆଯାଇଥାଏ ।

ସାମ୍ବାଦିକ ଏଡୁକେଟର ଫେଡ଼ରିକ୍ ଇ ମେରୱିନଙ୍କ ମତରେ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ଅର୍ଥ ସ୍ପଷ୍ଟିକରଣ, ସଂଯୋଜନା ଓ ସାଧାରଣ ଯୌକ୍ତିକତା । ଏଥିରେ ପ୍ରଚ୍ଛଦ,ବର୍ତ୍ତମାନ ଓ ସମ୍ଭାବ୍ୟ ଭବିଷ୍ୟତର ମିଶ୍ରଣ ଘଟିଥାଏ । ଏହା କେବଳ ଏକ ଅଙ୍କୁରଣ ନୁହେଁ ଯାହା ଭୂଇଁ ଫଟାଇ ବାହାରକୁ ଆସିଥାଏ ବରଂ ଲୁକ୍କାୟିତ ନିମ୍ନଗାମୀ ଚେର ଏଥିରେ ରହିଥାଏ ଯାହା ବାୟୁ ପାଇଁ ଅଙ୍କୁରକୁ ଠେଲି ବାହାରକୁ ଆଣିଥାଏ । ଡ଼ାଭିସଙ୍କ ମତରେ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂର ସଂଜ୍ଞା ପ୍ରତି ସଂପାଦକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ମତଭେଦ ରହିଛି । କେହିକେହି ଏହାକୁ ଘଟଣାର ପ୍ରଚ୍ଛଦ ବିବରଣୀ ସହ ନିରପେକ୍ଷ ବିବରଣୀ ବୋଲି କହୁଥିବାବେଳେ କେହିକେହି ଏହାକୁ ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ

ଲେଖକଙ୍କର ନିଜସ୍ୱ ସଂଜ୍ଞା ବୋଲି ଦର୍ଶାଇଥାନ୍ତି । ଏହା ବିତର୍କର ବିଷୟ ହୋଇ ରହିଆସିଥିଲେ ମଧ୍ୟ ଦୈନନ୍ଦିନ ସାମ୍ବାଦିକତାକୁ ଅଗାଧ ତଥା ଭାବପୂର୍ଣ୍ଣ କରିବା ପାଇଁ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂର ଅଧିକ ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଥିବା ମତସହ ସମସ୍ତେ ଏକମତ । ସଂଜ୍ଞା ଭିତ୍ତିରେ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ ନିରୋଳା ତଥ୍ୟ ଉପସ୍ଥାପନାଠାରୁ କିଛି ଅଧିକ । ନିରୋଳା ତଥ୍ୟ ସହ ଏଥିରେ ପ୍ରଚ୍ଛଦ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରାଗଲେ ଏହା ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗ ଓ ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ଫଳପ୍ରଦ ହୋଇପାରିବ । ଏଥିରେ ଆପେକ୍ଷିକ ଭାବେ ତଥ୍ୟ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଥାଏ ଏବଂ ଏହି ରିପୋର୍ଟ ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ଘଟଣାର କାହିଁକି ଓ କିପରି ଦିଗର ତଥ୍ୟକୁ ବାଖ୍ୟା କରିଥାଏ । ପୂର୍ବରୁ ଘଟଣାର ଆଧାର, ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ଓ ଗରୁତ୍ୱ ଆଦି ଦିଆଯାଇଛି । ତେବେ ବିଷୟ ସହ ପରିଚିତି ରହିବା ସହ ଏ ସଂପର୍କରେ ଧାରଣା ମଧ୍ୟ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏଥିସହ ଘଟଣାର ଧାରା, ପ୍ରଭାବ ଓ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଚିହ୍ନଟ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଅତଏବ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ କେବଳ ଏକ ତଥ୍ୟଗତ ବିବରଣୀ ନୁହେଁ, ଏହା ଘଟଣାର କାରଣ ଓ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସଂପର୍କରେ ଅଧିକ କହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଯଥା ଦୁର୍ଘଟଣାର କାରଣ, ପ୍ରାକୃତିକ ବିପର୍ଯ୍ୟୟର ପରବର୍ତ୍ତୀ ପ୍ରଭାବ, ଦୁଇ ନେତାଙ୍କ ଆଲୋଚନାର ଭବିଷ୍ୟତ ଫଳାଫଳ ଆଦି ସଂପର୍କରେ କହିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଏକ ବୈଠକର ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହ କରାଯିବା ସମୟରେ ଏଥିରେ ସାଧାରଣତଃ ବୈଠକର ଅଂଶଗ୍ରହଣକାରୀ ପକ୍ଷ, ସମୟ, ବୈଠକ ସ୍ଥାନ, ଏହାର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ, ଆଲୋଚନା ପ୍ରସଙ୍ଗ ଓ ଫଳଫଳା ଆଦି ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂରେ ପ୍ରସଙ୍ଗର ପୃଷ୍ଟଭୂମି, ସମାନ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ହୋଇଥିବା ପୂର୍ବ ବୈଠକ ଓ ଏହାର ଫଳାଫଳକୁ ଅତିରିକ୍ତ ସୂଚନା ଭାବେ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ । ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ ହଠାତ୍ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇନଥାଏ ବା ଭାବନାର ଫଳ ନୁହେଁ । ସ୍ୱାଭାବିକ ରିପୋର୍ଟିଂ ତୁଳନାରେ ଏଥିରେ ଅଧିକ ସୂଚନା ସ୍ଥାନିତ କରିବାକୁ ପଡ଼େ । ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ ପାଇଁ ଥିବା ବିଭିନ୍ନ ପର୍ଯ୍ୟାୟ ନିମ୍ନରେ ଦିଆଗଲା-

ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ ପର୍ଯ୍ୟାୟ: ଏହା ପ୍ରଥମ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୋପାନ । କାରଣ ଏହି ସୋପାନ ବିବରଣୀର ଭିତ୍ତିଭୂମି ହୋଇଥାଏ । ଯଦି ଅଧିକ ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ କରାଯାଏ ଏବଂ ଏହାକୁ ତନଖି ଓ ପୁନଃତନଖି କରାଯାଏ ତାହାଲେ ଖବରଦାତା ଅଧିକ ଦୃଢ଼ ଓ ଆତ୍ମବିଶ୍ୱାସର ସହ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିପାରିବ ।

ପୂର୍ବାନୁମାନ ପର୍ଯ୍ୟାୟ: ଖବରଦାତା ଜଣେ ବୈଜ୍ଞାନିକ ପରି ବା ବିଜ୍ଞାନର ତତ୍ତ୍ୱ ପରି କିଛି 'ଜ୍ଞାନଶୀଳ ଅନୁମାନ' କରେ ଯେଉଁଠି ସେ ନିଜ ଖବର ପାଇଁ ତଥ୍ୟଭିତ୍ତିରେ କିଛି ପୂର୍ବାନୁମାନ କରିଥାନ୍ତି । ଏହି ଅନୁମାନ ଯଦି ଦୃଢ଼ ଭାବେ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଆଡ଼କୁ ଗତି କରୁଥାଏ ତାହାଲେ ଅନୁମାନ ତଥ୍ୟ ସହ ବିଶେଷଜ୍ଞଙ୍କ ସୂଚନା ତନଖି କରି ନିଆଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ପର୍ଯ୍ୟାୟ: ଉପରୋକ୍ତ ଦୁଇ ପର୍ଯ୍ୟାୟର ଏହା ହେଉଛି ଫଳ ସଦୃଶ । ଏହି ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ଖବରଦାତା ବିବରଣୀର ଅର୍ଥ, ଗୁରୁତ୍ୱ ଓ ପ୍ରଭାବ ବୁଝାଇଥାଏ । ଏହି ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ଖବରଦାତାଙ୍କ ବାଖ୍ୟା ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯିବା ସହ ବିଶେଷଜ୍ଞ ମତାମତ ମଧ୍ୟ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ ।

(ସୂତ୍ର: ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଜିମ ଫର ଫିଲିପିନୋ, ଲେଖକ: ଆଲିଟୋ ମାଲିନାଓ ପୃଷ୍ଠା: ୧୩୯)

ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂରେ ତଥ୍ୟଗତ ପୃଷ୍ଠଭୂମି, ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷଦର୍ଶୀ ବିବରଣୀ, ପାର୍ଶ୍ୱ ସୂଚନା, ସ୍ଥାନୀୟ ସୂଚନା ଓ ସମସ୍ତ ବିଷୟରେ ବାଖ୍ୟା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିରେ କାରଣ, ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ, ଗୁରୁତ୍ୱ, ସମୀକ୍ଷା, ତୁଳନା ଓ ପୂର୍ବାନୁମାନ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହାର ମୁଖ୍ୟ ଆଧାର ତଥ୍ୟ, ମତାମତର ଏଥିରେ ସ୍ଥାନ ନାହିଁ । ନିରାଧାର ଓ ଏକତରଫା ମନ୍ତବ୍ୟ ଏଥିରେ ସ୍ଥାନ ପାଇବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ବ୍ୟବସାୟ, ବାଣିଜ୍ୟ, ଆର୍ଥିକ, ଷ୍ଟକବଜାର, ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ସଂପର୍କ, ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ନେଇ ସାଧାରଣତଃ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ । ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ କେତେକ ଜଟିଳ ସୂଚନା ଓ ଅସମର୍ଥିତ ମତ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ ।

୩.୪.୩: ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ:

ଘଟଣା କଣ ଓ ଏହା କିପରି ଥିଲା ତାହା ଯେଉଁ ଶୈଳୀରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଏ ତାହାକୁ ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ କୁହାଯାଇଥାଏ । ଏଥିରେ ବାସ୍ତବ ଦିଗ ପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଘଟଣାର ସିଧାସଳଖ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ । ଏଥିରେ ଖବରଦାତା ତଥ୍ୟ ଓ ବିଷୟ ପ୍ରତି ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଇଥାନ୍ତି । ଘଟଣାର ବାଖ୍ୟା ପାଠକଙ୍କ ଉପରେ ଛାଡ଼ି ଦିଆଯାଏ । ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂରେ ଖବରଦାତା ବାସ୍ତବ ଓ ନିରପେକ୍ଷ ଭାବେ ତଥ୍ୟ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିଥାଏ । ଏପ୍ରକାର ରିପୋର୍ଟିଂରେ ମତାମତ ବା ପ୍ରତିକ୍ରିୟାର ସ୍ଥାନ ନାହିଁ ।

ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଯଦି ସରକାର ନୂଆ ଟିକସ ନୀତି ଘୋଷଣା କରନ୍ତି ତାହାଲେ ଖବରଦାତା ଘୋଷଣାନାମାର ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ବିବରଣୀ ବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଦଫାଗୁଡ଼ିକୁ ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ଶୈଳୀରେ ଲେଖନ୍ତି । ତେବେ ଦରଦାମ ଉପରେ ଏହାର ପ୍ରଭାବ ଓ ଅର୍ଥନୀତି ଉପରେ ପ୍ରଭାବ ଦିଗକୁ ପାଠକମାନଙ୍କ ଉପରେ ଛାଡ଼ି ଦିଆଯାଏ ।

ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂରେ ଖବରଦାତା ଜଣେ ପର୍ଯ୍ୟବେକ୍ଷକ ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । କଣ ଘଟିଲା ସେଂପର୍କରେ ସେ ପାଠକ ବା ଶ୍ରୋତାଙ୍କୁ ଅବଗତ କରାଇବା ପରେ ଏହାର ବୃହତ୍ତର ଦିଗ ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ ଦାୟିତ୍ୱ ପାଠକଙ୍କ ଉପରେ ଛାଡ଼ି ଦେଇଥାନ୍ତି । ଏହି ଖବରରେ ବାସ୍ତବତା ପ୍ରତିଫଳିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ ମୁଖ୍ୟତଃ କଣ, କେଉଁଠି, କେତେବେଳେ, କିଏ ସମେତ ଯାଞ୍ଚ ତଥ୍ୟ ଉପରେ ଦୃଷ୍ଟି ନିବଦ୍ଧ କରିଥାଏ । ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂରେ ପାଠକଙ୍କୁ ଘଟଣାସ୍ଥଳରେ ବା ଆପେକ୍ଷିକ ଦୂରତାରେ ରଖିପାରିବା ଭଳି ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିସହ ପାଠକ ଘଟଣାର ସୂତ୍ର ଓ ବିଷୟକୁ ମଧ୍ୟ ଚିହ୍ନଟ କରିପାରନ୍ତି । ଏଥିରେ ଅନେକ ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ରହିଥାଏ ଓ ବାଖ୍ୟା ଗଭୀର ହୋଇଥାଏ । ଏହାର ଭାଷା ସରଳ ହେବା ଉଚିତ ଯଦ୍ୱାରା ଅଧିକାଂଶ ଜନସାଧାରଣ ଏହା ବୁଝିପାରିବେ । ଆଳଙ୍କାରିକ ଭାଷା ଏଡ଼ାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଅବୋଧ୍ୟ ଓ ବୈଷୟିକ ଶବ୍ଦ ସରଳ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯିବା ଉଚିତ୍ । ଏପ୍ରକାର ରିପୋର୍ଟିଂରେ ସୂଚନା ସୂତ୍ର ଓ ଘଟଣାର ବାହ୍ୟ ସୂତ୍ରର ମଧ୍ୟସ୍ଥି ଭାବେ ମୁଖ୍ୟତଃ ସାମ୍ବାଦିକ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ତେବେ ପର୍ଯ୍ୟବେକ୍ଷଣ ଓ ଯୁକ୍ତିନିଷ୍ଠ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ ଭ୍ରମର ଉର୍ଦ୍ଧ୍ୱରେ ନୁହେଁ ।

୩.୪.୪: ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ:

ସାଧାରଣତଃ ଯେଉଁ ବିଷୟ କେହି ଲୁଚାଇବାକୁ ଉଦ୍ୟମ କରିଥାନ୍ତି ତାହାକୁ ନିଜସ୍ୱ ଅନୁଧ୍ୟାନ ବା ଗବେଷଣା ଦ୍ୱାରା ବିବରଣୀ ଆକାରରେ ପ୍ରକାଶ କରିବାର ପ୍ରକ୍ରିୟାକୁ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ କୁହାଯାଏ । ଅନେକ ଲେଖକ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂର ସଂଜ୍ଞା ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଭାବେ ପ୍ରକାଶ କରିଛନ୍ତି । ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦିକତାକୁ ନେଇ ମାର୍କ ଲିହରଙ୍କ ଅନୁଧ୍ୟାନ 'ଷ୍ଟୋରୀ ବେସଡ଼ ଇନକ୍ୱାରୀ: ଏ ମାନ୍ୟୁଆଲ ଫର ଇନଭେଷ୍ଟିଗେଟିଭ ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଷ୍ଟ' ଅନୁଯାୟୀ ଜାଣିଶୁଣି ବା କ୍ଷମତା ପ୍ରଭାବରେ ଯେଉଁ ସର୍ବସାଧାରଣ ବିଷୟ ଗୋପନ ରଖବା ପାଇଁ ଉଦ୍ୟମ କରାଯାଏ ତାହାକୁ ଲୋକଲୋଚନକୁ ଆଣିବା କାର୍ଯ୍ୟକୁ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂକୁହାଯାଇଥାଏ । ଗୋଳମାଳିଆ ବା ଅସାବଧାନତା ବଶତଃ କିଛି ତଥ୍ୟ ଦୃଷ୍ଟି ଆଢୁଆଳରେ ରହିଯାଇଥାଏ । ଏହାକୁ ଲୋକଲୋଚନକୁ ଆଣିବା ପାଇଁ ଉଭୟ ଗୁପ୍ତ ଓ ଖୋଲା ସୂତ୍ର ଏବଂ ତଥ୍ୟର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି ।

'ଇନଭେଷ୍ଟିଗେଟିଭ ରିପୋର୍ଟିଂ: ଏ ଷ୍ଟଡ଼ି ଇନ୍ ଟେକନିକ୍'ରେ ଡ଼ାଭିଡ଼ୁ ପାର୍କ ଦର୍ଶାଇଛନ୍ତି ଯେ, କେହି ଚାପିଦେବାକୁ ଚାହୁଁଥିବା ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହଣକୁ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ କୁହାଯାଇଥାଏ । ସତ୍ୟ ସହ ଅଣବିବାଦୀୟ କିମ୍ବା ହିସାବୀ ସୂତ୍ରରୂ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ କେବଳ ସ୍ୱଷ୍ଟ ସୂଚନା ପ୍ରାପ୍ତ କରେ ନାହିଁ, ବରଂ ଗୋଳମାଳିଆ ଗୋପନ ବିଷୟ ଜାଣିଥିବା ସୂତ୍ରରୁ ଏହା ଅସ୍ୱଷ୍ଟ ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ କରିଥାଏ । ଏହି ଗୋପନୀୟତା ପରିପ୍ରକାଶ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସଂପୃକ୍ତ ସୂତ୍ର କ୍ରୋଧିତ ହୋଇଥାଏ ବୋଲି ଡ଼ାଭିଡ଼ୁ ପାର୍କ ଦର୍ଶାଇଛନ୍ତି। ଇନଭେଷ୍ଟିଗେଟିଭ ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଜିମ : କନଟେକ୍ସ୍ଟ ଆଣ୍ଡ ପ୍ରାକ୍ଟିସ୍‌ରେ ହୁଗୋ ଡ଼େ ବର୍ଗ ଏକ ସିଧାସଳଖ ସଂଜ୍ଞା ଉଲ୍ଲେଖ କରିଛନ୍ତି । ସେ ଦର୍ଶାଇଛନ୍ତି ଯେ, ସାମ୍ବାଦିକତା ବୃତ୍ତିରେ ଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ଯେକୌଣସି ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସତ୍ୟର ଉନ୍ମୋଚନ କରିବା ଓ ତ୍ରୁଟି ଚିହ୍ନଟ କରିବା କାର୍ଯ୍ୟ ହିଁ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦିକତା । ଷ୍ଟିଭ ୱିନବର୍ଗଙ୍କ ମତରେ ପାଠକ, ଦର୍ଶକ ଓ ଶ୍ରୋତାଙ୍କ ପାଇଁ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରୁଥିବା ବିଷୟକୁ ନିଜସ୍ୱ ଉଦ୍ୟମ ଓ କାର୍ଯ୍ୟ ଦ୍ୱାରା ଲୋକଲୋଚନକୁ ଅଣାଯିବା ଘଟଣାକୁ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦିକତା କୁହାଯାଇଥାଏ । ଦି ଡ଼ଚ୍-ଫ୍ଲେମିସ୍ ଇନଭେଷ୍ଟିଗେଟିଭ ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଜିମ ଗୋଷ୍ଠୀ ଭିଭିଓଜେ ମତରେ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦିକତା ହେଉଛି 'ଜଟିଳ ଓ ସବିଶେଷ ସାମ୍ବାଦିକତା' ।

ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂର ସଂଜ୍ଞା ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ହୋଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ଗୋପନୀୟତା ଉନ୍ମୋଚନ ନେଇ ଏହାର ପ୍ରମୁଖ ଉପାଦାନ: ପଦ୍ଧତି, ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗତା, ମୂଳ ଗବେଷଣା ଓ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତି ସହ ମୋଟାମୋଟି ସହମତି ରହିଛି । ଏହା ଏକ ସକ୍ରିୟତ୍ମକ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଯାହା ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ସମ୍ବଳିତ ପ୍ରସଙ୍ଗର ଗଭୀରତା ମଧ୍ୟକୁ ପ୍ରବେଶ କରିଥାଏ ଓ ନୂଆ ସୂଚନା ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ କିମ୍ବା ଜାଣିଥିବା ସୂଚନାକୁ ଏକତ୍ରୀକରଣ କରି ନୂତନ ଦୃଷ୍ଟିଭଙ୍ଗୀର ପରିପ୍ରକାଶ କରିଥାଏ । ପାରମ୍ପରିକ ଖବରର ବିବରଣୀ ମୁଖ୍ୟତଃ ଅନ୍ୟଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦତ୍ତ ସୂଚନା ବା ସାମଗ୍ରୀ ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ ହୋଇଥିବାବେଳେ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ ସାମ୍ବାଦିକର ନିଜ ଉଦ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ସଂଗୃହୀତ ସୂଚନା ଉପରେ ଅଧିକ ନିର୍ଭରଶୀଳ ରହିଥାଏ । ତେଣୁ ଏହାକୁ 'ଉଦ୍ୟୋଗୀ ରିପୋର୍ଟିଂ' ବା 'ଏଣ୍ଟରପ୍ରାଇଜ ରିପୋର୍ଟିଂ' ବୋଲି ମଧ୍ୟ କୁହାଯାଇଥାଏ । ଉଭୟ

ପ୍ରକାର ସାମ୍ବାଦିକତାରେ କିଏ, କଣ, କେଉଁଠି, ଓ କେତେବେଳେ ଖବରର ମୁଖ୍ୟ ଉପାଦାନ ହୋଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂରେ ପାରମ୍ପରିକ ରିପୋର୍ଟିଂର ୫ମ ଉପାଦାନ 'କାହିଁକି'ର ସ୍ଥାନ 'କିପରି' ନେଇଥାଏ । ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ ସବିଶେଷ ହୋଇଥାଏ ଓ ଏଥିରେ ଦୀର୍ଘସୂତ୍ରୀ ଗବେଷଣା, ଅଧିକ ସାକ୍ଷାତକାର ଜଡ଼ିତ ରହିଥାଏ । ଏଥିରେ କାଗଜପତ୍ର ଅନୁଧ୍ୟାନ ଆବଶ୍ୟକ ପଡ଼ିଥାଏ । ଏହା ସରକାରୀ ବା ବେସରକାରୀ କାଗଜପତ୍ର ହୋଇଥାଇପାରେ । ଏଥିସହ ବିଭିନ୍ନ କାଗଜପତ୍ରର ଅନୁଧାବନ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ । ଏଥିରେ ଅପରାଧ ଚିହ୍ନଟ ପାଇଁ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଉଥିବା ଗୁପ୍ତ କ୍ୟାମେରା ଓ ନୀରିକ୍ଷଣ ଉପକରଣ ଆଦି ଉପଯୋଗ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହା ବ୍ୟକ୍ତି ବା ପ୍ରତିଷ୍ଠାନର ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱାରୋପ କରିଥାଏ । ଏହା ଗଣମାଧ୍ୟମର ଜାଗ୍ରତ ପ୍ରହରୀ ଭୂମିକା ଅତି ଶକ୍ତିଶାଳୀ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ତୁଲାଇଥାଏ । ବ୍ରିଟିଶ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପ୍ରକାଶକ ଲର୍ଡ଼ ନର୍ଥକ୍ଲିଫଙ୍କ ଉକ୍ତିରୁ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂର ଗୁରୁତ୍ୱ ଜଣାପଡ଼େ । ତାଙ୍କ ମତରେ 'କେହି ନା କେହି, କେଉଁଠି ନା କେଉଁଠି ଯାହା ଲୁଚାଇବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିନ୍ତି ତାହା ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ଖବର, ଅବଶିଷ୍ଟ ବିଜ୍ଞାପନ' । ସମାଜ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ଖବର ଚାହେଁ, କାରଣ:

- ଯେଉଁ ସମାଜରେ ବ୍ୟକ୍ତିଟିଏ ରହିଥାଏ ସେ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା ପାଇଁ ତାର ଅଧିକାର ରହିଛି । ବିଭିନ୍ନ ନିଷ୍ପତ୍ତି ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବାର ଅଧିକାର ସେମାନଙ୍କର ରହିଛି କାରଣ ଏହା ଦ୍ୱାରା ସେମାନେ ପ୍ରଭାବିତ ହୋଇପାରନ୍ତି । ଏମିତିକି କ୍ଷମତାରେ ଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ ଏସବୁକୁ ଗୁପ୍ତ ରଖିବା ପାଇଁ ଉଦ୍ୟମ କରିଥାନ୍ତି ।

- ସରକାରୀ ସଂସ୍ଥା ହେଉ କି ବିଶ୍ୱ ବାଣିଜ୍ୟ ବ୍ୟବସାୟ ହେଉ ବା ସମାଜରେ ଥିବା ଗୋଷ୍ଠୀ ହୁଅନ୍ତୁ, କ୍ଷମତାସୀନ ବ୍ୟକ୍ତି କ୍ଷମତାର ଦୂରୁପଯୋଗ କରିପାରନ୍ତି । କ୍ଷମତାସୀନ ବ୍ୟକ୍ତି ଦୁର୍ନୀତି, ଅର୍ଥ ଚୋରି, ବେନିୟମ ଆଦି କାର୍ଯ୍ୟ କରି ଅନ୍ୟ ଜନତାଙ୍କ ପ୍ରତି କ୍ଷତି ସୃଷ୍ଟିକରନ୍ତି । ସେମାନେ ନିଜ କାର୍ଯ୍ୟ ଠିକ୍ ଭାବେ କରିବାରେ ଅକ୍ଷମ ବା ଅଦକ୍ଷ । ତେଣୁ ସେମାନେ ଏସଂକ୍ରାନ୍ତ ତଥ୍ୟ ସର୍ବଦା ଗୁପ୍ତ ରଖିବାକୁ ଚାହିଁଥାନ୍ତି । ଏପ୍ରକାର ଅପବ୍ୟବହାରକୁ ସାମ୍ବାଦିକ ଉନ୍ମୋଚନ କରିବାକୁ ଉଦ୍ୟମ କରିଥାନ୍ତି ।

- କ୍ଷମତାରେ ଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ ମୁଖ୍ୟତଃ ନିର୍ବାଚିତ ଜନପ୍ରତିନିଧି କିପରି ନିଜର ଦାୟିତ୍ୱ ତୁଲାଉଛନ୍ତି ସେଥିପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ରଖିବା ସାମ୍ବାଦିକର କର୍ତ୍ତବ୍ୟ । ଜନପ୍ରତିନିଧି ନିଜ ନିର୍ବାଚନ ପ୍ରତିଶୃତି ପାଳନ କରୁଛନ୍ତି କି ନାହିଁ ସେ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ପ୍ରଶ୍ନ ବାରମ୍ବାର ପଚରାଯିବା ଉଚିତ୍ । ରାଜନୀତିଜ୍ଞ ବା ଅନ୍ୟ ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ ଯେଉଁମାନେ ନିଜ ପ୍ରତିଶୃତି ପାଳନ କରୁନାହାଁନ୍ତି ସେମାନେ ତଥ୍ୟ ଲୁଚାଇବାକୁ ଉଦ୍ୟମ କରିବେ । ତେଣୁ ଏହାକୁ ଲୋକଲୋଚନକୁ ଆଣିବା ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକ ଉଦ୍ୟମ କରିବା ଉଚିତ୍ ।

ଭଲ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂର ଅନେକ ପ୍ରଭାବ ରହିଛି । ଏହାଦ୍ୱାରା ନୀତିରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ହୋଇପାରେ ବା ଅପାରଗ ଅଧିକାରୀଙ୍କୁ ଇସ୍ତଫା ଦେବାକୁ ପଡ଼ିପାରେ । ଦୁର୍ନୀତିଗ୍ରସ୍ତଙ୍କୁ ଚାକିରୀରୁ ବିଦା ମଧ୍ୟ କରଯାଇପାରେ । ଏହି ରିପୋର୍ଟ ଯୋଗୁଁ ପୂର୍ବରୁ ଅବହେଳିତ ହୋଇ ରହିଥିବା ପ୍ରସଙ୍ଗ ବା ଅଞ୍ଚଳ ପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ପଡ଼ିବାରେ ବା ଜନ ବିତର୍କର ସୂତ୍ରପାତ ମଧ୍ୟ ଘଟେ ।

ଏପ୍ରକାର ରିପୋର୍ଟ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ବା ସମ୍ବାଦ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିକ୍ରିରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ ।

ପାରମ୍ପରିକ ଓ ଅଣପାରମ୍ପରିକ ପ୍ରଣାଳୀର ଉପଯୋଗରେ ସୃଷ୍ଟ ଫଳ ହେଉଛି ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦିକତା । ଏହି ପ୍ରଣାଳୀ କିନ୍ତୁ ସାମ୍ବିଧାନିତ ଅଟେ । ଏଥିରେ ସରକାରୀ ପାଣ୍ଠି ଅପବ୍ୟବହାର, କ୍ଷମତାର ଦୁରୁପଯୋଗ, ଦୁର୍ନୀତି ଓ ସରକାରୀ ଟ୍ରଷ୍ଟର ଦୁରୁପଯୋଗରେ ଲିପ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିପାଇଁ ବିବାଦୀୟ ପ୍ରସଙ୍ଗ ସଂପର୍କରେ ଗବେଷଣା, ତଦାରଖ ଓ ତଦନ୍ତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହାହେଲେ ସତ୍ୟ ପରିପ୍ରକାଶ ହୋଇପାରିବ । ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ୩ଟି ପ୍ରମୁଖ ଉପାଦାନ ହେଲା:

କ) ସର୍ବସମ୍ମୁଖରୁ ତଥ୍ୟ ଗୋପନୀୟ ରଖିବା ପାଇଁ ଚେଷ୍ଟା: ଯାହା ସର୍ବସାଧାରଣଙ୍କ ଗୋଚରାର୍ଥେ ନଥାଏ, ଦୁର୍ନୀତି, ସରକାରୀ ବିବାଦୀୟ କାରବାର, କର୍ପୋରେଟ୍ ଗୋପନୀୟତା ପରି ସର୍ବସାଧାରଣ ଦୃଷ୍ଟି ଆଢୁଆଳରେ ରଖାଯାଉଥିବା ପ୍ରସଙ୍ଗ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦିକତା ପରିସରଭୁକ୍ତ ।

ଖ) ପାଠକଙ୍କ ଅବଗତି ପାଇଁ ପ୍ରସଙ୍ଗର ସାର୍ବଜନୀନ ଗୁରୁତ୍ୱ ଥିବା ଉଚିତ୍: ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ ହୋଇଥାଇପାରେ । କିନ୍ତୁ ଏଥିପ୍ରତି ଜନସାଧାରଣ ଆଗ୍ରହୀ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଦ୍ୱିତୀୟର ଗୁରୁତ୍ୱ ଅଧିକ ।

ଗ) ଏହା ସାମ୍ବାଦିକର କାର୍ଯ୍ୟ: ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂର ବିବରଣୀ ଅନ୍ୟ କାହାରି ଅନୁଧ୍ୟାନ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ । ଅଜଣା ବ୍ୟକ୍ତି ସାମ୍ବାଦିକ ନିକଟକୁ ପଠାଇଥିବା ଗୁପ୍ତ ନଥିପତ୍ର ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ବିବରଣୀ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ । ସାମ୍ବାଦିକ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବେ ଅନୁସନ୍ଧାନ କରି ବିଶ୍ୱାସଯୋଗ୍ୟସୂତ୍ରରୁ ତଥ୍ୟ ଯାଞ୍ଚ କରିବେ ।

ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂର ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ ପାଇଁ ଅନ୍ୟ ସାଧାରଣ ଖବର ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତିର ଦକ୍ଷତା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହାର ବିବରଣୀ ବିଷୟ ବା କ୍ରମାନ୍ୱୟ ଶୈଳୀରେ ଲେଖାଯିବ । କ୍ରମାନ୍ୱୟ ଶୈଳୀରେ ଅନୁସନ୍ଧାନର ବିବରଣୀ ସମୟ, କ୍ରମାନ୍ୱୟ ଓ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ମାଧ୍ୟମ ଦେଇ ପରିପ୍ରକାଶ ହୋଇଥାଏ । ବିଷୟାତ୍ମକ ଶୈଳୀରେ ପ୍ରସଙ୍ଗ, ଯୁକ୍ତି, ବ୍ୟବସ୍ଥା, ଧାରା,ପ୍ରକ୍ରିୟା କିମ୍ବା ବାଖ୍ୟାକୁ କେନ୍ଦ୍ର କରି ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାଏ ।

୩.୫: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

କ. ପ୍ରତ୍ୟାଶିତ ଓ ଅପ୍ରତ୍ୟାଶିତ ସମ୍ବାଦ ଭିତରେ ତଫାତ୍ ଦର୍ଶାଅ।

ଖ. ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିର ନିୟମ କ'ଣ ?

ଗ. ବ୍ୟାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂର ପର୍ଯ୍ୟାୟଗୁଡ଼ିକ କଣ ?

ଘ. ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂର ଉପାଦେୟତା ଆମ ପାଇଁ କାହିଁକି ରହିଛି ?

ୟୁନିଟ୍- ୪ : ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତି

୪.୦: ବିଷୟର ଗଠନ

୪.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୪.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

୪.୩: ରିପୋର୍ଟିଂ ଶୈଳୀରେ ଭିନ୍ନତା

୪.୪: ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

୪.୫: ବେତାର ବା ରେଡ଼ିଓ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

୪.୬: ଟେଲିଭିଜନ ସମ୍ବାଦ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

୪.୭: ୱେବ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

୪.୮: ପ୍ରଭେଦର ତୁଳନା

୪.୯: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୪.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଯଦିଓ ଖବରର ମୂଳ ଚରିତ୍ର ସମାନ ରହିଥାଏ ତଥାପି ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ନିଜ ସାମର୍ଥ୍ୟ ବା ଦୁର୍ବଳତା ଅନୁଯାୟୀ ନିଜ ନିଜ ସଂସ୍ଥା ପାଇଁ ଖବର ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥାନ୍ତି । ଏହି ଅଧ୍ୟାୟର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ବିଭିନ୍ନ କିସମ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପରିବେଷିତ ହେଉଥିବା ଖବରର ପ୍ରକାର ଭେଦ ସଂପର୍କରେ ବୁଝିବା ।

ଏହି ଅଧ୍ୟାୟର ଶେଷରେ ନିମ୍ନ ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ଶିକ୍ଷାଲାଭ କରିହେବ ।

- ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଥିବା ପ୍ରଭେଦ
- ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ
- ବେତାର ବା ରେଡ଼ିଓ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ
- ଟେଲିଭିଜନ କବର ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ
- ୱେବ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

୪.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

ଖବର ବା ସୂଚନା ପାଇଁ ଆମେ ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପଯୋଗ କରିଥାଉ । ପ୍ରଯୁକ୍ତି ଓ ବୈଷୟିକ କୌଶଳର ବିକାଶ ଫଳରେ ଖବର ଜାଣିବା ପାଇଁ ଆମ ନିକଟରେ ଅନେକ ବିକଳ୍ପ ବା ଚ୍ୟାନେଲ ଉପଲବ୍ଧ ହେଲାଣି । ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ମୁଖ୍ୟତଃ ୫ ଶ୍ରେଣୀରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇପାରେ । ସେଗୁଡ଼ିକ ହେଲା: ମୁଦ୍ରିତ (ସମ୍ବାଦପତ୍ର / ପତ୍ରିକା), ଇଲେକଟ୍ରୋନିକ୍ସ (ଟିଭି / ରେଡ଼ିଓ) ଓ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ (ଅନଲାଇନ ଖବର ପୋର୍ଟାଲ /ୱେବସାଇଟ) । ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମୂଳ ସୂଚନା ଓ ମୌଳିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଅପରିବର୍ତ୍ତିତ ରଖି ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଆମ ପାଇଁ ଖବର ପରିବେଷଣ କରିଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଖବର ବିବରଣୀ ଭିନ୍ନ ଶୈଳୀ ଓ ରୂପରେଖରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥାନ୍ତି ।

ଏହି ଅଧ୍ୟାୟରେ ମୁଦ୍ରିତ, ଟେଲିଭିଜନ, ରେଡ଼ିଓ ଓ ଅନଲାଇନ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଖବର ପରିବେଷଣ କ୍ଷେତ୍ରରେ କିପ୍ରକାର ପ୍ରଭେଦ ରହିଛି ତାହା ଆମେ ଜାଣିବା । ଏହି ମାଧ୍ୟମରେ ରିପୋର୍ଟିଂ ପାଇଁ ବ୍ୟବହାର ହେଉଥିବା ଭାଷା ଓ ଶୈଳୀର ମୌଳିକତା ସଂପର୍କରେ ଆମେ ଆଲୋଚନା କରିବା ।

୪.୩: ରିପୋର୍ଟିଂ ଶୈଳୀରେ ଭିନ୍ନତା

ସମାନ ଖବର ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଶୈଳୀରେ ପ୍ରକାଶିତ ହୁଏ । ଏହି ବିବରଣୀ ଲେଖିବା ସମୟରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଖବରର ମୂଳ ଚରିତ୍ର ବଜାୟ ରଖିଥାଏ । ଖବରର ଭିନ୍ନତା ଘଟଣା ପାଇଁ ନୁହେଁ ବରଂ ସେହି ମାଧ୍ୟମର ଦର୍ଶକ ବା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଚାହିଦାକୁ ଦୃଷ୍ଟିରେ ରଖି ଏହାର ରୂପବିନ୍ୟାସ କରାଯାଇଥାଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ମୁଦ୍ରତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମୁଖ୍ୟତଃ ଶବ୍ଦ ଓ ଫଟୋ ଉପରେ ଅଧିକ ନିର୍ଭରଶୀଳ ଥିବାବେଳେ ଟେଲିଭିଜନ ଖବର ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ବା ଭିଡ଼ିଓ ଏବଂ ରେଡ଼ିଓ ଖବର ଧ୍ୱନୀ ରୂପରେ ପରିପ୍ରକାଶ କରାଯାଇଥାଏ । ସେହିପରି ଅନଲାଇନ ଖବରରେ ଶବ୍ଦ, ଭିଡ଼ିଓ, ଅଡ଼ିଓ ଓ ଫଟୋଗ୍ରାଫ ରହିଥାଏ । ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମରେ ପୃଷ୍ଠା ସ୍ଥାନର ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଥିବାରୁ ଏହାରେ ବାକ୍ୟଟିଏ ୨୦ ରୁ ୨୫ଟି ଶବ୍ଦମଧ୍ୟରେ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ଟେଲିଭଜନ ଓ ରେଡ଼ିଓ ଆଦି ପ୍ରସାରଣ ମାଧ୍ୟମରେ ସମୟର ଗୁରୁତ୍ୱ ଥିବାରୁ ଏଠାରେ ସାଧାରଣତଃ ୧୦ରୁ ୧୫ ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟରେ ବାକ୍ୟଟିଏ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ତେବେ ଜନସାଧାରଣ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ଟେଲିଭିଜନ ବା ରେଡ଼ିଓରୁ ଯେଉଁଭଳି ଖବର ପାଠ କରିଥାନ୍ତି ବା ଶୁଣିଥାନ୍ତି ଓ୍ୱେବ ମାଧ୍ୟମରୁ ସେହିପରି ଭାବେ ସୂଚନା ପାଠ କରିନଥାନ୍ତି ।

ମାଧ୍ୟମର ନିଜସ୍ୱ ଢ଼ାଞ୍ଚା ଓ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଚାହିଦାନୁଯାୟୀ ମୁଦ୍ରିତ, ଟେଲିଭିଜନ, ରେଡ଼ିଓ ଓ ଅନ୍‌ଲାଇନ ଖବର ରିପୋର୍ଟିଂରେ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ଶୈଳୀ ଅନୁକରଣ କରିଥାନ୍ତି । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଆମେ ପ୍ରତିଦିନ ଖବରକାଗଜ ପାଇଥାଉ ଏବଂ ଏହି ଖବର ସାରାଦିନ ପାଇଁ ଅପରିବର୍ତ୍ତିତ ରହିଥାଏ । ଆମେ ଯେତେଥର ଚାହିଁଲେ ଏହାକୁ ପଢ଼ିପାରିବା । କିନ୍ତୁ ଟେଲିଭିଜନ ଓ ରେଡ଼ିଓ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସମୟ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଏହି ମାଧ୍ୟମର ଖବରକୁ ତତ୍କାଳ ଅନୁଭବ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏବେ କଣ ଘଟୁଛି ତାହା ଏହି ମାଧ୍ୟମରେ ରିପୋର୍ଟିଂ ବା ପ୍ରସାରଣ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ପ୍ରତ୍ୟେକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ନିଜସ୍ୱ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଚୟନ ବ୍ୟବସ୍ଥା ମଧ୍ୟ ରହିଛି । ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଆମ ମସ୍ତିଷ୍କର ଖବର ପ୍ରକ୍ରିୟାକରଣ ମଧ୍ୟ ଭିନ୍ନ । ଟେଲିଭିଜନ ଓ ରେଡ଼ିଓ ପରି ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଖବର ଥରେ ଶୁଣି ବା ଦେଖି ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ଅବଗତ ହେବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ।

ଯଦି କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଦୃଶାବଳୀ ଦେଖିନଥିବେ ବା ଖବର ଶୁଣିନଥିବେ ତାହାଲେ ତାହାଲେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଖବର ସଂପର୍କରେ ଦର୍ଶକ ବା ଶ୍ରୋତା ଅବଗତ ହୋଇପାରିବେ ନାହିଁ । କିନ୍ତୁ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ବା ଅନ୍‌ଲାଇନ ମାଧ୍ୟମରେ ପାଠକ ଯେତେ ସମୟ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଚାହିଁଲେ ଖବର ପଢ଼ିପାରିବେ । ଯାହା ଅବୁଝା ରହିଲା ତାହା ପୁନର୍ବାର ପଢ଼ିପାରିବେ ବା ପଛକୁ ଫେରି ମଧ୍ୟ ଖବର ପଢ଼ିପାରିବେ । ଟେଲିଭିଜନ କିମ୍ବା ଅନ୍‌ଲାଇନ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରତି ମିନିଟ ହେଉଛି ଡ଼େଡ଼ଲାଇନ ବା ଶେଷ ସମୟ । କାରଣ ଦିନର ଯେକୌଣସି ସମୟରେ ଏହି ମାଧ୍ୟମରେ ଖବର ପ୍ରସାରଣ ହୋଇପାରିବ । କିନ୍ତୁ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଗୋଟିଏ ଦିନରେ ଥରେ ପ୍ରକାଶ ହେଉଥିବାରୁ ଏଥିରେ ଖବରଦାତାଙ୍କ ପାଇଁ ଡ଼େଡ଼ ଲାଇନ ବା ଶେଷ

ସମୟ ସ୍ଥିରୀକୃତ । ଏହାଫଳରେ ଖବରଦାତା ଅଧିକ ସମୟ ପାଇବା ସହ ସବିଶେଷ ଭାବେ ବିବିରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିପାରନ୍ତି । ଟେଲିଭିଜନର ସୁବିଧା ହେଉଛି ଏହା ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ବା ଭିଡ଼ିଓ ଦେଖାଇଥାଏ । ଫଳରେ ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ତୁଳନାରେ ଏଥିପାଇଁ କମ୍ ଶବ୍ଦର ଆବଶ୍ୟକତା ପଡ଼ିଥାଏ । ୱେବସାଇଟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ବିବରଣୀ, ଅଡ଼ିଓବା ଧ୍ୱନୀ, ଭିଡ଼ିଓ ବା ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ମୋଟାମୋଟି ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଢ଼ାଞ୍ଚାରେ ପରିବେଷେଣ କରାଯାଇଥାଏ । ୱେବ ପୋର୍ଟାଲଗୁଡ଼ିକ ଅଧିକ କଥୋପକଥନମୂଳକ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି । ଜନସାଧାରଣ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବେ ସଂଗ୍ରହ କରିଥିବା ସୂଚନାକୁ ସଜାଡ଼ିବା ପାଇଁ ସଂସ୍ଥା ସେମାନଙ୍କୁ ସୁଯୋଗ ଦେଇଥାଏ, ଯାହା ଟେଲିଭିଜନ ବା ସମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ହୋଇନଥାଏ ।
ନିଜ ନିଜ ପାଠକ, ଦର୍ଶକ ବା ଶ୍ରୋତାଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ମାଧ୍ୟମ ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଆଭିବୁଖ୍ୟ ଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି । ସ୍ୱର,ଶୈଳୀ, ଶାରୀରିକ ପରିପ୍ରକାଶ, ମହିଳା/ପୁରୁଷ ଓ ପୋଷାକ ଆଦି ଟେଲିଭିଜନ ଖବର ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିଥାଏ । ଖବରର ସତ୍ୟତା ଓ ବିଶ୍ୱସନୀୟତାକୁ ଏହି ସମସ୍ତ ବିଷୟ ଦିଗ ପ୍ରଭାବିତ କରିଥାଏ । ରେଡ଼ିଓ ଖବରରେ ସ୍ୱର ଶୈଳୀ ଶ୍ରୋତାଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିଥାଏ । କଣ ଶୁଣିଲେ ବା କଣ ଦେଖିଲେ ତାହାକୁ ନେଇ ଜନସାଧାରଣ ଖବର ବା ବିବରଣୀ ସଂପର୍କରେ ତତ୍କାଳ ଅବଗତ ହୋଇଥାନ୍ତି। କିନ୍ତୁ ମୁଦ୍ରିତ ବା ଅନଲାଇନ ମାଧ୍ୟମରେ ଖବରଦାତାଙ୍କୁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବେ ପାଠକ ଦେଖିବାକୁ ପାଇନଥାନ୍ତି । (କେତେକ ଅନ୍‌ଲାଇନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଖବରଦାତାଙ୍କ ଫଟୋ ସ୍ଥାନିତ କରୁଥିଲେ ମଧ୍ୟ ଏହା ସେତେ ସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବେ ନୁହେଁ ।) ଏହି ମାଧ୍ୟମରେ ପାଠକ ନାମ ବା ବାଇ-ଲାଇନରୁ ସମ୍ବାଦଦାତା ମହିଳା କି ପୁରୁଷ ସେସଂପର୍କରେ ଅବଗତ ହୋଇପାରିବେ । ଏହି ମାଧ୍ୟମରେ ପାଠକଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବା ପାଇଁ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଦକ୍ଷତା ଓ ସୂଚନାର ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନର ମହତ୍ତ୍ୱ ରହିଛି ।

୪.୪: ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତି

ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଏକ ସ୍ଥିରୀକୃତ ସମୟସୀମା ରହିଛି । ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପ୍ରସ୍ତୁତି ଓ ବିତରଣ ପାଇଁ ସାଧାରଣତଃ ଦିନ ମଧ୍ୟରେ ଥରେ ହୁଏ । ସେହିପରି ପତ୍ରିକା ପ୍ରସ୍ତୁତି ଓ ବିତରଣ ସପ୍ତାହ / ପକ୍ଷ / ମାସେ ମଧ୍ୟରେ ଥରେ ହୋଇଥାଏ । ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଭୌଗଳିକ ଅଞ୍ଚଳର ଖବର ବ୍ୟାପକ ଭାବେ ପ୍ରକାଶନ କରିବାର ସୁଯୋଗ ଏଥିରେ ରହିଛି । ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ହାତକୁ ଏହି ପଦାର୍ଥ ସିଧାସଳଖ ଆସୁଛି ଓ ଏହା ପୁନଃପଠନ ପାଇଁ ସୁଯୋଗ ରହିଥିବାରୁ ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ଜଟିଳ ଘଟଣା ବିଷୟରେ ଅବଗତ କରିବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଧ୍ୱନୀ ଓ ଗତିଶୀଳ ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ବ୍ୟବହାର କିନ୍ତୁ ନିଷେଧ । ପାଠକୀୟ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିବା ପାଇଁ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ନିଜନିଜ ବିଷୟବସ୍ତୁ ବା ରିପୋର୍ଟିଂ ବିବରଣୀକୁ ପରସ୍ପର ସହ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତା କରିଥାନ୍ତି । ଏକ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ବିବରଣୀ ଏପରି ଲେଖାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ଯାହା ନିମ୍ନ ଭାଗ ଆଡ଼କୁ ସଂପାଦନା କରାଯାଇ ପାରୁଥିବ ।
ମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ସ୍ଥାନ ସ୍ଥିର । ତେଣୁ ଏହି ସ୍ଥାନ ମଧ୍ୟରେ ଯାହା ରହିନପାରେ ସେଗୁଡ଼ିକ ବାଦ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଖବର ବିବରଣୀ ପାଠକରିବା ପୂର୍ବରୁ ପାଠକ ପ୍ରଥମେ ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା ବା ହେଡ଼ଲାଇନ ପଢ଼ିଥାନ୍ତି ।

ଯଦି ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା ବା ହେଡ଼ଲାଇନ ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ ଲାଗେ ତାହାଲେ ବିଷୟର ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦ ଉପରେ ଦୃଷ୍ଟି ପକାଇଥାନ୍ତି । ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପାଠକ କେଉଁ ପୃଷ୍ଠାର କେଉଁ ପାଠ କେତେବେଳେ ପଢ଼ିବେ ବା କେଉଁ ଖବର ବାଦଦେବେ ତାହା ନିଜ ରୁଚି ଅନୁଯାୟୀ କରିଥାନ୍ତି ।

ପୂର୍ବ ଅଧ୍ୟାୟର ଆଲୋଚନା ଅନୁଯାୟୀ, ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମ ବିବରଣୀର ଯେଉଁ ମୌଳିକ ଗଠନ ରହିଛି ସେଥିରେ ୩ଟି ମୁଖ୍ୟ ଉପାଦାନ ଥାଏ । ସେଗୁଡ଼ିକ ହେଲା ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା ବା ହେଡ଼ଲାଇନ, ଲିଡ଼ ଓ ବିଷୟବସ୍ତୁ । କଠିନ ଖବରର କିଛି ଉପସଂହାର ନଥାଏ । ପାଠକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି ପାଇଁ ହେଡ଼ଲାଇନ ବା ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା ଆକର୍ଷଣୀୟ ଓ ଯୁକ୍ତିନିଷ୍ଠ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା ଲେଖିବା ସମୟରେ ସକ୍ରିୟ ଓ ଅର୍ଥପ୍ରଦ କ୍ରିୟା ଉପଯୋଗ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ସହାୟକ କ୍ରିୟା ବା ଆର୍ଟିକିଲ (ଇଂରାଜୀରେ 'ଦି' 'ଏ', 'ଆନ୍') ବ୍ୟବହାର କରାଯିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ଯେତେ ସମ୍ଭବ ଏହା ସାଧାରଣତଃ ବର୍ତ୍ତମାନ ବା ଭବିଷ୍ୟତ କାଳରେ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । କର୍ମବାଚ୍ୟରେ ମଧ୍ୟ ଏହା ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ଯଥେଷ୍ଟ ଗୁରୁତ୍ୱ ଥିବା ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବକ୍ତବ୍ୟକୁ ଶିରୋନାମାରେ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇପାରେ । ଏହା ଏକକ ଉଦ୍ଧୃତାଂଶରେ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ମୁଦ୍ରିତ ଖବରରେ ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା ବା ହେଡ଼ଲାଇନ ପରକୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଂଶ ହେଲା ଲିଡ଼ ବା ଇଣ୍ଟ୍ରୋ । ଅଧିକାଂଶ କଠିନ ଖବରର ଲିଡ଼ରେ ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ବା ବିବରଣୀର ସାରାଂଶ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହା ସାଧାରଣତଃ ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କିଏ, କାହିଁକି, କଣ, କେତେବେଳେ, କେଉଁଠି ଓ କିପରିକୁ ନେଇ ଗଠିତ ହୋଇଥାଏ । ଲିଡ଼ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଓ ତଥ୍ୟସ୍ପର୍ଶୀ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଭାଷା ବୋଧଗମ୍ୟ ଓ ସ୍ୱଷ୍ଟ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ପାଠକଙ୍କୁ ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଚିତ୍ର ପ୍ରଦାନ ପାଇଁ ଅସମାପିକା କ୍ରିୟା ବ୍ୟବହାର କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ପୂର୍ବ ଅଧ୍ୟାୟରେ ଅମେ ବିଭିନ୍ନ କିସମ ଲିଡ଼ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କରିଛେ ।

ଖବରର ବିଷୟବସ୍ତୁରେ ଘଟଣାର ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । ଅଧିକାଂଶ କଠିନ ଖବର ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀରେ ଲେଖାଯାଇଥାଏ ଯାହା ପୂର୍ବ ଅଧ୍ୟାୟରେ ଆଲୋଚିତ ହୋଇଛି । ଉଭୟ ସଂପାଦନା ଓ ପଠନ ପାଇଁ ଏହି ଶୈଳୀ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଏହି ଶୈଳୀରେ ଆରମ୍ଭରେ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ରଖାଯିବା ସହ କ୍ରମାନ୍ୱୟରେ କମ୍ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ । ଯେତେବେଳେ ଏକ ଖବରର ବିବରଣୀ ଭବିଷ୍ୟତରେ ହେବାକୁ ଥିବା ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ଜଣାଇବାକୁ ଚାହେଁ ସେତେବେଳେ ସହାୟକ କ୍ରିୟା ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ । ଯେତେବେଳ ଘଟଣାର ସମୟ ଜଣାନଥାଏ ବା ସମୟ ଏତେଟେ। ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ମନେ ହୁଏନାହିଁ ସେତେବେଳେ ବର୍ତ୍ତମାନ କ୍ରିୟାରେ ବିବରଣୀ ଲେଖାଯାଇଥାଏ ।

ପ୍ରସାରଣ ମାଧ୍ୟମ ତୁଳନାରେ ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମରେ ସଂପାଦନା ଅଧିକ ରହିଥାଏ । ସଠିକ୍ , ସ୍ୱଷ୍ଟତା ଓ ନ୍ୟାୟସଂଗତ ତଥ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ସଂପାଦନା କରାଯାଇଥାଏ । ନିଜନିଜ ସଂସ୍ଥାର ଶୈଳୀ ଅନୁଯାୟୀ ଏହା ସଂପାଦନା କରାଯାଇଥାଏ । ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମରେ ବିବରଣୀକୁ ଗଦ୍ୟାତ୍ମକ ଏବଂ ବାକ୍‌ପଟୁ କରିବା ପାଇଁ ସଂପାଦନା ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଗଠନ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭିନ୍ନ ଅଟେ । ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମରେ ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ,

ଯେଉଁଥିରେ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ରହିଥାଏ । ଅବଶିଷ୍ଟ ସୂଚନା କମ୍ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭାବେ କ୍ରମାନ୍ୱୟରେ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ଦୀର୍ଘତା ଓ ମାପ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ପ୍ରସାରଣ ଓ ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭିନ୍ନ । ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମରେ ଅଧିକାଂଶ ଖବର ଦୀର୍ଘ ହୋଇଥାଏ ଏବଂ ପାଠକ ଏହାକୁ ପଢ଼ିଥାନ୍ତି । ସମ୍ବାଦପତ୍ରର ପ୍ରସାରଣ ଅଞ୍ଚଳ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ହୋଇଥିବାରୁ ଏଥିରେ ସେହି ଅଞ୍ଚଳର ସମ୍ବାଦ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇଥାଏ । ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ ସମ୍ବାଦ ଏଜେନ୍ସୀ ନିଜର କୌଣସି ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପ୍ରକାଶ କରିନଥାଏ । ଏଜେନ୍ସୀର ଖବର ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ଅନ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ପ୍ରେରଣ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଜେନ୍ସୀରେ ଖବର ରିପୋର୍ଟିଂ ତ୍ୱରିତ ଓ ସଠିକ୍ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏଜେନ୍ସୀରେ ଖବରଦାତାଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରତିଟି ମିନିଟ ହେଉଛି ଶେଷ ସମୟ ବା ଡେଡ୍‌ଲାଇନ । ଯେତେ ଶୀଘ୍ର ସମ୍ଭବ ରିପୋର୍ଟର ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପରି ଏହାର ରିପୋର୍ଟିଂ ଶୈଳୀ ସମାନ ହୋଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ସମସ୍ତ ଖବର କାହାରି ନା କାହାରିଠାରୁ ଉଦ୍ଧୃତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି ଏବଂ ଏହାର ତଥ୍ୟଗତ ସତ୍ୟତା ରହିଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏଜେନ୍ସୀ ଖବରରେ ମତାମତ ବା ବାଖ୍ୟାର ସ୍ଥାନ ନାହିଁ । ରିପୋର୍ଟ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଓ ତଥ୍ୟଯୁକ୍ତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ସମ୍ବାଦପତ୍ର ବିବରଣୀ ସ୍ଥାନୀୟ ଅଞ୍ଚଳ ଭିତ୍ତିରେ ହେଉଥିବାବେଳେ ଏଜେନ୍ସୀ ନିଜକୁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଅଞ୍ଚଳ ମଧ୍ୟରେ ସୀମିତ ରଖିପାରିବ ନାହିଁ ।

୪.୫: ବେତାର ବା ରେଡ଼ିଓ ପାଇଁ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତି

ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପରକୁ ରେଡ଼ିଓ ହେଉଛି ସର୍ବପୁରାତନ ସମ୍ବାଦ ମାଧ୍ୟମ ଯାହା ସମାଜର ବୃହତ୍ତର ଗୋଷ୍ଠୀର ଜନତାଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚି ପାରିଥାଏ । ଏପରିକି ଯେଉଁ ବ୍ୟକ୍ତି ପଢ଼ିପାରିବେ ନାହିଁ ବା ଦେଶର ଦୁର୍ଗମ ଅଞ୍ଚଳରେ ବସବାସ କରୁଛନ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ନିକଟରେ ରେଡ଼ିଓ ବାର୍ତ୍ତା ପହଞ୍ଚି ପାରିଥାଏ । ୟୁନେସ୍କୋ ମତରେ ବିଶ୍ୱର ସର୍ବାଧିକ ଜନତାଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚି ପାରୁଥିବା ଗଣମାଧ୍ୟମ ହେଉଛି ରେଡ଼ିଓ । ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ଟେଲିଭିଜନ ତୁଳନାରେ ରେଡ଼ିଓର ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହଜ ଓ ସ୍ୱଳ୍ପ ବ୍ୟୟସାପେକ୍ଷ । ଯେକୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର କହିପାରିବାର ଦକ୍ଷତା ଥିଲେ ସେ ରେଡ଼ିଓ ପ୍ରସାରଣ ସହ ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ ହାଇପାରିବେ । ରେଡ଼ିଓ ନିଜ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସ୍ଥାନୀୟ ସ୍ତରରେ ଆଂଚଳିକ ଭାଷାରେ ପ୍ରସାରଣ କରିପାରିବ । ସ୍ଥାନୀୟ ଶ୍ରୋତାଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକତାକୁ ଏହା ପୂରଣ କରିପାରିବ । ଟେଲିଫୋନ ବା ଲେଖା ବାର୍ତ୍ତା ଜରିଆରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ କଥୋପକଥନ ଭିତ୍ତିକ ହୋଇପାରିବ । କିନ୍ତୁ ରେଡ଼ିଓ ସମ୍ବାଦ ସମୟ ବ୍ୟବଧାନରେ ଶୁଣିବାକୁ ମିଳିବ । ଏଥିପାଇଁ ଶ୍ରୋତାଙ୍କୁ ଅପେକ୍ଷା କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଯଦି ରେଡ଼ିଓ ଖବରର କୌଣସି ଅଂଶ ପ୍ରତି ଶ୍ରୋତା ବିରକ୍ତି ଭାବ ପ୍ରକାଶ କରନ୍ତି ସେମାନେ ଏହାକୁ ଏଡ଼ାଇ ଯାଇପାରିବେ ନାହିଁ କିମ୍ବା ପରବର୍ତ୍ତୀ କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବା ସମ୍ବାଦକୁ ଯାଇପାରିବେ ନାହିଁ । ଯଦି ସେମାନେ ୫ମ ବିବରଣୀଟି ଶୁଣିବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି ତାହାଲେ ସେମାନଙ୍କୁ ସମସ୍ତ ପୂର୍ବ ୪ଟି ବିବରଣୀ ଶୁଣିବା ପାଇଁ ପଡ଼ିବ । ଏହା ହୋଟେଲରେ ଖାଇବା ସଦୃଶ, ଯେଉଁଠି ଖାଦ୍ୟ କ୍ରମାନ୍ୱୟରେ ପରିବେଷଣ କରାଯାଇଥାଏ । ପରଷା ଯାଉଥିବା ଖାଦ୍ୟକୁ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଆଗ ଖାଇବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଯଦି ପରଷା ଯାଇଥିବା ଖାଦ୍ୟ ସୁସ୍ୱାଦୁ ନଲାଗିଲା ତାହାଲେ ପରବର୍ତ୍ତୀ ଖାଦ୍ୟ ପରଷାଯିବା

ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଅପେକ୍ଷା କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ତେଣୁ ରେଡ଼ିଓ ଖବର ସଂଖ୍ୟାଧିକ ଜନତାଙ୍କ ପାଇଁ ଯେପରି ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ ସେହିପରି ଭାବେ ଚୟନ ଓ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି ।

ସେହିପରି ରେଡ଼ିଓ ପ୍ରସାରଣରେ ଯଦି ଏକ ଖବର ବୁଝା ନପଡ଼େ ଶ୍ରୋତା ଏହାକୁ ପୁନର୍ବାର ଶୁଣିପାରନ୍ତି ନାହିଁ, ଯାହା ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସମ୍ଭବ ହୋଇଥାଏ । ରେଡ଼ିଓ ଶ୍ରୋତାଙ୍କୁ   ତତ୍କାଳ କବର ବୁଝିବା ପାଇଁ ପଡ଼ିବ । କାରଣ ସେମାନେ ପୁଣି ଥରେ ସମ୍ବାଦ ଶୁଣିପାରିବେ ନାହିଁ । ରେଡ଼ିଓ ବିବରଣୀରେ ବାକ୍ୟର ଦୀର୍ଘତା ଓ ଶବ୍ଦ ଚୟନରେ ସ୍ୱଷ୍ଟତା ରହିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ।

ରେଡ଼ିଓ ପାଇଁ ଏପରି ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ଯାହା ପାଠକଙ୍କ ଆଖିକୁ ନୁହେଁ, ବରଂ ଶ୍ରୋତାଙ୍କ କାନ ପାଇଁ ଶ୍ରୁତିମଧୁର ହୋଇଥିବ । ବାକ୍ୟ ଛୋଟ ଓ ସୁଲଳିତ ହୋଇଥିବ । ରେଡ଼ିଓର ଏକ ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗ ବିବରଣୀକୁ ‘ର୍ୟାପ’ କୁହାଯାଇଥାଏ , ଯାହାର ବିବରଣୀ ୩୦ରୁ ୯୦ ସେକେଣ୍ଡ ମଧ୍ୟରେ ସୀମିତ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏଥିରେ ଖବରଦାତାଙ୍କ ବର୍ଣ୍ଣନା ରହିଥିବ ଯାହାକୁ ‘ଟ୍ରାକ୍’ କୁହାଯାଇଥାଏ । ଏଥିରେ ଅଧିକାଂଶ ସମୟରେ ଧ୍ୱନୀ   ବାଇଟ ଓ ସ୍ୱାଭାବିକ ଧ୍ୱନୀ ରହିଥାଏ । ସ୍ୱାଭାବିକ ଧ୍ୱନୀ ହେଉଛି ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଅଂଚଳର ଶବ୍ଦ । ମୁଦ୍ରିତ ବିବରଣୀ ତୁଳନାରେ ରେଡ଼ିଓ ବିବରଣୀରେ କମ୍ ସୂଚନା ରହୁଥିବାରୁ ଏକ ଚିତ୍ର ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ସୃଷ୍ଟି କରାଇପାରିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ।

ରେଡ଼ିଓ ରିପୋର୍ଟ ସହ ସ୍ୱର ସାଂପ୍ରତିକ ବ୍ୟାପାର ଉପରେ ଏକ ସୂଚନାପ୍ରଦ ବୁଲେଟିନ ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଏହି ବିବରଣୀ ପାଠ ସମୟରେ ଖବରଦାତା ଭଏସ ଓଭର ଜରିଆରେ କିଛି କହିଥାଏ । ରେକର୍ଡ଼ିଂ ହୋଇଥିବା ଅନ୍ୟାନ୍ୟ କିଛି ଉପାଦାନ ଯଥା ସ୍ୱର, କଟ୍, ଧ୍ୱନୀ ବାଇଟ ଏଥିରେ ସଂଯୋଗ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହାଫଳରେ ବିବରଣୀ ଅଧିକ ଜୀବନ୍ତ, ବିଶ୍ୱସନୀୟ ଓ ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ ହୋଇଥାଏ । ରେକର୍ଡ଼ିଂ ହୋଇଥିବା ଅତିରିକ୍ତ ଉପାଦାନ ମଧ୍ୟରେ ସାକ୍ଷାତକାର, ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀର ବିବୃତ୍ତି ବା ଅନ୍ୟ କିଛି ରହିଥାଇପାରେ ।

ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପାଠକ ପରି ରେଡ଼ିଓ ଶ୍ରୋତା ଏକାଗ୍ରତା ମଧ୍ୟରେ ରହିନଥାନ୍ତି । ସାଧାରଣତଃ କିଛି କାମ କରୁଥିବା ସମୟରେ ଜନସାଧାରଣ ରେଡ଼ିଓ ଶୁଣିଥାନ୍ତି । ରେଡ଼ିଓ ଶ୍ରୋତା କେତେବେଳେ ଗାଡ଼ି ଚଳାଉଥାନ୍ତିତ କେତେବେଳେ ଅନ୍ୟ କିଛି କାମ କରୁଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଖବର ମଧ୍ୟରେ ମଜ୍ଜି ରହିପାରନ୍ତି ନାହିଁ। ତେଣୁ ରେଡ଼ିଓ ବିବରଣୀର ବାକ୍ୟ ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରଚଳିତ ଶବ୍ଦ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ । ଫଳରେ କଥାବାର୍ତ୍ତା ଶୈଳୀରେ ବିବରଣୀ ସହଜ ଭାବେ କିଛି ସମୟ ଗଡ଼ିଚାଲେ । ବସ୍ ଧରିବାକୁ ଉଦ୍ୟମ କରୁଥିବା ଜଣେ ବନ୍ଧୁଙ୍କୁ ଗପ ଦ୍ୱାରା ଧରି ରଖିବା ଶୈଳୀରେ ରେଡ଼ିଓ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ପାଇଁ ମାର୍ଗଦର୍ଶିକାରେ ପରାମର୍ଶ ଦିଆଯାଇଛି ।

ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଠକ ଯେପରି ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଖବର ମୂଳରୁ ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ପଢ଼ିଥାନ୍ତି ରେଡ଼ିଓ ଶ୍ରୋତା ସେପରି ଖବର ଶୁଣନ୍ତି ନାହିଁ । ତେଣୁ   ଯଦିଓ ପ୍ରଥମକୁ ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନର ବିଧି ରହିଛି,   ବେଳେବେଳେ ଶ୍ରୋତାଙ୍କୁ ମୂଳରୁ ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଧରି ରଖିବା ପାଇଁ ଆରମ୍ଭରୁ ତଥ୍ୟ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଇଥାଏ । ରେଡ଼ିଓ ଖବର ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ତୁଳନାରେ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ । ତେଣୁ   ରେଡ଼ିଓ ବିବରଣୀ ଲେଖାଯିବା   ସମୟରେ ତଥ୍ୟ ଶୋଧନ କରାଯିବା ସହ ସାରମର୍ମରେ ଲେଖାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପରି ରେଡ଼ିଓ ବିବରଣୀର ଲିଡ଼ ପ୍ରଥମରୁ ଶ୍ରୋତାଙ୍କୁ ପ୍ରସାରଣର ବିଷୟବସ୍ତୁ ଶୁଣିବା ନିମନ୍ତେ ଆଗ୍ରହାନ୍ୱିତ କରିଥାଏ । ଏହା ଖବର ବିବରଣୀ ହେଉ ବା ସାକ୍ଷାତକାର, ବୁଲେଟିନ୍, ଦୀର୍ଘ ରିପୋର୍ଟ ହୋଇପାରେ । ଏଥିରେ ବିବରଣୀର ନିର୍ଯ୍ୟାସ ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ରେଡ଼ିଓ ବିବରଣୀରେ ଅଧିକ ତଥ୍ୟ ବା ପରିସଂଖ୍ୟାନ ନଥାଏ । ରେଡ଼ିଓ ଲିଡ଼ର ୩ଟି ଅଂଶ ରହିଛି । 'ଇଅର କ୍ୟାଚର' ବା ଶ୍ରୁତି ଆକର୍ଷଣକାରୀ ଶ୍ରୋତାଙ୍କ ମନରେ ଆଗ୍ରହ ଓ ଜିଜ୍ଞାସା ଭାବ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ । ତାପରେ ଅୟମାରମ୍ଭ ଅଂଶ ଯାହା ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହ ଶ୍ରୋତାଙ୍କୁ ମୋଟାମୋଟି ଭାବେ ପରିଚୟ କରାଇଥାଏ । ଲିଡ଼-ଇନ୍‌ର ଏହି ଅଂଶ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କୁ ରିପୋର୍ଟ ଓ ଅନ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସହ ସଂଯୁକ୍ତ କରାଇଥାଏ । ଲିଡ଼-ଇନ ବିଭିନ୍ନ ଶୈଳୀରେ ଲେଖାଯାଇପାରିବ । ଏହା ଖବର ଢ଼ାଞ୍ଚାରେ ଲେଖାଯାଇପାରିବ ଯେଉଁଥିରେ ତଥ୍ୟ ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯିବ । ଯଦି ବିଷୟବସ୍ତୁ ଆଳାପ ପରି ବା ସାମୟିକ ହୋଇଥିବ ତାହାଲେ ଲିଡ଼-ଇନକୁ ଅଧିକ ସୃଜନାତ୍ମକ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଏଥିରେ ମେଟାଫର, ଉଦାହରଣ, ଟିପ୍ପଣୀ, ପ୍ରଶ୍ନ ଓ ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ ରହିପାରେ । ଉପସ୍ଥାପକ କାହାଣୀ କହିବା ଶୈଳୀ ଅବଲମ୍ବନ କରିଥାନ୍ତି । ଯଦ୍ୱାରା ସେ ସ୍ୱଚ୍ଛନ୍ଦ ଭାବେ ବିଷୟ ପରିଚୟ ପ୍ରଦାନ କରିପାରିବେ । ତେବେ ଲିଡ଼-ଇନ ବିବରଣୀ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ହେବା ସହ ଏହା ଶ୍ରୋତାଙ୍କ ମନକୁ ଛୁଇଁ ପାରୁଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ପ୍ରସାରିତ ବିଷୟବସ୍ତୁରେ କୌଣସି ସୂଚନା ଦ୍ୱିତୀୟ ଥର ପରିପ୍ରକାଶ କରାଯିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ ।

ଶ୍ରୋତା ପୁଣି ଥରେ ଖବର ଶୁଣିବାର ସୁଯୋଗ ନଥିବାରୁ ରେଡ଼ିଓ ଖବର ଲେଖା ପାଇଁ ସରଳ ଶବ୍ଦ, ଘୋଷଣାନାମା ବାକ୍ୟ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହାଫଳରେ ଖବର ବୋଧଗମ୍ୟ ହୋଇପାରିବ । ରେଡ଼ିଓ ଖବରରେ ଏକକ ଭାବନା ରହିଥାଏ । ଏଥିରେ ବହୁ ଖଣ୍ଡବାକ୍ୟ ବା ବାକ୍ୟାଂଶ ରହିନଥାଏ । ଜଟିଳତା ଓ କ୍ଲିଷ୍ଟ ବୈଷୟିକ ଶବ୍ଦ ଏଥିରେ ଏଡ଼ାଯାଇଥାଏ । ସ୍ୱାଭାବିକ ଆଳାପ ପରି ବିବରଣୀ ପୂର୍ବରୁ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଇଥାଏ । ବେଳେବେଳେ କ୍ରିୟା ଅଭାବରୁ ବାକ୍ୟ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ହୋଇପାରେ ନାହିଁ। ତେଣୁ ରେଡ଼ିଓ ଖବରଦାତା ପ୍ରଥମେ ବିଷୟକୁ ଭଲଭାବେ ବୁଝିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଖବର ପଠନ ସମୟରେ ଶବ୍ଦଗୁଡ଼ିକ ଶୁଣିବାକୁ ସ୍ୱାଭାବିକ ଲାଗୁଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଜଟିଳ ପରିସଂଖ୍ୟାନ ସରଳ ଭାବରେ ଲେଖିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ୧୯୯୫୪୨୯କୁ ୨୦ ଲକ୍ଷ ଲେଖିଲେ କିଛି କ୍ଷତି ନାହିଁ ।

୪.୬: ଟେଲିଭିଜନ ପାଇଁ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତି

ନିଜ ବାର୍ତ୍ତା ପ୍ରସାର ପାଇଁ ଟେଲିଭିଜନ ଉଭୟ ଶବ୍ଦ ଓ ଦୃଶ୍ୟ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଆପଣେଇଥାଏ । ତେବେ ଏକଥା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଯେ ଶବ୍ଦ ଓ ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ମଧ୍ୟରେ ତାଳମେଳ ରହୁଥିବ ଏବଂ ଏହା ଭିନ୍ନ ବାର୍ତ୍ତା ପ୍ରଦାନ କରୁନଥିବ । ଏହା ରେଡ଼ିଓ ରିପୋର୍ଟିଂ ସହ ସମାନ । କେବଳ ଏଥିରେ ଅତିରିକ୍ତ ଭାବେ ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ରହିଥାଏ । ରେଡ଼ିଓ ଶ୍ରୋତାଙ୍କ ପରି ଟେଲିଭିଜନ ଦର୍ଶକଙ୍କର ରିପୋର୍ଟିଂ ବ୍ୟବଧାନ ଉପରେ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ନଥାଏ । କୌଣସି ବିବରଣୀ ଶୁଣିବା ବା ଦେଖିବା ପାଇଁ ଦର୍ଶକ ପଛକୁ ଫେରିପାରନ୍ତି ନାହିଁ । ସିବିଏସ୍‌ର ପୂର୍ବତନ ବାର୍ତ୍ତା ସଂପାଦକ ଏଡ୍ ବ୍ଲିସଙ୍କ ମତରେ 'ଏକ୍ଷେତ୍ରରେ ଶବ୍ଦ କହିଦିଆଯାଏ, କୁହାଗଲା ପରେ ଏହାକୁ ଆଉ ଫେରାଇ ଅଣାଯାଇପାରେ ନାହିଁ' ।

ଟେଲିଭିଜନ ବିବରଣୀରେ ସ୍ୱଚ୍ଛ ସଂପାଦନା ହୋଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ବିବରଣୀ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ, ଶାଣିତ ଓ ମନଛୁଆଁ ଭାଷାରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଟେଲିଭିଜନ ରିପୋର୍ଟିଂ ବିବରଣୀ ଆଳାପତୁଲ୍ୟ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହାର ବିବରଣୀ ଢ଼ାଞ୍ଚା ସର୍ବଦା ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ହେବାର ଆବଶ୍ୟକତା ନାହିଁ । ଏହାସତ୍ତ୍ୱେ ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟ ରହିଥାଏ । ନିଷ୍କର୍ଷମୂଳକ ଭାବେ ଏହାର ସମାପ୍ତି ଘଟେ ।

ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମ ପରି ଏହା ଧିରେଧିରେ ଶେଷ ହୋଇନଥାଏ । ରେଡ଼ିଓ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପରି ଦର୍ଶକ ଟେଲିଭିଜନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଦେଖିଥାନ୍ତି । ଟେଲିଭିଜନ ଖବର ବିବରଣୀର ହାରାହାରି ସମୟ ସୀମା ୧ ମିନିଟ ୩୦ ସେକେଣ୍ଡ। ମିନିଟ୍ ପିଛା ୧୮୦ଟି ଲେଖାଁଏ ଶବ୍ଦ ପାଠ କରାଯାଏ । ତେଣୁ ରେଡ଼ିଓ ଓ ଟେଲିଭିଜନ ପାଇଁ ଗୋଟିଏ ଖବର ଯଥାକ୍ରମେ ୯୦ ଓ ୨୭୦ ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ।

ଟେଲିଭିଜନ ରିପୋର୍ଟ ସାଧାରଣତଃ ସରଳ ବାକ୍ୟରୁ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ଖବରର ଅଗ୍ରମାରମ୍ଭ ସଂପର୍କରେ ସୂଚନା ଦେଇଥାଏ । ଏଥିରେ ରିପୋର୍ଟରର ବର୍ଣ୍ଣନା କିମ୍ବା ଭଏସ ଓଭର ଓ ଭିଡ଼ିଓ ରହିଥାଏ । ଏଥିରେ ସ୍ଥିର ବା ଆନିମେଟେଡ଼ ରେଖାଚିତ୍ର ସଂଯୋଗ କରାଯାଇପାରେ । ପ୍ରତ୍ୟେକ ବିବରଣୀର ଏକ ଲିଡ଼ ବା ଇଣ୍ଟ୍ରୋ ରହିଛି ଯେଉଁଥିରେ ଖବରର ନିର୍ଯ୍ୟାସ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଖବର ସଂପର୍କରେ ଅବଗତ ହେବା ପାଇଁ ଦର୍ଶକ ଚାହୁଁଥିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ଲିଡ଼ରେ ସ୍ଥାନିତ ହେବା

ଆବଶ୍ୟକ । ଖବର ବିବରଣୀ ଓ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଭିତ୍ତିରେ ଏହା ବିଭିନ୍ନ ଶୈଳୀ ଓ ଢ଼ାଞ୍ଚାରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାଏ । ଏକ ଲିଡ଼-ଇନ୍ ଖବର ଆଭିମୁଖ୍ୟସଂପନ୍ନ ହେବା ସହ ଏଥିରେ କେବଳ ତଥ୍ୟ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଯଦି ବିଷୟବସ୍ତୁ ଆଳାପ ପରି ବା ସାମୟିକ ହୋଇଥିବ ତାହାଲେ ଲିଡ଼-ଇନକୁ ଅଧିକ ସୃଜନାତ୍ମକ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଟିଭି ରିପୋର୍ଟିଂରେ ମୌଳିକ କାହାଣୀକୁହା ନୀତି ଅନୁସୃତ ହୋଇଥାଏ । ଲିଡ଼ ସର୍ବଦା ୫ 'ଡ଼ବ୍ଲ୍ୟୁ' ଓ ୧ 'ଏଚ୍' ହୋଇଥିବା ଆବଶ୍ୟକ ନୁହେଁ । କାରଣ ଏହା ବିବରଣୀକୁ ଅଧିକ ଦୀର୍ଘ କରିଦେବ। ଦୁଇରୁ ତିନୋଟି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଚୟନ କରି ଏହାକୁ ଲିଡ଼ରେ ସ୍ଥାନିତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଲିଡ଼ ପରକୁ ଅନ୍ୟ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉପସ୍ଥାପନା କରାଯିବ । ଟିଭି ବିବରଣୀରରେଏକକ ଭାବନା ରହିଥାଏ । ଏଥିରେ ବହୁ ଖଣ୍ଡବାକ୍ୟ ବା ବାକ୍ୟାଂଶ ରହିନଥାଏ । ଏହାଫଳରେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ପାଇଁ ଉପସ୍ଥାପନା ସହଜ ହେବା ସହଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ବୋଧଗମ୍ୟ ହୋଇଥାଏ ।

କ୍ଷୁଦ୍ର ବାକ୍ୟ ବ୍ୟବହାର କରାଯିବା ଉଚିତ୍ । ଏହାଦ୍ୱାରା ଏକ ନିଶ୍ୱାସରେ ଉଚ୍ଚ ସ୍ୱରରେ ବାକ୍ୟଟି ପଢ଼ାଯାଇପାରିବ । ଶବ୍ଦର ଧ୍ୱନୀ ପ୍ରତି ରେଡ଼ିଓ ଓ ଟେଲିଭିଜନ ସାମ୍ବାଦିକ ସଚେତନ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ବିଷୟବସ୍ତୁ ସଠିକ୍ ଭାବେ ଉଚ୍ଚାରଣ କରାଯିବା ଉଚିତ୍ । ତ୍ରୁଟିପୂର୍ଣ୍ଣ ଉଚ୍ଚାରଣ କଲେ ପଠନ ମଧ୍ୟରେ ଝୁଣ୍ଟିବାକୁ ପଡ଼ିବ ବା ତ୍ରଟିଯୁକ୍ତ ଉଚ୍ଚାରଣ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଯିବ । ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମ ତୁଳନାରେ ଟିଭି ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ବିବରଣୀ ଆଳାପଯୁକ୍ତ ଢ଼ାଞ୍ଚାରେ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ଜନସାଧାରଣ ଯେଉଁଭଳି ଭାବେ କହିଥାନ୍ତି ଠିକ୍ ସେହିଭଳି ଭାବେ ଏହା ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ଏହି ଭାବ ବଜାୟ ରଖିବା ପାଇଁ ଟିଭି ରିପୋର୍ଟରେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ନାମ ସାଂଗିଆ ଲେଖାଯାଇନଥାଏ । ନାମ ସହିତ ନିହାତି ଗୁରୁତ୍ୱ ନଥିଲେ ନାମର ମଝି ଅଂଶ ବାଦ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ବିବରଣୀର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ପ୍ରଥମେ ରହିବ । 'ତତ୍କାଳ' ହେଉଛି ଟିଭି ଖବରର ମୁଖ୍ୟ ଉପାଦାନ।

ଖବରକାଗଜରେ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଯାହା ଟେଲିଭିଜନ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ବାଇଟ ବ୍ୟବହାର ତାହା । ବାଇଟ ସତର୍କତାର ସହ ଚୟନ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ବୁଝିବା ପାଇଁ ଏହା ସୁସ୍ପଷ୍ଟ ହୋଇଥିବା ଆବଶ୍ୟକ ।ଧ୍ୱନୀ ବାଇଟ ବ୍ୟତୀତ ଟେଲିଭିଜନ ବିବରଣୀରେ କିଛି 'ସ୍ୱାଭାବିକ' ଓ 'ଅନିୟନ୍ତ୍ରିତ' ଧ୍ୱନୀ ସଂଯୁକ୍ତ ହୋଇଥାଏ । ଏହି ଧ୍ୱନୀ ଖବର ସଂଗ୍ରହ ସମୟରେ ହିଁ ରେକର୍ଡ଼ିଂ ହୋଇଯାଇଥାଏ । ଏହି ଧ୍ୱନୀ ବ୍ୟବହାର କରି ବିବରଣୀ ଉପସ୍ଥାପନା କରାଗଲେ ଦର୍ଶକ ସତେଯେପରି ଘଟଣାସ୍ଥଳରେ ରହିଛନ୍ତି ତାହା ଅନୁଭବ କରିଥାନ୍ତି । ଏପରି ହେଲେ ରିପୋର୍ଟରକୁ ଅଧିକ ଦର୍ଶାଇବାକୁ ପଡ଼ିବ ନାହିଁ ।

ଟେଲିଭିଜନ ସମ୍ବାଦ ସଂଗ୍ରହରେ ଭିଡ଼ିଓ ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଂଶ । ବିବରଣୀକୁ ଅଧିକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ କରିବା ପାଇଁ ଏହାକୁ ଶବ୍ଦ ସହ ସଂଯୋଗ କରାଯାଇଥାଏ । ବିବରଣୀରେ ଶବ୍ଦ 'କାହିଁକି' ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦେଉଥିବାବେଳେ ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ 'କଣ' ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦେଇଥାଏ । ଏକଥା ଗୁହାଯାଏ ଯେ, 'ଦେଖିବା ବିଶ୍ୱାସଯୋଗ୍ୟ କିନ୍ତୁ ବୁଝିବାଯୋଗ୍ୟ ନୁହେଁ' । ଭିଡ଼ିଓ ସହ ତାଳମେଳ ରଖି ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଉଭୟ ମଧ୍ୟରେ ତାଳମେଳ ରହିଲେ ଦର୍ଶକ ବିବରଣୀକୁ ଅଧିକ ବୁଝିପାରିବା ସହ ମନେ ରଖିପାରନ୍ତି । ଯଦି ଭିଡ଼ିଓ ଓ ବିବରଣୀ ମଧ୍ୟରେ ତାଳମେଳ ନରୁହେ ତାହେଲେ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ ବାଧାପ୍ରାପ୍ତ ହେବ । ଫଳରେ ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଖବର ବୋଧଗମ୍ୟ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ । ଭିଡ଼ିଓ ଓ ବିବରଣୀ ମଧ୍ୟରେ ତାଳମେଳ ରଖିବା ଅର୍ଥ ନୁହେଁ ଯେ ରିପୋର୍ଟର ଖାଲି ବର୍ଣ୍ଣନା କରିଦେବେ ଓ ଦର୍ଶକ ଦେଖିବେ । ଅଡ଼ିଓ ଟ୍ରାକ୍‌ରେ ଭାବ ଓ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ନେଇ ଅଧିକ ସୂଚନା ଦିଆଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ସାଧାରଣତଃ ଅସଂପାଦିତ ଭିଡ଼ିଓ ଟେପ ଦେଖି ଟେଲିଭିଜନ ଖବର ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ଏହା ଉପଯୁକ୍ତ ଭାବେ ଶବ୍ଦ ଓ ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ସଜ୍ଜୀକରଣରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ଶବ୍ଦ ଆକାରରେ ସମସ୍ତ ନୂଆ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ବା ଛବି ଜନତାଙ୍କ ଉପରେ ଅଧିକ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ । ଅର୍ଥନୀତି ପରି କେତେକ ବିଷୟ ପାଇଁ ନୂଆ ଭିଡ଼ିଓ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇନଥାଏ । ଏକ୍ଷେତ୍ରରେ ଫାଇଲ ଟେପ୍ ଓ ଗ୍ରାଫିକ୍ ବ୍ୟବହାର କରି ବିବରଣୀ ବାଖ୍ୟା କରାଯାଇପାରିବ । ରେଖାଚିତ୍ର, ଚାର୍ଟ ବା ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ଦ୍ୱାରା ସଂଖ୍ୟାତ୍ମକ ବିବରଣୀ ଉପସ୍ଥାପନ କରାଯାଇପାରିବ ।

୪.୭: ୱେବ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତି

ନିଜର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ସହ ମୁଦ୍ରିତ ଓ ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମର ମିଶ୍ର ଚରିତ୍ର ୱେବ ମିଡ଼ିଆ ବା ଅନ୍‌ଲାଇନ ମିଡ଼ିଆରେ ଦେଖିବାକୁ ମିଳେ । ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କୁ ବିବରଣୀ ପଢ଼ିବା ସହ ଏହାର ସୂତ୍ରକୁ ପରୀକ୍ଷାନୀରିକ୍ଷା କରିବା ପାଇଁ ଏହି ମାଧ୍ୟମ ସୁଯୋଗ ଦେଇଥାଏ । ଏହି ମାଧ୍ୟମରେ ବିଭିନ୍ନ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ମତବିନିମୟର ସୁଯୋଗ ମଧ୍ୟ ରହିଛି । ଅନ୍ ଲାଇନ ସମ୍ବାଦ ବିବରଣୀରେ ସାକ୍ଷାତକାର ଅଡ଼ିଓ କ୍ଲିପ, ସରକାରୀ ଦସ୍ତାବିଜର ଲେଖାଂଶ ଓ ମାନଚିତ୍ର ଆଦି ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ । ବିବରଣୀଟି ପାଠକର ବୋଧଗମ୍ୟ ହେବା ଢ଼ାଞ୍ଚାରେ ଏସବୁ ଉପାଦାନ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ ।

ଅନ୍‌ଲାଇନ ମାଧ୍ୟମର ଅନନ୍ୟ ଦିଗଟି ହେଲା ଆନ୍ତଃ ମତବିନିମୟ ବ୍ୟବସ୍ଥା । ବ୍ୟବହାରକାରୀ ପାଠକ ଏଥିରେ ପଢ଼ିବା ପାଇଁ ନିଜ ମନପସନ୍ଦ ସମ୍ବାଦ ଚୟନ କରିପାରିବେ ଏବଂ ନିଜ ମତାମତ ମଧ୍ୟ

ପ୍ରଦାନ କରିପାରିବେ । ଅଧିକାଂଶ ଅନଲାଇନ ମାଧ୍ୟମରେ ପାଠକୀୟ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ବା ମତାମତ ପାଇଁ କିଛି ସ୍ଥାନ ଧାର୍ଯ୍ୟ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହି ମତାମତ ବା ପ୍ରତିକ୍ରିୟାକୁ ଅନ୍ୟମାନେ ପଢ଼ି ମଧ୍ୟ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ଦେଇପାରନ୍ତି । ଅନ୍‌ଲାଇନ ମାଧ୍ୟମର ଅନ୍ୟ ଏକ ଦିଗ ହେଲା ମଲଟିମେଡ଼ିଆ ଉପଯୋଗ । ବିବରଣୀକୁ ଏକ ନୂତନ ରୂପରେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବା ପାଇଁ ମଲଟିମେଡ଼ିଆରେ ଅଡ଼ିଓ, ଭିଡ଼ିଓ, ରେଖାଚିତ୍ର ବା ଅନ୍ୟ କିଛି ପ୍ରଣାଳୀ ଉପଯୋଗ କରାଯାଇଥାଏ । ଆନ୍ତଃ ମତବିନିମୟ ଓ ମଲଟିମେଡ଼ିଆ ହେଉଛି ଅନ୍‌ଲାଇନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ସମନ୍ୱିତ ଚରିତ୍ର ଯାହା ଖବର ରିପୋର୍ଟିଂକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିଥାଏ ।

ଅନ୍‌ଲାଇନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବୃହତ୍ତର ପାଠକଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚି ପାରିବା ସହ ଏଥିରେ ଖବର ଲେଖିବା ପାଇଁ ଯଥେଷ୍ଟ ସ୍ଥାନ ରହିଥାଏ । ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପରି ପ୍ରତିଟି ମିନିଟ ହେଉଛି ଅନ୍‌ଲାଇନ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ଶେଷ ସମୟ ବା ଡେଡ଼ଲାଇନ । ସେହିପରି ଅନ୍‌ଲାଇନରେ ମାଧ୍ୟମରେ ସ୍ଥାନିତ ଖବର ତତ୍କାଳ ସଂଶୋଧନ କରାଯାଇପାରିବ ବା ଏଥିରେ କିଛି ପରିବର୍ତ୍ତନ ଅଣାଯାଇପାରିବ ଯାହା ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସମ୍ଭବପର ହୋଇନଥାଏ । ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପରି ଏହି ମାଧ୍ୟମରେ ଖବର ପଢ଼ାଯାଇ ପାରିବ । କିନ୍ତୁ ଏହାର ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଢ଼ାଞ୍ଚା ଖବରକାଗଜ ସହ ସମାନ ନୁହେଁ । ଅନ୍‌ଲାଇନ ସମ୍ବାଦ ପାଠକ କେବଳ ଯେ ଖବର ପଢ଼ନ୍ତି ସେକଥା ନୁହେଁ ସେମାନେ ଏଥିସହ ମତବିନିମୟ କରିଥାନ୍ତି । ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମ ପରି ଏହା ସ୍ଥିର ନୁହେଁ । ହାଇପର ଲିଙ୍କ ଜରିଆରେ ଏହା ଭିଡ଼ିଓ କ୍ଲିପ ବା ନଥିପତ୍ର ଦେଖିବା ପାଇଁ ପାଠକଙ୍କୁ ସୁଯୋଗ ଦେଇଥାଏ । ଏହି ମାଧ୍ୟମ ପାଠକଙ୍କୁ ସକ୍ରିୟ ଅଂଶଗ୍ରହଣକାରୀରେ ପରିଣତ କରିଥାଏ ।

ମୁଦ୍ରିତ ଗଣାମଧ୍ୟମ ପରି ଅନ୍‌ଲାଇନରେ ଖବର ଉପଯୋଗ ସମାନ ନୁହେଁ । ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପୂର୍ବରୁ କଣ ପଢ଼ାଯାଇଛି ଓ ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ କଣ ପଢ଼ିବାକୁ ଯାଉଛନ୍ତି ତାହା ଜଣାଇ ଥାଏ । ଏହାକୁ ଯୁକ୍ତିସିଦ୍ଧ ଭାବେ କ୍ରମାନ୍ୱୟରେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯାଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ଅନ୍‌ଲାଇନ ବ୍ୟବହାରକାରୀ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ବିବରଣୀ ଏଡ଼ାଇ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଦ୍ରୁତ ଭାବେ ପାଠ କରିଥାନ୍ତି ।ଏକଥା ଦେଖାଯାଇଛି ଯେ, ବ୍ୟବହାରକାରୀ ଗୋଟଗୋଟି କରି ପଢ଼ିବା, ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା, ସାରାଂଶ ଓ କ୍ୟାପସନ୍ ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବା ପରିବର୍ତ୍ତେ ଏହାକୁ ସ୍କାନ କରିଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଆବଶ୍ୟକ କରୁଥିବା ସୂଚନା ଯଦି ଏହି ସ୍କାନରୁ ଉପଲବ୍ଧ ନହୁଏ ତାହାଲେ ସେମାନେ ଏହାକୁ ଖୋଜିବାରେ ସମୟ ନଷ୍ଟ କରନ୍ତି ନାହିଁ । ସବିଶେଷ ପଠନ ପରିବର୍ତ୍ତେ ପାଠକ କ୍ଷୁଦ୍ର ଅନୁଚ୍ଛେଦକୁ ପସନ୍ଦ କରିଥାନ୍ତି । ବିବରଣୀ ଯେତେ ଦୀର୍ଘ ହେବ ୱେବ ବ୍ୟବହାରକାରୀ ସଂଖ୍ୟା ସେତେ ହ୍ରାସ ପାଇବ । ଏହାର କାରଣ ହେଲା ସମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ପଠନ ତୁଳନାରେ ୱେବ ପଠନ ୨୫% ମନ୍ଥର ହୋଇଥାଏ । ଏଥିରେ ଆଖି ଉପରେ ଚାପ ପଡ଼ିବା ସହ ଅବସନ୍ନ ଲାଗେ ।

ଅନ୍‌ଲାଇନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତି ସମୟରେ ଏକାଧିକ ବିଷୟ ଯଥା ଶବ୍ଦ, ଚିନ୍ତାଧାରା, ଖବର ଗଠନ, ଡ଼ିଜାଇନ, ମତବିନିମୟ, ଅଡ଼ିଓ, ଭିଡ଼ିଓ, ଫଟୋ ଓ ଖବର ଚୟନ ପ୍ରତି ଏକ ସ୍ୱରରେ ଦୃଷ୍ଟି ଦିଆଯିବା ଉଚିତ୍ । ଟେଲିଭିଜନରେ ଖବର ଦେଖାଯାଇଥାଏ । ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମ ଖବର ସଂପର୍କରେ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ଭାବେ ଜଣାଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ଅନ୍‌ଲାଇନ କହିଥାଏ, ଦେଖାଇଥାଏ, ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିଥାଏ ଓ ମତବିନିମୟ ମଧ୍ୟ କରିଥାଏ ।

ଅନ୍‌ଲାଇନ ଖବରର ସର୍ବାଧିକ ଆଦୃତ ମୌଳିକ ଢ଼ାଞ୍ଚାକୁ 'ପ୍ରିଣ୍ଟ ପ୍ଲସ' ବୋଲି କୁହାଯାଇଥାଏ । ଏହାର ଅର୍ଥ ହେଲା ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପରି ଅନଲାଇନ ମାଧ୍ୟମ ଖବର ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରିବା ସହ ଫଟୋ, ଅଡ଼ିଓ, ଭିଡ଼ିଓ, ହାଇପରଲିଙ୍କ ଆଦି ଅତିରିକ୍ତ ବିଷୟ ପ୍ରଦାନ କରି ଏହାକୁ ଅଧିକ ସୂଚନାଧର୍ମୀ କରିଥାଏ । ହାଇପରଲିଙ୍କ ବ୍ୟବହାର କରି ପାଠକ ଅନ୍ୟ ୱେବ ପୃଷ୍ଠାରୁ ଅତିରିକ୍ତ ସୂଚନା ପାଇପାରିବେ । ଏହି ସୂଚନା ଅନ୍ୟକୌଣସି ସୂତ୍ର ଯୋଗଇଥିବେ ଏବଂ ଏଥିରେ ଅଧିକ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ଓ ଇତିହାସ ବିଷୟବସ୍ତୁ ରହିଥିବ । ବିବରଣୀ ବୁଝିବା ପାଇଁ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଭାବେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥିବା 'କ୍ଲିକେବଲ ଇଣ୍ଟରଆକ୍ଟିଭ' କିମ୍ବା ମଲଟିମେଡ଼ିଆ ଗ୍ରାଫିକ୍ସ ଉପଯୋଗ କରାଯାଇପାରେ । ଏହା ଏକ ଅଭିନବ ଧାରା । ଗ୍ରାଫିକ୍ସ ଲମ୍ବ ଆକାରରେ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ପାଠକ ଏହାକୁ ନିଜ ଇଚ୍ଛା ମୁତାବକ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଦେଖିପାରିବେ ବା ପଢ଼ିପାରିବେ ।

ଅନ୍‌ଲାଇନ ଖବର ଲିଖନ ହେଉଛି ଉଭୟ ମୁଦ୍ରିତ ଓ ପ୍ରାସାରଣ ମାଧ୍ୟମ ଲେଖାର ଏକ ଶଙ୍କର ବା ମିଶ୍ରିତ ଉତ୍ପାଦ । ପ୍ରସାରଣ ମାଧ୍ୟମରେ ବ୍ୟବହାର ହେଉଥିବା ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଓ ସରଳ ଲେଖା ଶୈଳୀ ଅନ୍‌ଲାଇନ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ପ୍ରଯୁଜ୍ୟ । ପ୍ରସାରଣ ମାଧ୍ୟମ ପର ଏଥିରେ ଆଳାପଯୁକ୍ତ ସ୍ୱର ଉତ୍ତମ । କିନ୍ତୁ ବ୍ୟାକରଣ ଓ ବନାନ ଅନ୍‌ଲାଇନ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ।

ମୁଖ୍ୟ ଶିରେନାମା, ଉପ ଶିରୋନାମା ଓ ଟିଜର ଅନ୍‌ଲାଇନ ଖବର ରିପୋର୍ଟିଂ ପାଇଁ ବେଶ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରିଥାଏ । ଖବରକୁ କ୍ଲିକ୍ କରି ଅଧିକରୁ ଅଧିକ ପଢ଼ିବା ପାଇଁ ପ୍ରଲୋଭିତ କଲାଭଳି ଏହା ହେବା ଉଚିତ୍ । ଏଥିରେ ଏକାଧିକ ମୁଖ୍ୟ ଶବ୍ଦ କିମ୍ବା ସଂଯୋଗୀ ଶବ୍ଦ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ, ଯଦ୍ୱାରା ପ୍ରବନ୍ଧ ସର୍ଚ୍ଚ ଇଞ୍ଜିନ ଦ୍ୱାରା ବାହାର କରାଯାଇପାରିବ । ବିଷୟବସ୍ତୁ ସଂପର୍କରେ ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମାର ପ୍ରଥମ ୩ଟି ଶବ୍ଦ ସୂଚନା ଦେଉଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । କାରଣ ବ୍ୟବହାରକାରୀ ବହୁ ସମୟରେ ୱେବ ପୋର୍ଟାଲ ଖବରର ବାମପାର୍ଶ୍ୱକୁ ସ୍କାନ କରିଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଲିଙ୍କର ଶେଷ ଶବ୍ଦ ଆଡ଼କୁ ଦୃଷ୍ଟି ଦିଅନ୍ତି ନାହିଁ । ଯଦି ପ୍ରଥମ ୩ଟି ଶବ୍ଦ ସେମାନଙ୍କୁ ଭଲ ନଲାଗେ ତାହାଲେ ସେମାନେ ଶେଷ ଶବ୍ଦ ଆଡ଼କୁ ଦେଖନ୍ତି ।

ବିବରଣୀ କଣ ସୂଚୀତ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛି ତାହା ଖବରର ଲିଡ଼ ତତ୍କାଳ ଜଣାଉଥିବା ଉଚିତ୍ । ବିଳମ୍ବିତ ବା ଉପାଖ୍ୟାନ ଲିଡ଼ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଅନ୍ୟ ପାଠ ଆଡ଼କୁ ହୁଏତ ଟାଣି ନେଇପାରେ । ଅନ୍‌ଲାଇନ ମାଧ୍ୟମରେ ଅନେକ ସ୍ଥାନ ରହିଥିଲେ ମଧ୍ୟ ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମ ତୁଳନାରେ ଏହାର ଖବର ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଭଲ ଅନ୍‌ଲାଇନ ଖବର ସାଧାରଣତଃ ୮୦୦ ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟରେ ଲେଖାଯାଇଥାଏ ଓ ଏହା ଗୋଟିଏ ପୃଷ୍ଠାରେ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ । ଅନ୍‌ଲାଇନ ରିପୋର୍ଟିଂ ପାଇଁ ଉପ-ଶିରୋନାମା ଓ ବୁଲେଟ ପଏଣ୍ଟ ବ୍ୟବହାର ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ ।

ଅନ୍‌ଲାଇନ ଖବର ରିପୋର୍ଟିଂର ଅନ୍ୟ ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଦିଗ ହେଲା ସର୍ଚ୍ଚ ଇଞ୍ଜିନ ଅପଟିମାଇଜେସନ (ଏସ୍‌ଇଓ) । ଏସ୍‌ଇଓ ଏକ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଯେଉଁଥିରେ ଲେଖକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ମୁଖ୍ୟ ଶବ୍ଦକୁ ପୃଷ୍ଠାରେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଶୃଙ୍ଖଳରେ ଲେଖିଥାନ୍ତି । ଏହାର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ସର୍ଚ୍ଚ ଇଞ୍ଜିନ ଲେଖାକୁ ଧରିପାରିବ ଓ ସର୍ଚ୍ଚ ଫଳାଫଳରେଏହାକୁ ଉଚ୍ଚ ମାନ୍ୟତା ପ୍ରଦାନ କରିପାରିବ । ଏହାଫଳରେ ଲେଖାର ନମନୀୟତା ଓ ଶବ୍ଦ

ଚୟନରେ କିଛିଟା ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥାଏ । ତେବେ ଲେଖାର ମୂଳ ନିର୍ଯ୍ୟାସକୁ ଅତୁଟ ରଖି ପାଠକ ସଂଖ୍ୟା ବୃଦ୍ଧି ଜରୁରୀ ହୋଇଥିବାରୁ ଅନ୍‌ଲାଇନ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଏସ୍‌ଇଓର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି ।

୪.୮: ପାର୍ଥକ୍ୟଗତ ତୁଳନା

ଉପରୋକ୍ତ ଆଲୋଚନାରୁ ଏକଥା ଜଣାଗଲା ଯେ, ସାମ୍ବାଦିକତାର ମୌଳିକ ନୀତି ସବୁ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ସମାନ ରହିଥିବାବେଳେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ମାଧ୍ୟମ ନିଜ ନିଜ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଭିତ୍ତିରେ ନିଜ ଶୈଳୀରେ ଖବର ପରିବେଷଣ କରିଥାନ୍ତି । ଗଣମାଧ୍ୟମ ପରିବେଶରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଓ ପାଠକ / ଦର୍ଶକଙ୍କ ଆଗ୍ରହକୁ ଦେଖି ସମସ୍ତେ ନିଜକୁ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷିତ କରାଇବା ପାଇଁ ଉଦ୍ୟମ କରିଥାନ୍ତି । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ପ୍ରସାରଣ ହ୍ରାସ ପାଇବା ଯୋଗୁଁ ଏବେ ସମ୍ବାଦପତ୍ରଗୁଡ଼ିକ ଲେଖାରେ କମ୍ ଆନୁଷ୍ଠାନିକ ଶୈଳୀ ଅବଲମ୍ବନ କରୁଛନ୍ତି । ପ୍ରସାରଣ ମାଧ୍ୟମ ଖବର ଓ ସମ୍ବାଦପତ୍ରକୁ ଅନ୍‌ଲାଇନ ମାଧ୍ୟମରେ ଏକୀକରଣ କରାଯାଉଛି । ଖବର ଚୟନ, ଦୈର୍ଘ୍ୟ ଓ ଲିଡ୍ ଚୟନ ସମସ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଜନସାଧାରଣ ଯେଉଁ ପ୍ରକାର ଖବର ଆବଶ୍ୟକ କରୁଛନ୍ତି ସେମାନଙ୍କୁ ସେହି ପ୍ରକାର ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ଖବର ଯୋଗାଇ ଦେବା ସମସ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଦାୟିତ୍ୱ ।

ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ:

୧. ଶବ୍ଦ ବ୍ୟବହାର
୨. ଶେଷ ସମୟ ବା ଡେଡ୍‌ଲାଇନ ସ୍ଥିର
୩. ଶିକ୍ଷିତ ପାଠକ
୪. ସାଧାରଣତଃ ଓଲଟ ପିରାମିଡ୍ ଶୈଳୀ ଅନୁସୃତ
୫. ପୁନର୍ବାର ପଢ଼ିପାରିବାର ସୁଯୋଗ
୬. ସୀମିତ ସ୍ଥାନ
୭. ଯୌଗିକ ବାକ୍ୟ ବ୍ୟବହର
୮. ପାଠକ ମନପସନ୍ଦ ଖବର ଚୟନ କରିପାରିବେ
୯. କମ୍ ଆଳାପଯୁକ୍ତ
୧୦. ସଠିକ୍ ବ୍ୟାକରଣ ଓ ବନାନ
୧୧. କିଛି ବୁଝାଇବା ପାଇଁ ଗ୍ରାଫିକ ବ୍ୟବହାର ।

ରେଡ଼ିଓ :

୧. ଶବ୍ଦ ତରଙ୍ଗ ବା ଧ୍ୱନୀ ବ୍ୟବହାର
୨. ପ୍ରତି ମିନିଟ୍ ହେଉଛି ଶେଷ ସମୟ ବା ଡେଡ୍‌ଲାଇନ
୩. ଅଶିକ୍ଷିତ ଶ୍ରୋତା ଥାଇପାରନ୍ତି
୪. ପ୍ରଥମେ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ

୫. ପୁନର୍ବାର ଶୁଣିବାର ସୁଯୋଗ ନାହିଁ
୬. ସୀମିତ ସମୟ
୭. ସରଳ ଓ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ବାକ୍ୟ ବ୍ୟବହାର
୮. ଶ୍ରୋତାଙ୍କୁ ଖବର ଶୁଣିବାକୁ ଅପେକ୍ଷା କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ
୯. ଆଳାପଯୁକ୍ତ
୧୦. ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ବୋଧଗମ୍ୟତା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ
୧୧. ଗ୍ରାଫିକ ବ୍ୟବହାର ପାଇଁ ସୁଯୋଗ ନାହିଁ ।

ଟେଲିଭିଜନ:
୧. ଶବ୍ଦ ତରଙ୍ଗ / ଧ୍ୱନୀ ଓ ଛବି / ଭିଡ଼ିଓ ବ୍ୟବହାର
୨. ପ୍ରତି ମିନିଟ୍ ହେଉଛି ଶେଷ ସମୟ ବା ଡେଡ଼ଲାଇନ
୩. ଅଶିକ୍ଷିତ ଦର୍ଶକ / ଶ୍ରୋତା ଥାଇପାରନ୍ତି
୪. ପ୍ରଥମେ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ
୫. ପୁନର୍ବାର ଶୁଣିବା / ଦେଖିବାର ସୁଯୋଗ ନାହିଁ
୬. ସୀମିତ ସମୟ
୭. ସରଳ ଓ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ବାକ୍ୟ ବ୍ୟବହାର
୮. ଶ୍ରୋତା / ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଖବର ଶୁଣିବାକୁ ଅପେକ୍ଷା କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ
୯. ଆଳାପଯୁକ୍ତ
୧୦. ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ବୋଧଗମ୍ୟତା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ
୧୧. ଗ୍ରାଫିକ ବ୍ୟବହାର ପାଇଁ ସୁଯୋଗ ।

ଅନ୍‌ଲାଇନ:
୧. ମଲଟି ମିଡ଼ିଆ (ଶବ୍ଦ, ଧ୍ୱନୀ, ଭିଡ଼ିଓ ଗ୍ରାଫିକ ଓ ଛବି ବ୍ୟବହାର
୨. ପ୍ରତି ମିନିଟ୍ ହେଉଛି ଶେଷ ସମୟ ବା ଡେଡ଼ଲାଇନ
୩. ଶିକ୍ଷିତ ଦର୍ଶକ / ପାଠକ ଥାଇପାରନ୍ତି
୪. ପ୍ରଥମେ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ
୫. ପୁନର୍ବାର ଶୁଣିବା / ଦେଖିବାର ସୁଯୋଗ ରହିଛି
୬. ସୀମିତ ପାଠକୀୟ ଏକାଗ୍ରତା
୭. ସରଳ ଓ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ବାକ୍ୟ
୮. ଶ୍ରୋତା / ଦର୍ଶକ ନିଜ ଖବର ଚୟନ କରିପାରିବେ
୯. ଅତ୍ୟଧିକ ଆଳାପଯୁକ୍ତ

୧୦. ସଠିକ୍ ବ୍ୟାକରଣ ଓ ବନାନ

୧୧. ଗ୍ରାଫିକ ବ୍ୟବହାର ପାଇଁ ସୁଯୋଗ ।

୪.୯: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

କ. ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ କିପରି ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଶୈଳୀରେ ରିପୋର୍ଟିଂ କରାଯାଇଥାଏ   ?

ଖ. ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମଠାରୁ ଅନ୍‌ଲାଇନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଲେଖା ଶୈଳୀ କାହିଁକି ଭିନ୍ନ ?