साक्षात्कार मुख्यतः आमने-सामने बैठकर बातचीत के माध्यम से किसी विषय पर जानकारी प्राप्त करने को कहते हैं, लेकिन आजकल फ़ोन पर भी बातचीत के आधार पर सूचनाएँ प्राप्त की जाती हैं। यह भी साक्षात्कार का एक तरीका है।

साक्षात्कार किसी व्यक्ति से किसी घटना, वस्तु, स्थिति, विषय-वस्तु आदि की जानकारी प्राप्त करने के उद्देश्य से तो लिया ही जाता है, साथ ही कुछ प्रसिद्ध व्यक्तियों से उनके जीवन के बारे में जानकारी प्राप्त करने के उद्देश्य से भी लिया जाता है। अख़बार का एक स्वतंत्र अंग होते हुए भी साक्षात्कार इसके अन्य अंगों के लिए सहायक अंग के रूप में उपयोगी होता है। जैसे— इससे विशिष्ट व्यक्तियों के बारे में जानकारी मिलती है। इससे समाचार सजीव और प्रामाणिक बन जाते हैं। इन्टरनेट के माध्यम से वीडियो फ़ोन का प्रयोग करके (टेली कांन्फ्रेन्सिग द्वारा) भी साक्षात्कार लिया जाता है।

क्रियाकलाप-9.2

कारीगर, शिक्षक, डॉक्टर में से किसी एक व्यक्ति से मिलकर नीचे दिए गए बिंदुओं को ध्यान में रखकर उनसे प्रश्न पूछिए (उनका साक्षात्कार लीजिए)। आपने क्या सवाल पूछे और उनके क्या जवाब मिले, लिखिए:

(i) प्रमुख चुनौतियाँ

प्रश्न ....

उत्तर..

....

(ii) लोगों का उनके प्रति व्यवहार

प्रश्न ....

उत्तर..

....

(iii) पारिवारिक-सामाजिक जीवन

प्रश्न ....

उत्तर..

....

(iv) वे किस काम में निपुण हैं

प्रश्न ....

उत्तर..

....

टिप्पणी

(v) आसपास के परिवेश के बारे में उनकी प्रतिक्रिया

प्रश्न ....

उत्तर..

....

पाठगत प्रश्न-9.2

सर्वाधिक उपयुक्त विकल्प छाँटकर पूछे गए प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

1. संपादकीय आधारित होता है–

   (क) लेखों पर ☐ (ख) समाचारों पर ☐

   (ग) फ़ीचर पर ☐ (घ) पाठकों के विचारों पर ☐

2. फ़ोटो के नीचे छपी सूचना को अख़बार की भाषा में कहते हैं–

   (क) इंट्रो ☐ (ख) सब हेडिंग ☐

   (ग) कैप्शन ☐ (घ) समाचार-स्रोत ☐

3. फ़ीचर में किसका होना अनिवार्य होता है?

   (क) सूचना ☐ (ख) स्रोत की जानकारी ☐

   (ग) संपादक के विचार ☐ (घ) फ़ोटो ☐

4. नीचे दिए गए वाक्यों में से सही वाक्य के सामने सही (√) का निशान तथा गलत वाक्य के सामने गलत (X) का निशान लगाइए :

   (क) संपादकीय में समाचारों पर संपादक की स्वतंत्र टिप्पणी होती है। ( )

   (ख) संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित लेखों के लिए आवश्यक नहीं कि वे समाचारों अथवा किसी घटनाक्रम पर आधारित हों। ( )

   (ग) फ़ोटो भी अपने आप में एक समाचार होता है। ( )

   (घ) यह आवश्यक नहीं कि फ़ीचर सूचनापरक हों। ( )

   (ङ) साक्षात्कार का प्रयोग सिर्फ़ समाचारों के लिए किया जाता है। ( )

9.2.7 व्यंग्य-चित्र (कार्टून)

अख़बारों में मुख्य रूप से दो प्रकार के व्यंग्य-चित्र या कार्टून छपते हैं — एक तो समाचारों पर आधारित और दूसरे शुद्ध मनोरंजन के लिए। समाचारों पर आधारित व्यंग्य-चित्र सिंगिल बाक्स अर्थात् एक घेरे में होते हैं। शुद्ध मनोरंजन वाले व्यंग्य-चित्र या कार्टून एक से अधिक बॉक्स के भी हो सकते हैं।

समाचारों पर आधारित कार्टून प्रायः अख़बार के मुख्य पृष्ठ पर प्रकाशित किए जाते हैं और इनका स्थान हर अख़बार में अपने-अपने हिसाब से निर्धारित होता है।

समाचारों पर आधारित कार्टून अख़बार की संपादकीय टिप्पणियों, लेखों और फ़ोटो की तरह ही महत्त्वपूर्ण होता है। एक छोटे से कार्टून के माध्यम से किसी घटनाक्रम पर जितनी तीख़ी टिप्पणी की जा सकती है, उतनी तीख़ी टिप्पणी आधे पृष्ठ के लेख में भी मुश्किल से की जा सकती है। कई बार एक कार्टून के दो शब्द बहुत सारी टिप्पणियों पर भारी पड़ते हैं।

आपने महसूस किया होगा कि एक छोटे-से चित्र और छोटी-सी टिप्पणी के माध्यम से जितनी तीख़ी धारदार बात एक कार्टून कह जाता है, वही बात एक लेख अथवा टिप्पणी में कहने के लिए काफ़ी शब्दों की ज़रूरत पड़ती है।

दूसरे प्रकार के कार्टून प्रायः फ़ीचर वाले पन्नों पर छपते हैं। इनमें कथा को माध्यम बनाकर अथवा किसी चुटकुले अथवा व्यंग्य को आधार बनाकर चित्र दिए गए होते हैं। ऐसे कार्टूनों का उद्देश्य प्रायः लोगों का मनोरंजन करना होता है। कई अख़बारों में कार्टून लगातार आते हैं। जैसे— आर.के. लक्ष्मण, शंकर आदि के कार्टून।

9.2.8 विज्ञापन

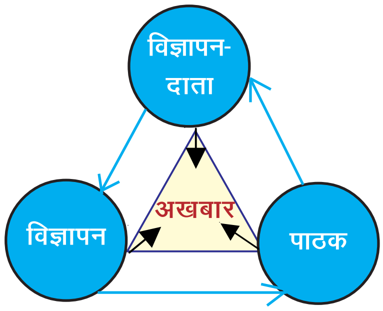
विज्ञापन अख़बारों की आय का प्रमुख साधन होते हैं। ये न तो समाचारों अथवा संपादकीय की तरह अख़बारों के अनिवार्य अंग होते हैं और न ही अख़बारों की पहचान बनाने में सहायक होते हैं। चूँकि मुख्यतः इनसे ही अख़बारों की आमदनी होती है, अतः विज्ञापन जुटाने के लिए संवाददाताओं की तरह ही विभिन्न क्षेत्रों में एजेन्ट और अख़बार कर्मचारी नियुक्त करते हैं। अख़बारों को जितने अधिक विज्ञापन प्राप्त होते हैं, उन्हें उतनी ही आय होती है। इस तरह विज्ञापन अख़बार का एक अनिवार्य अंग बन चुके हैं।

किंतु, यह कहना कि विज्ञापन सिर्फ़ आय के स्रोत होते हैं, पूरी तरह सही नहीं होगा। विज्ञापन कई तरह से पाठकों को लाभ पहुँचाते हैं और शिक्षित भी करते हैं। विज्ञापन

टिप्पणी

से जहाँ अख़बारों को लाभ होता है, वहीं पाठकों और विज्ञापनदाता को भी लाभ पहुँचता है। यह लाभ का एक चक्रीय क्रम बनाता है।

आप एक उदाहरण से इसे आसानी से समझ सकते हैं — मान लीजिए, आप पाँच दोस्त हैं। आपमें से पाँचों की रुचियाँ अलग-अलग हैं। आप पाँचों को अलग-अलग चीज़ें ख़रीदनी हैं। आप उन चीज़ों के बारे में जानना चाहते हैं। आपमें से एक दोस्त कंप्यूटर ख़रीदना चाहता है और बाज़ार में गए बिना, घर बैठे ही जानकारी प्राप्त करना चाहता है कि कौन-सा कंप्यूटर ख़रीदना उचित होगा, जो उसके बजट में भी आए और गुणवत्ता में भी बेहतर हो। दूसरा दोस्त कपड़े ख़रीदना चाहता है। तीसरा दोस्त नौकरी तलाश रहा है, चौथा दोस्त अपनी बहन के विवाह के लिए वर की तलाश में है और आप यह जानना चाहते हैं कि पुस्तक-मेले में आपकी रुचि की पुस्तकें कहाँ मिलेंगी। आप पाँचों अख़बार उठाते हैं और अपनी रुचि की जानकारी प्राप्त कर लेते हैं तथा लाभ उठाते हैं। इसी तरह अख़बार विज्ञापन के माध्यम से लोगों तक सूचनाएँ पहुँचाता है और लाभ का एक चक्रीय क्रम बनाता है। विज्ञापन के इस चक्रीय क्रम को निम्न रेखांकन के माध्यम से समझा जा सकता है—



विज्ञापन की भाषा

हम बात कर चुके हैं कि विज्ञापन का उद्देश्य होता है— उत्पाद अथवा अपनी योजना की जानकारी लोगों तक पहुँचाना। ऐसे में विज्ञापन की भाषा का बहुत बड़ा योगदान होता है। विज्ञापन में कम-से-कम शब्दों के माध्यम से उत्पाद अथवा योजना की संपूर्ण जानकारी देनी होती है। साथ ही यह भी ध्यान रखना आवश्यक होता है कि भाषा रोचक हो, सरल हो और पढ़ने वाले को प्रभावित करे। आपने ऐसे बहुत से विज्ञापन देखे होंगे, जिनमें बहुत सारी सूचनाओं के बजाय सिर्फ़ एक या दो वाक्यों के नारे लिखे होते हैं और वे नारे उपभोक्ता को इतना प्रभावित कर जाते हैं, जितना एक लेख अथवा टिप्पणी भी नहीं कर पाती। विज्ञापन में स्थान की भी सीमा होती है। उपभोक्ता किसी विज्ञापन को लेख अथवा फ़ीचर की तरह नहीं पढ़ना चाहता। इसलिए विज्ञापन बनाते समय यह ध्यान रखना आवश्यक होता है कि वे संक्षिप्त हों, रोचक हों, आकर्षक हों, प्रभावशाली हों और पूरी जानकारी प्रस्तुत करें। विज्ञापन उपभोक्ता वर्ग को कैसे प्रभावित करें, इस पर विशेष ध्यान दिया जाता है।

इसके अलावा अख़बार के लिए विज्ञापन बनाते समय इस बात को ध्यान में रखना आवश्यक होता है कि इन विज्ञापनों को उपभोक्ता देख भी सकता है और पढ़ भी सकता है। ये विज्ञापन ज़्यादा समय तक उपभोक्ता के सामने रहते हैं। एक अख़बार का विज्ञापन टीवी अथवा रेडियो के विज्ञापन से अधिक समय तक उपभोक्ता के बीच में रहता है।

9.2.9 पत्र

पाठकों के पत्र अख़बारों के लिए दिशा-निर्देश का कार्य करते हैं। समाचारों, संपादकीय अथवा अन्य सामग्रियों पर पाठकों की प्रतिक्रिया से अख़बारों को जहाँ अपने अंदर सुधार करने का मौका मिलता है, वहीं उत्साह भी बढ़ता है। पाठकों के पत्र भी कई बार संपादकीय अथवा अन्य लेखों की तरह ही प्रभावकारी सिद्ध होते हैं, क्योंकि समाचारों अथवा संपादकीय टिप्पणियों को पढ़ने के बाद पाठक के मन में जो विचार उत्पन्न होते हैं, उन्हें वह अपने पत्रों में व्यक्त करता है। इसके अलावा पाठकों के पत्रों के माध्यम से उनकी समस्याओं को भी जानने का मौका मिलता है। कई ऐसी समस्याओं का भी पता चलता है, जिनकी तरफ़ अख़बारों का ध्यान कभी गया ही नहीं।

यानी, पाठकों के पत्र भी संपादकीय फ़ीचर और लेखों की तरह ही महत्त्वपूर्ण होते हैं।

9.2.10 मौसम और बाज़ार-भाव

जिस तरह लोगों को दूसरे समाचारों की प्रतीक्षा रहती है, उसी तरह बहुत से ऐसे लोग भी होते हैं, जिन्हें मौसम और बाज़ार भाव की जानकारी प्राप्त करनी होती है। कई बार आप भी जानना चाहते होंगे कि कल कितनी गर्मी थी, सर्दी थी या कल बारिश होगी या नहीं होगी। फिर आप उसी तरह अपनी दिनचर्या निर्धारित करते हैं। इसी प्रकार, किसानों और व्यापारियों तथा मछुआरों को मौसम की जानकारी की ज़रूरत होती है। यात्रा करने वालों के लिए मौसम का समाचार ज़रूरी होता है।

वस्तुओं के भाव रोज़ बढ़ते-घटते रहते हैं। ऐसे में व्यापारियों और दुकानदारों को बाज़ार भाव की जानकारी की आवश्यकता होती है। यदि आप कभी सुनार की दुकान पर जाएँ और सोने का भाव पूछें, तो दुकानदार तुरंत उस दिन का सोने का भाव बता देगा। इसकी जानकारी उसे अख़बार से मिलती है। इसी तरह रोज़ के बाज़ार-भाव अख़बारों में प्रकाशित किए जाने से न सिर्फ़ दुकानदारों और व्यापारियों को, बल्कि ग्राहकों को भी सुविधा होती है।

पाठगत प्रश्न-9.3

सर्वाधिक उपयुक्त विकल्प चुनकर पूछे गए प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

1. अख़बार में कार्टून छापने का क्या उद्देश्य है?

   (क) मनोरंजन और तीखी टिप्पणी करना ☐ (ख) विज्ञापन की सूचना देना ☐

टिप्पणी

(ग) शिक्षा प्रदान करना ☐ (घ) सामाजिक घटना पर राय देना ☐

2. विज्ञापन का उद्देश्य क्या नहीं है?

(क) सूचना ☐ (ख) भाषा-शिक्षण ☐

(ग) व्यवसाय में वृदि्ध ☐ (घ) प्रचार-प्रसार ☐

3. पाठकों के पत्रों को अख़बार में क्यों शामिल किया जाता है?

(क) प्रचार के लिए ☐ (ख) पाठकों की भागीदारी के लिए ☐

(ग) प्रतियोगिता के लिए ☐ (घ) समाचार देने के लिए ☐

4. नीचे दिए गए वाक्यों में से सही वाक्य के सामने सही (√) का निशान तथा गलत वाक्य के सामने गलत (X) का निशान लगाइए :

(क) समाचारों पर आधारित कार्टून प्रायः सिंगिल बॉक्स के होते हैं। ( )

(ख) बड़े विज्ञापनों को प्रायः वर्गीकृत विज्ञापन के अंतर्गत प्रकाशित किया जाता है। ( )

(ग) बाज़ार भाव से ग्राहकों को कोई लाभ नहीं होता। ( )

(घ) विज्ञापन लाभ का एक चक्रीय क्रम तैयार करते हैं। ( )

9.3 समाचारों की भाषा

समाचारों की भाषा सरल होती है। अख़बार, रेडियो और टेलीविज़न के माध्यम से हम समाचारों से अवगत होते हैं। अख़बार पढ़कर, रेडियो सुनकर और टेलीविजन देख-सुनकर हम समाचार की जानकारी प्राप्त करते हैं। माध्यम अलग-अलग होने के बावजूद समाचारों के मामले में एक समानता यह होती है कि उनकी भाषा सरल, सुबोध और तुरंत समझ में आने वाली होती है।

आप अलग-अलग अख़बारों को पढ़ें। आप महसूस करेंगे कि इनमें कठिन शब्दों के प्रयोग से बचा जाता है। परंतु अलग-अलग प्रकार के समाचारों में अलग-अलग प्रकार की शब्दावलियों का प्रयोग किया जाता है। इसी प्रकार, अलग-अलग समाचार-पत्रों की भाषा शैली अलग-अलग होती है। स्थानीय अख़बारों में स्थानीय शब्दों का भी इस्तेमाल किया जाता है। उद्देश्य एक ही है—पाठक को समाचार बिना किसी दिक्कत के समझ में आ जाए।

आपने ध्यान दिया होगा कि फ़ैशन और फ़िल्मी दुनिया के समाचारों अथवा लेखों में हिंदी के साथ-साथ अंग्रेज़ी और उर्दू के शब्दों का भी बड़ी आज़ादी के साथ प्रयोग होता है—जैसे, जरी, मिररवर्क, प्रिंट, मूड, मूवी, मुहूरत आदि। खेल-संबंधी समाचारों में फ़ॉलोऑन, चैंपियन आदि शब्दों को देख सकते हैं। इसी तरह क्रिकेट में विकेट, लेगबाई, हिट

विकेट, स्ट्रेट ड्राइव आदि शब्दों का प्रयोग होता है। बाज़ार अथवा व्यापार-संबंधी समाचारों की भाषा बिल्कुल अलग होती है। उनमें गढ़े हुए शब्दों का प्रयोग अब इतना होने लगा है कि व्यापार की भाषा ही अलग हो गई है।

बाज़ार से संबंधित समाचारों में 'जीरा टूटा', 'तस्करी आवक', 'सोने में नरमी', 'बिकवाली' आदि शब्दों का प्रयोग किया जाता है। इनका प्रयोग प्रायः अन्य स्थानों पर नहीं होता। इसी तरह आपने पढ़ा होगा 'चना उछला, 'उड़द लुढ़की' या 'सरसों के दाम खड़े'।

इसी तरह, राजनीतिक समाचारों की भी अपनी अलग भाषा होती है। आप स्थानीय समाचारों के साथ तुलना करके देखें, तो राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय राजनीति के समाचारों की भाषा अलग होती है। राजनीतिक समाचारों में कुछ मुहावरे प्रचलित हैं, जैसे–ठीकरा दूसरे के सिर फोड़ना, सेहरा बाँधना आदि। लेकिन इन समाचारों में प्रायः व्यापार और खेल–जगत के समाचारों की भाषा की तरह गढ़े हुए शब्द नहीं होते। अंग्रेज़ी के शब्दों के प्रयोग भी प्रायः कम ही देखने को मिलते हैं।

समाचारों की भाषा चूँकि सूचनापरक होती है, इसलिए इसमें सहजता, सरलता और प्रवाह का होना आवश्यक होता है। समाचारों की भाषा में यह ध्यान रखना आवश्यक होता है कि वह सर्वसाधारण की समझ में आ सके। इसलिए समाचारों की भाषा आम बोलचाल की भाषा होती है। ख़बर अनजानों को भी जोड़ देती है।

9.4 इलेक्ट्रॉनिक अख़बार : अख़बार का एक नया रूप

इलैक्ट्रॉनिक अख़बारों का प्रचलन इन दिनों काफ़ी बढ़ा है। कागज़ पर छपने वाले अख़बार से इसका स्वरूप थोड़ा भिन्न होता है। इसे केवल कंप्यूटर पर इन्टरनेट के द्वारा ही पढ़ा जा सकता है। इसलिए इसका लाभ सिर्फ़ वे लोग ही उठा सकते हैं, जिनके पास कंप्यूटर है और वह कंप्यूटर इन्टरनेट से जुड़ा हुआ है। इलैक्ट्रॉनिक अख़बार आम अख़बार के मुकाबले अधिक महँगा साबित होता है, किंतु इसकी विशेषता यह है कि आम अख़बार के मुकाबले इसकी पहुँच अथवा प्रसार व्यापक होता है। इलैक्ट्रॉनिक अख़बार को दुनिया के किसी भी कोने में पढ़ा जा सकता है। अमेरिका में प्रकाशित होने वाले अख़बार को भारत के किसी गाँव में बैठे व्यक्ति तक पहुँचाने में कई दिन का समय लग सकता है, जबकि यदि उसी अख़बार को इलैक्ट्रॉनिक माध्यम से प्रस्तुत किया जाता है, तो वह पलक झपकते ही पहुँच जाता है। आज जिस तरह से लोगों में पल-पल की सूचनाओं के प्रति जिज्ञासा तेजी से बढ़ती जा रही है, उसमें इलैक्ट्रॉनिक अख़बार बहुत तेज़ी से लोकप्रिय हो रहे हैं।

इलैक्ट्रॉनिक अख़बारों में भी समाचारों की चयन-प्रक्रिया और प्रस्तुत करने के तरीके कागज़ पर प्रकाशित होने वाले अख़बारों की तरह ही होते हैं। उनमें भी संवाददाता, संपादक, फ़ोटो, ग्राफ़िक, कार्टून आदि की भूमिका उतनी ही महत्त्वपूर्ण होती है।

टिप्पणी

पाठगत प्रश्न-9.4

सर्वाधिक उपयुक्त विकल्प चुनकर पूछे गए प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

1. व्यापार-जगत के समाचारों की भाषा में बनावटी शब्दों का प्रयोग—

   (क) बिल्कुल नहीं होता। ☐ (ख) अधिक होता है। ☐

   (ग) कम होता है। ☐ (घ) कभी कम कभी अधिक होता है। ☐

2. समाचारों की भाषा में उदाहरण की गुंजाइश—

   (क) होती है। ☐ (ख) नहीं होती। ☐

   (ग) अधिक होती है। ☐ (घ) कम होती है। ☐

3. इलैक्ट्रॉनिक अख़बारों को पढ़ा जा सकता है सिर्फ़—

   (क) टेलीविजन पर ☐ (ख) कंप्यूटर पर ☐

   (ग) कागज़ पर ☐ (घ) रेडियो पर ☐

4. निम्नलिखित वाक्यों में सही के सामने सही (√) का तथा गलत के सामने गलत (X) का निशान लगाइए :

   (क) समाचारों की भाषा में व्यंग्य का प्रयोग किया जाता है। ( )

   (ख) समाचारों की भाषा मुहावरेदार नहीं हो सकती। ( )

   (ग) समाचार पुस्तकों में लिखी बातें ही बताते हैं। ( )

   (घ) समाचार पाठक को शिक्षित भी करते हैं। ( )

   (च) अलग-अलग विषयों के समाचारों की भाषा अलग-अलग हो सकती है। ( )

आपने क्या सीखा

- अख़बार के अंग होते हैं— समाचार, संपादकीय, फ़ोटो, फ़ीचर, लेख, साक्षात्कार, कार्टून, विज्ञापन, पत्र, मौसम तथा बाज़ार-भाव।
- समाचार अख़बार का मुख्य आकर्षण होते है। समाचार के विषय मुख्यत: होते हैं— राजनीतिक, सामाजिक, व्यापार अथवा अर्थ जगत, खेल जगत तथा विविध। ये तीन प्रकार के होते हैं— राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय तथा स्थानीय। विविध समाचारों के अंतर्गत साहित्य, संस्कृति, विज्ञान, पर्यावरण, अपराध आदि से संबंधित समाचार आते हैं।
- समाचारों का चयन उनके महत्त्व और उपयोगिता के अनुसार किया जाता है।

- समाचार के अंग मुख्य रूप से होते हैं— मेन हेडिंग (मुख्य शीर्षक), सब-हेडिंग (उप-शीर्षक), समाचार—स्रोत, इंट्रो, ब्यौरा।
- समाचारों में किसी भी घटना से जुड़े सभी प्रमुख तथ्यों को प्रस्तुत करने की कोशिश की जाती है। इसकी प्रस्तुति में संवाददाता को अपने विचार व्यक्त करने की छूट नहीं होती।
- समाचारों अथवा घटनाक्रम पर संपादक के विचारों को संपादकीय कहते हैं। इसमें संपादक को अपने विचार व्यक्त करने की पूरी छूट होती है।
- अख़बारों में प्रकाशित होने वाले फ़ोटो भी एक प्रकार से समाचार का काम करते हैं। ये अपने आप में संपूर्ण समाचार भी होते हैं और समाचारों के पूरक भी।
- फ़ीचर बहुत सारी विधाओं का मिला-जुला रूप होता है। इसकी मुख्य विशेषता है— सूचना देना।
- अख़बारों में प्रायः दो प्रकार के लेख प्रकाशित किए जाते हैं— एक वे, जो समाचारों पर आधारित होते हैं और दूसरे वे, जो विविध विषयों पर केंद्रित होते हैं। समाचारों पर आधारित लेख प्रायः संपादकीय पृष्ठ पर और विविध विषयों से जुड़े लेख फ़ीचर वाले पृष्ठों पर प्रकाशित किए जाते हैं।
- किसी विषय पर जानकारी लेने अथवा किसी प्रसिद्ध व्यक्ति से उसके बारे में जानने के लिए की गई बातचीत को साक्षात्कार कहते हैं।
- किसी भी उत्पाद अथवा योजना की जानकारी देने के उद्देश्य से सरल और रोचक भाषा में आकर्षक ढंग से प्रस्तुत की गई सूचनाओं को विज्ञापन कहते हैं।

पाठांत प्रश्न

1. अख़बार के मुख्य रूप से कितने अंग होते हैं? किसी एक प्रमुख अंग की विशेषता बताइए।
2. समाचारों के कितने प्रकार होते हैं? ख़ाका तैयार कीजिए।
3. समाचारों के चयन में मुख्य रूप से कौन-कौन सी सावधानियाँ बरतनी पड़ती हैं?
4. समाचार स्रोत का क्या अभिप्राय है— विस्तार से समझाइए।
5. संपादकीय और फ़ीचर में क्या अंतर होता है— स्पष्ट कीजिए।
6. समाचारों पर आधारित लेखों और फ़ीचर के लेखों में क्या भिन्नताएँ होती हैं?
7. विज्ञापन के आवश्यक गुण क्या हैं?
8. समाचारों की भाषा की विशेषताएँ बताइए।

9. अख़बार तथा पत्रिकाओं से प्रसिद्ध व्यक्तियों, इमारतों और स्थानों के चित्र एकत्रित कीजिए तथा उनके विषय में आवश्यक और महत्त्वपूर्ण जानकारियाँ देते हुए एक परियोजना तैयार कीजिए।
10. किसी समसामयिक घटना पर एक फीचर लिखिए।
11. किसी अखबार का एक प्रारूप तैयार कर उसके विभिन्न प्रकारों को रेखांकित कीजिए।

उत्तरमाला

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

9.1 1. (घ), 2. (घ), 3. (ख)

9.2 1. (ख), 2. (ग), 3. (क), 4. (ग)

5. (क) √, (ख) X, (ग) √, (घ) √, (ङ) X।

9.3 1. (क), 2. (ख), 3. (ख),

4. (क) √, (ख) X, (ग) X, (घ) √।

9.4 1. (ख), 2. (ख), 3. (ख), 4. (क) X, (ख) √, (ग) X, (घ) √, (च) √।