JMC 04
Block
02

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

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ
ସମ୍ବଲପୁର

Odisha State Open University
Sambalpur

ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣ ଯୋଗାଯୋଗ (JMC)

ଟେଲିଭିଜନ୍ ସାମ୍ବାଦିକତା

Journalism & Mass Communication

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

ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣଯୋଗାଯୋଗ

JMC-4

ଟେଲିଭିଜନ୍ ସାମ୍ବାଦିକତା

Block

2

ଟେଲିଭିଜନ୍ ସାମ୍ବାଦିକତା

ୟୁନିଟ୍ - ୧

ଟେଲିଭିଜନ୍ ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଭାରତରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ସାମ୍ବାଦିକତାର ଇତିହାସ

ୟୁନିଟ୍ - ୨

ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା, ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ରୁମ୍, ପ୍ରଯୋଜନା ଡେସ୍କ

ୟୁନିଟ୍ - ୩

ଦୃଶ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି

ୟୁନିଟ୍ - ୪

ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନା

ୟୁନିଟ୍ - ୫

ଟେଲିଭିଜନ୍ ଉପସ୍ଥାପନା(ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍)

ବିଶେଷଜ୍ଞ କମିଟି

ଡ. ମୃଣାଳ ଚାଟାର୍ଜୀ, ପ୍ରଫେସର ଓ ମୁଖ୍ୟ ଭାରତୀୟ ଜନସଂଚାର ସଂସ୍ଥାନ, ଢେଙ୍କାନାଳ (ଅଧ୍ୟକ୍ଷ)

ଶ୍ରୀ ଅଭୟ ପାଢୀ, ଆଇଆଇଏସ୍ (ପୂର୍ବତନ ଅତିରିକ୍ତ ମହା-ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ, ପ୍ରସାରଭାରତୀ)

ଡ. ପ୍ରଦୀପ ମହାପାତ୍ର, ପୂର୍ବତନ ବିଭାଗୀୟ ମୁଖ୍ୟ, ସାମ୍ବାଦିକତା ବିଭାଗ, ବ୍ରହ୍ମପୁର ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ

ଶ୍ରୀ ସୁଶାନ୍ତ କୁମାର ମହାନ୍ତି, ସଂପାଦକ, ସମାଜ, କଟକ (ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ନିମନ୍ତ୍ରିତ ଅତିଥି)

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

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

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

ଶ୍ରୀ ଅର୍ଦ୍ଧେନ୍ଦୁ ଦାସ, ସଂପାଦକ, ପ୍ରମେୟ-ନିଉଜ୍ ୭ ଚ୍ୟାନେଲ୍, ଭୁବନେଶ୍ୱର

ଶ୍ରୀ ପତଞ୍ଜଳି କରଶର୍ମା, ରାଜ୍ୟ ପ୍ରତିନିଧି, ନିଉଜ୍ ୨୪ଢ୭, ଓଡ଼ିଶା

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

ଲେଖକ :

ସମ୍ବିତ୍ ମିଶ୍ର

ସମ୍ପାଦନା :

ଜ୍ୟୋତି ପ୍ରକାଶ ମହାପାତ୍ର

ପ୍ରକାଶକ

ଡକ୍ଟର ଜୟନ୍ତ କରଶର୍ମା

କୁଳସଚିବ

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ

© OSOU, 2019. *Television Journalism* is made available under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 http://creativecommons.org/licences/by-sa/4.0

Printers by : Shree Mandir Publications, Sahid Nagar, Bhubaneswar

JMC-4

Block

2

ସୂଚୀପତ୍ର

ୟୁନିଟ୍ - ୧ : ଟେଲିଭିଜନ୍ ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଭାରତରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ସାମ୍ବାଦିକତାର ଇତିହାସ

୧.୦	ବିଷୟର ଗଠନ	୦୫
୧.୧	ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ	୦୫
୧.୨	ବିଷୟ ପରିଚୟ	୦୫
୧.୩	ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ପରିଚୟ	୦୬
୧.୪	ଭାରତରେ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ଇତିହାସ	୦୭
୧.୫	ସାଇଟ୍	୦୮
୧.୬	କେବୁଲ୍ ଓ ସାଟେଲାଇଟ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ଟିଭି ପ୍ରସାରଣ	୧୦
୧.୭	ଡିଟିଏଚ୍	୧୨
୧.୮	ଆଇପିଟିଭି	୧୨
୧.୯	ସାଧାରଣ ସେବା ଏବଂ ବ୍ୟାବସାୟିକ ପ୍ରସାରଣ	୧୩
୧.୧୦	ଏକତ୍ରୀକରଣ	୧୪
୧.୧୧	ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ	୧୪
୧.୧୨	ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା	୧୪
୧. ୧୩	ପ୍ରୟୋଗ	୧୬
୧.୧୪	ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ	୧୬

ୟୁନିଟ୍ - ୨ : ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା, ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ରୁମ୍, ପ୍ରଯୋଜନା ଡେସ୍କ

୨.୦	ବିଷୟର ଗଠନ	୧୭
୨.୧	ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ	୧୭
୨.୨	ବିଷୟ ପରିଚୟ	୧୭
୨.୩	ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା	୧୭
୨.୪	ଟିଭି ନ୍ୟୁଜରୁମ୍	୨୦
୨.୫	ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ପ୍ରଯୋଜନା ଡେସ୍କ ଓ ଏହାର କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀ	୨୧
୨.୬	ଏକତ୍ରୀକରଣ	୨୩
୨.୭	ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ	୨୪
୨.୮	ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା	୨୪
୨.୯	ପ୍ରୟୋଗ	୨୫
୨.୧୦	ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ	୨୫

ୟୁନିଟ୍ - ୩: ଦୃଶ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି

୩.୦	ବିଷୟର ଗଠନ	୨୬
୩.୧	ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ	୨୬
୩.୨	ବିଷୟ ପରିଚୟ	୨୬
୩.୩	ଦୃଶ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି	୨୬
୩.୪	ଆଙ୍କର ଅଗ୍ରଲେଖ ପ୍ରସ୍ତୁତି	୨୮
୩.୫	ବାଇଟ୍ ଗୁଡିକର ସମ୍ପାଦନା	୨୯

୩.୬	ଦୃଶ୍ୟ ରକ୍ଷଣ ଓ ସମ୍ପାଦନା	୩୦
୩.୭	ଏକତ୍ରୀକରଣ	୩୨
୩.୮	ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ	୩୩
୩.୯	ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା	୩୩
୩.୧୦	ପ୍ରୟୋଗ	୩୪
୩.୧୧	ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ	୩୪

ୟୁନିଟ୍ - ୪ : ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନା

୪.୦	ବିଷୟର ଗଠନ	୩୫
୪.୧	ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ	୩୫
୪.୨	ବିଷୟ ପରିଚୟ	୩୫
୪.୩	ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନା	୩୫
୪.୪	ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍	୩୬
୪.୫	ନ୍ୟୁଜ୍ ଫିଚର	୩୯
୪.୬	ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀ ଉପରେ ଆଧାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ	୪୦
୪.୭	ଏକତ୍ରୀକରଣ	୪୪
୪.୮	ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ	୪୪
୪.୯	ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା	୪୫
୪.୧୦	ପ୍ରୟୋଗ	୪୫
୪.୧୧	ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ	୪୫

ୟୁନିଟ୍ - ୫ : ଟେଲିଭିଜନ୍ ଉପସ୍ଥାପନା(ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍)

୫.୦	ବିଷୟର ଗଠନ	୪୬
୫.୧	ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ	୪୬
୫.୨	ବିଷୟ ପରିଚୟ	୪୬
୫.୩	ଉପସ୍ଥାପନା/ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍	୪୭
୫.୪	ଉପସ୍ଥାପନ ପ୍ରଣାଳୀ	୪୭
୫.୫	ଉଚ୍ଚାରଣ ଶୈଳୀ ଓ ସ୍ୱର ପରିବର୍ତ୍ତନ	୪୯
୫.୬	ଏକତ୍ରୀକରଣ	୪୯
୫.୭	ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ	୫୦
୫.୮	ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା	୫୦
୫.୯	ପ୍ରୟୋଗ	୫୧
୫.୧୦	ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ	୫୧
ପ୍ରଗତି ଜାଣିବା ପାଇଁ ଉତ୍ତର ସମୂହ		୫୨
ସମ୍ଭାବ୍ୟ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ		୬୧

ୟୁନିଟ୍ : ୧

୧.୦ ବିଷୟର ଗଠନ

୧.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
୧.୨ ବିଷୟ ପରିଚୟ
୧.୩ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ପରିଚୟ
୧.୪ ଭାରତରେ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ଇତିହାସ
୧.୫ ସାଇଟ୍
୧.୬ କେବୁଲ୍ ଏବଂ ଉପଗ୍ରହ
୧.୭ ଡିଟିଏଚ୍
୧.୮ ଆଇପିଟିଭି
୧.୯ ସାଧାରଣ ସେବା ଏବଂ ବ୍ୟାବସାୟିକ ପ୍ରସାରଣ
୧.୧୦ ଏକତ୍ରୀକରଣ
୧.୧୧ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ
୧.୧୨ ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା
୧. ୧୩ ପ୍ରୟୋଗ
୧.୧୪ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ

୧.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ପ୍ରତ୍ୟେକ ପାଠ୍ୟ ସମଗ୍ରୀର କେତେକ ବିଶେଷତ୍ୱ ରହିଥାଏ । ସେମିତି 'ଟେଲିଭିଜନ୍' ପାଠ୍ୟର କେତେକ ବିଶେଷ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ରହିଛି । ଏଇ ବିଷୟ ପଢି ସାରିବା ପରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ କ'ଣ, ଏହା କିପରି ଭାବରେ କାମ କରିଥାଏ, ତାହା ଭଲ ଭାବରେ ଜାଣିହେବ । ସମ୍ପୃକ୍ତ ବିଷୟର ବିଭିନ୍ନ ଦିଗ ସମ୍ପର୍କରେ ବିଶେଷ ସୂଚନା ମିଳିବା ସହିତ ପ୍ରକୃତ ଧାରଣା ସୃଷ୍ଟି ହେବ । ତେଣୁ ଏଥିପାଇଁ ସାଧାରଣ ମୌଳିକ ଧାରଣା ପାଇବା ପାଇଁ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ସମ୍ବନ୍ଧରେ କେତୋଟି ବିଶେଷ ଦିଗ ଜାଣିବାକୁ ହେବ -

- ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ପରିଚୟ
- ଭାରତରେ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ଇତିହାସ
- ସାଇଟ୍
- କେବୁଲ୍ ଏବଂ ଉପଗ୍ରହ
- ଡିଟିଏଚ୍
- ଆଇପିଟିଭି
- ମୋବାଇଲ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ଟିଭି, ଥ୍ରୀଜି, ଫୋର ଜି ଓ ନୋଟବୁକ୍
- ସାଧାରଣ ସେବା ଏବଂ ବ୍ୟାବସାୟିକ ପ୍ରସାରଣ ।

୧.୨ ବିଷୟ ପରିଚୟ

ମାନବ ସଭ୍ୟତାର ବିକାଶରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ହେଉଛି ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ବିସ୍ମୟ । ଏହା କଳା, ବିଜ୍ଞାନ ଓ ବାଣିଜ୍ୟ ସହିତ ଘନିଷ୍ଠ ଭାବରେ ଜଡିତ । ପ୍ରଥମେ ସାଧାରଣ ଲୋକେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ବା ଟିଭିକୁ କୁହୁକପେଟିକା ବୋଲି ଭାବୁଥିଲେ । ମାତ୍ର ସାଧାରଣ ଭାବରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ବା ଟିଭି ହେଉଛି ବୈଦ୍ୟୁତିକ ସଙ୍କେତ ଦ୍ୱାରା ସ୍ଥିର ବା ଚଳମାନ ଚିତ୍ରକୁ ପ୍ରସାରଣ କରୁଥିବା ଏକ ଯନ୍ତ୍ର । ଏହା ଆଜିର ଜୀବନଶୈଳୀ ସହିତ ଅତି ଅନ୍ତରଙ୍ଗ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ କରିବା ସହିତ ଜୀବନର ଏକ ଅବିଚ୍ଛେଦ୍ୟ ଅଂଶ ହୋଇସାରିଛି । ଅତି ପୁରାତନ କାଳରୁ ମଣିଷ ମଣିଷ ଭିତରେ ଯୋଗାଯୋଗର ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଥିଲା । ମାତ୍ର ବର୍ତ୍ତମାନ ସମୟର ସବୁଠାରୁ ଲୋକପ୍ରିୟ ଓ ଶିକ୍ଷଣୀୟ ତଥା ଗଣମନୋରଞ୍ଜନ ମାଧ୍ୟମ ହେଉଛି ଟିଭି । ଏହା ଦ୍ୱାରା ଶବ୍ଦ ସହିତ ଦୃଶ୍ୟରୂପର ସଂଯୋଜନ

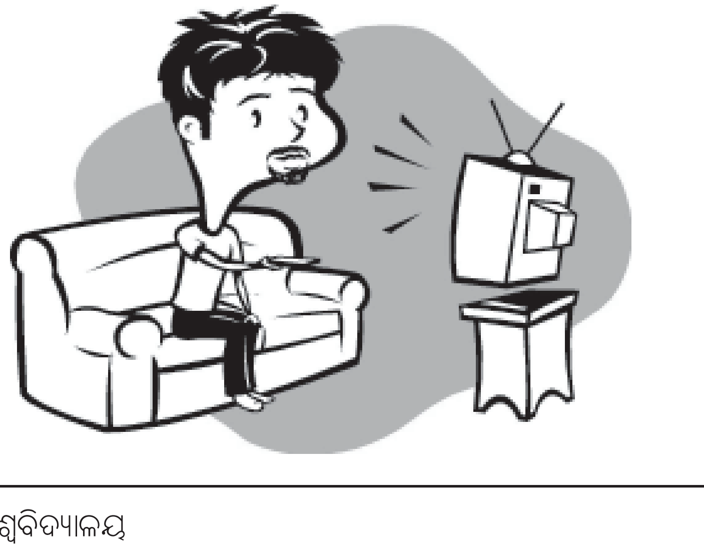
କରିବା ସମ୍ଭବ ହୋଇ ପାରିଛି । ସର୍ବାଧିକ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଟେଲିଭିଜନ୍ ଆଦୃତ ହୋଇପାରିଛି । ବିଶେଷତଃ ଗଣଯୋଗାଯୋଗ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଟିଭି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରିପାରିଛି ।

ଟିଭି, କ'ଣ,ଏହାର ଅତୀତ କିପରି ଥିଲା, ଭାରତରେ ଏହାର ଇତିହାସ କ'ଣ,ଏହା ସହିତ କେଉଁ କେଉଁ ଉପାଦାନ ସମ୍ପୃକ୍ତ ତାହା ଏହି ବିଷୟ ପଢ଼ିସାରିବା ପରେ ଆମେ ଜାଣିପାରିବା । ଏହା ସହିତ ଟିଭିର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ କିପରି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ, ପ୍ରସ୍ତୁତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସାଇଟ୍, କେବୁଲ୍ ଓ ଉପଗ୍ରହ ମାଧ୍ୟମରେ କିପରି ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ, ଏଥିପାଇଁ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା କ'ଣ, ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ କ'ଣ, ଏହା କିପରି ପରିଚାଳିତ ହୁଏ, ଏହା ସହିତ କେଉଁ କେଉଁ ଦିଗ ଓ କେଉଁ କେଉଁ ବ୍ୟକ୍ତି ସମ୍ପୃକ୍ତ ଇତ୍ୟାଦି ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗ ସମ୍ପର୍କରେ ଏଇ ପାଠ ପଢ଼ିବା ପରେ ସବିଶେଷ ଧାରଣା ମିଳିପାରିବ । ପାଠ୍ୟ ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡିକ ଛାତ୍ର ଛାତ୍ରୀମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ନୂତନ ଓ ଏଥିରେ କେତେକ ବୈଷୟିକ ଶବ୍ଦ ରହିଛି । ଏସବୁ ସମ୍ପର୍କରେ ସାଧାରଣ ଧାରଣା ନହେବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ବିଷୟ ବୁଝିବା ଆଦୌ ସମ୍ଭବ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ । ଏଣୁ ବିଷୟ ଶେଷରେ ବୈଷୟିକ ବା ଟେକ୍‌ନିକାଲ୍ ଶବ୍ଦଗୁଡିକୁ ବୁଝିବା ପାଇଁ ଏଗୁଡିକର ସାଧାରଣ ସୂଚନାତ୍ମକ ଟିପ୍ପଣୀ ଦିଆଯାଇଛି ।

୧.୩ ଟେଲିଭିଜନ୍ : ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ପରିଚୟ

ମାନବ ସଭ୍ୟତାର ବିକାଶରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଅଧ୍ୟାୟ । କଳା-ବିଜ୍ଞାନର ଯୌଥସଂସର୍ଗରୁ ଏହାର ଜନ୍ମ । ଚିହ୍ନା ବ୍ରାହ୍ମଣର ପଇତା ଲୋଡା ନାହିଁ ନ୍ୟାୟ ସହିତ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ପରିଚୟ ପ୍ରସଙ୍ଗ ତୁଳନୀୟ । ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ସକ୍ଷିପ୍ତ ପରିଚୟ ପାଇଁ ଅନେକ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଅବତାରଣା କରାଯାଇପାରେ । ଲୋକଦୃଷ୍ଟିରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ବା ଟିଭି ହେଉଛି ଏକ କୁହୁକପେଟିକା । ସାଧାରଣତଃ ଟେଲିଭିଜନ୍ ବା ଟିଭି କହିଲେ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ସଙ୍କେତ ଦ୍ୱାରା ସ୍ଥିର ବା ଚଳମାନ ଚିତ୍ରକୁ ପ୍ରସାରଣ କରୁଥିବା ଏକ ଯନ୍ତ୍ର ବୋଲି ବୁଝାଯାଏ ।

ଅତି ପୁରାତନ କାଳରୁ ମଣିଷ ଯୋଗାଯୋଗର ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ମାଧ୍ୟମ ଉଦ୍ଭାବନ ଓ ଆବିଷ୍କାର କରିବାରେ ବ୍ୟସ୍ତ ରହିଆସିଛି । ଏଇ ବ୍ୟସ୍ତତା ଭିତରେ ବର୍ତ୍ତମାନ ସମୟର ସବୁଠାରୁ ଶକ୍ତିଶାଳୀ, କ୍ଷିପ୍ର, ଲୋକପ୍ରିୟ ଓ ଶିକ୍ଷଣୀୟ ତଥା ଗଣମନୋରଞ୍ଜନ ମାଧ୍ୟମ ହେଉଛି ଟିଭି । ବେତାର ଯନ୍ତ୍ର ଉଦ୍ଭାବନ ଦ୍ୱାରା କେବଳ ଶବ୍ଦ କାରବାର ଚାଲୁଥିଲା । ମାତ୍ର ଟେଲିଭିଜନ୍ ଉଦ୍ଭାବନ ଦ୍ୱାରା ଶବ୍ଦ ସହିତ ଦୃଶ୍ୟରୂପର ସଂଯୋଜନ କରିବା ସମ୍ଭବ ହୋଇ ପାରିଛି । ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ହେଉଛି ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ସର୍ବାଧିକ । ଚଳନ୍ତି ସମୟରେ ଶିକ୍ଷିତ ଅଶିକ୍ଷିତ ଭେଦରେ ପ୍ରାୟ ପ୍ରତି ଘରେ ଘରେ ଏହା ଖାଦ୍ୟପେୟ ଭଳି, ଏକ ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ ରୂପେ ଜୀବନଯାତ୍ରା ସହିତ ଗଭୀର ଭାବରେ ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ ହୋଇଆସିଛି । ଫଳରେ ଆବାଳ-ବୃଦ୍ଧ-ବନିତା ଏହାର ନିଷ୍ଠାପର ଉପଭୋକ୍ତା ସାଜିଛନ୍ତି । ଏହା ଏକାଧାରରେ ଶିକ୍ଷାର୍ଥୀ ପାଇଁ ଜ୍ଞାନ ଚର୍ଚ୍ଚାର ବନ୍ଧୁ, ଅଶିକ୍ଷିତ ପାଇଁ ମନୋରଞ୍ଜନକାରୀ ସାଙ୍ଗ, ନିଃସଙ୍ଗ ପାଇଁ ଅତି ବିଶ୍ୱସ୍ତ ସହଚର ଓ ଦେଶ ବିଦେଶ ସହିତ ସମ୍ପର୍କ ଯୋଡିବାରେ ସମର୍ଥ ସୂତ୍ର ପାଲଟି ଯାଇଛି ।



୧.୪ ଭାରତରେ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ଇତିହାସ

ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱର ପାଶ୍ଚାତ୍ୟ ଜଗତରେ ଟେଲିଭିଜନର ପରମ୍ପରା ତୁଳନାରେ ଭାରତରେ ଏହାର ପରମ୍ପରା ଅପେକ୍ଷାକୃତଭାବରେ ଅର୍ବାଚୀନ । ଭାରତରେ ଟିଭିର ଇତିହାସ ଜାଣିବା ପୂର୍ବରୁ ଟିଭିର ପ୍ରସାରଣ ବିଷୟରେ ଏଠାରେ ସାଧାରଣ ସୂଚନା ଦିଆଯାଇପାରେ ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱରେ ୧୯୨୦ ମସିହାରେ ପରୀକ୍ଷାମୂଳକ ଭାବରେ ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାରେ ଆରମ୍ଭ ହୁଏ ଟିଭିର ପ୍ରଥମ ପ୍ରସାରଣ । କିନ୍ତୁ ସେ ସମୟରେ ଉପଲବ୍ଧ ହେଉଥିବା ଉପକରଣ ଦ୍ୱାରା ଚିତ୍ରଗୁଡିକ ଭଲଭାବରେ ସ୍କାନ୍ ହେବା ସମ୍ଭବ ହୋଇପାରୁନଥିଲା । ପରବର୍ତ୍ତୀ ପାଞ୍ଚ ବର୍ଷ ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ପିକଚର୍ ଟ୍ୟୁବ୍, ବୈଦ୍ୟୁତିକ କ୍ୟାମେରା ଏବଂ ଟିଭି ସେଟ୍ ଇତ୍ୟାଦିର ନୂତନ ଉଦ୍ଭାବନ ଘଟିଲା । ୧୯୩୦ରେ ନ୍ୟୁୟର୍କ ସହରରେ ଆରମ୍ଭ ହେଲା ଟିଭି ଷ୍ଟେସନ୍ । ଲଣ୍ଡନ୍‌ରେ ମଧ ଆରମ୍ଭ ହେଲା ବିବିସିର ଟିଭି ଷ୍ଟେସନ୍ ।

କିନ୍ତୁ ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱରେ ଦ୍ୱିତୀୟ ବିଶ୍ୱଯୁଦ୍ଧର ଘନଘଟା ଯୋଗୁଁ ଟିଭି ପ୍ରସାରଣ ହ୍ରାସ ପାଇଲା । ଦ୍ୱିତୀୟ ବିଶ୍ୱଯୁଦ୍ଧର ଠିକ୍ ପରେ ପରେ ଟିଭି ଷ୍ଟେସନ୍ ଗୁଡିକର ସମ୍ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଗଲା ଏବଂ ପାଶ୍ଚାତ୍ୟ ଦେଶଗୁଡିକରେ ଏହାର ବ୍ୟାପକ ପ୍ରସାର ଘଟିଲା । ୧୯୪୮ ମସିହା ସୁଦ୍ଧା ୨୫ଟି ସହରରେ ୪୮ଟି ଟିଭି ଷ୍ଟେସନ୍ ପ୍ରତିଷ୍ଠା ହେବା ସହିତ ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାରେ ଦୁଇ ଲକ୍ଷ ଟିଭି ସେଟ୍ ଥିଲା । ଦଶବର୍ଷ ଭିତରେ ୫୧୨ଟି ଷ୍ଟେସନ୍ ପାଞ୍ଚ କୋଟି ଟିଭି ସେଟ୍‌ରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣକଲା । ଏହି ସମୟ ମଧ୍ୟରେ କାନାଡା, ଜାପାନ୍ ଏବଂ ଇଉରୋପୀୟ ରାଷ୍ଟ୍ରଗୁଡିକ ମଧ ଏହାର ବୈଷୟିକ ଦିଗର ଅଗ୍ରଗତିରେ ଲାଗିପଡିଥିଲେ ।

୧୯୫୦ ମସିହାର ଶେଷଭାଗରେ ୟୁନେସ୍କୋର ସହାୟତା ଓ ସରକାରଙ୍କ ପଦକ୍ଷେପ ଯୋଗୁଁ ଭାରତକୁ ଟେଲିଭିଜନ୍ ସେଟ୍ ଆସିବା ସମ୍ଭବ ହେଲା । ଭାରତ ଭଳି ଏକ ବିକାଶଶୀଳ ରାଷ୍ଟ୍ର ଯେ ଟିଭି ଭଳି ଏକ ବ୍ୟୟବହୁଳ ବସ୍ତୁ ନେଇ ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବ, ତାହାକୁ ନେଇ ସେ ସମୟରେ ସମସ୍ତଙ୍କ ମନରେ ସନ୍ଦେହ ଦେଖାଦେଇଥିଲା । ଏଥିସହିତ ଆମ ସଂସ୍କୃତିଠାରୁ ଟିଭି ଆମକୁ ଅଲଗା କରିଦେବ ବୋଲି ମଧ ଅନେକ ରୂଢିବାଦୀଙ୍କ ମନରେ ମଧ ଆଶଙ୍କା ଥିଲା । କିନ୍ତୁ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ, ବ୍ୟବସାୟୀ ଏବଂ ଶିକ୍ଷାନୁଷ୍ଠାନଗୁଡିକ ଭାରତରେ ଟିଭି ପାଇଁ ଦାବି ଉପସ୍ଥାପନ କଲେ । ଏହି ସମୟରେ ଗୋଷ୍ଠୀକେନ୍ଦ୍ର ଗୁଡିକରେ ଟିଭି ସେଟ୍ ପାଇଁ ୟୁନେସ୍କୋ କୋଡିଏ ହଜାର ଡଲାର୍ ପ୍ରଦାନ କରିଥିଲା । ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକା ଏଥିସହିତ କିଛି ଆବଶ୍ୟକ ଉପକରଣ ମଧ ଯୋଗାଇ ଦେଇଥିଲେ । ଫିଲିପ୍ସ ଇଣ୍ଡିଆ କମ୍ପାନୀ ଅତି ଅଳ୍ପ ମୂଲ୍ୟରେ ଗୋଟିଏ ଟ୍ରାନ୍ସମିଟର ପ୍ରଦାନ କରିଥିଲେ । ପରେ ଦିଲ୍ଲୀଠାରେ ପରୀକ୍ଷାମୂଳକ ଭାବରେ ଏକ ଟିଭି ଷ୍ଟେସନ୍ ସ୍ଥାପିତ ହୋଇଥିଲା । ଟ୍ରାନ୍ସମିଟରର ୪୦କିଲୋମିଟର ପରିସୀମା ଭିତରେ ୧୮୦ଟି ଟେଲିକ୍ଲବ୍ ଗଠନ କରାଗଲା । ପ୍ରତିଟି କ୍ଲବକୁ ୟୁନେସ୍କୋ ଦ୍ୱାରା ଗୋଟିଏ ଟିଭି ସେଟ୍ ପ୍ରଦାନ କରାଗଲା । ଗୋଷ୍ଠୀକେନ୍ଦ୍ର ଗୁଡିକର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଓ ଆନୁଷ୍ଠାନିକ ଶିକ୍ଷା ଉପରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବା ଏହାର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ରହିଲା ।

ଦୂରଦର୍ଶନ

ସେତେବେଳେ ସପ୍ତାହକୁ ଦୁଇଥର ମାତ୍ର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରିତ ହେଉଥିଲା । ପ୍ରତିଟି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ଅବଧି କୋଡିଏ ମିନିଟ୍ ରଖାଯାଇଥିଲା । ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଗୁଡିକ ଦିଲ୍ଲୀରେ ନିର୍ମିତ ଏକ ଅତ୍ୟାଧୁନିକ ଷ୍ଟୁଡିଓରୁ ପ୍ରସାରିତ ହେଉଥିଲା । ୧୯୬୧ରେ ୟୁନେସ୍କୋ ଦ୍ୱାରା ଭାରତୀୟଙ୍କ ଉପରେ ଟିଭିର ପ୍ରଭାବ ପାଇଁ ଏକ ସର୍ବେକ୍ଷଣ କରାଯାଇଥିଲା । ଫଳସ୍ୱରୂପ ଜଣାଯାଇଥିଲା ଯେ ଭାରତୀୟଙ୍କ ଉପରେ ଟିଭିର ପ୍ରଭାବ ନିହାତି ଅତୁଟ ରହିଛି । ଠିକ୍ ସେହିବର୍ଷ ଅର୍ଥାତ୍ ୧୯୬୧ରେ ସ୍କୁଲ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍ ବା ଏସଟିଭି ସ୍ଥାପନ କରାଯାଇଥଲା । କେବଳ ଦିଲ୍ଲୀ ବିଦ୍ୟାଳୟର ବିଜ୍ଞାନ ଶିକ୍ଷକମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଶିକ୍ଷିତ କରିବା ପାଇଁ ଏହି ଟିଭିର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଥିଲା । କିନ୍ତୁ ଏହାଦ୍ୱାରା ଯେଉଁ ବିଦ୍ୟାଳୟ ଗୁଡିକରେ ବିଜ୍ଞାନ ପରୀକ୍ଷାଗାର ନାହିଁ ସେମାନେ ବିଶେଷ ଭାବେ ଉପକୃତ ହେଲେ ।

ଭାରତରେ କ୍ରମଶଃ ଟିଭି ଦର୍ଶକଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ବୃଦ୍ଧି ହେବାରେ ଲାଗିଲା । ସାଧାରଣ ଦର୍ଶକ ଓ ଟିଭି ନିର୍ମାତାଙ୍କ ଦାବି ଅନୁଯାୟୀ ୧୯୬୫ ମସିହା ୧୫ଅଗଷ୍ଟରୁ ଟିଭିରେ ମନୋରଞ୍ଜନଧର୍ମୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମମାନ ପ୍ରସାରିତ ହେଲା । କ୍ରମେ କ୍ରମେ ଦୈନିକ ଏକ ଘଣ୍ଟା ଅବଧିର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ ହେଲା । ୧୫ଅଗଷ୍ଟ ୧୯୬୫ମସିହାଠାରୁ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ ହେଲା । କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରଯୋଜନା ପାଇଁ ଜର୍ମାନୀ ସରକାର ଏକ ଷ୍ଟୁଡିଓ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରାଇଲେ । ୧୯୬୭ମସିହା ୨୬ ଜାନୁଆରୀରେ ପ୍ରଥମ ଗ୍ରାମ୍ୟକୃଷି ଭିତ୍ତିକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ 'କୃଷି ଦର୍ଶନ'ର ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ ହେଲା । ଦିଲ୍ଲୀ, ଉତ୍ତରପ୍ରଦେଶ ଏବଂ ହରିୟାଣାର ୧୮୦ଟି ଗ୍ରାମ୍ୟ ଟେଲିକ୍ଲବରେ ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଟି କୃଷକମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ବହୁଳ ଭାବେ ଆଦୃତ ହେଲା । ଟିଭିର ଦୈନିକ ପ୍ରସାରଣ ଏକ ଘଣ୍ଟାରୁ ଦେଢ଼ଘଣ୍ଟାକୁ ବୃଦ୍ଧି ହେଲା । ୧୫ଅଗଷ୍ଟ ୧୯୬୫ମସିହାଠାରୁ ରବିବାର ଦିନ ପ୍ରସାରଣ ସମୟ ଦୁଇଘଣ୍ଟା ହେଲା ।

୧୯୭୧ମସିହା ଡିସେମ୍ବର ୦୩ରେ ଇଂରାଜୀ ଭାଷାରେ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ ହେଲା । ଅକ୍ଟୋବର ୧୯୭୨ମସିହାରେ ବମ୍ବେଠାରେ ଟିଭି ଷ୍ଟେସନ ସ୍ଥାପନ କରାଗଲା ।୧୯୭୩ ମସିହା ବେଳକୁ ଶ୍ରୀନଗର ଓ ଅମୃତସର ଟିଭି କେନ୍ଦ୍ର ସେମାନଙ୍କର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ କରିଦେଇଥିଲେ ।ସେହିବର୍ଷ ପୁନେ ପାଇଁ ବମ୍ବେ ଷ୍ଟେସନ୍ ଠାରୁ ରିଲେ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ କରାଗଲା । ୧୯୭୦ ମସିହା ବେଳକୁ ଭାରତର ପ୍ରତିଟି କୋଣ ଅନୁକୋଣରେ ଟିଭି ଷ୍ଟେସନ୍ ମାନ ପ୍ରତିଷ୍ଠା ହୋଇସାରିଥଲା । ୧୯୭୦ମସିହା ବେଳକୁ ୨୨ହଜାର ଟିଭି ସେଟ୍ ଆମଦାନୀ କରାଯାଇଥଲା ୧୯୭୫ ବେଳକୁ ଏହି ସଂଖ୍ୟା ବଢ଼ି ଏକ ଲକ୍ଷରୁ ଉର୍ଦ୍ଧ୍ୱ ହୋଇସାରିଥିଲା । ୧୯୭୫ମସିହାରେ କଲିକତା, ମାଡ୍ରାସ୍ ଏବଂ ଲକ୍ଷ୍ନୌ ଠାରେ ଟିଭି ଷ୍ଟେସନ୍ ପ୍ରତିଷ୍ଠା ହେଲା । ସବୁଠାରୁ ବଡ଼ କଥା ହେଉଛି ସେଇ ସମୟରେ ଅତ୍ୟାଧୁନିକ ଟିଭି ସେଟ୍ ଗୁଡିକ ଭାରତରେ ଉପଲବ୍ଧ ହେଉଥିଲା । ୧୯୭୬ ମସିହା ବେଳକୁ ଟିଭି ଜଗତକୁ ଏକ ନୂତନ ନାମ ମିଳିଲା ଯାହା ପରବର୍ତ୍ତୀ ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ 'ଦୂରଦର୍ଶନ' ନାମରେ ନାମିତ ହେଲା । ୫୪ଟି ଉଚ୍ଚଶକ୍ତିସମ୍ପନ୍ନ ଟ୍ରାନ୍ସମିଟର, ୩୭୧ଟି ନିମ୍ନ ଶକ୍ତିସମ୍ପନ୍ନ ଟ୍ରାନ୍ସମିଟର, ୬୯ଟି ଅତି ନିମ୍ନ ଶକ୍ତିସମ୍ପନ୍ନ ଟ୍ରାନ୍ସମିଟର ଏବଂ ୧୪ଟି ଟ୍ରାନ୍ସପୋଜର ଦ୍ୱାରା ଦେଶର ୬୩ପ୍ରତିଶତ ସ୍ଥାନରେ ପ୍ରାୟ ୮୩ପ୍ରତିଶତ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଖରେ ଟିଭି ତା'ର କାୟା ବିସ୍ତାର କରିବା ଆରମ୍ଭ କଲା ।

୧.୫ ସାଇଟ୍ (SITE)

୧୯୬୭ରେ ୟୁନେସ୍କୋ ଦ୍ୱାରା ଭାରତରେ ଉପଗ୍ରହ ମାଧ୍ୟମରେ ଟିଭି ପ୍ରସାରଣକୁ ନେଇ ଏକ ସର୍ବେକ୍ଷଣ କରାଯାଇଥିଲା । ଯାହାର ନାମ ଥିଲା "ସ୍ୟାଟେଲାଇଟ୍ ଇନ୍ଷ୍ଟ୍ରକ୍ସନାଲ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍ ଏକ୍ସପେରିମେଣ୍ଟ୍' । ଏହି ସର୍ବେକ୍ଷଣ ଫଳରେ ଭାରତ ତାର ଜାତୀୟ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ଉପଗ୍ରହର ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବ ଓ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଉଚିତ ବୋଲି ଜଣାପଡିଲା । ଏହା ଜାଣିବା ପରେ ଆମର ଆଣବିକ ଶକ୍ତି ବିଭାଗ ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାର 'ନାସା' ସହିତ ଗୋଟିଏ ଉପଗ୍ରହ ଧାର ସୂତ୍ରରେ ଆଣିବା ପାଇଁ ଗୋଟିଏ ବର୍ଷର ଚୁକ୍ତି କରାଇଲେ । ୧ଅଗଷ୍ଟ ୧୯୭୫ ଠାରୁ ୩୧ ଜୁଲାଇ ୧୯୭୬ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଏକବର୍ଷ ପାଇଁ ଏଟିଏସ୍-୬ ନାମକ ଉପଗ୍ରହକୁ ନିଶୁଳ୍କ ଭାବରେ ଭାରତ ପ୍ରାପ୍ତ ହେଲା । ଏକବର୍ଷ ପାଇଁ ଏହି 'ସ୍ୟାଟେଲାଇଟ୍ ଇନ୍ଷ୍ଟ୍ରକ୍ସନାଲ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍ ଏକ୍ସପେରିମେଣ୍ଟ୍' ନାମକ ପରୀକ୍ଷା କରାଯାଇଥିଲା । ଏହି ପରୀକ୍ଷାର ପ୍ରଭାବ କେବଳ ଆମ ଦେଶ ଭାରତରେ ନୁହେଁ, ବରଂ ସାରା ବିଶ୍ୱରେ ଲୋକପ୍ରିୟତା ଅର୍ଜନ କରିବାରେ କ୍ଷମ ହୋଇପାରିଥିଲା । ଏହାପରେ ଉପଗ୍ରହ ମାଧ୍ୟମରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ପ୍ରସାରଣ ପାଇଁ ଭାରତ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସ୍ତୁତ ବୋଲି ଜଣାପଡିଲା ।

ସାଇଟ୍ର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ :

ଦୁଇ ଦେଶ ଭିତରେ ସାଇଟ୍କୁ ନେଇ ହୋଇଥିବା ସ୍ୱାକ୍ଷର ବୁଝାମଣାର ମୁଖ୍ୟତଃ ଦୁଇଟି ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଥିଲା । ପ୍ରଥମଟି ସାଧାରଣ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଓ ଦ୍ୱିତୀୟଟି ବିଶେଷ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ।

ସାଧାରଣ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ :

- ବିକାଶଶୀଳ ରାଷ୍ଟ୍ରଗୁଡିକରେ ଗଣଯୋଗାଯୋଗ ପାଇଁ ଉପଗ୍ରହ ସେବାର ବ୍ୟବହାର
- ସାମାଜିକ, ଆର୍ଥନୀତିକ, ପ୍ରଯୁକ୍ତିବିଦ୍ୟାକୁ ବ୍ୟବହାର କରି ଜାତୀୟ ଅଭିବୃଦ୍ଧିକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା
- ଜାତୀୟ ସଂହତି, ପରିବାର ନିୟୋଜନ, କୃଷି କ୍ଷେତ୍ରରେ ଅଭ୍ୟାସ ଇତ୍ୟାଦି ଦିଗରେ ଗ୍ରାମୀଣ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ପ୍ରଶିକ୍ଷିତ କରିବା

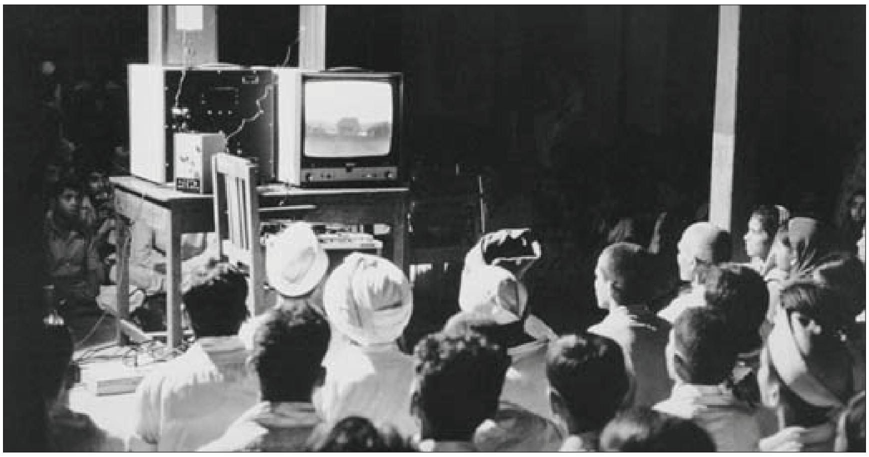
ବିଶେଷ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ :

- ଉପଗ୍ରହ ଦ୍ୱାରା ସାଧାରଣ ଶିକ୍ଷା ଓ ପ୍ରୌଢ଼ ଶିକ୍ଷା, ଶିକ୍ଷକଙ୍କୁ ପ୍ରଶିକ୍ଷିତ କରିବା,
- ବୃତ୍ତିଗତ କୌଶଳର ଅଭିବୃଦ୍ଧି, ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟରେ ଉନ୍ନତି, ସ୍ୱଚ୍ଛତା ଇତ୍ୟାଦିକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବା ।

- ଉପଗ୍ରହ ମାଧମରେ ପ୍ରସାରଣ, ଟିଭି ପାଇଁ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଇତ୍ୟାଦି କ୍ଷେତ୍ରରେ ଭାରତ ନିଜର ଅଭିଜ୍ଞତା ବଢାଇବା,
- ପ୍ରଥମ ଥର ପାଇଁ ଶିକ୍ଷାଭିତ୍ତିକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡିକ ଉପଗ୍ରହରୁ ସିଧାସଳଖ ଟିଭି ସେଟ୍‌କୁ ଆସୁଥିଲା । ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡିକ ଆନ୍ଧ୍ରପ୍ରଦେଶ, ବିହାର, କର୍ଣ୍ଣାଟକ, ମଧ୍ୟପ୍ରଦେଶ, ଓଡ଼ିଶା, ରାଜସ୍ଥାନ ଭଳି ଛଅଟି ରାଜ୍ୟର ୨୪୦୦ଟି ଗ୍ରାମର ଦର୍ଶକ ଦେଖୁଥିଲେ । ୧୯୭୧ ମସିହାର ଜନଗଣନା ଅନୁଯାୟୀ ଭାରତର ସବୁଠାରୁ ପଛୁଆ ରାଜ୍ୟ ନିର୍ଣ୍ଣୟ କରାଯାଇ ଛଅଟି ରାଜ୍ୟରେ ଏହି ପରୀକ୍ଷା କରିଯିବାକୁ ସ୍ଥିର କରାଗଲା । ପରେ ପରେ ଟ୍ରାନ୍ସମିଟର ଜରିଆରେ ସେହି ଛଅଟି ରାଜ୍ୟର ଆଉ ୨୫୦୦ ଗ୍ରାମ ଓ ସହରର ଦର୍ଶକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଗୁଡିକ ଦେଖିବାରେ କ୍ଷମ ହେଲେ । ଆନ୍ଧ୍ରପ୍ରଦେଶର (ହାଇଦ୍ରାବାଦ୍, କର୍ଣ୍ଣୁଲ୍, ମେଡକ୍, ମେହବୁବନଗର), କର୍ଣ୍ଣାଟକର (ଗୁଲବର୍ଗା, ରାଇଚୁର, ବିଜାପୁର), ବିହାରର (ମୁଜାଫରପୁର, ଚମ୍ପାରନ୍, ସହର୍ଷା, ଦରଭଙ୍ଗା), ମଧ୍ୟପ୍ରଦେଶର (ରାୟପୁର, ବିଳାସପୁର, ଦୁର୍ଗ), ଓଡ଼ିଶାର (ସମ୍ବଲପୁର, ଢେଙ୍କାନାଳ, ବୌଦ, କନ୍ଧମାଳ), ରାଜସ୍ଥାନର (ଜୟପୁର, କୋଟା, ସୱାଇ ମାଧୋପୁର) ଇତ୍ୟାଦି ଜିଲ୍ଲା ଗୁଡିକରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡିକ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଉଥିଲା ।

ବିଶେଷତଃ ଶିକ୍ଷାତ୍ମକ (ଏଜୁକେସନାଲ) ଏବଂ ଆଦେଶାତ୍ମକ (ଇନଷ୍ଟ୍ରକ୍ସନାଲ୍) ଭଳି ଦୁଇ ପ୍ରକାରର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଉଥିଲା । ଭାରତର ଗ୍ରାମୀଣ ସମାଜକୁ ପ୍ରଶିକ୍ଷିତ କରିବା ଏହି ପରୀକ୍ଷାର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଥିଲା । ଶିକ୍ଷାତ୍ମକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡିକ ଅତି ଆକର୍ଷଣୀୟ ଓ ସୃଜନାତ୍ମକ ଢଙ୍ଗରେ ବିଦ୍ୟାଳୟର ଛାତ୍ରଛାତ୍ରୀମାନଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଉଥିଲା । ଦୈନିକ ଶିକ୍ଷା, କୃଷି, ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ, ଏବଂ ପରିବାର ନିୟୋଜନ ଉପରେ ଚାରିଘଣ୍ଟାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରିତ ହେଉଥିଲା । ଉପଗ୍ରହ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସାରିତ ହେଉଥିବା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଗୋଟିଏ ଭିଡିଓ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଓ ଦୁଇଟି ଅଡିଓ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଥିଲା । ତେଣୁ ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଗୁଡିକ ଦୁଇଟି ଭାଷାରେ ପ୍ରସାରିତ ହେଉଥିଲା । ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଗୁଡିକ ସ୍କୁଲ୍ ସମୟରେ ଏକଘଣ୍ଟା ତିରିଶ୍ ମିନିଟ୍ ଲେଖାଏଁ ପ୍ରସାରିତ ହେଉଥିଲା । ଛୁଟିଦିନ ଗୁଡିକରେ ଏକଲକ୍ଷ ପ୍ରାଥମିକ ବିଦ୍ୟାଳୟର ଶିକ୍ଷକମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଶିକ୍ଷିତ କରିବା ପାଇଁ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡିକ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଉଥିଲା ।

ଉପଦେଶାତ୍ମକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡିକ ଅଶିକ୍ଷିତ ବୟସ୍କମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଥିଲା । ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଗୁଡିକ ଦୁଇଘଣ୍ଟା ତିରିଶ୍ ମିନିଟ୍ ଅବଧି ବିଶିଷ୍ଟ ଥିଲା ଏବଂ ସଂଧ୍ୟା ସମୟରେ ପ୍ରସାରିତ କରାଯାଉଥିଲା । ଶିକ୍ଷା, କୃଷି, ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ, ପୋଷଣ, ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଜାତୀୟ ଦିବସ ଏବଂ ପରିବାର ନିୟୋଜନ ଇତ୍ୟାଦି ବିଷୟରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଗୁଡିକ ଆଧାରିତ ଥିଲା । ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଗୁଡିକ ହିନ୍ଦୀ, ତେଲୁଗୁ, ଓଡ଼ିଆ, କନ୍ନଡ ଆଦି ଚାରିଗୋଟି ଭାଷାରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଭାଷାଭାଷୀ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରସାରିତ କରାଯାଉଥିଲା । ଏସବୁ ସତ୍ତ୍ୱେ ଚାରିଟି ରାଜ୍ୟରେ ହିନ୍ଦୀଭାଷାରେ ୩୦ମିନିଟ୍‌ର ସମାଚାର ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଉଥିଲା ।



ସାଇଟର ପ୍ରଭାବ :

ପୂର୍ବ ସ୍ୱାକ୍ଷରିତ ଚୁକ୍ତି ଅନୁଯାୟୀ ସାଇଟ୍ ପରୀକ୍ଷାଟି ଜୁଲାଇ ୧୯୭୬ରେ ଶେଷ ହୋଇଥିଲା ଏବଂ ନାସା ପ୍ରେରିତ ଉପଗ୍ରହ ଏଟିଏସ୍-୬କୁ ଭାରତରୁ ଅପସାରଣ କରିନେଇଥିଲା । ପ୍ରଥମେ ଗୋଟିଏ ବର୍ଷ ପାଇଁ ପରୀକ୍ଷାଟି କରାଯାଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ,ଏହାର ପ୍ରଭାବ ସମଗ୍ର ଭାରତରେ ପଡିଥିଲା । ଏକବର୍ଷ ପାଇଁ ଗ୍ରାମବସୀମାନେ ଅତି ଆଗ୍ରହର ସହିତ ଟିଭି ସେଟ୍ ସହିତ ଅଭ୍ୟସ୍ତ ହୋଇଯାଇଥିଲେ । ପରେ କରାଯାଇଥିବା ଏକ ସର୍ବେକ୍ଷଣରୁ ଜଣାପଡେ ଯେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣର

କିଛି ମାସ ମଧ୍ୟରେ ଗୋଟିଏ ଟିଭି ସେଟ୍‌କୁ ୨୦୦ରୁ ୬୦୦ଜଣ ଦର୍ଶକ ଦେଖୁଥିଲେ । ପରବର୍ତ୍ତୀ ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ବିଭିନ୍ନ କାରଣରୁ ଏହି ସଂଖ୍ୟା କମିଯାଇ ୬୦ରୁ ୮୦କୁ ଆସିଯାଇଥିଲା । ତେବେ ଏହାର କାରଣ ଖୋଜିବାରୁ ଜଣାପଡ଼ିଲା ଯେ ବହୁଗ୍ରାମରେ ବିଦ୍ୟୁତ ଯୋଗାଯୋଗର ଅଭାବ, ଯାନ୍ତ୍ରିକ ଦୁର୍ବଳତା, ଟିଭି ସେଟ୍‌ରେ ତ୍ରୁଟି ଏବଂ ଦର୍ଶକଙ୍କ କୌଳିକ ବୃତ୍ତି ଇତ୍ୟାଦି ଦର୍ଶକ ସଂଖ୍ୟା କମାଇବାର ମୁଖ୍ୟ କାରଣ ଥିଲା ।

୧.୬ କେବୁଲ୍ ଓ ସାଟେଲାଇଟ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ଟିଭି ପ୍ରସାରଣ

୧୯୫୦ମସିହା ବେଳକୁ ଗ୍ରାମୀଣ ସ୍ଥାନକୁ ଯେଉଁଠି ବାୟୁ ତରଙ୍ଗ ପହଞ୍ଚି ପାରୁନଥିଲା, ସେଠାରେ ଟିଭିର ସଙ୍କେତକୁ କେବୁଲ୍ ବା ତାର ସାହାଯ୍ୟରେ ପହଞ୍ଚା ଯାଉଥିଲା । ୧୯୭୫ ବେଳକୁ 'ଆରସିଏ' ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ 'ସ୍ୟାଟ୍‌କମ୍-୧'ର ଉତ୍‌କ୍ଷେପଣ ପରେ ନୂତନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଜରିଆରେ କେବୁଲ୍ ଟିଭି ଉଭୟ ଗ୍ରାମ ଓ ସହରଗୁଡିକରେ ନିଜର ସାମ୍ରାଜ୍ୟ ବିସ୍ତାର କଲା । ୧୯୯୦ ମସିହା ବେଳକୁ କେବୁଲ୍ ଟିଭିର ଅଭ୍ୟୁଦୟ, ଭାରତୀୟ ଟିଭି ଜଗତରେ ଏକ ଅଭୁତପୂର୍ବ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆଣିଲା । ପୂର୍ବରୁ କେବଳ ବମ୍ବେରେ କେବୁଲ ଟିଭି ଚାଲୁଥିଲା । ପରେ ଅନ୍ୟ ଛୋଟ ଛୋଟ ସହର ଗୁଡିକରେ ଏହା ଲୋକପ୍ରିୟ ହେବାରେ ଲାଗିଲା । ଗୋଟିଏ ସାଧାରଣ ଆଣ୍ଟିନାରୁ କେବୁଲ୍ ବା ତାର ସାହାଯ୍ୟରେ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଘରେ ଥିବା ଟିଭିକୁ ସଂଯୋଗ କରାଯାଇ କେବୁଲ୍ ଟିଭି ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ଆଣ୍ଟିନାକୁ ସଙ୍କେତ ବା ସିଗନାଲ୍ ମିଳୁଥିବା ଦିଗକୁ ମୁହଁକରି ଲଗାଯାଏ । ଏହାଦ୍ୱାରା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସାରଣ ସେବା ଯୋଗାଉଥିବା ସଂସ୍ଥାଠାରୁ ସଙ୍କେତ ମିଳେ । କେବୁଲ ଟିଭି ଅପରେଟରମାନେ ଗୋଟିଏ ସ୍ଥାନରେ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କକ୍ଷ କରି ସେଠାରୁ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଘରକୁ କେବୁଲ୍ ବା ତାର ସାହାଯ୍ୟରେ ଟିଭି ପ୍ରସାରଣ କରନ୍ତି । ସ୍ଥାନୀୟ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଦାବି ଅନୁସାରେ କେବୁଲ ଟିଭି ଅପରେଟରମାନେ ମନପସନ୍ଦର ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, ସିରିଏଲ୍, ସଙ୍ଗୀତ ଭିତ୍ତିକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଇତ୍ୟାଦି ପ୍ରସାରଣ କରନ୍ତି । ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ତାଙ୍କ ମନପସନ୍ଦର ସେବା ପାଇବା ପାଇଁ ପ୍ରତି ମାସରେ ଭଡ଼ା ଦେବାକୁ ପଡୁଥିବା ବେଳେ ସଂଯୋଗ ସମୟରେ ସଂସ୍ଥାପନ ପାଉଣା ଦେବାକୁ ପଡ଼େ । ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ସଂଖ୍ୟା, ଗୁଣବତ୍ତା, ଦର୍ଶକଙ୍କ ଆର୍ଥିକ ଅବସ୍ଥା ଇତ୍ୟାଦିକୁ ନେଇ ଦର୍ଶକ ମାସିକ ଭଡ଼ା ଦେଇଥାନ୍ତି ।

ସ୍ୟାଟ୍‌କମ୍-୧

ଦର୍ଶକ ବା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଇଚ୍ଛାନୁସାରେ ସେବା ଯୋଗାଇପାରିବା ଯୋଗୁଁ ଅତି ଅଳ୍ପ ଦିନରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ମନରେ କେବୁଲ୍ ଟିଭି ନିଜର ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ସ୍ଥାନ ଅଧିକାର କରିପାରିଲା । ଜଣେ ଗ୍ରାହକ ମାସିକ ପଚାଶ ଟଙ୍କାରେ ୧୦ରୁ ୧୨ଟି ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଦେଖିପାରିଲେ । ଏଥିସହିତ ଦର୍ଶକ ବା ଗ୍ରାହକ ତାଙ୍କ ପସନ୍ଦର ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ପ୍ରସାରଣ କରିବାକୁ ଦାବି କରିପାରନ୍ତି । ନିର୍ବାଚନ ସମୟରେ ରାଜନୀତିକ ଦଳଗୁଡିକ ଦ୍ୱାରା କେବୁଲ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ବହୁଳ ଭାବରେ ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ । ଏହାସହିତ ଶିଳ୍ପପତି, ବ୍ୟବସାୟୀ, ଡାକ୍ତର, ବାସ୍ତୁବିତ୍,ଜ୍ୟୋତିଷ ଇତ୍ୟାଦି ଏହି ମାଧ୍ୟମକୁ ନିଜ ନିଜ ହିତରେ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି । କେତେକ ମୁଷ୍ଟିମେୟ ବ୍ୟକ୍ତି ତାଙ୍କର ଶକ୍ତି ବଢ଼ାଇବା ପାଇଁ କେବୁଲ୍ ଟିଭିକୁ ଶସ୍ତା ଲୋକପ୍ରିୟତା ଆଳରେ କାମଳ ସାମ୍ବାଦିକତା ଆଡ଼କୁ ଠେଲିଦେଉଛନ୍ତି, ଯାହା କେବୁଲ୍ ଟିଭିର ଭବିଷ୍ୟତକୁ ଦୁର୍ବଳ କରୁଛି । ବର୍ତ୍ତମାନ ସମୟରେ ଟେଲିଫୋନ୍ କମ୍ପାନି ଓ କେବୁଲ୍ ସଂସ୍ଥା ମିଶି ଶିକ୍ଷା, ସୂଚନା ଓ ମନୋରଂଜନ ଇତ୍ୟାଦିକୁ ମିଶାଇ ଏକ ନୂତନ ସମ୍ଭାବନା ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ଲାଗିଛନ୍ତି । ଏଟିଏଣ୍ଡଟି ଏବଂ ଭାୟାକମ୍ ଇଂଟରନ୍ୟାସନାଲ୍ ମିଳିତ ଭାବେ ଇଂଟରଆକ୍ଟିଭ୍ କଂଜ୍ୟୁମର ଭିଡିଓ ସିଷ୍ଟମ୍ ନିର୍ମାଣରେ ଲାଗିଛନ୍ତି । ପ୍ରଯୁକ୍ତି ବିଦ୍ୟାର ଉନ୍ନତି ଫଳରେ କେବୁଲ ଟିଭି ପାରମ୍ପରିକ ବ୍ୟବସ୍ଥାରକୁ ଅତିକ୍ରମ କରି ନୂତନ ସୂଚନା ଓ ମନୋରଂଜନର ସମ୍ଭାବନାରେ ବ୍ୟସ୍ତ ରହିଛି ।

ସ୍ୟାଟେଲାଇଟ୍ ବା ଉପଗ୍ରହ ପ୍ରସାରଣ ସେବା :

ସ୍ୟାଟେଲାଇଟ୍ ବା ଉପଗ୍ରହ ପ୍ରସାରଣ ସେବା ବୁଝିବାକୁ ହେଲେ ପ୍ରଥମେ ଉପଗ୍ରହ କ'ଣ ଜାଣିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଆମେ ସମସ୍ତେ ଜାଣିଛେ ଆମେ ରହୁଥିବା ସୌରମଣ୍ଡଳରେ ନଅଟି ଗ୍ରହ ଅଛନ୍ତି । କେତେକ ଗ୍ରହଙ୍କର ନିଜର ଉପଗ୍ରହ ରହିଛି । କିନ୍ତୁ ମନୁଷ୍ୟ ନିଜର ଜ୍ଞାନ ତଥା ସୂଚନା ଓ ପ୍ରଯୁକ୍ତିବଦ୍ୟା ସାହାଯ୍ୟରେ ଯୋଗାଯୋଗ ନିମିତ କୃତ୍ରିମ ଉପଗ୍ରହମାନ

ନିର୍ମାଣ କରିଛି । ଏହି ଉପଗ୍ରହ ଗୁଡିକ ସୌରମଣ୍ଡଳରେ ନିଜ କକ୍ଷପଥରେ ଘୂରି ବୁଲି ପୃଥିବୀକୁ ଅନବରତ ସୂଚନା ପଠାଉଛନ୍ତି । ତେଣୁ ସାଧାରଣ ଭାଷାରେ କହିବାକୁ ଗଲେ, ପୃଥିବୀ ଠାରୁ ଦୂରରେ ରହି ମଧ୍ୟ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ରିଲେ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଦ୍ୱାରା ସୂଚନା ପ୍ରେରଣକାରୀ ଏକ ଯନ୍ତ୍ର ହେଉଛି ଉପଗ୍ରହ ।

ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସଙ୍ଗ ହେଉଛି ଯେ, ଉପଗ୍ରହ ଗୁଡିକ ହଜାର ହଜାର ମାଇଲ୍ ଦୂରରେ ଅବସ୍ଥାପିତ ହୋଇ ମଧ୍ୟ ସୂଚନା ପଠାଇଥାନ୍ତି । ସ୍ପେସ୍ ସଟଲ୍ ବା ରକେଟ୍ ଦ୍ୱାରା ଉପଗ୍ରହକୁ ନେଇ ମହାକାଶରେ ଛାଡିଦିଆଯାଏ । ଉପଗ୍ରହ ଗୁଡିକ ସାଙ୍ଗରେ ଆଣିଥିବା ଟ୍ରାନ୍ସପଣ୍ଡର, ପୃଥିବୀ ପୃଷ୍ଠରୁ ଆସୁଥିବା ସଙ୍କେତକୁ ସଂଗ୍ରହ କରି ପୁନଶ୍ଚ ପୃଥିବୀର ବିଭିନ୍ନ

ସାଟେଲାଇଟ୍ ଜରିଆରେ ପ୍ରସାରଣ

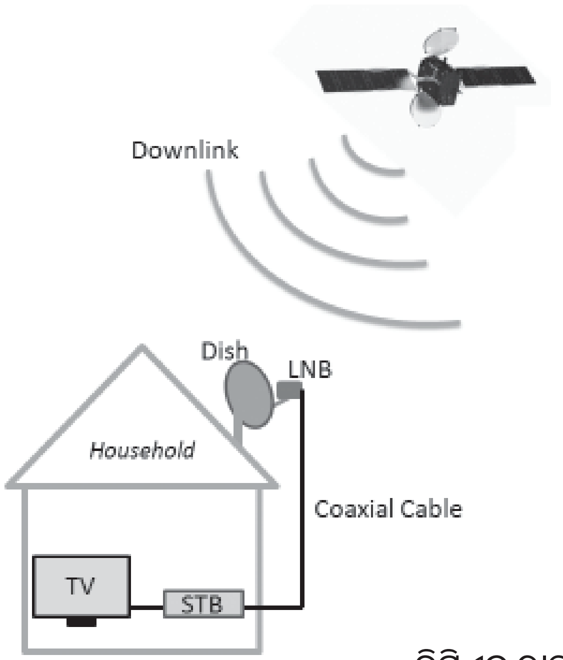
କୋଣ ଅନୁକୋଣକୁ ପଠାଏ । ଗୋଟିଏ ଟ୍ରାନ୍ସପଣ୍ଡର ଥରକରେ ଗୋଟିଏ ଟିଭି ସଙ୍କେତ ବା ଏକହଜାର ଟେଲିଫୋନ୍ ସୂଚନା ଧାରଣ କରିପାରବାର କ୍ଷମତା ରଖେ । ବର୍ତ୍ତମାନ ସମୟର ପ୍ରାୟ ଉପଗ୍ରହରେ ୨୪ଟି ଟ୍ରାନ୍ସପଣ୍ଡର ଲାଗିଥାଏ କିନ୍ତୁ ଭବିଷ୍ୟତରେ ଏହି ସଂଖ୍ୟା ବଢ଼ି ୪୦ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଯିବାର ଅଛି । ଟ୍ରାନ୍ସପଣ୍ଡରର ସଂଖ୍ୟା ଯେତେ ବଢ଼ିବ, ଉପଗ୍ରହଟି ସେତେ ଜଟିଳ ଓ ବ୍ୟୟବହୁଳ ହେବ ।

ଉପଗ୍ରହ ପୂର୍ବରୁ ଟିଭି ସଙ୍କେତକୁ ମାଇକ୍ରୋୱେଭ୍ ରିଲେ ଷ୍ଟେସନ୍ ଦ୍ୱାରା ସାରା ଦେଶକୁ ପ୍ରେରଣ କରାଯାଉଥିଲା । ପ୍ରତିଟି ଉପଗ୍ରହ ନିଜର ଟ୍ରାନ୍ସପଣ୍ଡର ଦ୍ୱାରା ଭୂପୃଷ୍ଠରୁ ପ୍ରେରିତ ସଙ୍କେତକୁ ଗ୍ରହଣ କରି ସମ୍ପ୍ରସାରିତ କରି ଭୂପୃଷ୍ଠକୁ ପ୍ରେରଣ କରେ । ଉପଗ୍ରହ ଗୁଡିକ ଭୂପୃଷ୍ଠରେ ଥିବା ଭୌଗୋଳିକ ପ୍ରତିବନ୍ଧକକୁ ବର୍ଜନ କରି ବିଭିନ୍ନ କୋଣ ଅନୁକୋଣକୁ ସଙ୍କେତ ପଠାଇପାରେ । ଅତି ଅଳ୍ପ ଖର୍ଚ୍ଚରେ ବହୁ ଦୂର ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସଙ୍କେତ ପଠାଇପାରେ । ପୃଥିବୀ ବା ଦେଶର ଅତି ନିଭୃତ ସ୍ଥାନକୁ ମଧ୍ୟ ସଙ୍କେତ ପ୍ରେରଣ କରିବାର କ୍ଷମତା ରଖେ । ୧୯୭୮ ମସିହାରେ 'ପବ୍ଲିକ୍ ବ୍ରଡକାଷ୍ଟିଙ୍ଗ୍ ସର୍ଭିସ୍' ପ୍ରଥମକରି ମାଇକ୍ରୋୱେଭ୍‌ଛାଡ଼ି ଉପଗ୍ରହ ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସାରଣ ସେବା ଆରମ୍ଭ କଲା । ୧୯୮୫ ମସିହାରେ 'ଏନ୍‌ବିସି' ଓ ୧୯୮୬ରେ 'ଏବିସି', 'ସିବିଏସ୍' ଇତ୍ୟାଦି ଉପଗ୍ରହ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ କଲେ । ୧୯୯୦ ମସିହା ବେଳକୁ କେତେକ ଆଞ୍ଚଳିକ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ସେମାନଙ୍କର ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ କଲେ । ଆଉ ଏହି ସେବା କ୍ଷେତ୍ରରେ ସୂଚନା ଓ ପ୍ରଯୁକ୍ତିବିଦ୍ୟାର ଉନ୍ନତି ଫଳରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଦେଖାଦେଇଛି । ବର୍ତ୍ତମାନ ଡିବିଏସ୍'ର ପ୍ରଚଳନ ହୋଇଛି । 'ଡିବିଏସ୍' ହେଉଛି ଡାଇରେକ୍ଟ ବ୍ରଡକାଷ୍ଟ ସାଟେଲାଇଟ୍ସ ବା ସିଧାସଳଖ ଭାବେ ଉପଗ୍ରହରୁ ପ୍ରସାରଣ । ପୂର୍ବରୁ ଉପଗ୍ରହକୁ ଭୂପୃଷ୍ଠରୁ ସଙ୍କେତ ପ୍ରେରଣ କରାଯାଉଥିଲା ଓ ପ୍ରେରିତ ସଙ୍କେତକୁ ଗ୍ରହଣ କରି ସମ୍ପ୍ରସାରିତ କରି ଭୂପୃଷ୍ଠକୁ ପ୍ରେରଣ କରୁଥିଲା ଏବଂ ଭୂପୃଷ୍ଠକୁ ଆସୁଥିବା ସଙ୍କେତ କେବୁଲ୍ ବା ପ୍ରସାରଣ କେନ୍ଦ୍ର ଦ୍ୱାରା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଖକୁ ପହଞ୍ଚୁଥିଲା । ଯାହା ପାଖରେ ବଡ଼ ଆଣ୍ଟିନା ବା କେବୁଲ୍ ଥିଲା ସେ ଦେଖିବାରେ କ୍ଷମ ହେଉଥିଲେ ଯାହା ବ୍ୟୟବହୁଳ ଥିଲା । କିନ୍ତୁ ବର୍ତ୍ତମାନ ଉପଗ୍ରହରୁ ସିଧାସଳଖ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଘରେ ଲାଗିଥିବା ଛୋଟ ଆଣ୍ଟିନାକୁ ସଙ୍କେତ ଆସୁଛି ଏବଂ ପୂର୍ବାପେକ୍ଷା ଶସ୍ତା ମଧ୍ୟ ହୋଇଛି ।

୧.୭ ଡିଟିଏଚ୍ (DTH):

ଡିଟିଏଚ୍ ହେଉଛି ଡାଇରେକ୍ଟ ଟୁ ହୋମ୍ ବା ସିଧାସଳଖ ଉପଗ୍ରହରୁ ଘରେ ଥିବା ଟିଭିକୁ ସଙ୍କେତ । ଏହି ପ୍ରକାର ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଗୋଟିଏ ନୂଆ ପିଢ଼ିର ଉପଗ୍ରହରୁ ଟିଭି ସଙ୍କେତ ସିଧାସଳଖ ଘରେ ଲାଗିଥିବା ଛୋଟ ଗୋଲାକାର ଆଣ୍ଟିନାକୁ ଆସେ । ୧୯୯୪ମସିହାରେ ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାରେ ହ୍ୟୁଗସ୍ କମ୍ୟୁନିକେସନ୍ ଏହି ଡିଟିଏଚ୍ ସେବାର ଆରମ୍ଭ କରିଥିଲେ । ଡିଟିଏଚ୍ ଉପଗ୍ରହଗୁଡିକର ଅନ୍ୟ ଉପଗ୍ରହ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଥିବା ୨ମିଟରରୁ ୫୦ମିଟର ବ୍ୟାସ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଥିବା ଆଣ୍ଟିନା ଅପେକ୍ଷା ଅଧିକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ଡାଉନ୍‌ଲିଙ୍କ୍ ପ୍ରସାରଣ ଶକ୍ତି ଅଛି ।

ଭାରତର ଜାତୀୟ ପ୍ରସାରଣକାରୀ ସଂସ୍ଥା 'ଦୂରଦର୍ଶନ' ଭାରତରେ ପ୍ରଥମେ ଡିଟିଏଚ୍ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଆରମ୍ଭ କଲା । ପରେ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଘରୋଇ ସଂସ୍ଥା ଯେପରି- ରିଲାୟନସର ବିଗ୍ ଟିଭି, ଜୀ' ର ଡିସ୍ ଟିଭି, ଏୟାରଟେଲ୍ ଡିଟିଏଚ୍, ଭିଡିଓକନ୍ ଡିଟୁ ଏଚ୍, ଟାଟା ସ୍କାଏ, ସନ୍ ନେଟୱାର୍କ ଇତ୍ୟାଦି ତାଙ୍କର କାର୍ଯ୍ୟବିସ୍ତାର କଲେ । ଦୂରଦର୍ଶନ 'ଜିସାଟ୍-୧୫' ଉପଗ୍ରହ ଜରିଆରେ ୯୩.୫ଡିଗ୍ରୀ ପୂର୍ବଦିଗରୁ ପ୍ରସାରଣ ଜାରି ରଖିଛି । ଭାରତୀୟ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଦୂରଦର୍ଶନ ୮୦ଟି ଫ୍ରି ଟୁ ଏୟାର୍ ବା ନିଶୁଳ୍କ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଯୋଗାଉଛି । ଟ୍ରାଇ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦତ୍ତ ତଥ୍ୟ ଅନୁଯାୟୀ ୨୦୧୩ ସୁଦ୍ଧା ଭାରତୀୟ ଟିଭି ବଜାରରେ ଛଅଟି ଘରୋଇ କମ୍ପାନୀ ଏବଂ ଗୋଟିଏ ସରକାରୀ କମ୍ପାନୀ ୧୧୦କୋଟି ଟେଲିଭିଜନକୁ ଡିଟିଏଚ୍ ସେବା ଯୋଗାଉଛି । ଛଅଟି ଘରୋଇ ସଂସ୍ଥା ଭାରତରେ ୫୬ କୋଟି ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଏହି ସେବା ଯୋଗାଉଛନ୍ତି । ଇସ୍ରୋ ଦ୍ୱାରା ଭାରତରେ ନିର୍ମିତ ଉପଗ୍ରହ ଇନ୍‌ସାଟ୍ ଫୋର୍ ସି ଆର୍, ଇନ୍‌ସାଟ୍ ଫୋର୍ ଏ୍, ଇନ୍‌ସାଟ୍ ଟୁ ଇ, ଇନ୍‌ସାଟ୍ ଥ୍ରୀ ସି, ଇନ୍‌ସାଟ୍ ଥ୍ରୀ ଇ ବ୍ୟତୀତ ଘରୋଇ ଉପଗ୍ରହ ଯଥା- ଏନ୍‌ସେସ୍ -୬, ଥାଇକମ୍-୨, ଟେଲଷ୍ଟାର୍-୧୦ ଇତ୍ୟାଦି ଦ୍ୱାରା ଘରୋଇ ଡିଟିଏଚ୍ ସଂସ୍ଥା ଗୁଡିକ ସେମାନଙ୍କର ପ୍ରସାରଣ କରୁଛନ୍ତି । ୨୦୧୨ସୁଦ୍ଧା ଭାରତୀୟ ଡିଟିଏଚ୍ ବଜାର ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାକୁ ପଛରେ ପକାଇ ବିଶ୍ୱର ସର୍ବାଧିକ ଡିଟିଏଚ୍ ସେବା ଯୋଗାଉଥିବା ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ପରିଣତ ହୋଇସାରିଥିଲା ।



ଡିଟିଏଚ୍ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସାରଣ

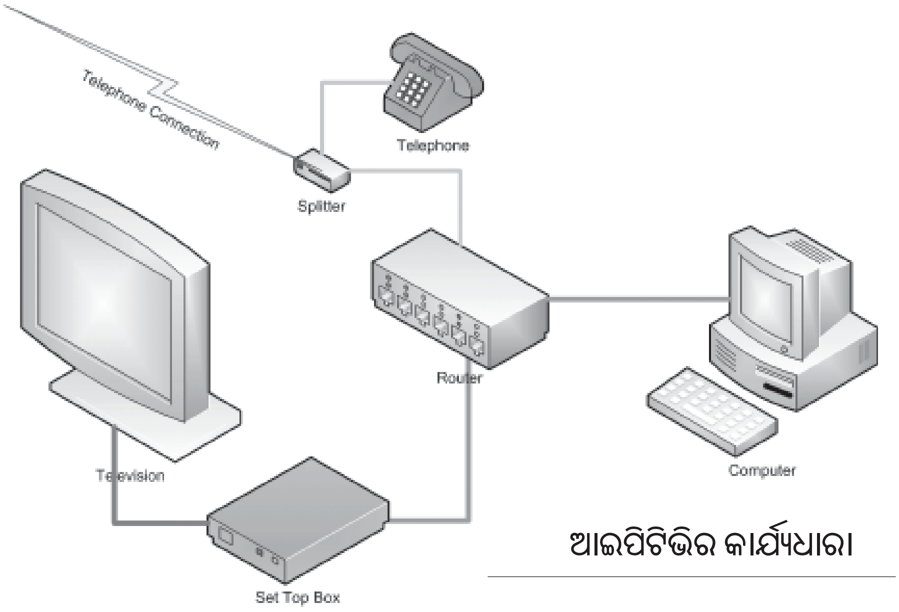
୧.୮ ଆଇପିଟିଭି (IPTV):

ଆଇପିଟିଭି ହେଉଛି ଇଂଟରନେଟ୍ ପ୍ରୋଟୋକଲ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍ । ସାଧାରଣ ଭାଷାରେ କହିବାକୁ ଗଲେ ଏହି ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଟିଭି ସଙ୍କେତକୁ ପାରମ୍ପରିକ ଉପଗ୍ରହ ବା କେବୁଲ୍ ମାଧମରେ ପଠାନଯାଇ ଇଂଟରନେଟ୍ ମାଧମରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଖକୁ ପଠାଯାଏ । ଆଇପିଟିଭି ଦ୍ୱାରା ଜଣେ ଗ୍ରାହକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବା ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରଟି ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଡାଉନଲୋଡ୍ ହେବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଅପେକ୍ଷା ନକରି ମଧ ଦେଖିପାରିଥାନ୍ତି ।

ଆଇପିଟିଭି ସେବାକୁ ତିନିଗୋଟି ମୁଖ୍ୟ ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଏ ।

ଯଥା-

୧. ଲାଇଭ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍
୨. ଟାଇମ୍ ସିଫ୍ଟେଡ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍
୩. ଭିଡିଓ ଅନ୍ ଡିମାଣ୍ଡ୍



ଆଇପିଟିଭିର କାର୍ଯ୍ୟଧାରା

ପ୍ରଥମ ପ୍ରକାର ଆଇପିଟିଭିରେ ବା ଲାଇଭ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ରେ ଦର୍ଶକ ବା ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ସିଧା ପ୍ରସାରଣ ଦେଖିପାରନ୍ତି । ଦ୍ୱିତୀୟ ପ୍ରକାର ଆଇପିଟିଭିରେ ପୂର୍ବଦିନର କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବା ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରକୁ ଦର୍ଶକ ବା ଗ୍ରାହକ ତା'ପରଦିନ ଦେଖିପାରନ୍ତି ତୃତୀୟ ପ୍ରକାର ଆଇପିଟିଭିରେ ଦର୍ଶକ ବା ଗ୍ରାହକ ତାଙ୍କ ଇଚ୍ଛାନୁସାରେ କ୍ୟାଟଲଗ୍‌ରୁ ବାଛିକରି ଦେଖିପାରନ୍ତି । ଜୁଡିଥ୍ ଏଷ୍ଟ୍ରିନ୍ ଓ ବିଲ୍ କ୍ୟାରିକୋଙ୍କ କମ୍ପାନିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରିସେପ୍ଟ ସଫ୍ଟୱେର ସହାୟତାରେ ୧୯୯୫ମସିହାରେ ପ୍ରଥମଥର ପାଇଁ ଆଇପିଟିଭିର ବ୍ୟବହାର ଅରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା । ଏହି ଆଇପିଟିଭି ୟୁନିକ୍ସ ଓ ୱିଣ୍ଡୋଜ୍ ଦ୍ୱାରା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷମ ଜଣେ ଦର୍ଶକ ନିଜ ମୋବାଇଲ ସହାୟତାରେ ଯେକୌଣସି ସ୍ଥାନରେ ଓ ଯେକୌଣସି ସମୟରେ ଦେଖିବାକୁ ସକ୍ଷମ ହୋଇପାରିଲେ । ମୋବାଇଲ୍ ନେଟ୍‌ୱାର୍କ ଜରିଆରେ ଟିଭି ସଙ୍କେତ ଦର୍ଶକଙ୍କ ମୋବାଇଲ୍‌କୁ ଆସେ । ପ୍ରଥମ ମୋବାଇଲ୍ ଟିଭି ପାନାସୋନିକ୍ କମ୍ପାନୀର ଆଇସି ଟିଭି ମଡେଲ୍ ଟିଆର-୦୦୧ ୧୯୭୦ମସିହାରେ ବଜାର ପ୍ରବେଶ କରିଥିଲା । ଏହି କମ୍ପାନୀର ଦ୍ୱିତୀୟ ମୋବାଇଲ୍ ଟିଭି 'ଏମ୍‌ଟିଭି-୧' ୧୯୭୭ ମସିହାରେ ବିକ୍ରୟ କରାଯାଇଥିଲା । ଦୁଇ ଇଞ୍ଚ ସ୍କ୍ରିନ୍ ବିଶିଷ୍ଟ ଏହି ମୋବାଇଲ୍ ଟିଭିଟି ଅଧିକାଂଶ ଦେଶରେ ଟିଭି ସଙ୍କେତ ଗ୍ରହଣ କରିବାରେ ସକ୍ଷମ ହେଇଥିଲା । ଏହାକୁ ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାରେ ୪୦୦ଆମେରିକୀୟ ଡଲାର୍‌ରେ ବିକ୍ରୟ କରାଗଲା ।

ପରେ ଥ୍ରୀଜି ଏବଂ ଫୋର୍‌ଜି ଆସିବା ପରେ ଦର୍ଶକ ପୂର୍ବାପେକ୍ଷା ଅଧିକ ତ୍ୱରିତ ବେଗରେ ମୋବାଇଲ୍ ଜରିଆରେ ଟିଭି ଦେଖିବାରେ ସକ୍ଷମ ହେଲେ ।

୧.୯ ସାଧାରଣ ସେବା ଏବଂ ବ୍ୟାବସାୟିକ ପ୍ରସାରଣ

ସମୂହ ଲୋକସେବାମୂଳକ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାର ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧମ ତାକୁ ଲୋକସେବା ପ୍ରସାରଣ କୁହାଯାଏ । ଆମ ଦେଶ ଭାରତରେ 'ପ୍ରସାର ଭାରତୀ' ହେଉଛି ଲୋକସେବା ପ୍ରସାରଣକାରୀ ସଂସ୍ଥା । ସୂଚନା ଓ ପ୍ରସାରଣ ମନ୍ତ୍ରଣାଳୟ ଅଧୀନରେ ଥିବା ଏହି ସ୍ୱୟଂଶାସିତ ସଂସ୍ଥା ଉଭୟ ଦୂରଦର୍ଶନ ଓ ଆକାଶବାଣୀକୁ ଅର୍ନ୍ତଭୁକ୍ତ କରିଛି । ଅନ୍ୟ ଦେଶମାନଙ୍କ ଭଳି ସରକାରଙ୍କ ଅଧୀନରେ ଥିବା ପ୍ରସାରଣ ସଂସ୍ଥାଗୁଡିକ ସ୍ୱୟଂଶାସିତ ହେବା ଲକ୍ଷ୍ୟ ନେଇ ୨୩ ନଭେମ୍ବର ୧୯୯୭ମସିହାରେ ପ୍ରସାରଭାରତୀ ଗଠିତ ହେଲା । ଏହାର ବହୁପୂର୍ବରୁ ୧୯୯୦ମସିହାରେ ସଂସଦ ସ୍ୱୟଂଶାସିତ ହେବାପାଇଁ ନିୟମକୁ ଲାଗୁ କରିଥିଲେ ମଧ୍ୟ ୧୫ସେପ୍ଟେମ୍ବର ୧୯୯୭ରେ ଏହା କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହେଲା ।

୧ ଜାନୁଆରୀ, ୧୯୭୬ ମସିହାରେ ଭାରତୀୟ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧମରେ ବାଣିଜ୍ୟିକ ସେବା ଆରମ୍ଭ ହେଲା । ଟିଭି ପ୍ରସାରଣ ସର୍ବାଧିକ ଥିବାରୁ, ବିଜ୍ଞାପନଦାତାମାନେ ଟିଭିରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେବାପାଇଁ ଅଧିକ ମାତ୍ରାରେ ଆଗ୍ରହୀ ହେଲେ । ତେଣୁ ସେଥିପାଇଁ କେତେ ପ୍ରକାରର ନିୟମ ମଧ ବାହାରିଲା । ନିୟମାନୁସାରେ ପ୍ରତିଟି ବିଜ୍ଞାପନ ନିର୍ମିତ ହେଉଥିଲା ।

ଦର୍ଶକଙ୍କ ମନକୁ ଆଘାତ ନଦେବା ଭଳି ଏବଂ ନୈତିକ, ଧାର୍ମିକ ଚିନ୍ତନ ବା ଭାବନାକୁ କ୍ଷୁର୍ଣ୍ଣ ନକରିବା ଭଳି ବିଜ୍ଞାପନମାନ ନିର୍ମାଣ କରାଗଲା ଫଳରେ ବ୍ୟବସାୟୀ ଓ ଗ୍ରାହକମାନେ ଏହା ଦ୍ୱାରା ଉପକୃତ ହୋଇପାରିଲେ ।

୧.୧୦ ଏକତ୍ରୀକରଣ

♦ ଟିଭି ଆଜିକାଲି ଯୁଗରେ ଖାଦ୍ୟପେୟ ଭଳି ଜୀବନର ଅବିଛେଦ୍ୟ ଅଙ୍ଗ ପାଲଟି ଯାଇଛି । ଏହା ବର୍ତ୍ତମାନ ସମୟର ସବୁଠାରୁ ଲୋକପ୍ରିୟ ଗଣମାଧମ । ଏହା ଦ୍ୱାରା ପ୍ରତିକ୍ଷଣରେ ସାରା ବିଶ୍ୱରେ ଘଟୁଥିବା ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ଘଟଣା ସମ୍ବାଦ ରୂପେ ପରିବେଷିତ ହୋଇପାରୁଛି । ଶିକ୍ଷିତ ଓ ଅଶିକ୍ଷିତ ଭେଦରେ ପ୍ରତ୍ୟକ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ନିକଟରେ ଟିଭି ଆଦରଣୀୟ ହୋଇପାରିଛି । ଏକ ସମୟରେ ଆନନ୍ଦ ଦାନ ସହିତ ଏହା ଜ୍ଞାନର ପରିସରକୁ ବିକଶିତ କରୁଅଛି ।

♦ ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱରେ ପ୍ରଥମେ ୧୯୨୦ମସିହାରେ ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକା ଟିଭି ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ କରିଥିଲା । କ୍ରମାଗତ ଭାବରେ ବିକଶିତ ହେବା ପରେ ଆମ ଭାରତରେ ଏହା ୧୯୫୦ମସିହାରେ ଶେଷ ଭାଗରେ ୟୁନେସ୍କୋର ସହଯୋଗରେ ନୂଆଦିଲ୍ଲୀଠାରେ ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ ହେଲା । ସମୟ କ୍ରମେ ଆମ ଦେଶ ଭାରତବର୍ଷର ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଏହାକୁ ଅତି ଆପଣାର ମନେ କରି ଆଦରି ନେଲେ ।

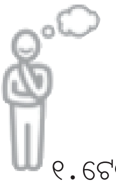
♦ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ସରବରାହ ଦ୍ୱାରା ଏହାର ପ୍ରସାରଣ ବିଭିନ୍ନ ବାଟରେ ସଞ୍ଚାଳନ କରାଯାଇପାରେ । ସେଗୁଡିକ ହେଉଛି-ସାଇଟ୍, କେବୁଲ୍ ଓ ଉପଗ୍ରହ, ଡିଟିଏଚ୍, ଆଇପିଟିଭି, ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍, ଥ୍ରୀଜି, ଫୋର୍ ଜି ଓ ନୋଟ୍‌ବୁକ୍ ଇତ୍ୟାଦି ।

♦ ଟିଭି ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ସରକାରୀ ଓ ବେସରକାରୀ ଉଦ୍ୟମରେ ଏଥି ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ଟିଭି ଚ୍ୟାନେଲ୍ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ନିର୍ମିତ ହୋଇଛି । ଆମ ରାଜ୍ୟ ଓଡ଼ିଶାରେ ପ୍ରଥମେ କଟକଠାରେ ସ୍ଥାପିତ ଦୂରଦର୍ଶନ କେନ୍ଦ୍ର ଜରିଆରେ ସରକାରୀ ଉଦ୍ୟମରେ ଟିଭି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କର ପ୍ରିୟଭାଜନ ହୋଇପାରିଥିଲା । ପ୍ରାଥମିକ ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ସମ୍ବାଦ ସହିତ କୃଷି, ଶିକ୍ଷା ସମ୍ପର୍କୀୟ କେତୋଟି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରିତ ହେବା ପରେ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, ନାଟକ ପ୍ରଭୃତି କେତେ ପ୍ରକାରର ମନୋରଞ୍ଜନଧର୍ମୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ମଧ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇ କ୍ରମଶଃ ଜନପ୍ରିୟତା ହାସଲ କଲା ।

୧.୧୧ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ

ମାସ୍ ମିଡିଆ ମାସ୍ କଲଚର୍, ଆନ୍ ଇଣ୍ଟ୍ରୋଡକ୍ସନ୍ - ଜେମସ୍ ଆର୍.ୱିଲ୍ସନ୍, ଷ୍ଟାନ୍ ଲି ରେ ୱିଲ୍ସନ୍-ମ୍ୟାକ୍‌ଗ୍ର୍ୟୁ ହିଲ୍ ପବ୍ଲିକେସନ୍, ପ୍ରଥମ ସଂସ୍କରଣ-୨୦୦୧

ରାଇଟିଙ୍ଗ୍ ଏଣ୍ଡ ପ୍ରଡୁସିଙ୍ଗ୍ ଫର୍ ଟିଭି ଏଣ୍ଡ ଫିଲ୍ମ- ଏଷ୍ଟା.ଡେ.ଫୋସାର୍ଡ, ଜନ୍ ରାଇବର୍, ସେଜ୍ ପବ୍ଲିକେସନ୍ସ- ଷଷ୍ଠ ସଂସ୍କରଣ-୨୦୦୯



୧.୧୨ ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା

୧. ଟେଲିଭିଜନ୍ କ'ଣ ? ଏହାର ବିଭିନ୍ନ ଉପଯୋଗିତା ସମ୍ବନ୍ଧରେ ସାଧାରଣ ଧାରଣା ଦିଅ ।

୨. ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ଇତିହାସ ସମ୍ପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କର ।

୩. କେବୁଲ୍ ଦ୍ୱାରା କିପରି ଟିଭି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣ କାର୍ଯ୍ୟ କରାଯାଏ ଲେଖ ।

୪. ଉପଗ୍ରହ କ'ଣ, ଏହା ମାଧ୍ୟମରେ କିପରି ଟେଲିଭିଜନ୍ ସେବା କରାଯାଏ ?

୫. ଡି.ଟି.ଏଚ୍ ଦ୍ୱାରା କିପରି ଟିଭି ସେବା କରାଯାଏ ଦର୍ଶାଅ ।

୬. ଆଇପିଟିଭି କ'ଣ ?

୭. ବାଣିଜ୍ୟିକ ପ୍ରସାରଣ କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝ ଲେଖ ।

୧.୧୩ ପ୍ରୟୋଗ

ତୁମ ଘରେ ସମସ୍ତେ କାହିଁକି ଏତେ ଟିଭି ପ୍ରତି ଆକୃଷ୍ଟ ପରୀକ୍ଷା କର । ତୁମ ସାଙ୍ଗମାନେ ଟିଭିର କେଉଁ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଦେଖିବାକୁ ଭଲ ପାଆନ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ମତାମତ ସଂଗ୍ରହ କର । ବିଭିନ୍ନ ଟିଭି ଚ୍ୟାନେଲ୍ ବୁଲି ଅନୁଭୂତି ସଂଗ୍ରହ କର ।

୧.୧୪ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ

ଏହା ଏକ ବୈଷୟିକ ପାଠ୍ୟକ୍ରମ । ବୈଷୟିକ ବିଦ୍ୟା ପାଇଁ ଏଥିରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ବୈଷୟିକ ଶବ୍ଦ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଛି । ସମ୍ପୃକ୍ତ ଶବ୍ଦଗୁଡିକୁ ବୁଝିନପାରିଲେ ପାଠ୍ୟ ବିଷୟକୁ ବୁଝିବା ଆଦୌ ସମ୍ଭବପର ନୁହେଁ । ତେଣୁ ଛାତ୍ରଛାତ୍ରୀମାନଙ୍କ ବ୍ୟାପକ ବୋଧଗମ୍ୟତା ପାଇଁ ଏଠାରେ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଛି ।

କେବୁଲ୍- ପ୍ରସାରଣ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବ୍ୟବହୃତ ସଙ୍କେତବାହୀ ତାର

ଥ୍ରୀଜି- ଥାର୍ଡ ଜେନେରେସନ୍ ମୋବାଇଲ୍ ନେଟୱ୍ୱାର୍କ

ଫୋରଜି- ଫୋର୍ଥ ଜେନେରେସନ୍ ମୋବାଇଲ୍ ନେଟୱ୍ୱାର୍କ

ସ୍ୟାଟେଲାଇଟ୍- ଉପଗ୍ରହ (ଯାହା ପୃଥିବୀ ପୃଷ୍ଠରୁ ସଙ୍କେତ ଗ୍ରହଣ କରେ ଓ ତାକୁ ପୃଥିବୀ ପୃଷ୍ଠକୁ ଫେରାଇଦିଏ)

ଟିଭି ଷ୍ଟେସନ୍- ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ । ଏଠାରେ ଟିଭି ପାଇଁ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ଓ ଉଚ୍ଚଶକ୍ତିସମ୍ପନ୍ନ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ସରୋବରାହ ଯନ୍ତ୍ର ସାହାଯ୍ୟରେ ଉପଗ୍ରହ ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ ।

ୟୁନେସ୍କୋ- ୟୁନାଇଟେଡ୍ ନେସନ୍ସ ଏଜୁକେସନାଲ୍ ସାଇଣ୍ଟିଫିକ୍ ଆଣ୍ଡ୍ କଲଚରାଲ୍ ଅର୍ଗାନାଇଜେସନ୍ ।

ପ୍ରୋଗ୍ରାମ୍- ଟିଭିରେ ପ୍ରସାରିତ ହେଉଥିବା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ।

■ ■ ■

ୟୁନିଟ୍ - ୨

୨.୦ ବିଷୟର ଗଠନ

୨.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
୨.୨ ବିଷୟ ପରିଚୟ
୨.୩ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା
୨.୪ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜରୁମ୍
୨.୫ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ପ୍ରଯୋଜନା ଡେସ୍କ ଓ ଏହାର କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀ
୨.୬ ଏକତ୍ରୀକରଣ
୨.୭ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ
୨.୮ ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା
୨.୯ ପ୍ରୟୋଗ
୨.୧୦ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ

୨.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଟେଲିଭିଜନ୍ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଦେଖିବାକୁ ଭଲ ଲାଗେ । ମାତ୍ର ଏହା ଅନ୍ତରାଳରେ ରହିଛି ଅନେକ ବ୍ୟବସ୍ଥା । ସେ ବ୍ୟବସ୍ଥାଗୁଡିକ ଭିତରେ ଅର୍ନ୍ତଭୁକ୍ତ ଏହାର ସାଙ୍ଗଠନିକ ଓ ପରିଚାଳନା ବ୍ୟବସ୍ଥା । ଏଥିପାଇଁ ଅନେକ କୁଶଳୀ କର୍ମୀଙ୍କର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି । ଚ୍ୟାନେଲର ମୁଖ୍ୟ, ପରିଚାଳନା ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ, ରିପୋର୍ଟର, କ୍ୟାମେରାପର୍ସନ, କପି ଏଡିଟର, ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସର, ସମ୍ବାଦ ଉପସ୍ଥାପକ ଇତ୍ୟାଦିଙ୍କ ମିଳିତ ଏକନିଷ୍ଠ ସହଯୋଗରେ ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସମ୍ପାଦିତ ହୁଏ । ତେବେ ଏସମସ୍ତ ବିଷୟରେ ଅଧିକତର ଜ୍ଞାନ ଆହରଣ କରିବା ହେଉଛି ସମ୍ପୃକ୍ତ ପାଠ୍ୟର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ।

୨.୨ ବିଷୟ ପରିଚୟ

ପ୍ରତ୍ୟେକ ଟିଭି ଚ୍ୟାନେଲ୍ ସେମାନଙ୍କ ନିଜସ୍ୱ ଢଙ୍ଗରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରି ପ୍ରସାରଣ କରନ୍ତି । ଏଥି ପାଇଁ କେତେଜଣ ବିଶେଷଜ୍ଞ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ପରିଚାଳନା ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ, କ୍ୟାମେରା ମ୍ୟାନ୍, ସାମ୍ବାଦିକ, ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକ, ରିପୋର୍ଟର, ସମ୍ପାଦକ, ସାଉଣ୍ଡ୍ ଇଂଜିନିୟର୍, କପି ଏଡିଟର୍, ଫ୍ଲୋର୍ ମ୍ୟାନେଜର ଇତ୍ୟାଦି ବିଭିନ୍ନ ଧରଣର କୁଶଳୀ କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ମିଳିତ ସହଯୋଗରେ ଏହାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଓ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥାଏ ।

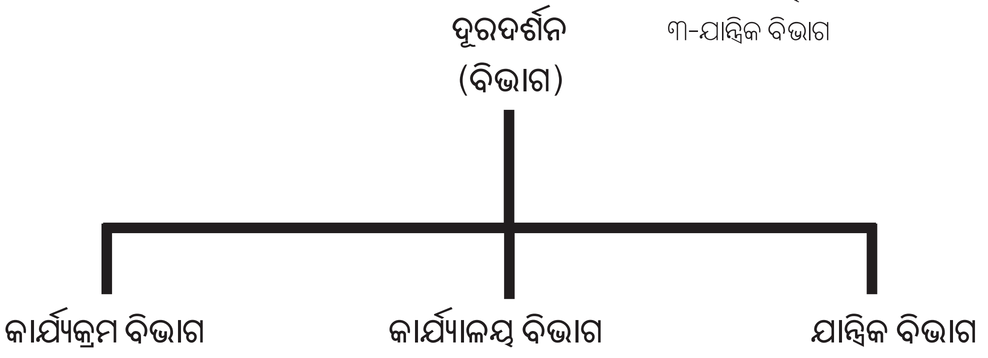
ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଏକ ସମୟ ଉପଯୋଗୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣକାରୀ ସଂସ୍ଥା । ଏଥିରେ କାର୍ଯ୍ୟକରୁଥିବା ସବୁଠୁ ଉଚ୍ଚ ପଦାଧିକାରୀ ବ୍ୟକ୍ତି ହେଲେ ନ୍ୟୁଜ୍ ହେଡ୍ / ଚ୍ୟାନେଲ୍ ହେଡ୍ । ତାଙ୍କ ଅଧୀନରେ ରିପୋର୍ଟର, କ୍ୟାମେରାପର୍ସନ,ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସର ଇତ୍ୟାଦି କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଦେଶ ବିଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନରେ ଅବସ୍ଥାପିତ ହୋଇଥିବା ଚ୍ୟାନେଲର ପ୍ରତିନିଧି ମାନଙ୍କଠାରୁ ବିଭିନ୍ନ ମାଧ୍ୟମରେ ଘଟଣାସ୍ଥଳରୁ ସମ୍ବାଦ ସଂଗ୍ରହ କରାଯାଏ । ନ୍ୟୁଜରୁମକୁ ଆସୁଥିବା ସମ୍ପୃକ୍ତ ସମ୍ବାଦଗୁଡିକୁ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଏ ଓ କପି ଏଡିଟର, ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ବୃତ୍ତାନ୍ତ ଆଲେଖ୍ୟ ଏହା ସହିତ ସଂଯୋଜିତ କରାଯାଏ । କ୍ୟାମେରା ଦ୍ୱାରା ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ହୋଇ ଅଣାଯାଇଥିବା ବିଭିନ୍ନ ଦୃଶ୍ୟରୂପ ଓ ବାଇଟ୍ ଗୁଡିକୁ ଏଥିସହିତ ମିଶାଇ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଇ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ବୁଲେଟିନ୍‌ଗୁଡିକ ପ୍ରସାରଣର ସମୟସୀମା ପୂର୍ବରୁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କରାଯାଇ ଥିବାରୁ ଏଗୁଡିକର ପ୍ରସାରଣ ସେହି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟ ଅବଧି ଭିତରେ ସୀମିତ ରଖାଯାଏ । ଆବଶ୍ୟକ ସ୍ଥଳେ ବିବିଧ ଜରୁରୀ ପରିସ୍ଥିତିରେ ନିରବଛିନ୍ନ ଭାବରେ ଏହାର ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ ।

୨.୩ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା

ପ୍ରତିଟି ସଂସ୍ଥାର ନିଜର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ରହିଛି । ସେହି ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଅନୁସାରେ ସେ ସଂସ୍ଥାଟି ଚାଲେ ଆଉ ଆମେ ଯଦି ଟିଭି ଚ୍ୟାନେଲର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା କଥା ହେବା ତାହାଲେ ପ୍ରଥମେ ଜାଣିବାକୁ ପଡ଼ିବ ଯେ ଟିଭି ଚ୍ୟାନେଲ୍ ହେଉଛି ଗୋଟିଏ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସଂସ୍ଥା, ଯେଉଁଠି ପ୍ରତିଟି ମୂହୁର୍ତ୍ତ ହେଉଛି ଅତ୍ୟନ୍ତ ମୂଲ୍ୟବାନ । ତେଣୁ ଉତ୍ତମ ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥାର ଦୃଢ଼ତା ଦ୍ୱାରା ଗୋଟିଏ ଟିଭି ଚ୍ୟାନେଲ୍ ନିଜର ଗୁଣାତ୍ମକ ମାନ ଓ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଖରେ ବିଶ୍ୱସନୀୟ

ହୋଇପାରନ୍ତି । ସର୍ବଦା ପ୍ରତିଟି ସଂସ୍ଥାର ଆର୍ଥିକ ଅବସ୍ଥାକୁ ଦେଖି ଏହାର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରାଯାଏ । ପ୍ରଥମେ ସରକାରଙ୍କ ଅଧୀନରେ ଥିବା ଜାତୀୟ ପ୍ରସାରଣକାରୀ ସଂସ୍ଥା 'ଦୂରଦର୍ଶନ'ର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ବିଷୟରେ ଜାଣିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଭାରତରେ ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ଦୂରଦର୍ଶନ କେନ୍ଦ୍ରରେ ଜଣେ କେନ୍ଦ୍ର ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ ଅଛନ୍ତି । ତାଙ୍କ ଅଧୀନରେ ତିନୋଟି ମୁଖ୍ୟ ବିଭାଗ ରହିଛି । ସେହି ମୁଖ୍ୟ ବିଭାଗ ତିନୋଟି ହେଉଛି-

୧ -କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିଭାଗ
୨ -କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ବିଭାଗ
୩-ଯାନ୍ତ୍ରିକ ବିଭାଗ



୧) କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିଭାଗ :

କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିଭାଗରେ ଜଣେ ଜଣେ କାର୍ଯ୍ୟନିର୍ବାହୀ ପ୍ରଯୋଜକ ଥାଆନ୍ତି । ତାଙ୍କ ଅଧୀନରେ ଏକାଧିକ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ପ୍ରଯୋଜକ, ପ୍ରଯୋଜକ ଏବଂ ପ୍ରଯୋଜନା ସହକାରୀ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଇଁ ରୁଚିପୂର୍ଣ୍ଣ ସମାଚାର ଏବଂ ସୂଚନାତ୍ମକ/ ମନୋରଞ୍ଜନମୂଳକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ହେଉଛି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିଭାଗର କାର୍ଯ୍ୟ ।

୨) କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ବିଭାଗ :

ସମଗ୍ର ସଂସ୍ଥାର ପ୍ରାୟ ସବୁ ପ୍ରକାରର କାର୍ଯ୍ୟଧାରା କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ମାଧ୍ୟମରେ କରାଯାଏ । ଏହାକୁ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ବିଭାଗ କୁହାଯାଏ । କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ବିଭାଗ ଅଧୀନରେ ସମସ୍ତ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ଭିତ୍ତିକ କାର୍ଯ୍ୟ କରାଯାଏ । ଜଣେ ସେକ୍ସନ୍ ଅଫିସରଙ୍କ ତତ୍ତ୍ୱାବଧାନରେ ଏହି ବିଭାଗ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ ।

୩) ଯାନ୍ତ୍ରିକ ବିଭାଗ :

ଷ୍ଟେସନ୍ ଇଂଜିନିୟର ବା କେନ୍ଦ୍ର ଯନ୍ତ୍ରୀଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ତତ୍ତ୍ୱାବଧାନରେ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ବିଭାଗ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ । କେନ୍ଦ୍ର ଯନ୍ତ୍ରୀଙ୍କ ଅଧୀନରେ ନିର୍ବାହୀ ଯନ୍ତ୍ରୀ ଥାଆନ୍ତି । ଏହା ବ୍ୟତୀତ ଷ୍ଟୁଡିଓ, କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପରିଚାଳନା କକ୍ଷ, ପ୍ରସାରଣ କକ୍ଷ, ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କକ୍ଷ ଇତ୍ୟାଦିରେ ଏକାଧିକ ବୈଦ୍ୟୁତିକ, ଧ୍ୱନ୍ୟଙ୍କନ ଯନ୍ତ୍ରୀ ଓ କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଯନ୍ତ୍ରୀ ପ୍ରଭୃତି କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । ଟିଭି କେନ୍ଦ୍ରର ବିଭିନ୍ନ ଯନ୍ତ୍ର ପ୍ରତିଷ୍ଠା, ଯନ୍ତ୍ରର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷମ କ୍ଷମତା, ରକ୍ଷଣାବେକ୍ଷଣ, ଦୈନନ୍ଦିନ ପରିଚାଳନା ଇତ୍ୟାଦି ଏହି ବିଭାଗର ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ ।

ଘରୋଇ ବ୍ୟବସ୍ଥା :

ସରକାରୀ ବ୍ୟବସ୍ଥାଠାରୁ ଘରୋଇ ଉଦ୍ୟୋଗରେ ଅନେକ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଏବେ ବହୁଭାବରେ ନିଜ ନିଜ ପ୍ରଚେଷ୍ଟାରେ ଅନେକ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିଛନ୍ତି । ଘରୋଇ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ସରକାରୀ ବ୍ୟବସ୍ଥାଠାରୁ ବିଭିନ୍ନ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ପୃଥକ । ଗୋଟିଏ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଠାରୁ ଅନ୍ୟ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଗୁଡିକର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ମଧ୍ୟ ପାର୍ଥକ୍ୟ ପରିଲକ୍ଷିତ ହୋଇଥାଏ ।

ସଭାପତି ବା ପରିଚାଳନା ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ :

ଶ୍ରେଣୀ ସଂରଚନା ଅନୁଯାୟୀ ଗୋଟିଏ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲର ମୁଖ୍ୟ ଭାବେ ପ୍ରେସିଡେଣ୍ଟ ବା ସଭାପତି ଦାୟିତ୍ୱ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି । ଏହାକୁ ଗୋଟିଏ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲର ସର୍ବମୁଖ୍ୟ ପଦବୀ କୁହାଯାଇପାରେ । ଅନ୍ୟ ଭାବରେ ଦେଖିବାକୁ ଗଲେ ସେଇ ବ୍ୟକ୍ତି ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ମାଲିକ ବା ମାଲିକଙ୍କ ପ୍ରତିନିଧି ହୋଇଥାଆଇ ପାରନ୍ତି । କେତେକ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ

ମ୍ୟାନେଜିଙ୍ଗ୍ ଡାଇରେକ୍ଟର ହିଁ ଚ୍ୟାନେଲର ସର୍ବମୁଖ୍ୟ ହୋଇଥାଆନ୍ତି । ସେ ପ୍ରଯୋଜନା, ବିଜ୍ଞାପନ, ଆୟବ୍ୟୟର ଅଟକଳ, ଇତ୍ୟାଦି ସହିତ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ସମସ୍ତ ପ୍ରକାରର ପରିଚାଳନା ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଓ ପରୋକ୍ଷ ଭାବେ କରିଥାଆନ୍ତି । ଚ୍ୟାନେଲଟିର ସମସ୍ତ ଭଲମନ୍ଦର ନିଷ୍ପତ୍ତି ସେ ହିଁ ନିଅନ୍ତି । ତାଙ୍କ ଭାରକୁ ଲାଘବ କରିବା ପାଇଁ କେତେକ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ଭାଇସ୍ ପ୍ରେସିଡେଣ୍ଟ ବା ଉପସଭାପତି ରହିଥାନ୍ତି । ଭାଇସ୍ ପ୍ରେସିଡେଣ୍ଟ ବା ଉପସଭାପତି ନିଷ୍ପତ୍ତି କରାଯାଇଥିବା କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀ, ଚ୍ୟାନେଲର ନିୟମ, ଆଭିମୁଖ୍ୟ ପ୍ରଭୃତି ପରିଚାଳନା କରିଥାନ୍ତି ।

ଉପସଭାପତିଙ୍କ ଅଧୀନରେ ନ୍ୟୁଜ୍ ଡାଇରେକ୍ଟର ବା ସମ୍ବାଦ ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ସମ୍ବାଦ ବିଭାଗର ମୁଖ୍ୟ ଭାବେ ସେ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଦୈନନ୍ଦିନର ସମ୍ବାଦ ଆଗମନ, ପ୍ରସାରଣ ତାଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ତତ୍ତ୍ୱାବଧାନରେ କରାଯାଏ । ଦୈନନ୍ଦିନର ଖବରରୁ କେଉଁ ଖବରକୁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ, ସେ ସମ୍ପର୍କରେ ସେ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦିଅନ୍ତି । କେତେକ ଚ୍ୟାନେଲରେ ଏହି କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ପାଇଁ ମୁଖ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ ଥାଆନ୍ତି ।

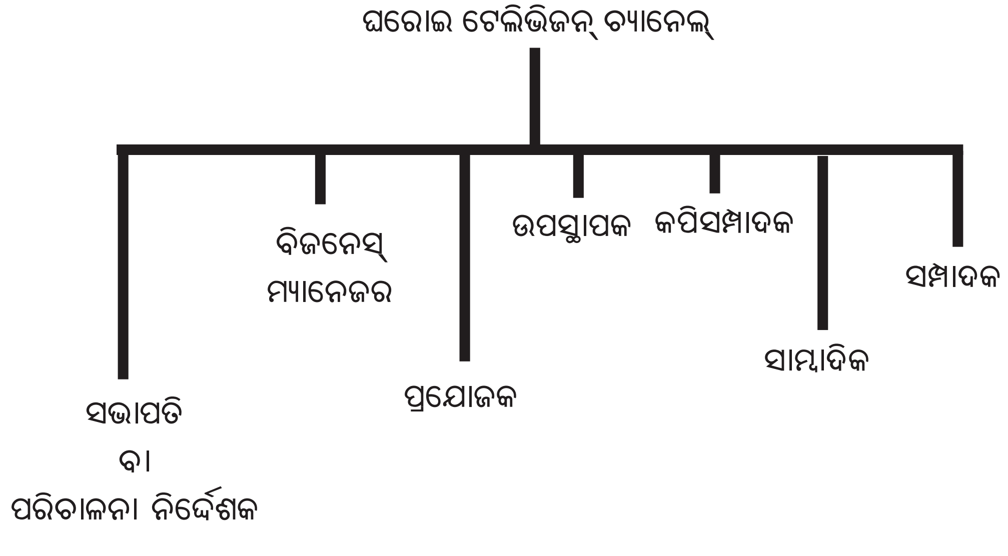
ସମ୍ବାଦ ନିର୍ଦ୍ଦେଶକଙ୍କ ଅଧୀନରେ ତାଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବା ପାଇଁ ନ୍ୟୁଜ୍ କୋଅର୍ଡିନେଟ ବା ଖବର ସଂଯୋଜକ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । କେତେକ ଚ୍ୟାନେଲରେ ତାଙ୍କୁ ସହ ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ ବା ଉପ-ସଂପାଦକ ମଧ କୁହାଯାଏ । ନ୍ୟୁଜ୍ ଡେସ୍କ୍ ଓ ସମ୍ପାଦକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସେ ସେତୁ ଭଳି କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି ।

ପ୍ରଯୋଜକ :

ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲରେ ଏକାଧିକ ପ୍ରଯୋଜକ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । ସାଧାରଣତଃ ପ୍ରଥମ ପ୍ରକାରର ପ୍ରଯୋଜକ କେବଳ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ବେଳେ, ଦ୍ୱିତୀୟ ପ୍ରକାରର ପ୍ରଯୋଜକ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀକୁ ନେଇ ଆକର୍ଷଣୀୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମମାନ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରନ୍ତି । ଦୈନନ୍ଦିନ ଖବରର ପରିଚାଳନା ପ୍ରଥମ ପ୍ରକାର ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ତତ୍ତ୍ୱାବଧାନରେ ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରତି ଘଣ୍ଟାର ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ତାଙ୍କର ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ । ତାଙ୍କୁ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସର ବା ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ କୁହାଯାଏ । ଦ୍ୱିତୀୟ ପ୍ରକାର ପ୍ରଯୋଜକମାନଙ୍କୁ ପ୍ରୋଗ୍ରାମ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସର କୁହାଯାଏ । ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଗୁଡିକ ୨୪ ଘଣ୍ଟା କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥାଏ । ତେଣୁ ପ୍ରତି ମୁହୂର୍ତ୍ତରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଖବର ବା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣ କରାଇ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ବାନ୍ଧି ରଖିବା ଏହି ଦୁଇ ପ୍ରକାର ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କ ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ ।

କପିସମ୍ପାଦକ :

ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କୁ ତାଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବା ପାଇଁ ଏକାଧିକ କପି ସମ୍ପାଦକ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ପ୍ରତି ମୁହୂର୍ତ୍ତରେ ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ସରୁ ଆସୁଥିବା ଖବରକୁ ନିର୍ଭୁଲ ଓ ତ୍ୱରିତ ବେଗରେ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଖରେ ପ୍ରତି ବୁଲେଟିନ୍ ସମୟରେ ପହଞ୍ଚାଇବା କପି ସମ୍ପାଦକଙ୍କ ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ ।



ଉପସ୍ଥାପକ :

ଏମାନେ ହେଉଛନ୍ତି ଫେସ୍ ଅଫ୍ ଦି ଚ୍ୟାନେଲ୍ ବା ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲର ମୁହଁ । ଚ୍ୟାନେଲ୍‌କୁ ସାଧାରଣ ଜନତା ସମ୍ବାଦ ଉପସ୍ଥାପକ ବା ନ୍ୟୁଜ୍ ଆଙ୍କର ବା ନ୍ୟୁଜ୍ କାଷ୍ଟରଙ୍କଠୁ ହିଁ ଜାଣନ୍ତି । ସାଧରଣ ଲୋକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଏମାନେ ବେଶ୍ ପରିଚିତ । ଜଣେ ଭଲ ସମ୍ବାଦ ଉପସ୍ଥାପକ ବା ନ୍ୟୁଜ୍ ଆଙ୍କରଙ୍କ ଖବର ପରିବେଷଣ ଶୈଳୀ ଉପରେ ସଂପୃକ୍ତ ଚ୍ୟାନେଲର ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ନିର୍ଭର କରେ । ଦର୍ଶକମାନେ ତାଙ୍କ ପରିବେଷଣ ଶୈଳୀ ଉପରେ ଗଭୀର ବିଶ୍ୱାସ ରଖି ସେଇ ଚ୍ୟାନେଲକୁ ବାରମ୍ବାର ଦେଖନ୍ତି । ଉଚିତ୍ ଢଙ୍ଗରେ ଖବରକୁ ପରିବେଷଣ କରିବା ହେଉଛି ଏମାନଙ୍କ ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ ।

ସାମ୍ବାଦିକ :

ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ମେରୁଦଣ୍ଡ ହେଉଛନ୍ତି ସାମ୍ବାଦିକ ବା ରିପୋର୍ଟର । ସମ୍ବାଦ ସମ୍ପର୍କରେ ସୂଚନା ପାଇବା ମାତ୍ରେ ଘଟଣା ସ୍ଥଳରେ ପହଞ୍ଚି ଖବରର ମୂଳ ଉତ୍ସକୁ ଯାଇ ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ କରିଥାନ୍ତି । ସଙ୍ଗେ ସଙ୍ଗେ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟକୁ ଖବର ପ୍ରେରଣ କରନ୍ତି । ସଂଗୃହୀତ ଖବରକୁ ଯଥାଶୀଘ୍ର ନ୍ୟୁଜ୍ ଡେସ୍କକୁ ପହଞ୍ଚାଇଦେବା ଏମାନଙ୍କର ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ । ସାମ୍ବାଦିକ ମାନଙ୍କ ନିଷ୍ଠାପର କାର୍ଯ୍ୟ ଯୋଗୁଁ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲଟି ଜୀବନ୍ତ ଲାଗେ ।

କ୍ୟାମେରାପର୍ସନ :

ସାମ୍ବାଦିକମାନଙ୍କ ସହିତ ଯେଉଁମାନେ ଘଟଣାସ୍ଥଳକୁ ଯାଇ ଭିଜୁଆଲ୍ ବା ଦୃଶ୍ୟମାନ ଉତ୍ତୋଳନ କରନ୍ତି ସେମାନଙ୍କୁ ଭିଡିଓ ଜର୍ନାଲିଷ୍ଟ ବା କ୍ୟାମେରାପର୍ସନ କୁହାଯାଏ । ପ୍ରତିଟି ଘଟଣାର ଗୁରୁତ୍ୱକୁ ବୁଝି, ସାମ୍ବାଦିକତାର ନୈତିକତାକୁ ଆଖି ଆଗରେ ରଖି ଦୃଶ୍ୟକୁ କ୍ୟାମେରାରେ ଅତି ଯତ୍ନର ସହିତ ସେମାନେ ରେକର୍ଡ କରିଥାନ୍ତି ।

ଆଲୋଚିତ ସମସ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି ନ୍ୟୁଜ୍ ବିଭାଗ ଅଧୀନରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । ଏହା ବ୍ୟତୀତ ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲରେ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ବିଭାଗ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । ଆଇଟି, ଆରଏଫ୍, ବ୍ରଡକାଷ୍ଟ, ଇଲେକ୍ଟ୍ରିକାଲ୍, ଇଲୋକ୍ଟ୍ରୋନିକ୍ସ, ସାଉଣ୍ଡ, ଏମ୍‌ସିଆର୍, ପିସିଆର୍ ଇତ୍ୟାଦି ବିଭିନ୍ନ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ବିଭାଗରେ ପ୍ରଶିକ୍ଷିତ ଯନ୍ତ୍ରୀମାନେ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ସେମାନଙ୍କ ବିନା ସହଯୋଗରେ ଯଥା ସମୟରେ ଖବର ପ୍ରସାରଣ ହେବା ସମ୍ଭବ ନୁହେଁ ।

ବିଜନେସ୍ ମ୍ୟାନେଜର :

ଏହା ବ୍ୟତୀତ ଗୋଟିଏ ଖବର ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ଜଣେ ବିଜନେସ୍ ମ୍ୟାନେଜର ଥା'ନ୍ତି । ତାଙ୍କ ଅଧୀନରେ କେତେଜଣ ବିଜନେସ୍ ଏକ୍ସିକ୍ୟୁଟିଭ୍ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ବିଭିନ୍ନ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରସାରଣ ଦ୍ୱାରା ଚ୍ୟାନେଲ୍ ପାଇଁ ରାଜସ୍ୱ ସଂଗ୍ରହ କରିବା ହେଉଛି ଏମାନଙ୍କର ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ । ଏହା ସହିତ କେତେ ଅଧିକ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଖରେ ଚ୍ୟାନେଲଟି ପହଞ୍ଚି ପାରିବ ସେ ବିଷୟକୁ ସେମାନେ ବିଶେଷ ଗୁରୁତ୍ୱ ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି ।

ସମ୍ପାଦକ :

ବିଭିନ୍ନ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଅଣାଯାଉଥିବା ଖବର ଗୁଡିକର ପ୍ରସ୍ତୁତ ଆଲେଖ୍ୟ ସହିତ ଦୃଶ୍ୟରୂପ ବା ଭିଜୁଆଲ୍‌ଗୁଡିକ ସମୟାନୁଯାୟୀ ସଂଯୋଜନା ଓ ସମ୍ପାଦନା କରିବା ହେଉଛି ସମ୍ପାଦକଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟ । ସମ୍ପାଦନା କକ୍ଷରେ ରହି ସମ୍ପାଦକମାନେ ଦୃଶ୍ୟ ସହିତ ଆଲେଖ୍ୟଗୁଡିକୁ ଉତ୍ତମ ରୂପେ ସଂଯୋଜନା କରିବା ସହିତ ପ୍ରତ୍ୟେକ ସମ୍ବାଦକୁ କାଣ୍ଟଛାଣ୍ଟ କରି ଏହାକୁ ଅତି ଆକର୍ଷଣୀୟ କରିଥାନ୍ତି । ତେଣୁ ପ୍ରସାରିତ ପ୍ରତ୍ୟେକ ସମ୍ବାଦରେ ସମତା ଓ ଭାରସାମ୍ୟ ରକ୍ଷା କରାଯାଇଥାଏ ।

୨.୪ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜରୁମ୍

ନ୍ୟୁଜ୍ ରୁମ୍ ହେଉଛି ଏକ ବଡ଼ ଘର, ଯେଉଁଠାରେ ଗ୍ରାମ, ଜିଲ୍ଲା, ରାଜ୍ୟ, ଦେଶ ଓ ବିଦେଶରୁ ଖବର ଆସେ, ସେ ଖବରକୁ ତୁରନ୍ତ ସମ୍ପାଦନା କରାଯିବା ପରେ ପ୍ରସାରଣ ନିମନ୍ତେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ସରଳରେ କହିବାକୁ ଗଲେ ଖବର ସଂଗ୍ରହ, ଖବରର ସମ୍ପାଦନା ଇତ୍ୟାଦି ଯେଉଁ ଘରେ କରାଯାଏ ସେହି ଘରକୁ ନ୍ୟୁଜ୍ ରୁମ୍ କୁହାଯାଏ ।
ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ଆକାର ଓ ପ୍ରକାର ନେଇ ବିଭିନ୍ନ ନ୍ୟୁଜ୍‌ରୁମରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ଓ କାର୍ଯ୍ୟ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ହୋଇଥାଏ । ନିମ୍ନରେ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲର ନ୍ୟୁଜ୍ ରୁମରେ କାର୍ଯ୍ୟରତ କେତେଜଣ କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟାନ୍ତ ଦିଆଗଲା ।

- ସାମ୍ବାଦିକ
- କ୍ୟାମେରାପର୍ସନ
- ଧ୍ୱନି-ସହାୟକ
- ଆଲୋକ ସହାୟକ
- ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ
- କପି ସମ୍ପାଦକ
- ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ
- ସହ ସମ୍ପାଦକ
  - ଗ୍ରାଫିକ୍ସ ଡିଜାଇନର୍
  - ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ହେଡ୍
  - ଇନପୁଟ୍ ହେଡ୍

ନ୍ୟୁଜରୁମ୍‌ରେ କାର୍ଯ୍ୟରତ କର୍ମଚାରୀ

ନ୍ୟୁଜ୍‌ରୁମ୍‌ର କାର୍ଯ୍ୟକାରିତା ବିଷୟରେ ଏବେ ଆଲୋଚନା କରିବା । ନ୍ୟୁଜରୁମକୁ ଖବର ବିଭିନ୍ନ ଉପାୟରେ ଆସେ । ଯଥା :

- ପ୍ରେସ୍ ବିଜ୍ଞପ୍ତି ଓ ଖବରର ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ସରୁ ଖବର ଆସେ
- ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ, ଉତ୍ସବ, ଘଟଣାସ୍ଥଳରୁ ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ଦ୍ୱାରା ସଂଗୃହୀତ ଖବର
- ସାମ୍ବାଦିକମାନଙ୍କ ଅନୁସନ୍ଧାନ ଦ୍ୱାରା ମିଳିଥିବା ଖବର
- ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ମୁଖ୍ୟ, ମୁଖ୍ୟ ସମ୍ପାଦକଙ୍କ ନିର୍ଦ୍ଦେଶରେ ସଂଗୃହୀତ ଘଟଣା ବା ଖବର
- ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀର ବିଶ୍ଳେଷଣ ଦ୍ୱାରା ବାହାରୁଥିବା ଖବର
- ବିଭିନ୍ନ ନ୍ୟୁଜ୍ ଏଜେନ୍ସିରୁ ଆସୁଥିବା ସୂଚନା(ଖବର)

ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ସରୁ ଖବରଗୁଡିକ ନ୍ୟୁଜରୁମକୁ ଆସିସାରିବା ପରେ ସାମ୍ବାଦିକମାନେ ତାଙ୍କ ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ନିଜେ ଲେଖି ସମ୍ପୃକ୍ତ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ସର୍ଭରରେ ପକାନ୍ତି । ପରେ ଆବଶ୍ୟକ ପଡ଼ିଲେ ତାହାର ଭଏସ୍ ଓଭର ମଧ କରାନ୍ତି । ଷ୍ଟୋରୀରେ କିଛି ଅଧିକ ନୂତନତ୍ୱ ଆଣିବାକୁ ଥିଲେ ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକଙ୍କ ସହିତ ପରାମର୍ଶ କରି ସମ୍ପାଦନା ଚୂଡ଼ାନ୍ତ ହେବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ବସି ଏହାର କାଣ୍ଟଛାଣ୍ଟ କରାନ୍ତି । ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକ ସ୍ଥଳେ ଭିଡିଓ ଲାଇବ୍ରେରୀକୁ ଯାଇ ଷ୍ଟୋରୀ ପାଇଁ ଆବଶ୍ୟକ ପୁରୁଣା ଦୃଶ୍ୟକୁ ବାହାର କରି ମୂଳ ଦୃଶ୍ୟରେ ଯୋଡନ୍ତି । ସେହିପରି ଅଧିକ ତଥ୍ୟ ପାଇଁ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍‌ର ସାହାଯ୍ୟ ମଧ ନିଅନ୍ତି । ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ କେତେକ କଭରେଜ୍ ଆବଶ୍ୟକ ଥିଲେ କ୍ୟାମେରାପର୍ସନଙ୍କୁ ସାଙ୍ଗରେ ନେଇ ଘଟଣାସ୍ଥଳକୁ ଯାଇ ସେ ସଂକ୍ରାନ୍ତୀୟ ସୁଟିଂ କରାନ୍ତି । ସାମ୍ବାଦିକ କଭରେଜ୍ ସାରି ଚ୍ୟାନେଲ୍‌କୁ ଫେରିବା ମାତ୍ରେ, ତୁରନ୍ତ ସୁଟିଙ୍ଗ୍ କରି ଆଣିଥିବା ଦୃଶ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଥିବା କ୍ୟାସେଟ୍ ବା ମେମୋରୀ କାର୍ଡକୁ ଇନ୍‌ଜେଷ୍ଟ୍ ବିଭାଗରେ ଦିଅନ୍ତି । ଇନ୍‌ଜେଷ୍ଟ୍ ବିଭାଗ ତୁରନ୍ତ ତାକୁ କ୍ୟାପଚର୍ କରି ସର୍ଭରରେ ପକାନ୍ତି । କ୍ୟାପଚର୍ ପାଇଁ ଲାଗୁଥିବା ସମୟରେ ସାମ୍ବାଦିକ/ସାମ୍ବାଦିକା ତାଙ୍କ କପି ବା ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଟାଇପ୍ କରି ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କ ପାଖକୁ ପଠାନ୍ତି । ପରେ ଷ୍ଟୋରୀର ଗୁରୁତ୍ୱ ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଆନୁସଙ୍ଗିକ ବ୍ୟବସ୍ଥାକୁ ଆଖି ଆଗରେ ରଖି ଷ୍ଟୋରୀଟି କେଉଁ ବୁଲେଟିନ୍‌ରେ ଯିବ ତାହା ନିର୍ଣ୍ଣୟ କରାଯାଏ । ଏହିପରି ଭାବରେ ଦିନରାତି ୨୪ଘଣ୍ଟା ନ୍ୟୁଜ୍‌ରୁମ୍‌ଟି ଚଳଚଞ୍ଚଳ ରୁହେ ।

୨.୫ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ପ୍ରଯୋଜନା ଡେସ୍କ ଓ ଏହାର କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀ

ପୂର୍ବରୁ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ରୁମ୍ ଓ ଏହାର କାର୍ଯ୍ୟ ପ୍ରଣାଳୀ ବିଷୟରେ ଭଲ ଭାବରେ ଆଲୋଚନା କରାଯାଇଛି । ବର୍ତ୍ତମାନ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ପ୍ରଯୋଜନା ଡେସ୍କ ଓ ଏହାର କାର୍ଯ୍ୟପ୍ରଣାଳୀ ବିଷୟରେ ବିସ୍ତାରରେ ଆଲୋଚନା କରିବା । ସାଧାରଣତଃ ନ୍ୟୁଜ୍ ଡେସ୍କକୁ ମୁଖ୍ୟତଃ ଦୁଇ ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଏ । ଯଥା :

୧) ଇନ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ

୨) ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ

୧) ଇନ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ

ଏବେ ଆସନ୍ତୁ ପ୍ରଥମେ ଇନ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ ବିଷୟରେ ଜାଣିବା । ଚ୍ୟାନେଲ୍ ପାଇଁ ଖବର ସଂଗ୍ରହ କରିବା ହେଉଛି ଇନପୁଟ୍ ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ । ଜଣେ ଇନପୁଟ୍ ହେଡ୍ ଏହି ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଦୀର୍ଘ ବର୍ଷର ଅଭିଜ୍ଞତା ଥିବା ବରିଷ୍ଠ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ଏହି ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ ଦାୟିତ୍ୱ ଦିଆଯାଏ । ଏହା ବ୍ୟତୀତ ଖବରର ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ସ ଓ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଖବର ବିଷୟରେ ତାଙ୍କର ଯଥେଷ୍ଟ ଜ୍ଞାନ ଓ ଅଭିଜ୍ଞତା ରହିଥାଏ । ତାଙ୍କ ଅଧୀନରେ ଥିବା ଏକାଧିକ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ସେ ଦୈନନ୍ଦିନର ଖବର ସଂଗ୍ରହ କରିବା କାର୍ଯ୍ୟରେ ନିୟୋଜିତ କରାନ୍ତି । ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବରେ କେତେକ ସାମ୍ବାଦିକ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା ବେଳେ, ପ୍ରତିଟି ଜିଲ୍ଲା ଓ ଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ମେଟ୍ରୋ ସହରର ବ୍ୟୁରୋରେ ଥିବା ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ମୁକ୍ତଜୀବୀ ସମ୍ବାଦଦାତାଙ୍କୁ କେଉଁଠାରୁ କେଉଁ ବିଷୟରେ ଖବର ଆଣିବେ ତାହାର ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ମଧ ଇନପୁଟ୍ ହେଡ୍ ଦିଅନ୍ତି । ଏସବୁ ସହିତ କେଉଁ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଫଲୋଅପ୍ କରାଯିବ ଏବଂ କେଉଁ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ବିଶେଷ ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରାଯିବ ତାହାର ନିର୍ଣ୍ଣୟ ଏହି ଡେସ୍କ କରିଥାଏ ।

ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର କାର୍ଯ୍ୟ ସମୟ ୨୪ ଘଣ୍ଟା ହୋଇଥିବାରୁ ତିନୋଟି ବା ତତୋଧିକ ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ କରି ଡେସ୍କରେ କାମ କରାଯାଏ । ସବୁବେଳେ ବିଭିନ୍ନ ଦିଗରୁ ଖବର ଆସୁଥିବାରୁ ଏହି ଡେସ୍କଟି ସର୍ବଦା ସଜାଗ ରହିବାକୁ ବାଧ୍ୟ । ଏହି ଡେସ୍କରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା କର୍ମଚାରୀମାନେ ଖବର ଓ ଖବରର ପ୍ରବାହ ବିଷୟରେ ଭଲଭାବେ ସଚେତନ ହୋଇଥାନ୍ତି । ଇନପୁଟ୍ ଡେସ୍କରେ ଏକାଧିକ ଟେଲିଫୋନ୍, କମ୍ପ୍ୟୁଟର, ପ୍ରିଣ୍ଟର, ଫ୍ୟାକ୍ସ ଆଦି ସବୁବେଳେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଥାଏ । ଏହି ଡେସ୍କରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ଏସବୁ ଚାଳନାରେ ସିଦ୍ଧହସ୍ତ ହୋଇଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଟିକିଏ ଅନ୍ୟମନସ୍କ ହେଲେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଖବର ମଧ ହାତଛଡ଼ା ହେବାର ସମ୍ଭାବନା ଥାଏ । ଡେସ୍କରେ ବସୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ସର୍ବଦା ଖବରର ସନ୍ଧାନ ସମ୍ପର୍କରେ ସଚେତନ ଥାଆନ୍ତି । ଏହା ବ୍ୟତୀତ ଘଟଣାବହୁଳ ସ୍ଥାନରୁ କେଉଁ ସମୟରେ ଖବରର ପ୍ରବାହ ହେଉଛି ସେ ପ୍ରତି ମଧ୍ୟ ଧ୍ୟାନ ରଖିଥାନ୍ତି ।

ପ୍ରତିଟି ଖବରକୁ ଠିକ୍ ଭାବରେ ଶୁଣି, ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱକୁ ବୁଝି ତାକୁ ତୁରନ୍ତ ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କକୁ ଜଣାଇବା ଏହି ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ କର୍ତ୍ତବ୍ୟ ଓ ଦାୟିତ୍ୱ । ପ୍ରତିଟି ମୂହୁର୍ତ୍ତ ଏହି ଡେସ୍କ ପାଇଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଗୋଟିଏ ଖବର ପାଇଁ ବହୁତ କିଛି ଅନର୍ଥ ଘଟିପାରେ । ବେଳେବେଳେ ଅନ୍ୟମନସ୍କତା କାରଣରୁ ବା ଅନ୍ୟ କୌଣସି କାରଣରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଖବର ହାତଛଡ଼ା ହୋଇଗଲେ ଚ୍ୟାନେଲର ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱୀ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ମାନେ ତାକୁ ବ୍ରେକିଙ୍ଗ୍ ଓ ଏକ୍ସକ୍ଲୁସିଭ୍ ଇତ୍ୟାଦି ବିଭିନ୍ନ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଢଙ୍ଗରେ ପ୍ରସାରଣ କରିପାରନ୍ତି । ଫଳରେ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର କାର୍ଯ୍ୟଦକ୍ଷତା ଉପରେ ପ୍ରଶ୍ନବାଚୀ ସୃଷ୍ଟି ହେବା ସହ ଦର୍ଶକୀୟ ଉଦ୍ଦଣ୍ଡା ହ୍ରାସ ପାଏ । ଥରେ ଦର୍ଶକୀୟ ଉଦ୍ଦଣ୍ଡା ଓ ଭରସା ତୁଟିଗଲେ ତାକୁ ପୁନଃ ନିର୍ମାଣ କରିବା ବେଶ୍ କଷ୍ଟକର ।

୨) ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ

ଏବେ ଆସନ୍ତୁ ଆଉଟପୁଟ୍ ଡେସ୍କ ବିଷୟରେ ଆଲୋଚନା କରିବା । ନାମ ଅନୁଯାୟୀ ଏହି ବିଭାଗରେ କେବଳ ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ କାର୍ଯ୍ୟ ହିଁ କରିଥାଏ । ଏହି ଡେସ୍କ ଜଣେ ଆଉଟପୁଟ୍ ହେଡ୍‌ଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରତ୍ୟେକ୍ଷ ଭାବେ ପରିଚାଳିତ ହୋଇଥାଏ । ବହୁ ବର୍ଷ ଧରି ସାମ୍ବାଦିକତା କ୍ଷେତ୍ରରେ ଜଣେ ଅଭିଜ୍ଞ, ବରିଷ୍ଠ ସାମ୍ବାଦିକ ବା ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ; ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲର ଆଉଟପୁଟ୍ ହେଡ୍ ଭାବରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ହେଡ୍‌ଙ୍କ ଅଧୀନରେ ଏକାଧିକ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ, କପି ସମ୍ପାଦକ, ପ୍ରୋଗ୍ରାମ୍ ପ୍ରଯୋଜକ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଆଜିକାଲି ୨୪x୭ର ଖବର ପ୍ରସାରଣରେ ପ୍ରତି ଘଣ୍ଟାରେ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ପ୍ରତିଟି ବୁଲେଟିନ୍‌ର ପ୍ରସାରଣର ଉତ୍ତରଦାୟୀ ହେଉଛନ୍ତି ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ହେଡ୍ । ତେଣୁ ଇନ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ ଭଳି ଏହି ଡେସ୍କ ପାଇଁ ମଧ ପ୍ରତି ମୁହୂର୍ତ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଇନ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କରୁ ଆସୁଥିବା ପ୍ରତିଟି ଖବରକୁ ଏଠାରେ ସମୟ ଅନୁଯାୟୀ ବିଚାର କରିବା ଏବଂ ସମ୍ପାଦନା ପୂର୍ବକ ପ୍ରସାରଣ ଯୋଗ୍ୟ କରିବା ଏହି ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ ।

ସାମ୍ବାଦିକମାନେ ପ୍ରଥମେ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଲେଖି ସର୍ଭରରେ ପକାନ୍ତି । ପରେ କପି ସମ୍ପାଦକ ଷ୍ଟୋରୀଟିକୁ ସମ୍ପାଦନା କରି ତାହା କେଉଁ ବୁଲେଟିନ୍‌ରେ ଯିବ ତାହା ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ ପାଇଁ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କ ସହିତ ପରାମର୍ଶ କରନ୍ତି । ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ ଏହାର ଗୁଣବତ୍ତାକୁ ବିଚାର କରି ଜିଲ୍ଲା, ଆଞ୍ଚଳିକ, ଦେଶବିଦେଶ ଇତ୍ୟାଦି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବୁଲେଟିନ୍ ପାଇଁ ଏହାକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରନ୍ତି । ଷ୍ଟୋରୀର ପ୍ରସାରଣ ସମୟ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ହେବା ପରେ ଏହାର ଲିଖିତ ରୂପରୁ ଦୃଶ୍ୟରୂପ ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ

ବା ତାକୁ ପଢ଼ାଯାଇ ରେକର୍ଡ କରାଯାଏ । ପରେ ଭିଜୁଆଲ୍ ଏଡିଟିଙ୍ଗ୍ ଡେସ୍କକୁ ଖବରଟି ପ୍ରିଣ୍ଟେଡ୍ କପି ସହ ଭଏସ୍ ଓଭର, ଭିଜୁଆଲ୍ ସର୍ଭର୍ ମାଧମରେ ପହଞ୍ଚେ । ଜଣେ ଅଭିଜ୍ଞ ତଥା ପ୍ରବୀଣ ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ ତାକୁ ସମ୍ପାଦନା କରନ୍ତି । ଆବଶ୍ୟକ ହେଉଥିଲେ ସେଥିରେ କିଛି ଗ୍ରାଫିକ୍ସ, ଡାଟା ପ୍ଲେଟ୍, ବ୍ୟାକ୍‌ଗ୍ରାଉଣ୍ଡ୍ ମ୍ୟୁଜିକ୍ ଇତ୍ୟାଦି ସଂଯୋଜନା କରାଯାଏ । ଏହାପରେ ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଏକ ନାମ ଦିଆଯାଇ ପ୍ରସାରଣ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସର୍ଭର୍ ମାଧମରେ ଏମ୍ସିଆର୍‌କୁ ପଠାଯାଏ । ନିର୍ଦ୍ଧିଷ୍ଟ ସମୟରେ ତାହାର ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ ।

ପ୍ରତ୍ୟକଟି ବୁଲେଟିନ୍ ପାଇଁ ନର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସଂଖ୍ୟକ ଷ୍ଟୋରୀ, ଭିଜୁଆଲ୍, ଫୋନୋ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା କେବଳ ଏହି ଡେସ୍କର ଦାୟିତ୍ୱ । ଏଥିସହିତ ବୁଲେଟିନ୍‌ଟି କିପରି ସର୍ବାଙ୍ଗସୁନ୍ଦର ଓ ଆକର୍ଷଣୀୟ ହେବ ସେଥିପ୍ରତି ମଧ ଏହି ଡେସ୍କ୍ ସଦାସର୍ବଦା ତତ୍ପର ଥାଏ । ଏହା ବ୍ୟତୀତ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ପ୍ରସାରଣ ହେବାକୁ ଥିବା ବା ପ୍ରସାରିତ ପ୍ରତିଟି ଦୃଶ୍ୟ, ଶବ୍ଦ, ଗ୍ରାଫିକ୍ସ, ବିଜ୍ଞାପନ ଇତ୍ୟାଦିକୁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟରେ ପ୍ରସାରଣ କରାଇବା ଏହି ଡେସ୍କ୍‌ର ମୁଖ୍ୟ ଦାୟିତ୍ୱ ଓ କର୍ତ୍ତବ୍ୟ । ବୁଲେଟିନ୍‌ରେ କୌଣସି ପ୍ରକାରର ତ୍ରୁଟି ପାଇଁ ଏହି ଡେସ୍କ୍ ଉତ୍ତରଦାୟୀ ରହେ । ଇନ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ୍ ଭଳି ଏହି ଡେସ୍କ୍‌ରେ ମଧ ତିନି ବା ତତୋଧିକ ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କୁ ବଣ୍ଟାଯାଇ କାର୍ଯ୍ୟ କରାଯାଏ । ଏହିଭଳି ଭାବେ ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ଡେସ୍କ୍‌ଗୁଡିକ କୁଶଳୀ ଏବଂ ଦାୟିତ୍ୱସମ୍ପନ୍ନ କେତେଜଣ ଅଭିଜ୍ଞଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ୨୪ ଘଣ୍ଟା ଧରି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷମ ରହିଥାଏ ।

୨.୬ ଏକତ୍ରୀକରଣ

➢ ଦେଖିବାକୁ ଓ ଉପଭୋଗ କରିବାକୁ ଭଲ ଲାଗୁଥିବା ଟେଲିଭିଜନ୍ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ଅନ୍ତରାଳରେ ରହିଛି ଅନେକ ପ୍ରକାରର କାର୍ଯ୍ୟ । ବ୍ୟବସ୍ଥା । ସେଗୁଡିକ ଭିତରେ ସାଙ୍ଗଠନିକ ଓ ପରିଚାଳନା ବ୍ୟବସ୍ଥା ହେଉଛି ମୁଖ୍ୟ ପ୍ରସଙ୍ଗ । ଏଣୁ ଟେଲିଭିଜନ୍ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ପାଇଁ ଅନେକ କୁଶଳୀ କର୍ମଚାରୀ ଭାବରେ ଏଠାରେ ଚ୍ୟାନେଲର ମୁଖ୍ୟ, ପରିଚାଳନା ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ, ରିପୋର୍ଟର, କ୍ୟାମେରାପର୍ସନ, କପି ଏଡିଟର, ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସର, ସମ୍ବାଦ ଉପସ୍ଥାପକ ଇତ୍ୟାଦି ଏକ ମନ ହୋଇ ମିଳିତ ଭାବରେ କାମ କରିଥାନ୍ତି । ଗୋଟିଏ ଯନ୍ତ୍ରର କୌଣସି ଅଂଶ ଖରାପ ହେଲେ ଯନ୍ତ୍ରଟି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷମ ନହେବା ଭଳି, ଏମାନଙ୍କ ମଧରୁ କେହି ବି ସାଧାରଣ ଭାବରେ କାମ ନକଲେ, ଟେଲିଭିଜନ୍ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର କାମ ହୋଇପାରେ ନାହିଁ । ସମସ୍ତଙ୍କ ସହଯୋଗରେ ଏହି କାର୍ଯ୍ୟ ସମ୍ପାଦିତ ହୁଏ ।

➢ ସରକାରୀ ଓ ବେସରକାରୀ ଉଦ୍ୟୋଗରେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଟିଭି ଚ୍ୟାନେଲ୍ ସେମାନଙ୍କ ନିଜସ୍ୱ ଢଙ୍ଗରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରି ପ୍ରସାରଣ କରନ୍ତି । ଏଥିପାଇଁ ସରକାରୀ ସ୍ତରରେ କେନ୍ଦ୍ର ନିର୍ଦ୍ଦେଶକଙ୍କ ଭଳି ବେସରକାରୀ ସ୍ତରରେ ପରିଚାଳନା ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ ମୁଖ୍ୟ ଭୂମିକା ନିର୍ବାହ କରନ୍ତି । ତାଙ୍କ ତତ୍ତ୍ୱାବଧାନରେ କ୍ୟାମେରାମ୍ୟାନ୍, ସାମ୍ବାଦିକ, ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକ, ରିପୋର୍ଟର, ସମ୍ପାଦକ, ସାଉଣ୍ଡ୍ ଇଂଜିନିୟର୍, କପି ଏଡିଟର୍, ଫ୍ଲୋର୍ ମ୍ୟାନେଜର ଇତ୍ୟାଦି କୁଶଳୀ କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ମିଳିତ ସହଯୋଗରେ ଏହାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଓ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥାଏ ।

➢ ଘରୋଇ ଉଦ୍ୟୋଗରେ ସଂସ୍ଥାପିତ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ହେଉଛି ସମୟ ଉପଯୋଗୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣକାରୀ ସଂସ୍ଥା । ଦେଶ ବିଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନରେ ଅବସ୍ଥାପିତ ହୋଇଥିବା ଚ୍ୟାନେଲର ପ୍ରତିନିଧିମାନଙ୍କଠାରୁ ବିଭିନ୍ନ ମାଧମରେ ଘଟଣାସ୍ଥଳରୁ ସଂଗୃହୀତ ସମ୍ବାଦ ଏଠାକୁ ଆସେ । ନ୍ୟୁଜରୁମ୍‌କୁ ଆସୁଥିବା ସମ୍ପୃକ୍ତ ସମ୍ବାଦଗୁଡିକୁ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଏ ଓ କପି ଏଡିଟର, ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସର୍‌ଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଚୂଡ଼ାନ୍ତ ଆଲେଖ୍ୟ ଏଥି ସହିତ ସଂଯୋଜିତ କରାଯାଏ । କ୍ୟାମେରା ଦ୍ୱାରା ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ହୋଇ ଆସିଥିବା ବିଭିନ୍ନ ଦୃଶ୍ୟରୂପ ଓ ବାଇଟ୍ ଗୁଡିକୁ ଆବଶ୍ୟକ ସମ୍ବାଦ ସହିତ ମିଶାଇ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଏ । ବୁଲେଟିନ୍ ଗୁଡିକ ପ୍ରସାରଣର ସମୟସୀମା ପୂର୍ବ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ । ତେଣୁ ଏଗୁଡିକର ପ୍ରସାରଣ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟ ଅବଧି ମଧରେ କରାଯାଇଥାଏ । ତେବେ ବନ୍ୟା, ବାତ୍ୟା, ସୁନାମୀ, ଦୁର୍ଘଟଣା ପ୍ରଭୃତି ବିବିଧ ଜରୁରୀ ପରିସ୍ଥିତିରେ ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକ ଚାହିଦା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ନିରବଚ୍ଛିନ୍ନ ଭାବରେ ଏହାର ପ୍ରସାରଣ ସୀମାକୁ ବୃଦ୍ଧି କରାଯାଇପାରେ ।

➢ ପ୍ରତ୍ୟେକ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଦିନ ରାତି ସବୁବେଳେ ସଜାଗ ରହି ତାଜା ଖବର ପ୍ରସାରଣ କରିବାକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାନ୍ତି । ନ୍ୟୁଜରୁମ୍‌କୁ ଆସୁଥିବା ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ଖବରକୁ ଯାଞ୍ଚ କରି ଅତି ସତର୍କତାର ସହିତ ଜରୁରୀ ଓ ମୁଖ୍ୟ ଖବରକୁ ପ୍ରଥମେ ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଖବରକୁ ପରେ ପରେ ପ୍ରସାରଣ କରନ୍ତି । ସ୍ଥଳ ବିଶେଷରେ କେତେକ ବିଷୟରେ ବିଶେଷ ବୁଲେଟିନ୍ ମଧ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ ।

➢ ନ୍ୟୁଜ୍ ଡେସ୍କକୁ ଆସୁଥିବା ସମ୍ବାଦକୁ ଅଭିଜ୍ଞ ଓ ପ୍ରବୀଣ ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକମାନେ ସମ୍ପାଦନା କରନ୍ତି । ଆବଶ୍ୟକ ସ୍ଥଳେ ଏଗୁଡିକୁ ଜୀବନ୍ତ କରିବା ପାଇଁ ଗ୍ରାଫିକ୍ସ, ଡାଟା ପ୍ଲେଟ୍, ପୃଷ୍ଠଭୂମି ସଙ୍ଗୀତ ଇତ୍ୟାଦି ସଂଯୋଜନା କରନ୍ତି । ପରେ ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀର କୌଣସି ଆକର୍ଷଣୀୟ ଶୀର୍ଷକ ଦେଇ ପ୍ରସାରଣ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସର୍ଭର୍ ମାଧ୍ୟମରେ ଏମ୍ସିଆର୍‌କୁ ପଠାଇ ଦିଅନ୍ତି । ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ଏହାର ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ ।

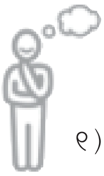
➢ ନ୍ୟୁଜ୍ ଡେସ୍କରେ ପ୍ରତ୍ୟକଟି ବୁଲେଟିନ୍ ପାଇଁ ନର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସଂଖ୍ୟକ ଷ୍ଟୋରୀ, ଭିଜୁଆଲ୍, ଫୋନୋ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ଏଥି ସହିତ ବୁଲେଟିନ୍‌ଟି କିପରି ସର୍ବାଙ୍ଗସୁନ୍ଦର ହେବ ସେଥିପ୍ରତି ମଧ ଏହି ଡେସ୍କ ସଦା ତତ୍ପର ଓ ସତର୍କ ରହିଥାନ୍ତି । ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ପ୍ରସାରିତ ହେବାକୁ ଥିବା ବା ପ୍ରସାରିତ ପ୍ରତିଟି ଦୃଶ୍ୟ, ଶବ୍ଦ, ଗ୍ରାଫିକ୍ସ, ବିଜ୍ଞାପନ ଇତ୍ୟାଦିକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ମାର୍ଗରେ ସଂଯୋଜନା କରିବା ନ୍ୟୁଜ୍‌ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ ଦାୟିତ୍ୱ ଓ କର୍ତ୍ତବ୍ୟ । ସମସ୍ତ ପ୍ରକାରର ତ୍ରୁଟି ସଂଶୋଧନ କରିବା ପରେ ଏହି ଡେସ୍କ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସାରଣ କରାନ୍ତି । ଏହି ଡେସ୍କରେ ମଧ ତିନୋଟି ସିଫ୍ଟରେ ପ୍ରତ୍ୟେକ କର୍ମଚାରୀଙ୍କୁ ସର୍ବନିମ୍ନ ଆଠ ଘଣ୍ଟା ସମୟ ଅବଧିର କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ।

୨.୭ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ

ଏ ବିଷୟରେ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ ନିମ୍ନଲିଖିତ ବହିଗୁଡିକ ପଢ଼ନ୍ତୁ ।

୧) ***ଭିଡିଓ ପ୍ରଡକ୍ସନ୍ ହ୍ୟାଣ୍ଡବୁକ୍***- ଜିରାଲ୍ଡ ମିଲରସନ୍, ଜିମ୍ ଓଓ୍ୱେନ୍ସ- ଫୋକାଲ୍ ପ୍ରେସ୍- ତୃତୀୟ ସଂସ୍କରଣ-୨୦୦୨

୨) ***ଟିଚିଙ୍ଗ୍ ଟିଭି ପ୍ରଡକ୍ସନ୍ ଇନ୍ ଏ ଡିଜିଟାଲ୍ ଓ୍ୱର୍ଲ୍ଡ***- ରବର୍ଟ ଏଫ୍.କେନୀ- ଲାଇବ୍ରେରୀଜ୍ ଅନ୍‌ଲିମିଟେଡ୍- ଦ୍ୱିତୀୟ ସଂସ୍କରଣ-୨୦୦୫



୨.୮ ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା

୧) ଗୋଟିଏ ଖବର କିପରି ପ୍ରକ୍ରିୟା ଦେଇ ପ୍ରସାରିତ ହୁଏ ?

୨) ଖବର ପ୍ରସାରଣରେ କେଉଁ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ଦାୟିତ୍ୱ ରହିଥାଏ ?

୩) ଇନପୁଟ୍ ହେଡ୍‌ଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟଧାରା କ'ଣ କ'ଣ ଲେଖ ।

୪) ଚ୍ୟାନେଲର ସରକାରୀ ଓ ବେସରକାରୀ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଭିତରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ ଦର୍ଶାଅ ।

୨.୯ ପ୍ରୟୋଗ

୧- ନିଜକୁ ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର କର୍ମଚାରୀ ଭାବି ନିଜର କାର୍ଯ୍ୟଶୈଳୀ ଲେଖ ।
୨- ଯେକୌଣସି ଗୋଟିଏ ଟିଭି ଚ୍ୟାନେଲ୍ ବୁଲି ତାର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ବିଷୟରେ ତଦାରଖ କର ।
୩- ଟିଭି ନ୍ୟୁଜରୁମର ଗୋଟିଏ ସ୍କେଚ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କର ।

୨.୧୦ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ

ଏହା ଏକ ବୈଷୟିକ ପାଠ୍ୟକ୍ରମ । ବୈଷୟିକ ବିଦ୍ୟା ପାଇଁ ଏଥିରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ବୈଷୟିକ ଶବ୍ଦ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଛି । ସମ୍ପୃକ୍ତ ଶବ୍ଦଗୁଡିକୁ ବୁଝିନପାରିଲେ ପାଠ୍ୟ ବିଷୟକୁ ବୁଝିବା ଆଦୌ ସମ୍ଭବପର ନୁହେଁ । ତେଣୁ ଛାତ୍ରଛାତ୍ରୀମାନଙ୍କ ବ୍ୟାପକ ବୋଧଗମ୍ୟତା ପାଇଁ ଏଠାରେ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଛି ।

ବୁଲେଟିନ୍- ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲରେ ପ୍ରତି ଘଂଟାରେ ପ୍ରସାରିତ ହେଉଥିବା ଗୁଡିଏ ଖବରର ଗୋଟିଏ ଗୁଚ୍ଛ ।

ଇନଜେଷ୍ଟ- ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ହୋଇ ଆସିଥିବା ଭିଜୁଆଲକୁ କମ୍ପ୍ୟୁଟରକୁ ନେବାର ପ୍ରକ୍ରିୟା ।

କଭରେଜ୍- ସୁଟିଂ ଦଳକୁ ନେଇ ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନକୁ ଯାଇ ସୁଟିଂ ଶେଷ କରି ଆସିବାର ପ୍ରକ୍ରିୟା ।

ୟୁନିଟ୍ - ୩

୩.୦ ବିଷୟ ଗଠନ

୩.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
୩.୨ ବିଷୟ ପରିଚୟ
୩.୩ ଦୃଶ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି
୩.୪ ଆଙ୍କର ଅଗ୍ରଲେଖ ପ୍ରସ୍ତୁତି
୩.୫ ବାଇଟ୍ ଗୁଡିକର ସମ୍ପାଦନା
୩.୬ ଦୃଶ୍ୟ ରକ୍ଷଣ ଓ ସମ୍ପାଦନା
୩.୭ ଏକତ୍ରୀକରଣ
୩.୮ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ
୩.୯ ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା
୩.୧୦ ପ୍ରୟୋଗ
୩.୧୧ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ

୩.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଟେଲିଭିଜନ୍ ଖବରକାଗଜ ଭଳି ଛାପା ମାଧ୍ୟମ ବା ବେତାର ଭଳି ଶ୍ରାବ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ନୁହେଁ । ଏହା ମୁଖ୍ୟତଃ ଦୃଶ୍ୟ-ଶ୍ରାବ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ । ଏଣୁ ଏହି ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି କରିବା ଏକ ସୁଚିନ୍ତିତ, ଯୋଜନାବଦ୍ଧ ତଥା ଶ୍ରମ ଓ ସମୟ ସାପେକ୍ଷ କାର୍ଯ୍ୟ । ଏଥିପାଇଁ ପ୍ରଥମେ କିପରି ଚିନ୍ତନ, ପରେ ଅଗ୍ରଲେଖ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ଏବଂ ଘଟଣାସ୍ଥଳରୁ ସଂଗୃହୀତ ବାଇଟ୍ ଓ ଚିତ୍ରରୂପ ଯୋଡାଯାଇ କିପରି ସମଗ୍ର ଖବରର ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗ ପ୍ରସ୍ତୁତି କରାଯାଏ, ସେବିଷୟରେ ଧାରଣା ପ୍ରଦାନ କରିବା ସମ୍ପୃକ୍ତ ପାଠର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ।

୩.୨ ବିଷୟ ପରିଚୟ

ଟେଲିଭିଜନ୍ ମୁଖ୍ୟତଃ ଦୃଶ୍ୟ-ଶ୍ରାବ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ହୋଇଥିବାରୁ ଏଥିପାଇଁ ଅତ୍ୟନ୍ତ ସର୍ତକତାର ସହିତ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ଖବରକାଗଜ ଭଳି ଏହା ଗତକାଲିର ଖବରକୁ ଆଜି ପ୍ରସାରଣ କରେ ନାହିଁ ବରଂ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଘଟଣାର ତାଜା ଖବର ପ୍ରସାରଣ କରେ । ଏହି ହେତୁ ଟେଲିଭିଜନ ପାଇଁ ଯୁଦ୍ଧକାଳୀନ ଭିତ୍ତିରେ ଖବର ପ୍ରସ୍ତୁତି କରି ପ୍ରସାରଣ କରିବାକୁ ପଡ଼େ ।

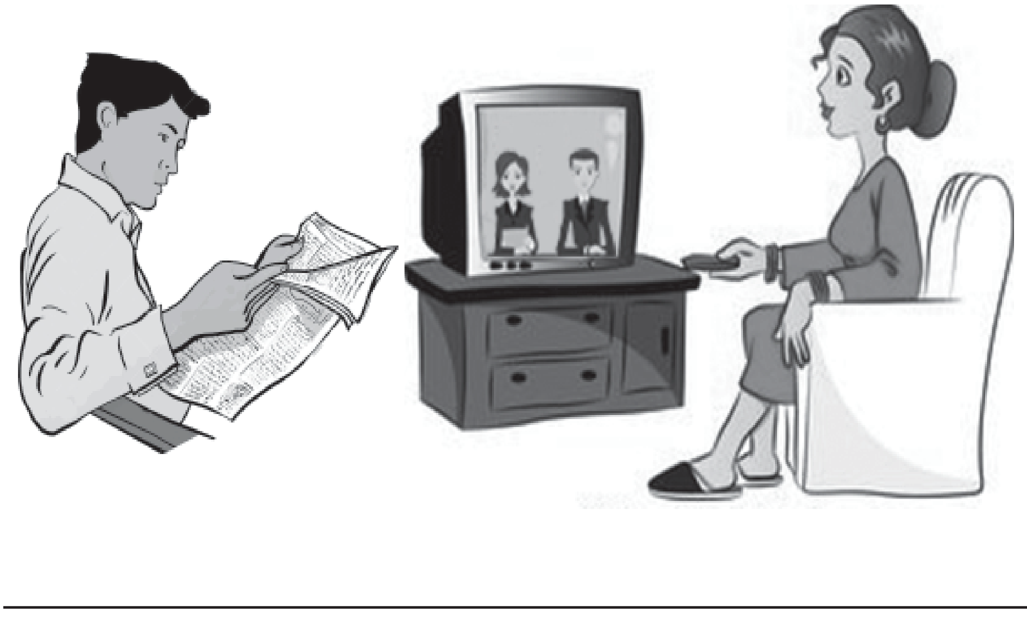
ଦେଶ ବିଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନରୁ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଦ୍ୱାରା ଅବସ୍ଥାପିତ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କଠାରୁ ଖବର, ଦୃଶ୍ୟରୂପ ଓ ବାଇଟ୍‌ଗୁଡିକ ତୁରନ୍ତ ସେବାପ୍ରଦାନକାରୀ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧ୍ୟମ ଯୋଗେ ନ୍ୟୁଜରୁମ୍‌କୁ ଆସେ । ଏଗୁଡିକର ଗୁରୁତ୍ୱକୁ ପରଖିଲା ପରେ ଅଗ୍ରାଧିକାର ଭିତ୍ତିରେ ପ୍ରମୁଖ ଖବରକୁ ହେଡ୍‌ଲାଇନ୍ ଓ ସାଧାରଣ ଖବରକୁ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଖବର ଶିରୋନାମାରେ ପ୍ରସାରଣ କରିବାକୁ ପଡ଼େ । ଏଥିପାଇଁ ନ୍ୟୁଜ୍‌ହେଡ୍‌ଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟେକ୍ଷ ତତ୍ତ୍ୱାବଧାନରେ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସର୍ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରନ୍ତି, ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦନା କରନ୍ତି ଓ ପ୍ରସାରଣ ଅଧିକାରୀମାନେ ଉତ୍ତମ ରୂପେ ପ୍ରସାରଣ କରନ୍ତି । ସମଗ୍ର ପ୍ରକ୍ରିୟାଟି ସମ୍ପର୍କରେ ଏହି ପାଠରେ ଆଲୋଚନା କରାଯାଇଛି ।

୩.୩ ଦୃଶ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି

ପ୍ରତ୍ୟେକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ପ୍ରକାଶ ଭଙ୍ଗୀ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର । ଛାପା ମାଧ୍ୟମର ପ୍ରକାଶକଳାଠାରୁ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧ୍ୟମର ପ୍ରକାଶ ଭଙ୍ଗୀ ମଧ ପୃଥକ । ପୁଣି ଶ୍ରାବ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ଠାରୁ ଦୃଶ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ମଧ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର । ତେଣୁ ପ୍ରତ୍ୟେକ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଏକ ପ୍ରକାରର ଆଲେଖ୍ୟ ଚଳେ ନାହିଁ । ଦୃଶ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି କରିବାର ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର କଳା କୌଶଳ ରହିଛି । ତେଣୁ ଏଥିପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି କରିବା ପୂର୍ବରୁ ପ୍ରଥମେ ଦୃଶ୍ୟ ମାଧ୍ୟମକୁ ବୁଝିବାକୁ ପଡ଼ିବ ।

ସର୍ବଦା ମନେ ରଖିବାକୁ ପଡ଼ିବ ଯେ, କେବଳ ଦୃଶ୍ୟମାଧମ ଦ୍ୱାରା ଦର୍ଶକଙ୍କ ସହିତ ଉତ୍ତମ ଯୋଗାଯୋଗ ସ୍ଥାପନ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଉତ୍ତମ ଆଲେଖ୍ୟ ଦ୍ୱାରା ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ବାନ୍ଧି ରଖାଯାଇପାରେ । ଦୃଶ୍ୟ ମାଧମ ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ମାଧମ ମାଧମର ବିଶେଷ ପାର୍ଥକ୍ୟ ହେଉଛି ଦୃଶ୍ୟାତ୍ମକ ଉପାଦାନ । ତେଣୁ ଖରାପ ଧରଣର ଦୃଶ୍ୟାତ୍ମକ ସଂଯୋଜନା ଯୋଗୁଁ ଦର୍ଶକମାନେ ଏଥିପ୍ରତି ବିମୁଖତା ପ୍ରକାଶ କରିଥାନ୍ତି । ଅନ୍ୟ ମାଧମ ତୁଳନାରେ ଦୃଶ୍ୟ ମାଧମ କେବଳ ଦୃଶ୍ୟ-ଶ୍ରାବ୍ୟର ମିଳିତ ଉପାଦାନ ହୋଇଥିବାରୁ ଏହାର ବିଶେଷତା ଲକ୍ଷ୍ୟ କରାଯାଇଥାଏ ।

- ପ୍ରକୃତରେ ଦେଖିବାକୁ ଗଲେ ଖବର ସମସ୍ତ ମାଧମ ପାଇଁ ସମାନ, ମାତ୍ର ପରିବେଷଣର ଭଙ୍ଗୀ ଅଲଗା ।
- ଛାପା ମାଧମ ଅପେକ୍ଷା ପ୍ରସାରଣ ମାଧମରେ ଷ୍ଟୋରୀର ଲମ୍ବ ଛୋଟ ।
- ଛାପା ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ସ୍ଥାନ ଭଳି, ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧମ ପାଇଁ ସମୟର ମୂଲ୍ୟ ତା'ଠାରୁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ।
- ବୁଲେଟିନ୍‌ର ସମୟ ଅବଧି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ହୋଇଥିବାରୁ ସେଥିରେ ଯିବାକୁ ଥିବା ଷ୍ଟୋରୀର ସଂଖ୍ୟା ମଧ ପୂର୍ବ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ।
- ଛାପା ମାଧମରେ ଗୋଟିଏ ଷ୍ଟୋରୀର ଗୁରୁତ୍ୱ ଅପେକ୍ଷା ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧମରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ସାମାନ୍ୟ ଭିନ୍ନ ।
- ଗୋଟିଏ ଘଟଣା ଘଟିବାର କିଛି କ୍ଷଣ ବା ଘଟୁଥିବା ସମୟରେ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧମ ତାକୁ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚାଇପାରେ, ମାତ୍ର ଛାପା ମାଧମ ଘଟଣାର ପରଦିନ ସେହି ଖବରକୁ ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ପରିବେଷଣ କରେ ।
- ଛାପା ମାଧମ ପାଇଁ ଖବର ପ୍ରସ୍ତୁତି ବେଳେ ୬ 'କ'(5W 1H) ସୂତ୍ରଟି ପ୍ରଥମ ପାରାଗ୍ରାଫ୍‌ରେ ସ୍ଥାନିତ ହେବା ବେଳେ, ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧମରେ କିଏ, କାହିଁକି, କ'ଣ, କେମିତି, କେତେବେଳେ, କେଉଁଠି ଭିତରୁ ଗୋଟିଏକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଇ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଆରମ୍ଭ କରାଯାଏ ।
- ଲୋକଙ୍କ ପାଖରେ ଛାପା ଅକ୍ଷର ଅପେକ୍ଷା ଦୃଶ୍ୟରୂପ ଅଧିକତର ଭାବରେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ।
- ଏଥିରେ ଦୃଶ୍ୟରୂପ ଦ୍ୱାରା ଅନେକ କଥା ବ୍ୟକ୍ତ କରାଯାଇ ପାରୁଥିବା ହେତୁ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ମାଧମ ଅପେକ୍ଷା ଏଥିରେ କମ୍ ଲେଖିବାକୁ ପଡ଼େ ।
- ଦୃଶ୍ୟ ମାଧମରେ ଗୋଟିଏ ଶବ୍ଦର ଉଚ୍ଚାରଣ ସହିତ ବନାନ୍‌ଗତ ଶୁଦ୍ଧତା ରକ୍ଷା କରାଯିବା ମଧ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ।
- ଗୋଟିଏ ବିଷୟ ଉପରେ ନିଜ ମତ ଦେଇଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର ଦୃଶ୍ୟ ରୂପ ସହିତ ନାମ, ଚେହେରା, ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ ଓ ପଦବୀ ଦୃଶ୍ୟ ହେଉଥିବାରୁ ଦର୍ଶକଙ୍କ ନିକଟରେ ଦୃଶ୍ୟ ମାଧମଟି ବିଶ୍ୱସନୀୟ ହୋଇପାରେ ।
- ଘଟଣା ସହିତ ଜଡ଼ିତ ପ୍ରତିଟି ପ୍ରମାଣକୁ ଦୃଶ୍ୟ ମାଧମ ଅତି ସାବଧାନତାର ସହିତ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଆଗରେ ପରିବେଷଣ କରେ, ଯାହା ଅନ୍ୟ ମାଧମରେ ସମ୍ଭବ ନୁହେଁ ।
- ଦୃଶ୍ୟ ମାଧମ ପାଇଁ ଷ୍ଟୋରୀଟି ଲେଖିବା ବେଳେ ଅତି ସାବଧାନତାର ସହିତ ଆଖି ଓ କାନ ଉଭୟଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।



୩.୪ ଆଙ୍କର୍ ଅଗ୍ରଲେଖ ପ୍ରସ୍ତୁତି

ଟେଲିଭିଜନ୍‌ରେ ଖବରକୁ ଜଣେ ନ୍ୟୁଜ୍‌କାଷ୍ଟର୍ / ଆଙ୍କର୍ / ଉପସ୍ଥାପକ ସୁନ୍ଦର ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପନ କରନ୍ତି । ଟେଲିଭିଜନ୍ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନରେ ପ୍ରଥମେ ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକ ଗୋଟିଏ ଖବରର ଅତି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଂଶକୁ ପାଠ କରନ୍ତି । ପରେ ସେଇ ଖବରକୁ ନେଇ ତିଆରି ହୋଇଥିବା ଷ୍ଟୋରୀଟି ଏହାକୁ ଅନୁସରଣ କରିବା ସହିତ ବିସ୍ତାରିତ କରେ । ତାଙ୍କ କଥନ ଶୈଳୀ ତଥା ଉପସ୍ଥାପନ କରିବାର ଢଙ୍ଗ ଅତି ଉନ୍ନତମାନର ହୋଇଥାଇ ପାରେ । ମାତ୍ର ସେ ପଢୁଥିବା ଆଲେଖ୍ୟରେ ଯଦି ଦମ୍ ନଥାଏ, ତେବେ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍‌ଟି ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିପାରେ ନାହିଁ । ତେଣୁ ଆଙ୍କର କପିଟିକୁ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଶୈଳୀରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ପଡ଼େ ।

- ଦୃଶ୍ୟମାଧ୍ୟମ ପ୍ରସାରଣରେ ପ୍ରଥମେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଷ୍ଟୋରୀର ଲିଡ୍ ଉପସ୍ଥାପିତ ହୁଏ ।
- ଷ୍ଟୋରୀ ପ୍ରତି ସମସ୍ତ ଶ୍ରୋତା ଓ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଧ୍ୟାନ କେନ୍ଦ୍ରିତ କରିବା ପାଇଁ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଲିଡ୍ ଲେଖାଯାଏ ।
- ଲିଡ୍‌ରେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଷ୍ଟୋରୀର ସାରାଂଶ ଥାଏ ।
- ଗୋଟିଏ ଭଲ ଲିଡ୍ ଦର୍ଶକକୁ ଷ୍ଟୋରୀ ପ୍ରତି ଆକର୍ଷିତ କରିପାରେ ।

ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ଆଲେଖ୍ୟର ଗୁରୁତ୍ୱ ଥିବାରୁ ଏଇ କପି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ପାଇଁ କେତେକ ସଫଳ ଓ ସରଳ ସୂତ୍ର ସମ୍ପର୍କରେ ଏଠାରେ ସାଧାରଣ ଧାରଣା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇପାରେ ।

- ରିପୋର୍ଟର ଦେଇଥିବା ଷ୍ଟୋରୀର ପ୍ରଥମ ଭଏସ୍-ଓଭର୍ ଲିଡ୍‌ରେ ରହିବା ଉଚିତ ନୁହେଁ ।
- ଲିଡ୍‌ର ଶେଷ ଭାଗରେ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ବାଟ କଢ଼ାଇଲା ଭଳି ଶବ୍ଦ, ନାମ ବା ବାକ୍ୟ ରହିବା ଉଚିତ୍ ।
- ସମଗ୍ର ଷ୍ଟୋରୀର ଦୃଶ୍ୟକୁ ଦେଖି ଲିଡ୍ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ଦର୍ଶକ ଦେଖିବାକୁ ଥିବା ଷ୍ଟୋରୀର ଦୃଶ୍ୟକୁ ଦେଖି, ପ୍ରତ୍ୟକଟି ଷ୍ଟୋରୀ ପାଇଁ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ଲିଡ୍ ରହିବା ଉଚିତ୍ ।
- ଷ୍ଟୋରୀରେ ଥିବା ଦୃଶ୍ୟ ଅନୁଯାୟୀ ଷ୍ଟୋରୀରେ ସରଳ ଓ କଠିନ ଲିଡ୍ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ ।
- ତେବେ ଅଧିକ ବର୍ଣ୍ଣନା ନକରି, ସିଧାସଳଖ ଲିଡ୍ ଲେଖିବା ଦ୍ୱାରା ଦର୍ଶକ ଆକୃଷ୍ଟ ହୋଇଥାନ୍ତି ।
- ଯଥାସମ୍ଭବ ମାନବିକ ଆବେଗକୁ ଲିଡ୍‌ରେ ସ୍ଥାନ ଦେବା ଭଲ ।
- ଯେଉଁ ଘଟଣା ଉପରେ ଲିଡ୍ ରହୁଛି, ସେଥିରେ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଉପରେ କେଉଁ ପ୍ରକାର ପ୍ରଭାବ ପଡ଼ିବ / ପଡ଼ିପାରେ ତାହା ମଧ ଲିଡ୍‌ରେ ରହିବା ଜରୁରୀ ।
- ଉପଭୋକ୍ତା ବା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଇଁ କରାଯାଇଥିବା ଷ୍ଟୋରୀର ଲିଡ୍‌ରେ 'ଆପଣ' ଶବ୍ଦର ଯଥାସମ୍ଭବ ବ୍ୟବହାର, ଏହାକୁ ଅଧିକ ଆକର୍ଷଣୀୟ କରିପାରେ ।
- କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସମ୍ପର୍କରେ ଷ୍ଟୋରୀଟି ଥିଲେ ଲିଡ୍‌ରେ ସେ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ନେଇ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବା ଦରକାର ।
- ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଷ୍ଟୋରୀ ପ୍ରସାରଣ କାଳରେ କୌଣସି ପରିସ୍ଥିତିରେ ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର ମାନସମ୍ମାନ ପ୍ରତି ଆଘାତ ନଲାଗିବା ଦରକାର ।
- ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ବେଶି ସମୟ ଭାବିବା ପାଇଁ ନଦେଇ ସିଧାସଳଖ ଘଟଣା ସମ୍ପର୍କିତ ତଥ୍ୟକୁ ଦୁଇରୁ ଚାରିଟି ବାକ୍ୟରେ ଲିଡ୍‌ରେ ଉପସ୍ଥାପନ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କଥା ହେଉଛି ଲିଡ୍‌ଟିର ଅବଧି ପ୍ରାୟ ୩୦ସେକେଣ୍ଡ୍ ମଧ୍ୟରେ ରହିବା ଜରୁରୀ ।
- ଯେକୌଣସି ଲିଡ୍‌ରେ- କ'ଣ, କାହିଁକି, କେଉଁଠି, କେତେବେଳେ, କିଏ, କେମିତି ଇତ୍ୟାଦିର ଉତ୍ତର ପୂରଣ କରିବା ଉଚିତ୍ ।

- ସର୍ବଦା ସରଳ ବାକ୍ୟ ଦ୍ୱାରା ଲିଡ୍‌ଟିକୁ ଲେଖିବା ଭଲ ।
- ଲିଡ୍‌ରେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଉଥିବା ସମସ୍ତ ତଥ୍ୟ ସର୍ବନିମ୍ନ ଶବ୍ଦକୁ ୧୫ ବା ତା'ମଧରେ ରଖାଯିବା ଉଚିତ୍ ।
- ଲିଡ୍‌ଟିରେ କୌଣସି ଉଦ୍ଧୃତି ନରଖି ସିଧାସଳଖ ତଥ୍ୟକୁ ଆସିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ଷ୍ଟୋରୀ ଭିତରେ ଥିବା କାରଣ / କାହିଁକିକୁ ଲିଡ୍‌ରେ ଯଥାସମ୍ଭବ ସ୍ଥାନ ଦେବା ଜରୁରୀ ।
- ଲିଡ୍‌ରେ ଷ୍ଟୋରୀ ପଠାଇଥିବା ରିପୋର୍ଟରଙ୍କ ନାମ, ସେ କେଉଁ ସ୍ଥାନରୁ ପଠାଇଛନ୍ତି,ଏହା ସହିତ ଲାଇଭ୍ ସ୍ଥଳରେ ଥିଲେ ସ୍ଥାନ ସହିତ ଉତ୍ସବ / ଘଟଣାର ନାମ ଇତ୍ୟାଦି ଲିଡ୍‌ରେ ରଖାଯାଏ ।
- ଲିଡ୍‌ଟିରେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଷ୍ଟୋରୀଟି ଅଧିକତର ଭାବରେ ବୁଝାପଡୁଥିବା ଦରକାର ।
- ଲିଡ୍ ସର୍ବଦା ବର୍ତ୍ତମାନ କାଳରେ ଲେଖାଯିବା ଉଚିତ୍।
- ହେଡ୍‌ଲାଇନ୍ ଭଳି ଖଣ୍ଡବାକ୍ୟରେ ଲିଡ୍ ନଲେଖି ବରଂ ସରଳ ଓ ଶୁଦ୍ଧ ବାକ୍ୟରେ ଲିଡ୍ ଲେଖାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ଅଧିକରୁ ଅଧିକ ଲିଡ୍ ଦୁଇରୁ ତିନିଟି ବାକ୍ୟ ଭିତରେ ସୀମିତ ରହିବା ଉଚିତ୍ । ଲିଡ୍‌ରେ ସମୟ କଥା ଲେଖିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ନାହିଁ ।

ଆଲୋଚିତ ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡିକ ପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେଲେ ଲିଡ୍ ଲେଖିବା ସହଜସାଧ୍ୟ ହୋଇପାରିବ । ଏସବୁ ସହିତ ଅଭ୍ୟସ୍ତ ହୋଇପାରିଲେ, ଜଣେ ଭଲ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍ ମଧ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିପାରିବେ ।

୩.୫ ବାଇଟ୍ ଗୁଡ଼ିକର ସମ୍ପାଦନା

- ବାଇଟ୍ ଗୁଡ଼ିକର ଅବଧି ୨୦ରୁ ୩୦ସେକେଣ୍ଡ୍ ଅବଧି ଭିତରେ ରଖାଯାଏ ।
- ବାଇଟ୍ ଗୁଡ଼ିକ ସମ୍ପାଦନା କଲା ସମୟରେ ଯଥାସମ୍ଭବ ସତର୍କତା ଅବଲମ୍ବନ କରାଯାଏ ।
- ଦରକାର ପଡ଼ିଲେ ଗୋଟିଏ ବାଇଟ୍‌କୁ ମଝିରୁ କାଟି, ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଂଶକୁ ଯୋଡ଼ାଯାଏ ।
- ଏହି ଯୋଡ଼ିବା ପାଇଁ ଏକ ବା ଦରକାର ପଡ଼ିଲେ ଏକାଧିକ ହ୍ୱାଇଟ୍ ଫ୍ଲାସର ସାହାଯ୍ୟ ନିଆଯାଏ ।
- ହ୍ୱାଇଟ୍ ଫ୍ଲାସର ଅବଧି ୧୫ଫ୍ରେମ୍ ଭିତରେ ସୀମିତ ରଖାଯାଏ ।
- ପ୍ରତିଟି ବାଇଟ୍‌କୁ ଭଲଭାବରେ ଶୁଣିବା ଓ ବୁଝିବା ପରେ ତା'ର ଆରମ୍ଭ ଓ ଶେଷ ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ କରାଯାଏ ।
- ଏ ପ୍ରକାର ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ କରନ୍ତି, କିନ୍ତୁ ଆବଶ୍ୟକ ପଡ଼ିଲେ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ ଓ ଆଉଟପୁଟ୍ ହେଡ୍‌ଙ୍କ ପରାମର୍ଶ ଓ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଚୂଡ଼ାନ୍ତ ହୁଏ ।
- ପ୍ରତିଟି ବାଇଟ୍ ଉପରେ ଏକ ଆଷ୍ଟନ୍ ପ୍ଲେଟ୍ ଦ୍ୱାରା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ନାମ ଓ ପଦବୀ ଲେଖାଯାଏ ।
- ଯଥାସମ୍ଭବ ପ୍ରତିଟି ବାଇଟ୍‌ରେ ସଠିକ୍ ଆଷ୍ଟନ୍ ପ୍ଲେଟ୍ ଦେବା ଉଚିତ୍।
- ଗଣଦୁଷ୍କର୍ମ ଭଳି ସମ୍ବେଦନଶୀଳ ଖବରରେ ବାଇଟ୍ ଦେଉଥିବା ପୀଡିତଙ୍କ ମୁହଁକୁ ବ୍ଲର ବା ମୋଜାଇକ୍ ଭଳି କିଛି ଇଫେକ୍ଟସ୍ ବ୍ୟବହାର କରି ଲୁଚାଯାଏ ।

- ଏଭଳି ବାଇଟ୍‌ରେ ପୀଡିତଙ୍କ ମାନସମ୍ମାନ ଅକ୍ଷୁଣ୍ଣ ରଖିବା ପାଇଁ ଆଷ୍ଟନ୍ ପ୍ଲେଟ୍‌ରେ ଛଦ୍ମନାମ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ ।
- ବାଇଟ୍‌ର ଅଡିଓ ଖରାପ ଥିଲେ, ଯଥାସମ୍ଭବ ଅଡିଓ ଇଫେକ୍ଟସ୍ ଓ ଫିଲ୍ଟର୍ସ ପକାଇ ତାକୁ ପ୍ରସାରଣଯୋଗ୍ୟ କରାଯାଏ ।
- ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକ ବାଇଟ୍‌ର ଅଡିଓ ଠିକ୍ ହୋଇ ନଥିଲେ ତାହା ଉପର ଗୋଟିଏ କୋଣରେ ଖରାପ ଅଡିଓ ବୋଲି ଲେଖିବା ଜରୁରୀ ।
- ନିୟମ ଅନୁଯାୟୀ ବାଇଟ୍‌ର ଅଡିଓ ଲେବଲ୍ ମାଇନସ୍ ୧୨ ଡେସିବଲ୍ ମଧରେ ରଖାଯାଏ ।
- ପ୍ରସାରଣ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଥିବା ପ୍ରତିଟି ବାଇଟ୍‌ର ଆରମ୍ଭରେ ଓ ଶେଷରେ ଅଡିଓ ଫେଡ୍ କରି ଦିଆଯିବା ଉଚିତ୍, ନହେଲେ ତାହା ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିପାରେ ନାହିଁ ।

- ଆବଶ୍ୟକ ପଡ଼ିଲେ ଗୋଟିଏ ଓ୍ୱିଣ୍ଡୋ ଭିତରେ ଏକାଧିକ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପରସ୍ପର ବିରୋଧୀ ବାଇଟ୍ ରଖାଯାଇ ପାରେ ।
- ଗୋଟିଏ ବାଇଟ୍‌ର ଅବଧି ଆବଶ୍ୟକତା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଏକ ମିନିଟ୍ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ରଖା ଯାଇପାରେ ।
- ଅତି ଖରାପ ଭିଜୁଆଲ୍ ଥିଲେ ସେ ବାଇଟ୍‌କୁ ଷ୍ଟୋରୀରୁ ବାଦ୍ ଦିଆଯାଏ, ନହେଲେ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଯଥାସମ୍ଭବ ସୀମିତ କରାଯାଏ ।
- ବାଇଟ୍ ଦେଇଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ବାଇଟ୍ ମଝିରେ ଖରାପ ବା ଅଶ୍ଳୀଳ ଭାଷା ପ୍ରୟୋଗ କରିଥିଲେ ତାକୁ ବିପ୍ ଦ୍ୱାରା ଚପାଇ ଦିଆଯାଏ ।
- ଅପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ବାଇଟ୍‌ଗୁଡିକ ଏଡ଼ାଇ ଦିଆଯାଏ ।
- ଅନେକ ସମୟରେ ଆସିଥିବା ବାଇଟ୍ ଗୁଡିକରେ ସାମ୍ବାଦିକ ନାମ, ପଦବୀ ଜାଣିନଥାନ୍ତି ବା କୌଣସି କାରଣରୁ ଲେଖାନଥାଏ, ଯାହାଯୋଗୁଁ ସେ ସ୍ଥାନରେ ଅପେକ୍ଷା କରି, ସେଇ ପ୍ରକାର ବାଇଟ୍‌କୁ ଅତି ସାବଧାନତାର ସହିତ ପଛରେ ସମ୍ପାଦନା କରିବାକୁ ପଡ଼େ ।

୩.୬ ଦୃଶ୍ୟ ରକ୍ଷଣ ଓ ସମ୍ପାଦନା

ସାମ୍ବାଦିକ ଘଟଣାସ୍ଥଳୀକୁ ଯାଇ ନ୍ୟୁଜ୍ ପାଇଁ ଖବର ଆଣିବା ସହିତ କ୍ୟାମେରାପର୍ସନଙ୍କ ସହାୟତାରେ ଦୃଶ୍ୟରୂପ ମଧ୍ୟ ରେକର୍ଡ କରାଇଥାନ୍ତି । କାର୍ଯ୍ୟାଳୟକୁ ଫେରିଆସିବା ପରେ ସୁଟିଂ ହୋଇ ଆସିଥିବା ଦୃଶ୍ୟରୂପକୁ ଇନଜେଷ୍ଟ ବା କ୍ୟାପଚର କରାନ୍ତି ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ପାଇଁ ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ହୋଇ ଆସିଥିବା ଭିଜୁଆଲ୍‌କୁ କ୍ୟାପଚର କରାଯିବା ନିହାତି ଜରୁରୀ । କ୍ୟାମେରାରେ ଯେଉଁ ଭିଜୁଆଲ୍ ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ହୁଏ ତାହା କ୍ୟାମେରାରେ ଥିବା କ୍ୟାସେଟ୍ ଅବା ମେମୋରୀ କାର୍ଡରେ ରେକର୍ଡ ହୁଏ । ସେଇ କ୍ୟାସେଟ୍‌ର ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟସୀମା ଯଥା-୪୨ମିନିଟ୍, ୬୦ମିନିଟ୍ ଅଥବା ୯୦ ମିନିଟ୍ ଅବଧିର ହୋଇଥାଏ । ଥରେ କ୍ୟାସେଟ୍‌ରେ ରେକର୍ଡ ହୋଇଗଲେ ତାକୁ କ୍ୟାପଚର କରିନେବା ପରେ ଆଉଥରେ ତାକୁ ଇରେଜ୍ କରି ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇପାରିବ । ସେହିଭଳି ଗୋଟିଏ ମେମୋରୀ କାର୍ଡର କ୍ଷମତା ୩୨ଜିବି ବା ୬୪ଜିବି ଭଳି ଥାଏ । ସେଥିରେ ଅତି ଉଚ୍ଚମାନର ୪ଘଣ୍ଟା ବା ତତୋଧିକ ଅବଧିର ଭିଡିଓ ରହିପାରେ । କିନ୍ତୁ ବେଳେବେଳେ କୌଣସି କାରଣରୁ ମେମୋରୀ କାର୍ଡ ବି କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାରେ ଅକ୍ଷମ ହୋଇଥାଏ । ତେଣୁ ନ୍ୟୁଜ୍ ଭଳି ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କଥାକୁ ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ସରିବା ପରେ କ୍ୟାସେଟ୍ ଏବଂ ମେମୋରୀ କାର୍ଡକୁ ତୁରନ୍ତ କ୍ୟାପଚର ପାଇଁ ପଠାଇ ଦିଆଯାଏ ।

କ୍ୟାମେରାରେ ଥିବା ଭିଜୁଆଲ୍‌କୁ ତାର ସାହାଯ୍ୟରେ କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଭିତରେ ନେଇ ସଜାଡି ରଖିବା ହେଉଛି କ୍ୟାପଚର ବା ଇନଜେଷ୍ଟ୍ । ଏହା ଗୋଟିଏ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ପ୍ରକ୍ରିୟା । ଉଭୟ ଅଡିଓ ଓ ଭିଡିଓ ଉପରେ ଯଥେଷ୍ଟ ଜ୍ଞାନ ଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ଏହି କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । କେଉଁ ଭିଜୁଆଲକୁ କେଉଁଠି ରଖାଯିବ, ତାହା ସେମାନେ ଭଲ ଭାବେ ଜାଣନ୍ତି । ପ୍ରତିଟି ଭିଜୁଆଲକୁ ଷ୍ଟୋରୀର ନାମ, ତାରିଖ, ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ନାମ, ସ୍ଥାନ ଇତ୍ୟାଦି ସୂଚନା ଦେଇ ସଂରକ୍ଷିତ କରିଥାନ୍ତି । କ୍ୟାପଚର କରିବା ବେଳେ ଭିଜୁଆଲ୍ କିଛି ଖରାପ ଥିଲେ ଇନଜେଷ୍ଟ୍ ଅପରେଟର୍ ତୁରନ୍ତ କ୍ୟାମେରାମ୍ୟାନଙ୍କୁ ଡକାନ୍ତି ଓ ସେ ବିଷୟରେ

ଜଣାନ୍ତି । ସୁବିଧା ଥିଲେ ପୁନଃ ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ପାଇଁ ଯିବାକୁ ପଡେ, ନଚେତ୍ ଷ୍ଟୋରୀରେ ସେ ଭିଜୁଆଲ୍‌କୁ ଛାଡି ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଉପଯୋଗୀ ଭିଜୁଆଲ୍ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ । ଭିଜୁଆଲ୍ କ୍ୟାପଚର ପାଇଁ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲରେ ଇନଜେଷ୍ଟ୍ ରୁମ୍ ଥାଏ । ଏଠାରେ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ପାଇଁ ଅସିଥିବା ସମସ୍ତ ଭିଜୁଆଲ୍ କ୍ୟାପଚର୍ କରାଯାଏ । ଭିଜୁଆଲ୍ କ୍ୟାପଚର ପାଇଁ ଗୋଟିଏ ଉଚ୍ଚକ୍ଷମତା ସମ୍ପନ୍ନ କମ୍ପ୍ୟୁଟର, ଭିଡିଓ କ୍ୟାପଚର କାର୍ଡ, କାର୍ଡ ରିଡର, ଭିଟିଆର୍, ସାଉଣ୍ଡ ସିଷ୍ଟମ୍, ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର କେବୁଲ୍, କନେକ୍ଟର ଓ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସଫ୍ଟୱେୟାର ଆବଶ୍ୟକ । କ୍ୟାମେରାରୁ ଆସିଥିବା କ୍ୟାସେଟ୍ ଅବା ମେମୋରୀ କାର୍ଡକୁ ଭିଟିଆର୍ ବା କାର୍ଡ ରିଡରରେ ଲଗାଇ ଦିଆଯାଏ । ପରେ ସେଥିରୁ ଏକାଧିକ କେବୁଲ୍ ଯୋଗେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କମ୍ପ୍ୟୁଟରର ସଫ୍ଟୱେୟାର୍ ଖୋଲି କ୍ୟାପଚର କରାଯାଏ । କ୍ୟାପଚର ଦ୍ୱାରା ହିଁ ଭିଜୁଆଲ ସଂରକ୍ଷଣ କାର୍ଯ୍ୟ ସମ୍ଭବ ହୁଏ । କ୍ୟାପଚର କରାଯାଉଥିବା ପ୍ରତ୍ୟକଟି ଭିଜୁଆଲକୁ ନ୍ୟୁଜ୍ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସର୍ଭରରେ ପକାଇଦିଆଯାଏ । ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ ଏସବୁକୁ ଦେଖିସାରିବା ପରେ ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ସମ୍ପାଦନା କରିଥାନ୍ତି ।

ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦନା :

ପୂର୍ବରୁ ଭିଜୁଆଲର ସଂରକ୍ଷଣ ବିଷୟରେ ଆଲୋଚନା କରାଯାଇଛି । ବର୍ତ୍ତମାନ ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦନା ବିଷୟରେ ବିସ୍ତୃତରେ ଆଲୋଚନା କରିବା । ପ୍ରତିଟି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ୨୪ଘଣ୍ଟା ପ୍ରସାରଣ ଚାଲୁଥିବାରୁ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ଏକାଧିକ ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକମାନେ କେବଳ ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଉଭୟ ନବୀନ ଓ ପ୍ରବୀଣ ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ ମାନେ ନ୍ୟୁଜ୍ ସମ୍ପାଦନା କରନ୍ତି । ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦନା ପାଇଁ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ପାଠ୍ୟକ୍ରମ ମଧ୍ୟ ଅଛି । ଏହି ପାଠ୍ୟକ୍ରମରେ ଉଭୟ ସମ୍ପାଦନାର କଳାତ୍ମକ ଓ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ଦିଗ ସମ୍ପର୍କରେ ପ୍ରଶିକ୍ଷଣ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ । ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ଷ୍ଟୋରୀ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ଦିଗରୁ ସୁନ୍ଦର ହେବା ସହିତ କଳାତ୍ମକ ଦିଗରୁ ମଧ ଦର୍ଶକୀୟ ଉତ୍କଣ୍ଠା ବୃଦ୍ଧି କରିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି । ତେଣୁ ପ୍ରତିଟି ଖବରକୁ ସମ୍ପାଦନା କରିବା ସମୟରେ ଯଥାସମ୍ଭବ ସତର୍କତା ଅବଲମ୍ବନ କରିବା ଜରୁରୀ । ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍‌କୁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଶୈଳୀରେ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଇପାରେ । ବ୍ରଡକାଷ୍ଟ୍ ଥିଓରୀ ଅନୁଯାୟୀ ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱ ଦୃଷ୍ଟିରୁ କେବଳ ଏଭିଓ ବା ଓସିଭିଓ, ବାଇଟ୍ ବା ସଟ୍, ଏଭିଓ ବାଇଟ୍ ବା ଓସିଭିଓ ସଟ୍, ବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଖବରକୁ ପ୍ୟାକେଜ୍, ଭୋସଟ୍ ଇତ୍ୟାଦି ବିଭିନ୍ନ ନାମରେ ନାମିତ କରାଯାଏ ।

- ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦନା କରିବା ପୂର୍ବରୁ ମୁଖ୍ୟତଃ ସମ୍ପାଦିତ ହେବାକୁ ଥିବା ଷ୍ଟୋରୀଟିର ପ୍ରସାରଣ ସମୟ ବୁଝି ସେ ଅନୁଯାୟୀ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଏ ।
- ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦନା ଡେସ୍କକୁ ଉଭୟ ଷ୍ଟୋରୀର ଲିଖିତ ଛାପା କପି, ଭିଜୁଆଲ୍, ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ ଏବଂ ଗ୍ରାଫିକ୍ସ ଇତ୍ୟାଦି ପହଞ୍ଚିଲେ ସମ୍ପାଦନା କାର୍ଯ୍ୟ ଆରମ୍ଭ କରାଯାଏ ।
- ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ ପ୍ରଥମେ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଭଲଭାବେ ପଢ଼ି କେଉଁ ପ୍ରକାର ସମ୍ପାଦନା କରିବେ ତାହା ଚିନ୍ତା କରନ୍ତି ।
- ସଫ୍ଟୱେୟାର ଖୋଲି ଷ୍ଟୋରୀ ନାମରେ ନୂଆ ପ୍ରୋଜେକ୍ଟ ସୃଚିତ କରାଯାଏ ।
- ଆସିଥିବା ଷ୍ଟୋରୀର ଲିଖିତ ଛାପା କପି ଉପରେ ଥିବା ନାମ ଅନୁସାରେ ସର୍ଭରରୁ ଭିଜୁଆଲ୍ ଓ ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ ଆଣି ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଭାବେର ରଖାଯାଏ ।
- କପିକୁ ପଢ଼ି ଭିଜୁଆଲ୍ ଓ ଭଏସ୍‌ଓଭରକୁ ମିଳାଇବାକୁ ପଡ଼େ ।
- ଭିଜୁଆଲ୍‌କୁ ଭଲ ଭାବେ ଦେଖିସାରିଲା ପରେ ସମୟ ଅନୁଯାୟୀ ଅଭାବ ପଡ଼ିଲେ ବା ଅନ୍ୟ କୌଣସି ଅସୁବିଧା ଦେଖାଗଲେ ତୁରନ୍ତ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କୁ ଜଣାଇବାକୁ ପଡ଼େ ।
- ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧ୍ୟମରେ ସମୟ ବଡ଼ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ହେଉଥିବାରୁ ଦରକାର ପଡ଼ିଲେ ସେ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଅସୁବିଧା କାରଣରୁ ପଛକୁ ରଖାଯାଇପାରେ ।
- ଭଏସ୍‌ଓଭର୍‌କୁ କପି ଅନୁଯାୟୀ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଏ । ଏଥିରେ ଅଡିଓର ଲେବୁଲ୍‌ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି, ଆରମ୍ଭ ଓ ଶେଷରେ ଫେଡ୍ କରିବା, କମାଣ୍ଡ୍ ଗୁଡିକ କାଟିବା ଇତ୍ୟାଦି କାର୍ଯ୍ୟ ସାମିଲ୍ ଥାଏ ।
- ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ ଉପରେ ଭିଜୁଆଲ୍ ପେଷ୍ଟ କରାଯାଏ ।

- ବାଇଟ୍ ଗୁଡିକ କାଟି ଷ୍ଟୋରୀ ଭିତରେ କ୍ରମାନୁସାରେ ସଜାଇ ରଖାଯାଏ ।
- ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦନା ସରିବା ପରେ ଷ୍ଟୋରୀର ପ୍ରକାର ଅନୁସାରେ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ଲାଗି ପ୍ରଚ୍ଛଦପଟ୍ଟ ସଙ୍ଗୀତ, ଭିଜୁଆଲ୍ ଇଫେକ୍ଟସ୍, ଗ୍ରାଫିକ୍ସ ଇତ୍ୟାଦିର ସଂଯୋଜନା କରାଯାଏ ।
- ବ୍ୟବହୃତ ବାଇଟ୍ ଗୁଡିକରେ ଆଷ୍ଟନ୍ ପ୍ଲେଟ୍ ପକାଯାଏ ।
- ସର୍ଭରରେ ପକାଇବା ପୂର୍ବରୁ ଭଲଭାବରେ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଆମୂଳଚୂଳ ଦେଖି, କିଛି ତ୍ରୁଟି ଥିଲେ ସଂଶୋଧନ କରାଯାଏ ।

ସମ୍ପାଦନାର କେତୋଟି ସୂତ୍ର :

- ସର୍ବଦା ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ହୋଇ ଆସିଥିବା ଅଡିଓକୁ ଷ୍ଟୋରୀରେ ବ୍ୟବହାର କରିଲେ ଜୀବନ୍ତ ଲାଗେ । କିନ୍ତୁ କୌଣସି ଅପଶବ୍ଦ ଥିଲେ ତାହାକୁ ଏଡ଼ାଇ ଦିଆଯାଏ ।
- ଭିଜୁଆଲ ଓ ସାଉଣ୍ଡର ସରଳ ବ୍ୟବହାର ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଧ୍ୟାନନିଷ୍ଠ କରିପାରେ ।
- ଅଯଥା ଜଟିଳ ସମ୍ପାଦନା କରି ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଦୁର୍ବୋଧ କରିବା ଅନୁଚିତ୍ ।
- ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁଯାୟୀ ଭିଜୁଆଲ୍ ଇଫେକ୍ଟସ୍ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଉଚିତ୍ ।

୩.୭ ଏକତ୍ରୀକରଣ

- ମୁଖ୍ୟତଃ ଟେଲିଭିଜନ୍ ହେଉଛି ସର୍ବୋତ୍କୃଷ୍ଟ ଦୃଶ୍ୟ-ଶ୍ରାବ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ । ଖବର କାଗଜ ଓ ବେତାର ମାଧ୍ୟମଠାରୁ ଏହାର ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତିରେ ଅନେକ ପ୍ରକାରର ବିଶେଷତା ରହିଛି । ଏହି ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି କରିବା ଏକ ସୁଚିନ୍ତିତ, ଶ୍ରମ-ସାପେକ୍ଷ କାର୍ଯ୍ୟ । ଏଥିପାଇଁ ପ୍ରଥମେ ଗଭୀର ଚିନ୍ତନ କରାଯିବା ପରେ ଏହାର ଅଗ୍ରଲେଖ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ଦେଶ ବିଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ଘଟଣାସ୍ଥଳରୁ ସଂଗୃହୀତ ବାଇଟ୍ ଓ ଚିତ୍ରରୂପ ଏହା ସହିତ ସଂଯୋଜନା କରାଯାଏ । ସମଗ୍ର ଖବରର ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗ ପ୍ରସ୍ତୁତି କରିବା ପାଇଁ ନ୍ୟୁଜ୍‌ରୁମ୍‌ରେ କାର୍ଯ୍ୟରତ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କୁ ଅନେକ ଶ୍ରମ କରିବାକୁ ହୁଏ । ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ, କପି ଏଡିଟର୍, ଉପସ୍ଥାପକ, ମୁଖ୍ୟସମ୍ପାଦକ ଇତ୍ୟାଦି କର୍ମଚାରୀଙ୍କୁ ଅତି ତତ୍ପରତାର ସହିତ କାର୍ଯ୍ୟ ସମ୍ପାଦନ କରିବାକୁ ପଡ଼େ ।
- ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱର ବିଭିନ୍ନ କୋଣ ଅନୁକୋଣର ବିବିଧ ସ୍ଥାନରୁ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଦ୍ୱାରା ନିୟୋଜିତ ରିପୋର୍ଟରଙ୍କ ଠାରୁ ସଂଗୃହୀତ ଖବର, କେତେ ପ୍ରକାରର ଦୃଶ୍ୟରୂପ ଓ କେତେ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ବକ୍ତବ୍ୟର ବାଇଟ୍‌ଗୁଡିକ ସେବାପ୍ରଦାନକାରୀ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧ୍ୟମ ସହାୟତାରେ ତୁରନ୍ତ ନ୍ୟୁଜ୍‌ରୁମ୍‌କୁ ଅଣାଯାଏ । ନ୍ୟୁଜ୍‌ହେଡ୍ ପ୍ରତ୍ୟେକ ସଂଗୃହୀତ ଖବରର ଆବଶ୍ୟକତା ଗୁରୁତ୍ୱକୁ ବିଚାର କରନ୍ତି । କେଉଁ ଖବରକୁ ହେଡ୍‌ଲାଇନ୍ କରାଯିବ ଓ କେଉଁ ଖବରକୁ ସାଧାରଣ ଭାବରେ ପ୍ରସାରଣ କରାଯିବ ତାହା ବିବେଚନା କରି ଖବର ପ୍ରସାରଣ କରିବାକୁ ପଡେ । ଏଥିପାଇଁ ନ୍ୟୁଜ୍‌ହେଡ୍‌ଙ୍କ ପତ୍ୟକ୍ଷ ତତ୍ତ୍ୱାବଧାନରେ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସର ମୁଖ୍ୟ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରନ୍ତି । ଏହା ପରେ ଦୃଶ୍ୟସମ୍ପାଦକ ଆସିଥିବା ଉପଯୋଗୀ ଦୃଶ୍ୟଗୁଡିକ ସମ୍ପାଦନା କରିଥାନ୍ତି । ନ୍ୟୁଜ୍ ରୁମ୍‌ର ସମଗ୍ର ପ୍ରକ୍ରିୟାଟି ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସରଙ୍କ ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ପ୍ରସାରଣକାରୀଙ୍କ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସମସ୍ତଙ୍କ ବିଳିତ ସହଯୋଗରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷମ ହୋଇଥାଏ ।
- ନ୍ୟୁଜ୍‌ରୁମ୍‌ର ଅନେକ କାର୍ଯ୍ୟ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ । ଏଠାରେ ପ୍ରଥମେ କ୍ୟାମେରାର ଭିଜୁଆଲ୍‌କୁ ତାର ସାହାଯ୍ୟରେ କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଭିତରେ ସଜାଡି ରଖାଯାଏ । କେଉଁ ଅଡିଓ ଓ କେଉଁ ଭିଜୁଆଲକୁ କେଉଁଠି ରଖାଯିବ, ତାହା ସମ୍ପାଦକମାନେ ଭଲ ଭାବେ ଜାଣି ପ୍ରତିଟି ଭିଜୁଆଲକୁ ଷ୍ଟୋରୀର ନାମ, ତାରିଖ, ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ନାମ, ସ୍ଥାନ ଇତ୍ୟାଦି ସୂଚନା ଦେଇ ସଜାଡି ରଖିଥାନ୍ତି । ଭିଜୁଆଲ୍ କ୍ୟାପଚର ପାଇଁ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲରେ ଥିବା ଇନଜେଷ୍ଟ ରୁମ୍‌ରେ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ପାଇଁ ଆସିଥିବା ସମସ୍ତ ଭିଜୁଆଲ୍‌କୁ ଉଚ୍ଚକ୍ଷମତା ସମ୍ପନ୍ନ କମ୍ପ୍ୟୁଟର, ଭିଡିଓ କ୍ୟାପଚର କାର୍ଡ, କାର୍ଡ ରିଡର, ଭିଟିଆର୍, ସାଉଣ୍ଡ ସିଷ୍ଟମ୍, ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର କେବୁଲ୍, କନେକ୍ଟର ଓ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସଫ୍ଟୱେଆର ଦ୍ୱାରା କ୍ୟାପଚର କରାଯାଏ । କ୍ୟାମେରାରୁ ଆସିଥିବା କ୍ୟାସେଟ୍ ଅବା ମେମୋରୀ କାର୍ଡକୁ ଭିଟିଆର୍ ବା କାର୍ଡ ରିଡରରେ ଲଗାଇ ଏକାଧିକ କେବୁଲ୍ ଯୋଗେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କମ୍ପ୍ୟୁଟରର ସଫ୍ଟୱେଆର୍ ଖୋଲି କ୍ୟାପଚର କରାଯାଏ । କ୍ୟାପଚର କରାଯାଉଥିବା ପ୍ରତ୍ୟକଟି ଭିଜୁଆଲକୁ ନ୍ୟୁଜ୍ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସର୍ଭର୍‌ରେ ପଠାଇଦିଆଯାଏ ।

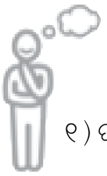
➤ ପ୍ରତିଟି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲରେ ୨୪ଘଣ୍ଟା ପ୍ରସାରଣ ଚାଲୁଥିବାରୁ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ଏକାଧିକ ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟରେ ବିଭିନ୍ନ ସିଫ୍ଟରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଦରକାର ପଡ଼ିଲେ ସେମାନେ ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଅସୁବିଧା କାରଣରୁ ପଛକୁ ରଖିପାରନ୍ତି । ଭଏସ୍‌ଓଭର୍‌କୁ କପି ଅନୁଯାୟୀ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଇ ଏଥିରେ ଅଡିଓର ଲେଭୁଲ୍ , ଫେଡ୍ ଓ କମାଣ୍ଡ୍ କାଟିବା ଇତ୍ୟାଦି କାର୍ଯ୍ୟ କରାଯାଏ । ପରେ ପରେ ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ ଉପରେ ଭିଜୁଆଲ୍ ପେଷ୍ଟ କରି ବାଇଟ୍ ଗୁଡିକ କାଟି ଷ୍ଟୋରୀ ଭିତରେ କ୍ରମାନୁସାରେ ସଜାଇ ରଖାଯାଏ । ଏଇ ପ୍ରକାର ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦନା ସରିବା ପରେ ଷ୍ଟୋରୀର ପ୍ରକାର ଅନୁସାରେ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ଲାଗି ପ୍ରଚ୍ଛଦପଟ୍ଟ ସଙ୍ଗୀତ, ଭିଜୁଆଲ୍ ଇଫେକ୍ଟସ୍, ଗ୍ରାଫିକ୍ସ ଇତ୍ୟାଦିର ସଂଯୋଜନା କରାଯାଏ ।

୩.୮ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ

ଏ ବିଷୟରେ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ ନିମ୍ନଲିଖିତ ବହିଗୁଡିକ ପଢ଼ିବା ଜରୁରୀ ।

ମାସ୍ କମ୍ୟୁନିକେସନ୍ସ ଏଣ୍ଡ୍ ମିଡିଆ ଷ୍ଟଡିଜ୍- ଏସ୍.ଏ.ଚୁନାୱାଲା- ହିମାଳୟ ପବ୍ଲିସିଙ୍ଗ୍ ହାଉସ୍- ପ୍ରଥମ ସଂସ୍କରଣ-୨୦୧୦

ମାସ୍ କମ୍ୟୁନିକେସନ୍ସ ଏଣ୍ଡ୍ ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଜିମ୍ ଇନ୍ ଇଣ୍ଡିଆ- ଡି.ଏସ୍.ମେହେଟା- ଆଲାଏଡ୍ ପବ୍ଲିଶର୍ସ ଲିମିଟେଡ୍-୨୦୦୧



୩.୯ ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା

୧) ଦୃଶ୍ୟମାଧମ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତିରେ କେଉଁ ଦିଗ ପ୍ରତି ଧାନ ଦେବା ଉଚିତ ?

୨) ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ବା ଆଙ୍କରଙ୍କ ପାଇଁ କିପରି ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ପଡ଼େ ?

୩) ଦୃଶ୍ୟସଂରକ୍ଷଣ ଓ ଏହାର ସମ୍ପାଦନା ସମ୍ପର୍କରେ ଧାରଣା ଦିଅ ।

୩.୧୦ ପ୍ରୟୋଗ

୧) ଗୋଟିଏ ୧୦ ମିନିଟ୍ ବୁଲେଟିନ୍ ପାଇଁ ଆଙ୍କର ଲିଡ୍ ବା ଅଗ୍ରଲେଖ ପ୍ରସ୍ତୁତ କର ।
୨) ନିଜେ ଗୋଟିଏ ବାଇଟ୍ ସଂଗ୍ରହ କରି ତାକୁ ସମ୍ପାଦନା କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କର ।

୩.୧୧ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ

ସର୍ଭର- ଗୋଟିଏ ଅଫିସରେ ଥିବା ସମସ୍ତ କମ୍ପ୍ୟୁଟରକୁ ଯୋଗାଯୋଗ ସ୍ଥାପନ କରୁଥିବା ମୁଖ୍ୟ କମ୍ପ୍ୟୁଟର ।

ଆଙ୍କର ଲିଡ୍- ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ପାଇଁ ଲେଖାଯାଉଥିବା ଆଲେଖ୍ୟ, ଯାହା ପ୍ରଥମେ ଉପସ୍ଥାପକ ପଢ଼ନ୍ତି ।

ଇନଜେଷ୍ଟ- ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ହୋଇ ଆସିଥିବା ଦୃଶ୍ୟରୂପକୁ କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଭିତରକୁ ନେବା ପ୍ରକ୍ରିୟା ।

ନ୍ୟୁଜ୍‌ରୁମ୍- ଗୋଟିଏ ବଡ଼ ଘର, ଯେଉଁଠିକୁ ଖବର ଆସେ, ସମ୍ପାଦିତ ହୋଇ ପ୍ରସାରଣ ଉପଯୋଗୀ କରାଯାଏ ।

ବାଇଟ୍- ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବିଷୟ ଉପରେ କ୍ୟାମେରା ସାମ୍ନାରେ ଦିଆଯାଇଥିବା ମତ ।

■ ■ ■

ୟୁନିଟ୍ - ୪

୪.୦ ବିଷୟ ଗଠନ

୪.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
୪.୨ ବିଷୟ ପରିଚୟ
୪.୩ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନା
୪.୪ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍
୪.୫ ନ୍ୟୁଜ୍ ଫିଚର୍
୪.୬ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀ ଉପରେ ଆଧାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ
୪.୭ ଏକତ୍ରୀକରଣ
୪.୮ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ
୪.୯ ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା
୪.୧୦ ପ୍ରୟୋଗ
୪.୧୧ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ

୪.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଜୀବନର ଗତିଭଙ୍ଗୀ ବିଚିତ୍ର । ଜୀବନ ଚଳଣି ପାଇଁ ନାନାଦି ବିଦ୍ୟା ସହିତ ସମ୍ପୃକ୍ତି ଦରକାର । ସେମିତି ଏକ ପାଠ ହେଉଛି ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନା । ଟେଲିଭିଜନ୍ ପରଦାରେ ଦୃଶ୍ୟମାନ ହେଉଥିବା ସମସ୍ତ ପ୍ରକାର ଚିତ୍ର ଓ ଆଲେଖ୍ୟ ତଥା ଶବ୍ଦାୟମାନ ହେଉଥିବା ସମସ୍ତ କଣ୍ଠସ୍ୱର ଇତ୍ୟାଦି ସଂଯୋଜିତ ଓ ବ୍ୟବସ୍ଥିତ ହୋଇ ପ୍ରସାରିତ ହୁଏ । ମାତ୍ର ଏଧରଣର ପ୍ରସାରଣ ପୂର୍ବରୁ ଲୋକଲୋଚନ ଉହାଡ଼ରେ ଅନେକ କିଛି ଘଟଣା ରହିଯାଏ ଯାହା ହେଉଛି ପ୍ରସାରଣର ପୂର୍ବବର୍ତ୍ତୀ ପର୍ଯ୍ୟାୟ । ଏହାକୁ ପ୍ରଯୋଜନା ବା ପ୍ରସ୍ତୁତି ପର୍ବ କୁହାଯାଏ ବା କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ କରିବାକୁ ହେଲେ ପ୍ରଥମେ ସେ ବିଷୟର ଯୋଜନା କରାଯାଏ । ଯୋଜନାର ଉପଯୁକ୍ତ କାର୍ଯ୍ୟାନ୍ୱୟନ ହେଉଛି ପ୍ରଯୋଜନା । ତେବେ ପ୍ରଯୋଜନା କ'ଣ, ଏହାର ବିଭିନ୍ନ ସ୍ତର ତଥା କାର୍ଯ୍ୟକାରିତା ସମ୍ପର୍କରେ ଧାରଣା ଦେବା ବା ଅବଗତି କରାଇବା ସମ୍ପୃକ୍ତ ପାଠର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ।

୪.୨ ବିଷୟ ପ୍ରବେଶ

ଟେଲିଭିଜନ୍‌ରେ ପ୍ରସାରିତ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ପ୍ରସ୍ତୁତି ହେଉଛି ପ୍ରଯୋଜନା । ପ୍ରଥମେ ପ୍ରସାରିତ ହେବାକୁ ଥିବା ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ପରିକଳ୍ପନା କରାଯାଏ । ପରିକଳ୍ପିତ କାର୍ଯ୍ୟକୁ ବାସ୍ତବତାରେ ପରିଣତ କରିବା ପାଇଁ ଯେଉଁ ପ୍ରଣାଳୀଟି ଆବଶ୍ୟକ ତାହା ହେଉଛି ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନା । ଏହା ପ୍ରାକ୍ ପ୍ରଯୋଜନା, ପ୍ରଯୋଜନା ଓ ଚୂଡ଼ାନ୍ତ ପ୍ରଯୋଜନା- ଏହିଭଳି ତିନୋଟି ସ୍ତର ଦେଇ ଗତିକରେ । ସମ୍ବାଦ ସଂଗ୍ରହ ଓ ସମ୍ବାଦ ସମ୍ପାଦନା, ଫିଚର ପ୍ରସ୍ତୁତି ଏବଂ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀ ଇତ୍ୟାଦି ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଏହି ତ୍ରିବିଧ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଭିତର ଦେଇ ଗତିଶୀଳ ହୋଇ କିପରି ପ୍ରସାରଣ ଅବସ୍ଥାକୁ ଆସେ ତାହା ଏଠାରେ ଆଲୋଚନା କରାଯାଇଛି ।

ପ୍ରସଙ୍ଗ କ୍ରମରେ ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ପ୍ରାକ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତି, ପ୍ରସ୍ତୁତି ଓ ଚୂଡ଼ାନ୍ତ ପ୍ରସ୍ତୁତି ପ୍ରଭୃତି ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ହୋଇଥାଏ । କେତେକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଚ୍ୟାନେଲର ଷ୍ଟୁଡିଓ ଭିତରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେଉଥିବାବେଳେ କେତେକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତି ପାଇଁ ସାରା ବିଶ୍ୱ ଏକ ବୃହତ୍ତର ଷ୍ଟୁଡିଓ ଭାବରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରେ । ଯେକୌଣସି ସ୍ଥାନର ଯେକୌଣସି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଘଟଣାକୁ କ୍ୟାମେରାରେ ବାନ୍ଧିରଖି ଅଣାଯାଏ ଓ ଷ୍ଟୁଡିଓ ଭିତରେ ଏହାକୁ କାଣ୍ଟଛାଣ୍ଟ କରି ସମ୍ବାଦ ଷ୍ଟୋରୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ସମଗ୍ର ସମ୍ବାଦଟିକୁ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଢଙ୍ଗରେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଉପସ୍ଥାପନ କରି ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ଏ ବିଷୟକ ସବିଶେଷ ସୂଚନା ସମ୍ପୃକ୍ତ ବିଷୟରେ ଦର୍ଶାଇ ଦିଆଯାଇଛି ।

୪.୩ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନା

ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ଗଣମାଧ୍ୟମର ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁଯାୟୀ ଏହାର ପ୍ରଯୋଜନା କରାଯାଇଥାଏ । ପୁଣି ବେତାର ଭଳି କେବଳ ଶ୍ରାବ୍ୟ ମାଧ୍ୟମର ପ୍ରଯୋଜନା, ସିନେମା ଭଳି ଦୃଶ୍ୟଶ୍ରାବ୍ୟ ମାଧ୍ୟମଠାରୁ ମଧ୍ୟ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର । ସେହିଭଳି, ଅନ୍ୟତମ ଲୋକପ୍ରିୟ

ଗଣମାଧମ ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନା ମଧ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ପ୍ରଯୋଜନାଠାରୁ କେତେକାଂଶରେ ପୃଥକ । ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରର ପ୍ରଯୋଜନା ପରି ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନାକୁ ମଧ ତିନୋଗୋଟି ମୁଖ୍ୟ ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇପାରେ । ଯଥା :

୧-ପ୍ରାକ୍ ପ୍ରଯୋଜନା,

୨- ପ୍ରଯୋଜନା,

୩- ବୃତ୍ତାନ୍ତ ପ୍ରଯୋଜନା

ପ୍ରାକ୍ ପ୍ରଯୋଜନା:

ଏହା ହେଉଛି ପ୍ରଯୋଜନାର ପ୍ରାରମ୍ଭିକ ପର୍ଯ୍ୟାୟ । ଏଇ ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାରର ପ୍ରାକ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତି । ଯଥା-କେଉଁଠିକି ଯାଇ ଖବର ଆଣାଯାଇ ପାରିବ, ରଫ୍ କପି କିପରି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯିବ, କ୍ୟାମେରା ଟିମ୍‌କୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ହେବ, ଇତ୍ୟାଦି କାର୍ଯ୍ୟ ଏଇ ସମୟରେ କରାଯାଇଥାଏ ।

ପ୍ରଯୋଜନା:

ଏହା ହେଉଛି ପ୍ରଯୋଜନାର ପରବର୍ତ୍ତୀ ପର୍ଯ୍ୟାୟ । ଏଇ ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରୁଥିବା ଘଟଣା ସ୍ଥଳକୁ ଯାଇ ସୁଟିଙ୍ଗ୍ କରାଯିବା ସହିତ ଆବଶ୍ୟକ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବାଇଟ୍ ମଧ ଅଣାଯାଏ ।

ବୃତ୍ତାନ୍ତ ପ୍ରଯୋଜନା:

ଏହା ହେଉଛି ପ୍ରଯୋଜନାର ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟାୟ । ଏହି ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ କ୍ୟାମେରା ମାଧମରେ ଘଟଣାସ୍ଥଳରୁ ସୁଟିଂ କରାଯାଇ ଅଣାଯାଇଥିବା ଦୃଶ୍ୟରୂପ ଅନୁଯାୟୀ ଉପଯୁକ୍ତ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରି ଉତ୍ତମ ରୂପେ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଏ । ଆବଶ୍ୟକତା ମାଫିକ ଉପଯୁକ୍ତ ଗ୍ରାଫିକ୍ସ ମଧ ଏହା ସହିତ ସଂଯୋଜନା କରି ଏହାକୁ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ ।
ଏହି ତିନୋଟି ପର୍ଯ୍ୟାୟ ବହୁତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । କାରଣ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାର ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନା ଏହି ତିନୋଟି ପର୍ଯ୍ୟାୟ ମଧଦେଇ ଗତିକରେ । ଖବରକାଗଜଟି କେବଳ ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ହୋଇଥିବା ବେଳେ, ରେଡିଓ କେବଳ ଶ୍ରବଣ ପାଇଁ ଏବଂ ଟିଭି ଉଭୟ ଆଖି ଓ କାନ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ । ତେଣୁ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ପାଇଁ ଛାପା ମାଧମ ଭଳି ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ନାହିଁ । ଏହା କେବଳ କହିବା ଭଙ୍ଗୀକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଇ ଏଥିପାଇଁ ଲେଖା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ତେଣୁ ଏଥିପାଇଁ ସରଳ ଭାଷାରେ ଦର୍ଶକ ବୁଝିବା ପରି ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଦରକାର ।

୪.୪ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍

ଗୋଟିଏ ପୁସ୍ତକର ଉପାଦାନ ବିଷୟରେ କଥା ହେବା ବେଳେ ବାକ୍ୟ, ଅନୁଚ୍ଛେଦ, ଅକ୍ଷର, ଶବ୍ଦ, ପୃଷ୍ଠା ଓ ଅଳଙ୍କରଣ ଭଳି ବିବିଧ ବିଷୟରେ ଚର୍ଚ୍ଚା ପ୍ରସଙ୍ଗ ଆସେ । ସେହିପରି ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍‌ର ମଧ କେତୋଟି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଉପାଦେୟ ପ୍ରସଙ୍ଗ ରହିଛି । ସେଗୁଡିକ ମଧରୁ କେତୋଟି ପ୍ରମୁଖ ଉପାଦାନ ହେଉଛି : (କ) ଷ୍ଟୋରୀ, (ଖ) ଆଙ୍କର, (ଗ) ସୁପର୍, (ଘ) ସାଉଣ୍ଡ୍ ବାଇଟ୍, (ଙ) ଷ୍ଟାଣ୍ଡ୍ ଅପ୍, (ଚ) ଭଏସ୍ ଓଭର୍, (ଛ) ପ୍ୟାକେଜ୍ ଇତ୍ୟାଦି । ଏଠାରେ ଆବଶ୍ୟକତା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ସେ ବିଷୟରେ ଚର୍ଚ୍ଚା କରାଯାଇପାରେ ।

କ) ଷ୍ଟୋରୀ :

ପ୍ରତ୍ୟେକ ଟିଭି ସମ୍ବାଦ କେତେକ ବିଶେଷ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରିଥାଏ । ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରୁଥିବା ପ୍ରମୁଖ ଘଟଣାକୁ ଷ୍ଟୋରୀ କୁହାଯାଏ । ଗୋଟିଏ ସମୟ ଅବଧି ମଧ୍ୟରେ ଏକାଧିକ ପ୍ରସଙ୍ଗର ଅବତାରଣା କରାଯାଏ । ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ପ୍ରସଙ୍ଗ ହେଉଛି ଷ୍ଟୋରୀ । କେତୋଟି ଷ୍ଟୋରୀକୁ ନେଇ ଟିଭିରେ ସମ୍ବାଦ ଭାବରେ ପରିବେଷଣ କରାଯାଇଥାଏ ।

ଖ) ଆଙ୍କର୍ :

ପ୍ରଥମେ ଯେଉଁମାନେ ଦର୍ଶକଙ୍କ ସାମନାରେ ନ୍ୟୁଜ୍ ଉପସ୍ଥାପନା କରନ୍ତି, ସେମାନେ ସମ୍ବାଦପାଠକ/ ଆଙ୍କର / ନ୍ୟୁଜ୍ କାଷ୍ଟର / ଟକିଙ୍ଗ୍ ହେଡ୍ ଇତ୍ୟାଦି ବିଭିନ୍ନ ନାମରେ ନାମରେ ପରିଚିତ । ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍ ସମୟରେ ଟିଭି ପରଦାରେ ଯେବେ କିଛି ଦୃଶ୍ୟ ଆସିନଥାଏ ସେତେବେଳେ ଜଣେ ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକ ଆସି କ୍ୟାମେରା ସାମ୍ନାରେ ଖବରକୁ ଅତି ସୁନ୍ଦର ଭାବରେ ଉପସ୍ଥାପନ କରନ୍ତି । କୌଣସି କାରଣରୁ ଘଟଣାସ୍ଥଳରୁ ଭିଜୁଆଲ୍ ଆସିପାରି ନଥିଲେ, କେବଳ ଆଙ୍କର ହିଁ ନିଜର ଚମତ୍କାର ଉପସ୍ଥାପନା ମାଧ୍ୟମରେ କ୍ୟାମେରା ସାମ୍ନାରେ ଘଟଣାକୁ ସଦ୍ୟ ଘଟଣା ଭାବରେ ଉପସ୍ଥାପନ କରିଥାନ୍ତି । ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ କହିବା ଶୈଳୀ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ହୋଇପାରିଲେ, ଦର୍ଶକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଏହା ବିଶ୍ୱାସଯୋଗ୍ୟ ହୋଇପାରେ । ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଏ ସମ୍ପର୍କରେ ସାମାନ୍ୟତମ ଆଭାସ ମଧ ପାଇ ନଥାନ୍ତି ।

ଗ) ସୁପର୍ :

କୌଣସି ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥା ବିଶେଷ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ, ତାଙ୍କ ପଦବୀ, ତାଙ୍କ ବାସସ୍ଥାନ ପ୍ରଭୃତି ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଉପଲବ୍ଧ ପୁରୁଣା ଭିଜୁଆଲ୍ ଟିଭି ପରଦା ଉପରେ ଦର୍ଶାଇବା ପାଇଁ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାରର ସୂଚନାକୁ ସୁପର କୁହାଯାଏ । ଏଥିରେ ଆଜିର ଚର୍ଚ୍ଚାରେ ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର ଅତୀତର କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀ ପ୍ରଭୃତି ଆଲୋକିତ ହୋଇପାରେ ।

ଘ) ସାଉଣ୍ଡ୍ ବାଇଟ୍ :

ପ୍ରତିଟି ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀରେ ଘଟଣା ସମ୍ପର୍କରେ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଆଗରେ କେତେଜଣଙ୍କର ବୟାନ ବା ମନ୍ତବ୍ୟକୁ ଆଣି ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ଏହା ସହିତ ଯେତେବେଳେ କୌଣସି ଘଟଣା ସମ୍ପର୍କୀୟ କିଛି ଭିଜୁଆଲ୍ ମିଳିନଥାଏ ସେତେବେଳେ ଘଟଣା ସମ୍ପର୍କରେ ଜାଣିଥିବା କେତେଜଣଙ୍କ ଠାରୁ ମନ୍ତବ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ କରାଯାଏ । ଏହାକୁ ସାଉଣ୍ଡ୍ ବାଇଟ୍ କୁହାଯାଏ । ଘଟିଥିବା ଘଟଣାର ସତ୍ୟାସତ୍ୟ ସମ୍ପର୍କରେ କେବଳ ସାକ୍ଷ୍ୟ ଭାବରେ ଏହା କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ ।

ଙ) ଷ୍ଟାଣ୍ଡ୍ ଅପ୍ :

ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ସମ୍ବାଦଦାତାଙ୍କ ମିଳିତ ସହଯୋଗରେ ମଧ ଅନେକ ସମୟରେ ଲାଇଭ୍ ନ୍ୟୁଜ୍ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ଏହି ପ୍ରକାର ପ୍ରସାରଣ ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକ କ୍ୟାମେରା ସାମ୍ନାରେ ଠିଆହୋଇ ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ଘଟଣାକୁ ଅଳ୍ପ ବର୍ଣ୍ଣନା କରି ଘଟଣା ସ୍ଥଳରେ ଥିବା ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ସମ୍ବାଦଦାତାଙ୍କ ପାଖକୁ ଯିବା ପାଇଁ କହନ୍ତି । ତା'ପରେ ଘଟଣାସ୍ଥଳରେ ଥିବା ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ସମ୍ବାଦଦାତା ଘଟଣା ସମ୍ପର୍କରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରି ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କୁ ଲିଙ୍କ୍ ଦିଅନ୍ତି । ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକ ତା'ପର ନ୍ୟୁଜକୁ ଠିଆ ଠିଆ ବା ଚଳମାନ ଅବସ୍ଥାରେ ଉପସ୍ଥାପନ କରନ୍ତି । ଠିଆହୋଇ ଉପସ୍ଥାପନ କରୁଥିବାରୁ ଏହାକୁ 'ଷ୍ଟାଣ୍ଡ୍ ଅପ୍' କୁହାଯାଏ ।

ଚ) ଭଏସ୍ ଓଭର୍ :

ନ୍ୟୁଜ୍ ପ୍ରସାରଣ ସମୟରେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ବ୍ୟତୀତ ଅନ୍ୟ କଣ୍ଠସ୍ୱରରେ ଖବର ମଧ୍ୟ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ଦୃଶ୍ୟରୂପ ବା ଖବର ଗୁଡିକର ଭିଜୁଆଲ୍ ପଛରେ ଚାଲୁଥିବା ଖବରର ବିସ୍ତୃତ ବର୍ଣ୍ଣନା ଥିବା କଣ୍ଠସ୍ୱରକୁ ଭଏସ୍ଓଭର୍ କୁହାଯାଏ । ତେବେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀ ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଭଏସ୍ଓଭର୍ ବ୍ୟବସ୍ଥା କରାଯାଏ ।

ଛ) ପ୍ୟାକେଜ୍ :

ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍‌କୁ ଷ୍ଟୋରୀ ଭାବରେ ପ୍ରସାରଣ କରାଇବାକୁ ପ୍ୟାକେଜ୍ କୁହାଯାଏ । ଗୋଟିଏ ପ୍ୟାକେଜ୍‌ରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଭିଜୁଆଲ୍, ପିଟିସି, ଭଏସ୍ଓଭର୍, ବାଇଟ୍ ଇତ୍ୟାଦି ଉପାଦାନ ଥାଏ । ସାଧାରଣତଃ ଗୋଟିଏ ପ୍ୟାକେଜ୍ ଦେଢ଼ ମିନିଟ୍‌ରୁ ଦୁଇମିନିଟ୍ ଅବଧିର ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରତିଥର ଉପସ୍ଥାପକ ଗୋଟିଏ ଷ୍ଟୋରୀ ବାବଦରେ ଆଙ୍କର୍ ଲିଡ୍‌ରେ କହିସାରିବା ପରେ ପ୍ୟାକେଜ୍‌ଟି ଚାଲେ ।

ଗୋଟିଏ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍ ୩୦ ମିନିଟ୍ ଅବଧି ବିଶିଷ୍ଟ ହୋଇଥାଏ । ତେଣୁ ଟିଭି ପାଇଁ ନ୍ୟୁଜ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ସମୟରେ ଆଲୋଚିତ ଉପାଦାନକୁ ଜାଣି, ଏ ସବୁକୁ ଆଲେଖ୍ୟରେ ପ୍ରୟୋଗ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହା ବ୍ୟତୀତ କିଛି ସରଳ ସୂତ୍ରକୁ ଅନୁସରଣ କଲେ ସହଜରେ ଏବଂ କମ୍ ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ଗୋଟିଏ ଭଲ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇପାରେ ।

- ପ୍ରତିଟି ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀରେ କଣ, କାହିଁକି, କେମିତି, କିଏ, କେଉଁଠି, କେତେବେଳେ ଇତ୍ୟାଦି ବୁଝାପଡୁଥିବା ଦରକାର ।
- ନ୍ୟୁଜ୍‌ଟି ଖୁବ୍ କମ୍ ସମୟ ଧରି ତରଙ୍ଗରେ ରହୁଥିବାରୁ ଲେଖାଗୁଡ଼ିକ ସରଳ ହେବା ଦରକାର ।
- ପ୍ରତ୍ୟକ ବର୍ଗର ଦର୍ଶକଙ୍କ ବୋଧଶକ୍ତିକୁ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରି ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଦରକାର ।
- ସର୍ବଦା ସହଜ,ସରଳ ବାକ୍ୟ ଲେଖାଯିବା ଦରକାର ।
- ଗୋଟିଏ ବାକ୍ୟରେ ସର୍ବାଧିକ ୧୩ରୁ ୧୪ଶବ୍ଦ ରହିବା ଜରୁରୀ ।
- ଯଥାସମ୍ଭବ ଛୋଟ ବାକ୍ୟ ବ୍ୟବହାର ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ବଡ, କଠିନ ଶବ୍ଦ ସ୍ଥାନରେ ଛୋଟ ଓ ସହଜ ଶବ୍ଦର ବ୍ୟବହାର ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରେ ।
- ପ୍ରତିଦିନ କଥା କହିବା ଭଳି ଆଲେଖ୍ୟଟି କଥାକୁହା ଭାଷାରେ ହେବା ଉଚିତ୍ ।
- ଆନୁଷ୍ଠାନିକ ଭାଷାକୁ ଛାଡ଼ି କଥିତ ଭାଷାରେ ଯୋଗାଯୋଗ ସଫଳ ହୁଏ ।
- ଶବ୍ଦରେ ବର୍ତ୍ତମାନ କାଳର ପ୍ରୟୋଗ ହେବାଦ୍ୱାରା ଖବରଟି ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତୀ ଲାଗେ ।
- ଆବଶ୍ୟକତା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ବର୍ତ୍ତମାନ କାଳ ସ୍ଥାନରେ ଆପାତତଃ ବର୍ତ୍ତମାନର ପ୍ରୟୋଗ କରାଯାଇପାରେ ।
- କେବେ ବି ‘ଆଜି’ ଶବ୍ଦର ପ୍ରୟୋଗ କରିବା କଥା ନୁହେଁ ।
- ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁସାରେ କର୍ତ୍ତୃବାଚକ ବାକ୍ୟ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଉଚିତ୍ ।
- ସଂଖ୍ୟାଗୁଡିକୁ ସଂଖ୍ୟାରେ ନଲେଖି ଅକ୍ଷରରେ ଲେଖିବା ଉଚିତ୍ । ଯଥା- ୧୦୦୦୦ ନଲେଖି ଦଶହଜାର ଲେଖିବା ।
- ଚୂଡାନ୍ତ ନ୍ୟୁଜ୍ ସ୍କ୍ରିପ୍ଟକୁ ଦୁଇଟି ବାକ୍ୟ ଛାଡି ବଡ ଅକ୍ଷରରେ ଲେଖାଯାଏ ।
- ବୟସ ଲେଖିବା ବେଳେ ପ୍ରଥମେ ବୟସ ଲେଖି, ତା’ପରେ ଘଟଣା ଲେଖାଯାଏ ।
- ସ୍ଥାନ, ନାମ, ଠିକଣା ଇତ୍ୟାଦି ଲେଖିଲା ବେଳେ ଅଧା ନଲେଖି ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଲେଖିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ସିବିଆଇ, ବିସିସିଆଇ,ଓସିଏ ଇତ୍ୟାଦି ଲେଖିଲା ବେଳେ ପ୍ରତିଟି ଅକ୍ଷର ମଝିରେ ଗୋଟିଏ ବିନ୍ଦୁ ଦେଇ ଇତ୍ୟାଦି ଲେଖାଯିବା ଦରକାର । ଯଥା- ଓ.ସି.ଏ, ସି.ଡି.ଏ, ସି.ଏମ୍.ସି, ଓ.ଏମ୍.ସି, ଆଇ.ଆଇ.ଟି ଇତ୍ୟାଦି ।
- କ୍ଲିଷ୍ଟ ଉଚ୍ଚାରଣ ଥିବା ଶବ୍ଦକୁ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଅନୁଚିତ୍ ।
- କାହାର ପଦବୀ ବିଷୟରେ ଲେଖିବାବେଳେ ତାହା ବିଷୟରେ ଭଲ ଭାବରେ ବୁଝିବା ପରେ ଲେଖିବା ଉଚିତ୍ ।
- ପ୍ରସାରଣ ପୂର୍ବରୁ ସ୍କ୍ରିପ୍ଟକୁ ଭଲ ଭାବରେ ପଢ଼ି, ତ୍ରୁଟିଗୁଡିକୁ ସଂଶୋଧନ କରିଦେବା ଭଲ ।
- ଷ୍ଟୋରୀର ମୂଳକଥାକୁ ଅଳ୍ପ ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟରେ ହେଡ୍ ଲାଇନରେ ରହିବା ଉଚିତ୍ ।

୪.୫ ନ୍ୟୁଜ୍ ଫିଚର

ଖବର ହୋଇଥିବା ଘଟଣା ପଛର ବ୍ୟକ୍ତି / ସ୍ଥାନ / ପରିସ୍ଥିତି / ଘଟଣା ଇତ୍ୟାଦିର ସମ୍ପୃକ୍ତି ସମ୍ପର୍କୀୟ ବିସ୍ତୃତ ବିଶ୍ଳେଷଣ ହେଉଛି ଫିଚର । ଜଣେ ଦର୍ଶକ ନ୍ୟୁଜ୍ ଦେଖିଲେ ଯେତିକି ତଥ୍ୟ ପାଇପାରନ୍ତି, ତାହା ଅପେକ୍ଷା ଗୋଟିଏ ଫିଚରରେ ତା'ଠାରୁ ଅଧିକ ତଥ୍ୟ ପାଇଥାନ୍ତି । ଅନ୍ୟ ଅର୍ଥରେ କହିବାକୁ ଗଲେ ଗୋଟିଏ ଘଟଣା ବା ଖବରର ତଥ୍ୟାତ୍ମକ ବିଶ୍ଳେଷଣ ହେଉଛି ଫିଚର୍ । ଖବରଗୁଡିକ ଅତି ସରଳ ଭାଷାରେ ଅଳ୍ପ ଲେଖାଯିବାବେଳେ ଫିଚର ଅଧିକ ଲେଖାଯାଏ । ଫିଚରର ଢାଞ୍ଚା, ଖବର ଠାରୁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଭିନ୍ନ । ଫିଚର୍ ଇନ୍‌ଭରଟେଡ୍ ପିରାମିଡ୍ ବା ଓଲଟା ପିରାମିଡ୍ ଢାଞ୍ଚାରେ ଲେଖା ନଯାଇ ଭିନ୍ନ ଭାବରେ ଲେଖାଯାଏ । ଫିଚରର ଗୋଟିଏ 'ଆରମ୍ଭ', 'ମଧ' ଏବଂ 'ଶେଷ' ଥାଏ । ଫିଚର ଲିଖନର କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରଣାଳୀ ନାହିଁ । ଟିଭି ପାଇଁ ଖବର ଲେଖିବା ଅପେକ୍ଷା ଫିଚର ଲେଖିବା କଷ୍ଟ । ନ୍ୟୁଜ୍ ପାଇଁ ଭିଜୁଆଲ୍ ନଥିଲେ ଗ୍ରାଫିକ୍ସ ମାଧ୍ୟମରେ ଗୋଟିଏ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଷ୍ଟୋରୀ କରାଯାଇପାରିବ କିନ୍ତୁ ଫିଚର ପାଇଁ ଅଧିକରୁ ଅଧିକ ଭିଜୁଆଲ୍ ଦରକାର । କୌଣସି ବିଖ୍ୟାତ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱଙ୍କ ସାକ୍ଷାତକାରକୁ ନେଇ ମଧ ଫିଚର କରାଯାଇପାରେ । ଏହା ବ୍ୟତୀତ ମାନବିକ ଆବେଗ ସମ୍ବଳିତ ଘଟଣା, ନୂତନ ଟ୍ରେଣ୍ଡ୍, ଐତିହ୍ୟ ଓ ପରମ୍ପରାକୁ ନେଇ ମଧ ଭଲ ଫିଚର୍ କରାଯାଇପାରେ । ଭଲ ଫିଚର୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାର କେତୋଟି ସରଳ ସୂତ୍ର ଏଠାରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇପାରେ ।

- ଗୋଟିଏ ଭଲ ବିଷୟକୁ ନେଇ ଫିଚର୍ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ବିଷୟ ଚୟନ ବେଳେ ତାହା ଯେପରି ଦର୍ଶକଙ୍କ ମନକୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବ, ସେଥି ପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବାକୁ ପଡ଼େ ।
- କୌଣସି ବିଷୟକ ବିଶେଷ ଗବେଷଣା, ବିଷୟକୁ ଅଧିକ ଆକର୍ଷଣୀୟ କରିପାରେ ।
- ଅତ୍ୟନ୍ତ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଶୈଳୀରେ ଦୁଇରୁ ତିନୋଟି ଅନୁଚ୍ଛେଦ ବିଶିଷ୍ଟ ଲିଡ୍‌ରୁ ଫିଚରର ଆରମ୍ଭ କରାଯିବା ଭଲ ।
- ଫିଚର ସୂଚନାତ୍ମକ, ଶିକ୍ଷାମୂଳକ ଓ ମନୋରଞ୍ଜକ ହେବା ସହିତ ଏଥିରେ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ବାନ୍ଧି ରଖିବାର ଶକ୍ତି ଥିବା ଦରକାର ।
- ଫିଚରର ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟାୟ ଉଦ୍ଧୃତିମୂଳକ ଅଥବା ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟ ଉଦ୍ରେକକାରୀ ହେଉଥିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ଫିଚରର ମୁଖ୍ୟ ଆଲେଖ୍ୟରେ ଭଏସ୍‌ଓଭର, ସଂଳାପ, ପୃଷ୍ଠଭୂମି ସୂଚନା ଇତ୍ୟାଦି ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ପ୍ରସ୍ତୁତ ଫିଚରକୁ ଯେପରି ପ୍ରତି ବର୍ଗର ଦର୍ଶକ ବୁଝିପାରିବେ, ସେଥିପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବା ଉଚିତ୍ ।
- ଉଦ୍ଧୃତି, ଟିପ୍ପଣୀ ସହିତ ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକ ସୂଚନା ଗୁଡିକୁ ଦେଇ ଫିଚରକୁ ଆକର୍ଷଣୀୟ କରାଯିବା ଦରକାର ।
- ଫିଚରରେ ସର୍ବଦା ସରଳ ଏବଂ ଛୋଟ ବାକ୍ୟ ଲେଖାଯିବା ଉଚିତ୍ ।
- ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀ ଅପେକ୍ଷା ଫିଚରର ଅବଧି ଅଧିକ ସମୟ ହୋଇଥିବାରୁ, ତାହାକୁ ମୂଳରୁ ଶେଷଯାଏ ଗୋଟିଏ ସୂତାରେ ବାନ୍ଧି ରଖିବା ଭଳି ଆକର୍ଷଣୀୟ କରାଯିବା ଦରକାର ।
- ଫିଚରକୁ ଅଧିକତର ଆକର୍ଷଣୀୟ କରିବା ପାଇଁ ମଝିରେ ଅତି ସରଳ ଭାବରେ ନିଜ ମତ ରଖିବା ଉଚିତ୍ ।
- ଭଲ କଣ୍ଠଶିଳ୍ପୀଙ୍କ ସହାୟତା ନେଇ ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ ବା ପୃଷ୍ଠଭୂମି କଣ୍ଠର ବ୍ୟବହାର ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିଥାଏ ।
- ସୁନ୍ଦର ଓ ବିଶେଷ ଭିଜୁଆଲ୍‌କୁ ଫିଚରରେ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ବିଶେଷଜ୍ଞଙ୍କ ବାଇଟ୍ ଯଥାସମ୍ଭବ ନରଖିବା ଭଲ ।
- ଆରମ୍ଭରୁ ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ କୌଣସି ଫ୍ଲାସ୍ ଫ୍ରେମ୍, ଆଉଟ୍ ଅଫ୍ ଫୋକସ୍ ରଖିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ ।
- ଅଧିକ ଲମ୍ବା ଅବଧି ବିଶିଷ୍ଟ ସଟ୍‌କୁ ବାଦ୍ ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ଅଯଥା ଢିଲା କଟିଙ୍ଗ୍ କରିବା ଅନୁଚିତ୍ ।
- ଫିଚର୍‌କୁ କ୍ଲାଇମାକ୍ସ ବା ଶୀର୍ଷରେ ଛାଡ଼ିଦେଇ ସାରିଦେବା ଦରକାର ।
- ଫିଚର୍‌ର ଶେଷ ଭାଗକୁ ଦର୍ଶକମାନଙ୍କ ଚିନ୍ତନ ଉପରେ ଛାଡ଼ିଦେବା ଉଚିତ୍ ।
- ସର୍ଭରରେ ଲୋଡ୍ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ଥରେ ପ୍ରିଭ୍ୟୁ ଦେଖି ଏଥିରେ ଥିବା ତ୍ରୁଟିଗୁଡିକୁ ସଂଶୋଧନ କରିଦେବା ଭଲ ।
- ସବୁଠାରୁ ବଡ଼ କଥା ହେଉଛି ପ୍ରସାରଣ ସମୟର ଅନେକ ପୂର୍ବରୁ ଏହାର ପ୍ରସ୍ତୁତି ଶେଷ କରିବା ଦରକାର ।

୪.୬ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀ ଉପରେ ଆଧାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ଟିଭି ଦର୍ଶକମାନେ ସର୍ବଦା ନ୍ୟୁଜ୍ ଅପେକ୍ଷା ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀ ଉପରେ ଆଧାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ ଦେଖିବାକୁ ଅଧିକ ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି । ନ୍ୟୁଜ୍‌ରେ କେବଳ ସୂଚନା ଥିବାବେଳେ, ଏପ୍ରକାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଅଧିକ ମାତ୍ରାରେ ମନୋରଞ୍ଜକ ଉପାଦାନ ଥାଏ । ଦୁନିଆ ବଦଳିବା ସହିତ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଇଚ୍ଛା ମଧ ପ୍ରତିକ୍ଷଣରେ ବଦଳୁଛି । ତେଣୁ ତାଙ୍କ ଇଚ୍ଛାକୁ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ଦେଇ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀ ଉପରେ ଆଧାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡିକ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଉଚିତ୍ । ତେବେ ମୁଖ୍ୟତଃ କେଉଁ କେଉଁ ବିଷୟକୁ ନେଇ ଏପ୍ରକାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ କରାଯାଇପାରେ, ଏଠାରେ ତା'ର ସୂଚନା ଦିଆଗଲା ।

କ) ଭାରତୀୟ ସମାଜ :
ମହିଳା ଓ ମହିଳାଙ୍କ ସମସ୍ୟା, ଜନସଂଖ୍ୟା, ସରକାରୀ ନୀତି, ଦାରିଦ୍ର୍ୟ ଦୂରୀକରଣ ଯୋଜନା, ବିଶ୍ୱବ୍ୟାପି ଓ ମହିଳା, ଶିଶୁ, ଦିବ୍ୟାଙ୍ଗଙ୍କ ଉପରେ ଏହାର ପ୍ରଭାବ, ଗୋଷ୍ଠୀ ବିବାଦ, ଧର୍ମନିରପେକ୍ଷତା ଇତ୍ୟାଦି ପ୍ରସଙ୍ଗ ଏହାର ଦୃଷ୍ଟାନ୍ତ ।

ଖ) ଭୂଗୋଳ :
ବିଶ୍ୱତାପନ, ଏଲନିନୋ ଓ ତାହାର ପ୍ରଭାବ, ଓଜୋନ୍ ସ୍ତର ହ୍ରାସ, ବାତ୍ୟା, ସୁନାମୀ, ଭୂମିକମ୍ପ ଇତ୍ୟାଦି ।

ଗ) ଭାରତୀୟ ରାଜନୀତି :
ନିର୍ବାଚନ, ମୃତ୍ୟୁଦଣ୍ଡ, ଦୁର୍ନୀତିମୁକ୍ତ ଭାରତ, ସ୍ପେକ୍ଟ୍ରମ୍ ଆବଣ୍ଟନ, ଜିଏସଟି ବିଲ୍, ମହାନଦୀ ବିବାଦ ଇତ୍ୟାଦି ।

ଘ) ସାମାଜିକ ସମସ୍ୟା :
ସ୍ୱେଚ୍ଛାସେବୀ ଅନୁଷ୍ଠାନ ଓ ତାଙ୍କର ଦାୟିତ୍ୱ, ଜନ କଲ୍ୟାଣକାରୀ ଯୋଜନା, ଶିକ୍ଷା ଓ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ସମ୍ବନ୍ଧିତ ଯୋଜନା, ଖାଦ୍ୟ ସୁରକ୍ଷା, ଦରବୃଦ୍ଧି ଇତ୍ୟାଦି ।

ଙ) ଶାସନ :
ବିଭିନ୍ନ ଯୋଜନା ଓ ଏସବୁର ପ୍ରକୃତ ରୂପାନ୍ତର ଇତ୍ୟାଦି ।

ଚ) ଅର୍ନ୍ତଜାତୀୟ ସମ୍ପର୍କ :
ଦେଶ ଦେଶ ମଧରେ ବିଭିନ୍ନ କୂଟନୀତିକ, ରାଜନୈତିକ, ଅର୍ଥନୈତିକ, ଆଣବିକ ସମ୍ପର୍କ, ସମସ୍ୟା ଓ ଏସବୁର ସମାଧାନର ସୂତ୍ର ଇତ୍ୟାଦି ।

ଛ) ଭାରତୀୟ ଅର୍ଥନୀତି :
ବଜେଟ୍, ଆର୍ଥନୀତିକ ସର୍ବେକ୍ଷଣ, ବିଭିନ୍ନ ଜନହିତକାରୀ ଯୋଜନା, ପବ୍ଲିକ୍ ପ୍ରାଇଭେଟ୍ ପାର୍ଟନରସିପ୍, ଖୁଚୁରା ବଜାର, ଆର୍ଥିକ ମାନ୍ଦାବସ୍ଥା, ବିପଣୀୟ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଇତ୍ୟାଦି ।

ଜ) ବିଜ୍ଞାନ ଏବଂ ପ୍ରଯୁକ୍ତିବିଦ୍ୟା :
ବିଭିନ୍ନ ନୂତନ ତଥ୍ୟର ଉଦ୍ଭାବନ, ଆବିଷ୍କାର, ବୈଜ୍ଞାନିକ ଉଦ୍ଭାବନ, ଉପଗ୍ରହ, କମ୍ପ୍ୟୁଟରୀକରଣ, ଇ-ସେବା, ନୂତନ ଚିକିତ୍ସା ପଦ୍ଧତି ଇତ୍ୟାଦି ।

ଝ) ଅନ୍ତରୀଣ ସୁରକ୍ଷା :
କଳାଧନ ଠୂଳ କରିବା, ଆତଙ୍କବାଦ, ନକ୍ସଲ ସମସ୍ୟା, ଉଗ୍ରବାଦ, ବିଚ୍ଛିନ୍ନତାବାଦ, ମଣିଷ ଓ ଗୋ-ଚାଲାଣ ଇତ୍ୟାଦି ।

ଞ) ନୈତିକତା :
ବିବେକବୋଧ, ମିଥ୍ୟାଚାର, ଅନ୍ୟାୟ, ଦୁର୍ନୀତି, ଅସ୍ପୃଶ୍ୟତା, ଅନ୍ଧବିଶ୍ୱାସ ଇତ୍ୟାଦି ।

ଏସବୁ ସହିତ ଆହୁରି ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ନେଇ ମଧ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀ ସମ୍ପର୍କୀୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇପାରେ । ତେବେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ବିଷୟକୁ ନେଇ ଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ପରିବେଷଣ କରାଯାଇପାରେ । ଯଥା- ଷ୍ଟୁଡିଓ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ,ଫିଲ୍ଡ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଏବଂ ଲାଇଫ୍ କଭରେଜ୍ ଇତ୍ୟାଦି ।

୧) ଷ୍ଟୁଡିଓ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ଟେଲିଭିଜନ୍ ଷ୍ଟୁଡିଓ ଭିତରେ ବା ଷ୍ଟୁଡିଓର ସାହାଯ୍ୟ ନେଇ କରାଯାଉଥିବା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ ଷ୍ଟୁଡିଓ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ କୁହାଯାଏ । ଷ୍ଟୁଡିଓ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ ମୁଖ୍ୟତଃ ଦୁଇଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଏ । ଯଥା :

କ) ଷ୍ଟୁଡିଓ ଆଲୋଚନା ବା ଟକ୍ ସୋ

ଖ) ଷ୍ଟୁଡିଓ ସାକ୍ଷାତକାର

କ) ଷ୍ଟୁଡିଓ ଆଲୋଚନା ବା ଟକ୍ ସୋ :

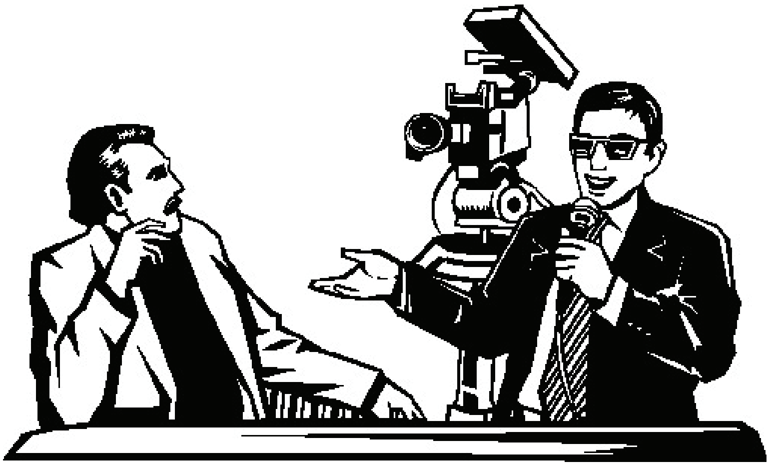
ଷ୍ଟୁଡିଓ ଆଲୋଚନାରେ ଏକ ବା ଏକାଧିକ ବ୍ୟକ୍ତି ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବିଷୟକୁ ନେଇ ଆଲୋଚନା କରନ୍ତି । ଦୁଇ ବା ତତୋଧିକ ବ୍ୟକ୍ତି ଏହି ଆଲୋଚନାରେ ଭାଗ ନେଲେ ଜଣେ ସଂଚାଳକ ରହି ସମସ୍ତଙ୍କ ବକ୍ତବ୍ୟକୁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରଶ୍ନ ଛଳରେ ସଂଯୋଜିତ କରନ୍ତି । ବିଷୟ ବିଶେଷଜ୍ଞମାନେ ଏସବୁର ଉପଯୁକ୍ତ ଉତ୍ତର ମାଧମରେ ନିଜ ନିଜର ମତାମତ ରଖନ୍ତି । ଏହାଦ୍ୱାରା ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବିଷୟ ଉପରେ କିଛି ଯୁକ୍ତିପୂର୍ଣ୍ଣ ନିର୍ଯ୍ୟାସ ବାହାରେ । ଏହିଭଳି ଆଲୋଚନା ସମୟରେ ଜଣେ ଅନ୍ୟଜଣଙ୍କ କଥାକୁ ମଧ ଯୁକ୍ତିରେ କାଟିପାରନ୍ତି, ଯାହା ଅନେକ ସମୟରେ ଲାଇଭ୍‌ରେ ପ୍ରସାରିତ ହୁଏ । କୌଣସି ନ୍ୟୁଜ୍ ଅପେକ୍ଷା ଦର୍ଶକମାନେ ଏଥିରେ ଅଧିକ ସୂଚନା ପାଇବା ସହିତ ମନୋରଞ୍ଜନ ମଧ ପାଆନ୍ତି । ଏହାକୁ ଷ୍ଟୁଡିଓ ବାହାରେ ମଧ ବ୍ୟବସ୍ଥିତ କରାଯାଇପାରେ । କିନ୍ତୁ ବାହାରେ କରିବା ଦ୍ୱାରା ଅନେକ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ସମସ୍ୟା ଦେଖା ଦେବାର ସମ୍ଭାବନା ଥାଏ । ଆଜିକାଲି ପ୍ରାୟ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରାଇମ୍ ଟାଇମ୍‌ରେ ଏହିଭଳି ଆଲୋଚନା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମମାନ ପ୍ରସାରଣ କରୁଛନ୍ତି । ଏହିଭଳି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ ଦର୍ଶକ ଅଧିକ ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି ।

ଖ) ଷ୍ଟୁଡିଓ ସାକ୍ଷାତକାର :

ଅନେକ ସମୟରେ ଷ୍ଟୁଡିଓ ସାକ୍ଷାତକାରଗୁଡିକ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ପ୍ରସାରିତ ହେବାର ସମସ୍ତେ ଦେଖିଛନ୍ତି । ଏଗୁଡିକ ମଧ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀ ସମ୍ପର୍କୀୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ । ବେଳେବେଳେ ଗୋଟିଏ ସମୟରେ ଏକାଧିକ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱଙ୍କ ସାକ୍ଷାତକାର ମଧ ନିଆଯାଇପାରେ । ଜଣେ ପ୍ରଶ୍ନକର୍ତ୍ତା ଆବଶ୍ୟକ କେତୋଟି ପ୍ରଶ୍ନ ନେଇ ଜଣେ ବିଶେଷଜ୍ଞ, ଜଣେ ତାରକା(ସାମାଜିକ ଖ୍ୟାତି ସମ୍ପନ୍ନ ବ୍ୟକ୍ତି) ଏବଂ ଜଣେ ସାଧାରଣ ମଣିଷଙ୍କ ସାକ୍ଷାତକାର ନେଇପାରନ୍ତି ।

ଅଳ୍ପ ସମୟ ଅବଧି ଭିତରେ କିଛି ବଛା ବଛା ପ୍ରଶ୍ନ ଦ୍ୱାରା ଆଲୋଚିତ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱଙ୍କଠାରୁ କିଛି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ଜାଣିବା ହେଉଛି ଏହି ସାକ୍ଷାତକାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ । ତେବେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ସାକ୍ଷାତକାର ଥିଲେ ମଧ ମୁଖ୍ୟତଃ ତିନୋଟି ପ୍ରକାର ସାକ୍ଷାତକାର ସବୁଠାରୁ ଲୋକପ୍ରିୟ । ଯଥା-

- କିଛି ତଥ୍ୟ ବା ସୂଚନା ପାଇଁ ହେଉଥିବା ତଥ୍ୟାତ୍ମକ ସାକ୍ଷାତକାର,
- ମତାମତ ଏକତ୍ର କରିବା ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ହେଉଥିବା ସାକ୍ଷାତକାର,
- ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱଙ୍କ ବିଷୟରେ ଜାଣିବା ପାଇଁ ହେଉଥିବା ସାକ୍ଷାତକାର,



୨) ଫିଲ୍ଡ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ :

ସାଧାରଣତଃ ଫିଲ୍ଡ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡିକ ଗୋଟିଏ ଓ.ବି ଭ୍ୟାନ୍ ବା ଆଉଟଡୋର୍ ବ୍ରଡକାଷ୍ଟିଙ୍ଗ୍ ଭ୍ୟାନ୍‌ର ସହାୟତା ନେଇ କରାଯାଇଥାଏ ଏହି ଭ୍ୟାନ୍ ଦ୍ୱାରା ରେକର୍ଡିଂ ଓ ପ୍ରସାରଣ ଉଭୟ କାର୍ଯ୍ୟ କରାଯାଇପାରେ । ଷ୍ଟାଡିୟମରୁ କ୍ରିକେଟ୍ ବା ଫୁଟ୍‌ବଲ୍ ମ୍ୟାଚ୍, ରଥଯାତ୍ରା, ବାହୁଡ଼ାଯାତ୍ରା, ଭସାଣିଯାତ୍ରା, ଧନୁଯାତ୍ରା ଇତ୍ୟାଦି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଏହାର ପ୍ରକୃଷ୍ଟ ଉଦାହରଣ । ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ବିଭିନ୍ନ କୋଣରୁ ଦୃଶ୍ୟ ଦେଖାଇବା ଲାଗି ଏକାଧିକ କ୍ୟାମେରା ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଲାଗିଥାଏ । ବିଶେଷ ଭାବରେ ଲାଇଭ୍ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଗୁଡିକ ଏହିଫିଲ୍ଡ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଭିରେ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ । ଏହିଭଳି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଅଧିକ ଟେକ୍ନିସିଆନ୍ ଓ ଅଧିକ ଅର୍ଥ ବିନିଯୋଗ କରାଯାଇଥାଏ ।

୩) କ୍ରୀଡ଼ା :

କ୍ରୀଡ଼ାକୁ ନେଇ ବିଭିନ୍ନ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଉଥିଲେ ବି ସାଧାରଣ ଭାବରେ ତିନୋଟି ପ୍ରକାରର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଅତି ଲୋକପ୍ରିୟ ।

କ) କ୍ରୀଡ଼ାର ଲାଇଭ୍ କଭରେଜ୍

ବିଭିନ୍ନ ଷ୍ଟାଡିୟମରୁ କ୍ରିକେଟ୍, ଫୁଟ୍‌ବଲ୍, ହକି, କବାଡ଼ି ଇତ୍ୟାଦି ଖେଳର ସିଧାସଳଖ ରୋମାଞ୍ଚକର ଭିଜୁଆଲ୍ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଦେଖାଇବା ପାଇଁ ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ । ଓ.ବି ବା ଆଉଟଡୋର୍ ବ୍ରଡକାଷ୍ଟିଙ୍ଗ୍ ଭ୍ୟାନ୍‌ର ସହାୟତା ନେଇ ଏଇ ଧରଣର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ ।

ଖ) ରେକର୍ଡେଡ୍ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ଯୋଗାଯୋଗ ଅଭାବରୁ ଓ କୌଣସି ଅନିବାର୍ଯ୍ୟ କାରଣରୁ କିଛି ଖେଳକୁ ରେକର୍ଡ କରି ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଇଁ ପଛରେ ପ୍ରସାରିତ କରାଯାଏ ।

ଗ) ସୂଚନାତ୍ମକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର କ୍ରୀଡ଼ାକୁ ନେଇ ମଧ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇପାରେ । କ୍ରୀଡ଼ା ଉପରେ ପ୍ରାମାଣିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, କ୍ରୀଡ଼ାବିତ୍ ମାନଙ୍କର ସାକ୍ଷାତକାର, ସାଧାରଣ ଜ୍ଞାନ ପରୀକ୍ଷା ଇତ୍ୟାଦି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଭରପୂର ଆନନ୍ଦ ଦିଏ ।

୪) ପ୍ରାମାଣିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର :

ଏହା ଗୋଟିଏ ତଥ୍ୟ ବା ପ୍ରମାଣ ଭିତ୍ତିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର । ପ୍ରାମାଣିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରରେ ସବୁବେଳେ ସତ୍ୟାଧାରିତ ହୋଇଥିବାରୁ ଏଗୁଡିକରେ କୌଣସି ମନଗଢ଼ା କାହାଣୀ ନଥାଏ । ଏହାର ନାମ ଅନୁଯାୟୀ ଏହାର ବିଷୟ ସର୍ବଦା ପ୍ରାମାଣିକ ଓ ତଥ୍ୟାଧାରିତ ହୋଇଥାଏ । ନିର୍ମାଣଶୈଳୀ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ପ୍ରାମାଣିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରଗୁଡ଼ିକୁ ମୁଖ୍ୟତଃ ପାଞ୍ଚ ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇପାରେ । ଯଥା :

- କ) ରିର୍ପୋଟେଜ୍
- ଖ) କଳ୍ପନାଶ୍ରିତ / ଇମାଜିନେଟିଭ୍
- ଗ) ଚିନ୍ତାତ୍ମକ ପ୍ରମାଣିକ ଚିତ୍ର / ଡକ୍ୟୁମେଣ୍ଟାରୀ ଅଫ୍ ଆଇଡିଆଜ୍
- ଘ) ପ୍ରାମାଣିକ ନାଟକ / ଡକ୍ୟୁଡ୍ରାମା
- ଙ) ପର୍ଯ୍ୟଟନଭିତ୍ତିକ/ ଟ୍ରାଭେଲଗ୍

କ) ରିର୍ପୋଟେଜ୍

ଯେକୌଣସି ଘଟିତ ଘଟଣାକୁ ରିର୍ପୋଟେଜ୍ ମାଧମରେ ଦେଖାଇବାକୁ ହେଲେ ମୂଳ ଘଟଣାର ଘଟଣାକ୍ରମ ପରିବର୍ତ୍ତନ ନକରି ନାଟକୀୟତା ସୃଷ୍ଟି କରିବା ହେଉଛି ରିର୍ପୋଟେଜ୍‌ର ମୂଳ ଲକ୍ଷ୍ୟ । ଏଥି ସହିତ ରିର୍ପୋଟେଜ୍‌ରେ ନିଷ୍କର୍ଷ ନିର୍ଣ୍ଣୟ ସ୍ଥିର ହୁଏ ନାହିଁ । ରିର୍ପୋଟେଜ୍‌ରେ ମୂଳ ଘଟଣାର ପ୍ରାମାଣିକତା ବଜାୟ ରହିବା ଜରୁରୀ । ରିର୍ପୋଟେଜ୍ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ

ରୂପେ ସମ୍ପାଦନା ଦ୍ୱାରା ଗୋଟିଏ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରର ରୂପ ପାଇଥାଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ : ଗୋଟିଏ କ୍ରିକେଟ୍ ବା ଫୁଟ୍‌ବଲ୍ ମ୍ୟାଚ୍‌ର ରିପୋର୍ଟେଜ୍ ତିଆରି କରିବାକୁ ଥିଲେ ମ୍ୟାଚ୍‌ଟିର ପ୍ରକୃତ ସମୟକୁ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରରେ ପରିବେଷଣ କଲେ ଦର୍ଶକ ବିରକ୍ତ ହୋଇ ପ୍ରେକ୍ଷାଳୟ ଛାଡ଼ି ଉଠି ପଳାଇବା ସମ୍ଭାବନା ଅଧିକ । ତେଣୁ ଏପରି ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରକୁ ଆକର୍ଷଣୀୟ କରିବାକୁ ହେଲେ ପ୍ରକୃତ ସମୟକୁ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ କରି ପରିବେଷଣ କଲେ ଦର୍ଶକୀୟ ଉତ୍କଣ୍ଠା ବୃଦ୍ଧି କରାଯାଇପାରେ ।
ରିପୋର୍ଟେଜ୍‌କୁ ଏହାର ନାମ ଅନୁଯାୟୀ ନିର୍ଣ୍ଣୟ କରାଗଲେ କେବଳ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଘଟଣାଗୁଡିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରରେ ସ୍ଥାନ ପାଏ, ମାତ୍ର ତାହା ଦର୍ଶକଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ଓ ଉତ୍କଣ୍ଠାକୁ ଚରିତାର୍ଥ କରିପାରେ ନାହିଁ । ରିପୋର୍ଟେଜ୍‌ରେ ଘଟଣା ସମୟରେ ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ ଚରିତ୍ରମାନଙ୍କ ପ୍ରାକୃତିକ ପ୍ରତିକ୍ରିୟାକୁ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରରେ ସଂଯୋଗ କରାଗଲେ ରିପୋର୍ଟେଜ୍ ସ୍ୱୟଂ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଲାଗେ ।

ଖ) କଳ୍ପନାଶ୍ରିତ / ଇମାଜିନେଟିଭ୍

ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ତୁଳନାରେ କଳ୍ପନାଶ୍ରିତ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରଗୁଡିକୁ ବୁଝିବାକୁ କଷ୍ଟକର । ଏହାର ବିଷୟବସ୍ତୁ ଓ ପ୍ରସ୍ତୁତିକରଣ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ରୂପେ ଭିନ୍ନ । ଏହାର ସୁଟିଂ ସମୟରେ ମୂଳ ଯୋଜନାରେ ଥିବା ସଟ୍ ସହିତ କେତେକ ଅତିରିକ୍ତ ସଟ୍ ସୁଟିଂ ହୋଇ ଆସିଥାଏ । କହିବାକୁ ଗଲେ ଏ ପ୍ରକାର ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ବିଶେଷତଃ ସମ୍ପାଦନା ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ହିଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାଏ । ପୂର୍ବାପର ସମ୍ପର୍କ ନଥିବା ଗୋଟିଏ ପରେ ଗୋଟିଏ ସଟ୍‌କୁ ଲଗାଯାଇ ଏହାକୁ ଅର୍ଥପୂର୍ଣ୍ଣ କରିବାକୁ ପ୍ରଚେଷ୍ଟା କରାଯାଉଥାଏ । ସଟ୍ ଗୁଡିକର ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ କ୍ରମିକତା ନଥିଲେ ମଧ ସମ୍ପାଦନା ସହାୟତାରେ ଆବେଗପୂର୍ଣ୍ଣ କ୍ରମିକତା ତିଆରି କରାଯାଏ । ମୋଟ ଉପରେ କହିବାକୁ ଗଲେ ସମ୍ପାଦନା ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ସମୁଦାୟ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରକୁ ଏକ ନୂଆ ରୂପ ଦିଆଯାଏ । ଏହି ପ୍ରକାର ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରରେ ଦୃଶ୍ୟରୂପରୁ ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ବୁଝିହେଲେ ମଧ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଉଚିତ୍ ପଥରେ ନେବା ପାଇଁ ଧାରା ବିବରଣୀ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ ।

ଗ) ଚିନ୍ତାତ୍ମକ ପ୍ରାମାଣିକ ଚିତ୍ର / ଡକୁମେଣ୍ଟାରୀ ଅଫ୍ ଆଇଡିଆଜ୍

ପୂର୍ବ ଆଲୋଚିତ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ଭଳି ଏହାର ନିର୍ମାଣ ଶୈଳୀ ମଧ କଳ୍ପନାଶ୍ରିତ ବା ଇମାଜିନେଟିଭ୍ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରର ନିର୍ମାଣ ସହିତ ସାମଞ୍ଜସ୍ୟ ରହିଥାଏ । ଚିନ୍ତାତ୍ମକ ପ୍ରାମାଣିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରରେ ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ଦୃଶ୍ୟର ସିଧାସଳଖ ଅର୍ଥ ନଦେଖାଇ ପରୋକ୍ଷ ଭାବେ ତୁଳନାତ୍ମକ ଅର୍ଥ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରାଯାଏ । ପ୍ରବନ୍ଧରେ ତୁଳନାତ୍ମକ ଭାଷାରେ ଉପମାର କଳାତ୍ମକ ପ୍ରୟୋଗ ଦେଖାଯିବା ଭଳି, ଏଥିରେ ଗୋଟିଏ ଦୃଶ୍ୟରୂପ ବା ଭିଜୁଆଲ୍‌ର ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଅର୍ଥ ବାହାର କରାଯାଏ । ପୂର୍ବ ପରି ଏହି ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରର ନିର୍ମାଣ ସମ୍ପାଦନା ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ହୁଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ -ଜଙ୍ଗଲ ଭିତରେ ଜଣେଲୋକର ଏକୁଟିଆ ଚାଲି ଚାଲି ଯାଉଥିବା ଦୃଶ୍ୟର ଗୋଟିଏ ସଟ୍ ଦେଖାଗଲେ ଲୋକଟି ଏକୁଟିଆ ଜଙ୍ଗଲରେ ଚାଲୁଛି ବୋଲି ଦର୍ଶକେ ଭାବିପାରନ୍ତି । ହୁଏତ ଆଗକୁ କିଛି ବିପଦ ଆସିପାରେ । ଅନ୍ୟ ଅର୍ଥରେ ବୁଝିବାକୁ ଗଲେ ଲୋକଟି ପ୍ରେମ କରି ବା ଜୀବନ ସଂଗ୍ରାମ କରି ହାରି ଯାଇଛି ଏବଂ ସବୁ ଛାଡି ଜଙ୍ଗଲରେ ବୁଲୁଛି ବୋଲି ହୁଏତ ଅନୁମାନ କରାଯାଇପାରେ । ଜୀବନରେ କେହି ତା'ର ନିଜର ହେଲେନି ଏଠି ତାକୁ କେହି କହିବାକୁ ନାହିଁ -ଏହିପରି ଅର୍ଥ ମଧବାହାର କରାଯାଇପାରେ ।

ଘ) ପ୍ରାମାଣିକ ନାଟକ/ ଡକ୍ୟୁଡ୍ରାମା

ଘଟି ଯାଉଥିବା ସତ୍ୟ ଘଟଣାକୁ ନାଟକୀୟ ରୂପରେ ପ୍ରକାଶ କରିବାର ଶୈଳୀ ହେଉଛି ଡକ୍ୟୁଡ୍ରାମା ବା ପ୍ରାମାଣିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର । ଏହାର ଚରିତ୍ର ଗୁଡିକର ମୂଳ ଘଟଣା ସହିତ କୌଣସି ପ୍ରକାର ସମ୍ପର୍କ ନଥାଏ । ଆମ ସମୟର ଲୋକପ୍ରିୟ କେତେକ ଟି.ଭି ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ପ୍ରଦର୍ଶିତ ହେଉଥିବା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଦୃଶ୍ୟ, ଯଥା- 'କ୍ରାଇମ୍ ପାଟ୍ରୋଲ୍', 'ସାବଧାନ୍ ଇଣ୍ଡିଆ', 'କ୍ରାଇମ୍ ଫାଇଲ୍' ଇତ୍ୟାଦି ହେଉଛି ଡକୁଡ୍ରାମା ବା ପ୍ରାମାଣିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରର ସ୍ପଷ୍ଟ ଦୃଷ୍ଟାନ୍ତ ।
ଫିଚର ଓ ପ୍ରାମାଣିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ବ୍ୟତୀତ ଅନ୍ୟ କେତେ ପ୍ରକାର ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ଦର୍ଶକଙ୍କ ଆଗହ ଓ ଉତ୍କଣ୍ଠା ବଢ଼ାଇବା ସହିତ ସେମାନଙ୍କୁ ଉଭୟ ଶିକ୍ଷା ଓ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ ।

ଙ) ପର୍ଯ୍ୟଟନଭିତ୍ତିକ/ ଟ୍ରାଭେଲଗ୍ :

ନିଜର ଦୈନନ୍ଦିନର କର୍ମବ୍ୟସ୍ତ ଜୀବନ ଭିତରେ ଟିକିଏ ସୁଖ ଶାନ୍ତି ଓ ଆମୋଦ ଖୋଜୁଥିବା ମଣିଷମାନେ ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନକୁ ପରିଭ୍ରମଣରେ ଯାଇ ସେଠାକାର ପ୍ରାକୃତିକ ଓ କୃତ୍ରିମ ଉଭୟ ପ୍ରକାର ପରିବେଶରେ କିଛି ସମୟ ବିତାଇ ଥାଆନ୍ତି । ଏପ୍ରକାର ସ୍ମୃତିକୁ ସାଇତି ରଖିବା ପାଇଁ ସଂପୃକ୍ତ ପରିବେଶରେ ନିଜ ରୁଚି ଅନୁଯାୟୀ ଛୋଟ ଛୋଟ ଚିତ୍ର କ୍ୟାମେରା ଅଥବା ଭିଡିଓ କ୍ୟାମେରାରେ ଉଠାଇଥାନ୍ତି । ଅବସର ସମୟ ମିଳିଲେ ଆରାମରେ ଘରେ ବସି ଏହା ଦେଖନ୍ତି । ଏହି ଭଳି ମାନସିକତାରୁ ଜନ୍ମ ନିଏ ପର୍ଯ୍ୟଟନଧର୍ମୀ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ।

ପ୍ରଥମେ ଏହାକୁ ସଉକ ଭାବେ ନିଆଯାଇଥିଲା ବେଳେ, ବର୍ତ୍ତମାନ ଏହାକୁ ଉଭୟ ନିଶା ଓ ପେଶା ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଛି । ଏହା ସହିତ ପ୍ରାୟ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦେଶରେ ପର୍ଯ୍ୟଟନକୁ ଶିଳ୍ପଭାବେ ମାନ୍ୟତା ଦିଆଯାଇଛି । ତେଣୁ ଅନ୍ୟ ଦେଶର ପର୍ଯ୍ୟଟକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ପାଇଁ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ଆକର୍ଷଣୀୟ ସ୍ଥାନକୁ ନେଇ ପର୍ଯ୍ୟଟନଧର୍ମୀ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ନିର୍ମାଣ କରାଯାଉଛି ।

ଏପ୍ରକାରର ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରରେ ଗୋଟିଏ ସ୍ଥାନର ଆକର୍ଷଣୀୟ ପ୍ରାକୃତିକ ଶୋଭାରାଜି, ଦର୍ଶନୀୟ ସ୍ଥାନ, ସ୍ୱାଦିଷ୍ଟଖାଦ୍ୟ, ଉପଯୁକ୍ତ ବିଶ୍ରାମ ସ୍ଥଳ ଭାବେ ଉପଲବ୍ଧ ହେଉଥିବା ହୋଟେଲ୍, ଲଜ୍, ପାନ୍ଥନିବାସ, ସ୍ଥାନୀୟ ଭାଷା, ସଂସ୍କୃତି, ଖାଦ୍ୟପେୟ, ଗମନାଗମନର ସୁବିଧା, ପ୍ରଚଳିତ ମୁଦ୍ରା ଇତ୍ୟାଦିର ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ଥାଏ, ଯାହା ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଅନେକ ସୂଚନା ଓ ଆନନ୍ଦ ମଧ ଦେଇଥାଏ । ପରକ୍ଷଣରେ ଏହା ପର୍ଯ୍ୟଟକଙ୍କ ମନରେ ସେଇ ସ୍ଥାନ ପର୍ଯ୍ୟଟନ ପ୍ରତି ଆଗ୍ରହ ଓ ଉତ୍କଣ୍ଠା ସୃଷ୍ଟି କରେ ।

୪.୭ ଏକତ୍ରୀକରଣ

♦ ଟେଲିଭିଜନ୍ ପରଦାରେ ପ୍ରସାରିତ ପ୍ରାୟ ସମସ୍ତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସୁଚିନ୍ତିତ ଭାବରେ ପ୍ରଯୋଜିତ ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରସାରଣ ହେବା ପୂର୍ବର ଅବସ୍ଥା ହେଉଛି ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନା । ଟେଲିଭିଜନରେ ଦୃଶ୍ୟ ହେଉଥିବା ସମସ୍ତ ପ୍ରକାର ଚିତ୍ର ଓ ଆଲେଖ୍ୟ ତଥା ଶବ୍ଦାୟମାନ ହେଉଥିବା ସମସ୍ତ କଣ୍ଠସ୍ୱର ଇତ୍ୟାଦି ସଂଯୋଜିତ ଓ ବ୍ୟବସ୍ଥିତ ହୋଇ ପ୍ରସାରିତ ହୁଏ । ପ୍ରସାରଣ ପୂର୍ବରୁ ସାଧାରଣ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଅନ୍ତରାଳରେ ଅନେକ କିଛି ଘଟଣା ରହିଯାଏ । ଏହା ହେଉଛି ପ୍ରସାରଣର ପୂର୍ବ ପର୍ଯ୍ୟାୟ । ଏହାକୁ ପ୍ରଯୋଜନା ବା ପ୍ରସ୍ତୁତି ପର୍ବ କୁହାଯାଏ । ଯେକୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ତତ୍‌କ୍ଷଣାତ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇପାରେ ନାହିଁ । ପ୍ରଥମେ କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସମ୍ପର୍କରେ ପରିକଳ୍ପନା ଓ ଯୋଜନା କରାଯାଏ । ଯୋଜନାଗୁଡିକର ପରବର୍ତ୍ତୀ ଉପଯୁକ୍ତ କାର୍ଯ୍ୟାନ୍ୱୟନ ହେଉଛି ପ୍ରଯୋଜନା ।

♦ ପ୍ରଯୋଜନା ହେଉଛି ଟେଲିଭିଜନ୍‌ରେ ପ୍ରସାରିତ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ପ୍ରାକ୍‌ପ୍ରସ୍ତୁତି । ପ୍ରଥମେ ପ୍ରସ୍ତାବିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ପରିକଳ୍ପନା କରାଯାଏ । ପରିକଳ୍ପିତ କାର୍ଯ୍ୟର ବାସ୍ତବାୟନ ପାଇଁ ଆବଶ୍ୟକ ପ୍ରଣାଳୀଟି ହେଉଛି ଟିଭି ପ୍ରଯୋଜନା । ଏହା ପ୍ରାକ୍ ପ୍ରଯୋଜନା, ପ୍ରଯୋଜନା, ଓ ଚୂଡ଼ାନ୍ତ ପ୍ରଯୋଜନା- ଏହିଭଳି ତିନୋଟି ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ବିଭକ୍ତ । ସମ୍ବାଦ ସଂଗ୍ରହ ଓ ସମ୍ବାଦ ସମ୍ପାଦନା, ଫିଚର ପ୍ରସ୍ତୁତି ଏବଂ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀ ଇତ୍ୟାଦି ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଏହି ତ୍ରିବିଧ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଭିତର ଦେଇ ଗତିଶୀଳ ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରତ୍ୟେକଟି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ପ୍ରାକ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତି, ପ୍ରସ୍ତୁତି ଓ ଚୂଡ଼ାନ୍ତ ପ୍ରସ୍ତୁତି ପରସ୍ପରଠାରୁ ପୃଥକ ରୀତିରେ କରାଯାଇଥାଏ ।

♦ ଚ୍ୟାନେଲର ଷ୍ଟୁଡିଓ ଭିତରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଇନ୍‌ଡୋର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସୁଟିଂ ହୋଇଥାଏ । ଅନ୍ୟ କେତେକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତି ପାଇଁ ସାରା ବିଶ୍ୱର ଯେ କୌଣସି ଘଟଣାସ୍ଥଳ ହୋଇପାରେ । ଏହାକୁ ଆଉଟ୍‌ଡୋର୍ ସୁଟିଂ କୁହାଯାଏ । ପୃଥିବୀର ଯେକୌଣସି ସ୍ଥାନର ଯେ କୌଣସି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଘଟଣାକୁ କ୍ୟାମେରାରେ ସୁଟିଂ କରି ଷ୍ଟୁଡିଓକୁ ଅଣାଯାଏ । ଏସବୁକୁ ଭଲ ଭାବରେ ଦେଖି ସମ୍ବାଦ ଷ୍ଟୋରୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ପ୍ରସ୍ତୁତ ସମ୍ବାଦକୁ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଢଙ୍ଗରେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଉପସ୍ଥାପନ କରାଯାଏ ।

♦ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍ ପାଇଁ ଅତ୍ୟନ୍ତ ସର୍ତକତା ଅବଲମ୍ବନ କରିବାକୁ ହୁଏ । ଫିଚର ଓ ଷ୍ଟୁଡିଓ ସାକ୍ଷାତକାର ଇତ୍ୟାଦି ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଶୈଳୀରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ସାକ୍ଷାତକାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କୁ ସମ୍ପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସମ୍ପର୍କରେ ସବିଶେଷ ଧାରଣା ଆହରଣ କରିବାକୁ ହୋଇଥାଏ । ସେମାନଙ୍କୁ ସାକ୍ଷାତକାର କରିବା ପୂର୍ବରୁ ଯେଉଁ ବିଷୟରେ ସାକ୍ଷାତକାର ଦେବେ ସେ ବିଷୟରେ ସଚେତନ କରାଯାଏ । ସାକ୍ଷାତକାରର ପ୍ରଶ୍ନଗୁଡିକ ପ୍ରସଙ୍ଗୋଚିତ ହୋଇଥିବା ଦରକାର । ଷ୍ଟୁଡିଓ ଭିତରର ଅନ୍ୟାନ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ମଧ ଅନୁରୂପ ସଚେତନତା ଅବଲମ୍ବନ କରାଗଲେ ସେଗୁଡିକ ଶିକ୍ଷଣୀୟ ଓ ମନୋରଞ୍ଜକ ହୋଇପାରେ ।

୪.୮ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ

ଏ ବିଷୟରେ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ ନିମ୍ନଲିଖିତ ବହିଗୁଡିକ ପଢ଼ନ୍ତୁ ।

ରାଇଟିଙ୍ଗ୍ ଏଣ୍ଡ୍ ପ୍ରଡୁସିଙ୍ଗ୍ ଫର୍ ଟିଭି ଏଣ୍ଡ୍ ଫିଲ୍ମ- ଏଷ୍ଟା.ଡେ.ଫୋସାର୍ଡ, ଜନ୍ ରାଇବର୍- ସେଜ୍ ପବ୍ଲିକେସନ୍ସ-ଷଷ୍ଠ ସଂସ୍କରଣ-୨୦୦୯

ଗ୍ଲସରୀ ଅଫ୍ ଟର୍ମସ୍ ଫର୍ ମିଡିଆ ପର୍ସନସ୍- ଡକ୍ଟର ମୃଣାଳ ଚାଟାର୍ଜୀ- ଶେଫାଳୀ ପବ୍ଲିକେଶନ୍ସ-୨୦୧୫

୪.୯ ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା

୧) ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍‌ର କ'ଣ କ'ଣ ଉପାଦାନ ଅଛି ?

୨) କ'ଣ କଲେ ଗୋଟିଏ ଭଲ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିହେବ ?

୩) ଗୋଟିଏ ଖବରକୁ ନେଇ କିପରି ଫିଚର ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇ ପାରିବ ?

୪.୧୦ ପ୍ରୟୋଗ

୧- ଆଜିର ଖବର ସଂଗ୍ରହ କରି ଟେଲିଭିଜନ୍ ପାଇଁ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତ କର ।
୨- 'ମହାନଦୀ ବିବାଦ'କୁ ନେଇ ୧୦ ମିନିଟ୍ ବିଶିଷ୍ଟ ଫିଚର ପ୍ରସ୍ତୁତ କର ।
୩- ତୁମ ଅଞ୍ଚଳରେ ଥିବା ଦର୍ଶନୀୟ ସ୍ଥାନକୁ ନେଇ ପର୍ଯ୍ୟଟନଭିତ୍ତିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରଟିଏ ପ୍ରସ୍ତୁତ କର ।

୪.୧୧ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ

ଟ୍ରେଣ୍ଡ୍- ସାଧାରଣ ପ୍ରବୃତ୍ତି ।
ଏଲନିନୋ- ଏକପ୍ରକାର ପ୍ରାକୃତିକ ଦୁର୍ବିପାକ ।

ୟୁନିଟ୍ - ୫

୫.୦ ବିଷୟର ଗଠନ

୫.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
୫.୨ ବିଷୟ ପରିଚୟ
୫.୩ ଉପସ୍ଥାପନା/ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍
୫.୪ ଉପସ୍ଥାପନ ପ୍ରଣାଳୀ
୫.୫ ଉଚ୍ଚାରଣ ଶୈଳୀ ଓ ସ୍ୱର ପରିବର୍ତ୍ତନ
୫.୬ ଏକତ୍ରୀକରଣ
୫.୭ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ
୫.୮ ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା
୫.୯ ପ୍ରୟୋଗ
୫.୧୦ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ

୫.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ପ୍ରଖ୍ୟାତ କଥାକାର ଓ ସାହିତ୍ୟିକ ସୁରେନ୍ଦ୍ର ମହାନ୍ତିଙ୍କ ଭାଷାରେ 'ପାଦ ଥିଲେ ଚାଲି ହୁଏ ମାତ୍ର ହାତ ଥିଲେ ଲେଖିହୁଏ'। ସେଇ ନ୍ୟାୟରେ ପାଟି ଥିଲେ କହି ହୁଏ ମାତ୍ର ସବୁ କଥା ସୁନ୍ଦର ଶୁଭେନି । କଥନ ଶୈଳୀର ଚମତ୍କାରିତା ଉପରେ ଏହାର ସୌନ୍ଦର୍ଯ୍ୟ ନିର୍ଭରଶୀଳ । ଚଳନ୍ତି ସମୟରେ ଟିଭି ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଗଣମାଧମ । ଏଥିରେ ସମ୍ବାଦ ସହିତ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଅନେକ ଜରୁରୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରିତ ହୁଏ । ପ୍ରତିଟି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସମ୍ପର୍କିତ ସୂଚନା ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ମାଧମରେ ଘୋଷିତ ହୁଏ । ଆକର୍ଷଣୀୟ ଘୋଷଣା ଶୁଣି ଟିଭି ଦର୍ଶକମାନଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ, ଉତ୍କଣ୍ଠିତ ଓ ଆଗ୍ରହାନ୍ୱିତ କରିପାରେ । କହିବା ଶୈଳୀରେ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ବିମୋହିତ କରିବା ହେଉଛି ଉପସ୍ଥାପନା କଳା ।

ଉପସ୍ଥାପନା କିପରି କରାଯିବ ଏଥିରେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ଯୋଗ୍ୟତା କଣ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ପଠନ କଳାର କେଉଁ କେଉଁ ଦିଗ ପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ଦିଆଯିବ, ସେ ସମ୍ପର୍କରେ ଚର୍ଚ୍ଚା କରିବା ସମ୍ପୃକ୍ତ ପାଠର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ।

୫.୨ ବିଷୟ ପରିଚୟ

କଥାରେ ଅଛି -

'ବାନ୍ଧି ଜାଣିଲେ ମଥା ସୁନ୍ଦର,
କହି ଜାଣିଲେ କଥା ସୁନ୍ଦର' ।

ବାନ୍ଧିବା କଳା ଜଣାଥିଲେ କେଶବିନ୍ୟାସ ସୁନ୍ଦର ହୋଇପାରେ । ସେମିତି କହିବା କାଇଦା ଜଣାଥିଲେ କଥା ସୁନ୍ଦର ଲାଗେ । ସମସ୍ତ କହିପାରନ୍ତି, ମାତ୍ର ସବୁରି କଥା ସୁନ୍ଦର ଲାଗେ ନାହିଁ । କହିବାର ଶୈଳୀର ଚମତ୍କାରିତା ନେଇ କଥା ସୁନ୍ଦର ଶୁଣାଯାଏ । ଅତୀତରେ କିଛି ଲୋକ ଗାଁ ଗାଁ ବୁଲି ନିରକ୍ଷର ଲୋକଙ୍କୁ ଗଳ୍ପ ଶୁଣାଇ ଜୀବିକା ନିର୍ବାହ କରୁଥିଲେ । ଏଇମାନଙ୍କୁ କୁହାଯାଉଥିଲା 'ଗଳ୍ପସାଗର' । ସେମାନଙ୍କ କଥାଶୈଳୀରେ ପ୍ରଭାବିତ ହୋଇ ଗ୍ରାମବାସୀ ସେମାନଙ୍କୁ ପାରିତୋଷିକ ପ୍ରଦାନ କରୁଥିଲେ । ଚଳନ୍ତି ସମୟରେ ସେଇ ଗଳ୍ପସାଗରମାନଙ୍କ କଥନ କଳାର ଅଧିକାରୀମାନଙ୍କୁ ଗଣମାଧମର ଉପସ୍ଥାପକ ବା ଆଙ୍କର ବୋଲି କୁହାଯାଇପାରେ । ଆଙ୍କର ଏକାଧାରରେ ଜଣେ ସୂତ୍ରଧର, କଥକ, ଅଭିନେତା ଓ ଆବୃତ୍ତିକର୍ତ୍ତା । ଏକକାଳୀନ ଏଇ ସମସ୍ତ କଳାର ଅଧିକାରୀ ହେଲେ ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଉତ୍ତମ ଆଙ୍କର ହୋଇପାରନ୍ତି । ତେବେ କେଉଁ କେଉଁ ଗୁଣର ଅଧିକାରୀ ହେଲେ ଓ କେଉଁ ଅଭ୍ୟାସ ଜାରିରଖିଲେ ଜଣେ ଉପସ୍ଥାପନା ଭଳି ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର କଳାକୁ ଆୟତ୍ତ କରିପାରିବ ଓ ଏଥିରେ ନିଜର ଯୋଗ୍ୟତା ପ୍ରତିପାଦନ କରିବ ତାହା ଆଲୋଚନା କରିବା ଏହି ବିଷୟର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ।

୫.୩ ଉପସ୍ଥାପନା/ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍

ପ୍ରକୃତ କଥା ଦେଖିବାକୁ ଗଲେ ବର୍ତ୍ତମାନ ସମୟରେ ଅଧିକାଂଶ ଯୁବକ ଯୁବତୀ ଟିଭିରେ ଉପସ୍ଥାପକ ବା ଆଙ୍କର କାର୍ଯ୍ୟକୁ ନିଜ ନିଜର ପେଶା ଭାବରେ ଗ୍ରହଣ କରିବାକୁ ଇଚ୍ଛା କରୁଛନ୍ତି । ଏହି ଅଧ୍ୟାୟରେ ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍ କ'ଣ, କେମିତି କରାଯାଏ, ଜଣେ ଭଲ ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକ ହେବାପାଇଁ କ'ଣ ଆବଶ୍ୟକ ସେ ବିଷୟରେ ଧାରଣା ଦିଆଯାଇପାରେ ।

ଦର୍ଶକ ବା ଶ୍ରୋତାମାନଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ଦିଗରେ ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍ ବା ଉପସ୍ଥାପନା ହେଉଛି ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର କଳା । ଜଣେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ଭଲ ଉପସ୍ଥାପନା ଦ୍ୱାରା ଦର୍ଶକ ଘଣ୍ଟା ଘଣ୍ଟା ଧରି ଟିଭି ପ୍ରସାରିତ ଦୃଶ୍ୟଗୁଡିକ ଉପଭୋଗ କରନ୍ତି । ସେଥିପାଇଁ ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କୁ ଫେସ୍ ଅଫ୍ ଦି ଟେଲିଭିଜନ୍ ବା ଟିଭିର ମୁହଁ କୁହାଯାଏ । ଏଇ ମୁହଁ କିପରି ହେବା ଦରକାର, କେଉଁ ଯୋଗ୍ୟତା ଥିଲେ ଏପରି ଆଗ୍ରହପ୍ରଦ କାର୍ଯ୍ୟ କରାଯାଇ ପାରେ, ସେ ସମ୍ପର୍କରେ ଏଠାରେ କେତୋଟି ଆବଶ୍ୟକ ସୂତ୍ର ସମ୍ପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କରାଯାଇପାରେ ।

- ପ୍ରଥମ କଥା ଜଣେ ଭଲ ଉପସ୍ଥାପକ ହେବାକୁ ସର୍ବନିମ୍ନ ଶିକ୍ଷାଗତ ଯୋଗ୍ୟତା ସ୍ନାତକ ଡିଗ୍ରୀ ହୋଇପାରେ ।
- ଇଂରାଜୀ କିମ୍ବା ସାମ୍ବାଦିକତାରେ ସ୍ନାତକ ହୋଇଥିଲେ ଆହୁରି ଭଲ ।
- ବୌଦ୍ଧିକବିଚକ୍ଷଣତା, ପ୍ରତ୍ୟୁତ୍ପନ୍ନମତିତା ପ୍ରଭୃତି ଏଇ କାମ ପାଇଁ ଅତିରିକ୍ତ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ ।
- ବିଶ୍ୱର ବିଭିନ୍ନ ଘଟଣାବଳୀ, ଆଞ୍ଚଳିକ ଘଟଣାବଳୀ, ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀ ଓ ଏଥିଯୋଗୁଁ ଜନସାଧାରଣ ଭୋଗୁଥିବା ସମସ୍ୟା ସହିତ ନିଜେ ସଜାଗ ରହି ପ୍ରତିମୂହୂର୍ତ୍ତରେ ଖବର ରଖିବା ନିହାତି ଦରକାର ।
- ନିଜର ଶାରୀରିକ ଓ ମାନସିକ ସାମର୍ଥ୍ୟ ବଢ଼ାଇ ଦୀର୍ଘ ସମୟଧରି କାମ କରିବାର ଅଭ୍ୟାସ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ।
- ବିଭିନ୍ନ ପାରିପାର୍ଶ୍ୱିକ ପ୍ରତିକୂଳ ପରିସ୍ଥିତିରେ ଅସମ୍ଭବ ଧରଣର ଧୈର୍ଯ୍ୟ ଏହି ଜୀବିକା ପାଇଁ ଆବଶ୍ୟକ ।
- ଅଧିକ ଶକ୍ତି ଦେଉଥିବା ଖାଦ୍ୟ ଚୟନ କରି ନିଜକୁ କ୍ୟାମେରା ସାମ୍ନାରେ ଫିଟ୍ ଦେଖାଇବାକୁ ପଡ଼େ ।
- ଆକର୍ଷଣୀୟ ଚେହେରା ସହିତ ରୁଚିକର ପୋଷାକ ପରିଧାନ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ।

୫.୪ ଉପସ୍ଥାପନ ପ୍ରଣାଳୀ

ଜଣେ ଭଲ ଉପସ୍ଥାପକ ହେବାକୁ ହେଲେ କେବଳ ଭଲ କଣ୍ଠସ୍ୱର କି ଭଲ ଚେହେରା ନୁହେଁ ବରଂ ସୁନ୍ଦର ଉପସ୍ଥାପନା ଶୈଳୀ ଦ୍ୱାରା ସେ ଦର୍ଶକମାନଙ୍କୁ ବାନ୍ଧି ରଖି ପାରିବା ଦରକାର । ଏଠାରେ ଉପସ୍ଥାପନା ଶୈଳୀ ସମ୍ପର୍କରେ କେତୋଟି ସୂତ୍ର ସମ୍ପର୍କରେ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇପାରେ । ଯଥା :

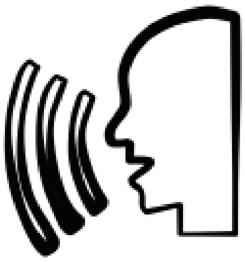
- ଉପସ୍ଥାପନା କରିବାକୁ ଯିବା ପୂର୍ବରୁ ନିଜ ଭିତରେ ଆତ୍ମବିଶ୍ୱାସ ଭିତରେ ରଖିବା ଦରକାର ।
- ସମସ୍ତଙ୍କ ଠାରୁ ନିଜକୁ ଅଲଗା ବୋଲି ଭାବି ଉପସ୍ଥାପନା କରିବାକୁ ହେବ ।
- ଉପସ୍ଥାପିତ ହେବାକୁ ଥିବା ଆଲେଖ୍ୟକୁ ନିଜର ଏକ ନୂତନ ଶୈଳୀରେ ପଢ଼ିବା ଦରକାର ।
- ଆବଶ୍ୟକ ସ୍ଥଳେ ପରିବେଶକୁ ହାଲୁକା କରିବା ଓ ନୂତନତ୍ୱ ଆଣିବା ପାଇଁ, କେତେକ ମଜାଦାର ଉକ୍ତିକୁ ନେଇ ମଧ ଉପସ୍ଥାପନାରେ ସଂଯୋଗ କରାଯାଇପାରେ ।
- ରୁଚିସମ୍ପନ୍ନ ଦିଶିବା ପାଇଁ ଭଲ ପୋଷାକ, କେଶସଜ୍ଜା ଇତ୍ୟାଦି ଜରୁରୀ ।
- ସର୍ବଦା କ୍ୟାମେରାକୁ ଚାହିଁ ଉପସ୍ଥାପନା କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- କେବେବି ନିଜ ପାଖରେ ଥିବା ଛାପା କପିକୁ ବାରମ୍ବାର ଚାହିଁ, ସେଥିରୁ ପଢ଼ି ଉପସ୍ଥାପନା କରିବା ଉଚିତ ନୁହେଁ ।
- ଅନ୍ୟମାନେ କ'ଣ ଭାବୁଛନ୍ତି, ଉପସ୍ଥାପନା ବେଳେ ତାହା ଭାବିଲେ ନିଜ କାର୍ଯ୍ୟରେ ତା'ର ପ୍ରଭାବ ପଡ଼ିପାରେ, ତେଣୁ ତାହା ନଭାବି ଧ୍ୟାନନିଷ୍ଠ ହୋଇ ନିଜ କାର୍ଯ୍ୟ ସମ୍ପାଦନରେ ମନୋଯୋଗୀ ହେବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ।

- ଆରମ୍ଭରୁ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ କେମିତି ନିଜର କରିହେବ ସେଥିପ୍ରତି ପ୍ରଥମେ ଧ୍ୟାନ ଦେବା ଦରକାର ।
- ପ୍ରସ୍ତୁତ ସ୍କ୍ରିପ୍ଟକୁ ଉପସ୍ଥାପନା ଆରମ୍ଭ ହେବା ପୂର୍ବରୁ ବାରମ୍ବାର ପଢ଼ି ଅଭ୍ୟାସ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ମଝିରେ ସ୍କ୍ରିପ୍ଟ ଭୁଲିବା ଅନେକଙ୍କ ଅଭ୍ୟାସ, ତେଣୁ ସେ ପରିସ୍ଥିତିକୁ ସାମ୍ନା କରିବା ପାଇଁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ସ୍କ୍ରିପ୍ଟକୁ ମନରେ ରଖିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ।
- କୌଣସି ସ୍ଥଳରେ ଆଲେଖ୍ୟ ଭୁଲିଗଲେ ନିଜ ମନରୁ ତୁରନ୍ତ କିଛି ଶବ୍ଦ ବା ବାକ୍ୟ ଯୋଡ଼ି ପୁଣି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରିଦେବା ଉଚିତ୍ ।
- ଯଦି ଚାରୋଟି କଥା କହିବାକୁ ଅଛି ତାହାହେଲେ ଆରମ୍ଭରୁ ତାହା ନକହି, ଗୋଟିଏ ପରେ ଗୋଟିଏ ମନେରଖି ତାହା କହିବା ଯଥାର୍ଥ ହେବ ।
- ଯେକୌଣସି ବିଷୟ ଉପରେ ତୁରନ୍ତ କିଛି କହିବା ପାଇଁ ସର୍ବଦା ପ୍ରସ୍ତୁତ ରହିବା ଦରକାର ।
- ବିଶେଷକରି ଇତିହାସ, ସଂସ୍କୃତି ଓ ରାଜନୀତି ଉପରେ ଗଭୀର ଜ୍ଞାନ ରଖିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- କ୍ୟାମେରା ସାମ୍ନାରେ ଥିବାବେଳେ ଯେକୌଣସି ଅପ୍ରୀତିକର ପରିସ୍ଥିତି, ଯଥା- ଲାଇଟ୍ ଫାଟିବା, ଟେଲିପ୍ରମ୍ପ୍ଟର କାମ ନକରିବା, ପଢ଼ିବାକୁ ଥିବା ବ୍ରେକିଙ୍ଗ୍ ନ୍ୟୁଜ ସମ୍ପର୍କରେ ବିଳମ୍ବରେ ସୂଚନା ମିଳିବା, ଶୋଷ କରିବା, ନ୍ୟୁଜ୍ ପଢୁଥିବା ବେଳେ ପ୍ରସାରିତ ହେବାକୁଥିବା ପ୍ୟାକେଜ୍ ନଆସିବା ସହିତ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ସମସ୍ୟା ଇତ୍ୟାଦିକୁ ସାମ୍ନା କରିବା ପାଇଁ ଅସମ୍ଭବ ଧରଣର ଧୈର୍ଯ୍ୟ ରଖିବା ଉଚିତ୍ ।
- ସବୁବେଳେ କିଛି ନୂଆ କଥା ଶିଖିବାକୁ ଇଚ୍ଛା ରଖିବା ଦରକାର ।
- ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଖବର ପାଇଁ ଭିନ୍ନ ଧରଣର କଣ୍ଠସ୍ୱରରେ ସାମାନ୍ୟ ପରିବର୍ତ୍ତନ କରାଇ ପଢ଼ିବା ଉଚିତ୍, ଏହା ଦ୍ୱାରା ଦର୍ଶକମାନଙ୍କ ମନକୁ ତାହା ଆକର୍ଷିତ କରିଥାଏ ।
- ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଓ ବିଭିନ୍ନ ଦିବସ ଅନୁସାରେ ପୋଷାକ ପରିବର୍ତ୍ତନ କରି ପିନ୍ଧିବା ଉଚିତ୍ । ଯଥା- ପର୍ବପର୍ବାଣି ଦିନରେ ଶାଢ଼ୀ /ପଞ୍ଜାବୀ, ଅନ୍ୟଦିନରେ ସୁଟ୍ ଓ ବ୍ଲେଜର୍, ଲାଇଫ୍‌ଷ୍ଟାଇଲ୍ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଜିନ୍ସ ଓ ଟପ୍ସ /ସାର୍ଟ, ପ୍ୟାଣ୍ଟ୍ ଇତ୍ୟାଦି ପୋଷାକ ପିନ୍ଧାଯିବା ଦରକାର ।
- ସର୍ବଦା ଷ୍ଟୁଡିଓର ବ୍ୟାକଗ୍ରାଉଣ୍ଡ୍ ଅନୁଯାୟୀ ନିଜର ପୋଷାକ ପରିପାଟୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଦରକାର ।
- କ୍ୟାମେରା ସାମ୍ନାରେ ସିଧା ହୋଇ ବସି ଖବରକାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପରିବେଷଣ କରିବା ଦରକାର ।
- ପାଣିପାଗ ଖବର ଉପସ୍ଥାପନ କରିବା ସମୟରେ ପ୍ୟାନେଲ୍ ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କ କଥାନୁଯାୟୀ ଗ୍ରୀନ୍ ପରଦାର ସମୟ ଅନୁସାରେ ଗୋଟିଏ ପାଖରୁ ଅନ୍ୟ ପାଖକୁ ଆସିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ଆଉଟ୍‌ଡୋର୍ ବା ବାହାରେ କିଛି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପାଇଁ ଉପସ୍ଥାପନା କରୁଥିଲେ କିଛି ଜିନିଷ ଯଥା-ଖାଦ୍ୟ ସମ୍ପର୍କୀୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ କରୁଥିଲେ ହାତରେ କିଛି ଖାଦ୍ୟ, କ୍ରୀଡ଼ା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ହାତରେ ଫୁଟ୍‌ବଲ, ରାକେଟ୍ ବା ବ୍ୟାଟ୍ ଇତ୍ୟାଦି ବ୍ୟବହାର କଲେ ଟିଭିରେ ବହୁତ ଭଲ ଲାଗେ ।
- ନିଜ ଚ୍ୟାନେଲର ନିୟମ ଅନୁସାରେ ଉପସ୍ଥାପନ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ପ୍ରସାରଣ ମାଧ୍ୟମରେ ଦର୍ଶକମାନେ ସର୍ବସ୍ୱ ହୋଇଥିବାରୁ, ଉପସ୍ଥାପନା ସର୍ବଦା ସରଳ ଓ ଭଦ୍ରୋଚିତ ହେବା ଦରକାର ।
- ଉପସ୍ଥାପନା ମଝିରେ ହସ ହସ ମୁହଁ ଦ୍ୱାରା ଉପସ୍ଥାପନାଟି ଭଲ ଲାଗେ ।
- ଆବଶ୍ୟକ ଅନୁଯାୟୀ ମୁଣ୍ଡ ଓ ହାତ ସଞ୍ଚାଳନ କରିବା ଦ୍ୱାରା ଦର୍ଶକମାନେ ଉପସ୍ଥାପନାକୁ ଉପଭୋଗ କରନ୍ତି ।
- ଉପସ୍ଥାପନା ନିଜ ଅଙ୍ଗଭଙ୍ଗୀରେ ସମୟରେ ବାରମ୍ବାର ଅସ୍ଥିରତା ପ୍ରକାଶ କଲେ, ତାହା ମନୋରଞ୍ଜକ ହେବା ପରିବର୍ତ୍ତେ ବିରକ୍ତିକର ବୋଧହୁଏ ।

- ଆବଶ୍ୟକ ହେଲେ ପାଖରେ ଥିବା ସ୍କ୍ରିପ୍ଟକୁ ଦେଖିବା ଅପେକ୍ଷା ସବୁ ସମୟରେ କ୍ୟାମେରାର ଲେନ୍ସକୁ ଚାହିଁ ଉପସ୍ଥାପନା କରିବା ଜରୁରୀ ।
- ନିଜ ସହ-ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ସହିତ ଭଲ ସମ୍ପର୍କ ରକ୍ଷା କରି ତାଙ୍କୁ ପରିବେଷଣରେ ଉପଯୋଗ କରିବା ଦରକାର । ତାଙ୍କୁ ବି କିଛି କହିବା ପାଇଁ ସୁଯୋଗ ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ନ୍ୟୁଜ୍ ଉପସ୍ଥାପନା କରୁଥିବା ସମୟରେ ଆବଶ୍ୟକତା ମାଫିକ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ନ୍ୟୁଜ୍ ଅନୁଯାୟୀ ଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ମୁଖଭଙ୍ଗୀ କରି ପଢ଼ିବା ଉଚିତ୍ ।

♦ ଦରକାର ପଡ଼ିଲେ ନିଜକୁ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା, ସ୍କ୍ରିପ୍ଟ ଲେଖିବା ଇତ୍ୟାଦି କାର୍ଯ୍ୟରେ ନିୟୋଜିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ।
♦ ନିଜେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥିବା ଆଲେଖ୍ୟକୁ ଅନ୍ୟ କାହାର ସାହାଯ୍ୟ ନେଇ ସଂଶୋଧନ କରିନେବା ଦରକାର ।
♦ ବୁଲେଟିନ୍ ବା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଆରମ୍ଭ କରିବାର ସର୍ବନିମ୍ନ ପନ୍ଦର ମିନିଟ୍ ପୂର୍ବରୁ ମେକଅପ୍ ନେଇ ଷ୍ଟୁଡିଓରେ ପହଞ୍ଚି ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କୁ ଜଣାଇବା ଜରୁରୀ ।
♦ 'ଅଭ୍ୟାସ ବଳେ ସର୍ବସିଦ୍ଧି' କଥାକୁ ସର୍ବଦା ସମ୍ମାନ ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ ।
♦ ଉପଯୁକ୍ତ ଭାବରେ ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତୀ ହୋଇ ନ୍ୟୁଜ୍ ଅବା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ ୩୦ସେକେଣ୍ଡ୍ ପୂର୍ବରୁ ଶେଷ କରିବାରେ ଅଭ୍ୟସ୍ତ ହେବା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ।

୫.୫ ଉଚ୍ଚାରଣ ଶୈଳୀ ଓ ସ୍ୱର ପରିବର୍ତ୍ତନ



♦ ଯେଉଁ ଅଞ୍ଚଳରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଛନ୍ତି ସେ ଅଞ୍ଚଳର ଭାଷା ସହିତ ଅଭ୍ୟସ୍ତ ହେବା ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକ ।
♦ ଉତ୍ତମ ଭାଷାଜ୍ଞାନ ଦ୍ୱାରା ଉଚ୍ଚାରଣ ଶୁଦ୍ଧତା ଆସେ ।
♦ ଭାଷା ଉପରେ ଦଖଲ ଉପସ୍ଥାପନା ସମୟର ଅର୍ଦ୍ଧାଧିକ ସମସ୍ୟା ଦୂର କରିଦିଏ ।
♦ ଉପସ୍ଥାପନ ସମୟରେ ଦୃଢ଼ ଆତ୍ମବିଶ୍ୱାସର ସହିତ ସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବରେ କହିବା ଭଲ ।
♦ ଆବଶ୍ୟକ ପଡ଼ିଲେ ନ୍ୟୁଜ୍‌ର ଷ୍ଟୋରୀ ଅନୁଯାୟୀ କଣ୍ଠସ୍ୱରରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ କରି ପଢ଼ାଯିବା ଉଚିତ୍ ।
♦ କେଉଁ ଶବ୍ଦ ଉପରେ କେତେ ଚାପ ପକାଇ ପଢ଼ାଯିବ ବା କୁହାଯିବ ତାକୁ ଅଭ୍ୟାସ ଦ୍ୱାରା ଶିଖା କରାଯାଇ ପାରେ ।
♦ ପ୍ରତିଟି ଶବ୍ଦ ଓ ଏହାର ଅର୍ଥକୁ ବୁଝି, ଏହାର ଉଚ୍ଚାରଣ କିପରି ହେବ ସେଥି ପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ ।
♦ ଜଣେ ଭଲ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରତିଟି ଶବ୍ଦ ଓ ବାକ୍ୟ ଉଚ୍ଚାରଣରେ ଶୁଦ୍ଧତା ରକ୍ଷା କରିବା ନିହାତି ଜରୁରୀ ।
♦ ଶବ୍ଦର ଉପଯୁକ୍ତ ଅର୍ଥ, ପ୍ରତିଶବ୍ଦ, ସମାର୍ଥବୋଧକ ଶବ୍ଦ, ଅପଶବ୍ଦ, ଧ୍ୱନି, ଢଗ-ଢ଼ମାଳି ଓ ବକ୍ରୋକ୍ତି ଇତ୍ୟାଦି ଉପରେ ଦକ୍ଷତା ବୃଦ୍ଧି କରିବା ନିହାତି ଦରକାର ।
♦ ଜଣେ ବିଭିନ୍ନ ଉଚ୍ଚାରଣର ବିଭିନ୍ନ ଶୈଳୀ ଜାଣିବା ଜରୁରୀ ।
♦ ନିଜ ଆଞ୍ଚଳିକ ଉଚ୍ଚାରଣ ଢଙ୍ଗକୁ ପରିତ୍ୟାଗ କରି ସାଧାରଣ ଢଙ୍ଗ ଆପଣାଇବା ଦ୍ୱାରା ନିଜ ସହିତ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ବୃଦ୍ଧିପାଏ ।
♦ ପ୍ରତିଟି ଖବରକୁ ପଢ଼ିବା ଢଙ୍ଗରେ ନପଢ଼ି, ତାକୁ ସାଧାରଣରେ କଥା କହିବା ଭଳି ପଢ଼ିବା ଜରୁରୀ ।
♦ କୌଣସି ଖବର ବା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ସ୍କ୍ରିପ୍ଟକୁ ଅତି ତରବର ବା ଅତି ଧିରେ ନପଢ଼ି କଥା କହିବା ଭଳି ପଢ଼ିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
♦ ପାଟି ଲାଗୁଥିଲେ କଳରେ ଗୋଡ଼ି ଜାକି ଦର୍ପଣ ଆଗରେ ଅଭ୍ୟାସ କରିବା ଦ୍ୱାରା ଉଚ୍ଚାରଣରେ ସୁଧାର ଆସେ ।
♦ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କର ବିଭିନ୍ନ ଭାଷାରେ ଦକ୍ଷତା କରିବା ଦରକାର ।

୫.୬ ଏକତ୍ରୀକରଣ

♦ ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍ ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର କଳା । ଜଣେ ସାଧାରଣ ଭାବରେ ଇଚ୍ଛାକଲେ ମଧ ଏଇ କଳା ଉତ୍ତମ ରୂପେ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିପାରିବା ସହଜ ଓ ସମ୍ଭବ ନୁହେଁ । ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍ ପାଇଁ କେତୋଟି ପ୍ରବିଧି ରହିଛି । ଜଣେ ଏଇ ବିଶେଷ କଳାକୁ ଭଲ ଭାବରେ ଆୟତ୍ତ କରିବାକୁ ହେଲେ, ତାଙ୍କୁ ଅନ୍ତତଃ ପକ୍ଷେ ନିଜର ସୁନ୍ଦର କଣ୍ଠସ୍ୱର ସାଧନା କରିବାକୁ ହେବ । ଟେଲିଭିଜନ୍ ଭଳି ଦୃଶ୍ୟ-ଶ୍ରାବ୍ୟ ମାଧମରେ ସେ ଦୃଶ୍ୟ ହେଉଥିବାରୁ, ସେ ଉତ୍ତମ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟର ଅଧିକାରୀ ହୋଇଥିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
♦ କେବେ କେବେ ନିଜ ଉପସ୍ଥିତ ବୁଦ୍ଧି ଓ ବିଚକ୍ଷଣତା ପ୍ରୟୋଗ କରି ଆଙ୍କରିଙ୍ଗକୁ ସୁନ୍ଦର ଓ ଆକର୍ଷଣୀୟ କରାଯାଇପାରେ । ମାତ୍ର ସର୍ବଦା ଏହା କରାଯିବା ସମ୍ଭବ ନୁହେଁ । ତେଣୁ ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍ କରିବାର ଯଥେଷ୍ଟ ପୂର୍ବରୁ ସମୟ ବିଚାର କରି ଏଥିପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ।

♦ ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍, କେବଳ କଥନକଳା ନୁହେଁ, ବରଂ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ଏକତ୍ର ସଂଯୋଜନା କରିବାର ଏକ ମନୋମୁଗ୍ଧକର ପ୍ରୟାସ । ମାଳାକାର ବିଭିନ୍ନ ଫୁଲ ଗୁନ୍ଥିବା ଭଳି ଆଙ୍କର ବିଭିନ୍ନ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର ଆଳାପ, ସଂଳାପ ଇତ୍ୟାଦିକୁ ସଜାଇ ମଜାଇ ସୁନ୍ଦର ଭାବରେ ଉପସ୍ଥାପନା କରନ୍ତି । ତେଣୁ ଆଙ୍କରଙ୍କୁ ସୁଚିନ୍ତିତ ଓ ଯୋଜନାବଦ୍ଧ ଭାବରେ ଏଥିପାଇଁ ଅଭ୍ୟାସ କରିବା ଦରକାର ।

♦ କଥନ ଶୈଳୀ ଶୁଦ୍ଧ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ପ୍ରତ୍ୟକଟି ଶବ୍ଦ ଓ ବାକ୍ୟର ଉଚ୍ଚାରଣ ସ୍ପଷ୍ଟ ଓ ବୋଧଗମ୍ୟ ହେବା ଉଚିତ୍ । ଏହାକୁ ସରସ ସୁନ୍ଦର କରିବା ପାଇଁ ଆଙ୍କର କ୍ରମାଗତ ଅଭ୍ୟାସ କରିବା ନିହାତି ଜରୁରୀ ।

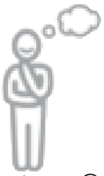
♦ ଷ୍ଟୁଡିଓ ଭିତରର ବ୍ୟବସ୍ଥିତ ପରିବେଶ ସହିତ ଓ ଷ୍ଟୁଡିଓ ବାହାରର ଅବ୍ୟବସ୍ଥିତ ପରିସର- ଉଭୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଆଙ୍କରଙ୍କୁ ସମଭାବରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ଦରକାର ।

୫.୭ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ

ଏ ବିଷୟରେ ଜାଣିବା ପାଇଁ ନିମ୍ନଲିଖିତ ବହିଗୁଡିକ ପଢ଼ିବା ଜରୁରୀ ।

ଭିଡିଓ ପ୍ରଡକ୍ସନ୍ ହ୍ୟାଣ୍ଡବୁକ୍ - ଜିରାଲ୍ଡ ମିଲରସନ୍,ଜିମ୍ ଓ୍ବେନ୍ସ- ଫୋକାଲ୍ ପ୍ରେସ୍- ତୃତୀୟ ସଂସ୍କରଣ-୨୦୦୨

ଟିଚିଙ୍ଗ୍ ଟିଭି ପ୍ରଡକ୍ସନ୍ ଇନ୍ ଏ ଡିଜିଟାଲ୍ ଓ୍ବାର୍ଲ୍ଡ - ରବର୍ଟ ଏଫ.କେନୀ- ଲାଇବ୍ରେରୀଜ୍ ଅନଲିମିଟେଡ୍-ଦ୍ୱିତୀୟ ସଂସ୍କରଣ-୨୦୦୫



୫.୮ ପ୍ରଗତିକୁ ମାପିବା

୧) ଆଙ୍କରିଂ ବା ଉପସ୍ଥାପନା କ'ଣ ? ଦର୍ଶାଅ ।

---

୨) ଉପସ୍ଥାପନା ପାଇଁ ପ୍ରଥମେ କ'ଣ କ'ଣ ଅଭ୍ୟାସ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ?

---

୩) ସମ୍ବାଦ ପାଇଁ କିପରି ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ଓ ପାଠ କରାଯାଏ ?

---

୪) ଉପସ୍ଥାପନା ପାଇଁ କିପରି ଲେଖା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ?

୫.୯ ପ୍ରୟୋଗ

୧) ଟିଭି ଉପସ୍ଥାପନା ପାଇଁ ନିଜକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କର ।
୨) ନିଜକୁ ଜଣେ ଉପସ୍ଥାପକ ମନେ କରି ବନ୍ଧୁମାନଙ୍କ ସମ୍ମୁଖରେ କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପାଇଁ ଆଙ୍କରିଂ କର ।
୩) ସମ୍ବାଦ ପାଠ ପାଇଁ ହେଡ୍ ଲାଇନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କର ।
୪) ନିଜେ ଗୋଟିଏ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ଆଙ୍କରିଙ୍ଗ୍ ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କର ।
୫) ଟିଭି ପାଇଁ ନିଜେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ସମ୍ବାଦ ଲେଖ ।

୫.୧୦ ଶବ୍ଦ ଟିପ୍ପଣୀ

ଆଙ୍କର- ଉପସ୍ଥାପକ, ଘୋଷକ ।
ସ୍କ୍ରିପ୍ଟ- ସମ୍ବାଦ ପାଠ ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଉଥିବା ଆଲେଖ୍ୟ ।
ଷ୍ଟୁଡିଓ- ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବିଭିନ୍ନ ଯନ୍ତ୍ର ଥିବା ଆବଦ୍ଧ ଗୃହ । ଏଠାରେ ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପାଇଁ ସୁଟିଂ କରାଯାଏ ।
ଷ୍ଟୁଡିଓ ବ୍ୟାକ୍‌ଗ୍ରାଉଣ୍ଡ୍- ଷ୍ଟୁଡିଓର ପ୍ରଚ୍ଛଦପଟ୍ଟରେ ଥିବା ନୀଳ ବା ସବୁଜ ପରଦା, ଡିଜାଇନ୍ ବୋର୍ଡ ।
ଟେଲିପ୍ରମ୍ପ୍‌ଟର- କ୍ୟାମେରା ସାମ୍ନାରେ ସ୍କ୍ରିପ୍ଟକୁ ଦେଖି ପଢ଼ିବା ପାଇଁ ଲାଗିଥିବା ଯନ୍ତ୍ର ।

■ ■ ■

ପ୍ରଗତି ଜାଣିବା ପାଇଁ ଉତ୍ତର ସମୂହ

ୟୁନିଟ୍- ୧

ଟେଲିଭିଜନ୍ କ'ଣ ? ଏହାର ବିଭିନ୍ନ ଉପଯୋଗିତା ସମ୍ବନ୍ଧରେ ସାଧାରଣ ଧାରଣା ଦିଅ ।

ମାନବ ସଭ୍ୟତାର ବିକାଶରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଅଧ୍ୟାୟ । କଳା-ବିଜ୍ଞାନର ସମ୍ମିଶ୍ରଣରୁ ଏହାର ଜନ୍ମ । ଲୋକଦୃଷ୍ଟିରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ବା ଟିଭି ହେଉଛି ଏକ କୁହୁକପେଟିକା । ସାଧାରଣତଃ ଟେଲିଭିଜନ୍ ବା ଟିଭି କହିଲେ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ସଙ୍କେତ ଦ୍ୱାରା ସ୍ଥିର ବା ଚଳମାନ ଚିତ୍ରକୁ ପ୍ରସାରଣ କରୁଥିବା ଏକ ଯନ୍ତ୍ର ବୋଲି ବୁଝାଯାଏ ।

ପୂର୍ବରୁ ବେତାର ଯନ୍ତ୍ର ଉଦ୍ଭାବନ ଦ୍ୱାରା କେବଳ ଶବ୍ଦରେ କାରବାର ଚାଲୁଥିଲା । ମାତ୍ର ଟେଲିଭିଜନ୍ ଉଦ୍ଭାବନ ହେବା ଦ୍ୱାରା ଶବ୍ଦ ସହିତ ଦୃଶ୍ୟରୂପର ସଂଯୋଜନ କରିବା ସମ୍ଭବ ହେଲା । ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ସର୍ବାଧିକ । ଚଳନ୍ତି ସମୟରେ ପ୍ରାୟ ପ୍ରତି ଘରେ ଘରେ ଏହା ଖାଦ୍ୟପେୟ ଭଳି, ଏକ ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ ହୋଇଆସିଛି । ଏହା ଏକାଧାରରେ ଶିକ୍ଷାର୍ଥୀ ପାଇଁ ଜ୍ଞାନ ଚର୍ଚ୍ଚାର ବନ୍ଧୁ, ଅଶିକ୍ଷିତ ପାଇଁ ମନୋରଞ୍ଜନକାରୀ ସାଙ୍ଗ, ନିଃସଙ୍ଗ ପାଇଁ ଅତି ବିଶ୍ୱସ୍ତ ସହଚର ପାଲଟି ଯାଇଛି । ମାନବ ସଭ୍ୟତାର ବିକାଶରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଅଧ୍ୟାୟ ।

୨) ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ଇତିହାସ ସମ୍ପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କର ।

ୟୁନେସ୍କୋର ସହାୟତା ଓ ଭାରତ ସରକାରଙ୍କ ପଦକ୍ଷେପ ଯୋଗୁଁ ଭାରତକୁ ୧୯୫୦ମସିହାର ଶେଷଭାଗରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ସେଟ୍ ଆସିବା ସମ୍ଭବ ହେଲା । ସେତେବେଳେ ଭାରତ ଭଳି ରାଷ୍ଟ୍ର ଯେ ଟିଭି ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବା ଘଟଣାକୁ ନେଇ ସେ ସମୟରେ ସନ୍ଦେହ ଦେଖାଦେଇଥିଲା । ଆମ ସଂସ୍କୃତିଠାରୁ ଟିଭି ଆମକୁ ଅଲଗା କରିଦେବ ବୋଲି ମଧ ଅନେକ ରକ୍ଷଣଶୀଳ ରୂଢ଼ିବାଦୀଙ୍କ ମନରେ ମଧ ଆଶଙ୍କା ଥିଲା ।

ଏହି ସମୟରେ ଗୋଷ୍ଠୀକେନ୍ଦ୍ର ଗୁଡିକରେ ଟିଭି ସେଟ୍ ପାଇଁ ୟୁନେସ୍କୋ କୋଡିଏ ହଜାର ଡଲାର୍ ପ୍ରଦାନ କରିଥିଲା । ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକା ମଧ କିଛି ଆବଶ୍ୟକ ଉପକରଣ ମଧ ଯୋଗାଇ ଦେଇଥିଲେ । ଫିଲିପ୍ସ ଇଣ୍ଡିଆ କମ୍ପାନୀ ଅତି ଅଳ୍ପ ମୂଲ୍ୟରେ ଗୋଟିଏ ଟ୍ରାନ୍ସମିଟର ପ୍ରଦାନ କରିଥିଲେ । ପରେ ଦିଲ୍ଲୀଠାରେ ପରୀକ୍ଷାମୂଳକ ଭାବରେ ଏକ ଟିଭି ଷ୍ଟେସନ୍ ସ୍ଥାପିତ କରାଯାଇ ୧୮୦ଟି ଟେଲିକ୍ଲବ୍ ଦ୍ୱାରା ସପ୍ତାହକୁ ଦୁଇଥର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣ କରାଗଲା ।

ପ୍ରତିଟି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ଅବଧି କୋଡ଼ିଏ ମିନିଟ୍ ରଖାଯାଇଥିଲା । ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଗୁଡିକ ଦିଲ୍ଲୀରେ ନିର୍ମିତ ଏକ ଅତ୍ୟାଧୁନିକ ଷ୍ଟୁଡିଓରୁ ପ୍ରସାରିତ ହେଉଥିଲା । ୧୯୬୧ରେ ୟୁନେସ୍କୋ ଦ୍ୱାରା ଭାରତୀୟଙ୍କ ଉପରେ ଟିଭିର ପ୍ରଭାବ ପାଇଁ ଏକ ସର୍ବେକ୍ଷଣ କରାଯାଇଥିଲା । ଫଳସ୍ୱରୂପ ଜଣାଯାଇଥିଲା ଯେ ଭାରତୀୟଙ୍କ ଉପରେ ଟିଭିର ପ୍ରଭାବ ନିହାତି ଅତୁଟ ରହିଛି ।

ଠିକ୍ ସେହିବର୍ଷ ଅର୍ଥାତ୍ ୧୯୬୧ରେ ସ୍କୁଲ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍ ବା ଏସ୍‌ଟିଭି ସ୍ଥାପନ କରାଯାଇଥଲା । ଯଦିଓ ଦିଲ୍ଲୀ ବିଦ୍ୟାଳୟର ବିଜ୍ଞାନ ଶିକ୍ଷକମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଶିକ୍ଷିତ କରିବା ପାଇଁ ଏହି ଟିଭିର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଥିଲା ତଥାପି ଏହାଦ୍ୱାରା ଯେଉଁ ବିଦ୍ୟାଳୟ ଗୁଡ଼ିକରେ ବିଜ୍ଞାନ ପରୀକ୍ଷାଗାର ନାହିଁ ସେମାନେ ବିଶେଷ ଭାବେ ଉପକୃତ ହେଲେ ।

ସାଧାରଣ ଦର୍ଶକ ଓ ଟିଭି ନିର୍ମାତାଙ୍କ ଦାବି ଅନୁଯାୟୀ ୧୯୬୫ମସିହା ୧୫ଅଗଷ୍ଟରୁ ଟିଭିରେ ମନୋରଞ୍ଜନଧର୍ମୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମମାନ ପ୍ରସାରିତ ହେଲା । କ୍ରମେ କ୍ରମେ ଦୈନିକ ଏକ ଘଣ୍ଟା ଅବଧିର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ ହେଲା । ୧୫ଅଗଷ୍ଟ ୧୯୬୫ମସିହାଠାରୁ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା ।

୩) କେବୁଲ୍ ଦ୍ୱାରା କିପରି ଟିଭି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣ କାର୍ଯ୍ୟ କରାଯାଏ ଲେଖ ।

ପ୍ରଥମେ କେବୁଲ୍ ବା ତାର ସାହାଯ୍ୟରେ ଟେଲିଭିଜନ୍ ସେବା ଯୋଗାଇ ଦିଆଯାଉଥିଲା । ୧୯୭୫ ବେଳକୁ 'ଆର୍‌ସିଏ' ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ 'ସ୍ୟାଟ୍‌କମ୍-୧'ର ଉତକ୍ଷେପଣ ପରେ ନୂତନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଜରିଆରେ କେବୁଲ୍ ଟିଭି ଉଭୟ ଗ୍ରାମ ଓ ସହରଗୁଡ଼ିକରେ ନିଜର ସାମ୍ରାଜ୍ୟ ବିସ୍ତାର କଲା । ୧୯୯୦ ମସିହା ବେଳକୁ କେବୁଲ୍ ଟିଭିର ଅଭ୍ୟୁଦୟ, ଭାରତୀୟ ଟିଭି ଜଗତରେ ଏକ ଅଭୂତପୂର୍ବ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆଣିଲା ।

ଗୋଟିଏ ସାଧାରଣ ଆଣ୍ଟିନାରୁ କେବୁଲ୍ ବା ତାର ସାହାଯ୍ୟରେ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଘରେ ଥିବା ଟିଭିକୁ ସଂଯୋଗ କରାଯାଇ କେବୁଲ୍ ଟିଭି ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ଆଣ୍ଟିନାକୁ ସଙ୍କେତ ବା ସିଗନାଲ୍ ମିଳୁଥିବା ଦିଗକୁ ମୁହଁକରି ଲଗାଯାଏ । ଏହାଦ୍ୱାରା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସାରଣ ସେବା ଯୋଗାଉଥିବା ସଂସ୍ଥାଠାରୁ ସଙ୍କେତ ମିଳେ । କେବୁଲ ଟିଭି ଅପରେଟରମାନେ ଗୋଟିଏ ସ୍ଥାନରେ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କକ୍ଷ କରି ସେଠାରୁ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଘରକୁ କେବୁଲ୍ ବା ତାର ସାହାଯ୍ୟରେ ଟିଭି ପ୍ରସାରଣ କରନ୍ତି । ସ୍ଥାନୀୟ ଦର୍ଶକଙ୍କ

ଦାବି ଅନୁସାରେ କେବୁଲ ଟିଭି ଅପରେଟରମାନେ ମନପସନ୍ଦର ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, ସିରିଏଲ୍, ସଙ୍ଗୀତ ଭିତ୍ତିକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଇତ୍ୟାଦି ପ୍ରସାରଣ କରନ୍ତି । ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ତାଙ୍କ ମନପସନ୍ଦର ସେବା ପାଇବା ପାଇଁ ପ୍ରତି ମାସରେ ଭଡ଼ା ଓ ସଂଯୋଗ ସମୟରେ ସଂସ୍ଥାପନ ପାଉଣା ଦେବାକୁ ପଡ଼େ ।

କେତେକ ମୁଷ୍ଟିମେୟ ବ୍ୟକ୍ତି ତାଙ୍କର ଶକ୍ତି ବଢ଼ାଇବା ପାଇଁ କେବୁଲ୍ ଟିଭିକୁ ଶସ୍ତା ଲୋକପ୍ରିୟତା ଆଳରେ କାମଳ ସାମ୍ବାଦିକତା ଆଡକୁ ଠେଲିଦେଉଛନ୍ତି, ଯାହା କେବୁଲ୍ ଟିଭିର ଭବିଷ୍ୟତକୁ ଦୁର୍ବଳ କରୁଛି । ଏବେ ଟେଲିଫୋନ୍ କମ୍ପାନି ଓ କେବୁଲ୍ ସଂସ୍ଥା ମିଶି ଶିକ୍ଷା, ସୂଚନା ଓ ମନୋରଞ୍ଜନ ଇତ୍ୟାଦିକୁ ମିଶାଇ ଏକ ନୂତନ ସମ୍ଭାବନା ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ଲାଗିଛନ୍ତି ।

୪) ଉପଗ୍ରହ କ'ଣ, ଏହା ମାଧ୍ୟମରେ କିପରି ଟେଲିଭିଜନ୍ ସେବା କରାଯାଏ ?

ଆମେ ରହୁଥିବା ସୌରମଣ୍ଡଳରେ ନଅଟି ଗ୍ରହ ଅଛନ୍ତି । କେତେକ ଗ୍ରହଙ୍କର ନିଜର ଉପଗ୍ରହ ରହିଛି । କିନ୍ତୁ ମନୁଷ୍ୟ ନିଜର ଜ୍ଞାନ ତଥା ସୂଚନା ଓ ପ୍ରଯୁକ୍ତିବଦ୍ୟା ସାହାଯ୍ୟରେ ଯୋଗାଯୋଗ ନିମିତ କୃତ୍ରିମ ଉପଗ୍ରହମାନ ନିର୍ମାଣ କରିଛି । ଏହି ଉପଗ୍ରହ ଗୁଡ଼ିକ ସୌରମଣ୍ଡଳରେ ନିଜ କକ୍ଷପଥରେ ଘୂରି ବୁଲି ପୃଥିବୀକୁ ଅନବରତ ସୂଚନା ପଠାଉଛନ୍ତି । ତେଣୁ ସାଧାରଣ ଭାଷାରେ କହିବାକୁ ଗଲେ, ପୃଥିବୀଠାରୁ ଦୂରରେ ରହି ମଧ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ରିଲେ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଦ୍ୱାରା ସୂଚନା ପ୍ରେରଣକାରୀ ଏକ ଯନ୍ତ୍ର ହେଉଛି ଉପଗ୍ରହ ।

ଉପଗ୍ରହ ଗୁଡ଼ିକ ହଜାର ହଜାର ମାଇଲ୍ ଦୂରରେ ଅବସ୍ଥାପିତ ହୋଇ ମଧ ସୂଚନା ପଠାଇଥାନ୍ତି । ସ୍ପେସ୍ ସଟଲ୍ ବା ରକେଟ୍ ଦ୍ୱାରା ଉପଗ୍ରହକୁ ନେଇ ମହାକାଶରେ ଛାଡ଼ିଦିଆଯାଏ । ଉପଗ୍ରହ ଗୁଡ଼ିକ ସାଙ୍ଗରେ ଆଣିଥିବା ଟ୍ରାନ୍ସପଣ୍ଡର, ପୃଥିବୀ ପୃଷ୍ଠରୁ ଆସୁଥବା ସଙ୍କେତକୁ ସଂଗ୍ରହ କରି ପୁନଶ୍ଚ ପୃଥିବୀର ବିଭିନ୍ନ କୋଣ ଅନୁକୋଣକୁ ପଠାଏ । ଗୋଟିଏ ଟ୍ରାନ୍ସପଣ୍ଡର ଥରକରେ ଗୋଟିଏ ଟିଭି ସଙ୍କେତ ବା ଏକହଜାର ଟେଲିଫୋନ୍ ସୂଚନା ଧାରଣ କରିପାରବାର କ୍ଷମତା ରଖେ । ବର୍ତ୍ତମାନ ସମୟର ପ୍ରାୟ ଉପଗ୍ରହରେ ୨୪ଟି ଟ୍ରାନ୍ସପଣ୍ଡର ଲାଗିଥାଏ କିନ୍ତୁ ଭବିଷ୍ୟତରେ ଏହି ସଂଖ୍ୟା ବଢ଼ି ୪୦ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଯିବାର ଅଛି । ଟ୍ରାନ୍ସପଣ୍ଡରର ସଂଖ୍ୟା ଯେତେ ବଢ଼ିବ, ଉପଗ୍ରହଟି ସେତେ ଜଟିଳ ଓ ବ୍ୟୟବହୁଳ ହେବ ।

ପ୍ରତିଟି ଉପଗ୍ରହ ନିଜର ଟ୍ରାନ୍ସପଣ୍ଡର ଦ୍ୱାରା ଭୂପୃଷ୍ଠରୁ ପ୍ରେରିତ ସଙ୍କେତକୁ ଗ୍ରହଣ କରି ସମ୍ପ୍ରସାରିତ କରି ଭୂପୃଷ୍ଠକୁ ପ୍ରେରଣ କରେ । ଉପଗ୍ରହ ଗୁଡ଼ିକ ଭୂପୃଷ୍ଠରେ ଥିବା ଭୌଗୋଳିକ ପ୍ରତିବନ୍ଧକକୁ ବର୍ଜନ କରି ବିଭିନ୍ନ କୋଣ ଅନୁକୋଣକୁ ସଙ୍କେତ ପଠାଇପାରେ । ଅତି ଅଳ୍ପ ଖର୍ଚ୍ଚରେ ବହୁ ଦୂର ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସଙ୍କେତ ପଠାଇପାରେ । ପୃଥିବୀ ବା ଦେଶର ଅତି ନିଭୃତ ସ୍ଥାନକୁ ମଧ ସଙ୍କେତ ପ୍ରେରଣ କରିବାର କ୍ଷମତା ରଖେ । ୧୯୭୮ମସିହାରେ 'ପବ୍ଲିକ୍ ବ୍ରଡକାଷ୍ଟିଙ୍ଗ୍ ସର୍ଭିସ୍' ପ୍ରଥମକରି ମାଇକ୍ରୋୱେଭ୍ ଛାଡି ଉପଗ୍ରହ ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସାରଣ ସେବା ଆରମ୍ଭ କଲା । ୧୯୮୫ମସିହାରେ 'ଏନବିସି' ଓ ୧୯୮୬ରେ 'ଏବିସି', 'ସିବିଏସ୍' ଇତ୍ୟାଦି ଉପଗ୍ରହ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ କଲେ । ୧୯୯୦ମସିହା ବେଳକୁ କେତେକ ଆଞ୍ଚଳିକ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ସେମାନଙ୍କର ପ୍ରସାରଣ ଆରମ୍ଭ କଲେ ।

୫) ଡି.ଟି.ଏଚ୍ ଦ୍ୱାରା କିପରି ଟିଭି ସେବା କରାଯାଏ ଦର୍ଶାଅ ।

ଡିଟିଏଚ୍ ହେଉଛି ଡାଇରେକ୍ଟ୍ ଟୁ ହୋମ୍ ବା ସିଧାସଳଖ ଉପଗ୍ରହରୁ ଘରେ ଥିବା ଟିଭିକୁ ସଙ୍କେତ । ଏହି ପ୍ରକାର ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଗୋଟିଏ ନୂଆ ପିଢ଼ିର ଉପଗ୍ରହରୁ ଟିଭି ସଙ୍କେତ ସିଧାସଳଖ ଘରେ ଲାଗିଥିବା ଛୋଟ ଗୋଲାକାର ଆଣ୍ଟିନାକୁ ଆସେ । ୧୯୯୪ମସିହାରେ ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାରେ ହ୍ୟୁଗସ୍ କମ୍ୟୁନିକେସନ୍ ଏହି ଡିଟିଏଚ୍ ସେବାର ଆରମ୍ଭ କରିଥିଲେ । ଡିଟିଏଚ୍ ଉପଗ୍ରହଗୁଡ଼ିକର ଅନ୍ୟ ଉପଗ୍ରହ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଥିବା ୨ମିଟରରୁ ୫ମିଟର ବ୍ୟାସ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଥିବା ଆଣ୍ଟିନା ଅପେକ୍ଷା ଅଧିକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ଡାଉନଲିଙ୍କ୍ ପ୍ରସାରଣ ଶକ୍ତି ଅଛି ।

ଭାରତର ଜାତୀୟ ପ୍ରସାରଣକାରୀ ସଂସ୍ଥା 'ଦୂରଦର୍ଶନ' ଭାରତରେ ପ୍ରଥମେ ଡିଟିଏଚ୍ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଆରମ୍ଭ କଲା । ପରେ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଘରୋଇ ସଂସ୍ଥା ଯେପରି - ରିଲାୟନସର ବିଗ୍ ଟିଭି, ଜୀ ର ଡିସ୍ ଟିଭି, ଏୟାରଟେଲ୍ ଡିଟିଏଚ୍, ଭିଡିଓକନ୍ ଡିଟୁ ଏଚ୍, ଟାଟା ସ୍କାଏ, ସନ୍ ନେଟୱାର୍କ ଇତ୍ୟାଦି ତାଙ୍କର କାର୍ଯ୍ୟବିସ୍ତାର କଲେ । ଦୂରଦର୍ଶନ 'ଜିସାଟ-୧୫' ଉପଗ୍ରହ ଜରିଆରେ ୯୩.୫ଡିଗ୍ରୀ ପୂର୍ବଦିଗରୁ ପ୍ରସାରଣ ଜାରି ରଖିଛି ।

ଭାରତୀୟ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଦୂରଦର୍ଶନ ୮୦ଟି ଫ୍ରୀ ଟୁ ଏୟାର୍ ବା ନିଶୁଳ୍କ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଯୋଗାଉଛି । ଟ୍ରାଇ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦତ୍ତ ତଥ୍ୟ ଅନୁଯାୟୀ ୨୦୧୩ ସୁଦ୍ଧା ଭାରତୀୟ ଟିଭି ବଜାରରେ ଛଅଟି ଘରୋଇ କମ୍ପାନୀ ଏବଂ ଗୋଟିଏ ସରକାରୀ କମ୍ପାନୀ ୧୧୦କୋଟି ଟେଲିଭିଜନକୁ ଡିଟିଏଚ୍ ସେବା ଯୋଗାଉଛି । ଛଅଟି ଘରୋଇ ସଂସ୍ଥା ଭାରତରେ ଛପନ କୋଟି ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଏହି ସେବା ଯୋଗାଉଛନ୍ତି ।

ଇସ୍ରୋ ଦ୍ୱାରା ଭାରତରେ ନିର୍ମିତ ଉପଗ୍ରହ ଇନସାଟ୍ ଫୋର ସି ଆର୍, ଇନସାଟ୍ ଫୋର୍ ଏ, ଇନସାଟ୍ ଟୁ ଇ, ଇନସାଟ୍ ଥ୍ରୀ ସି, ଇନ୍ସାଟ୍ ଥ୍ରୀ ଇ ବ୍ୟତୀତ ଘରୋଇ ଉପଗ୍ରହ ଯଥା- ଏନ୍ସେସ୍ -୬, ଥାଇକମ୍-୨, ଟେଲଷ୍ଟାର୍-୧୦ ଇତ୍ୟାଦି ଦ୍ୱାରା ଘରୋଇ ଡିଟିଏଚ୍ ସଂସ୍ଥା ଗୁଡ଼ିକ ସେମାନଙ୍କର ପ୍ରସାରଣ କରୁଛନ୍ତି । ୨୦୧୨ସୁଦ୍ଧା ଭାରତୀୟ ଡିଟିଏଚ୍ ବଜାର ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାକୁ ପଛରେ ପକାଇ ବିଶ୍ୱର ସର୍ବାଧିକ ଡିଟିଏଚ୍ ସେବା ଯୋଗାଉଥିବା ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ପରିଣତ ହୋଇପାରିଛି ।

୬) ଆଇପିଟିଭି କ'ଣ ?

ଆଇପିଟିଭି ହେଉଛି ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ପ୍ରୋଟୋକଲ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍ । ସାଧାରଣ ଭାଷାରେ କହିବାକୁ ଗଲେ ଏହି ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଟିଭି ସଙ୍କେତକୁ ପାରମ୍ପରିକ ଉପଗ୍ରହ ବା କେବୁଲ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ପଠାନଯାଇ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଖକୁ ପଠାଯାଏ । ଆଇପିଟିଭି ଦ୍ୱାରା ଜଣେ ଗ୍ରାହକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବା ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରଟି ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଡାଉନଲୋଡ୍ ହେବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଅପେକ୍ଷା ନକରି ମଧ୍ୟ ଦେଖିପାରିଥାନ୍ତି । ଆଇପିଟିଭିର ସେବାକୁ ତିନିଟି ସେବା ଯଥା- ଲାଇଭ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍, ଟାଇମ୍ ସିଫ୍ଟେଡ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍ ଓ ଭିଡିଓ ଅନ୍ ଡିମାଣ୍ଡ ଇତ୍ୟାଦି ତିନି ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଏ ।

ପ୍ରଥମ ପ୍ରକାର ଆଇପିଟିଭିରେ ବା ଲାଇଭ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ରେ ଦର୍ଶକ ବା ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ସିଧା ପ୍ରସାରଣ ଦେଖିପାରନ୍ତି । ଦ୍ୱିତୀୟ ପ୍ରକାର ଆଇପିଟିଭିରେ ପୂର୍ବଦିନର କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବା ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରକୁ ଦର୍ଶକ ବା ଗ୍ରାହକ ତା'ପରଦିନ ଦେଖିପାରନ୍ତି ତୃତୀୟ ପ୍ରକାର ଆଇପିଟିଭିରେ ଦର୍ଶକ ବା ଗ୍ରାହକ ତାଙ୍କ ଇଚ୍ଛାନୁସାରେ କ୍ୟାଟଲଗ୍‌ରୁ ବାଛିକରି ଦେଖିପାରନ୍ତି । ଜୁଦିଥ୍ ଏଷ୍ଟ୍ରିନ୍ ଓ ବିଲ୍ କ୍ୟାରିକୋଙ୍କ କମ୍ପାନିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରିସେପ୍ଟ ସଫ୍ଟୱେର ସହାୟତାରେ ୧୯୯୫ମସିହାରେ ପ୍ରଥମଥର ପାଇଁ ଆଇପିଟିଭିର ବ୍ୟବହାର ଅରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା । ଏହି ଆଇପିଟିଭି ୟୁନିକ୍ସ ଓ ୱିଣ୍ଡୋଜ୍ ଦ୍ୱାରା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷମ ଜଣେ ଦର୍ଶକ ନିଜ ମୋବାଇଲ ସହାୟତାରେ ଯେକୌଣସି ସ୍ଥାନରେ ଓ ଯେକୌଣସି ସମୟରେ ଦେଖିବାକୁ କ୍ଷମ ହୋଇପାରିଲେ । ମୋବାଇଲ୍ ନେଟ୍‌ୱାର୍କ ଜରିଆରେ ଟିଭି ସଙ୍କେତ ଦର୍ଶକଙ୍କ ମୋବାଇଲ୍‌କୁ ଆସେ ।

୭) ବାଣିଜ୍ୟିକ ପ୍ରସାରଣ କହିଲେ କଣ ବୁଝ ?

ସମୂହ ଲୋକସେବାମୂଳକ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାର ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ହେଉଛି ଲୋକସେବା ପ୍ରସାରଣ । ଭାରତରେ 'ପ୍ରସାର ଭାରତୀ' ହେଉଛି ଲୋକସେବା ପ୍ରସାରଣକାରୀ ସଂସ୍ଥା । ସୂଚନା ଓ ପ୍ରସାରଣ ମନ୍ତ୍ରଣାଳୟ ଅଧୀନରେ ଥିବା ଏହି ସ୍ୱୟଂଶାସିତ ସଂସ୍ଥା ଉଭୟ ଦୂରଦର୍ଶନ ଓ ଆକାଶବାଣୀକୁ ଅର୍ନ୍ତଭୁକ୍ତ କରିଛି । ଅନ୍ୟ ଦେଶମାନଙ୍କ ଭଳି ସରକାରଙ୍କ ଅଧୀନରେ ଥିବା ପ୍ରସାରଣ ସଂସ୍ଥାଗୁଡିକ ସ୍ୱୟଂଶାସିତ ହେବା ଲକ୍ଷ୍ୟ ନେଇ ୨୩ ନଭେମ୍ବର ୧୯୯୭ମସିହାରେ ପ୍ରସାରଭାରତୀ ଗଠିତ ହେଲା । ଏହାର ବହୁପୂର୍ବରୁ ୧୯୯୦ମସିହାରେ ସଂସଦ ସ୍ୱୟଂଶାସିତ ହେବାପାଇଁ ନିୟମକୁ ଲାଗୁ କରିଥିଲେ ମଧ୍ୟ ୧୫ସେପ୍ଟେମ୍ବର ୧୯୯୭ରେ ଏହା କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହେଲା ।

୧୯୭୬ ମସିହା ଜାନୁଆରୀ ପହିଲାରେ ଭାରତୀୟ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ବାଣିଜ୍ୟିକ ସେବା ଆରମ୍ଭ ହେଲା । ଟିଭି ପ୍ରସାରଣ ସର୍ବାଧିକ ଥିବାରୁ, ବିଜ୍ଞାପନଦାତାମାନେ ଟିଭିରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେବାପାଇଁ ଅଧିକ ମାତ୍ରାରେ ଆଗ୍ରହୀ ହେଲେ । ତେଣୁ ସେଥିପାଇଁ କେତେ ପ୍ରକାରର ନିୟମ ମଧ୍ୟ ବାହାରିଲା । ଦର୍ଶକଙ୍କ ମନକୁ ଆଘାତ ନଦେବା ଭଳି ଏବଂ ନୈତିକ, ଧାର୍ମିକ ଚିନ୍ତନ ବା ଭାବନାକୁ କ୍ଷୁର୍ଣ୍ଣ ନକରିବା ଭଳି ବିଜ୍ଞାପନମାନ ନିର୍ମାଣ କରାଗଲା ଫଳରେ ବ୍ୟବସାୟୀ ଓ ଗ୍ରାହକମାନେ ଏହା ଦ୍ୱାରା ଉପକୃତ ହୋଇପାରିଲେ ।

ୟୁନିଟ୍- ୨

୧) ଗୋଟିଏ ଖବର କିପରି ପ୍ରକ୍ରିୟା ଦେଇ ପ୍ରସାରିତ ହୁଏ ?

ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷମତା ୨୪ଘଣ୍ଟା ହୋଇଥିବାରୁ ପ୍ରତି ଘଣ୍ଟାରେ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ଏହିହେତୁ ପ୍ରତିଟି ବୁଲେଟିନ୍ ପାଇଁ ୨୪ ଘଣ୍ଟା କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ । ଇନ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କରୁ ଆସୁଥିବା ପ୍ରତିଟି ଖବରକୁ ଆଉଟପୁଟ୍ ଡେସ୍କରେ ସମୟ ଅନୁଯାୟୀ ବିଚାର କରାଯାଯାଇ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଇ ପ୍ରସାରଣ ଯୋଗ୍ୟ କରାଯାଏ । ସାମ୍ବାଦିକମାନେ ପ୍ରଥମେ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଲେଖି ସର୍ଭରରେ ପକାନ୍ତି । ପରେ କପି ସମ୍ପାଦକ ଷ୍ଟୋରୀଟିକୁ ସମ୍ପାଦନା କରି ତାହା କେଉଁ ବୁଲେଟିନ୍‌ରେ ଯିବ ତାହା ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ ପାଇଁ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କ ସହିତ ପରାମର୍ଶ କରନ୍ତି । ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ ତାର ଗୁରୁତ୍ୱ, ସମୟାନୁବର୍ତିତା ଓ ଆଞ୍ଚଳିକତାକୁ ବିଚାର କରି ଜିଲ୍ଲା, ଆଞ୍ଚଳିକ, ଦେଶବିଦେଶ ଇତ୍ୟାଦି ଥିବା ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବୁଲେଟିନ୍ ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରନ୍ତି । ଷ୍ଟୋରୀର ପ୍ରସାରଣ ସମୟ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ହେବା ପରେ ତାକୁ ଲିଖିତ ରୂପରୁ ଦୃଶ୍ୟରୂପ ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ବା ତାକୁ ପଢ଼ି ରେକର୍ଡ କରାଯାଏ । ପରେ ଭିଜୁଆଲ୍ ଏଡିଟିଙ୍ଗ୍ ଡେସ୍କକୁ ସର୍ଭର୍ ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରିଣ୍ଟେଡ୍ କପି ସହ ଭଏସ୍ ଓଭର, ଭିଜୁଆଲ୍ ପହଞ୍ଚେ । ଜଣେ ଅଭିଜ୍ଞ ଓ ପ୍ରବୀଣ ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ ତାକୁ ସମ୍ପାଦନା କରନ୍ତି । ଆବଶ୍ୟକ ହେଉଥିଲେ ସେଥିରେ କିଛି ଗ୍ରାଫିକ୍ସ, ଡାଟା ପ୍ଲେଟ୍, ବ୍ୟାକ୍‌ଗ୍ରାଉଣ୍ଡ୍ ମ୍ୟୁଜିକ୍ ଇତ୍ୟାଦି ସଂଯୋଜନା କରାଯାଏ । ଏହାପରେ ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଏକ ନାମ ଦିଆଯାଇ ପ୍ରସାରଣ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସର୍ଭର ମାଧ୍ୟମରେ ଏମ୍‌ସିଆରକୁ ପଠାଯାଏ । ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟ ଦେଖି ତାହାର ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ ।

ପ୍ରତ୍ୟକଟି ବୁଲେଟିନ୍ ପାଇଁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସଂଖ୍ୟକ ଷ୍ଟୋରୀ, ଭିଜୁଆଲ୍, ଫୋନୋ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରି ବୁଲେଟିନ୍‌ଟି କିପରି ସର୍ବାଙ୍ଗସୁନ୍ଦର ହେବ ସେଥିପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦିଆଯାଏ ।

୨) ଖବର ପ୍ରସାରଣରେ କେଉଁ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ଦାୟିତ୍ୱ ରହିଥାଏ ?

ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲର ଆକାର ଓ ପ୍ରକାର ନେଇ ବିଭିନ୍ନ ନ୍ୟୁଜ୍‌ରୁମରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ଓ କାର୍ଯ୍ୟ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ହୋଇଥାଏ । ଖବର ପ୍ରସାରଣରେ ମୁଖ୍ୟତଃ ସାମ୍ବାଦିକ, ଗ୍ରାଫିକ୍ସ ଡିଜାଇନର୍, କ୍ୟାମେରାପର୍ସନ, ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ହେଡ୍, ଧ୍ୱନି-ସହାୟକ, ଇନପୁଟ୍ ହେଡ୍, ଆଲୋକ ସହାୟକ, ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ, କପି ସମ୍ପାଦକ, ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ, ସହ ସମ୍ପାଦକ ପ୍ରଭୃତି ବିଭିନ୍ନ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ଦାୟିତ୍ୱ ରହିଥାଏ ।

୩) ଇନପୁଟ୍ ହେଡ୍‌ଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟଧାରା ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ କର ।

ସାଧାରଣତଃ ନ୍ୟୁଜ୍ ଡେସ୍କକୁ ମୁଖ୍ୟତଃ ଦୁଇ ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଏ । ଯଥା : ଇନ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ ଓ ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ । ଚ୍ୟାନେଲ୍ ପାଇଁ ଖବର ସଂଗ୍ରହ କରିବା ହେଉଛି ଇନପୁଟ୍ ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ । ଜଣେ ଇନପୁଟ୍ ହେଡ୍ ଏହି ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଅଭିଜ୍ଞ ଓ ବରିଷ୍ଠ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ଏହି ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ ଦାୟିତ୍ୱ ଦିଆଯାଏ । ତାଙ୍କ ଅଧୀନରେ ଥିବା ଏକାଧିକ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ସେ ଦୈନନ୍ଦିନର ଖବର ସଂଗ୍ରହ କରିବା କାର୍ଯ୍ୟରେ ନିୟୋଜିତ କରାନ୍ତି । ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବରେ କେତେକ ସାମ୍ବାଦିକ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା ବେଳେ, ପ୍ରତିଟି ଜିଲ୍ଲା ଓ ଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ମେଟ୍ରୋ ସହରରେ ଥବା ବ୍ୟୁରୋରେ ଥିବା ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ଅନିୟମିତଃ ସମ୍ବାଦଦାତାଙ୍କୁ କେଉଁଠାରୁ କେଉଁ ବିଷୟରେ ଖବର ଆଣିବେ ତାହାର ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ମଧ ଇନପୁଟ୍ ହେଡ୍ ଦିଅନ୍ତି । ଏସବୁ ସହିତ କେଉଁ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଫଲୋଅପ୍ କରାଯିବ ଏବଂ କେଉଁ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ବିଶେଷ ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରାଯିବ ତାହାର ନିର୍ଣ୍ଣୟ ଏହି ଡେସ୍କ କରିଥାଏ ।

ଏହା ବ୍ୟତୀତ ଘଟଣାବହୁଳ ସ୍ଥାନରୁ କେଉଁ ସମୟରେ ଖବରର ପ୍ରବାହ ହେଉଛି ସେ ପ୍ରତି ଇନପୁଟ୍ ହେଡ୍ ଧ୍ୟାନ ରଖିଥାଁ । ପ୍ରତିଟି ଖବରକୁ ଠିକ୍ ଭାବରେ ଶୁଣି, ଖବରର ଗୁରୁତ୍ୱକୁ ବୁଝି ତାକୁ ତୁର' ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କକୁ ଜଣାଇବା ଏହି ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ କର୍ତ୍ତବ୍ୟ ଓ ଦାୟିତ୍ୱ । ଚ୍ୟାନେଲକୁ ଆସୁଥିବା ପ୍ରତିଟି ଖବରର ପ୍ରସାରଣ ଇନପୁଟ୍ ହେଡ୍‌ଙ୍କ ମୁଖ୍ୟ ଦାୟିତ୍ୱ ।

୪) ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ ସମ୍ପର୍କରେ ଧାରଣା ଦିଅ ।

ନାମ ଅନୁଯାୟୀ ଏହି ବିଭାଗ କେବଳ ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ କାର୍ଯ୍ୟ ହିଁ କରିଥାଏ । ଏହି ଡେସ୍କ ଜଣେ ଆଉଟପୁଟ୍ ହେଡ୍‌ଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବେ ପରିଚାଳିତ ହୋଇଥାଏ । ବହୁ ବର୍ଷ ଧରି ସାମ୍ବାଦିକତା କ୍ଷେତ୍ରରେ ଜଣେ ଅଭିଜ୍ଞ, ବରିଷ୍ଠ ସାମ୍ବାଦିକ ବା ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ, ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲର ଆଉଟପୁଟ୍ ହେଡ୍ ଭାବରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ହେଡ୍‌ଙ୍କ ଅଧୀନରେ ଏକାଧିକ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ, କପି ସମ୍ପାଦକ, ପ୍ରୋଗ୍ରାମ୍ ପ୍ରଯୋଜକ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷମତା ୨୪ଘଣ୍ଟା ହୋଇଥିବାରୁ ପ୍ରତି ଘଣ୍ଟାରେ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ଏହିହେତୁ ପ୍ରତିଟି ବୁଲେଟିନ୍ ପାଇଁ ଆଉଟ୍‌ପୁଟ୍ ହେଡ୍ ହିଁ ଉତ୍ତରଦାୟୀ । ତେଣୁ ଇନ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ ଭଳି ଏହି ଡେସ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରତିଟି ମୁହୂର୍ତ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଇନ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କରୁ ଆସୁଥିବା ପ୍ରତିଟି ଖବରକୁ ଏଠାରେ ସମୟ ଅନୁଯାୟୀ ବିଚାର ଓ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଇ ପ୍ରସାରଣ ଯୋଗ୍ୟ କରିବା ଏହି ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ ।

ପ୍ରତ୍ୟକଟି ବୁଲେଟିନ୍ ପାଇଁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସଂଖ୍ୟକ ଷ୍ଟୋରୀ, ଭିଜୁଆଲ୍, ଫୋନୋ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା କେବଳ ଏହି ଡେସ୍କର ଦାୟିତ୍ୱ । ଏଥିସହିତ ବୁଲେଟିନ୍‌ଟି କିପରି ସର୍ବାଙ୍ଗସୁନ୍ଦର ହେବ ସେଥିପ୍ରତି ମଧ ଏହି ଡେସ୍କ ସଦାସର୍ବଦା ତତ୍ପରତା ପ୍ରକାଶ କରିଥାନ୍ତି । ଏହା ବ୍ୟତୀତ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ପ୍ରସାରଣ ହେବାକୁ ଥିବା ବା ପ୍ରସାରିତ ପ୍ରତିଟି ଦୃଶ୍ୟ, ଶବ୍ଦ, ଗ୍ରାଫିକ୍ସ, ବିଜ୍ଞାପନ ଇତ୍ୟାଦିକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ମାର୍ଗରେ ନେବା ଏହି ଡେସ୍କର ମୁଖ୍ୟ ଦାୟିତ୍ୱ ଓ କର୍ତ୍ତବ୍ୟ । ଯେକୌଣସି ପ୍ରକାର ତ୍ରୁଟି ପାଇଁ ଏହି ଡେସ୍କ ଉତ୍ତରଦାୟୀ ରହନ୍ତି । ଇନ୍‌ପୁଟ୍ ଡେସ୍କ ଭଳି ଏହି ଡେସ୍କରେ ମଧ ତିନୋଟି ବା ତତୋଧିକ ଆଠଘଣ୍ଟା ସମୟ ଅବଧିର କାର୍ଯ୍ୟ କରାଯାଇଥାଏ ।

୪) ଚ୍ୟାନେଲର ସରକାରୀ ଓ ବେସରକାରୀ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଭିତରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ ଦର୍ଶାଅ ।

ସରକାରଙ୍କ ଅଧୀନରେ ଥିବା ଜାତୀୟ ପ୍ରସାରଣକାରୀ ସଂସ୍ଥା 'ଦୂରଦର୍ଶନ'ର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ବିଷୟରେ ଜାଣିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଭାରତରେ ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ଦୂରଦର୍ଶନ କେନ୍ଦ୍ରରେ ଜଣେ କେନ୍ଦ୍ର ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ ଅଛନ୍ତି । ତାଙ୍କ ଅଧୀନରେ ତିନୋଟି ମୁଖ୍ୟ ବିଭାଗ ଯଥା : ୧) କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିଭାଗ, ୨) ଯାନ୍ତ୍ରିକ ବିଭାଗ ,୩) କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ବିଭାଗ ।

କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିଭାଗରେ ଜଣେ ଜଣେ କାର୍ଯ୍ୟନିର୍ବାହୀ ପ୍ରଯୋଜକ ଥାଆନ୍ତି । ତାଙ୍କ ଅଧୀନରେ ଏକାଧିକ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ପ୍ରଯୋଜକ, ପ୍ରଯୋଜକ ଏବଂ ପ୍ରଯୋଜନା ସହକାରୀ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଇଁ ରୁଚିପୂର୍ଣ୍ଣ ସମାଚାର ଏବଂ ସୂଚନାତ୍ମକ/ ମନୋରଂଜନମୂଳକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ହେଉଛି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିଭାଗର କାର୍ଯ୍ୟ । ସମଗ୍ର ସଂସ୍ଥାର ପ୍ରାୟ ସବୁ ପ୍ରକାରର କାର୍ଯ୍ୟଧାରା କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ମାଧ୍ୟମରେ କରାଯାଏ । ଏହାକୁ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ବିଭାଗ କୁହାଯାଏ । କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ବିଭାଗ ଅଧୀନରେ ସମସ୍ତ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ଭିତ୍ତିକ କାର୍ଯ୍ୟ କରାଯାଏ । ଜଣେ ସେକ୍ସନ ଅଫିସରଙ୍କ ତତ୍ତ୍ୱାବଧାନରେ ଏହି ବିଭାଗ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ ।

ଷ୍ଟେସନ୍ ଇଂଜିନିଅର ବା କେନ୍ଦ୍ର ଯନ୍ତ୍ରୀଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ତତ୍ତ୍ୱାବଧାନରେ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ବିଭାଗ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ । କେନ୍ଦ୍ର ଯନ୍ତ୍ରୀଙ୍କ ଅଧୀନରେ ନିର୍ବାହୀ ଯନ୍ତ୍ରୀ ଥାଆନ୍ତି । ଏହା ବ୍ୟତୀତ ଷ୍ଟୁଡିଓ, କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପରିଚାଳନା କକ୍ଷ, ପ୍ରସାରଣ କକ୍ଷ, ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କକ୍ଷ ଇତ୍ୟାଦିରେ ଏକାଧିକ ବୈଦ୍ୟୁତିକ, ଧ୍ୱନ୍ୟାଙ୍କନ ଯନ୍ତ୍ରୀ ଓ କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଯନ୍ତ୍ରୀ ପ୍ରଭୃତି କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । ଟିଭି କେନ୍ଦ୍ରର ବିଭିନ୍ନ ଯନ୍ତ୍ର ପ୍ରତିଷ୍ଠା, ଯନ୍ତ୍ରର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷମ କ୍ଷମତା, ରକ୍ଷଣାବେକ୍ଷଣ, ଦୈନନ୍ଦିନ ପରିଚାଳନା ଇତ୍ୟାଦି ଏହି ବିଭାଗର ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ ।

ଘରୋଇ ବେସରକାରୀ ବ୍ୟବସ୍ଥା:

ସରକାରୀ ବ୍ୟବସ୍ଥାଠାରୁ ଘରୋଇ ଉଦ୍ୟୋଗରେ ଅନେକ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଏବେ ବହୁଭାବରେ ନିଜ ନିଜ ପ୍ରଚେଷ୍ଟାରେ ଅନେକ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିଛନ୍ତି । ଘରୋଇ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ସାଙ୍ଗଠନିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ସରକାରୀ ବ୍ୟବସ୍ଥାଠାରୁ ବିଭିନ୍ନ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ପୃଥକ ।

ଶ୍ରେଣୀ ସଂରଚନା ଅନୁଯାୟୀ ଗୋଟିଏ ଟିଭି ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲର ମୁଖ୍ୟ ଭାବେ ପ୍ରେସିଡେଣ୍ଟ ବା ସଭାପତି ଦାୟିତ୍ୱ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି । କେତେକ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ରେ ମ୍ୟାନେଜିଙ୍ଗ୍ ଡାଇରେକ୍ଟର ହିଁ ଚ୍ୟାନେଲର ସର୍ବମୁଖ୍ୟ ହୋଇଥାଆନ୍ତି । ସେ ପ୍ରଯୋଜନା, ବିଜ୍ଞାପନ, ଆୟବ୍ୟୟର ଅଟକଳ, ଇତ୍ୟାଦି ସହିତ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ର ସମସ୍ତ ପ୍ରକାରର ପରିଚାଳନା ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଓ ପରୋକ୍ଷ ଭାବେ କରିଥାଆନ୍ତି । ଚ୍ୟାନେଲଟିର ସମସ୍ତ ଭଲମନ୍ଦର ନିଷ୍ପତ୍ତି ସେ ହିଁ ନିଅନ୍ତି ।

ଉପସଭାପତିଙ୍କ ଅଧୀନରେ ନ୍ୟୁଜ୍ ଡାଇରେକ୍ଟର ବା ସମ୍ବାଦ ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ସମ୍ବାଦ ବିଭାଗର ମୁଖ୍ୟ ଭାବେ ସେ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ଦୈନନ୍ଦିନର ସମ୍ବାଦ ଆଗମନ, ପ୍ରସାରଣ ତାଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ତତ୍ତ୍ୱାବଧାନରେ କରାଯାଏ । ଦୈନନ୍ଦିନର ଖବରରୁ କେଉଁ ଖବରକୁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ, ସେ ସମ୍ପର୍କରେ ସେ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦିଅନ୍ତି । କେତେକ ଚ୍ୟାନେଲରେ ଏହି କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ପାଇଁ ମୁଖ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ ଥାଆନ୍ତି ।

ସମ୍ବାଦ ନିର୍ଦ୍ଦେଶକଙ୍କ ଅଧୀନରେ ତାଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବା ପାଇଁ ନ୍ୟୁଜ୍ କୋର୍ଡିନେଟର କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି । କେତେକ ଚ୍ୟାନେଲରେ ତାଙ୍କୁ ସହ ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ ବା ଉପ-ସଂପାଦକ ମଧ କୁହାଯାଏ । ନ୍ୟୁଜ୍ ଡେସ୍କ୍ ଓ ସମ୍ପାଦକଙ୍କ ମଧରେ ସେ ସେତୁ ଭଳି କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି ।

ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲରେ କେତେକ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ କେବଳ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ବେଳେ, କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରଯୋଜକ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀକୁ ନେଇ ଆକର୍ଷଣୀୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମମାନ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରନ୍ତି । ଦୈନନ୍ଦିନ ଖବରର ପରିଚାଳନା ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ତତ୍ତ୍ୱାବଧାନରେ ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରତି ଘଣ୍ଟାର ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ତାଙ୍କର ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ । ତାଙ୍କୁ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସର ବା ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକ କୁହାଯାଏ । କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରଯୋଜକମାନଙ୍କୁ ପ୍ରୋଗ୍ରାମ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସର କୁହାଯାଏ । ନ୍ୟୁଜ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଗୁଡିକ ୨୪ଘଣ୍ଟା କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥାଏ । ତେଣୁ ପ୍ରତି ମୁହୂର୍ତ୍ତରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଖବର ବା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣ କରାଇ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ବାନ୍ଧି ରଖିବା ଏହି ଦୁଇ ପ୍ରକାର ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କ ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ ।

ୟୁନିଟ୍-୩

୧) ଦୃଶ୍ୟମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତିରେ କେଉଁ ଦିଗ ପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବା ଉଚିତ୍ ?

ଅନ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ତୁଳନାରେ ଦୃଶ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ କେବଳ ଦୃଶ୍ୟ-ଶ୍ରାବ୍ୟର ମିଳିତ ଉପାଦାନ ହୋଇଥିବାରୁ ଏହାର ବିଶେଷତା ଲକ୍ଷ୍ୟ କରାଯାଇଥାଏ । ପ୍ରକୃତରେ ଦେଖିବାକୁ ଗଲେ ଖବର ସମସ୍ତ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ସମାନ, ମାତ୍ର ପରିବେଷଣର ଭଙ୍ଗୀ ଅଲଗା । ଛାପା ମାଧ୍ୟମ ଅପେକ୍ଷା ପ୍ରସାରଣ ମାଧ୍ୟମରେ ଷ୍ଟୋରୀର ଲମ୍ବ ଛୋଟ ।

ଛାପା ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ସ୍ଥାନ ଭଳି, ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ସମୟର ମୂଲ୍ୟ ତା'ଠାରୁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ବୁଲେଟିନ୍‌ର ସମୟ ଅବଧି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ହୋଇଥିବାରୁ ସେଥିରେ ଯିବାକୁ ଥିବା ଷ୍ଟୋରୀର ସଂଖ୍ୟା ପୂର୍ବ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ । ଛାପା ମାଧ୍ୟମରେ ଗୋଟିଏ ଷ୍ଟୋରୀର ଗୁରୁତ୍ୱ ଅପେକ୍ଷା ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧ୍ୟମରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ସାମାନ୍ୟ ଭିନ୍ନ ।

ଗୋଟିଏ ଘଟଣା ଘଟିବାର କିଛି କ୍ଷଣ ବା ଘଟୁଥିବା ସମୟରେ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧ୍ୟମ ତାକୁ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚାଇପାରେ, ମାତ୍ର ଛାପା ମାଧ୍ୟମ ଘଟଣାର ପରଦିନ ସେହି ଖବରକୁ ପାଠକଙ୍କ ପାଇଁ ପରିବେଷଣ କରେ । ଛାପା ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଖବର ପ୍ରସ୍ତୁତି ବେଳେ ୬'କ' (୫ ଡବ୍ଲୁ ଓ ୧ ଏଚ୍) ସୂତ୍ରଟି ପ୍ରଥମ ପାରାଗ୍ରାଫ୍‌ରେ ସ୍ଥାନିତ ହେବା ବେଳେ, ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧ୍ୟମରେ କିଏ, କାହିଁକି, କ'ଣ, କେମିତି, କେତେବେଳେ, କେଉଁଠି ଭିତରୁ ଗୋଟିଏକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଇ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଆରମ୍ଭ କରାଯାଏ । ଲୋକଙ୍କ ପାଖରେ ଛାପା ଅକ୍ଷର ଅପେକ୍ଷା ଦୃଶ୍ୟରୂପ ଅଧିକତର ଭାବରେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ । ଏଥିରେ ଦୃଶ୍ୟରୂପ ଦ୍ୱାରା ଅନେକ କଥା ବ୍ୟକ୍ତ କରାଯାଇ ପାରୁଥିବା ହେତୁ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ଅପେକ୍ଷା ଏଥିରେ କମ୍ ଲେଖିବାକୁ ପଡ଼େ । ଦୃଶ୍ୟ ମାଧ୍ୟମରେ ଗୋଟିଏ ଶବ୍ଦର ଉଚ୍ଚାରଣ ସହିତ ବନାନ୍‌ଗତ ଶୁଦ୍ଧତା ରକ୍ଷା କରାଯିବା ମଧ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଗୋଟିଏ ବିଷୟ ଉପରେ ନିଜ ମତ ଦେଇଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର ଦୃଶ୍ୟ ରୂପ ସହିତ ନାମ, ଚେହେରା, ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ ଓ ପଦବୀ ଦୃଶ୍ୟ ହେଉଥିବାରୁ

ଦର୍ଶକଙ୍କ ନିକଟରେ ଦୃଶ୍ୟ ମାଧମଟି ବିଶ୍ୱସନୀୟ ହୋଇପାରେ । ଦୃଶ୍ୟ ମାଧମ ପାଇଁ ଷ୍ଟୋରୀଟି ଲେଖିବା ବେଳେ ଅତି ସାବଧାନତାର ସହିତ ଆଖି ଓ କାନ ଉଭୟଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୨) ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ବା ଆଙ୍କରଙ୍କ ପାଇଁ କିପରି ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ପଡ଼େ ?

ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ କଥନ ଶୈଳୀ ତଥା ଉପସ୍ଥାପନ କରିବାର ଢଙ୍ଗ ଅତି ଉନ୍ନତମାନର ହୋଇଥାଇପାରେ । ମାତ୍ର ସେ ପଢୁଥିବା ଆଲେଖ୍ୟରେ ଯଦି ଦମ୍ ନଥାଏ, ତେବେ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍‌ଟି ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିପାରେ ନାହିଁ । ତେଣୁ ଆଙ୍କର କପିଟିକୁ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଶୈଳୀରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ପଡ଼େ ।

ଦୃଶ୍ୟମାଧମ ପ୍ରସାରଣରେ ପ୍ରଥମେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଷ୍ଟୋରୀର ଲିଡ୍ ଉପସ୍ଥାପିତ ହୁଏ । ଷ୍ଟୋରୀ ପ୍ରତି ସମସ୍ତ ଶ୍ରୋତା ଓ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଧ୍ୟାନ କେନ୍ଦ୍ରିତ କରିବା ପାଇଁ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଲିଡ୍ ଲେଖାଯାଏ । ଲିଡ୍‌ରେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଷ୍ଟୋରୀର ସାରାଂଶ ଥାଏ । ଗୋଟିଏ ଭଲ ଲିଡ୍ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଷ୍ଟୋରୀ ପ୍ରତି ଆକର୍ଷିତ କରିପାରେ । ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ଆଲେଖ୍ୟର ଗୁରୁତ୍ୱ ଥିବାରୁ ଏଇ କପି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ପାଇଁ କେତେକ ସଫଳ ଓ ସରଳ ସୂତ୍ର ସମ୍ପର୍କରେ ଏଠାରେ ସାଧାରଣ ଧାରଣା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇପାରେ । ରିପୋର୍ଟର ଦେଇଥିବା ଷ୍ଟୋରୀର ପ୍ରଥମ ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ ଲିଡ୍‌ରେ ରହିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ଲିଡ୍‌ର ଶେଷ ଭାଗରେ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ବାଟ କଢ଼ାଇଲା ଭଳି ଶବ୍ଦ, ନାମ ବା ବାକ୍ୟ ରହିବା ଉଚିତ୍ । ସମଗ୍ର ଷ୍ଟୋରୀର ଦୃଶ୍ୟକୁ ଦେଖି ଲିଡ୍ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଦର୍ଶକ ଦେଖିବାକୁ ଥିବା ଷ୍ଟୋରୀର ଦୃଶ୍ୟକୁ ଦେଖି, ପ୍ରତ୍ୟକଟି ଷ୍ଟୋରୀ ପାଇଁ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ଲିଡ୍ ରହିବା ଉଚିତ୍ । ଷ୍ଟୋରୀରେ ଥିବା ଦୃଶ୍ୟ ଅନୁଯାୟୀ ଷ୍ଟୋରୀରେ ସରଳ ଓ କଠିନ ଲିଡ୍ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ ।

ଯଥା ସମ୍ଭବ ମାନବିକ ଆବେଗକୁ ଲିଡ୍‌ରେ ସ୍ଥାନ ଦେବା ଭଲ । ଯେଉଁ ଘଟଣା ଉପରେ ଲିଡ୍ ରହୁଛି, ସେଥିରେ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଉପରେ କେଉଁ ପ୍ରକାର ପ୍ରଭାବ ପଡ଼ିବ / ପଡ଼ିପାରେ ତାହା ମଧ ଲିଡ୍‌ରେ ରହିବା ଜରୁରୀ । ଉପଭୋକ୍ତା ବା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଇଁ କରାଯାଇଥିବା ଷ୍ଟୋରୀର ଲିଡ୍‌ରେ 'ଆପଣ' ଶବ୍ଦର ଯଥାସମ୍ଭବ ବ୍ୟବହାର, ଏହାକୁ ଅଧିକ ଆକର୍ଷଣୀୟ କରିପାରେ । ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ବେଶି ସମୟ ଭାବିବା ପାଇଁ ନଦେଇ ସିଧାସଳଖି ଘଟଣା ସମ୍ପର୍କିତ ତଥ୍ୟକୁ ଦୁଇରୁ ଚାରିଟି ବାକ୍ୟରେ ଲିଡ୍‌ରେ ଉପସ୍ଥାପନ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କଥା ହେଉଛି ଲିଡ୍‌ଟିର ଅବଧି ପ୍ରାୟ ୩୦ସେକେଣ୍ଡ୍ ମଧରେ ରହିବା ଜରୁରୀ । ଯେକୌଣସି ଲିଡ୍‌ରେ- କ'ଣ, କାହିଁକି, କେଉଁଠି, କେତେବେଳେ, କିଏ, କେମିତି ଇତ୍ୟାଦିର ଉତ୍ତର ପୂରଣ କରିବା ଉଚିତ୍ । ସର୍ବଦା ସରଳ ବାକ୍ୟ ଦ୍ୱାରା ଲିଡ୍‌ଟିକୁ ଲେଖିବା ଭଲ । ଲିଡ୍‌ରେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଉଥିବା ତଥ୍ୟ ୧୫ଟି ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟରେ ରଖିବା ଉଚିତ୍ ।

୩) ଦୃଶ୍ୟସଂରକ୍ଷଣ ଓ ଏହାର ସମ୍ପାଦନା ସମ୍ପର୍କରେ ଧାରଣା ଦିଅ ।

ଦୃଶ୍ୟ ସଂରକ୍ଷଣ ଗୋଟିଏ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ପ୍ରକ୍ରିୟା । ଉଭୟ ଅଡିଓ ଓ ଭିଡିଓ ଉପରେ ଯଥେଷ୍ଟ ଜ୍ଞାନ ଥିବା ନବୀନ ଓ ପ୍ରବୀଣ ଏହି କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । କେଉଁ ଭିଜୁଆଲକୁ କେଉଁଠି ରଖାଯିବ, ତାହା ସେମାନେ ଭଲ ଭାବେ ଜାଣନ୍ତି । ପ୍ରତିଟି ଭିଜୁଆଲକୁ ଷ୍ଟୋରୀର ନାମ, ତାରିଖ, ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ନାମ, ସ୍ଥାନ ଇତ୍ୟାଦି ସୂଚନା ଦେଇ ସଂରକ୍ଷିତ କରାଯାଏ । କ୍ୟାପଚର କରିବା ବେଳେ ଭିଜୁଆଲ୍ କିଛି ଖରାପ ଥିଲେ ଇନଜେଷ୍ଟ୍ ଅପରେଟର୍ ତୁରନ୍ତ କ୍ୟାମେରାମ୍ୟାନଙ୍କୁ ଡକାନ୍ତି ଓ ସେ ବିଷୟରେ ଜଣାନ୍ତି । ସୁବିଧା ଥିଲେ ପୁନଃ ସୁଟିଙ୍ଗ୍ ପାଇଁ ଯିବାକୁ ପଡ଼େ, ନଚେତ୍ ଷ୍ଟୋରୀରେ ସେ ଭିଜୁଆଲ୍‌କୁ ଛାଡ଼ି ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଉପଯୋଗୀ ଭିଜୁଆଲ୍ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ । କ୍ୟାପଚର ପରେ ପ୍ରତିଟି ଭିଜୁଆଲ ଓ ବାଇଟକୁ ସର୍ଭରରେ ପକାଯାଏ ।

ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦନା କରିବା ପୂର୍ବରୁ ମୁଖ୍ୟତଃ ସମ୍ପାଦିତ ହେବାକୁ ଥିବା ଷ୍ଟୋରୀଟିର ପ୍ରସାରଣ ସମୟ ବୁଝି ସେ ଅନୁଯାୟୀ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଏ । ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦନା ଡେସ୍କକୁ ଉଭୟ ଷ୍ଟୋରୀର ଲିଖିତ ଛାପା କପି, ଭିଜୁଆଲ୍, ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ ଏବଂ ଗ୍ରାଫିକ୍ସ ଇତ୍ୟାଦି ପହଞ୍ଚିଲେ ସମ୍ପାଦନା କାର୍ଯ୍ୟ ଆରମ୍ଭ କରାଯାଏ । ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକ ପ୍ରଥମେ ଷ୍ଟୋରୀକୁ ଭଲଭାବେ ପଢ଼ି କେଉଁ ପ୍ରକାର ସମ୍ପାଦନା କରିବେ ତାହା ଚିନ୍ତା କରନ୍ତି । ସଫ୍ଟୱେଆର ଖୋଲି ଷ୍ଟୋରୀ ନାମରେ ନୂଆ ପ୍ରୋଜେକ୍ଟ ସୃଜିତ କରାଯାଏ । ଆସିଥିବା ଷ୍ଟୋରୀର ଲିଖିତ ଛାପା କପି ଉପରେ ଥିବା ନାମ ଅନୁସାରେ ସର୍ଭରରୁ ଭିଜୁଆଲ୍ ଓ ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ ଆଣି ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଭାବରେ ରଖାଯାଏ ।

କପିକୁ ପଢ଼ି ଭିଜୁଆଲ୍ ଓ ଭଏସ୍‌ଓଭରକୁ ମିଳାଇବାକୁ ପଡ଼େ । ଭିଜୁଆଲ୍‌କୁ ଭଲ ଭାବେ ଦେଖିସାରିଲା ପରେ ସମୟ ଅନୁଯାୟୀ ଅଭାବ ପଡିଲେ ବା ଅନ୍ୟ କୌଣସି ଅସୁବିଧା ଦେଖାଗଲେ ତୁରନ୍ତ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କୁ ଜଣାଇବାକୁ ପଡ଼େ । ଭଏସ୍‌ଓଭର୍‌କୁ କପି ଅନୁଯାୟୀ ସମ୍ପାଦନା କରାଯାଏ । ଏଥିରେ ଅଡିଓର ଲେଭୁଲ୍ ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି, ଆରମ୍ଭ ଓ ଶେଷରେ ଫେଡ୍ କରିବା, କମାଣ୍ଡ ଗୁଡିକ କାଟିବା ଇତ୍ୟାଦି କାର୍ଯ୍ୟ ସାମିଲ୍ ଥାଏ । ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ ଉପରେ ଭିଜୁଆଲ୍ ପେଷ୍ଟ କରାଯାଏ । ବାଇଟ୍ ଗୁଡିକ କାଟି ଷ୍ଟୋରୀ ଭିତରେ କ୍ରମାନୁସାରେ ସଜାଇ ରଖାଯାଏ ।

ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦନା ସରିବା ପରେ ଷ୍ଟୋରୀର ପ୍ରକାର ଅନୁସାରେ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ଲାଗି ପ୍ରଚ୍ଛଦପଟ୍ଟ ସଙ୍ଗୀତ, ଭିଜୁଆଲ୍ ଇଫେକ୍ଟସ୍, ଗ୍ରାଫିକ୍ସ ଇତ୍ୟାଦିର ସଂଯୋଜନା କରାଯାଏ । ବ୍ୟବହୃତ ବାଇଟ୍ ଗୁଡିକରେ ଆଷ୍ଟନ୍ ପ୍ଲେଟ୍ ପକାଯାଏ । ଶେଷରେ ପ୍ୟାକେଜଟିକୁ ଭଲଭାବରେ ଥରେ ଦେଖିସାରି ପ୍ରସାରଣ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସର୍ଭରରେ ପକାଯାଏ ।

ୟୁନିଟ୍- ୪

୧) ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନର କ'ଣ କ'ଣ ଉପାଦାନ ଅଛି ?

ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନ୍‌ର କେତୋଟି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଉପାଦାନ ହେଉଛି ଷ୍ଟୋରୀ, ଆଙ୍କର, ସୁପର୍, ସାଉଣ୍ଡ୍ ବାଇଟ୍, ଷ୍ଟାଣ୍ଡ୍ ଅପ୍, ଭଏସ୍ ଓଭର୍, ପ୍ୟାକେଜ୍ ଇତ୍ୟାଦି । ଏଠାରେ ଆବଶ୍ୟକତା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ସେ ବିଷୟରେ ଚର୍ଚ୍ଚା କରାଯାଇପାରେ ।

ପ୍ରତ୍ୟେକ ଟିଭି ସମ୍ବାଦ କେତେକ ବିଶେଷ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରିଥାଏ । ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରୁଥିବା ପ୍ରମୁଖ ଘଟଣାକୁ ଷ୍ଟୋରୀ କୁହାଯାଏ । ଗୋଟିଏ ସମୟ ଅବଧି ମଧ୍ୟରେ ଏକାଧିକ ପ୍ରସଙ୍ଗର ଅବତାରଣା କରାଯାଏ । ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ପ୍ରସଙ୍ଗ ହେଉଛି ଷ୍ଟୋରୀ ।

ପ୍ରଥମେ ଯେଉଁମାନେ ଦର୍ଶକଙ୍କ ସାମନାରେ ନ୍ୟୁଜ୍ ଉପସ୍ଥାପନା କରନ୍ତି, ସେମାନେ ସମ୍ବାଦପାଠକ/ ଆଙ୍କର / ନ୍ୟୁଜ୍ କାଷ୍ଟର / ଟକିଙ୍ଗ୍ ହେଡ୍ ଇତ୍ୟାଦି ବିଭିନ୍ନ ନାମରେ ନାମରେ ପରିଚିତ । କୌଣସି କାରଣରୁ ଘଟଣାସ୍ଥଳରୁ ଭିଜୁଆଲ୍ ଆସିପାରି ନଥିଲେ, କେବଳ ଆଙ୍କର ହିଁ ନିଜର ଚମତ୍କାର ଉପସ୍ଥାପନା ମାଧ୍ୟମରେ କ୍ୟାମେରା ସାମ୍ନାରେ ଘଟଣାକୁ ସଦ୍ୟ ଘଟଣା ଭାବରେ ଉପସ୍ଥାପନ କରିଥାନ୍ତି । ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ କହିବା ଶୈଳୀ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ହୋଇପାରିଲେ, ଦର୍ଶକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଏହା ବିଶ୍ୱାସଯୋଗ୍ୟ ହୋଇପାରେ । ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଏ ସମ୍ପର୍କରେ ସାମାନ୍ୟତମ ଆଭାସ ମଧ୍ୟ ପାଇ ନଥାନ୍ତି । କୌଣସି ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥା ବିଶେଷ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ, ତାଙ୍କ ପଦବୀ, ତାଙ୍କ ବାସସ୍ଥାନ ପ୍ରଭୃତି ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଉପଲବ୍ଧ ପୁରୁଣା ଭିଜୁଆଲ୍ ଟିଭି ପରଦା ଉପରେ ଦର୍ଶାଇବା ପାଇଁ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାରର ସୂଚନାକୁ ସୁପର କୁହାଯାଏ । ଏଥିରେ ଆଜିର ଚର୍ଚ୍ଚାରେ ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର ଅତୀତର କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀ ପ୍ରଭୃତି ଆଲୋକିତ ହୋଇପାରେ ।

ଯେତେବେଳେ କୌଣସି ଘଟଣା ସମ୍ପର୍କୀୟ କିଛି ଭିଜୁଆଲ୍ ମିଳିନଥାଏ ସେତେବେଳେ ଘଟଣା ସମ୍ପର୍କରେ ଜାଣିଥିବା କେତେଜଣଙ୍କ ଠାରୁ ମନ୍ତବ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ କରାଯାଏ । ଏହାକୁ ସାଉଣ୍ଡ୍ ବାଇଟ୍ କୁହାଯାଏ । ଘଟିଥିବା ଘଟଣାର ସତ୍ୟାସତ୍ୟ ସମ୍ପର୍କରେ କେବଳ ସାକ୍ଷ୍ୟ ଭାବରେ ଏହା କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ ।

ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ସମ୍ବାଦଦାତାଙ୍କ ମିଳିତ ସହଯୋଗରେ ମଧ୍ୟ ଅନେକ ସମୟରେ ଲାଇଭ୍ ନ୍ୟୁଜ୍ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ଏହି ପ୍ରକାର ପ୍ରସାରଣ ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକ କ୍ୟାମେରା ସାମ୍ନାରେ ଠିଆହୋଇ ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ଘଟଣାକୁ ଅଳ୍ପ ବର୍ଣ୍ଣନା କରି ଘଟଣା ସ୍ଥଳରେ ଥିବା ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ସମ୍ବାଦଦାତାଙ୍କ ପାଖକୁ ଯିବା ପାଇଁ କହନ୍ତି । ତା'ପରେ ଘଟଣାସ୍ଥଳରେ ଥିବା ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ସମ୍ବାଦଦାତା ଘଟଣା ସମ୍ପର୍କରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରି ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କୁ ଲିଙ୍କ୍ ଦିଅନ୍ତି । ଆଙ୍କର ବା ଉପସ୍ଥାପକ ତା'ପର ନ୍ୟୁଜକୁ ଠିଆ ଠିଆ ବା ଚଳମାନ ଅବସ୍ଥାରେ ଉପସ୍ଥାପନ କରନ୍ତି । ଠିଆହୋଇ ଉପସ୍ଥାପନ କରୁଥିବାରୁ ଏହାକୁ 'ଷ୍ଟାଣ୍ଡ୍ ଅପ୍' କୁହାଯାଏ ।

ନ୍ୟୁଜ୍ ପ୍ରସାରଣ ସମୟରେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ବ୍ୟତୀତ ଅନ୍ୟ କଣ୍ଠସ୍ୱରରେ ଖବର ମଧ୍ୟ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ଦୃଶ୍ୟରୂପ ବା ଖବର ଗୁଡିକର ଭିଜୁଆଲ୍ ପଛରେ ଚାଲୁଥିବା ଖବରର ବିସ୍ତୃତ ବର୍ଣ୍ଣନା ଥିବା କଣ୍ଠସ୍ୱରକୁ ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ କୁହାଯାଏ । ତେବେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀ ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ ବ୍ୟବସ୍ଥା କରାଯାଏ ।

ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍‌କୁ ଷ୍ଟୋରୀ ଭାବରେ ପ୍ରସାରଣ କରାଇବାକୁ ପ୍ୟାକେଜ୍ କୁହାଯାଏ । ଗୋଟିଏ ପ୍ୟାକେଜ୍‌ରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଭିଜୁଆଲ୍, ପିଟିସି, ଭଏସ୍‌ଓଭର୍, ବାଇଟ୍ ଇତ୍ୟାଦି ଉପାଦାନ ଥାଏ । ସାଧାରଣତଃ ଗୋଟିଏ ପ୍ୟାକେଜ୍ ଦେଢ଼ ମିନିଟ୍‌ରୁ ଦୁଇ ମିନିଟ୍ ଅବଧିର ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରତିଥର ଉପସ୍ଥାପକ ଗୋଟିଏ ଷ୍ଟୋରୀ ବାବଦରେ ଆଙ୍କର୍ ଲିଡ୍‌ରେ କହିସାରିବା ପରେ ପ୍ୟାକେଜ୍‌ଟି ଚାଲେ ।

୨) କ'ଣ କଲେ ଗୋଟିଏ ଭଲ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିହେବ ?

କିଛି ସରଳ ସୂତ୍ରକୁ ଅନୁସରଣ କଲେ ସହଜରେ ଏବଂ କମ୍ ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ଗୋଟିଏ ଭଲ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇପାରେ । ପ୍ରତିଟି ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀରେ କ'ଣ, କାହିଁକି, କେମିତି, କିଏ, କେଉଁଠି, କେତେବେଳେ ଇତ୍ୟାଦି ବୁଝାପଡୁଥିବା ଦରକାର । ନ୍ୟୁଜ୍‌ଟି ଖୁବ୍ କମ୍ ସମୟ ଧରି ତରଙ୍ଗରେ ରହୁଥିବାରୁ ଲେଖାଗୁଡିକ ସରଳ ହେବା ଦରକାର । ପ୍ରତ୍ୟକ ବର୍ଗର ଦର୍ଶକଙ୍କ ବୋଧଶକ୍ତିକୁ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରି ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଦରକାର । ସର୍ବଦା ସହଜ, ସରଳ ବାକ୍ୟ ଲେଖାଯିବା ଦରକାର । ଗୋଟିଏ ବାକ୍ୟରେ ସର୍ବାଧିକ ୧୩ରୁ ୧୪ଶବ୍ଦ ରହିବା ଜରୁରୀ । ଯଥାସମ୍ଭବ ଛୋଟ ବାକ୍ୟ ବ୍ୟବହାର ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ବଡ, କଠିନ ଶବ୍ଦ ସ୍ଥାନରେ ଛୋଟ ଓ ସହଜ ଶବ୍ଦର ବ୍ୟବହାର ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରେ । ପ୍ରତିଦିନ କଥା କହିବା ଭଳି ଆଲେଖ୍ୟଟି କଥାକୁହା ଭାଷାରେ ହେବା ଉଚିତ୍ । ଆନୁଷ୍ଠାନିକ ଭାଷାକୁ ଛାଡ଼ି କଥିତ ଭାଷାରେ ଯୋଗାଯୋଗ ସଫଳ ହୁଏ ।

ଶବ୍ଦରେ ବର୍ତ୍ତମାନ କାଳର ପ୍ରୟୋଗ ହେବାଦ୍ୱାରା ଖବରଟି ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତୀ ଲାଗେ । ଆବଶ୍ୟକତା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ବର୍ତ୍ତମାନ କାଳ ସ୍ଥାନରେ ଆପାତତଃ ବର୍ତ୍ତମାନର ପ୍ରୟୋଗ କରାଯାଇପାରେ । କେବେ ବି 'ଆଜି'ର ପ୍ରୟୋଗ କରିବା କଥା

ନୁହେଁ । ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁସାରେ କର୍ତ୍ତୃବାଚକ ବାକ୍ୟ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଉଚିତ୍ । ସଂଖ୍ୟାଗୁଡ଼ିକୁ ଅକ୍ଷରରେ ଲେଖିବା ଉଚିତ୍ । ଯଥା- ୧୦୦୦୦ ନଲେଖି ଦଶହଜାର ଲେଖିବା ଭଲ । ବୃତାନ୍ତ ନ୍ୟୁଜ୍ ସ୍କ୍ରିପ୍ଟକୁ ଦୁଇଟି ବାକ୍ୟ ଛାଡ଼ି ବଡ଼ ଅକ୍ଷରରେ ଲେଖାଯାଏ । ବୟସ ଲେଖିବା ବେଳେ ପ୍ରଥମେ ବୟସ ଲେଖି, ତା'ପରେ ଘଟଣା ଲେଖାଯାଏ ।
ସ୍ଥାନ, ନାମ, ଠିକଣା ଇତ୍ୟାଦି ଲେଖିଲା ବେଳେ ଅଧା ନଲେଖି ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଲେଖିବା ଆବଶ୍ୟକ । ସିବିଆଇ, ବିସିସିଆଇ,ଓସିଏ ଇତ୍ୟାଦି ଲେଖିଲା ବେଳେ ପ୍ରତିଟି ଅକ୍ଷର ମଝିରେ ଗୋଟିଏ ବିନ୍ଦୁ ଦେଇ ଇତ୍ୟାଦି ଲେଖାଯିବା ଦରକାର । ଯଥା- ଓ.ସି.ଏ, ସି.ଡି.ଏ, ସି.ଏମ୍.ସି, ଓ.ଏମ୍.ସି, ଆଇ.ଆଇ.ଟି ଇତ୍ୟାଦି । କ୍ଲିଷ୍ଟ ଉଚ୍ଚାରଣ ଥିବା ଶବ୍ଦକୁ ବ୍ୟହାର କରିବା ଅନୁଚିତ୍ । ଜଣଙ୍କ ବିଷୟରେ ଲେଖିବା ବେଳେ ତାଙ୍କର ପଦବୀ ବିଷୟରେ ଭଲ ଭାବରେ ତଥ୍ୟ ଜାଣି ଲେଖିବା ଉଚିତ୍ । ପ୍ରସାରଣ ପୂର୍ବରୁ ସ୍କ୍ରିପ୍ଟକୁ ଭଲ ଭାବରେ ପଢ଼ି, ତ୍ରୁଟିଗୁଡ଼ିକୁ ସଂଶୋଧନ କରିଦେବା ଭଲ । ଷ୍ଟୋରୀର ମୂଳକଥାକୁ ଅଳ୍ପ ଶବ୍ଦ ମଧ୍ୟରେ ହେଡ୍ ଲାଇନରେ ରହିବା ଉଚିତ୍ ।

୩) ଗୋଟିଏ ଖବରକୁ ନେଇ କିପରି ଫିଚର ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇ ପାରିବ ?

ଗୋଟିଏ ଭଲ ଖବରକୁ ନେଇ ମଧ୍ୟ ଫିଚର କରିବଯାଇପାରେ କିନ୍ତୁ ତା ପାଇଁ କିଛି ସୂତ୍ରକୁ ଧ୍ୟାନ ଦେବା ଜରୁରୀ । ବିଷୟ ଚୟନ ବେଳେ ତାହା ଯେପରି ଦର୍ଶକଙ୍କ ମନକୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବ, ସେଥି ପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବାକୁ ପଡ଼େ । କୌଣସି ବିଷୟକ ବିଶେଷ ଗବେଷଣା, ବିଷୟକୁ ଅଧିକ ଆକର୍ଷଣୀୟ କରିପାରେ । ଅତ୍ୟନ୍ତ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଶୈଳୀରେ ଦୁଇରୁ ତିନୋଟି ଅନୁଚ୍ଛେଦ ବିଶିଷ୍ଟ ଲିଡ୍‌ରୁ ଫିଚରର ଆରମ୍ଭ କରାଯିବା ଭଲ ।
ଫିଚର ସୂଚନାତ୍ମକ, ଶିକ୍ଷାମୂଳକ ଓ ମନୋରଂଜକ ହେବା ସହିତ ଏଥିରେ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ବାନ୍ଧି ରଖିବାର ଶକ୍ତି ଥିବା ଦରକାର । ଫିଚରର ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟାୟ ଉଦ୍ଧୃତିମୂଳକ ଅଥବା ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟ ଉଦ୍ରେକକାରୀ ହେଉଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଫିଚରର ମୁଖ୍ୟ ଆଲେଖ୍ୟରେ ଭଏସଓଭର, ସଂଳାପ, ପୃଷ୍ଠଭୂମି ସୂଚନା ଇତ୍ୟାଦି ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ପ୍ରସ୍ତୁତ ଫିଚରକୁ ଯେପରି ପ୍ରତି ବର୍ଗର ଦର୍ଶକ ବୁଝିପାରିବେ, ସେଥିପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବା ଉଚିତ୍ । ଉଦ୍ଧୃତି, ଟିପ୍ପଣୀ ସହିତ ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକ ସୂଚନା ଗୁଡ଼ିକୁ ଦେଇ ଫିଚରକୁ ଆକର୍ଷଣୀୟ କରାଯିବା ଦରକାର । ଫିଚରରେ ସର୍ବଦା ସରଳ ଏବଂ ଛୋଟ ବାକ୍ୟ ଲେଖାଯିବା ଉଚିତ ।
ନ୍ୟୁଜ୍ ଷ୍ଟୋରୀ ଅପେକ୍ଷା ଫିଚରର ଅବଧି ଅଧିକ ସମୟ ହୋଇଥିବାରୁ, ତାହାକୁ ମୂଳରୁ ଶେଷଯାଏ ଗୋଟିଏ ସୂତାରେ ବାନ୍ଧି ରଖିବା ଭଳି ଆକର୍ଷଣୀୟ କରାଯିବା ଦରକାର । ଫିଚରକୁ ଅଧିକତର ଆକର୍ଷଣୀୟ କରିବା ପାଇଁ ମଝିରେ ଅତି ସରଳ ଭାବରେ ନିଜ ମତ ରଖିବା ଉଚିତ୍ । ଭଲ କଣ୍ଠଶିଳ୍ପୀଙ୍କ ସହାୟତା ନେଇ ଭଏସ୍‌ଓଭର୍ ବା ପୃଷ୍ଠଭୂମି କଣ୍ଠର ବ୍ୟବହାର ମନୋରଂଜକ ମନେ ହୋଇଥାଏ । ସୁନ୍ଦର ଓ ବିଶେଷ ଭିଜୁଆଲ୍‌କୁ ଫିଚରରେ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ବିଶେଷଜ୍ଞଙ୍କ ବାଇଟ୍ ଯଥାସମ୍ଭବ ନରଖିବା ଭଲ ।
ଆରମ୍ଭରୁ ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ କୌଣସି ଫ୍ଲାସ୍ ଫ୍ରେମ୍, ଆଉଟ୍ ଅଫ୍ ଫୋକସ୍ ରଖିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ଅଧିକ ଲମ୍ବା ଅବଧି ବିଶିଷ୍ଟ ସଟ୍‌କୁ ବାଦ୍ ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଅଯଥା ଜିଲା କଟିଙ୍ଗ୍ କରିବା ଅନୁଚିତ । ଫିଚରକୁ କ୍ଲାଇମାକ୍ସ ବା ଶୀର୍ଷରେ ଛାଡିଦେଇ ସାରିଦେବା ଦରକାର । ଫିଚରର ଶେଷ ଭାଗକୁ ଦର୍ଶକମାନଙ୍କ ଚିନ୍ତନ ଉପରେ ଛାଡ଼ିଦେବା ଉଚିତ୍ ।

ୟୁନିଟ୍-୫

୧) ଆଙ୍କରିଂ ବା ଉପସ୍ଥାପନା କ'ଣ ଦର୍ଶାଅ ।

କଥାରେ ଅଛି- କହି ବୋଲି ପାରେ ଯେ, ପଚା ଚୁଙ୍ଗୁଡ଼ି ବିକେ ସେ ।
କହି ବୋଲି ପାରୁଥିବା ମଣିଷଟି ପଚା ଚୁଙ୍ଗୁଡ଼ି ବିକି ପାରୁଥିବା ପ୍ରସଙ୍ଗ ଏଥିରୁ ସୂଚୀତ । ମୂଳ କଥା ହେଉଛି ଏଇ କହିବା ଓ ବୋଲିବା । ସମସ୍ତଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଏଇ କାମ ହୋଇପାରେ ନାହିଁ । କେବଳ ବାକ୍‌ପଟୁମାନେ ଏଇ କାମ କରିପାରନ୍ତି । ତେଣୁ ବଚନ ପ୍ରକାଶ ଦକ୍ଷତା ଦ୍ୱାରା ଅନେକ ସାଧାରଣ କଥାକୁ ଅସାଧାରଣ ଭାବରେ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଇ ପ୍ରକାର କଥା କହିବା ଢ଼ଙ୍ଗର ଏକ କଳା ହେଉଛି ଆଙ୍କରିଂ ବା ଉପସ୍ଥାପନା ।
ଚଳନ୍ତି ସମୟରେ ଟିଭି ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏଥିରେ ସମ୍ବାଦ ସହିତ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଅନେକ ଜରୁରୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରିତ ହୁଏ । ପ୍ରତିଟି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସମ୍ପର୍କୀୟ ସୂଚନା ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ମାଧ୍ୟମରେ ଘୋଷିତ ହୁଏ । ଟେଲିଭିଜନ୍ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଘୋଷଣା ଶୁଣାଇ, ଦର୍ଶକମାନଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିପାରେ । କହିବା ଶୈଳୀରେ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ବିମୋହିତ କରିବା ହେଉଛି ଉପସ୍ଥାପନା କଳା । ଜଣେ ଜଣେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ଭଲ ଉପସ୍ଥାପନା ଦ୍ୱାରା ଦର୍ଶକମନେ ଦୀର୍ଘ ସମୟ ଧରି ଟିଭିରେ ପ୍ରସାରିତ ଦୃଶ୍ୟଗୁଡିକ ଉପଭୋଗ କରନ୍ତି । ଉତ୍ତମ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ, ଉତ୍ତମ କଥନକଳା, ମଧୁର କଣ୍ଠସ୍ୱର, ଆକର୍ଷଣୀୟ ଭଙ୍ଗୀ, ଉଚ୍ଚାରଣଗତ ସ୍ପଷ୍ଟତା ଭଳି କେତେକ ଯୋଗ୍ୟତା ଥିଲେ ଜଣେ ଭଲ ଉପସ୍ଥାପକ ଭାବରେ ଏପରି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କଳାକୁ ସଫଳ କରିପାରନ୍ତି ।

୨) ଉପସ୍ଥାପନା ପାଇଁ ପ୍ରଥମେ କ'ଣ କ'ଣ ଅଭ୍ୟାସ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ?

ଉପସ୍ଥାପନା ପାଇଁ ଅନ୍ତତଃ କେତେଗୋଟି ଉପାଦେୟ ଦିଗ ପ୍ରତି ପ୍ରଥମେ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବା ଦରକାର । ଉପସ୍ଥାପନା କରିବାକୁ ଯିବା ପୂର୍ବରୁ ନିଜ ଭିତରେ ଆତ୍ମବିଶ୍ୱାସ ଭିତରେ ରଖିବା ଦରକାର । ସମସ୍ତଙ୍କ ଠାରୁ ନିଜକୁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଲଗା ବୋଲି ମନେକରି ଉପସ୍ଥାପନା କରିବାକୁ ଯିବା ପୂର୍ବରୁ ଉପସ୍ଥାପିତ ହେବାକୁ ଥିବା ଆଲେଖ୍ୟକୁ ନିଜର ଏକ ନୂତନ ଶୈଳୀରେ ପଢ଼ିବା ଦରକାର । ଆବଶ୍ୟକ ସ୍ଥଳେ ପରିବେଶକୁ ହାଲୁକା କରିବା ପାଇଁ, କେତେକ ମଜାଦାର ଉକ୍ତିକୁ ନେଇ ମଧ ଉପସ୍ଥାପନାରେ ସଂଯୋଗ କରାଯାଇପାରେ । ନିଜକୁ ରୁଚିସମ୍ପନ୍ନ ଦେଖାଇବା ପାଇଁ ଭଲ ପୋଷାକ, କେଶସଜ୍ଜା କରାଇବା ନିହାତି ଜରୁରୀ ।

ସର୍ବଦା କ୍ୟାମେରାକୁ ଚାହିଁ ଉପସ୍ଥାପନା କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ନିଜ ପାଖରେ ଥିବା ଛାପାକପିକୁ ବାରମ୍ବାର ଚାହିଁ ପଢ଼ିବା ଉପସ୍ଥାପନା କରିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ ।

ଆରମ୍ଭରୁ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ କେମିତି ନିଜର କରିହେବ ସେଥି ପ୍ରତି ପ୍ରଥମେ ଧାନ ଦେବା ଦରକାର । ପ୍ରସ୍ତୁତ ସ୍କ୍ରିପ୍ଟକୁ ଉପସ୍ଥାପନା ଆରମ୍ଭ ହେବା ପୂର୍ବରୁ ବାରମ୍ବାର ପଢ଼ି ଅଭ୍ୟାସ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ମଝିରେ ସ୍କ୍ରିପ୍ଟ ଭୁଲି ନଯିବାକୁ ଅଭ୍ୟାସ କରିବା ଦରକାର । ତେଣୁ ଏ ପରିସ୍ଥିତିକୁ ସାମ୍ନା କରିବା ପାଇଁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ସ୍କ୍ରିପ୍ଟକୁ ମନରେ ରଖିବାକୁ ପଡିଥାଏ । କୌଣସି ସ୍ଥଳରେ ଆଲେଖ୍ୟ ଭୁଲିଗଲେ ନିଜ ମନରୁ ତୁରନ୍ତ କିଛି ଶବ୍ଦ ବା ବାକ୍ୟ ଯୋଡ଼ି ପୁଣି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରିଦେବା ଉଚିତ୍ ।

କ୍ୟାମେରା ସାମ୍ନାରେ ଥିବା ବେଳେ ଯେକୌଣସି ଅପ୍ରୀତିକର ପରିସ୍ଥିତି, ଯଥା- ଲାଇଟ୍ ଫାଟିବା, ଟେଲିପ୍ରମ୍ପ୍ଟର କାମ ନକରିବା, ପଢ଼ିବାକୁ ଥିବା ବ୍ରେକିଙ୍ଗ୍ ନ୍ୟୁଜ ସମ୍ପର୍କରେ ବିଳମ୍ବରେ ସୂଚନା ମିଳିବା, ଶୋଷ କରିବା, ନ୍ୟୁଜ୍ ପଢୁଥିବା ବେଳେ ପ୍ରସାରିତ ହେବାକୁ ଥିବା ପ୍ୟାକେଜ୍ ପାଖକୁ ନଆସିବା ସହିତ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ସମସ୍ୟା ଇତ୍ୟାଦିକୁ ସାମ୍ନା କରିବା ପାଇଁ ଅସାମାନ୍ୟ ଧୈର୍ଯ୍ୟ ରଖିବା ଉଚିତ ସବୁବେଳେ କିଛି ନୂଆ କଥା ଶିଖିବାକୁ ଇଚ୍ଛା ରଖିବା ଦରକାର ।

୩) ସମ୍ବାଦ ପାଇଁ କିପରି ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ଓ ପାଠ କରାଯାଏ ?

ପ୍ରତ୍ୟେକ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ରେ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସାରଣ ସର୍ବାଧିକ ସତର୍କତାମୂଳକ, ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଓ ସମ୍ବେଦନଶୀଳ ପ୍ରସଙ୍ଗ । ଯେ କେହି ଯେକୌଣସି ସମୟରେ ଇଚ୍ଛା କଲେ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିପାରିବେ ନାହିଁ । ସମ୍ବାଦ ପରିବେଷଣ ହେଉଛି ସମୟୋଚିତ ଟେଲିଭିଜନ୍ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ।

ସମ୍ବାଦ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି ମଧ ସମଧରଣର ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରେ । କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣ ଜନିତ ତ୍ରୁଟି ହୁଏତ ମାର୍ଜନୀୟ, ମାତ୍ର ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସାରଣ ଜନିତ ପ୍ରତିଟି ମୁହୂର୍ତ୍ତ କିନ୍ତୁ ଯେତେ ସମ୍ବେଦନଶୀଳ, ସେତେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ତେଣୁ ଏଥିପାଇଁ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସରଙ୍କଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ସମ୍ବାଦ ପାଠକଙ୍କ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ପ୍ରତି ପଦେ ପଦେ ସତର୍କତା ଓ ସାବଧାନତା ଅବଲମ୍ବନ କରିବା ନିହାତି ଜରୁରୀ ।

ସମ୍ବାଦ ପାଠ କାଳରେ ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କୁ ଅତ୍ୟଧିକ ସତର୍କ ଓ ସଚେତନ ରହିବାକୁ ପଡ଼େ । ନିରବଚ୍ଛିନ୍ନ ଭାବରେ ସେ ପ୍ରଥମେ ମୁଖ୍ୟସମ୍ବାଦ, ପରେ ପରେ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ସମ୍ବାଦ ପରିବେଷଣ କରନ୍ତି । ଟେଲିଭିଜନ୍ ପର୍ଦ୍ଦାରେ ପ୍ରସାରିତ ଦୃଶ୍ୟରୂପକୁ ଦେଖି ଓ ଅନସରଣ କରି ବେଳେବେଳେ ବକ୍ତବ୍ୟ ରଖାଯାଏ । ଦୃଶ୍ୟରୂପ ଓ କଥାରୂପ ମଧରେ ତାଳମେଳ ରଖି ସମ୍ବାଦ ପଢ଼ାଯାଏ ।

ସମ୍ବାଦ ପାଠ ଆରମ୍ଭରୁ ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଏକ ପ୍ରକାରର ଭଙ୍ଗୀରେ କଥା କହିବାକୁ ପଡ଼େ । ପୁଣି ଅତି ଧୀର ଭାବରେ ସମ୍ବାଦ ପରିବେଷଣ କଲେ ତାହା କ୍ଳାନ୍ତିକର ଲାଗେ ଓ ଅତି ତରବର ଭାବରେ ପରିବେଷଣ କଲେ, ତାହା ମଧ ଆନନ୍ଦ ଦେବା ପ୍ରତିବଦଳରେ ଆଦୌ ବୁଝି ହୁଏନି । ତେଣୁ ଆରମ୍ଭରୁ ଶେଷ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସମ୍ବାଦ ପାଠରେ ସମତା ରକ୍ଷା କରିବା ଦରକାର ।

ସମ୍ବାଦପାଠ କରିବା ସମୟରେ ପାଠକ ସତେଜ ଓ ପ୍ରଫୁଲ୍ଲ ରହୁଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ରୋବର୍ଟ ଭଳି ଅତ୍ୟନ୍ତ ସ୍ଥିର ଭାବରେ ନରହି ଆବଶ୍ୟକ ହେଲେ ମୁଖଭଙ୍ଗୀରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ କରିବା ସହିତ ଅଙ୍ଗ ସଂଚାଳନ କରିବା ଦରକାର । ମାତ୍ର ଅତ୍ୟଧିକ ଅଙ୍ଗ ସଞ୍ଚାଳନ ବିରକ୍ତିକର ହୋଇଥାଏ । ନିରବଚ୍ଛିନ୍ନ ଭାବରେ ସମ୍ବାଦ ପଢ଼ିବାକୁ ହେଲେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଲେଖାଟି ସହିତ ପୂର୍ବରୁ ଅଭ୍ୟସ୍ତ ହେବା ଦରକାର । ସମ୍ବାଦରେ ପ୍ରସାରିତ ସମସ୍ତ ତଥ୍ୟ ଓ ସତ୍ୟକୁ ଅତି ସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବରେ ଉଚ୍ଚାରଣ କରିବା ନିହାତି ପ୍ରୟୋଜନୀୟ । ଅତି ଗମ୍ଭୀର ମୁଖଭଙ୍ଗୀ ନକରି ସ୍ମିତ ବଦନରେ ସମ୍ବାଦ ପରିବେଷଣ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୪) ଉପସ୍ଥାପନା ପାଇଁ କିପରି ଲେଖା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ?

ଖବର କାଗଜ ଓ ବେତାରରେ ପ୍ରସାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଗୁଡିକଠାରୁ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ପ୍ରତ୍ୟେକଟି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଭାବରେ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର । ଟେଲିଭିଜନ୍ ଉପସ୍ଥାପନା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସମ୍ବାଦ ପାଠ, ଦଳଗତ ଆଲୋଚନା, ସାକ୍ଷାତକାର, କ୍ରୀଡାଜଗତ, ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, କଳା, ସଙ୍ଗୀତ, ସାହିତ୍ୟ ଓ ସଂସ୍କୃତି ଇତ୍ୟାଦି ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରରେ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥାଏ । ତେଣୁ ପ୍ରତ୍ୟେକଟି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପାଇଁ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ । ଉପସ୍ଥାପକ ବା ଉପସ୍ଥାପିକାଙ୍କୁ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ରେ ସମ୍ବାଦପାଠ, ସାକ୍ଷାତକାର, ଦଳଗତ ଆଲୋଚନାରେ ସଂଯୋଜନା ପ୍ରଭୃତି ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ।

ତେଣୁ ପ୍ରତ୍ୟେକଟି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପରସ୍ପରଠାରୁ ଭିନ୍ନ ହୋଇଥିବାରୁ ପ୍ରତ୍ୟେକ କାମ ପାଇଁ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ଲେଖା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ପଡ଼େ । ଏଇ ଧରଣର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଲେଖାକୁ 'ଆଙ୍କର କପି' କୁହାଯାଏ ।

ଦେଶ ବିଦେଶରୁ ନ୍ୟୁଜ୍‌ରୁମ୍‌କୁ ଆସୁଥିବା ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ସମ୍ବାଦକୁ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରଡ୍ୟୁସର ପ୍ରଥମେ ପରୀକ୍ଷା କରିବା ପରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ସେଗୁଡିକ ସଜାଇ ଦିଆଯାଏ । କେଉଁଟି ହେଡ୍ ଲାଇନ୍ ବା ମୁଖ୍ୟ ସମ୍ବାଦ ଓ କେଉଁ ଗୁଡିକ ସାଧାରଣ ସମ୍ବାଦ ହେବ, ତାହା ନିର୍ଣ୍ଣୟ କରିବା ପରେ କପି ଏଡିଟରମାନେ ଏଥି ପାଇଁ ଲେଖା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରନ୍ତି । ପ୍ରଥମେ ଉପସ୍ଥାପିତ ହୋଇଥିବା ମୁଖ୍ୟ ସମ୍ବାଦର ପ୍ରମୁଖ ଧାଡିଗୁଡିକୁ ଟିଭି ପର୍ଦ୍ଦାରେ ଦର୍ଶାଇ ଦିଆଯାଏ ଓ ଏହାକୁ ଅନୁସରଣ କରି ସମ୍ବାଦପାଠକ ବା ପାଠିକାମାନେ ସମ୍ବାଦ ପାଠ କରନ୍ତି ।

ଦଳଗତ ଆଲୋଚନା କ୍ଷେତ୍ରରେ ଆଲୋଚନାର ଦିଗ ଓ ବାଗ କ'ଣ ହେବ, ତାକୁ ବିଚାର କରି ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ । ପ୍ରସ୍ତାବିତ ଆଲୋଚନାର ଶୀର୍ଷକ ଅନୁସାରେ ଆଙ୍କର ଯାହା ସଂଯୋଜନା କରିବେ ତାହାର ମୁଖ୍ୟାଂଶ ଲେଖାଯାଏ । ସ୍ଥଳ ବିଶେଷରେ ଆଲୋଚକ ପ୍ରସଙ୍ଗରୁ ଦୂରେଇ ଗଲେ, ସେଠାରେ ଉପସ୍ଥାପକ ନିଜସ୍ୱ ବୁଦ୍ଧି ବଳରେ ତାଙ୍କୁ ଅତି ଭଦ୍ର ଭାବରେ କେତେ ପଦ ମାତ୍ର କଥା କହି ପୁଣି ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ଫେରାଇ ଆଣିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିବେ । ତେଣୁ ଏଠାରେ ଲେଖା ଉପରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ନଦେଇ ଉପସ୍ଥିତ ବୁଦ୍ଧି ପ୍ରୟୋଗ କରିପାରିବେ ।

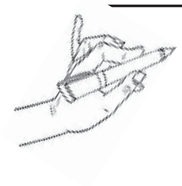
ସାକ୍ଷାତକାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ପ୍ରଥମେ ଯାହାଙ୍କୁ ସାକ୍ଷାତ କରାଯିବ ତାଙ୍କ ସମ୍ପର୍କରେ ସବିଶେଷ ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ କରି ତାଙ୍କ ପ୍ରତିଭା ଓ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱକୁ ପରିଚିତ କରାଇବା ଭଳି ଲେଖା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିପାରିବେ । ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ନିଜେ କେତୋଟି ଉପାଦେୟ ପ୍ରଶ୍ନ ତିଆରି କରି ପୂର୍ବରୁ ଦେଇଦେବା ଭଲ । କାରଣ ସାକ୍ଷାତକାର ସମୟରେ ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି ବା ଅତିଥି ସହଜ ଭାବରେ ଆବଶ୍ୟକ ଉତ୍ତର ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ସକ୍ଷମ ହେବେ । ନେତା, ବୈଜ୍ଞାନିକ, ସାହିତ୍ୟିକ, ସଙ୍ଗୀତଜ୍ଞ, କଳାକାର, ଅଭିନେତା, କ୍ରୀଡ଼ାବିତ୍ ପ୍ରଭୃତିଙ୍କ ପାଇଁ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ପ୍ରଶ୍ନ ତିଆରି କରାଯିବା ଉଚିତ୍ । ଲେଖା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ସମୟରେ ସବୁବେଳେ ସତର୍କ ରହିବା ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକ । ଲେଖାର ଭାଷା ଆଳଙ୍କାରିକ ନହୋଇ ସର୍ବଜନବୋଧ୍ୟ ହେଲେ ତାହା ବୃହତ୍ତର ଦର୍ଶକସମାଜ ପାଇଁ ମନୋରଞ୍ଜକ ଓ ଉପଭୋଗ୍ୟ ହୋଇଥାଏ ।

୧.୧୪ ସମ୍ଭାବ୍ୟ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

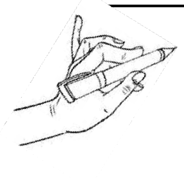
୧) ଟେଲିଭିଜନ୍ କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝାଯାଏ ଲେଖ ।
୨) ଭାରତର ଟେଲିଭିଜନ୍ ପରମ୍ପରା ସମ୍ପର୍କରେ ଆଲୋକପାତ କର ।
୩) କେବୁଲ୍ ଓ ଉପଗ୍ରହ ମାଧମରେ କିପରି ଟେଲିଭିଜନ୍ ସେବା ସେବା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ ଦର୍ଶାଅ ।
୪) ଉପଗ୍ରହ ସେବା କ'ଣ ?
୫) ଡି.ଟି.ଏଚ୍ କାହାକୁ କହିବା ଜଣାଅ ।
୬) ଆଇପିଟିଭି କ'ଣ ?
୭) ଲୋକସେବା ଓ ବାଣିଜ୍ୟିକ ପ୍ରସାରଣ ସମ୍ପର୍କରେ ଧାରଣା ଦିଅ ।
୮) ଗୋଟିଏ ଖବର କିପରି ପ୍ରକ୍ରିୟା ଦେଇ ପ୍ରସାରିତ ହୁଏ ?
୯) ଇନପୁଟ୍ ହେଡ୍‌ଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟଧାରା ବିଷୟରେ ଲେଖ ।
୧୦) ଖବର ପ୍ରସାରଣ ପାଇଁ କେଉଁ କର୍ମଚାରୀ ଦାୟୀ ?
୧୧) ଚ୍ୟାନେଲର ସରକାରୀ ଓ ବେସରକାରୀ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଭିତରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ ଦର୍ଶାଅ ।
୧୨) ଦୃଶ୍ୟମାଧମ ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ କିପରି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ?
୧୩) ଉପସ୍ଥାପକଙ୍କ ବା ଆଙ୍କରଙ୍କ ପାଇଁ କିପରି ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ପଡ଼େ ?
୧୪) ଦୃଶ୍ୟ ସଂରକ୍ଷଣ ଓ ଏହାର ସମ୍ପାଦନା ସମ୍ପର୍କରେ ଧାରଣା ପ୍ରଦାନ କର ।
୧୫) ଦୃଶ୍ୟ ସମ୍ପାଦକଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟଧାରା ସମ୍ପର୍କରେ ଧାରଣା ପ୍ରଦାନ କର ।
୧୬) ଗୋଟିଏ ନ୍ୟୁଜ୍ ବୁଲେଟିନର କ'ଣ କ'ଣ ଉପାଦାନ ଅଛି ?
୧୭) କଣ କଲେ ଗୋଟିଏ ଭଲ ବୁଲେଟିନ୍ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିହେବ ?
୧୮) ଗୋଟିଏ ଖବରକୁ ନେଇ କିପରି ଫିଚର ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇପାରିବ ?
୧୯) ଆଙ୍କରିଂ ବା ଉପସ୍ଥାପନା କ'ଣ ଦର୍ଶାଅ ।
୨୦) ଉପସ୍ଥାପନା ପାଇଁ ପ୍ରଥମେ କ'ଣ କ'ଣ ଅଭ୍ୟାସ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ?
୨୧) ସମ୍ବାଦ ପାଠ କିପରି କରାଯାଏ ?

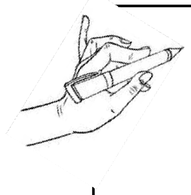
■ ■ ■

ଟିପ୍ପଣୀ



U®Yú



Odisha State Open University, Sambalpur
www.osou.ac.in
e-mail: info@osou.ac.in

U®Yú