ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣ ଯୋଗାଯୋଗ

JMC 02/01

ରିପୋର୍ଟିଂ

ବ୍ଲକ୍ ୧

ୟୁନିଟ-୧ : ଖବର ବିଷୟରେ ଧାରଣା ଓ ଖବର ଲିଖନ

ୟୁନିଟ-୨ : ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ରିପୋର୍ଟିଂ

ୟୁନିଟ-୩: ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

ବିଶେଷଜ୍ଞ କମିଟି

ଡ. ମୃଣାଳ ଚାଟାର୍ଜୀ
ପ୍ରଫେସର ଓ ମୁଖ୍ୟ, ଭରାତୀୟ ଜନସଂଚାର ସଂସ୍ଥାନ, ଢ଼େଙ୍କାନାଳ **-ଅଧ୍ୟକ୍ଷ**

ଡ. ଆଶିଷ କୁମାର ଦ୍ୱିବେଦୀ, ଆସିଷ୍ଟାଣ୍ଟ ପ୍ରଫେସର (କମ୍ୟୁନିକେସନ୍ ଷ୍ଟଡ଼ିଜ୍), ଶିକ୍ଷା ଓ ଅନୁସନ୍ଧାନ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ଭୁବନେଶ୍ୱର **-ସଭ୍ୟ**

ଶ୍ରୀ ସୁଧୀର ପଟ୍ଟନାୟକ,ସଂପାଦକ, ସମଦୃଷ୍ଟି **-ସଭ୍ୟ**

ଶ୍ରୀ ସୁଜିତ କୁମାର ମହାନ୍ତି, ଆସିଷ୍ଟାଣ୍ଟ ପ୍ରଫେସର, ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣ ଯୋଗାଯୋଗ ବିଭାଗ, ଓଡ଼ିଶା କେନ୍ଦ୍ରୀୟ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, କୋରାପୁଟ**-ସଭ୍ୟ**

ଡ. ଦୀପକ ସାମନ୍ତରାୟ
ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ, ନେସ୍‌ନାଲ ଏକାଡେମୀ ଅଫ୍ ବ୍ରଡ଼କାଷ୍ଟିଂ ଆଣ୍ଡ ମଲ୍‌ଟିମିଡ଼ିଆ, ଭୁବନେଶ୍ୱର**-ସଭ୍ୟ**

ଶ୍ରୀ ଜ୍ୟୋତି ପ୍ରକାଶ ମହାପାତ୍ର, ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣ ଯୋଗାଯୋଗ ବିଭାଗ, ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର **-ଆବାହକ**

ମୂଳ ଇଂରାଜୀ	ଅନୁବାଦ	ସଂପାଦନା
ସଂଜୟ ସାହୁ	**ରାମଚଣ୍ଡୀ ପ୍ରସାଦ ରଣସିଂହ**	**ଜ୍ୟୋତି ପ୍ରକାଶ ମହାପାତ୍ର**
ଜ୍ୟୋତି ପ୍ରକାଶ ମହାପାତ୍ର	ସାମ୍ବାଦିକ	ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣ ଯୋଗାଯୋଗ ବିଭାଗ ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର

ସାମଗ୍ରୀ ଉତ୍ପାଦନ

ଡ. ଜୟନ୍ତ କର ଶର୍ମା
କୁଳସଚିବ
ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର

© OSOU, 2018. *Reporting* is made available under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 http://creativecommons.org/licences/by-sa/4.0

Printers by : Sri Mandir Publication, Sahid Nagar, Bhubaneswar

ୟୁନିଟ – ୧: ଖବର ବିଷୟରେ ଧାରଣା ଓ ଖବର ଲିଖନ

୧.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୧.୨ ବିଷୟ ପରିଚୟ

୧.୩ ଖବର ସଂପର୍କରେ ଧାରଣା

୧.୪ ଖବରର ଢ଼ାଞ୍ଚା ଓ ଉପାଦାନ

୧.୫ ଖବରର ପ୍ରକାର ଭେଦ

୧.୬ ଖବରର ଆଦ୍ୟାଂଶ ଓ ପ୍ରକାର ଭେଦ

୧.୭ ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼, ରଚନାତ୍ମକ, ସ୍ୟାଣ୍ଡ କ୍ଲକ ଓ ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ ଢ଼ାଞ୍ଚା

୧.୮ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀରୁ ଖବର ସଂଗ୍ରହ, କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ, ସମାବେଶ ଓ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରରୁ ଲିଖନ ଶୈଳୀ

୧.୯ ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧.୧ ପଠନ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ଅଧ୍ୟାୟର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ଖବର କଣ ଓ କାହା ଦ୍ୱାରା ଖବର ସୃଷ୍ଟି ସେସଂପର୍କରେ ଅବଗତ ହେବା । ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଖବର ଲିଖନ ଶୈଳୀ ଓ ବିଭିନ୍ନ କିସମ ଖବର ରିପୋର୍ଟିଂ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କରିବା ।

ଏହି ଅଧ୍ୟାୟ ସମାପ୍ତି ସହ ନିମ୍ନ ବିଷୟ ସଂପକରେ ଜାଣିବା

. ଖବର ସଂଜ୍ଞା ଓ ସେ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ଧାରଣା

. ଖବର ଲିଖନ ଶୈଳୀ

. ବିଭିନ୍ନ କିସମ ଖବର ରିପୋର୍ଟିଂ

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 ଜାଣିବା ପାଇଁ ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ କରେ । ଏଥିପାଇଁ ଆମେ ପ୍ରତିଦିନ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପଢୁ ଓ ଟେଲିଭିଜନ ଦେଖୁ । ସଂପ୍ରତି ମୋବାଇଲ ଫୋନ ଜରିଆରେ ମଧ୍ୟ ସୂଚନା ମିଳିପାରୁଛି । ଆମା ଆଖପାଖରେ ଅନେକ ଘଟଣା ଘଟିଯାଉଛି । କିନ୍ତୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭାବେ ବିବେଚିତ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ଟେଲିଭିଜନ, ରେଡ଼ିଓ ଓ ୱେବସାଇଟ ଏଥିମଧ୍ୟରୁ କିଛି ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି, ସମସ୍ତ ସୂଚନା ନୁହେଁ । ସମସ୍ତ ସୂଚନା ଯୋଗଇବା 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 ଅଧ୍ୟାୟରେ ଆମେ ଖବରର ଉପାଦାନ ଓ ଖବରର ତତ୍ତ୍ୱ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା । ଏଥିସହ ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଖବର ଲେଖା ଓ ବିଭିନ୍ନ କିସମ ଖବର ଶୈଳୀ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କରିବା ।

୧.୩ ଖବର ତତ୍ତ୍ୱ

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 ୩ଟି 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 ପ୍ରଥମ ବାଳିକା 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 ।

ଖବର ମନୋନୟନ ପାଇଁ ମୌଳିକ ମାନଦଣ୍ଡ

ନୂତନ ହିଁ ସମ୍ବାଦ: ସମ୍ବାଦ ସର୍ବଦା ନୂଆ । ପ୍ରଖ୍ୟାତ ଓଡ଼ିଆ ଗାୟକ ଅକ୍ଷୟ ମହାନ୍ତିଙ୍କ ପରଲୋକ ସେହିଦିନର ପ୍ରମୁଖ ଖବର 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 ଖବର ପଦବାଚ୍ୟ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ । ଯଦି ଏହା ପ୍ରଥମ ଥର ପାଇଁ ପ୍ରକାଶିତ ହେଉଥିବ ତାହାଲେ ଏହା ସମ୍ବାଦ ପଦବାଚ୍ୟ ହୋଇପାରିବ, ଏଥିପାଇଁ ସମୟ ଗ୍ରହଣୀୟ ନୁହେଁ ।

> କୁକୁର ମଣିଷକୁ କାମୁଡ଼ିଲା
> ଖବର ନୁହେଁ
> ମଣିଷ କୁକୁରକୁ କାମୁଡ଼ିଲା
> ଖବର ହୋଇପାରେ

ସମ୍ବାଦ ଅସାଧାରଣ: ପ୍ରତିଟି ମୁହୂର୍ତ୍ତରେ ଆମ ଆଖପାଖରେ ଘଟଣା ଘଟୁଛି । କିନ୍ତୁ ସେସମସ୍ତ ଖବର 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 ଖବର ହୋଇପାରିବ । ଖବର ଏକ ସୁନ୍ଦର ସଂଜ୍ଞା ହେଲା 'କୁକୁର ମଣିଷକୁ କାମୁଡ଼ିବା ଖବର ନୁହେଁ, ମଣିଷ କୁକୁରକୁ କାମୁଡ଼ିବା ଏକ ଖବର' ।

ସମ୍ବାଦ ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ: କେତେକ ଘଟଣା ନୂଆ ଓ ଅସାଧାରଣ ହୋଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ପାଠକଙ୍କ ଅନାଗ୍ରହ ଯୋଗୁଁ ଏହା ଖବର 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 ଖବର 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 ଖବର 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 ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ ନଥାନ୍ତି । କିନ୍ତୁ ଏହି ଅଣମନୁଷ୍ୟକୃତ ପ୍ରାକୃତିକ ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ଯେତେବେଳେ ଜନତାଙ୍କ ଜୀବନକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରେ ସେତେବେଳେ ଏହା ଖବର 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 ଖବର ନୁହେଁ କିନ୍ତୁ ଏକ ଆଦିବାସୀ ପଡ଼ାର ବାଳିକାଟିଏ ବିଦ୍ୟାଳୟକୁ ଯିବା ଖବର ହୋଇପାରେ । ଇଣ୍ଟରନେଟ ଓ ଟିଭି ଆଗମନ ପୂର୍ବରୁ ଗତକାଲିର ଘଟଣାବଳୀ ଖବର ହୋଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ବର୍ତ୍ତମାନର ୨୪ ଘଣ୍ଟିଆ ଖବର ଚ୍ୟାନେଲରେ ସକାଳ ଖବର ଅପରାହ୍ନକୁ ବାସି ହୋଇଯାଉଛି ।

୧.୩.୧ ଖବରର ସଂଜ୍ଞା / ପରିଭାଷା:

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

ୱିଲିୟମ ରିଭର୍ସଙ୍କ ମତରେ ଖବର ହେଉଛି ତଥ୍ୟ, ଘଟଣା, ସଂଖ୍ୟାଧିକ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପାଇଁ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରୁଥିବା ବିଷୟର ଏକ ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତିତା ବିବରଣୀ । ତାଙ୍କ ମତରେ ଖବରର ୨ ପ୍ରମୁଖ ଉପାଦାନ ହେଲା 'ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତିତା' ଓ 'ସଂଖ୍ୟାଗରିଷ୍ଠ' ଜନତାଙ୍କ ଆଗ୍ରହ । ଏକ ଖବର ସମୟସୀମା ମଧ୍ୟରେ ରହିଥାଇପାରେ । କିନ୍ତୁ ଏଥିପ୍ରତି ଯଦି ଜନତାଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ନରହିବ ତାହାଲେ ଏହା ଖବର ପଦବାଚ୍ୟ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ । ସେହିପରି ଜନତାଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ଥିଲେ ମଧ୍ୟ ସଠିକ୍ ସମୟରେ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇନପାରିଲେ ଏହା ଖବର ପଦବାଚ୍ୟ ନୁହେଁ । ନିୟୁ ୱର୍କ ହେରାଲ୍ଡ ଟ୍ରିବ୍ୟୁନର ଷ୍ଟାନ୍‌ଲି ୱାକରଙ୍କ ମତରେ ଖବରର କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସଂଜ୍ଞା ନାହିଁ । ପବନଠାରୁ ସମ୍ବାଦ ଅଧିକ ଅକଳନୀୟ । ବେଳେବେଳେ ପିରାମିଡ଼ଠାରୁ ଅଧିକ ପୁରୁଣା ଚରିତ୍ରଙ୍କୁ ନେଇ ଖବର ପୁନଃପ୍ରକାଶିତ ହୋଇପାରିବ । ପୁଣି ବେଳେବେଳେ ସାଧାରଣ ଅନୁଭୂତିର ବାହାରେ ଖବର ସୃଷ୍ଟି ହୋଇପାରେ । ପୁଲିଜର ପୁରସ୍କାର ପ୍ରତିଷ୍ଠାତା ଜୋସେଫ ପୁଲିଜର ଆଲୋଚିତ ହେବା ଭଳି

ମୌଳିକ, ସ୍ୱଷ୍ଟ, ନାଟକୀୟ, କଳ୍ପନାପ୍ରବଣ, ରୋମାଞ୍ଚକର, ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର, କୌତୁହଳପ୍ରଦ, ପୁରାତନ ଗାଡା, କୌତୁକିଆ ଓ ଅସ୍ୱାଭାବିକ ଖବର ସନ୍ଧାନରେ ରହିବା ପାଇଁ ନିଜ ସଂପାଦକ ଓ ଖବରଦାତାଙ୍କୁ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦେଉଥିଲେ ।
ଅନେକ ପେଶାଦାର ଓ ବିଶେଷଜ୍ଞ ଖବର ସଂପର୍କରେ ନିଜସ୍ୱ ସଂଜ୍ଞା / ପରିଭାଷା ପ୍ରଦାନ କରିଛନ୍ତି । ନିମ୍ନରେ କେତେକ ସଂଜ୍ଞା / ପରିଭାଷା ପ୍ରଦାନ କରାଗଲା ।

ୱିଲାର୍ଡ଼ ଜି ବ୍ଲେୟର: ସଂଖ୍ୟାଧିକ ଜନତାଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିପାରୁଥିବା ଘଟଣାର ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତୀ ବିବରଣୀ ହିଁ ଖବର । ଯାହା ଅତ୍ୟଧିକ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିପାରେ ତାହା ସର୍ବୋତ୍ତମ ଖବର ଭାବେ ବିବେଚିତ ହୋଇଥାଏ ।
ସ୍ପେନସର କ୍ରମ୍ପ: ମାନବିକ ସଂପର୍କର ଅଚଳାବସ୍ଥା ହିଁ ଖବର । ଅଶାତୀତ ଓ ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟଜନକ ଘଟଣାକ୍ରମ ହିଁ ଖବର ।
ଟର୍ନର କ୍ୟାଟଲେଜ୍: ଆଜି ପାଇଥିବା ବିବରଣୀ ଆସନ୍ତାକାଲିକୁ ନଥିବା ହେଉଛି ଖବର
ଜନ୍ ଚ୍ୟାନସେଲର: ବିଭେଦ ଓ ପରିବର୍ତ୍ତନର ବିବରଣୀ ହେଉଛି ଖବର
କେ. ଲୋଡ଼ର: ସାଂସ୍କୃତିକ କ୍ଷେତ୍ର ବା ବିଶ୍ୱରେ ଯେକୌଣସି କ୍ଷେତ୍ରରେ ଘଟୁଥିବା ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିବା ଭଳି ଘଟଣା ପ୍ରବାହ ହେଉଛି ଖବର ।
ଜନ୍ ହଲଟେଙ୍ଗ ଏଣ୍ଡ ରଏ ପଲ ନେଲସନ୍: ନିଜେ ଜାଣିନଥିବା, କିନ୍ତୁ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିପାରୁଥିବା ଘଟଣା ହେଉଛି ଖବର । ଖବରରେ ଏହି ୨ ଉପାଦାନ ଭିନ୍ନ ଭାବେ ଅବସ୍ଥାପିତ ।
ୱିଲିୟମ ରାଣ୍ଡୋଲ୍ଫ: କେହି ନା କେହି, କେଉଁଠି ନା କେଉଁଠି ଚପାଇ ଦେବା ଭଳି ଘଟଣାପ୍ରବାହ ହେଉଛି ଖବର । ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ବିଷୟ ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନ ।
ଜର୍ଜିଆ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟର ଜର୍ଜ ହ୍ୟୁଗଙ୍କ ମତରେ ଖବର ହେଉଛି ଏକ ଉତ୍ପାଦ ଓ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ । ଏକ ଉତ୍ପାଦ ଭାବେ ଖବର 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 ଖବର । ଯାହା ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ, ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣକାରୀ ଓ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବୋଲି ଖବରଦାତା ଓ ସଂପାଦକ ବିବେଚନା କରନ୍ତି ତାହା ଖବର । ଯେଉଁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟର ଘଟଣା ପାଠକ ବା ଶ୍ରୋତାଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିପାରେ ତାହା ଖବର ।

ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା:

୧.୧ ଖବରର ମୌଳିକ ମାନଦଣ୍ଡ କଣ ?

....

....

୧.୨ ଖବରର ପରିଭାଷା କଣ ?

....

....

ସମ୍ବାଦ କଥନ: ସମ୍ବାଦପତ୍ର ବା ଇଲେକଟ୍ରୋନିକ୍ସ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସ୍ଥାନିତ ହେବା ଭଳି ବିବରଣୀ । କିନ୍ତୁ ଗଳ୍ପ, ଉପନ୍ୟାସ ବା କାଳ୍ପନିକ କାହାଣୀ ସହ ଏହା ତୁଳନୀୟ ନୁହେଁ ।

୧.୪ ଖବର ବିବରଣୀର ଉପାଦାନ

ଉପରୋକ୍ତ ଆଲୋଚନାରୁ ଆମେ ଜାଣିଲୁ ଯେ ଖବର ହେଉଛି ମୂଳତଃ

. ସ୍ୱାଭାବିକ ଘଟଣା ପ୍ରବାହରେ ବ୍ୟତିକ୍ରମ ସୂଚନା, ଆଶାରେ ବ୍ୟତିକ୍ରମ

. ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରୁଥିବା ସୂଚନା

ଏଥିସହ ଖବରର ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଉପାଦାନ ହେଲା:

ସମୀପବର୍ତ୍ତିତା: ଯାହା ନିକଟରେ ଅଛି ତାହା ପ୍ରିୟତମ। ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ଘଟଣାର ଦୂରତ୍ୱର ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି। ଘଟଣାର ଦୂରତା ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ 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 ଖବର ପ୍ରତି ଜନତା ଆକର୍ଷିତ ହେବେ। ନିଜ ସହରରେ ଥିବା ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏହି ଖବରକୁ ସ୍ଥାନିତ କରିବେ। କିନ୍ତୁ ଏହି ଘଟଣାକୁ ଦିଲ୍ଲୀ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଖବର 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 ଖବର ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତି। ତଳ ପାହ୍ୟାର ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ତୁଳନାରେ ଖ୍ୟାତନାମା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଖବରର ପାଠକ ସଂଖ୍ୟା ଅଧିକ। ଅଧିକ ଲୋକପ୍ରିୟ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱଙ୍କ କାହାଣୀ ଖବର 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 ବଲିଉଡ୍ ଅଭିନେତ୍ରୀ ଗାଧୁଆଘରେ ପଡ଼ିଯାଆନ୍ତି ତାହାଲେ ଏହା ଖବର ହୋଇପାରିବ। ତେଣୁ ଖ୍ୟାତିସଂପନ୍ନ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ, ରାଜନୈତିକ ନେତୃତ୍ୱ, କ୍ରୀଡ଼ା ଓ ମନୋରଞ୍ଜନର ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ ଓ ରାଷ୍ଟ୍ର ମୁଖ୍ୟ ଆଦି ଗଣମାଧ୍ୟମର ମୁଖ୍ୟ ଆକର୍ଷଣ ହୋଇଥାନ୍ତି। କେତେକ କ୍ଷେତ୍ରରେ କୁଖ୍ୟାତଙ୍କର ମଧ୍ୟ ସମ୍ବାଦ ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି।

ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ / ବିବାଦ: ମତଭେଦ, ଯୁକ୍ତିତର୍କ ଓ ଶତ୍ରୁତା ପରି ବିବାଦ ଖବର ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ। ବିବାଦୀୟ ଚିନ୍ତାଧାରା ଏବଂ ବିତର୍କ ମଧ୍ୟ ଖବର ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ। ଅଧିକାଂଶ ବିବାଦ କେତେକାଂଶରେ ଖବର 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 ଖବର 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 ଉଲଘଂନ, ରାଜନୀତି ଏପରିକି ପ୍ରକୃତି, ପରିବେଶ ଓ ବାହାର ଦୁନିଆ ବିବାଦୀୟ ଖବର ଲୋକଲୋଚନକୁ ଆସେ।

ମାନବିକ ଆବେଗ: ଯଦି କୌଣସି ପରିସ୍ଥିତି ବା ଘଟଣା ସହ ଆବେଗିତ ସଂପର୍କ ରହିଛି ତାହାଲେ ଏଥିରୁ ସୃଷ୍ଟ ଖବରରେ ମାନବିକ ଆବେଗ ରହିବ। ଏହା ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ହୃଦୟକୁ ଛୁଇଁବା ସହ ସମସ୍ତଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିବ। ଏହି ଖବର ସାଧାରଣ ଲୋକଙ୍କ ସହ ଜଡ଼ିତ। ଏହି ସାଧାରଣ ବ୍ୟକ୍ତିଟି ମଧ୍ୟରେ ସର୍ବସାଧାରଣ ପ୍ରତିଫଳିତ ହୋଇଥାନ୍ତି। ଯଥା ସମସ୍ତ

ପ୍ରତିକୂଳ ପରିବେଶ ମଧ୍ୟରେ ପରିବା ବିକାଳି ପୁଅ ଆଇଏଏସ୍ ପରୀକ୍ଷାରେ କୃତକାର୍ଯ୍ୟ ହେବା ସକରାତ୍ମକ ଖବର 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 ସସସ୍ତ ଖବର ଲେଖାଯାଇଥାଏ ।

ପ୍ରଗତି: ଯେକୌଣସି କ୍ଷେତ୍ରରେ ପ୍ରଗତି ବା ବିକାଶ ସମ୍ବାଦ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ । ପ୍ରଗତି ଯେକୌଣସ 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 ଖବର ଭାବେ ବିବେଚିତ ହୋଇପାରିବ ।

ଏହି ସମସ୍ତ ଉପାଦାନ ଖବରର ଗୁରତ୍ୱ ପାଇଁ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ସାମ୍ବାଦିକମାନେ ଏଥିମଧ୍ୟରୁ ଗୋଟିଏ ବା ଅଧିକ ଉପାଦାନ ନିଜ ଖବର ପାଇଁ ଉପଯୋଗ କରିଥାନ୍ତି । ଯେତେ ଅଧିକ ଉପାଦାନ ରହିବ ଖବରଟି 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 ଖବର ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରିବ । ଖବର ଏକ ନଷ୍ଟଶୀଳ ଦ୍ରବ୍ୟ । ଏହା ପ୍ରଥମେ ଓ ତ୍ୱରିତ ସହକାରେ ପରିବେଷଣ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଗତକାଲିଠାରୁ ବା ପୂର୍ବ ସପ୍ତାହରୁ ଘଟିଥିବା ଖବର ତୁଳନାରେ ସଦ୍ୟ ଖବର ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରେ । କୌଣସି ନା କୌଣସି ସ୍ଥାନରେ ସଦ୍ୟ ଖବର 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 ଖବର ଉପଯୋଗୀ ହୋଇଥାଏ । ଖବର ହେଉଛି କିଛି ନୂଆ ତଥା ଅସାଧାରଣ । ଏହା ଆମ ଜୀବନରେ ଏକ ସାଧାରଣ ଘଟଣା ନୁହେଁ । କୁକୁର ଛୁଆକୁ ଏକ ବାନର ସ୍ତନ୍ୟପାନ କରାଇବା ଖବର ଅଟେ । ତେଣୁ ବିଚିତ୍ର ପ୍ରବୃତ୍ତି, ଅଭ୍ୟାସ, ଅନ୍ଧବିଶ୍ୱାସ, ଅସ୍ୱାଭାବିକ ଧାରାର ଚଳଣି ସଂକ୍ରାନ୍ତ ଖବର ପାଠକଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିଥାଏ ।

ପରିଣାମ: ଘଟଣାର ଗୁରୁତ୍ୱ ଓ ଏବଂ ଏହା କିପରି ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରେ ସେଥିସହ ଏହି ଉପାଦାନଟି ସଂଶ୍ଲିଷ୍ଟ । କଣ ଘଟିଛି ଏବଂ କଣ ଘଟିବାକୁ ଯାଉଛି ତାହାର ପ୍ରଭାବ ଯଦି ବୃହତ୍ତର ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଉପରେ ପରିଲକ୍ଷିତ ହୁଏ ତେବେ ଖବର 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 ଖବର ପ୍ରଥମ ପୃଷ୍ଠାରେ ପ୍ରକାଶିତ ହେବ । ଯାହର ପରିଣାମ ଅଧିକ ଉକ୍ତ ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱ ଅଧିକ ।

୧.୪.୧: ଖବରର ରୂପରେଖ / ଢ଼ାଞ୍ଚା

ଖବର କଣ ଓ ଏହାର ଉପାଦାନ ସଂପର୍କରେ ଆମେ ପୂର୍ବ ଅଧ୍ୟାୟରେ ଆଲୋଚନା କରିଛେ । ଥରେ ଖବର ଚୟନ ହୋଇଗଲେ ଖବରଦାତା ଖବରର ବିବରଣୀ ଲେଖିବା ଆରମ୍ଭ କରନ୍ତି । ବ୍ୟକ୍ତି ବା ସଂସ୍ଥା ଭିତ୍ତିରେ ବିବରଣୀ ଉପସ୍ଥାପନା

ଶୈଳୀରେ ଫରକ ରହିଥାଏ । କିନ୍ତୁ ସମସ୍ତ ଖବରରେ ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା, ଖବରଦାତାଙ୍କ ନାମ, ତାରିଖ, ପ୍ରଥମରୁ ସାରାଂଶ, ବିଷୟବସ୍ତୁ ଓ ଉପସଂହାର ରହିଥାଏ ।

ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା: ଏହା ଖବରର ସବୁଠାରୁ ଦୃଶ୍ୟମାନ ଅଂଶ । ଏହା ବିବରଣୀର ସାରାଂଶକୁ ନେଇ ଲେଖାଯାଇଥାଏ ବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟକୁ ନେଇ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମର ଅକ୍ଷର ଆକୃତି ବିବରଣୀ ଅକ୍ଷର ତୁଳନାରେ ବଡ଼ । ପାଠକଟିଏ ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା ପଢ଼ିସାରିଲା ପରେ ଅବଶିଷ୍ଟ ଖବର 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 ।

ବାଇଲାଇନ / କ୍ରେଡ଼ିଟଲାଇନ: ଏଇଥିରୁ ସମ୍ବାଦର ଉତ୍ପତ୍ତି ଓ ଲେଖକଙ୍କ ପରିଚୟ ମିଳିଥାଏ । ଏହା ଖବର ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥିବା ଖବରଦାତାଙ୍କ ନାମ ହୋଇପାରେ ବା ଯେଉଁ ସୂତ୍ରରୁ ଖବରଟି ମିଳିଛି ଉକ୍ତ ସଂସ୍ଥାର ନାମ ହୋଇପାରେ । ପ୍ରଥମଟିର ଉଦାହରଣ ଭାବେ ଧରାଯାଉ ଉକ୍ତ ସ୍ଥାନରେ ଏମ ସାରସ୍ୱାତୀ ଲେଖାଯାଇଛି । ଏହାର ଅର୍ଥ ହେଲା ଉକ୍ତ ଖବରଟି ଏମ ସାରସ୍ୱାତୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଛନ୍ତି । ଦ୍ୱିତୀୟଟିର ଉଦାହରଣ ଭାବେ ଧରାଯାଉ ଉକ୍ତ ସ୍ଥାନରେ' ଷ୍ଟେଟସମ୍ୟାନ ନ୍ୟୁଜ ସର୍ଭିସ' ଲେଖାଯାଇଛି । ଏହାର ଅର୍ଥ ହେଲା ଷ୍ଟେଟସମ୍ୟାନ ବ୍ୟୁରୋ ସୂତ୍ରରୁ ଏହି ଖବରଟି ଆସିଛି । ଏହି ସ୍ଥାନରେ ଏଜେନ୍ସି, ନିଜ ଖବରଦାତା, ନିଜ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଖବରଦାତା, ବ୍ୟୁରୋ ଆଦି ଲେଖାଯାଇପାରେ ।

ଡ଼େଟ ଲାଇନ: କ୍ରେଡ଼ିଟ ଲାଇନ ବା ବାଇଲାଇନ ତଳକୁ ସ୍ଥାନର ନାମ ଓ ତାରିଖ ଉଲ୍ଲେଖ ରହିଥାଏ । ଏହା ତଳକୁ ପ୍ରକୃତ ବିବରଣୀ ଲେଖା ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥାଏ । ଏହାକୁ ଡ଼େଟଲାଇନ କୁହାଯାଇଥାଏ । ଏଥିରୁ ଖବରଦାତା କେଉଁ ତାରିଖରେ ଏବଂ କେଉଁ ସ୍ଥାନରୁ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଛନ୍ତି ସେ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ସୂଚନା ମିଳିପାରିଥାଏ ।

ଲିଡ଼: ଏହା ହେଉଛି ଖବରର ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦ । ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ଏହି ଅନୁଚ୍ଛେଦ ସଂକ୍ଷେପରେ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । ଏହା ସର୍ବଦା ଛୋଟ, ସ୍ୱଷ୍ଟ ହେବା ସହ ଏଥିରେ ଖବରର 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 ଖବରର ମୂଳମନ୍ତ୍ର । ଏକ ଭଲ ଖବର 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 ଖବରଟି 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 ।

ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧.୩: ଖବରର ବିଭିନ୍ନ ଉପାଦାନଗୁଡ଼ିକ କଣ ?

....

....

୧.୪: ଖବର ବିବରଣୀର ମୌଳିକ ତତ୍ତ୍ୱଗୁଡ଼ିକ କଣ ?

....

....

୧.୫: ବିଭିନ୍ନ କିସମ ଖବର

ଗୁରୁତ୍ୱ ଅନୁଯାୟୀ ଖବର ମୁଖ୍ୟତଃ ୨ଟି ଶ୍ରେଣୀର ହୋଇଥାଏ ।

କ) କଠିନ ଖବର

ଖ) ନରମ ଖବର

୧.୫.୧: ସମାଜର ବୃହତ୍ତରବର୍ଗଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବା ଭଳି ଘଟିଥିବା ଘଟଣା ବା ଘଟିଥିବାକୁ ଥିବା ଘଟଣାର ବିବରଣୀକୁ ଦୃଢ଼ ଖବର ଭାବେ ବିବେଚନା କରାଯାଇଥାଏ । ଏହି ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର କିସମ ଖବର ତୁରନ୍ତ ସଂଗ୍ରହ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଗତରାତିରେ ବା ସେହି ଦିନ ଘଟିଥିବା ସମ୍ବାଦକୁ ସାଧାରଣତଃ 'ବ୍ରେକିଂ ନ୍ୟୁଜ' ବୋଲି କୁହାଯାଇଥାଏ । ଏହି ଖବରରେ ଘଟିଥିବା ଘଟଣାର ତଥ୍ୟ ବିବରଣୀରେ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିରେ ମତାମତ ବା ବିଶ୍ଲେଷଣ ନଥାଏ । ଦୃଢ଼ ସମ୍ବାଦ ମୁଖ୍ୟତଃ କିଏ, କଣ, କେଉଁଠି, କେତେବେଳେ ଓ କିପରି ଉପରେ ପର୍ଯ୍ୟବେକ୍ଷିତ । ଏହି ଖବର ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସରକାରୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଯଥା ସରକାରୀ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ, ଅପରାଧ, ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ଘଟଣା, ସାମାଜିକ ବିଷୟ, ଅର୍ଥନୀତି, ପରିବେଶ ଓ ବିଜ୍ଞାନ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ହୋଇଥାଇପାରେ । ଏକ ସମ୍ବାଦପତ୍ରର ପ୍ରଥମ ପୃଷ୍ଠା ଓ ରେଡ଼ିଓ ବା ଟେଲିଭିଜନର ପ୍ରମୁଖ ଖବରରେ କେବଳ ଦୃଢ଼ ଖବର ରହିଥାଏ ।

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

ଦୃଢ଼ ଖବରର ଏକ ନମୁନା ନିମ୍ନରେ ଦିଆଯାଇଛି ।

ଦୃଢ଼ ଖବରକୁ 'ସ୍ପଟ ନ୍ୟୁଜ' ବା 'ବ୍ରେକିଂ ନ୍ୟୁଜ' ମଧ୍ୟ କୁହାଯାଇଥାଏ, କାରଣ ଖବର ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକ ଯେତେ ଶୀଘ୍ର ସମ୍ଭବ ଏହି ଖବର ପ୍ରସାରଣ କରିବାକୁ ଚାହିଁଥାନ୍ତି ।

୧.୫.୨ ନରମ ଖବର

ଯେଉଁ ଖବର ପାଇଁ ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତିତାର ଆବଶ୍ୟକତା ନଥାଏ ତାହାକୁ ନରମ ଖବର କୁହାଯାଇଥାଏ। ଏପ୍ରକାର ସଦ୍ୟ ଘଟିଥିବା ଖବରରେ 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 ଖବରର ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି। ଏହାର ଖବର ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ। ଜନତାଙ୍କ ଜିଜ୍ଞ୍ୟାସା, ଦରଦୀ, କଳ୍ପନା ଓ ଉତ୍‌ଫୁଲତାକୁ ଏହା ସ୍ପର୍ଶ କରିଥାଏ। ଫିଚର, ସଂପାଦକୀୟ, ପ୍ରବନ୍ଧ ଆଦି ଏହି ଶ୍ରେଣୀଭୁକ୍ତ। ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ଓ ମତାମତ ମଧ୍ୟ ଏହି ଶ୍ରେଣୀଭୁକ୍ତ ଖବର ଅଟେ। ଏପ୍ରକାର ଖବରରେ ମୁଖ୍ୟତଃ ଜନଜୀବନ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ହୋଇଥାଏ। ଅଧିକାଂଶ ସରଳ ଖବର ଦୃଢ଼ ଖବର ମଧ୍ୟରୁ ଉତ୍ପତି ହୋଇଥାଏ। ପ୍ରମୁଖ ଘଟଣାର ପରବର୍ତ୍ତୀ ଖବର ନରମ ଖବର ଭାବେ ବିବେଚିତ ହୋଇପାରିବ। ଏଥିରେ ଦୃଢ଼ ଖବରରେ ଯାହା ପ୍ରକାଶ ପାଇପାରିନଥାଏ ସେଗୁଡ଼ିକ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଛି। ମୁଖ୍ୟତଃ ମାନବିକ ଦିଗକୁ ଏଥିରେ ପର୍ଯ୍ୟବେକ୍ଷିତ କରାଯାଇଥାଏ। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଭୀଷଣ ଝଡ଼ବାତ୍ୟାରେ ଏକ ଅଞ୍ଚଳରେ ସହସ୍ରାଧିକ ବ୍ୟକ୍ତି ପ୍ରାଣ ହରାଇବା ଖବର ଏକ ଦୃଢ଼ ଖବର। ତେବେ ପରବର୍ତ୍ତୀ ବ୍ୟକ୍ତି ଦୁର୍ଦ୍ଦଶାକୁ ନେଇ ଯେଉଁ ଖବର ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବ ତାହା ନରମ ଖବର ପର୍ଯ୍ୟାୟଭୁକ୍ତ ହେବ।
ପାଠକ ବା ଦର୍ଶକଙ୍କ ହୃଦୟରେ ଆବେଗ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିବା ଭଳି ଶୈଳୀରେ ସରଳ ଖବର ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ। ଏହା ଭିନ୍ନ ଶୈଳୀରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ଯଦ୍ୱାରା ପାଠକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ ପାଇପାରିବ। ଏପ୍ରକାର ଖବରରେ ପାରମ୍ପରିକ ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀ ଅବଲମ୍ବନ କରାଯାଇନଥାଏ। ଏଥିରେ ଲେଖକ ନିଜ ସୃଜନ ଓ ନବଚେତନାକୁ ପ୍ରକାଶ କରିବାରେ ସ୍ୱାଧୀନତା ରହିଛି। ଅଧିକ ନାଟକୀୟ ଭାଷା ଉପଯୋଗ କରାଯାଇ ଏହି ଖବର ବିବରଣୀକୁ ସାମାନ୍ୟ ବଡ଼ ମଧ୍ୟ କରାଯାଇପାରେ।ଏଥିରେ କିଛି ମତାମତ ମଧ୍ୟ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇପାରେ। ସରଳ ଖବରଟି ଦୀର୍ଘ ହେଲେ ଏହାକୁ 'ଫିଚର' ବା 'ଫିଚର ଷ୍ଟୋରୀ' କୁହାଯାଇଥାଏ।

ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧.୫: ନରମ ଖବର ବା ସଫ୍ଟ ନ୍ୟୁଜ କାହାକୁ କୁହାଯାଏ ?

....

....

....

୧.୬: କଠିନ ଖବର କହିଲେ ତୁମେ କଣ ବୁଝ ?

....

....

....

୧.୬: ଖବର ଲିଡ଼ ଓ ପ୍ରକାର ଭେଦ

ଏକ ଖବରର ଅୟମାରମ୍ଭ ଲିଡ଼ ବା ଇଣ୍ଟ୍ରୋରୁ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥାଏ ଯାହା ପାଠକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିଥାଏ। ଏହା ହେଉଛି ଖବରର ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥା ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦ। ବିଭିନ୍ନ ରୂପରେଖରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଏବେ ଆତ୍ମପ୍ରକାଶ କରୁଛି। ତେଣେ ପାଠକଙ୍କ ନିକଟରେ ପଢ଼ିବା ପାଇଁ ସମୟର ଅଭାବ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଛି। ତେଣୁ ନିହାତି ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ ନହେଲେ ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦ ପାଠ କରିବା ପରେ ପାଠକ ଆଉ ବିଷୟବସ୍ତୁ ମଧ୍ୟରୁ ଯିବା ପାଇଁ ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ କରୁନାହାଁନ୍ତି। ତେଣୁ ପାଠକଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବା ପାଇଁ ଏକ ଭଲ ଲିଡ଼ ସହାୟକ ହୋଇପାରିବ। ଲିଡ଼ ଅତି ସ୍ୱଷ୍ଟ, ସଂକ୍ଷେପ ଓ ସାବଲୀଳ ଭାବେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିପାରିବ। ଏହା ସମଗ୍ର ଖବରର ସ୍ୱର ଭାବେ ବିବେଚିତ ହୋଇପାରିବ। ଖବରଦାତା ଲେଖିଥିବା ବିବରଣୀକୁ ଭିତ୍ତି କରି ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାର ସଂପାଦକ ଏହି ଖବର ପ୍ରଥମ ପୃଷ୍ଠାରେ ପ୍ରକାଶିତ ହେବ ନା ଭିତର ପୃଷ୍ଠାରେ ପ୍ରକାଶିତ ହେବ ସେସଂପର୍କରେ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି। ତେଣୁ କୁହାଯାଏ ଲିଡ଼ ଖବର ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିବ ବା ଏହାକୁ ନଷ୍ଟ କରିଦେଇ ପାରିବ।

ଲିଡ଼ ବା ଆଦ୍ୟାଂଶ ଲେଖିବା ସମୟରେ ଘଟଣାର ଗୁରୁତ୍ୱକୁ ଦେଖି ବିଭିନ୍ନ ସୂଚନା ଓ ଉପାଦାନ ସଂଯୋଜିତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏକ ଉତ୍ତମ ଲିଡ଼ କେବଳ ଖବର ବତାଏ ନାହିଁ ଏହା କାଗଜ ବିକ୍ରି କରାଇଥାଏ। ଏହାର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ପାଠକ ଆକର୍ଷିତ କରିବା।

ଏହା ଏକ ସାଧାରଣ ନିୟମ ଯେ 'ଲିଡ଼ ଖବର ଜଣାଏ'। ଏହା ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଓ ତଥ୍ୟଭିତ୍ତିକ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏଥିରେ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ସୂଚନା ବା ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ବିବରଣୀ ରହିବା ଅନାବଶ୍ୟକ। ଦୃଢ଼ ସମ୍ବାଦ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଲିଡ଼ରେ କିଏ, କଣ, କେତେବେଳେ ଓ କେଉଁଠିର ଉତ୍ତର ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ। ନରମ ଖବର ବା ସଫ୍ଟ ନ୍ୟୁଜରେ ଲିଡ଼ର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ପାଠକ ଆକର୍ଷିତ କରିବା। ଲିଡ଼ ଏକ ଅନୁଚ୍ଛେଦ ଓ ଏକ ବାକ୍ୟବିଶିଷ୍ଟ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ଯେଉଁଥିରେ ୩୦ଟି ଶବ୍ଦ ରହିବ। ଯଦି ଗୋଟିଏ ବାକ୍ୟରେ ଖବରର ସାରାଂଶ ଲେଖାଯାଇ ନପାରିଲା ତାହାଲେ ଦ୍ୱିତୀୟ ବାକ୍ୟ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇପାରେ। ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଲିଡ଼ ଅଧିକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ହେବା ସହ ପଢ଼ିବାରେ ମଧ୍ୟ ସହଜ ହୋଇଥାଏ। ଭଲ ଲିଡ଼ର ଉପାଦାନଗୁଡ଼ିକ ହେଲା:

; ଖବରଯୋଗ୍ୟ ତଥ୍ୟ ଓ ପରିଣାମ
; ବୃହତ୍ତର ପାଠକବର୍ଗଙ୍କୁ ଛୁଇଁପାରୁଥିବ
; ମାନବିକ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ
; ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟ ପ୍ରଦାନ

ଖବର ବିବରଣୀରେ ଏକାଧିକ କିସମ ଲିଡ଼ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ। ନିମ୍ନରେ ୨ ପ୍ରମୁଖ ଶ୍ରେଣୀର ଲିଡ଼ ବିଷୟରେ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯାଇଛି। ଖବର ତଥ୍ୟକୁ ଦେଖି ଏହି ଲିଡ଼ ଲେଖାଯାଇଥାଏ। ଏଥିସହ ସାଧାରଣ ଭାବେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଉଥିବା ୩ଟି ଲିଡ଼ କଥା ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯାଇଛି।

ସାରାଂଶ ଲିଡ଼ : ଏ ଧରଣର ଲିଡ଼ରେ ସମଗ୍ର ଖବରର ସାରାଂଶ ରହିଥାଏ ଏବଂ ପରେ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ରହିଥାଏ। ଏହାକୁ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଲିଡ଼ ମଧ୍ୟ କୁହାଯାଇଥାଏ। ସମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ପ୍ରାୟତଃ ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ଉପଯୋଗ କରାଯାଇଥାଏ। ଯେତେ କମ୍ ଶବ୍ଦରେ ସମ୍ଭବ ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ଶ୍ରୋତା ବା ପାଠକଙ୍କୁ ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟଟି ତତ୍କ୍ଷଣାତ ଯୋଗାଇଥାଏ। ଏଥିରେ ଖବରର ନିର୍ଯ୍ୟାସ ରହିଥାଏ। ଅର୍ଥାତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟ ରହିଥାଏ। ତେବେ ସମସ୍ତ କିଏ, କଣ, କେତେବେଳେ, କେଉଁଠି,

କାହିଁକି ଓ କିପରି ରହିନପାରେ । କଠିନ ଖବର ବା ବିକାଶଶୀଳ ଖବର ରିପୋର୍ଟିଂ ସମୟରେ ସାଧାରଣତଃ ସାରାଂଶ ଲିଜ ଉପଯୋଗ କରାଯାଇଥାଏ ।

ଉଦାହରଣ:

ଶ୍ରୀନଗର, ୯/୭: ଜାମ୍ମୁ-କାଶ୍ମୀରରେ ଗଣ୍ଡଗୋଳକାରୀ ଓ ନିରାପତ୍ତାବାହିନୀ ମଧ୍ୟରେ ସଂଘର୍ଷ ଘଟି ୩ ଜଣ ବ୍ୟକ୍ତି ପ୍ରାଣ ହରାଇବା ସହ ୫୦ ଜଣ ଆହତ ହୋଇଛନ୍ତି । ହିଜବୁଲ ମୁଜାହିଦିନ ଆତଙ୍କବାଦୀ ବୁରହାନ ୱାନୀ ପୋଲିସ ଗୁଳିରେ ନିହତ ହେବା ଘଟଣାର ପ୍ରତିବାଦ କରି ଆନ୍ଦୋଳନକାରୀ ୩ଟି ପୁଲିସ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ଓ କେତେକ ଗାଡ଼ିରେ ଅଗ୍ନିସଂଯୋଗ କରି ହିଂସାକାଣ୍ଡ ଘଟାଇବାରୁ ପୋଲିସ ସହ ସଂଘର୍ଷ ହୋଇଥିଲା ।

ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଲିଡ଼: ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ସାଧାରଣତଃ ସୂତ୍ରକୁ ଉଦ୍ଧାର କରି ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ଯଦି ସୂତ୍ର ପାଠକ ଆକର୍ଷିତ କରିବା ଭଳି କିଛି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବା ନାଟକୀୟ କଥା କହିଥାନ୍ତି ତାହାଲେ ତାହାକୁ ଲିଡ଼ରେ ସ୍ଥାନିତ ରାଯାଇପାରେ । ଉଦ୍ଧୃତାଂଶଟି ସମଗ୍ର ଖବରର ସାରାଂଶ ହେବା ସହ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଓ ଆତ୍ମକଥିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଲିଡ଼ ସବର୍ଦା ବ୍ୟବହାର ହୁଏନାହିଁ । କିନ୍ତୁ ଉପଯୁକ୍ତ ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଖବରକୁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ କରାଇଥାଏ । ଫିଚର ବା ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ଖବରରେ ବାସ୍ତବ ଜନତା ଓ ବିଶେଷଜ୍ଞଙ୍କ ସାକ୍ଷ୍ୟ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯାଇପାରେ । କିନ୍ତୁ 'ପ୍ରସିଦ୍ଧ ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ' ଏଡ଼ାଯିବା ଉଚିତ୍ ।

ଉଦାହରଣ:

ଭୁବନେଶ୍ୱର, ୨୨/୫: ନୂଆ ସରକାରଙ୍କ ପ୍ରଥମ ମନ୍ତ୍ରିମଣ୍ଡଳ ବୈଠକରେ ବିଜେଡ଼ି ନିର୍ବାଚନ ଇସ୍ତାହାର ସାମଗ୍ରୀକ ଭାବେ ପର୍ଯ୍ୟାୟକ୍ରମେ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରିବା ପ୍ରସ୍ତାବ ଅନୁମୋଦିତ ହୋଇଛି ବୋଲି ସଚିବାଳୟରେ ଅନୁଷ୍ଠିତ ବୈଠକରେ ଅଧ୍ୟକ୍ଷତା କରି ମୁଖ୍ୟମନ୍ତ୍ରୀ ନବୀନ ପଟ୍ଟନାୟକ କହିଛନ୍ତି ।

ବହୁସୂଚନା ଲିଡ଼: ଏହା ଏକପ୍ରକାର ସାରାଂଶ ଲିଡ଼ ଅଟେ ଯେଉଁଥିରେ ଅନେକ ଗୁଡ଼ିଏ ସୂଚନା ରହିଥାଏ । ବେଳେବେଳେ ପୃଥକ ଘଟଣା, ସମୟ, ସ୍ଥାନ, ପ୍ରକାର ଓ କାରଣକୁ ନେଇ ଏକ ସ୍ୱଷ୍ଟ ସୂଚନା ଏଥିରେ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଯେତେବେଳେ ସମାନ ଗୁରୁତ୍ୱ ଥିବା ୨ ବା ଅଧିକ ଘଟଣା ଘଟେ ସେତେବେଳେ ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ଏହି ଲିଡ଼ ସଂକ୍ଷିପ୍ତରେ ପାଠକଙ୍କୁ ଏକାଧିକ ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ସରଳରେ ସୂଚନା ଦେଇଥାଏ । ଜଟିଳ, ଦୀର୍ଘ ଓ ବଡ଼ ଖବରରେ ଏପ୍ରକାର ବହୁସୂଚନା ଲିଡ଼ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ । ତେବେ ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ର ସମସ୍ୟା ହେଲା ଏହା ଗୋଳମାଳିଆ ଓ ଅତ୍ୟଧିକ ତଥ୍ୟବିଶିଷ୍ଟ ହୋଇପଡ଼େ ।

ଉଦାହରଣ:

ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ,୧୫/୬: ବେସାମରିକ ବିମାନ ଚଳାଚଳ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସଂସ୍କାର ଆଣିବାକୁ ଯାଇ ସରକାର ନୂଆ ବେସରକାରୀ ବିମାନସେବା ନୀତିରେ ୫/୨୦ ବିଦେଶ ଉଡ଼ାଣ ନିୟମକୁ ଘରୋଇ ବିମାନସେବା ପାଇଁ ବାତିଲ କରିଛନ୍ତି । ଏଥିସହ ୧ ଘଣ୍ଟାର ଉଡ଼ାଣ ପାଇଁ ସର୍ବାଧିକ ବିମାନଭଡ଼ା ୨୫୦୦ ଟଙ୍କାରେ ସୀମିତ ରଖିବା ସହ ଆଞ୍ଚଳିକ ସଂଯୋଗୀକରଣ ପାଣ୍ଠି ବାବଦକୁ ଯାତ୍ରୀଙ୍କ ଉପରେ ସାମାନ୍ୟ ଟିକସ ଲାଗୁ କରିଛନ୍ତି ।

ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ଲିଡ଼: ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ଘଟଣା କିପରି, କେଉଁ ସ୍ଥାନରେ ଘଟିଲା ବା ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ଦେଇଥାଏ । ଏହି ଲିଡ଼ରେ ଖବରଦାତା ଶବ୍ଦର ସମ୍ଭାର ସୃଷ୍ଟି କରି ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଏକ ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ସାଧାରଣତଃ ଫିଚର ଲେଖାରେ ଉପଯୋଗ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିସହ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣକୁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ କରିବା ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ର ଲକ୍ଷ୍ୟ ।

ଉଦାହରଣ:

ଭୁବନେଶ୍ୱର, ୧୬/୪: ରାଜଧାନୀ ଭୁବନେଶ୍ୱରଠାରୁ ୯୦ କିଲୋମିଟର ଦୂରରେ ଅବସ୍ଥିତ ଢେଙ୍କାନାଳ ଜିଲ୍ଲାର ଏକ ଆଦିବାସୀ ଗ୍ରାମ । ୨୦ରୁ ୩୦ ଆଦିବାସୀ ପରିବାର ବସବାସ କରୁଥିବା ଏହି ଗ୍ରାମକୁ ଯାହାବାହନ ଯିବା ପାଇଁ ରାସ୍ତା ନାହିଁ ସତ କିନ୍ତୁ ଗ୍ରାମଟି ଜିଲ୍ଲାର ପ୍ରଥମ ଖୋଲା ମଳତ୍ୟାଗବିହୀନ ଗ୍ରାମରେ ପରିଣତ ହୋଇପାରିଛି ।

ବିବରଣୀଯୁକ୍ତ ଲିଡ଼: ଏହା ଚରିତ୍ର, ଘଟଣା ବା ବ୍ୟକ୍ତିକୁ ନେଇ ଧାରାବାହିକ ଭାବେ ଲେଖା ହୋଇଥାଏ । ଏହା ସାଧାରଣତଃ ଉପାଖ୍ୟାନ ରୂପରେ ଲେଖାଯାଇ ପାଠକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରାଇଥାଏ । ଏହାର ଚରିତ୍ରଟି ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣକାରୀ ହେବା ସହ ଲେଖାରେ ଏହା ପ୍ରତିବିମ୍ବିତ ହେବ ଆବଶ୍ୟକ । କଠିନ ଖବର ପାଇଁ ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ସାଧାରଣତଃ ସହାୟକ ହୋଇନଥାଏ । କିନ୍ତୁ ନରମ ଖବର ଓ ଫିଚର ପାଇଁ ଏହା ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ଯଦି ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ଲେଖାଯାଏ ତାହାଲେ ଲିଡ଼ର ପ୍ରଥମ କେତୋଟି ବାକ୍ୟ ମଧ୍ୟରେ ଚରିତ୍ରର ମୋଟାମୋଟି ଗୁରୁତ୍ୱ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ଉଦାହରଣ: ଓଡ଼ିଶା କି ଦେଶ ମଧ୍ୟରେ ନିଯୁକ୍ତି ପାଇବାରେ ବିଫଳ ହେବା ପରେ ବଲାଙ୍ଗୀର ଜିଲ୍ଲାର ଆଶୋକ ବିଦେଶରେ ଚାକିରୀ କରିବା ମନ ବଳାଇଥିଲେ । ଏହି ସମୟରେ କୁମାର ନାମକ ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସିବା ପରେ ତାଙ୍କୁ ଦୁବାଇରେ ଚାକିରୀ ମିଳିଯିବ ବୋଲି ପ୍ରତିଶ୍ରୁତି ମିଳିଥିଲା । ତେବେ ବିଦେଶ ଯିବା ପାଇଁ ପାସପୋର୍ଟ ଓ ଭିସାର ଆବଶ୍ୟକତା ଥିବାରୁ ଏହାର ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ କୁମାର ତାଙ୍କଠାରୁ ୧୦୦୦୦ ଟଙ୍କା ନେଇଥିଲେ । ଏହି ଟଙ୍କା ନେଇସାରିବାର ୬ ମାସ ବିତିଗଲାଣି । କିନ୍ତୁ ଅଦ୍ୟାବଧି ଆଶୋକଙ୍କୁ ପାସପୋର୍ଟ ମିଳିପାରି ନାହିଁ କି ଗତ ୬ ମାସ ହେଲା କୁମାରଙ୍କ ସହ ତାଙ୍କର ଯୋଗଯୋଗ ମଧ୍ୟ ସମ୍ଭବ ହୋଇପାରି ନାହିଁ ।

ତତ୍କାଳ ପରିଚିତି ଲିଡ଼: ୫ ଡ଼ବ୍ଲ୍ୟୁ ମଧ୍ୟରୁ ଏହି ପ୍ରକାର ଲିଡ଼ରେ କିଏ ବା 'ହୁ' ଉପରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଖବରରେ ଥିବା ଜଣାଶୁଣା କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ବା ଗୋଷ୍ଠୀର ନାମକୁ କେନ୍ଦ୍ର କରି ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ଏଠାରେ "କିଏ"କୁ ନାମ ଦ୍ୱାରା ଚିହ୍ନଟ କରାଯାଇଥାଏ । ସାଧାରଣତଃ ବିଶିଷ୍ଟ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କୁ ଏହି ଲିଡ଼ରେ ଚିହ୍ନଟ କରାଯାଇଥାଏ । ବେଳେବେଳେ ସ୍ୱଳ୍ପ ପରିଚିତ ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ ଏହି ଲିଡ଼ରେ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଥାନ୍ତି । ଯେତେବେଳେ ଏହି ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଘଟଣା ପ୍ରତି ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱ ରୁହେ ସେତେବେଳେ ତାଙ୍କୁ ଚିହ୍ନିତ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ । ଉଭୟ କଠିନ ଓ କୋମଳ ଖବରରେ ତତ୍କାଳ ପରିଚିତ ଲିଡ଼ ବ୍ୟବହାର ହୋଇଥାଏ ।

ଉଦାହରଣ:
ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ, ୨୨/୫: ଓଡ଼ିଶାର ମରୁଡ଼ି ଓ ପାନୀୟ ଜଳ ସଂକଟ ଦେଇ ପ୍ରଧାନମନ୍ତ୍ରୀ ନରେନ୍ଦ୍ର ମୋଦୀ ଓଡ଼ିଶାର ମୁଖ୍ୟମନ୍ତ୍ରୀ ନବୀନ ପଟ୍ଟନାୟକଙ୍କ ସହ ଏକ ଉଚ୍ଚସ୍ତରୀୟ ବୈଠକରେ ଆଲୋଚନା କରିଥିଲେ ।

ବିଳମ୍ବ ପରିଚିତି ଲିଡ଼: ବିଳମ୍ବ ପରିଚିତି ଲିଡ଼ରେ ବିଷୟ ବା 'କିଏ'ର ନାମ ପ୍ରକାଶ କରାନଯାଇ ଏହାକୁ ବୟସ, ବାସସ୍ଥାନ, ଅତୀତ କୁଅଭ୍ୟାସ, ଉପାଧି ଆଦିର ଉପଲକ୍ଷ ଦେଇ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଏ । ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହ ନାମର ବିଶେଷ ସଂପର୍କ ରହୁନଥିବା ବା ପାଠକ ବିଷୟର 'କିଏ' ନାମ ସହ ଏତେଟା ଆଗ୍ରହୀ ନଥିବରୁ ଏହି ଲିଡ଼ରେ ପରିଚିତି ବିଳମ୍ବ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିସହ ବିଷୟ ଉପରେ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବା ପାଇଁ ଏହି ଲିଡ଼ରେ ପରିଚୟ ବିଳମ୍ବ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହି ଲିଡ଼ରେ 'କିଏ' ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ଭାବେ ଚିହ୍ନଟ କରାଯାଏ । ବ୍ୟକ୍ତିର ନାମ ପରବର୍ତ୍ତୀ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ । ଫିଚର କିମ୍ବା କୋମଳ ଖବରରେ ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ଉପଯୋଗ କରାଯାଇଥାଏ ।

ଉଦାହରଣ:
କଟକ,୧୯/୫: ଚଳଚିତ୍ରରେ ଅଭିନେତ୍ରୀ କରାଇଦେବାର ଲୋଭ ଦେଖାଇ ଜଣେ ଓଲିଉଡ଼ ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ ତାଙ୍କୁ ଧମକଚମକ ଦେବା ଓ ଶୋଷଣ କରି ନେଇ ଜଣେ ୨୦ ବର୍ଷ ବୟସ୍କା ଯୁବତୀ ସ୍ଥାନୀ ଥାନାରେ ଅଭିଯୋଗ କରିଛନ୍ତି ।

ଶକ୍ତ ଲିଡ଼: ଖବରଯୋଗ୍ୟ ଫିଚରର ସାରାଂଶ ବିସ୍ଫୋରକ ବା ରୋକଠୋକ୍ ଶୈଳୀରେ ଉପସ୍ଥାପନା କରାଗଲେ ଏହାକୁ ଶକ୍ତ ଲିଡ଼ କୁହାଯାଇଥାଏ । ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ର ପ୍ରଭାବ ମଧ୍ୟ ରହିଥାଏ । ସଂକ୍ଷେପରେ ତଥ୍ୟକୈନ୍ଦ୍ରୀକ ବାକ୍ୟରେ ଏହି ଲିଡ଼ର ପରିପ୍ରକାଶ କରାଯାଏ ଏବଂ ପରେ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ତଥ୍ୟ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଇଥାଏ । ନିରୋଳା ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ ପାଇଁ ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ଖବର ବା ଫିଚର ଲେଖାରେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ । ବିଷୟରେ ପ୍ରଭାବ ସୃଷ୍ଟି କଲାଭଳି ସୂଚନା ରହିଥିଲେ ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ବ୍ୟବହାର କରାଯିବା ଉଚିତ୍ ।

ଉଦାହରଣ:

. 'ବାତ୍ୟା ଫେରିଲା'

. 'ରାଷ୍ଟ୍ର ସ୍ତବ୍ଧ'

ତୁଳନାତ୍ମକ ଲିଡ଼: ଦୁଇ ବିରୋଧୀ ମତର ପରିପ୍ରକାଶ ପାଇଁ ଏପ୍ରକାର ଲିଡ଼ ଉପଯୋଗ କରାଯାଇଥାଏ । ତୁଳନା ଯେତେ ଶାଣିତ ହେବ ଲିଡ଼ ସେତେ ଅଧିକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ହୋଇପାରିବ । ଏଥିରେ ଦୁଇ ବିରୋଧୀ ଚିନ୍ତାଧାରା ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇ ଖବର ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାଏ । ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଘଟଣା, ବ୍ୟକ୍ତି, କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଓ ସ୍ଥାନ ସଂପର୍କରେ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ ଏହି ଲିଡ଼ର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ । ଏହା ଉଭୟ କଠିନ ଖବର ଓ କୋମଳ ଖବରରେ ବ୍ୟବହାର ହୋଇପାରିବ ।
ଉଦାହରଣ:
କଟକ, ୨୨/୫: ଦୁଇ ବର୍ଷ ତଳେ ଦୁତୀଙ୍କୁ କ୍ରୀଡ଼ାରୁ ବାସନ୍ଦ କରାଯିବା ସହ ଲିଙ୍ଗଗତ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ରାଜ୍ୟଗୋଷ୍ଠୀ କ୍ରୀଡ଼ାରୁ ବାଦ ଦିଆଯାଇଥିଲା । କଠିନ ପରିଶ୍ରମ ଓ ଅଦାଲତ ଲଢ଼େଇ ପରେ ୨୦୧୬ ଅଲମ୍ପିକ ୧୦୦ ମିଟର ପ୍ରତିଯୋଗିତାରେ ସେ ଭାରତର ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ ପାଇଁ ଯୋଗ୍ୟତା ଅର୍ଜନ କରିଛନ୍ତି । ଏହା ବାସ୍ତବରେ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ।

ସଠିକ୍ ଲିଡ଼ ଚୟନ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଟେ କାରଣ ଏହା ବିଷୟବସ୍ତୁର ଭାବ ଓ ଅବୟବକୁ ସଠିକ୍ ଭାବେ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିଥାଏ । ତେଣୁ ଏହାର ଚୟନ ସତର୍କତାର ସହ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ହସ୍ତଗତ ସୂଚନା, ବିବରଣୀ ଓ ଖବର ଭିତ୍ତିରେ ଏହା ଚୟନ କରାଯିବା ଉଚିତ୍ ।

ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧.୭: ସାରାଂଶ ଲିଡ଼ କଣ ?

....

....

୧.୮ ଆଲେଖ୍ୟରେ ଲିଡ଼ର ଗୁରୁତ୍ୱ କଣ ?

....

....

୧.୭; ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀ, ଫିଚର ଶୈଳୀ, ସ୍ୟାଣ୍ଡ କ୍ଲକ ଶୈଳୀ ଓ ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ

୧.୭.୧: ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀ

ଅଧିକାଂଶ ଖବର ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନାରୁ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ପରକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଅନ୍ୟ ସୂଚନା ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇଥାଏ । ଅତଏବ ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ସ୍ଥାନିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ତୃତୀୟ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ଦ୍ୱିତୀୟ ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଚତୁର୍ଥ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ପରବର୍ତ୍ତୀ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହା ପରକୁ ବିବରଣୀ ଗଡ଼ି ଚାଲିବ । ଖବର ବିବରଣୀରେ ପ୍ରଥମରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ସ୍ଥାନିତ କରି କ୍ରମାନ୍ୱୟରେ ସ୍ୱଳ୍ପ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ସ୍ଥାନିତ କରି ଲିଖନ ଶୈଳୀକୁ ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀ କୁହାଯାଇଥାଏ । ଏହା ହେଉଛି ସମ୍ବାଦ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତିର ସର୍ବାଧିକ ଆଦୃତ ଓ ଗ୍ରହଣୀୟ ଶୈଳୀ ।

ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା (୫ 'ଡବ୍ଲ୍ୟୁ' ଓ ୧ 'ଏଚ')
ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା
କମ୍ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା
ସବୁଠାରୁ କମ୍ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା

ଯଦି ଏକ ପିରାମିଡ଼କୁ ତୁମେ ଓଲଟାଇ ଦେବ ତାହାଲେ ଏହାର ଶୀର୍ଷ ଭାଗ ପ୍ରଶସ୍ତ ରହିବ ଓ ନିମ୍ନ ଆଡ଼କୁ ଏହା କ୍ଷୀଣ ହେବ । ତେଣୁ ଶୀର୍ଷ ପ୍ରଶସ୍ତ ଭାଗରେ ଅଧିକ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟିକାରୀ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ରହିବ । ଏହି ସୂଚନାଟି ବିବରଣୀର ମୁଣ୍ଡ ହୋଇଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ତଳ ସ୍ତରରେ କମ୍ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା କ୍ରମାନ୍ୱୟରେ ସ୍ଥାନିତ ହେବ । ଏହି ଶୈଳୀରେ ଯେଉଁ ଖବର ବିବରଣୀ ଲେଖାଯାଏ ତାହାର ଲିଡ଼ରେ ସାରାଂଶ ରହିଥାଏ ଏବଂ ତଳକୁ କମ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଥାଏ । ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବିବରଣୀ ଦ୍ୱିତୀୟ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ଅଧିକ ବିବରଣୀ ଗୁରୁତ୍ୱ ଅନୁଯାୟୀ ହ୍ରାସମାନ

ଭାବେ ତଳକୁ ତଳ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । ବିବରଣୀର ସମସ୍ତ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ସୂଚନା ରହିଥାଏ । କିନ୍ତୁ ପୂର୍ବ ଅନୁଚ୍ଛେଦଟି ବର୍ତ୍ତମାନର ଅନୁଚ୍ଛେଦ ତୁଳନାରେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ହୋଇଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏଥିରେ ସମସ୍ତ କିଏ, କଣ କେତେବେଳେ, କେଉଁଠି, କାହିଁକି ଓ କିପରିର ଉତ୍ତର ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହି ଶୈଳୀରେ ମୁଖ୍ୟତଃ ଗୁରୁତ୍ୱ ଅନୁଯାୟୀ ସୂଚନାକୁ କ୍ରମଃକ୍ଷୟିଷ୍ଣୁ ଭାବେ ସଂଯୋଜନା କରାଯାଇଥାଏ । ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀର ଅନେକ ସୁବିଧା ରହିଛି । ଜଣେ ପାଠକ ବିବରଣୀର ଯେକୌଣସି ସ୍ଥାନରୁ ପଠନ ପରିତ୍ୟାଗ କରିପାରେ । ଆବଶ୍ୟକ ସୂଚନାରୁ ପାଠକ ମୋଟ ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ଯଦି ଅବଗତ ହୋଇଯାନ୍ତି ତାହାଲେ ସେ ପଠନ ସେଠାରେ ବନ୍ଦ କରିଦେଇପାରନ୍ତି । ସେହିପରି ଶେଷକୁ କମ୍ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ରହୁଥିବାରୁ ସ୍ଥାନକୁ ଚାହିଁ ସଂପାଦକ ଏହି ସୂଚନାକୁ ବାଦ ଦେଇପାରନ୍ତି । ଶୀଘ୍ର ଓ ଦକ୍ଷତାର ସହ ସୂଚନା ଯୋଗାଣ ପାଇଁ ଏହି ସୂତ୍ର ଅବଲମ୍ବନ କରାଯାଇଛି । ଏହି ଶୈଳୀ ଘଟଣାର ଏକ ଆବେଗରହିତ ତଥା ନିରପେକ୍ଷ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନରେ ସହାୟକ ହୋଇପାରିବ । ଏହି କାରଣରୁ ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଲେଖାର ଏକ ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ଭାବେ ରହିଆସିଛି । ତେଣୁ ସାମ୍ବାଦିକତା ପ୍ରତି ଆଗ୍ରହ ରଖିଥିବା ଛାତ୍ର ଏହି ସୂତ୍ରକୁ ପ୍ରଥମେ ନିଜ ଆୟତକୁ ଆଣିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
ଏହାର କେତେକ ସମସ୍ୟା ମଧ୍ୟ ରହିଛି । ଏହାର ମୁଖ୍ୟ ସମସ୍ୟା ହେଲା ଲିଡ଼ରେ ସମସ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବିବରଣୀ ରହିଯିବା ଫଳରେ ଏଥିରେ କିଛି ବିସ୍ମୟ ରହିନଥାଏ । ବିବରଣୀ ଲେଖିବା ସମୟରେ ବେଳେବେଳେ ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟ ଚୟନ କରିବାରେ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥାଏ । ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟ ଅଗ୍ରଭାଗରେ ସ୍ଥାନିତ କରିବା ତତ୍ତ୍ୱ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ସହଜ ଲାଗିପାରେ କିନ୍ତୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ଚୟନ କରିବା ସେତେଟା ସହଜ ନୁହେଁ । ଏହି କ୍ଷେତ୍ରରେ ଖବର ନିରୂପଣ ନିୟମ ଏହା ମଧ୍ୟକୁ ଆସିଥାଏ ।

୧.୭.୨: ଫିଚର ଶୈଳୀ

ଖବର ବିବରଣୀକୁ ବାଦ ଦେଲେ ଅନେକ ଦୀର୍ଘ ପ୍ରବନ୍ଧ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ବା ପତ୍ରିକାରେ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହି ଦୀର୍ଘ ପ୍ରବନ୍ଧଗୁଡ଼ିକୁ ଫିଚର ଭାବେ ମଧ୍ୟ ବିବେଚନା କରାଯାଇଥାଏ । ଏହି ପ୍ରବନ୍ଧଗୁଡ଼ିକ ଜନଜୀବନ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ବିବରଣୀ ଅଥବା ଜନତା, ସ୍ଥାନ ଓ ପରିସ୍ଥିତିକୁ ନେଇ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇପାରେ । ମୋଟାମୋଟି ଫିଚର ୨ ପ୍ରକାରର । ଗୋଟିଏ ସମ୍ବାଦ ଫିଚର ଅନ୍ୟଟି ସମୟରହିତ ଫିଚର । ଯାହା ସଦ୍ୟ ଘଟଣା ଘଟିଥିବ ତାହାକୁ କେନ୍ଦ୍ର କରି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟସୀମା ମଧ୍ୟରେ ସମ୍ବାଦ ଫିଚର ଲେଖାଯାଇପାରେ । ସମୟରହିତ ବା ସମୟସୀମା ନଥିବା ଫିଚରରେ ମୁଖ୍ୟ ଜନଜୀବନ ବିବରଣୀ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇପାରେ । ସମ୍ବାପତ୍ରରେ ସ୍ଥାନିତ ଫିଚରଗୁଡ଼ିକ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଯାହା ୬୦୦ରୁ ୭୦୦ ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟରେ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ପତ୍ରିକାରେ ପ୍ରକାଶିତ ହେବାକୁ ଥିବା ଫିଚର ରଚନାତ୍ମକ ଓ ମନ୍ଥର ହେଲେ ଚଳିବ । ଫିଚରଟିଏ ସୂଚନା ହେବା ସହ ମନୋରଞ୍ଜନର ଖୋରାକ ମଧ୍ୟ ହୋଇଥାଏ । ତେବେ ଫିଚର ସର୍ବଦା ମନୋରଞ୍ଜନଧର୍ମୀ ନୁହେଁ । ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଏହା ଗଭୀର ମାତ୍ରାରେ ଆଲୋଚିତ ହୋଇ ଦୀର୍ଘସୂତ୍ରରେ ଲେଖାଯାଇଥାଏ ଯାହା ସ୍ୱାଭାବିକ ଖବରରେ ସମ୍ଭବ ହୋଇନଥାଏ ।

ବିଭିନ୍ନ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଖବରଠାରୁ ଫିଚର ଭିନ୍ନ ଅଟେ । ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଖବର ବିବରଣୀ ଯେପରି ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀରେ ଲେଖାଯାଏ ଫିଚର ସେପରି ଶୈଳୀରେ ଲେଖାଯିବା ବାଧ୍ୟତାମୂଳକ ନୁହେଁ । ବିବରଣୀର ଆଦ୍ୟ ଭାଗରେ ଲେଖକ ବିଷୟବସ୍ତୁର ନିର୍ଯ୍ୟାସ ସ୍ଥାନିତ କରିବା ସହ ପାଠକ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ଉଦ୍ୟମ କରିଥାନ୍ତି । ସୁଯୋଗ ଓ ଆଭିମୁଖ୍ୟକୁ ନେଇ ଉଭୟେ ମଧ୍ୟ ଭିନ୍ନ । ଖବର ବିବରଣୀ ସିଧାସଳଖ ତଥ୍ୟ ଓ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । କିନ୍ତୁ ଫିଚରକୁ ସାବଲୀଳ ଓ ପଠୋନଯୁକ୍ତ କରିବା ପାଇଁ ଲେଖକ ଘଟଣାର କିଛି ତଥ୍ୟ ଉହ୍ୟ କରିପାରନ୍ତି । ଏକ ସମ୍ବାଦ ବିବରଣୀ ସୂଚନା

ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ କିନ୍ତୁ ଏକ ଫିଚର ପାଠକଙ୍କ ଆବେଗକୁ ସ୍ପର୍ଶ କରିଥାଏ । ଫିଚର ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ, ଖୁବ୍ କମ୍ ସମୟରେ ଏହା ସଂକ୍ଷିପ୍ତାତ୍ମକ ।

କଠିନ ଖବର ହେଉ ବା ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ହେଉ, ଯେତେବେଳେ ଲେଖାରେ ମର୍ମସ୍ପର୍ଶୀ ଦିଗ ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଇ ହାଲକା ସ୍ପର୍ଶ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ ସେତେବେଳେ ଫିଚର ଅଧିକ ହୃଦୟସ୍ପର୍ଶୀ ହୋଇପାରିଥାଏ । ଏଥିରେ ପାଠକ ବା ଦର୍ଶକ ପ୍ରଥମ ଧାଡ଼ିର ତଥ୍ୟ ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱ ପ୍ରଦାନ ଅପେକ୍ଷା ଅଧିକ ବିବିରଣୀ ମୁହାଁ ହୋଇଥାନ୍ତି । ନିୟମିତ ସାମାଦିକତା ଧାରା ଠାରୁ ଏହା ପୃଥକ ଅଟେ । କାରଣ ଏଥିରେ ସାଧ୍ୟନତା ଓ ଲେଖକୀୟ କୌଶଳ ରହିଥାଏ । ଏହା ସାଭାବିକ ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ବାହାରେ ରଚିତ ହୋଇଥାଏ ଓ ଏହା ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ଲିଡ଼ରୁ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥାଏ । ଅଧିକ ନୂଆ ଧାରାରେ ଏଥିରେ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । ଫିଚରକୁ ଅଧିକ ସାବଲୀଳ ଓ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣକାରୀ କରିବା ପାଇଁ ଏଥିରେ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ବିଷୟ ସଂଯୋଗିତ କରାଯାଇପାରେ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଏତ୍ରେ ଚେକ୍ ଲିଷ୍ଟ, ବାୟୋ ବକ୍ସ, ରେଖାଚିତ୍ର ଓ ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଆଦି ଦିଆଯାଇପାରେ । ଖବର ପରି ଏଥିରେ ସତ୍ୟତା, ନିରପେକ୍ଷତା ଓ ତ୍ରୁଟିଶୂନ୍ୟତା ବଜାୟ ରହିବା ଉଚିତ୍ । ଫିଚରରେ ଲେଖକଙ୍କୁ ଯଥେଷ୍ଟ ସାଧିନତା ଦିଆଯାଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ଏହାର ଏକ ନିର୍ଦ୍ଧିଷ୍ଟ ଢ଼ାଞ୍ଚା ରହିଛି । ଭୀରବାଲା ଅଗ୍ରୱାଲ ନିଜ'ଏସେନ୍‌ସିଆଲ ଅଫ ପ୍ରାକ୍ଟିକାଲ ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଜିମ' ପୁସ୍ତକରେ ଦର୍ଶାଇଛନ୍ତି ଯେ, ମୁଖ୍ୟ ନିର୍ଯ୍ୟାସକୁ କେନ୍ଦ୍ର କରି ଫିଚର ଲେଖା ଆରମ୍ଭ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ମୁଖ୍ୟ ନିର୍ଯ୍ୟାସକୁ ତଥ୍ୟଗତ ପରିସଂଖ୍ୟାନ, ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ, ଚିନ୍ତାଧାରା, ସିଦ୍ଧାନ୍ତ ଆଦି ସହାୟକ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏଗୁଡ଼ିକ ଫିଚର ପାଇଁ ସହାୟକ ବିଭାଗ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଫିଚରର ମୋଟାମୋଟି ଢ଼ାଞ୍ଚା ହେଲା:

. ଏହାର ଅୟମାରମ୍ଭ ପାଠକଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣକାରୀ ଓ ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । କେଉଁ ବିଷୟରେ ଫିଚର ଲେଖାଯାଉଛି ତାହା ଏଥିରେ ସୂଚୀତ ହେଉଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । କେନ୍ଦ୍ରୀୟ ବିଷୟକୁ ଆସିବା ପାଇଁ ଏହା ଏକ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ବା ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ଦୃଷ୍ଟାନ୍ତ ହେଉଥିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

. ବିଷୟବସ୍ତୁର ଏକ ସାଧାରଣ ଇସ୍ତାହାର ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ ଯାହା ପାଠକଙ୍କୁ ଘଟଣା ବା ଘଟଣାର ଧାରା ଏବଂ ଏବଂ ଏହା ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ କିପରି ଆବଶ୍ୟକ ତାହା ଜଣାପଡୁଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହାକୁ ' ଏଷ୍ଟାବ୍ଲିସିଂ ବିଭାଗ' ବା 'ନଟ୍ ଅନୁଚ୍ଛେଦ' ଭାବେ ବିବେଚନା କରାଯାଏ । ଏହା ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ବା ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ହୋଇପାରେ ।

. କେନ୍ଦ୍ରୀୟ ବିଷୟ ପାଇଁ ଦୁଇ ବା ଅଧିକ ମୁଖ୍ୟ ସହାୟକ ଦିଗ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହା ରଚନା ବା ଭାଷଣର ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ ।

. ଉପସଂହାର ଶକ୍ତିଶାଳୀ ଭାବେ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ବହୁ ପାଠକ ସାବଲୀଳ ଭାବେ ଲେଖା ଯାଇଥିବା ଫିଚରକୁ ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ପାଠ କରିଥାନ୍ତି । ଉପସଂହାର ଲଘୁ, ମନମତାଣିଆ ଓ ସାବଲୀଳ ଭାବେ ପ୍ରସ୍ଫୁଟିତ ହୋଇଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଶେଷରେ କିଛି ଭାବନା ଉଦ୍ରେକକାରୀ ପ୍ରସଙ୍ଗ ବା ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଛାଡ଼ିଗଲେ ଭଲ । ବେଳେବେଳେ ଶେଷ ସହ ଆରମ୍ଭର ସଂପର୍କ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିବାକୁ ପଡ଼େ । ଏହାଫଳରେ ଆରମ୍ଭରୁ ଯେଉଁ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଦ୍ରେକ ହୋଇଥାଏ ଶେଷକୁ ତାହାର ଉତ୍ତର ମିଳିଥାଏ ।

ଫିଚରର ଢ଼ାଞ୍ଚା ବା ଶୈଳୀ:

ଶିରୋନାମା

ଲିଡ଼୍

ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ

ବିଷୟବସ୍ତୁ

ବିଷୟବସ୍ତୁ

୧.୭.୩: ସ୍ୟାଣ୍ଡ ବ୍ଲକ ଶୈଳୀ (ଆଓ୍ବାରଗ୍ଲାସ ଶୈଳୀ ଭାବେ ପରିଚିତ)ରେ ଖବର ଲେଖା ହେଉଛି ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ର ପରିବର୍ତ୍ତିତ ଢ଼ାଞ୍ଚା । ଏପ୍ରକାର ଲେଖାରେ ଓଲଟ ପିରାମିଡ ଓ ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ଶୈଳୀର ସମକମିଶ୍ରଣ ଘଟିଥାଏ । ଏହି ଢ଼ାଞ୍ଚାକୁ ୧୯୮୩ ମସିହାରେ ପଏଣ୍ଟର ପ୍ରତିଷ୍ଠାନାର ରଏ ପିଟର କ୍ଲାର୍କ ଚିହ୍ନଟ କରିଛନ୍ତି । ଓଲଟ ପିରାମିଡ ପରି ଏହି ଲେଖା ପ୍ରଥମରୁ ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନାରୁ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥାଏ, କିନ୍ତୁ ମଝିରେ ଏହା ମୋଡ଼ ନେଇ ଏକ ଧାରାବାହିକତା ବିବରଣୀର ରୂପ ନେଇଥାଏ । ଏହି ଶୈଳୀର ଲେଖାକୁ ୩ ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇପାରେ ।

ଦି ଟପ୍ ବା ଶୀର୍ଷ: ଏହା ହେଉଛି ବିବରଣୀର ଅଗ୍ରମାରମ୍ଭ । ଏଥିରେ ସାରାଂଶ ଲିଡ଼୍ ରହିଥାଏ । ଏହା ପରକୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟ ସମ୍ବଳିତ ୩ଯିରୁ ୪ଟି ଅନୁଚ୍ଛେଦ ରହିଥାଏ । ଏଥିରେ ପ୍ରମୁଖ ଖବର ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଭାବେ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଥାଏ । ଯଦି ପାଠକ ଶୀର୍ଷ ପଢ଼ିବା ପରେ ପଢ଼ା ବନ୍ଦ କରିଦେବେ ତଥାପି ସେମାନେ ଖବର ସଂପର୍କରେ ସୂଚିତ ହୋଇପାରିବେ । ଏପ୍ରକାର ବିବରଣୀ ଅତିବେଶୀରେ ୪ରୁ ୬ ଅନୁଚ୍ଛେଦ ମଧ୍ୟରେ ସୀମିତ ରହୁଥିବାରୁ ବିବରଣୀରେ କେବଳ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ସୂଚନା ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ଦି ଟର୍ଣ୍ଣ ବା ମୋଡ଼: ଏହା ମୁଖ୍ୟତଃ ଏକ ମଧ୍ୟବର୍ତ୍ତୀ ଅନୁଚ୍ଛେଦ ଯାହା ବର୍ଣ୍ଣନା ଆଡ଼କୁ ଅଗ୍ରଗତି ସଂପର୍କରେ ସୂଚନା ଦେଇଥାଏ । ଏହି ଶୈଳୀର ଖବର ଲେଖାରେ ଏକ ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଂଶ । ପରବର୍ତ୍ତୀ ବର୍ଣ୍ଣନାର ବୈଶିଷ୍ଟ ସାଧାରଣତଃ ଏଥିରେ ରହିଥାଏ ।

ଦି ନ୍ୟାରେଟିଭ ବା ବର୍ଣ୍ଣନା: ଏହା ହେଉଛି ବିଷୟର ଅନ୍ତିମ ଭାଗ । ଏଥିରେ ଧାରାବାହିକ ଭାବେ ଖବରର ଆଦ୍ୟ, ମଧ୍ୟ ଓ ଶେଷର ସୂଚନା ମିଳିଥାଏ । ଏହି ବର୍ଗରେ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ବିବରଣୀ, କଥୋପକଥନ, ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଓ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ସୂଚନା ଆଦି ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ ।

- ଦି ଟପ୍ ବା ଶୀର୍ଷ
- ଦି ଟର୍ଣ୍ଣ ବା ମୋଡ଼
- ଦି ନ୍ୟାରେଟିଭ ବା ବର୍ଣ୍ଣନା

୧.୭.୪ : ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ

ସଙ୍କରେ ପରିପ୍ରକାଶ ସହ ଶବ୍ଦ ଅନୁଚ୍ଛେଦ (ଗ୍ରାଫ))ର ଏକତ୍ରୀକରଣ ବ୍ୟବସ୍ଥାରୁ ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ ଶବ୍ଦର ଉତ୍ପତ୍ତି । ଲିଡ଼୍ ପରେ ବିବରଣୀ ବା ପ୍ରବନ୍ଧର ମୁଖ୍ୟ ଅନୁଚିନ୍ତାକୁ ପରିପ୍ରକାଶ କରୁଥିବା ଅନୁଚ୍ଛେଦକୁ ଏହା ବୁଝାଇଥାଏ । ୱାଲ ଷ୍ଟ୍ରିଟ ଜର୍ଣ୍ଣାଲର ଲେଖକ ତଥା ସଂପାଦକ କେନ୍ ୱେଲଙ୍କ ମତରେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ଯେଉଁ ଅନୁଚ୍ଛେଦ ସୂଚୀତ କରିବା ସହ

କାହିଁକି ପାଠକ ଏହାକୁ ପାଠ କରିବେ ସେ ସଂପର୍କରେ ସୂଚନା ଦେଉଥିବ ତାହାହିଁ ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ । ଏହା ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ପତାକା ସଦୃଶ । ଖବରକୁ ଏହା ଉଚ୍ଚରେ ଧରିରଖେ । ଏହି ଖବର ଆପଣ ଅଧିକ ପଢ଼ିବେ କି ନାହିଁ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେଇପାରନ୍ତି । କିନ୍ତୁ ଯଦି ଆପଣ ଅଧିକ ନ ପଢ଼ନ୍ତି ତାହାଲେ ମଧ୍ୟ ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗ ଧାରଣା ପାଇପାରିବେ । ୫୦ ବର୍ଷ ପୂର୍ବେ ୱାଲ ଷ୍ଟ୍ରିଟ ଜର୍ଣ୍ଣାଲ ପ୍ରଥମ ଥର ପାଇଁ ଏହି ଶବ୍ଦର ଉପଯୋଗ କରିଥିଲା । ଏହାକୁ ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ କହିବାର କାରଣ ହେଲା କୋଳି ମଧ୍ୟରେ ରହିଥିବା 'ମଞ୍ଜି' ବା 'ଟାକୁଆ' ପରି ବିଷୟର ଏହା ମୁଖ୍ୟାଂଶ ।

ଖବର ବା ଫିଚରର ଦୃଷ୍ଟିଭଙ୍ଗୀ ସଂପର୍କରେ ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ ସୂଚୀତ କରିଥାଏ । ଏହା ଲିଡ୍ ସଂପ୍ରସାରିତ କରି ବିଷୟ ପାଇଁ ପ୍ରସଙ୍ଗ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ସହ ଖବରର ମୂଲ୍ୟାଙ୍କନ କରିଥାଏ । ଲେଖକ କେଉଁ ପର୍ଯ୍ୟାୟକୁ ଯାଇଛନ୍ତି ଏହା ସେସଂପର୍କରେ ପାଠକଙ୍କୁ ସୂଚିତ କରିଥାଏ । ବେଳେବେଳେ ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ 'କାହିଁକି' ଓ 'କଣ'କୁ ନେଇ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ଓ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଛିଡ଼ା କରାଇଥାଏ ।

ନଟ୍ ଗ୍ରାଫର ବିଭିନ୍ନ ଭୂମିକା ସଂପର୍କରେ ଆମେରିକା ଭିତ୍ତିକ ପଏଣ୍ଟର ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ଯାହା କୁହନ୍ତି:

. ବିବରଣୀର ଯୌକ୍ତିକତା ପ୍ରତି ପାଠକ କାହିଁକି ଯତ୍ନଶୀଳ ହେବେ ତାହା ଜଣାଇଥାଏ

. ଲିଡ୍ ଓ ଅବଶିଷ୍ଟ ବିଷୟ ମଧ୍ୟରେ ଏହା ଏକ ସେତୁବନ୍ଧ ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କରି ଉଭୟଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସଂପର୍କ ବିଷୟରେ ସୂଚୀତ କରିଥାଏ ।

. ଏହି ବିଷୟ କଣ ପାଇଁ ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତୀତା ବୋଲି ଏହା ପାଠକଙ୍କୁ ଜଣାଇଥାଏ ।

. ଏହି ବିଷୟ କଣ ପାଇଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଏହା ସେସଂପର୍କରେ ପାଠକଙ୍କୁ ସହାୟକ ଉପାଦାନ ଯୋଗାଇବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ।

ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ ସୃଜନଶୀଳତାରେ କେତେକ ସ୍ୱାଧୀନତା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । କଠିନ ଖବର କ୍ଷେତ୍ରରେ ଲିଡ୍ ମୁଖ୍ୟତଃ ଘଟଣାର ନିର୍ଯ୍ୟାସକୁ ନେଇ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାଏ । ତେଣୁ ଏପ୍ରକାର ଖବରରେ ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ ଆବଶ୍ୟକତା ନାହିଁ । କିନ୍ତୁ କୋମଳ ଖବର ବା ଫିଚର ପାଇଁ ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଏହାକୁ ବିଷୟବସ୍ତୁରେ ଉଚ୍ଚ ମାନ୍ୟତା ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଏହା ସାଧାରରତଃ ତୃତୀୟ ବା ପଞ୍ଚମ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ଯଦି ଲିଡ୍ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ହୋଇଥାଏ ତାହାଲେ ଏହା ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇପାରେ ।

ନଟ୍ ଗ୍ରାଫର ଉଦାହରଣ:

କନ୍ଧମାଳ ଗୁଳିକାଣ୍ଡ ମାଓ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନରେ ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ହୋଇପାରେ

ଭୁବନେଶ୍ୱର,୧୬/୭: କନ୍ଧମାଳ ଜିଲ୍ଲା ଗୁମୁଡ୍ଡୁମୁହାଁଠାରେ ପୋଲିସ ଗୁଳିକାଣ୍ଡରେ ୫ ନିରୀହ ଆଦିବାସୀ ପ୍ରାଣ ହରାଇବା ଘଟଣା ରାଜ୍ୟରେ ମାଓ ଦମନ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନକୁ ବାଧାପ୍ରାପ୍ତ କରିବା ଆଶଙ୍କ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଛି ।

ଏହି ଗୁଳିକାଣ୍ଡ ଘଟଣା ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ଆଦିବାସୀ ଅଧ୍ୟୁଷିତ କନ୍ଧମାଳ ଜିଲ୍ଲା ରାଜନୈତିକ ଦଳ ପାଇଁ ଏବେ ଚରାଭୂଇଁ ପାଲଟିଥିବାରୁ ସୁରକ୍ଷା ବାହିନୀ ମାଓବାଦୀ ଦମନ କାର୍ଯ୍ୟ ଚଳାଇ ରଖିବେ ନା ରାଜନୈତିକ ନେତୃବୃନ୍ଦଙ୍କ ସୁରକ୍ଷା କାର୍ଯ୍ୟରେ ସାମିଲ ହେବେ ସେଥିନେଇ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱରେ ରହିଛନ୍ତି ।

ଗତ କିଛି ବର୍ଷ ଧରି ମାଓବାଦୀ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଏଠାରେ ହ୍ରାସ ପାଇଥିବାବେଳେ ଏବେ ପୁଣି ସକ୍ରିୟ ହୋଇଛି । ଯଦିଓ ଆଭ୍ୟନ୍ତରିଣ ଜିଲ୍ଲାରେ ମାଓବାଦୀ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ନିୟନ୍ତ୍ରଣରେ କେତେକ ଉନ୍ନତି ଦେଖାଦେଇଛି ତଥାପି ଦକ୍ଷିଣ ଓ ପଶ୍ଚିମାଞ୍ଚଳ ଜିଲ୍ଲାରେ ପରିସ୍ଥିତି ଉଦ୍‌ବେଗଜନକ ରହିଛି । ମାଲାକାନଗିରି, କୋରାପୁଟ, ନୂଆପଡ଼ା, ରାୟଗଡ଼ା, କନ୍ଧମାଳ, କଳାହାଣ୍ଡି, ବଲାଙ୍ଗୀର, ନୟାଗଡ଼, ରାଉରକେଲା ଓ ବରଗଡ଼ରେ ପରିସ୍ଥିତି ଆହ୍ୱାନଜନକ ଥିବାରୁ ରାଜ୍ୟ ସରକାର ନିକଟରେ ଅଧିକ ଦୁଇ କଂପାନୀ କେନ୍ଦ୍ରୀୟ ଅର୍ଦ୍ଧ ସାମରିକ ବାହିନୀ ଲୋଡ଼ିଛନ୍ତି ।

ରାଜ୍ୟରେ ମାଓବାଦୀ ବିରୋଧୀ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନରେ କନ୍ଧମାଳ ପରିସ୍ଥିତି ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ହେବ ବୋଲି କହିଛନ୍ତି ରାଜ୍ୟର ପୁଲିସ ଆଇଜି (ଅପରେସନ) ଏସ୍. କେ. ପ୍ରିୟଦର୍ଶୀ । କିନ୍ତୁ ଏହି କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନକୁ ଆଗେଇ ନେବାରେ ଅନୁସୃତ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ ପ୍ରକ୍ରିୟା (ଏସ୍‌ଓପି)ରେ କୌଣସି ପରିବର୍ତ୍ତନ ହେବା ସଂକ୍ରାନ୍ତ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ସେ ଦେଇନାହାଁନ୍ତି ।

କନ୍ଧମାଳ ଘଟଣା ପରେ ମାଓ ଅଧ୍ୟୁଷିତ ଅଞ୍ଚଳର ଗ୍ରାମବାସୀ ସୁରକ୍ଷା ବାହିନୀ ବିରୋଧରେ ଅସନ୍ତୋଷ ପ୍ରକାଶ କରୁଥିବାରୁ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଆସ୍ଥା ଫେରିପାରିବା ପାଇଁ ପୁଲିସ ଓ ପ୍ରଶାସନକୁ କଷ୍ଟକର ହୋଇପାରେ ବୋଲି ଏକ ସୂତ୍ରରୁ ପ୍ରକାଶ । ଚରମପନ୍ଥୀ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପର ମୁକାବିଲା ପାଇଁ ୨୦୦୪ ମସିହାରେ ଗଠିତ ଏସ୍‌ଓଜିର ଭାବମୂର୍ତ୍ତି କନ୍ଧମାଳ ହତ୍ୟାକାଣ୍ଡ ଘଟଣା ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ନକରାତ୍ମକ ହୋଇପଡ଼ିଛି । ଏସ୍‌ଓଜି ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବେ ଗୁଇନ୍ଦା ନିର୍ଦ୍ଦେଶକଙ୍କ ନିୟନ୍ତ୍ରଣରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ରଖି ପୂର୍ବତନ ପୁଲିସ ମହାନିର୍ଦ୍ଦେଶକ ଗୋପାଳ ନନ୍ଦ କହିଛନ୍ତି ଯେ, ଏହି ଘଟଣା ଦୁର୍ଭାଗ୍ୟଜନକ ହୋଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ମାଓ ବିରୋଧୀ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ ସ୍ଥଗିତ ରଖିବାର କୌଣସି ଆବଶ୍ୟକତା ନାହିଁ ।

ଏପ୍ରକାର ସମୟରେ ମାଓବାଦୀ ଅଧ୍ୟୁଷିତ ଅଞ୍ଚଳରେ ସରକାର ବିକାଶମୂଳକ କାର୍ଯ୍ୟ ତ୍ୱରାନ୍ୱିତ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହା ଫଳରେ ଜନସାଧାରଣ ମାଓବାଦୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଭାବିତ ନହୋଇ ପ୍ରଶାସନ ପ୍ରତି ପୁନଃ ଆସ୍ଥା ପ୍ରକଟ କରିପାରିବେ । ଜନସାଧାରଣ ଯେପରି ପ୍ରଶାସନର ଅଂଶବିଶେଷ ସେହିପ୍ରକାର ଧାରଣା ଗ୍ରାମବାସୀଙ୍କ ମନରେ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ପାଇଁ ପଦକ୍ଷେପ ନିଆଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ବୋଲି ନନ୍ଦ କହିଛନ୍ତି ।

ସଂପ୍ରତି କେନ୍ଦ୍ରୀୟ ରିଜର୍ଭ ପୁଲିସ ବାହିନୀର ୮ ବାଟାଲିୟନ, ସୀମା ସୁରକ୍ଷା ବାହିନୀର ୮ ବାଟାଲିୟନ, ସିଆରପିଏଫର ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର କୋବ୍ରାର ୧ ବାଟାଲିୟନ ,ଏସ୍‌ଓଜି ଓ ଜିଲ୍ଲା ପୁଲିସଙ୍କୁ ମିଶାଇ ମୋଟ ୧୭ ବାଟାଲିୟନ ସୁରକ୍ଷା ବାହିନୀ ଏଠାରେ ଅବସ୍ଥାପିତ ।

ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧.୯: ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀର ଖବର କଣ ?

....

....

୧.୧୦: ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ କଣ ?

....

....

୧.୮ : କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହ

ପ୍ରତିଦିନ ଆମ ଚତୁଃପାର୍ଶ୍ୱରେ ସମାବେଶ, ବାଣିଜ୍ୟିକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ, ଆଲୋଚନାଚକ୍ର, ଉଦ୍‌ବୋଧନ, ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଆଦି ବିଭିନ୍ନ ଘଟଣା ଘଟିଥାଏ। ଏହି ଘଟଣାଗୁଡ଼ିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଖବରର ପ୍ରମୁଖ ଉତ୍ସ ହୋଇଥାଏ। ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଆଗୁଆ ଯୋଜନା କରାଯାଇଥାଏ ଏବଂ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବା ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ଏସଂପର୍କରେ ଆଗୁଆ ସୂଚନା ମଧ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହି ପୂର୍ବ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହ ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକମାନେ ଅନେକ ସମୟ ଦେଇଥାନ୍ତି । କିନ୍ତୁ ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବେଳେବେଳେ ଗୋଳମାଳିଆ ହୋଇଥାଏ । ଏଥିରୁ କିଛି ତଥ୍ୟ ମିଳିଥାଏ ଏବଂ ବେଳେବେଳେ ଆୟୋଜକ ନିଜ ସୂଚୀ ଏଥିରେ ସାମିଲ କରିଦେଇଥାନ୍ତି । ତେବେ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପ୍ରମୁଖ ଦାୟିତ୍ୱ ହେଲା ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରୁ ପ୍ରକୃତ ଖବରଟି ନିରୂପଣ କରି ନିଜ ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ।

କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ତାରିଖ, ସମୟ ଓ ସ୍ଥାନ ସଂପର୍କରେ ଆୟୋଜକ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ସୂଚନା ଦେଇଥାନ୍ତି । କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସଂକ୍ରାନ୍ତ କିଛି ଲିଡ଼ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ପୋଷ୍ଟର ବା ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନରୁ ମିଳିପାରିଥାଏ । ଏହା ପୂର୍ବନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ହୋଇଥିବା ଓ ଏଠାକୁ ସମସ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଆମନ୍ତ୍ରଣ କରାଯାଇଥିବାରୁ ଏହି ଖବର ବାଦ ପଡ଼ିବାର ସମ୍ଭାବନା କମ୍ ଥାଏ। ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଦ୍ୱାରା ସାମ୍ବାଦିକର କାର୍ଯ୍ୟଚାପ କିଛିଟା ହ୍ରାସ ପାଇଥାଏ। କାରଣ ସମସ୍ତ ସାମ୍ବାଦିକ ଉପସ୍ଥିତ ରହିଥିବାରୁ ଜଣକୁ ବେଶି ପ୍ରଶ୍ନ ପଚାରିବା ପାଇଁ ପଡ଼େ ନାହିଁ। କିନ୍ତୁ ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ପ୍ରମୁଖ ସମସ୍ୟା ହେଲା ଏଠାରୁ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଧରଣର ଖବର ମିଳିପାରେ ନାହିଁ। ବର୍ତ୍ତମାନ ଆଲୋଚନା କରିବା ଏହି ଘଟଣା ବିବରଣୀ କିପରି ସଂଗ୍ରହ କରିବା ।

ପ୍ରସ୍ତୁତି:

କୌଣସି ଘଟଣାର ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହ କରିବା ପାଇଁ ଯିବା ପୂର୍ବରୁ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଟି କଣ ଓ କେଉଁ ବିଷୟରେ ସେ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏଠାରେ କେଉଁମାନେ ବକ୍ତା, କିପ୍ରକାର ଦର୍ଶକ ଅଛନ୍ତି ସେସଂପର୍କରେ ମଧ୍ୟ ଅବଗତ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏଥିସହ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ପୃଷ୍ଠଭୂମି ସଂପର୍କରେ ମଧ୍ୟ ଜାଣିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଆୟୋଜକ ବା ସଂପାଦକଙ୍କ ନିକଟରୁ ଏସମସ୍ତ ବିଷୟ ବୁଝାଯାଇପାରେ । ଆୟୋଜକ ପ୍ରଦାନ କରିଥିବା ପୃଷ୍ଠଭୂମି ବିବରଣୀ, ଅନଲାଇନ ସର୍ଚ୍ଚ ବା ପାଠାଗାରରୁ ମଧ୍ୟ ଏସଂକ୍ରାନ୍ତ ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ କରାଯାଇପାରେ । କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ମୂଳ ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କର ସଠିକ୍ ଧାରଣା ରହିଥିବା ଉଚିତ୍। ସେହିପରି ବହୁ ସଂଖ୍ୟକ ଛୋଟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବା ଘଟଣା ଘଟିଥାଏ, କିନ୍ତୁ ସେଗୁଡ଼ିକ ଖବର ପଦବାଚ୍ୟ ହୋଇପାରେ ନାହିଁ। ତେଣୁ ଯେକୌଣସି ପୂର୍ବନିର୍ଦ୍ଧାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ ଯିବା ପୂର୍ବରୁ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ବିବରଣୀ ଅନୁଧ୍ୟାନ କରିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଟେ।

ଥରେ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ବିବରଣୀ ସଂପର୍କରେ ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ ହୋଇଗଲେ କିଛି ସମ୍ଭାବ୍ୟ ପ୍ରଶ୍ନ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଉଚିତ୍। ଯଦି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଟି ଖବର ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିଲା ଭଳି ହୋଇନପାରିଲା ତାହାଲେ ନିଜେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥିବା ପ୍ରଶ୍ନ ବକ୍ତା ବା ଆୟୋଜକଙ୍କୁ ପଚରାଯିବା ଉଚିତ୍। ଯଦି ଘଟଣାଟି ବଡ଼ ହୋଇଥାଏ ତାହାଲେ ଆଗାମୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସଂପର୍କରେ ବିବରଣୀଟିଏ ପ୍ରକାଶିତ କରାଯାଇପାରେ।

କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଯୋଗଦାନ:

କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ସାମ୍ବାଦିକ ଆଗୁଆ ପହଞ୍ଚିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏହାଦ୍ୱାରା ସେ ସ୍ଥିର ଚିତ୍ତରେ ବକ୍ତା ଓ ଦର୍ଶକଙ୍କ ସଂପର୍କରେ ଅବଗତ ହୋଇପାରନ୍ତି । ଏହି ସମୟରେ ସେ ଆୟୋଜକ ଓ ବକ୍ତାଙ୍କ ସହ ପରିଚିତ ହେବା ସହ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପରେ ଏକ

ସାକ୍ଷାତକାର ପାଇଁ ବ୍ୟବସ୍ଥା କରିପାରନ୍ତି । ଟେଲିଭିଜନ ସାମ୍ବାଦିକ ଆଗୁଆ ପହଞ୍ଚିଲେ ଭଲ ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ଗ୍ରହଣ ପାଇଁ ସମ୍ମୁଖ ଓ ଉପଯୁକ୍ତ ସ୍ଥାନରେ କ୍ୟାମେରା ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିପାରିଥାନ୍ତି । ବୈଠକ ଆରମ୍ଭ ପୂର୍ବରୁ ଏକ ଉପଯୁକ୍ତ ସ୍ଥାନରେ ଆସନ ଗ୍ରହଣ କରିବା ଉଚିତ୍ । ଆସନ ଏପରି ଭାବେ ନିରୂପଣ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ଯଦ୍ୱାରା ବକ୍ତାଙ୍କ ଉଦ୍‌ବୋଧନ ଠିକ୍ ଭାବେ ଶୁଣାଯାଇପାରୁଥିବ ଏବଂ ମତ ବିନିମୟ ମଧ୍ୟ ସୁବିଧାଜନକ ହୋଇପାରିବ । ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ ଆୟୋଜକ ଯୋଗାଇ ଦେଇଥିବା ପୃଷ୍ଠଭୂମି ବିବରଣୀକୁ ମଧ୍ୟ ସାମ୍ବାଦିକ ଅନୁଧ୍ୟାନ କରିଥାନ୍ତି ।

କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଆରମ୍ଭ କ୍ଷଣି ବକ୍ତା ବା ଆୟୋଜକ କଣ କହୁଛନ୍ତି ତାହା ଭଲଭାବେ ଲେଖିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ବକ୍ତା ବା ଆୟୋଜକଙ୍କ ବକ୍ତବ୍ୟରୁ ନୂତନ ପ୍ରଶ୍ନର ଉଦ୍ରେକ ଘଟିପାରେ । କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ, ବୈଠକ ବା ଭାଷଣ ଶେଷ ପରେ କିଛି ପ୍ରଶ୍ନ ପଚାରିବା ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ସୁଯୋଗ ମିଳିଥାଏ । କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସ୍ଥଳରେ ରଖାଯାଇଥିବା ବକ୍ତବ୍ୟକୁ ଅଧିକ ସ୍ପଷ୍ଟ କରିବା ବା ଅଧିକ ସୂଚନା ଜାଣିବା ପାଇଁ ପ୍ରଶ୍ନ କରାଯାଇପାରେ । ଏହାଦ୍ୱାରା ଖବର ପାଇଁ କେତେକ ଭଲ ସୂଚନା ମିଳିପାରେ । ସମସ୍ତ ସାମ୍ବାଦିକ ସଭାସ୍ଥଳ ପରିତ୍ୟାଗ କରିବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଅପେକ୍ଷା କର । ନିଜେ ପ୍ରଶ୍ନ କରିସାରିବା ପରେ ଘଟଣାସ୍ଥଳ ପରିତ୍ୟାଗ କରିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ବେଳେବେଳେ ଅନ୍ୟ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପଚରାଯାଉଥିବା ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତରରୁ ମଧ୍ୟ ଖବର ପାଇଁ ମୂଲ୍ୟବାନ ସୂଚନା ମିଳିପାରିଥାଏ ।

ଯଦି ନିଜର କିଛି ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଦିଗ ରହିଛି ତାହାଲେ ସେ ସଂପର୍କରେ ଅବଗତ ହେବା ପାଇଁ ସମସ୍ତ ସାମ୍ବାଦିକ ସଭାସ୍ଥଳ ପରିତ୍ୟାଗ କରିବା ପରେ ନିଜେ ଉପସ୍ଥିତ ରହି ବକ୍ତା ବା ଆୟୋଜକଙ୍କ ସହ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବେ ସାକ୍ଷାତକାର ନିଅନ୍ତୁ ।

କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ବକ୍ତା ବା ଆୟୋଜକ କଣ କହିଲେ ତାହାର ବିବରଣୀ ଟିପିବା କେବଳ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ନୁହେଁ ବରଂ ସେ କଣ ନକହିଲେ ସେ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଜଣେ ଉତ୍ତମ ସାମ୍ବାଦିକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସ୍ଥଳର ପରିବେଶ ଅନୁଧ୍ୟାନ କରିବା ସହ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ମୂଲ୍ୟାୟନ କରିଥାନ୍ତି । ଏଥିସହ ଅଂଶଗ୍ରହଣକାରୀଙ୍କ ସହ ଆଲୋଚନା କରିବ ଉଚିତ୍ । ଏଠାରୁ ଗୁଲିଗପ ଓ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହଣ କରାଯାଇପାରେ । ଘଟଣାର ଉପଯୁକ୍ତ ଫଟୋ ବା ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ସଂଗ୍ରହ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ଖବର ଲିଖନ:

ଅଧିକାଂଶ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଆୟୋଜନକାରୀ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ପ୍ରେସ୍ ନୋଟ ବା ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ଗୋଚରାର୍ଥେ ଏହା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହି ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ଜରିଆରେ ପାଠକଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବା ପାଇଁ ଉଦ୍ୟମ ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ବିବରଣୀ ଆୟୋଜକ ବା ବକ୍ତାଙ୍କ ସ୍ୱାର୍ଥକୁ ଜଗି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ । ଏତ୍‌ପ୍ରତି ସତର୍କତା ଅବଲମ୍ବନ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ତେଣୁ ଘଟଣା ସ୍ଥଳରୁ ସଂଗୃହୀତ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ସହ ହ୍ୟାଣ୍ଡ ଆଉଟ, ରିପୋର୍ଟ ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଲିଫଲେଟ ଖବର ଲେଖିବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ ।

ଆୟୋଜକ ବା ବକ୍ତା ଯାହା କହିଲେ ତାହାହିଁ କେବଳ ଯେ ଘଟଣାର ବିବରଣୀରେ ସ୍ଥାନିତ ହେବ ସେକଥା ନୁହେଁ । ଏଥିରେ ଅଂଶଗ୍ରହଣକାରୀ ଜନତା, ସେମାନଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା, କିପ୍ରକାର ଜନତା ଉପସ୍ଥିତ ଅଛନ୍ତି, ବକ୍ତାଙ୍କ ଭାବଧାରା ଓ ଅଂଶଗ୍ରହଣକାରୀଙ୍କ ମନୋଭାବ ସଂପର୍କରେ ମଧ୍ୟ ଉଲ୍ଲେଖ ରହିପାରିବ । ଆୟୋଜକ ଉପସ୍ଥିତ ଜନତାଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ଜଣାଇଥାନ୍ତି । କିନ୍ତୁ ସେମାନେ ବେଳେବେଳେ ନିଜ ପରାକାଷ୍ଠା ଦେଖାଇବା ପାଇଁ ଅଧିକ ସଂଖ୍ୟା ଦର୍ଶାଇଥାନ୍ତି । ଜନତାଙ୍କ ପ୍ରତିକ୍ରିୟାକୁ ନେଇ ଭଲ ଲିଡ଼ ଲେଖାଯାଇପାରେ ।

ଉଦ୍‌ବୋଧନ ସମୟରେ ଯେଉଁ ବକ୍ତବ୍ୟ ଟିପାଯାଇଥିଲା ତାହା ବିବରଣୀ ଲେଖିବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ବା ଘଟଣାର କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଲିଡ଼ରେ ସ୍ଥାନିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ସୂଚନା ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀରେ ସ୍ଥାନିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତି ସମୟରେ ଧାରାବାହିକତା ଖୁବ୍ କମ୍ ଅନୁସୃତ କରାଯାଇଥାଏ । କେତେବେଳେ ଘଟିଲା ତୁଳନାରେ କଣ ଘଟିଲା ତାହା ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ହୋଇଥାଏ ।କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସମୟରେ କଣ କୁହାଗଲା ତାହାର ସାରାଂଶ ସମ୍ବାଦ ବିବରଣୀରେ ସ୍ଥାନିତ ହେବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ଯଥାଯଥା ସ୍ଥାନରେ ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଦିଆଯିବା ଆବଶ୍ୟକ କିନ୍ତୁ ଆରମ୍ଭରୁ ନୁହେଁ । ସମସ୍ତ ବକ୍ତାଙ୍କ ମନ୍ତବ୍ୟ ସ୍ଥାନିତ କରାଯିବା ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକ ନୁହେଁ । କେବଳ ଖ୍ୟାତନାମା ବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବକ୍ତାଙ୍କ ମନ୍ତବ୍ୟ ସ୍ଥାନିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ବକ୍ତାଙ୍କ ମନ୍ତବ୍ୟ ପରକୁ ପର ସ୍ଥାନିତ ହେବା ମଧ୍ୟ ଆବଶ୍ୟକ ନୁହେଁ ।
ଖବର ବିବରଣୀ ସନ୍ତୁଳିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଉପସ୍ଥିତ ନଥିବା କିଛି ଅଂଶୀଦାରଙ୍କ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ବିବରଣୀରେ ସ୍ଥାନ ପାଇଲେ ଏହା ବିବରଣୀକୁ ସନ୍ତୁଳିତ କରିପାରିବ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ପ୍ରଦୂଷଣ ପାଇଁ ସଭାରେ ଉପସ୍ଥିତ ବକ୍ତା ଶିଳ୍ପ ସଂସ୍ଥାକୁ ସମାଲେଚନା କଲେ । ଏକ୍ଷେତ୍ରରେ ଏହି ସମାଲୋଚନା ବା ଅଭିଯୋଗ ଉପରେ ଭଲ କଂପାନୀର ମତାମତ ସଂଗ୍ରହ କରି ଏହାକୁ ସ୍ଥାନିତ କରାଯିବା ଯୁକ୍ତିଯୁକ୍ତ ହେବ ।

ବୈଠକ, ସମ୍ମିଳନୀ ଆଦି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ କେତେକ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନିଆଯାଇଥାଏ । ଏହି ନିଷ୍ପତ୍ତି ଗୁଡ଼ିକ କିପରି କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହେଉଛି ତାହା ଅନୁଧ୍ୟାନ କରି ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ଖବର ପ୍ରକାଶିତ କରାଗଲେ ଏହାର ଉତ୍ତମ ପରବର୍ତ୍ତୀ ଖବର ଫଲୋଅପ ଖବର ଭାବେ ବିବେଚିତ ହୋଇପାରେ ।

୧.୮.୧ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀର ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହ

ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ କିଛି ସୂଚନା ଜଣାଇବା ଓ ଏସଂକ୍ରାନ୍ତ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦେବା ପାଇଁ ଆହୂତ ବୈଠକକୁ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଭାବେ ବିବେଚନା କରାଯାଇଥାଏ । ସାରା ବିଶ୍ୱରେ ଗଣମାଧ୍ୟରେ ଜରିଆରେ ବୃହତ୍ତର ଜନତାଙ୍କୁ ସୂଚନା ଯୋଗାଣ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଲୋକସଂପର୍କ କର୍ମଚାରୀମାନେ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଆୟୋଜନ କରାଇଥାନ୍ତି । ନିଜ ବ୍ରାଣ୍ଡ, ଉତ୍ପାଦ, ଦକ୍ଷତା ଆଦି ସଂପର୍କରେ ଏହି ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀରେ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିରୁ ଉତ୍ତମ ଖବର ସୃଷ୍ଟି ହୋଇପାରେ । ବେଳେବେଳେ ରାଜନୈତିକ ନେତା ନୂଆ ମେଣ୍ଟ□ ସଂପର୍କରେ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀରେ ଘୋଷଣା କରିଥାନ୍ତି । ସେହିପରି ନୂତନ ତଥ୍ୟ ବା ଉଦ୍ଭାବନ ସଂପର୍କରେ ସୂଚନା ଦେବା ପାଇଁ ବୈଜ୍ଞାନିକ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଆହୂତ କରିଥାନ୍ତି ବା ଜନସଚେତନତା ବାର୍ତ୍ତା ଦେବା ପାଇଁ ପୁଲିସ ମୁଖ୍ୟ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଆୟୋଜନ କରାଇଥାନ୍ତି ।
ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଖବରଦାତାଙ୍କ ପାଇଁ ମୁଲ୍ୟବାନ ଖବର ଉତ୍ସ ହୋଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ମନେ ରଖିବା ଉଚିତ୍ ଯେ, ଏହାର ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଏକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ରହିଥାଏ । ତାହା ହେଲା ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜରିଆରେ ଜନମତକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବା ।

କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବା ଘଟଣା ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହ ପାଇଁ ଯେଉଁ ପ୍ରକାର ଦକ୍ଷତା ଆବଶ୍ୟକ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଖବର ସଂଗ୍ରହ ପାଇଁ ଅନୁରୂପ ଦକ୍ଷତା ମଧ୍ୟ ଆବଶ୍ୟକ । କିନ୍ତୁ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ସିଧାସଳଖ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ଅଭିପ୍ରେତ । ଏହି ସ୍ଥାନରେ

କେବଳ ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ଆୟୋଜକ ରହିଥାନ୍ତି । ତେଣୁ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହ ପାଇଁ ଅତିରିକ୍ତ ଯତ୍ନଶୀଳ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ଅନ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହ କରିବା ଭଳି ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ସ୍ଥଳରେ ଧାର୍ଯ୍ୟ ସମୟ ପୂର୍ବରୁ ଖବରଦାତା ପହଞ୍ଚିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହା ଫଳରେ ଅନ୍ୟ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ କରିବା ସହଜ ହୋଇଥାଏ । ଯଥା କିଏ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀରେ ବକ୍ତବ୍ୟ ରଖିବେ ଓ ସମ୍ଭାବ୍ୟ ଘୋଷଣା କଣ ହେବ ସେସଂକ୍ରାନ୍ତ ସୂଚନା ମିଳିପାରିଥାଏ । ଦିଆଯାଇଥିବା କାଗଜପତ୍ର ଭଲଭାବେ ଅନୁଧ୍ୟାନ କରି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟ ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହା ମଧ୍ୟରୁ ଖବର ହୋଇପାରେ ଏବଂ ପ୍ରଶ୍ନ କରିବା ପାଇଁ ଖୋରାକ ମଧ୍ୟ ମିଳିଥାଏ । ବକ୍ତାଙ୍କ ନିକଟରେ ସ୍ଥାନ ଗ୍ରହଣ କରିବା ଉଚିତ୍ । ଏହାଦ୍ୱାରା କିଛି ସୂଚନା ବାଦ ପଡ଼ିବ ନାହିଁ । ଏପରିକି ଯଦି କେହି ପରାମର୍ଶଦାତା ବା ସହାୟକ ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ କିଛି ଫୁସଫୁସ ହୋଇ କହୁଥାଏ ତାହା ମଧ୍ୟ ଶ୍ରବଣଯୋଗ୍ୟ ହୋଇପାରେ ।

ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଖବର ସଂଗ୍ରହ ପାଇଁ ଉପଦେଶ:
- ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇ ଯାଅ, ଏଥିପାଇଁ ପାଇଁ ଘରେ କିଛି କାର୍ଯ୍ୟ କର
- ଶୀଘ୍ର ପହଞ୍ଚିବା ଓ ବିଳମ୍ବରେ ସ୍ଥାନ ପରିତ୍ୟାଗ ଆବଶ୍ୟକ
- ସମ୍ମୁଖରେ ବସିବ ଯେଉଁଠାରୁ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଦେଖିପାରୁଥିବା ଓ ଶୁଣିପାରୁଥିବ
- ସଠିକ୍ ଶବ୍ଦ ଓ ଶିରୋନାମା ଜାଣିବା ପାଇଁ ବ୍ୟବସାୟ କାର୍ଡ଼ ସଂଗ୍ରହ କର
- ଅଂଶଗ୍ରହଣକାରୀଙ୍କ ଆଚରଣ ଲିପିବଦ୍ଧ କର
- କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହ ସମୟରେ ଆଖିପାଖିକୁ ଚାହିଁ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଆକାର ଓ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ଲକ୍ଷ୍ୟକର
- ସମ୍ମିଳନୀ ଶେଷରେ ମନ୍ତବ୍ୟର ସ୍ପଷ୍ଟୀକରଣ ଲୋଡ଼ିବା ଠିକ୍ । କିନ୍ତୁ ନୂଆ ମନ୍ତବ୍ୟ ଓ ଦିଗ ବାହାର କରିବା ସର୍ବୋତ୍ତମ । ମନେରଖ ତୁମେ ପ୍ରଶ୍ନ ପଚାରିବା ସମୟରେ ଏହାର ଉତ୍ତର ଉପସ୍ଥିତ ଅନ୍ୟ ସବୁ ସାମ୍ବାଦିକ ଜାଣିପାରନ୍ତି । ଯଦି ତୁମେ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ପରେ ଅଧିକ କିଛି ସମୟ ରହିବ ହୁଏତ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର କିଛି ବିବରଣୀ ପାଇପାରିବ ।
- ଏକଥା ମଧ୍ୟ ମନେ ରଖିବାକୁ ପଡ଼ିବ ଯେ, ସ୍ଥାନ ପରିତ୍ୟାଗ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ତୁମ ନିକଟରେ ୫ 'ଡ଼ବ୍ଲ୍ୟୁ' ଓ ୧ 'ଏଚ୍'ର ଉ[illegible]ର ଥିବ
- ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଆୟୋଜନ ପାଇଁ ନୁହେଁ, ବରଂ ସେଠାରେ କଣ କୁହାଗଲା ଲେଖ

ଉତ୍ସ: ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଜିମ ଟିପ୍ ସିଟ୍, ଇଣ୍ଟରନ୍ୟାସନାଲ ସେଣ୍ଟର ଫର ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଷ୍ଟ

ବକ୍ତାଙ୍କ ପରିଚୟ ନିରୂପିତ ହେବା ଉଚିତ୍ । ବକ୍ତାଙ୍କ ନାମ, ପଦବୀ, ପୃଷ୍ଠଭୂମୀ ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଯଦି ବକ୍ତାଙ୍କର ବହୁମୁଖୀ ପରିଚୟ ରହିଛି ତାହାଲେ ସଠିକ୍ ପରିଚୟ ସ୍ପଷ୍ଟ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଯଦି ଜଣେ ବକ୍ତା ବିଧାୟକ ଅଛନ୍ତି ଏବଂ ଶ୍ରମିକ ସଂଗଠନର ସଭାପତି ଅଛନ୍ତି ତାହାଲେ ତାଙ୍କୁ ପଚରାଯିବା ଉଚିତ୍ ଯେ, ଶ୍ରମିକ ସଂଗଠନର ସଭାପତି ନା ବିଧାୟକ ଭାବେ ସେ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀରେ ବକ୍ତବ୍ୟ ରଖିଛନ୍ତି ।
ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଆହୂତ କରୁଥିବା ସଂସ୍ଥା ନିଜ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ବା ବାର୍ତ୍ତାର ବିକ୍ରି ପାଇଁ ଚେଷ୍ଟିତ ରହିଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଯାହା ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେଇଥାନ୍ତି ସେହି ସଂପର୍କରେ ହିଁ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ତେଣୁ ସେମାନେ କଣ କହୁନାହାଁନ୍ତି ଏବଂ ସାଧାରଣ

ଜନତାଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟିରୁ କଣ ଏଡ଼ାଇବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ତାହା ଲୋକଲୋଚନକୁ ଆଣିବା ସାମ୍ବାଦିକର ଧର୍ମ । କେତେକ 'ପ୍ରକାଶ ଅନୁପଯୋଗୀ' ବା 'ଅଫ ଦି ରେକର୍ଡ଼' ସୂଚନା ଥାଇପାରେ । ଏହା ପ୍ରକାର ସୂଚନାକୁ ଆୟୋଜକ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବେ ନିଜସ୍ୱ ଅନୁଧ୍ୟାନ ପାଇଁ ଜଣାଇଥାନ୍ତି । କିନ୍ତୁ ଅତ୍ୟଧିକ 'ଅଫ ଦି ରେକର୍ଡ଼' ସୂଚନା ବିବରଣୀର ବିଶ୍ୱସନୀୟତାକୁ ନିମ୍ନଗାମୀ କରାଇଥାଏ । ତେଣୁ ସମସ୍ତ ବିବୃତି ଯଥା ସମ୍ଭବ 'ଅନ୍ ଦି ରେକର୍ଡ଼' ବା 'ପ୍ରକାଶ ଉପଯୋଗୀ' କରାଇବା ପାଇଁ ଉଦ୍ୟମ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଘଟଣା ପରି ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ବିବରଣୀରେ ପ୍ରଥମରୁ ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସଙ୍ଗ ସ୍ଥାନିତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହା ପରକୁ ଓଲଟ ପିରମିଡ଼ ଶୈଳୀ ଅବଲମ୍ବନ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହି ବିବରଣୀରେ ପ୍ରମୁଖ ସୂଚନା ସ୍ଥାନିତ ହେବା ସହ ଅସ୍ୱୀକାର ବା ଅଗ୍ରାହ୍ୟ କିମ୍ବା ପ୍ରଶ୍ନ ଓ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ବିଶଦ୍ ଭାବେ ରହିବା ଉଚିତ୍ । ଏଥିରେ ଅଧିକ ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । କିନ୍ତୁ ଏଗୁଡ଼ିକ ଲିଡ଼ରେ ରହିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ବକ୍ତାଙ୍କ ନାମ ଓ ପରିଚୟ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୧.୮.୨: ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରରୁ ଲିଖନ

ଖବର ଉପଯୋଗୀ କିଛି ବିଷୟ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ସୂଚିତ କରିବା ପାଇଁ ଯେଉଁ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ ତାହାକୁ ସରକାରୀ ବିବୃତି ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥାଏ । ଲୋକସଂପର୍କ ପାଇଁ ଏହା ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅସ୍ତ୍ର । ତେବେ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରମୁଖ ଖବର ଉତ୍ସ ଭାବେ ପରିଗଣିତ ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରତିଦିନ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗ ସଂକ୍ରାନ୍ତରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ଏକାଧିକ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ପାଇଥାନ୍ତି । ଏହା ଏକ ଖବର ବିରରଣୀ ବା ଫିଚର ହୋଇଥାଇପାରେ ଯାହା ଲୋକସଂପର୍କ ଅଧିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଲେଖାଯାଇ ସମ୍ବାଦପତ୍ର କାର୍ଯ୍ୟାଳୟକୁ ପଠାଯାଇଥାଏ । ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରରେ ଥିବା ତଥ୍ୟ ପ୍ରକାଶନ ପାଇଁ ସତର୍କତାର ସହ ଚୟନ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ଯଦ୍ୱାରା ଲକ୍ଷ୍ୟ ପୂରଣ ହୋଇପାରିବ ଏବଂ ସକରାତ୍ମକ ପ୍ରଚାର ହୋଇପାରିବ । ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ମଧ୍ୟରୁ କେତେକ ଆତ୍ମପ୍ରଚାରମୂଳକ ହୋଇଥାଏ । ଏହାସତ୍ତ୍ୱେ ଖବର ବିବରଣୀର ଏହା ଅୟମାରମ୍ଭ । ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରରେ କେତେକ ନୂଆ ସୂଚନା ମଧ୍ୟ ରହିଥାଇପାରେ ।

ସାମ୍ବାଦିକ ସମଗ୍ର ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ପାଠ କରିବା ସହ ଖବର ଉପଯୋଗୀ ତଥ୍ୟ ବାହାର କରିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଟେ । ହସ୍ତଗତ ହେଉଥିବା ସସସ୍ତ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରର ଖବର ମୂଲ୍ୟ ରହିଥିବ ବୋଲି କହିହେବ ନାହିଁ । ଏହି ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରରେ ମଧ୍ୟ କିଛିଟା ସୂଚନା ବାଦ ପଡ଼ିଥାଇପାରେ । ଏହାର ଏକ ଭଲ ଦୃଷ୍ଟିଭଙ୍ଗୀ ମଧ୍ୟ ଥାଇପାରେ । ତେଣୁ ଏହା ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ଲେଖିଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଧାରଣା ଅଭାବରୁ ହୋଇଥାଇପାରେ । ପ୍ରେସ ଇସ୍ୱାହାରରେ ସର୍ବଦା ଯୋଗାଯୋଗ ସୂଚନା ରହିଥାଏ । ଫଳରେ ଅଧିକ ସୂଚନା ପାଇଁ ଯୋଗାଯୋଗ କରାଯାଇପାରିବ । ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ଏକ ପବିତ୍ର ଦସ୍ତାବିଜ ନୁହେଁ । ସାମ୍ବାଦିକ ଚାହିଁଲେ ନିଜ ସୂତ୍ରରୁ ଏହି ବିଷୟରେ କିଛି ସୂଚନା ସଂଯୋଗ କରିପାରିବେ ।

ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ନିଜସ୍ୱ ରୂପରେ ପ୍ରକାଶିତ ହେବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ଯଥାଯଥ ସୂଚନା ଓ ଲିଡ଼ ଦେଇ ଏହାର ପୁନଃଲିଖନ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଖବର ବିବରଣୀ ଲେଖିବା ସମୟରେ ସାମ୍ବାଦିକତାର ମୌଳିକ ପ୍ରଶ୍ନ କିଏ, କଣ, କେତେବେଳେ, କେଉଁଠି ଓ କାହିଁକିର ଉତ୍ତର ପ୍ରତି ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଖବରରେ ନୂତନ ଓ ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ ସୂଚନା ସ୍ଥାନିତ

କରାଯିବା ଉଚିତ୍ । ଏଥିରେ ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀ ଅନୁସୃତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଖବର ପାଇଁ ଯଦି କିଛି ଅତିରିକ୍ତ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରୁଥିବା ମନେହୁଏ ତାହାଲେ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରର କିଛି ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଖବରରେ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇପାରେ । ଏହା ବିଶେଷ ଦିଗକୁ ସୂଚିତ କରୁଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଅଧିକାଂଶ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରରେ ଆତ୍ମ- ସଗୋତକ୍ତିମୂଳକ ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ପ୍ରଚାରଧର୍ମୀ ସୂଚନା ରହିଥାଏ । ଏହି ପ୍ରସଙ୍ଗ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରରୁ ଆନୀତ ବୋଲି ଖବରରେ ଉଲ୍ଲେଖି କରାଯିବା ବିଜ୍ଞତାର ପରିଚାୟକ ।

ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରରୁ ଲିଖନ ସଂପର୍କରେ ଉପଦେଶ

- ଖବରର ସାମାନ୍ୟ ସୂଚନା ଭାବେ ଏହାକୁ ଗ୍ରହଣ କର
- ୫ 'ଡ଼ବ୍ଲ୍ୟୁ' ୧ 'ଏଚ୍' ତନଖି କର
- ନୂଆ ଓ ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ କଣ ସେଥିପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ଦିଅ
- ଅନୁଚ୍ଚାରିତ ପ୍ରଶ୍ନ, ଛିଦ୍ର ଏବଂ କଣ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଇ ନାହିଁ ତାହା ଖୋଜ
- ତନଖି, ବାଖ୍ୟା, ସ୍ୱଷ୍ଟୀକରଣ ଓ ନୂଆ ଦିଗ ପାଇଁ ଯୋଗାଯୋଗ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସହ ସଂପର୍କ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କର
- ଖବର ପାଇଁ ଭାରସାମ୍ୟତା ଯୋଗାଇ ପାରୁଥିବା ସୂତ୍ର ସହ ଯୋଗଯୋଗ କର
- ଏହି ଇସ୍ତାହାର ପାଇଁ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବେ ଜୀବନଜୀବିକା କ୍ଷତିଗ୍ରସ୍ତ ହେଉଥିବା ପକ୍ଷଙ୍କ ସହ ଆଲୋଚନା କର
- ପ୍ରସଙ୍ଗ ଓ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ସଂଲଗ୍ନ କର
- ଘଟଣାର ଧାରାବାହିକତା ଭାବେ ତଥ୍ୟର ପରିପ୍ରକାଶ ବା ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଭାବେ ଏହାକୁ ଉପଯୋଗ କରାଯାଇପାରେ ।

ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା:

୧.୧୧: ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ କଣ ?

....

....

....

୧.୧୨: ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ଖବରର ଉତ୍ସ । ଏହାକୁ ବୁଝାଅ ।

....

....

....

ୟୁନିଟ: ୨: ରିପୋର୍ଟିଂର ପ୍ରକାର ଭେଦ

୨.୦: ବିଷୟ ଗଠନ

୨.୧: ପଠନ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୨.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

୨.୩: ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ

୨.୪: ବାଖ୍ୟାକରଣ ରିପୋର୍ଟିଂ

୨.୫: ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ

୨.୬: ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ

୨.୭: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୨.୧ ପଠନ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

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

- ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ
- ବାଖ୍ୟାକରଣ ରିପୋର୍ଟିଂ
- ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ
- ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ

୨.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ:

ଖବର ରିପୋର୍ଟିଂର 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, ବାଖ୍ୟାକରଣ ରିପୋର୍ଟିଂ, ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ, ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ । ଏଗୁଡ଼ିକ ସଂପର୍କରେ ଆମେ ଏହି ଅଧ୍ୟାୟରେ ଆଲୋଚନା କରିବା ।

୨.୩: ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ

ଏକ ତଥ୍ୟ ବା ସୂଚନା ପୁନର୍ବାର ଜଣାଇବା ଦ୍ଵାରା 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 ସ୍ଵରୂପ 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 । ଯଦ୍ଵାରା ଏହା ଏକ ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଇପାରେ । ଏପ୍ରକାର ରିପୋର୍ଟରେ ସ୍ଵଷ୍ଟ 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 ମତାମତଭିତ୍ତିକ 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।

୨.୪: 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 ବୋଲର୍ଫଙ୍କ 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 ମେରଓ୍ୱିନଙ୍କ ମତରେ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ଅର୍ଥ ସ୍ୱଷ୍ଟିକରଣ, 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 ପୃଷ୍ଠଭୂମି, 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 ।

୨.୫: 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 ବୃହ□ର 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 ।

୨.୬ 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 ରଖିବା 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 ଡ଼ାଭିଡ଼ ପାର୍କ ଦର୍ଶାଇଛନ୍ତି ଯେ, କେହି ଚାପିଦେବାକୁ ଚାହୁଁଥିବା ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହଣକୁ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ କୁହାଯାଇଥାଏ । ସତ୍ୟ ସହ ଅଣବିବାଦୀୟ କିମ୍ବା ହିସାବୀ ସୂତ୍ରରୁ 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 ଡ଼ାଭିଡ଼ ପାର୍କ ଦର୍ଶାଇଛନ୍ତି । ଇନଭେଷ୍ଟିଗେଟିଭ ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଜିମ : କନଟେକ୍ସ 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 ସାମ୍ବାଦକତା' ।

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 ପ୍ରଦ□ସୂଚନା ବ 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 ପ୍ରହାରୀ 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 କରନ୍ତି 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 ଦୂରୁପଯୋଗ, ଦୁର୍ନୀତି ଓ ସରକାରୀ ଟ୍ରଷ୍ଟର ଦୂରୁପଯୋଗରେ 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, କର୍ପୋରେଟ 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 ଯା□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 ।

ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା:

୨.୧: ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂର ପର୍ଯ୍ୟାୟଗୁଡ଼ିକ କଣ ?

....

....

....

୨.୨: ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂର ଉପାଦେୟତା ଆମ ପାଇଁ କାହିଁକି ରହିଛି ?

....

....

....

ୟୁନିଟ: ୩: ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

୩.୦ : ବିଷୟ ଗଠନ

୩.୧ : ପଠନ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୩.୨ : ବିଷୟ ପରିଚୟ

୩.୩: ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ରିପୋର୍ଟିଂ ଶୈଳୀରେ କାହିଁକି ଭିନ୍ନତା ପରିଲକ୍ଷିତ ହୁଏ

୩.୪ : ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

୩.୫: ବେତାର ବା ରେଡ଼ିଓ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

୩.୬: ଟେଲିଭିଜନ କବର ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

୩.୭ : ଓ୍ୱେବ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

୩.୮ : ପ୍ରଭେଦର ତୁଳନା

୩.୯ ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୩.୧: ପଠନ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ପୂର୍ବ ଅଧ୍ୟାୟରେ ଆମେ ଖବର ସଂପର୍କିତ ଧାରଣା ଓ ଖବର ପ୍ରସ୍ତୁତି ବିଷୟରେ ଆଲୋଚନା କରିସାରିଛେ । 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
- ଓ୍ୱେବ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

୩.୨: 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 /ଓ୍ୱେସାଇଟ) । 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 ।

୩.୩: ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ରିପୋର୍ଟିଂ ପରସ୍ପରଠାରୁ ଭିନ୍ନ କାହିଁକି ?

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 ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟରେ ଲେଖାଯାଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ଟେଲିଭିଜନ 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 ୱେବ 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 ଡ଼େଡ଼୍ ଲାଇନ ବା ଶେଷ ସମୟ । କାରଣ ଦିନର ଯେକୌଣସି ସମୟରେ ଏହି ମାଧ୍ୟମରେ ଖବର ପ୍ରସାରଣ ହୋଇପାରିବ । କିନ୍ତୁ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଗୋଟିଏ ଦିନରେ ଥରେ ପ୍ରକାଶ ହେଉଥିବାରୁ ଏଥିରେ ଖବରଦାତାଙ୍କ ପାଇଁ ଡ଼େଡ଼୍ 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, ଅଡ଼ିଓ ବା ଧ୍ୱନୀ, ଭିଡ଼ିଓ ବା ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ମୋଟାମୋଟି ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଢ଼ା□ରେ ପରିବେଷେଣ କରାଯାଇଥାଏ । ୱେବ ପୋର୍ଟାଲଗୁଡ଼ିକ ଅଧିକ କଥୋପକଥନମୂଳକ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି । ଜନସାଧାରଣ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବେ ସଂଗ୍ରହ କରିଥିବା ସୂଚନାକୁ ସଜ୍ଜୀକରଣ 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 ସ୍ୱଷ୍ଟ 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 ।

୩.୪: ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଖବର ଏଜେନ୍ସୀ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

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 ଶିରୋନାମ 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 ଅଧ୍ୟାୟରେ 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 ଏତେଟୋ 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 ଡେଡ଼୍‌ଲାଇନ । ଯେତେ ଶୀଘ୍ର ସମ୍ଭବ ରିପୋର୍ଟର ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପରି ଏହାର ରିପୋର୍ଟିଂ ଶୈଳୀ ସମାନ ହୋଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ସସସ୍ତ ଖବର କାହାରି ନା କାହାରିଠାରୁ ଉଦ୍ଧୃତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି ଏବଂ ଏହାର ତଥ୍ୟଗତ ସତ୍ୟତା ରହିଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏଜେନ୍ସି ଖବରରେ ମତାମତ ବା ବାଖ୍ୟାର ସ୍ଥାନ ନାହିଁ । ରିପୋର୍ଟ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଓ ତଥ୍ୟଯୁକ୍ତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ସମ୍ବାଦପତ୍ର ବିବରଣୀ ସ୍ଥାନୀୟ ଅଞ୍ଚଳ ଭିତ୍ତିରେ ହେଉଥିବାବେଳେ ଏଜେନ୍ସି ନିଜକୁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଅଞ୍ଚଳ ମଧ୍ୟରେ ସୀମିତ ରଖିପାରିବ ନାହିଁ ।

୩.୫ ରେଡ଼ିଓ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

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 ହୋଇପାରିବେ । 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 କ୍ରମାନୁୟରେ 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 ଜବର 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 ସାଂପ୍ରତିକି 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 ବିବୃତି ବା ଅନ୍ୟ କିଛି ରହିଥାଇପାରେ।

ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପାଠକ ପରି ରେଡ଼ିଓ ଶ୍ରୋତା ଏକାଗ୍ରତା ମଧ୍ୟରେ ରହିନଥାନ୍ତି। ସାଧାରଣତଃ କିଛି କାମ କରୁଥିବା ସମୟରେ ଜନସାଧାରଣ ରେଡ଼ିଓ ଶୁଣିଥାନ୍ତି। ରେଡ଼ିଓ ଶ୍ରୋତା କେତେବେଳେ ଗାଡ଼ି ଚଳାଉଥାନ୍ତିତି ତ କେତେବେଳେ ଅନ୍ୟ କିଛି କାମ କରୁଥାନ୍ତି। ସେମାନେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଖବର ମଧ୍ୟରେ ମଜି 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 ପ୍ରଦାନାର 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 ଅଗ୍ରହାନ୍ୱିତ 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 ଢ଼ା□ରେ 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 ।

୩.୬ ଟେଲିଭିଜନ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

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 ସ୍ୱଳ୍ପ 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 । ନିଷ୍ପତ୍ତିମୂଳକ 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 ଅୟମାରମ୍ଭ 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 ସହ ଦର୍ଶକଙ୍କ 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 ତ୍ରୁଟିଯୁକ୍ତ 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 ଦ୍ଵାରା ସଂଖ୍ୟାତ୍ମକ ବିବରଣୀ ଉପସ୍ଥାପନ କରାଯାଇପାରିବ ।

୩.୭ ୱେବ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ରିପୋର୍ଟିଂ

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 ସମନ୍ଵିତ ଚରିତ୍ର ଯାହା ଖବର ରିପୋର୍ଟିଂକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିଥାଏ ।

ଅନ୍‌ଲାଇନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବୃହ[illegible]ର ପାଠକଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚି ପାରିବା ସହ ଏଥିରେ ଖବର ଲେଖିବା ପାଇଁ ଯଥେଷ୍ଟ ସ୍ଥାନ ରହିଥାଏ । ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପରି ପ୍ରତିଟି ମିନିଟ ହେଉଛି ଅନ୍‌ଲାଇନ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ଶେଷ ସମୟ ବା ଡେଡ୍‌ଲାଇନ । 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 କ୍ରମାନ୍ଵୟରେ 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 ଗୁରୁତ୍ଵ 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 ପ୍ରଜୁଯ୍ୟ । ପ୍ରସାରଣ ମାଧ୍ୟମ ପରି 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 ।

୩.୮: 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 ଡେଡ଼ଲାଇନ

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 ।

ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା:

୩.୧ : ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ କିପରି ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଶୈଳୀରେ ରିପୋର୍ଟିଂ କରାଯାଇଥାଏ ?

....

....

....

୩.୨ ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମଠାରୁ ଅନ୍‌ଲାଇନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଲେଖା ଶୈଳୀ କାହିଁକି ଭିନ୍ନ ?

....

....

....

ସାରାଂଶ:

ଅଧ୍ୟାୟ – ୧

– ଏକ ଖବରର ମୌଳିକ ମାନଦଣ୍ଡ ହେଲା : ନୂତନତ୍ୱ, ଅସାଧାରଣ, ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ, ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଓ ଜନତାଙ୍କ ସଂପର୍କୀତ ।

– ଖବର ଏକ ଗତିଶୀଳ ତତ୍ତ୍ୱ । ମୁହୂର୍ତ୍ତ, ଘଣ୍ଟା, ଦିନ, ସପ୍ତାହ ଓ ମାସ ଆଦି ଭିତ୍ତିରେ ଏହା ପରିବର୍ତ୍ତନଶୀଳ । ସମାଜକୁ ନେଇ ଏଥିରେ ଭିନ୍ନତା ପରିଲକ୍ଷିତ ହୋଇଥାଏ ।

– ଖବର ହେଉଛି ସଂଖ୍ୟାଧିକ ଜନତାଙ୍କ ମନରେ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରୁଥିବା ଘଟଣା, ତଥ୍ୟ, ମତାମତର ସମାୟାନୁବର୍ତ୍ତୀ ବିବରଣୀ ।

– କୁକୁର ମଣିଷକୁ କାମୁଡ଼ିଲେ ତାହା ଖବର ପଦବାଚ୍ୟ ନୁହେଁ, କିନ୍ତୁ ମଣିଷ କୁକୁରକୁ କାମୁଡ଼ିଲେ ତାହା ଖବର ପଦବାଚ୍ୟ ହୋଇଥାଏ ।

– ତତ୍କାଳ ଘଟିଥିବା ଘଟଣା, କେହି ଜାଣିନଥିବା ଘଟଣାର ସୂଚନା ହିଁ ଖବର । ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ମନରେ ଜିଜ୍ଞାସା ଓ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟିକାରୀ ଘଟଣା ହିଁ ଖବର । ଖବର ନିର୍ଣ୍ଣୟରେ ଜନତାଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଟେ ।

– ସ୍ୱାଭାବିକ ଘଟଣା ପ୍ରବାହର ବ୍ୟତିକ୍ରମ, ପ୍ରତ୍ୟାଶିତ ବିଷୟ ବିଘ୍ନିତ ହେବା ଓ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟିକାରୀ ସୂଚନା ହିଁ ଖବର ।

ଖବରର ମୁଖ୍ୟ ଉପାଦାନଗୁଡ଼ିକ ହେଲା: ଦୂରତା, ଖ୍ୟାତି, ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତିତା, ବୈଚିତ୍ର୍ୟ, ପରିଣାମ, ବିବାଦ, ଜନଜୀବନ, ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ଓ ପ୍ରଗତି

- ଏକ ବିବରଣୀରେ ଯେତେ ଅଧିକ ଉପାଦାନ ରହିବ ତାହା ଖବର ଦୃଷ୍ଟିରୁ ସେତେ ମୂଲ୍ୟବାନ ହୋଇପାରିବ ।

- ଏକ ଉତ୍ତମ ଖବର ୫ 'ଡବ୍ଲ୍ୟୁ' ଓ ୧ 'ଏଚ୍'ର ଉତ୍ତର ଦେଇଥାଏ ।

- ପ୍ରତ୍ୟେକ ଖବରରେ ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା, ଲେଖକଙ୍କ ନାମ ବା ବାଇ-ଲାଇନ, ସ୍ଥାନ, ତାରିଖ, ଲିଡ଼ ବା ଆଦ୍ୟାଂଶ, ବିଷୟବସ୍ତୁ ଓ ଉପସଂହାର ରହିଥାଏ । କୋମଳ ଖବର କ୍ଷେତ୍ରରେ କେବଳ ଉପସଂହାର ରହିଥାଏ ।

- ଗୁରୁତ୍ୱ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଖବରକୁ ୨ ଶ୍ରେଣୀରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇଛି: ୧. କଠିନ ଖବର, ୨. କୋମଳ ଖବର

- ସଦ୍ୟ ଘଟିଥିବା ବା ଘଟିବାକୁ ଯାଉଥିବା ଘଟଣା ଯାହା ସମାଜର ବୃହତ୍ତର ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରୁଥିବ ତାହା ହେଲା କଠିନ ଖବର ।

- କଠିନ ଖବରକୁ ସଦ୍ୟ ଖବର, ସ୍ପଟ ନ୍ୟୁଜ ବା ବ୍ରେକିଂ ନ୍ୟୁଜ ବୋଲି କୁହାଯାଇଥାଏ । କାରଣ ବିନା ବିଳମ୍ବରେ ତତ୍କାଳ ଭାବେ ଏହି ଖବର ପରିବେଷଣ କରାଯାଇଥାଏ ।

- ସମୟ ଉପରେ ମୋଟାମୋଟି ନିର୍ଭରଶୀଳ ନଥିବା ଖବର ହେଉଛି କୋମଳ ଖବର । ଏପ୍ରକାର ଖବରରେ ଜନଜୀବନ ପ୍ରତି ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱାରୋପ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହାର ସୂଚନା ଆମୋଦଦାୟକ ହୋଇଥାଏ । ଲେଖା ସାବଲୀଳ ଓ ଆଳଙ୍କାରିକ । ଏଥିରେ ସଦ୍ୟ ଘଟଣା ଓ ତଥ୍ୟ କମ୍ ରହିଥାଏ ।

- ଖବରର ଆରମ୍ଭ ଲିଡ଼ (ଇଣ୍ଟ୍ରୋ)ରୁ ହୋଇଥାଏ ଯାହା ପାଠକଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିଥାଏ । ଏହା ହେଉଛି ବିବରଣୀର ପ୍ରଥମ ଓ ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅନୁଚ୍ଛେଦ । ଏହି ଅନୁଚ୍ଛେଦ ସ୍ୱଚ୍ଛ, ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଓ ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ ଭାବେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ଯୋଗାଇଥାଏ, ଯାହା ଘଟଣାର ଦିଗ ଦର୍ଶାଇଥାଏ ।

- ସାଧାରଣ ନିୟମ ହେଉଛି ' ଲିଡ଼ ଘଟଣା କହିବା ଆବଶ୍ୟକ' । ଏହା ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଓ ଲକ୍ଷ୍ୟସ୍ପର୍ଶୀ । ଅନ୍ୟ ସମସ୍ତ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ସୂଚନା ଓ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ବାଖ୍ୟା ଏହା ପରକୁ ରହିବ ।

- ଖବର ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ କିସମ ଲିଡ଼ ରହିଥାଏ । ଏଗୁଡ଼ିକ ହେଲା ସାରାଂଶ ଲିଡ଼, ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଲିଡ଼, ବହୁ- ଉପାଦାନ ଲିଡ଼, ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ଲିଡ଼, ବିବରଣୀଯୁକ୍ତ ଲିଡ଼, ତ୍ୱରିତ ପରିଚିତି ଲିଡ଼, ବିଳମ୍ବ ପରିଚିତି ଲିଡ଼ ଓ ତୁଳନାତ୍ମକ ଲିଡ଼ ।

- ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନାରୁ ଖବରର ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଢ଼ାଞ୍ଚା ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ପରକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଅନ୍ୟ ଖବର କ୍ରମାନ୍ୱୟରେ ରହିଥାଏ । ଏହାର ଅର୍ଥ ହେଲା ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ରହିବ । ତୃତୀୟ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ଦ୍ୱିତୀୟ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ରହିବ । ଚତୁର୍ଥ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ପରବର୍ତ୍ତୀ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ରଖାଯାଇ ଆଗକୁ ବଢ଼ିବ ।

- ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଢ଼ାଞ୍ଚାରେ ଲିଡ଼ରେ ଘଟଣାର ସାରାଂଶ ରହିବ । ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ତଥ୍ୟ ଗୁରୁତ୍ୱ ଅନୁଯାୟୀ ପରକୁ ପର ସ୍ଥାନିତ ହେବ । ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ବିବରଣୀ ଦ୍ୱିତୀୟ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ସ୍ଥାନିତ ହେବ । ଅଧିକ ବିବରଣୀ ଏହା ତଳକୁ ତଳ ହ୍ରାସମାନ ଭାବେ ସ୍ଥାନିତ ହେବ ।

- ଫିଚର କାହାଣୀ ସୂଚନା ଦେବା ସହ ଆମୋଦଦାୟକ ହୋଇଥାଏ। ଏହାର ଅର୍ଥ ନୁହେଁ ଯେ ଫିଚର କେବଳ ମନୋରଞ୍ଜନ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ। ଏହା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବିଷୟରେ ସବିଶେଷ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଦୀର୍ଘ ଭାବେ ଲେଖାଯାଇଥାଏ ଯାହା ସାଧାରଣ ଖବରରେ ସମ୍ଭବ ହୋଇନଥାଏ।

- କଠିନ ଖବର ହେଉ ବା ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ହେଉ, ଯେତେବେଳେ ଲେଖାରେ ମର୍ମସ୍ପର୍ଶୀ ଦିଗ ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଇ ହାଲକା ସ୍ପର୍ଶ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ ସେତେବେଳେ ଫିଚର ଅଧିକ ହୃଦୟସ୍ପର୍ଶୀ ହୋଇପାରିଥାଏ।

- ଫିଚରର ବିଭିନ୍ନ ଅଂଶଗୁଡ଼ିକ ହେଲା ଆରମ୍ଭ, ବିଷୟର ସାଧାରଣ ବାଖ୍ୟା, ସହାୟକ ବିଷୟ, ଓ ସମାପ୍ତି

- ସ୍ୟାଣ୍ଡ କ୍ଲକ ଶୈଳୀ (ଆୱାର ଗ୍ଲାସ ଶୈଳୀ ଭାବେ ପରିଚିତ) ହେଉଛି ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀରେ କିଛି ପରିବର୍ତ୍ତନ କରି ଖବର ଲିଖନ ପ୍ରଣାଳୀ। ଏଥିରେ ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀ ସହ ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ଶୈଳୀ ମଧ୍ୟ ରହିଥାଏ।

- ଏହା ପ୍ରଥମରୁ ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନାରୁ ଆରମ୍ଭ ହୋଇ ମଝିରେ ମୋଡ଼ ନେଇ କ୍ରମଶଃ ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ହୋଇଥାଏ।

- ଲିଖନ ଶୈଳୀ ୩ ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇଥାଏ:

  କ) ଶୀର୍ଷ

  ଖ) ମୋଡ଼

  ଗ) ବର୍ଣ୍ଣନା

- ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ ହେଉଛି ଏକ 'ଅନୁଚ୍ଛେଦ ଯାହା ସମଗ୍ର ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ଦର୍ଶାଇବା ସହ ଏହାକୁ କାହିଁକି ପାଠ କରିବା ଉଚିତ୍ ସେ ବିଷୟରେ ଜଣାଇଥାଏ'। ଏହା ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ପତାକା ସଦୃଶ, ବିଷୟର ଉର୍ଦ୍ଧ୍ୱରେ ରହିଥାଏ। ପାଠକ ଆଗକୁ ପଢ଼ିବେ କି ନାହିଁ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେବେ, ଯଦି ବି ଆଗକୁ ନପଢ଼ନ୍ତି ସେ ସମଗ୍ର ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ଧାରଣା ପାଇପାରିବେ।

- ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ସମାବେଶ, ବାଣିଜ୍ୟ ପ୍ରଦର୍ଶନୀ, ଆଲୋଚନାଚକ୍ର, ବକ୍ତବ୍ୟ, ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଖବରର ମୁଖ୍ୟ ଉତ୍ସ ହୋଇଥାଏ।

- ଏକ ଘଟଣାର ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହ ପାଇଁ ଯିବା ପୂର୍ବରୁ ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ। ଘଟଣାଟି କଣ, କିଏ ବକ୍ତା, କି ପ୍ରକାର ଦର୍ଶକ ଅଛନ୍ତି, ସେମାନଙ୍କ ଆକାର ଓ ପ୍ରକାର ଭେଦ ଓ କିଛି ପୃଷ୍ଠଭୂମି ଜାଣିବା ଆବଶ୍ୟକ।

- ଜଣେ ଉତ୍ତମ ସାମ୍ବାଦିକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସ୍ଥଳର ପରିବେଶ ଅନୁଧ୍ୟାନ କରିବା ସହ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ମୂଲ୍ୟାୟନ କରିଥାଏ। ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତି ପୂର୍ବରୁ ଅଂଶଗ୍ରହଣକାରୀଙ୍କ ସହ ଆଲୋଚନା କରି ଗୁଲିଗପ ଓ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ବିବରଣୀ ସଂଗ୍ରହ କରିଥାନ୍ତି।

- ଆୟୋଜକ ବା ବକ୍ତା ଯାହା କହିଲେ ତାହାହିଁ କେବଳ ଯେ ଘଟଣାର ବିବରଣୀରେ ସ୍ଥାନିତ ହେବ ସେକଥା ନୁହେଁ। ଏଥିରେ ଅଂଶଗ୍ରହଣକାରୀ ଜନତା, ସେମାନଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା, କିପ୍ରକାର ଜନତା ଉପସ୍ଥିତ ଅଛନ୍ତି, ବକ୍ତାଙ୍କ ଭାବଧାରା ଓ ଅଂଶଗ୍ରହଣକାରୀଙ୍କ ମନୋଭାବ ସଂପର୍କରେ ମଧ୍ୟ ଉଲ୍ଲେଖ ରହିବ।

- ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ କିଛି ସୂଚନା ଜଣାଇବା ଓ ଏସଂକ୍ରାନ୍ତ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦେବା ପାଇଁ ଆହୂତ ବୈଠକକୁ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଭାବେ ବିବେଚନା କରାଯାଇଥାଏ।

- ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଖବରଦାତାଙ୍କ ପାଇଁ ମୂଲ୍ୟବାନ ଖବର ଉତ୍ସ ହୋଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ମନେ ରଖିବା ଉଚିତ୍ ଯେ, ଏହାର ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଏକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ରହିଥାଏ । ତାହା ହେଲା ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜରିଆରେ ଜନମତକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବା ।

- ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଘଟଣା ପରି ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ବିବରଣୀରେ ପ୍ରଥମରୁ ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସଙ୍ଗ ସ୍ଥାନିତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହା ପରକୁ ଓଲଟ ପିରମିଡ଼ ଶୈଳୀ ଅବଲମ୍ବନ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହି ବିବରଣୀରେ ପ୍ରମୁଖ ସୂଚନା ସ୍ଥାନିତ ହେବା ସହ ଅସ୍ୱୀକାର ବା ଅଗ୍ରାହ୍ୟ କିମ୍ବା ପ୍ରଶ୍ନ ଓ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ବିଶଦ୍ ଭାବେ ରହିବା ଉଚିତ୍ । ଏଥିରେ ଅଧିକ ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । କିନ୍ତୁ ଏଗୁଡ଼ିକ ଲିଡ଼ରେ ରହିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ବକ୍ତାଙ୍କ ନାମ ଓ ପରିଚୟ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

- ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ଏକ ସରକାରୀ ବିବୃତି ଯାହା ଖବର ଉପଯୋଗୀ କିଛି ବିଷୟ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ସୂଚିତ କରିବା ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ । ଲୋକସଂପର୍କ ପାଇଁ ଏହା ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅସ୍ତ୍ର ହୋଇଥିବାବେଳେ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରମୁଖ ଖବର ଉତ୍ସ ଭାବେ ପରିଗଣିତ ହୋଇଥାଏ ।

- ସାମ୍ବାଦିକ ସମଗ୍ର ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ପାଠ କରିବା ସହ ଖବର ଉପଯୋଗୀ ତଥ୍ୟ ବାହାର କରିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଟେ । ହସ୍ତଗତ ହେଉଥିବା ସମସ୍ତ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରର ଖବର ମୂଲ୍ୟ ରହିଥିବ ବୋଲି କହିହେବ ନାହିଁ । ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ନିଜସ୍ୱ ରୂପରେ ପ୍ରକାଶିତ ହେବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ଯଥାଯଥ ସୂଚନା ଓ ଲିଡ଼ ଦେଇ ଏହାର ପୁନଃଲିଖନ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ଅଧ୍ୟାୟ: ୨

- ସଂକ୍ଷେପରେ ତଥ୍ୟ ପରିବେଷଣ ପରିବର୍ତ୍ତେ 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 ହୋଇଥାଏ ।

- ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂରେ ଉପଲବ୍ଧ ତଥ୍ୟର ପୁନର୍ଗଠନ କରାଯିବା ସହ ସଂପୃକ୍ତ ପରିସ୍ଥିତି ପ୍ରତି ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠାଇ ଏହାକୁ ଭିନ୍ନ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ ଓ ମତାମତ ସହ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯାଇଥାଏ ।

- ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ 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 ।

-ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟ ସାଧାରଣତଃ ଦୀର୍ଘ ହୋଇଥାଏ । ହଜାରେ ସଂଖ୍ୟାରୁ ଅଧିକ ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟ ଏଥିରେ ଉପଯୋଗ ହୋଇପାରେ । ଏହି ରିପୋର୍ଟଟି ବିଷୟର ମୋଟାମୋଟି ପୃଷ୍ଠଭୂମି ଓ କିଛି ଅଜଣା ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ ।

- ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ ଗଭୀରତା ଓ ଯତ୍ନର ସହ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ପୃଷ୍ଠଭୂମି ବିବରଣୀ ଦ୍ୱାରା ଏହି ଖବରକୁ ସତେଜ କରାଯିବା ସହ ଅଧିକ ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗ ଓ ଫଳପ୍ରଦ କରାଯାଇଥାଏ ।

- ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ ହେଉଛି କେବଳ ନଗ୍ନ ତଥ୍ୟ ଉପସ୍ଥାପନାଠାରୁ କିଛି ଅଧିକ । ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ଏହାକୁ ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗ ଓ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ କରିବା ନିମନ୍ତେ ଖବରରେ କିଛି ପୃଷ୍ଠଭୂମି ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ । ଆପେକ୍ଷିତ ଗୁରୁତ୍ୱ ଅନୁଯାୟୀ ଏହା ତଥ୍ୟ ସ୍ଥାନିତ କରିଥାଏ ଓ ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ 'କାହିଁକି' ଓ 'କିପରି' ଦିଗକୁ ଅଧିକ ବୁଝାଇଥାଏ ।

- ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂର ପ୍ରମୁଖ ପର୍ଯ୍ୟାୟଗୁଡ଼ିକ ହେଲା: ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ, ପୂର୍ବାନୁମାନ ଓ ବାଖ୍ୟା ।

- ବ୍ୟବସାୟ, ବାଣିଜ୍ୟ, ଆର୍ଥିକ, ଷ୍ଟକବଜାର, ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ସଂପର୍କ, ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ନେଇ ସାଧାରଣତଃ ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ । ଇ□ରନେଟ୍ କେତେକ ଜଟିଳ ସୂଚନା ଓ ଅସମର୍ଥିତ ମତ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ ।

- 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 ରିପୋର୍ଟିଂ ମୁଖ୍ୟତଃ କଣ, କେଉଁଠି, କେତେବେଳେ,କିଏ ସମେତ ଯାଞ୍ଚ□ତଥ୍ୟ ଉପରେ ଦୃଷ୍ଟି ନିବଦ୍ଧ କରିଥାଏ ।

- ସାଧାରଣତଃ ଯେଉଁ ବିଷୟ କେହି ଲୁଚାଇବାକୁ ଉଦ୍ୟମ କରିଥାନ୍ତି ତାହାକୁ ନିଜସ୍ୱ ଅନୁଧ୍ୟାନ ବା ଗବେଷଣା ଦ୍ୱାରା ବିବରଣୀ ଆକାରରେ ପ୍ରକାଶ କରିବାର ପ୍ରକ୍ରିୟାକୁ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ କୁହାଯାଏ ।

- ଜାଣିଶୁଣି ବା କ୍ଷମତା ପ୍ରଭାବରେ ଯେଉଁ ସର୍ବସାଧାରଣ ବିଷୟ ଗୋପନ ରଖିବା 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 ।

- ଗୋପନୀୟତା ଉନ୍ମୋଚନ ନେଇ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦକତାର ପ୍ରମୁଖ ଉପାଦାନ ହେଲା: ପଦ୍ଧତି, ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗତା, ମୂଳ ଗବେଷଣା ଓ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତି ।

- 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 ।

ଅଧ୍ୟାୟ: ୩

- ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମୂଳ ସୂଚନା ଓ ମୌଳିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଅପରିବର୍ତ୍ତିତ ରଖି ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଆମପାଇଁ ଖବର ପରିବେଷଣ କରିଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଖବର ବିବରଣୀ ଭିନ୍ନ ଶୈଳୀ ଓ ରୂପରେଖରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥାନ୍ତି ।

ଖବରର ଭିନ୍ନତା ଘଟଣା ପାଇଁ ନୁହେଁ ବରଂ ସେହି ମାଧ୍ୟମର ଦର୍ଶକ ବା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଚାହିଦାକୁ ଦୃଷ୍ଟିରେ ରଖି ଏହାର ରୂପବିନ୍ୟାସ କରାଯାଇଥାଏ ।

- ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଚାହିଦାନୁଯାୟୀ ମୁଦ୍ରିତ, ଟେଲିଭିଜନ, ରେଡ଼ିଓ ଓ ଅନ୍‌ଲାଇନ ଖବର ରିପୋର୍ଟିଂରେ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ଶୈଳୀ ଅନୁକରଣ 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 ।

- ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମ ବିବରଣୀର ଯେଉଁ ମୌଳିକ ଗଠନ ରହିଛି ସେଥିରେ ୩ଟି ମୁଖ୍ୟ ଉପାଦାନ ଥାଏ । ସେଗୁଡ଼ିକ ହେଲା ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା ବା ହେଡ଼ଲାଇନ, ଲିଡ଼ ଓ ବିଷୟବସ୍ତୁ । କଠିନ ଝବରରେ କିଛି ଉପସଂହାର ନଥାଏ ।

- 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 ।

- 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 ଡେଡ଼ଲାଇନ । ଯେତେ ଶୀଘ୍ର ସମ୍ଭବ ରିପୋର୍ଟର ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

- ସମୟ ବ୍ୟବଧାନରେ ରେଡ଼ିଓ ଖବର ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିପାଇଁ ଶ୍ରୋତାଙ୍କୁ ଅପେକ୍ଷା କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ।

- ରେଡ଼ିଓ ପ୍ରସାରଣରେ ଯଦି ଏକ ଖବର ବୁଝାନପଡ଼େ ଶ୍ରୋତା ଏହାକୁ ପୁନର୍ବାର ଶୁଣିପାରନ୍ତି ନାହିଁ, ଯାହା ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସମ୍ଭବ ହୋଇଥାଏ ।

- ରେଡ଼ିଓ ପାଇଁ ଏପରି ବିବରଣୀ ପାଠକଙ୍କ ଆଖି ପାଇଁ ନୁହେଁ, ବରଂ ଶ୍ରୋତାଙ୍କ କାନ ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହାର ବାକ୍ୟ ଶ୍ରୁତିମଧୁର ଓ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ହୋଇଥିବ ।

- ରେଡ଼ିଓ ଶ୍ରୋତା ଅନ୍ୟମନସ୍କ ରହିଥାନ୍ତି । ସାଧାରଣତଃ କିଛି କାମ କରୁଥିବା ସମୟରେ ଜନସାଧାରଣ ରେଡ଼ିଓ ଶୁଣିଥାନ୍ତି ।

- ରେଡ଼ିଓ ଖବର ଲେଖା ପାଇଁ ଶବ୍ଦ ସରଳ ଓ ଘୋଷଣାନାମା ବାକ୍ୟ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହାଫଳରେ ଖବର ବୋଧଗମ୍ୟ ହୋଇପାରିବ । ରେଡ଼ିଓ ଖବରରେ ଏକକ ଭାବନା ରହିଥାଏ । ଏଥିରେ ବହୁ ଖଣ୍ଡବାକ୍ୟ ବା ବାକ୍ୟାଂଶ ରହିନଥାଏ ।

- ଟେଲିଭିଜନ ଉଭୟ ଶବ୍ଦ ଓ ଦୃଶ୍ୟ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଆପଣେଇଥାଏ । ତେବେ ଏକଥା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଯେ ଶବ୍ଦ ଓ ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ମଧ୍ୟରେ ତାଳମେଳ ରହୁଥିବ ଏବଂ ଏହା ଭିନ୍ନ ବାର୍ତ୍ତା ପ୍ରଦାନ କରୁନଥିବ ।

- ଟେଲିଭିଜନ ବିବରଣୀରେ ସ୍ୱଳ୍ପ ସଂପାଦନା ହୋଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ବିବରଣୀ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ, ଶାଣିତ ଓ ମନଛୁଆଁ ଭାଷାରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଟେଲିଭିଜନ ରିପୋର୍ଟିଂ ବିବରଣୀ ଆଳାପତୁଲ୍ୟ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

- ଟେଲିଭିଜନ ରିପୋର୍ଟ ସାଧାରଣତଃ ସରଳ ବାକ୍ୟରୁ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ଖବରର ଅୟମାରମ୍ଭ ସଂପର୍କରେ ସୂଚନା ଦେଇଥାଏ । ଏଥିରେ ରିପୋର୍ଟରର ବର୍ଣ୍ଣନା କିମ୍ବା ଭଏସ ଓଭର ଓ ଭିଡ଼ିଓ ରହିଥାଏ । ଏଥିରେସ୍ଥିର 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 ।

- ଟିଭି ବିବରଣୀରରେଏକକ ଭାବନା ରହିଥାଏ । ଏଥିରେ ବହୁ ଖଣ୍ଡବାକ୍ୟ ବା ବାକ୍ୟାଂଶ ରହିନଥାଏ । ଏହାଫଳରେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ପାଇଁ ଉପସ୍ଥାପନା ସହଜ ହେବା ସହ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ବୋଧଗମ୍ୟ ହୋଇଥାଏ । କ୍ଷୁଦ୍ର ବାକ୍ୟ ବ୍ୟବହାର କରାଯିବା ଉଚିତ୍ । ଏହାଦ୍ୱାରା ଏକ ନିଶ୍ୱାସରେ ଉଚ୍ଚ ସ୍ୱରରେ ବାକ୍ୟଟି ପଢ଼ାଯାଇପାରିବ ।

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 ।

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 ।

- 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 ।

- ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପରି ପ୍ରତିଟି ମିନିଟ ହେଉଛି ଅନ୍‌ଲାଇନ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ଶେଷ ସମୟ ବା ଡେଡ଼ଲାଇନ ।

- ମୁଦ୍ରିତ ଗଣାମଧ୍ୟମ ପରି ଅନ୍‌ଲାଇନରେ ଖବର ଉପଯୋଗ ସମାନ ନୁହେଁ ।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 ।

- ବିବରଣୀ କଣ ସୂଚୀତ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛି ତାହା ଖବରର ଲିଡ଼ ତତ୍କାଳ ଜଣାଉଥିବା ଉଚିତ୍ । ବିଳମ୍ବିତ ବା ଉପାଖ୍ୟାନ ଲିଡ଼ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଅନ୍ୟ ପାଠ ଆଡ଼କୁ ହୁଏତ ଟାଣି ନେଇପାରେ ।

- 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 ।

ଅଧିକ ପଠନ ପାଇଁ ପୁସ୍ତକ:

- ଦି ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଷ୍ଟସ୍ ହ୍ୟାଣ୍ଡବୁକ୍, ଲେଖକ: ଏମ.ଭି.କାମାଥ, ବିକାଶ ପବ୍ଲିଶିଙ୍ଗ ହାଉସ, ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ

- ହ୍ୟାଣ୍ଡବୁକ୍ ଅଫ ପ୍ରିଣ୍ଟ ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଜିମ, ଲେଖକ: ପ୍ରିସିଲା ପଲ, ଲୁଲୁ ଡ଼ଟ୍ କମ୍ , ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ

- ମଡ଼ର୍ଣ୍ଣ ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଜିମ ରିପୋର୍ଟିଂ ଏଣ୍ଡ ରାଇଟିଂ, ଲେଖକ: ଡ଼ି.ଶର୍ମା, ଦୀପ ଏଣ୍ଡ ଦୀପ ପବ୍ଲିକେଶନ, ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ

- ପ୍ରାକ୍ଟାଇଜିଂ ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଜିମ୍ : ଭାଲ୍ୟୁ, କନଷ୍ଟ୍ରେନସ୍, ଇମ୍ପ୍ଲିକେସନ୍‌ସ, ସଂପାଦନା: ନଳିନୀ ରଞ୍ଜନ, ସେଜ୍ ପବ୍ଲିକେଶନ, ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ

ନିଜ ଅଗ୍ରଗତି ଜାଣିବା ପାଇଁ ପ୍ରଶ୍ନ;

ୟୁନିଟ- ୧

୧.୧: ଖବର ନିରୂପଣ ପାଇଁ ମୌଳିକ ମାନଦଣ୍ଡଗୁଡ଼ିକ ହେଲା: ନୂଆ, ଅସାଧାରଣ, ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟିକାର, ଗୁରୁତ୍ୱଯୋଗ୍ୟ ଓ ଜନ ସଂପର୍କୀତ ନୂତନ ସୂଚନା

୧.୨: ଅକ୍ସଫୋର୍ଡ଼ ଇଂରାଜୀ ଭାଷାକୋଷ ଅନୁଯାୟୀ ଖବରର ସଂଜ୍ଞା ହେଲା ନୂଆ ଭାବେ ପ୍ରାପ୍ତ ସୂଚନା , ଆଲୋଚନାର ବିଷୟ ହେଉଥିବା ନୂତନ ଘଟଣା ,କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବା ସଦ୍ୟ ଘଟଣାବଳୀର ବିବରଣୀ କିମ୍ବା ଇସ୍ତାହାର । ଖବର ବିଭିନ୍ନ ସଂଜ୍ଞା ରହିଛି । ଏହି ସଂଜ୍ଞା ଭିତ୍ତିରେ ଆମେ କହିପାରିବା ଯେ, କାହାରିକୁ ଜଣାନଥିବା ସଦ୍ୟ ଘଟଣାର ସୂଚନା ହିଁ ଖବର । ଏହି ସୂଚନା ପ୍ରତି ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ଓ ଜିଜ୍ଞାସା ରହୁଥିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୧.୩: ଏକ ଖବର ବିବରଣୀରେ ଏକାଧିକ ଉପାଦାନ ରହିଥାଏ । ପ୍ରମୁଖ ଉପାଦାନ ଗୁଡ଼ିକ ହେଲା: ଦୂରତା, ଖ୍ୟାତି, ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତୀତା, ପୂର୍ବାନୁମାନ, ପରିଣାମ, ବିବାଦ, ଜନଜୀବନ, ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ଓ ପ୍ରଗତି ।

୧.୪: ଖବର ବିବରଣୀର ମୁଖ୍ୟ ଅଂଶଗୁଡ଼ିକ ହେଲା: ନାମ ବା ବାଇଲାଇନ, ସ୍ଥାନ, ତାରିଖ, ଲିଡ଼ ବା ଆଦ୍ୟାଂଶ, ବିଷୟବସ୍ତୁ ଓ ଉପସଂହାର । କୋମଳ ଖବର କ୍ଷେତ୍ରରେ ଉପସଂହାର ରହିଥାଏ ।

୧.୫ ଯେଉଁ ଖବର ସମୟ ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ ନୁହେଁ ତାହାକୁ କୋମଳ ଖବର କୁହାଯାଇଥାଏ। ଏପ୍ରକାର ଖବର ସୂଚନା ଦେବା ସହ ଆମୋଦିତ କରାଇଥାଏ। ଏଥିରେ ଜନଜୀବନ ଓ ନୂତନତ୍ୱ ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱାରୋପ କରାଯାଇଥାଏ। ସଦସ୍ୟ ଘଟଣା ବା ତଥ୍ୟ ଏଥିରେ କମ୍ ରଖାଯାଇ କମନୀୟ ଓ ସାବଲୀଳ ଭାବେ ଲେଖାଯାଇଥାଏ। ତେବେ ଏହାର ଅର୍ଥ ନୁହେଁ ଯେ ଏଥିରେ ତଥ୍ୟ ରହିନଥାଏ।

୧.୬ ସମାଜର ବୃହ□ର ଜନତାଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରୁଥିବା ସଦସ୍ୟ ଘଟଣା ବା ଘଟିଥିବାକୁ ଥିବା ଘଟଣାର ବିବରଣୀକୁ କଠିନ ଖବର କୁହାଯାଇଥାଏ। ଏପ୍ରକାର କିଛି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଧରଣର ଖବରକୁ ତୁରନ୍ତ ସଂଗ୍ରହ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ।

୧.୭: ସାରାଂଶ ଲିଡ଼ରେ ସମଗ୍ର ବିଷୟର ସାରାଂଶ ଲିଡ଼ରେ ରଖାଯାଇଥାଏ। ପରେ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ବିବରଣୀ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଏ। ଏହାକୁ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଲିଡ଼ ବୋଲି ମଧ୍ୟ କୁହାଯାଏ। ସମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ସାଧାରଣତଃ ଏହି କିସମ ଲିଡ଼ ବହୁଳ ଭାବେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ। ଏହି ରିପୋର୍ଟ ତଥ୍ୟଭିତ୍ତିକ ଓ ଲକ୍ଷ୍ୟସ୍ପର୍ଶୀ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ। ଯେତେ କମ୍ ସଂଖ୍ୟକ ସମ୍ଭବ ଶବ୍ଦରେ ଏହା ପାଠକଙ୍କୁ ଏକାଥରକେ ବିଷୟର ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଦିଗ ସଂପର୍କରେ ସୂଚୀତ କରିଥାଏ।

୧.୮ ସାଧାରଣ ନିୟମ ହେଉଛି ' ଲିଡ଼ ଘଟଣା କହିବା ଆବଶ୍ୟକ'। ପାଠକଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରି ପାଠ ମଧ୍ୟକୁ ଟାଣିବା ଏହାର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ। ଏକ ସୁନ୍ଦର ଲିଡ଼ କେବଳ ବିଷୟ କୁହେ ନାହିଁ ବିଷୟ ବିକ୍ରିରେ ମଧ୍ୟ ସହାୟତା କରିଥାଏ। ଅନେକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାରେ ଲିଡ଼ ଭି□ରେ ଖବର ପ୍ରଥମ ପୃଷ୍ଠାରେ ପ୍ରକାଶିତ ହେବ ନାଁ ଦ୍ୱିତୀୟ ପୃଷ୍ଠାରେ ପ୍ରକାଶିତ ସେସଂପର୍କରେ ସଂପାଦକ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେଇଥାନ୍ତି।

୧.୯ ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଢାଞ୍ଚା ଖବର ଶୈଳୀରେ ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନାରୁ ଖବରର ପ୍ରଥମ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ରହିଥାଏ। ତୃତୀୟ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ଦ୍ୱିତୀୟ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ରହିବ। ଚତୁର୍ଥ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ପରବର୍ତ୍ତୀ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ରଖାଯାଇ ଆଗକୁ ବଢ଼ିବ। ଏହାହେଉଛି ସବୁଠାରୁ ଗ୍ରହଣୀୟ ଓ ସାଧାରଣତଃ ବ୍ୟବହୃତ ଖବର ଲେଖା ଶୈଳୀ। ଏହାର ଲିଡ଼ରେ ଘଟଣାର ସାରାଂଶ ରହିବ। ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ତଥ୍ୟ ଗୁରୁତ୍ୱ ଅନୁଯାୟୀ ପରକୁ ପର ସ୍ଥାନିତ ହେବ।

୧.୧୦: ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ ହେଉଛି ଏକ ଅନୁଚ୍ଛେଦ ଯାହା ସମଗ୍ର ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ଦର୍ଶାଇବା ସହ ଏହାକୁ କାହିଁକି ପାଠ କରିବା ଉଚିତ୍ ସେ ବିଷୟରେ ଜଣାଇଥାଏ। ଏହା ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ପତାକା ସଦୃଶ, ବିଷୟର ଉର୍ଦ୍ଧ୍ୱରେ ରହିଥାଏ। ପାଠକ ଆଗକୁ ପଢ଼ିବେ କି ନାହିଁ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେବେ, ଯଦିବି ଆଗକୁ ନପଢ଼ନ୍ତି ସେ ସମଗ୍ର ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ଧାରଣା ପାଇପାରିବେ। ଏହାକୁ ନଟ୍ ଗ୍ରାଫ କୁହାଯିବାର କାରଣ ହେଲା କୋଳି ମଧ୍ୟରେ ଯେପରି ମଞ୍ଜି ରହିଥାଏ ସେହିପରି ଖବର କୋଳି ହେଲେ ଏହାର ମୁଖ୍ୟ ନିର୍ଯ୍ୟାସ ହେଉଛି ମଞ୍ଜି ସଦୃଶ।

୧.୧୧: ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ କୌଣସି ଏକ ସୂଚନା ଜଣାଇବା ବା ଏସଂକ୍ରାନ୍ତ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପ୍ରଶ୍ନର ଉ□ର ଦେବା ପାଇଁ ଆହୃତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ କୁହାଯାଇଥାଏ। ପରିଚୟ ବା ବ୍ରାଣ୍ଡ, ଉତ୍ପାଦ, କାର୍ଯ୍ୟଦକ୍ଷତାର ପ୍ରସାର ବା ଖବର ମୂଲ୍ୟ ଥିବା ବିଶିଷ୍ଟ ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷଙ୍କ ଦ୍ୱାରା କିଛି ଘୋଷଣା କରିବା ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଆୟୋଜନ କରାଯାଇଥାଏ। ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଉତ୍ସ।

୧.୧୨: ଖବର ମୂଲ୍ୟ ଥିବା କିଛି ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ଅବଗତ କରାଇବା ଯେଉଁ ଆନୁଷ୍ଠାନିକ ଲିଖିତ ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ ତାହାକୁ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର କୁହାଯାଏ । ଏହା ଲୋକସଂପର୍କର ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଉପକରଣ । ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାର ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ଖବରର ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଉତ୍ସ । ଲୋକସଂପର୍କ ଅଧିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଲେଖାଯାଇ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଉଥିବା ଏହା ଏକ କବର ବିବରଣୀ ବା ଫିଚର ହୋଇପାରେ । ପ୍ରେସ୍ତ ଇସ୍ତାହାରରେ ପ୍ରଦ□ ସୂଚନା ସତର୍କତାର ସହ ଚୟନ କରି କରାଯିବା ଉଚିତ୍ , ଯଦ୍ୱାରା ସକରାତ୍ମକ ପ୍ରଚାର ହେବା ସହ ସଂସ୍ଥାର ଲକ୍ଷ୍ୟ ପୂରଣ ହୋଇପାରୁଥିବ । କେତେକ ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରୁ ନୂତନ ସୂଚନା ମଧ୍ୟ ମିଳିପାରେ ।

ୟୁନିଟ : ୨

୨.୧: ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂର ୩ଟି ଗୁଖ୍ୟ ପର୍ଯ୍ୟାୟ ରହିଛି । ପ୍ରଥମଟି ହେଲା ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ   ପ୍ରକ୍ରିୟା ଯାହା ବିବରଣୀର ମୂଳଦୁଆ ଭାବେ ବିବେଚିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ପରକୁ ପୂର୍ବାନୁମାନ ପର୍ଯ୍ୟାୟ ରହିଥାଏ । ଏଥିରେ ଶିକ୍ଷିତ ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଅନୁମାନ ବା ଆକଳନର ପରିକଳ୍ପନା କରାଯାଇପାରେ । ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟାୟ ହେଉଛି ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ । ଏହି ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ସାମ୍ବାଦିକ ବିବରଣୀର ଅର୍ଥ, ଗୁରୁତ୍ୱ ଓ ପ୍ରଭାବ ସହ ଏହାର ପରିସମାପ୍ତି କରାଇଥାଏ ।

୨.୨: ସମାଜ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ବିବରଣୀ ଚାହେଁ । ଏହାର କାରଣ ହେଲା ନିଷ୍ପତ୍ତି ସଂପର୍କରେ ଜନସାଧାରଣ ଜାଣିବାର ଅଧିକାର ରହିଛି ଯାହା ହୁଏତ ସେମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିପାରେ । ସାଧାରଣତଃ ବିଭିନ୍ନ ନିଷ୍ପତ୍ତି କ୍ଷମତାସୀନ ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ ଗୁପ୍ତ ରଖିବା ପାଇଁ ଚାହିଁଥାନ୍ତି । କ୍ଷମତାସୀନ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ କ୍ଷମତାର ଅପବ୍ୟବହାର ବା ଦୁର୍ନୀତି ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଦ୍ୱାରା ଉନ୍ମୋଚିତ ହୋଇଥାଏ । ଗଣମାଧ୍ୟମର ସତର୍କ ପ୍ରହରୀ ଦାୟିତ୍ୱ ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦିକତା ତୁଲାଇଥାଏ ।

ୟୁନିଟ: ୩

୩.୧: ବିଭିନ୍ନ କିସମ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଘଟଣାକୁ ନେଇ ଖବର ଲିଖନ ଶୈଳୀରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ ଦେଖାଯାଇନଥାଏ ବରଂ ଲକ୍ଷ୍ୟଧାର୍ଯ୍ୟ ପାଠକ ଓ ସେମାନଙ୍କ ଚାହିଦାକୁ ଦୃଷ୍ଟିରେ ଖବର ଲେଖା ଶୈଳୀରେ ତାରତମ୍ୟ ଦେଖା ଦେଇଥାଏ । ମାଧ୍ୟମର ନିଜସ୍ୱ ଚରିତ୍ର ଓ ଜନତାଙ୍କ ଚାହିଦା ଅନୁଯାୟୀ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ରେଡ଼ିଓ, ଟେଲିଭିଜନ ଓ ଅନ୍‌ଲାଇନ ମାଧ୍ୟମ ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଶୈଳୀରେ ଖବର ପରିବେଷଣ କରିଥାନ୍ତି । ପ୍ରସାରଣ ମାଧ୍ୟମ, ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ଅନଲାଇନ   ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଆମ ମସ୍ତିଷ୍କର ପ୍ରକ୍ରିୟାକରଣ ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ହୋଇଥାଏ । ତେବେ ଖବରର ମୂଳ ତତ୍ତ୍ୱରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ କରାନଯାଇ ସମାନ ଖବର ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଶୈଳୀରେ କେବଳ ଲେଖାଯାଇଥାଏ ।

୩.୨: ଅନ୍‌ଲାଇନ ପାଠକମାନେ କେବଳ ଯେ ବିଷୟ ପଢ଼ନ୍ତି ସେକଥା ନୁହେଁ ବରଂଏହା ସଂପର୍କରେ ମତବିନିମୟ କରିଥାନ୍ତି । ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପରି ଏହା ସ୍ଥିର ନୁହେଁ । ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମରେ ସମ୍ବାଦିକଟିଏ ଜାଣିଥାଏ ସେ ପୂର୍ବରୁ କି ପାଠ ଲେଖିଛନ୍ତି ଓ କଣ ଲେଖିବା ପାଇଁ ଯାଉଛନ୍ତି । ଏଠାରେ ଯୁକ୍ତଯୁକ୍ତ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ଅନ୍‌ଲାଇନ ମାଧ୍ୟମରେ ବ୍ୟବହାରକାରୀ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖତାକୁ ଏଡ଼ାଇ ବିଷୟବସ୍ତୁ ତ୍ୱରିତ ପାଠ କରିଥାନ୍ତି । ଗୋଟିଗୋଟି କରି ପଢ଼ିବା ଅପେକ୍ଷା ଏହି ମାଧ୍ୟମର ପାଠକ ପୃଷ୍ଠା ସ୍କାନ କରିଦେଇଥାନ୍ତି ଯେଉଁଥିରେ ମୁଖ୍ୟ ଶିରୋନାମା, ସାରାଂଶ ଓ କ୍ୟାପସନ ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱାରୋପ କରାଯାଇଥାଏ । ଯଦି ସେମାନେ ଚାହୁଁଥିବା ବିଷୟ ସ୍କାନରୁ ନମିଳେ ତାହାଲେ ସେମାନେ

ଏହାକୁ ଖୋଜିବାରେ ଅଧିକ ସମୟ ନଷ୍ଟ କରନ୍ତି ନାହିଁ । ସବିଶେଷ ପଢ଼ିବା ବଦଳରେ ସେମାନେ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଅନୁଚ୍ଛେଦ ପସନ୍ଦ କରିଥାନ୍ତି । ବିଷୟ ଦୀର୍ଘ ହେଲେ ୱେବ ମାଧ୍ୟମର ପାଠକ ସଂଖ୍ୟା ହ୍ରାସ ପାଇଥାଏ । ଏହାର କାରଣ ହେଲା ଆଖି ଉପରେ ଅଧିକ ଚାପ ଓ ଅବସନ୍ନ ଯୋଗୁଁ ମୁଦ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମ ତୁଳନାରେ କଂପ୍ୟୁଟର ମନିଟରରେ ପଠନ ୨୫% ମନ୍ଥର ହୋଇଥାଏ ।

ଆଦର୍ଶ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ:

କ) ଅତି ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ପ୍ରଶ୍ନ

୧ : ଖବରର ସଂଜ୍ଞା ଲେଖ ।

୨) ସାରାଂଶ ଲିଡ଼ କଣ ?

୩) କଠିନ ଖବର କଣ ?

୪) ବାଖ୍ୟାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କର ।

୫) ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ରିପୋର୍ଟିଂ କଣ ?

୬) ନଟ୍ ଗ୍ରାଫର ଗୁରୁତ୍ୱ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କର ।

ଖ: ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଉତ୍ତରମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ (ପ୍ରତ୍ୟେକ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ୧୫୦ ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟରେ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ)

୧) ଖବରର ପ୍ରମୁଖ ଉପାଦାନଗୁଡ଼ିକ କଣ ?

୨) ଖବରର ଓଲଟ ପିରାମିଡ଼ ଶୈଳୀ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କର ।

୩) କଠିନ ଖବର ଓ କୋମଳ ଖବର କଣ ?

୪) ପ୍ରେସ ଇସ୍ତାହାରରୁ କିପରି ଖବର ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବ ?

୫) ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ରିପୋର୍ଟିଂ କଣ ?

୬) ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ରିପୋଟିଂ କଣ ?

୭) ବିଭିନ୍ନ କିସମ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଶୈଳୀରେ କାହିଁକି ଖବର ପରିବେଷଣ କରିଥାନ୍ତି ?

ଗ: ଦୀର୍ଘ ଉତ୍ତରମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ

୧) ଖବରର ବିଭିନ୍ନ ଗଠନ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କର ।

୨) ଲିଡ଼ କଣ ? ଏହାର ପ୍ରକାରଭେଦ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କର ।

୩) ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମିଳନୀ ବିବରଣୀ କିପରି ସଂଗ୍ରହ କରାଯିବ ?

୪) ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦିକତା ସଂପର୍କରେ ଆଲେଶଚନା କର

୫) ବିଭିନ୍ନ କିସମ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଖବର ପରିବେଷଣରେ ଥିବା ପାର୍ଥକ୍ୟ ଦର୍ଶାଅ ।

=୦=

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର
ODISHA STATE OPEN UNIVERSITY, SAMBALPUR