

CC फील्ड मार्गदर्शक पुस्तिका:

वीडियो वालंटियर्स के सामुदायिक संवाददाता के लिए



विषय - सूचि

विषय - सूचि

- <u>1. आभार</u>
- 2. प्रस्तावना
 - 2.1 वीडियो वॉलंटियर्स और इंडिया अनहर्ड की बात
 - 2.2 इस फील्ड गाइड का इस्तेमाल कैसे करें
 - 2.3 कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट की भूमिका क्या है?
 - 2.4 सलाहकार के साथ काम
 - 2.5 मैं अपना वीडियो बनाऊं तो क्या होगा?
 - 2.6 इंडिया अनहर्ड वीडियो थीम
 - 2.7 कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट द्वारा तैयार किये जाने वाले वीडियो
- 3. इंडिया अनहर्ड (आईयू) वीडियो
 - 3.1 इंडिया अनहर्ड (आईयू) वीडियो क्या है?
 - 3.2 आईयू वीडियो की सामग्री का एक उदाहरण
 - 3.3 इंडिया अनहर्ड प्रक्रिया
- 4. स्टोरी की तलाश और उसे सुधारना
 - 4.1 अच्छी स्टोरी कैसे मिलेगी?
 - 4.2 स्टोरी आइडिया ढूंढने के लिए कुछ टिप्पणीया
 - 4.3 स्टोरी आइडिया को सुधारना
 - 4.3.1 छोटा फल, बडा पेड

4.4 भावनात्मक और सशक्त स्टोरी तैयार करना: चरित्र, टकराव, बदलाव

4.5 अच्छी स्टोरी की चेकलिस्ट

4.6 अपनी स्टोरी संक्षेप में देखिए

4.7 निजी अनुभव या निजी जुडाव को अपनी स्टोरी में शामिल करना

5. रिसर्च करना और शूट की योजना बनाना

5.1 सामुदायिक बैठक का आयोजन

6 अपने से वीडियो उतरना

6.1 कुछ महत्वपूर्ण और जानने योग्य फिल्म-मेकिंग के शब्द

6.1.1 सीक्वेन्स पर आगे

6.2 एक अच्छी कम्पोजीशन के लिए क्या करें

6.2.1. रूल ऑफ थर्ड्स अनुकरण करें

6.2.2. हेड रूम और नोज रूम दे

6.3 सीधी और तिरछी रेखायं

6.4 जानने योग्य वीडियो शॉटस

6.4.1 पांच मूल शॉट्स

6.4.2 दो और जानने योग्य शॉटस

6.4.3 एक एक्शन में पांच शॉटस का उदहारण

6.5 शॉट की सूचि बनाना

6.6 प्रकाश/ लाइटिंग

6.7 शूट के बाद नोट इकटटा करना

6.8 शूट से सम्बंधित कुछ सामान्य जानकारी

7. साक्षत्कार करना

- 7.1 मैंन करैक्टर मुख्य किरदार
- 7.2 स्वीकृति लेना
- 7.3 किस तरह से साक्षत्कार की योजना तैयार करें
- 7.4 साक्षत्कार को शूट करने की विधिवत प्रक्रिया
- 7.5 साक्षत्कार में अच्छी आवाज़ कैसे आये
- 8. संरचना, कथानक,फोलडर
 - 8.1 कहानी के घटनाक्रम का विवरण
 - 8.1.1 विषय वीडीओ पीट्रसी (P2C)
 - 8.1.2 P2Cs लिखने और रिकॉर्ड करने के लिए कुछ संकेत:
 - 8.1.3 पाशर्व स्वर Voice Over (VO):
 - 8.1.4 एक अच्छा पाशर्व स्वर (VO) कैसे लिखा जाए
 - 8.1.5 VO की रेकॉर्डिंग:
 - 8.2 फूटेज का प्रतिलेखन
 - 8.3 एडिट नोट्स
 - 8.4 फूटेज को फोल्डर करें
- 9. इम्पैक्ट
 - 9.1 परिवर्तन के कारकों को पहचानिये
 - 9.2 कार्यवाही के लिए बुलावा लिखें(सी टी ऐ कॉल टू एक्शन)
 - 9.2.1 एक उत्तम 'कार्यवाही के लिए बुलावा' कैसे बनायें ?
 - 9.3 चुनौतियों पर काबू पाने के लिए युक्तियाँ बनाना

- 9.4 कम्युनिटी स्क्रीनिंग
 - 9.4.1 स्क्रीनिंग के लिए काम में आने वाले उपकरण:
 - 9.4.2 एक बड़े से जन-समूह के लिए स्क्रीनिंग का आयोजन
- 10. इम्पैक्ट (प्रभाव) वीडियो
 - 10.1 इम्पैक्ट (प्रभाव) वीडिओज़ में क्या होना चाहिए?
 - 10.2 प्रभाव वीडियों के लिए पी टू सी लिखना।
 - 10.3 सफल कहानियाँ और वीडियो
 - 10.4 फॉलो अप वीडियो
 - 11.1 फोल्डर बनाना और क्लिप्स को पूनर्नामित करना
 - 11.2 अपने डीवीडी को पैकेज बनाके वीडियो वालंटियर्स (वी वी) के दफ्तर पार्सल करना
 - 11.2.1 डीवीडी बनाना
 - 11.2.2 डीवीडी की पैकेजिंग करना
 - 11.2.3 क्रियर सेवा का चयन करना
 - 11.3 आपके इंडिया अनहर्ड (आई यू) वीडियो को इंटरनेट से डाउनलोड करना, परिवर्तित (कन्वर्ट) और स्थानांतरित (ट्रांसफर) करना
 - 11.3.1 आपके वीडियो को मोबाइल फ़ोन में चलने वाले फॉर्मेट में परिवर्तित करना
 - 11.3.2 आपके फ़ोन में वीडियो स्थानांतरित (ट्रांसफर) करना
 - 11.3.3 यूटयुब डाउनलोडर सॉफ्टवेयर इस्तेमाल कर वीडियो डाउनलोड करना
- 12. संपादन (एडिटिंग)
- 13. प्रकाशन (पब्लिकेशन)
- 14. बचाव और सुरक्षा

14.1 मुद्दे को जान-समझ लें

14.2 सामुदायिक पत्रकारिता में सुरक्षित रहने के लिए स्टालिन की दस प्रमुख/याद रखने वाली बातें

15 प्रोत्साहन (इन्सेन्टिय्स)

1. आभार

यह मैनुअल क्रिएटिव कॉमन्स के लाइसेंस के तत्वाधीन है जिसका अर्थ है कि आप नाम का उल्लेख करते हुए इसके किसी भी हिस्से का इस्तेमाल कर सकते हैं। उम्मीद है कि कम्युनिटी वीडियो तैयार करने वाली संस्थाओं के लिए यह मैन्अल उपयोगी साबित होगा। अपनी प्रशिक्षण जरूरतों के हिसाब से इस मैन्अल में सुधार के लिए सुझावों का स्वागत है। यह मैनुअल तैयार करने के लिए हमें वैकल्पिक मीडिया संस्थानों से प्रेरणा मिली है जैसे ऑप एड प्रोजेक्ट और V4C नेटवर्क (देखें <u>www.v4c.org</u>) के सदस्य और यह मैनुअल तैयार करते वक्त हमने खासतौर पर स्मॉल वर्ल्ड न्यूज और विटनेस के मैनुअल से मदद ली है|

2. प्रस्तावना

हम जानेंगे :

वीडियो वॉलंटियर्स (VV) इंडिया अनहर्ड कार्यक्रम मैन्अल का प्रयोग कैसे करें कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट सलाहकारों के साथ काम इंडिया अनहर्ड विषयवस्त् वीवी (VV) द्वारा तैयार वीडियो के प्रकार

2.1 वीडियो वॉलंटियर्स और इंडिया अनहर्ड की बात

इंडिया अनहर्ड क्म्युनिटी न्यूज़ नेटवर्क में आपका स्वागत है। आप उन सैकड़ों सामुदायिक कार्यकर्ताओं के साथ जुड़ रहे हैं जिन्होंने जनता के लिए काम करने वाली संस्थाओं और अधिकारियों को प्रेरित, शिक्षित, जागरूक और जिम्मेदारी का अहसास करवाया है।

वीडियो वॉलंटियर्स (VV) मीडिया और मानवाधिकारों से जुड़ा एक गैर सरकारी संगठन (एनजीओ) है। सामाजिक सशक्तीकरण के उद्देश्य से आवाज उठाने के लिए 2006 में इसकी स्थापना हुई थी | इंडिया अनहर्ड (IU) वीडियो वॉलंटियर्स द्वारा चलाया जाने वाला प्रमुख कम्युनिटी न्यूज नेटवर्क है। IU देश के सर्वाधिक पिछड़े समाजों और इलाकों से आए कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंन्ट्स का जाल है। फिलहाल इस नेटवर्क में भारत के 18 राज्यों के 180 कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंन्ट्स हैं और 3000 से ज्यादा वीडियो तैयार किये जा चुके हैं। ये कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेन्ट्स अपने इलाके के मुद्दों पर रिपोर्ट करते हैं साथ ही यह भी कि कैसे उन्होंने इन समस्याओं का समाधान खोजा| ये वीडियो सरकारी योजनाओं के बारे में जानकारी देते हैं साथ ही देखने वाले को प्रेरित करते हैं कि ऐसे सरकारी अधिकारियों के नंबर देकर बदलाव के प्रहरी बनें जो वीडियो में दिखाए गये मुद्दों को हल कर सकें। इंडिया अनहर्ड नेटवर्क प्रभावित समुदायों और संबंधित सरकारी महकमे के बीच संवाद सूत्र की अहम भूमिका निभाता है। यही नहीं इससे एक समुदाय को दूसरे समुदाय की चुनौतियों से सीखने को भी मिलता है|

वीडियो वॉलंटियर का मुख्यालय गोआ में है और रांची, पटना, वाराणसी, भोपाल, कोलकाता, कटक, नासिक और श्रीनगर में इसके कार्यालय हैं।

प्रत्येक वीडियो रिपोर्ट में रोज़ के उन मुद्दों का ज़िक्र होता है जिनसे दूर दराज के इलाके के लोगों का पाला पड़ता है, मसलन, स्वास्थ्य सुविधा, पानी और मूलभूत सुविधाएं, जाति आधारित भेदभाव और भ्रष्टाचार | इन वीडियो रिपोर्ट्स में समुदायों की सोच और समझ को दर्शाया जाता है। साथ ही यह उन्हें द्निया और संबंधित अधिकारियों तक अपनी बात पहुंचाने का मंच प्रदान करता है ताकि समावेशी नीतियां बन सकें।

प्रश्न: मैं अपने समुदाय को कैसे समझाऊं कि इंडिया अनहर्ड क्या और किस बारे में हैं साथ हम उनकी मदद कैसे ले सकते हैं?

उत्तर:

- जब आप लोगों से मिलिए तो विलेज प्रोमो वीडियो दिखाएं|
- उनको बताएं कि यह समाधान पत्रकारिता है अहम फर्क ये है कि आप केवल रिपोर्टिंग नहीं कर रहे बल्कि आप समस्या के निदान में मदद कर रहे हैं।
- लोगों की चिंताओं और शंकाओं को सुनिए। अगर उन्हें किसी बात पर शंका है तो पता कीजिए कि ऐसा क्यों है | उनसे बात कीजिए और जानने की कोशिश कीजिए कि उनकी शंका क्या है? क्या उनको आपके मकसद पर शक है? क्या वे परिणामों और नतीजों को लेकर परेशान हैं? क्या किसी मीडिया या एनजीओ के साथ उनका अनुभव खराब रहा है? उनकी समस्या का निदान कीजिए | सुनिए और स्वीकार कीजिए | सकारात्मक रहिए।
- उन्हें बताइए कि मुख्यधारा के मीडिया में क्या गड़बड़ है और हम अलग कैसे हैं? मुख्यधारा के मीडिया के उलट हमारी रुचि समाज के हाशिए पर खड़े तबके में है। हमारी प्रतिबद्धता मुनाफा न होकर मानवाधिकार और लोकतंत्र के प्रति है।
- आईयू के बारे में बताएं- हम राष्ट्रीय नेटवर्क हैं और इसकी स्थापना इसीलिए हुई है कि मीडिया बह्त बुरा है। 130 जिलों में कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट हैं। ये वीडियो संयुक्त राष्ट्र को, सरकार को, टीवी चैनलों को जाते हैं।
- अपने वीडियो और सशक्तीकरण प्रक्रिया में उन्हें अधिकार और जिम्मेदारी दें। कुछ लोगों को ज्यादा अधिकार हासिल करने की चाहत होती है। उदाहरण के लिए किसी कम्युनिटी सदस्य को कार्रवाई करने के लिए आदेश देने को कहिए। पीड़ित से ऐसा करने को कहिए। लोग जरूर प्रतिक्रिया देंगे।

- ऐसे वीडियो बनाइए जो कार्रवाई के लिए सामूहिक आदेश का दर्शाते हों, इसलिए वीडियो ऐसा जिससे यह प्रतीत हो कि आप अकेले नहीं हैं बल्कि आप और आपका समाज साथ है। उदाहरण के लिए आप गांव वालों से व्यस्त समुदायों और अपनी दिक्कतें खुद हल करने के महत्व के बारे में राय देने के लिए कहिए | अपने वीडियो में लोगों के ऐसे वाक्य (बाइट) डालें, 'यदि हमें जानकारी हो तो हम कुछ भी कर सकते हैं।' तब आपका दर्शक देखेगा कि लोग आपका समर्थन कर रहे हैं और यह उनको प्रेरित करेगा।
- यदि किसी समाज में आपसे पैसे मांगे जाते हैं या आपको रोका जाता है या आपकी बात का जवाब नहीं मिलता तो यह संकेत है कि आप अपने इलाके में साम्दायिक सहयोग तैयार करने के लिए ठीक से कार्य नहीं कर रहे हैं और आप को यह जानने की जरूरत है कि आप क्या गलत कर रहे हैं।

2.2 इस फील्ड गाइड का इस्तेमाल कैसे करें

इस फील्ड गाइड को हर वक्त, खासतौर पर जब आप बाहर या फील्ड में हों, अपने पास रखिए। जब आप अपने मार्गदर्शक या सलाहकार से बात करें तो इसे जरूर साथ रखिए। हर अध्याय इंडिया अनहर्ड वीडियो तैयार करने के अलग पहलू पर चर्चा करता है और वीडियो तैयार करने की प्रक्रिया के हिसाब से ही अध्याय तैयार किये गये हैं।

प्रोडक्शन की पूरी प्रक्रिया संक्षेप में "दि आईयू प्रोडक्शन एंड इम्पैक्ट प्रोसेस" बतायी गयी है। जब भी महसूस हो आप इसे पढ़ें और समझें कि आपको आगे क्या करना है।

क्या आपको फील्ड में किसी तरह की चुनौती का सामना करना पड़ रहा है? अगर हां, तो ऐसे अध्याय को देखिए जिसमें आपकी परिस्थिति के हिसाब से कदम उठाने के बारे में कहा गया हो (उदाहरण के लिए रिसर्च या शूटिंग) और इसे पूरा पढ़िए। आपको आपके सवालों का जवाब मिल जाएगा।

इस फील्ड गाइड को साथ-साथ प्रशिक्षकों की ओर से दी जाने वाली सामग्री के साथ मिलाकर पढ़ें, जैसे वीडियो वॉलंटियर का मुद्दों पर आधारित ट्रेनिंग मैन्अल या कानूनों और सामाजिक सुरक्षा कार्यक्रमों पर हमारे अन्य मैनुअल|

2.3 कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट की भूमिका क्या है?

एक कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट के तौर पर आपः

- एक महीने में किसी एक मुद्दे पर एक वीडियो तैयार करेंगे.
- तीन महीने में एक असर या प्रभाव का वीडियो.
- आप जिज्ञास् हैं और हमेशा प्रश्न पूछते रहते हैं कि ऐसा क्यों होता है?
- आप हमेशा सबसे अलग और रोचक स्टोरी की तलाश में रहते हैं.
- आप ऐसी स्टोरी करते हैं जो पहले कभी नहीं हुई.
- आप अपने समाज के भीतर और उसके साथ काम करते हैं.
- आप अपने समाज के अग्वा हैं.
- आप अपने समाज और सरकार के बीच पुल का काम करते हैं संवाद और सूचना आपके हथियार हैं.
- आप समाज को अहम जानकारियां प्रदान करते हैं.
- आप बदलाव को लेकर जुनूनी हैं.

2.4 सलाहकार के साथ काम

आपके साथ हमेशा एक सलाहकार होगा |

- स्टोरी तैयार करने में आपका सलाहकार आपका मार्गदर्शक, सलाहकार और दोस्त है। उससे बात कीजिए और उसकी मदद लीजिए।
- आप में से कुछ को वरिष्ठ कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट, जिन्हें फील्ड सलाहकार भी कहते हैं, ने सलाह दी है जबिक कुछ को आपके राज्य संयोजकों ने सलाह दी है|
- आपको अपने सलाहकार से हर हफ्ते, मंगलवार को तयशुदा समय पर फोन पर बात करनी चाहिए |
- आप अपने सलाहकार को एक मिस्ड कॉल देंगे। आप यह उम्मीद मत कीजिए की आपका सलाहकार फोन करेगा बल्कि आप उन्हें फोन कीजिए।
- आप सलाहकार से हर स्टोरी पर चर्चा कीजिए। कोई स्टोरी आइडिया खारिज नहीं किया जाएगा हालांकि आपको किसी अधपके सुझाव पर और अधिक जानकारी इकट्ठा करने को कहा जा सकता है। आपका सलाहकार आपके आइडिया को और धारदार बनाने में मदद करेगा (रिसर्च और स्रोत की विश्वसनीयता)

- और आपकी स्टोरी को एक खास फोकस के साथ रचनात्मक तरीके से तैयार करेगा। रिसर्च पूरी होने के बाद ही सलाहकार आपके वीडियों को मंजूरी देगा। आप स्टोरी तभी शूट करेंगे जब आप और आपका सलाहकार किसी स्टोरी आइडिया पर सहमत हों और स्टोरी शूट करने की पूरी योजना तैयार हो |
- यदि आपके सलाहकार की जानकारी के बगैर किसी स्टोरी को शूट किया गया तो उस वीडियो के भुगतान के लिए वीडियो वॉलंटियर को फैसला करने का पूरा हक होगा।
- सलाहकार के साथ हर हफ्ते होने वाली बातचीत में इस पर चर्चा होगी कि आपकी स्टोरी किस चरण में है
 - 0 किसी एक स्टोरी से जुड़े पहले फोन कॉल में आप एक लाइन में स्टोरी के चार तत्व- कौन, क्या, कहां और कब और अपने सलाहकार को बताएंगे। आप अपनी रिसर्च की तैयारी पर चर्चा करेंगे-क्या जानकारी और चाहिए और ये जानकारी कैसे मिलेगी?
 - रिसर्च करने के बाद आप अपने सलाहकार को और जानकारी देंगे- आपके वीडियो का विवरण. जिसमें कौन, क्या, कहां, कब और क्यों के साथ साथ कैसे की जानाकरी होगी | फिर भी कुछ प्रश्नों के जवाब नहीं मिलते तो अगर यह तथ्यात्मक तौर पर सही और भरोसेमंद होने के लिए जरूरी है तो शूटिंग से पहले आप अपने सलाहकार से अतिरिक्त रिसर्च के लिए मदद के बारे में कह सकते
 - o कई बार आपका सलाहकार वीडियो शूटिंग की योजना के बारे में सवाल पूछ सकता है जैसे आप कहां हैं, शॉट लिस्ट क्या है या पूछे जाने वाले प्रश्न क्या हैं? शूटिंग के बाद आपसे शूट नोट्स या स्टोरी ढांचा पढ़ने को कहा जा सकता है। आप जब प्रभाव या असर के बारे में तैयारी कर रहे होंगे तब आपसे बदलाव के झंडाबरदार, कार्रवाई का फैसला और दिक्कतों से पार पाने की योजना के बारे में पूछा जाएगा। वीडियो तैयार होने के बाद डीवीडी भेजने से पहले आखिरी कॉल करनी होगी ताकि यह सुनिश्वित किया जा सके कि वह सारी चीजें शामिल हैं जो होनी चाहिए

2.5 मैं अपना वीडियो बनाऊं तो क्या होगा?

- आप अपना फ्टेज वीडियो वॉलंटियर के दफ्तर में मेल करेंगे या खुद राज्य कार्यालय में लेकर जाएंगे
 - o नोट: आपको लिखित में अन्वाद भी भेजना पड़ सकता है| किसी स्थानीय भाषा या बोली में इंटरव्यू करने में कुछ भी गलत नहीं है लेकिन ध्यान रहे कि वीडियो वॉलंटियर के पास इसका अन्वाद जाए। अन्वाद हिंदी या अंग्रेजी में हो।
- मिलने के बाद सलाहकार/क्षेत्रीय संपादक आपके वीडियो की जांच करेगा
- अगर फुटेज पूरा हो और आपने सलाहकार के सभीं बिंद्ओं का का पालन किया है तो आपका सलाहकार आपके वीडियों को मंजूरी दे देगा और ऑफिस में वीडियों पहुंचने की तारीख से एक महीने के भीतर आपको भुगतान हो जाएगा

- कभी कभी आपके वीडियो को रोक दिया जाता है क्योंकि यह अधूरा होता है या अच्छी क्वालिटी का नहीं होता। इसका अर्थ यह है कि भ्गतान से पहले आपको इस पर और काम करना होगा। इसकी वजहें ये हैं: यह अधूरा है , उदाहरण के लिए वीओ या बाइट नहीं है या सीक्वेंस नहीं हैं, या आपने सलाहकरा के सुझावें का पालन नहीं किया। जब आप ये गायब कड़ियां जोड़ देंगे तो आपका वीडियो मंजूर हो जाएगा।
- वीडियो वॉलंटियर के एडिटर फ्टेज को एडिट करेंगे और वीडियो पर अंग्रेजी में सबटाइटल लगाएंगे
- वीडियो वॉलंटियर की वेबसाइट पर यह वीडियो अपलोड किया जाएगा और बाकी जगहों पर भी इसका प्रचार होगा
- पब्लिश वीडियो पर आपको रोज़ एसएमएस पर अपडेट मिलता रहेगा

2.6 इंडिया अनहर्ड वीडियो थीम

1. कला और संस्कृति

स्थानीय शिल्प, कला, नृत्य, संगीत आदि |

2. जाति

दलित, जाति आधारित भेदभाव, छुआछुत, स्विधाओं और अधिकारों के इस्तेमाल में भेदभाव जैसे शिक्षा, भोजन, पानी, भूमि अधिकार, जाति विशेष का होने पर किसी के साथ हिंसा या अत्याचार।

3. लिंग

लिंग आधारित हिंसा, महिलाओं के अधिकार, हिंजड़े, एलजीबीटीक्यू, लिंग आधारित गर्भपात, बच्चे की सेहत और मृत्यु दर, पुत्र को वरीयता, पुत्री का तिरस्कार, पितृसत्ता की वजह से होने वनाले भेदभाव और पूर्वाग्ह। हमारी मुहिम 'पितृसत्ता को तोड़ो' के तहत तैयार वीडियो इसी श्रेणी में आएंगे।

4. धर्म और पहचान

सांप्रदायिक सद्भाव या किसी प्रकार की हिंसा या गड़बड़ी, धार्मिक अनुष्ठान, कर्मकांड, त्योहार |

5. स्थानीय निवासी

भारत में आदिवासियों या अनुसूचित जनजाति समुदायों की जिंदगी, संस्कृति से जुड़े सभी वीडियो। इसमें पीईएसए (PESA), वनाधिकार कानू, जबरन बेदखली, बुनियादी ढांचे की सुविधा, जंगल विभाग से विवाद, जीवनयापन से जुड़े भूमि अधिकार जैसे मुद्दों के वीडियो।

6. शासन संचालन और जवाबदेही

पारदर्शिता, कानूनों और योजनाओं के क्रियान्वयन में जवाबदेही, भ्रष्टाचार, बजट, सूचना का अधिकार, आर्म्ड फोर्सेज़ स्पेशल पॉवर्स एक्ट (AFSPA)|

7. भ्रष्टाचार

ऐसे वीडियो जिनमें पैसे या सामान की चोरी दिखायी जाए, योजनाओं में बिचौलिए कमीशन लेते हुए, सार्वजनिक वितरण प्रणाली द्कानों पर तय मूल्य पर बिक्री नहीं, आंगनबाड़ी सेविका खाने की चोरी करते हुए |

8. स्वास्थ्य

राष्ट्रीय ग्रामीण स्वास्थ्य अभियान, स्वास्थ्य केंद्रों तक पहुंच, आंगनबाड़ी सेवाएं (खासतौर पर जब वे पौष्टिक आहार और दवाओं के बारे में हों), बीमारियां, देशी इलाज |

9. शिक्षा

शिक्षा का अधिकार, शिक्षा तक पहुंच, अनौपचारिक शिक्षा, प्रौढ़ शिक्षा, शिक्षा और असमर्थता, योजनाएं और उन पर अमल, भेदभाव | हमारी मुहिम 'पास या फेल' के सभी वीडियो यहां होंगे |

10. रोज़ी-रोटी, रोज़गार

स्थान परिवर्तन, तस्करी, मनरेगा- असफळता और सफलता, बंधुआ मजदूरी, श्रमिक अधिकार, मजदूर संघ, किसी तरह जीवनयापन कर रहे लोगों की स्टोरी।

11. भोजन और सामाजिक स्रक्षा

सार्वजनिक वितरण प्रणाली से जुड़े सारे वीडियो, मिड डे मील, आवासीय योजनाएं, पेंशन योजनाएं, सब्सिडी, आंगनबाड़ी, भोजन की उपलब्धता, भूख, पौष्टिकता, अकाल, खेती से जुड़े मुद्दे जैसे मौसमी वजहों से फसल बरबाद होना |

12. पीने का पानी

पीने के पानी की उपलब्धता, पीने के पानी को लेकर भेदभाव, पानी से जुड़ी योजनाएं और पीने के पानी के लिए बुनियादी ढांचा जैसे, पाइपलाइन/ट्यूबवेल/हैंड पंप, पानी का संरक्षण, वॉटर हारवेस्टिंग।

13. सूचना प्रौद्योगिकी

कोई भी ऐसा वीडियो जिसमे संचार औद्योगिकी का इस्तेमाल या बेजा इस्तेमाल दिखाया गया हो | रेडियो, कम्युनिटी रेडियो, कम्युनिटी वीडियो, मोबाइल, इंटरनेट की सुविधा, जागरूकता बढ़ाने के लिए अलग-अलग तकनीकों का इस्तेमाल।

14. पर्यावरण

मौसम परिवर्तन, ग्रीनहाउस, जंगल कटना, सूखती नदियां, सूखा, बेमौसम बरसात और इसका मछ्आरों, किसानों आदि पर प्रभाव, खनन का आसपास के पर्यावरण पर पड़ने वाले प्रभाव को दिखाता वीडियो, संरक्षण, जंगल लगाना, वन विभाग, मानव-पश् भिड़ंत, पश् संरक्षण या वन्यजीवों का लूप्त होना।

15. सड़कें और सार्वजनिक कार्य

सड़कें बनाने और निर्माण योजनाओं से जुड़े वीडियो, बांध, सरकारी कार्यालय।

16. बिजली और ऊर्जा

बिजली की उपलब्धता: बिजली मुहैया कराने वाली योजनाए, बिजली उत्पादन के विभिन्न स्रोत- जल, वायु, सौर, कोयला, नेटवर्क।

17. खनन

कोई भी वीडियो जिसमें किसी भी प्रकार के खनन के शॉट हों-कोयला, बॉक्साइट, चूनापत्थर, लौह अयस्क, बालू। खनन का जीवन, रोज़ी रोटी और सेहत पर असर, प्रदूषण, खनन में भ्रष्टाचार |

18. सरकारी दमन

नक्सल समस्या, पुलिस का अत्याचार, सीआरपीएफ और सीआईएसएफ जैसे सुरक्षा बलों द्वारा किये जाने वाले उल्लंघन, फर्ज़ी गिरफ्तारी, सभी निरोधात्मक हिरासती कानून जैसे एएफएसपीए, जम्मू क्शमीर पब्लिक सेफ्टी एक्ट, एनएसए, गैरकानूनी गतिविधि निरोधक एक्ट, हिरासत में लेते वक्त कोर्ट द्वारा निर्धारित प्रक्रियाओं का उल्लंघन, विवादित क्षेत्रों में लोगों का गायब होना, लोगों को नक्सली या देशद्रोही करार देना। सरकार का विरोध कर रहे समुदायों को स्कूल, स्वास्थ्य सेवाओं से वंचित रखना।

19. जबरन बेदखली

कारखाना लगाने या सड़कें, बांध, राजमार्ग, बनाने के दौरान लोगों या समुदायों को जबरन बेदखल किये जाने से जुड़े वीडियो। पूर्व सूचना और सहमति का अभाव, ताकत का इस्तेमाल- लोगों को हटाने के लिए ब्लडोज़र, पुलिस, लोगों पर और उनकी रोज़ी रोटी पर इसका असर, उचित मुआवजे की कमी, अस्थायी कैंपों में ज़िंदगी।

20. स्वच्छता

शौचालय की उपलब्धता, कूड़े का निपटारा, स्वच्छ भारत अभियान आदि |

2.7 कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट द्वारा तैयार किये जाने वाले वीडियो

कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट के तौर पर आप विभिन्न प्रकार के वीडियो बनाते हैं, जिनमें से कई आप प्रयोग करने के लिए चुन सकते हैं | ये है:

- समुदाय का प्रोफाइल
- वीडियो जिनका असर ह्आ
- जानकारी देने वाले वीडियो (डॉक्यूमेंटरी या नाटक के जरिए)
- निर्देश देने वाले वीडियो
- भागीदारी वाले वीड़ियो
- संगीतमय वीडियो
- छोटी डॉक्यूमेंटरी

इस मैन्अल में बतायी गयी वीडियो शूटिंग प्रक्रिया अमूमन आप टीवी पर दिखने वाली या विभिन्न प्रकार की गैर-काल्पनिक वीडियो जो आप शूट कर सकते हैं, पर लागू होती है। इस मैन्अल में प्रमुखता से जिस पर चर्चा हुई है वह है समस्या निवारण वीडियो जिसे हम मुद्दे से जुड़ा वीडियो कहते हैं। इंडिया अनहर्ड नेटवर्क प्रमुख तौर पर इसी तरह के वीडियो तैयार करता है।

प्रश्न: क्या मैं आईयू के वीडियों के अलावा बाकी वीडियों शूट कर सकता हूं?

उत्तर:

स्टालिन को स्टोरी का एक छोटा खाका भेजिए। वीडियो वॉल्टियर्स चाहती है कि कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट गहरी और अहम स्टोरी करें और उनके लिए ज्यादा भुगतान होगा। इसे किस तरह या किस फॉरमैट में भेजना है, इस बारे में अपने राज्य संयोजक से बात कीजिए।

- नए आइडिया के लिए गोवा में ट्रेनिंग और सलाहकार टीम से बात कीजिए। वे उपर लिखी गयी हर प्रकार की स्टोरी तैयार करने में मदद करेंगे।
- लिंग आधारित वीडियो एक अलग फॉरमैट में होते हैं। इसके लिए 'खेल बदल' मैन्अल पढ़ें।
- पी2सी को भूल जाएं। ये आपको नहीं करने हैं। लेकिन ऐसी स्थिति में आपका वीडियो इतना बेहतरीन होना चाहिए कि इसकी जरूरत ही न महसूस हो। यदि आप पी2सी नहीं करते हैं तो आपको वीडियो डायरी बनानी चाहिए। वीडियो डायरी बनाते समय शॉट के बारे में जानकारी देने का ध्यान रखें ताकि एडिटर उन शॉट्स का इस्तेमाल कर सके|

3. इंडिया अनहर्ड (आईयू) वीडियो

हम जानेंगे:

इंडिया अनहर्ड वीडियो इंडिया अनहर्ड प्रक्रिया

3.1 इंडिया अनहर्ड (आईयू) वीडियो क्या है?

आईयू वीडियो हमेशा ही उस मुद्दे से जुड़ा होता है जिसे सुलझाने के प्रति आप आश्वस्त होते हैं। अर्थात, एक प्रभावी वीडियो तभी संभव होता है जब आप अपने वीडियो में प्रभाव की प्रक्रिया को दिखाते हैं। ऐसे लगभग सभी वीडियो सरकारी अधिकारियों को दिखाए जाने चाहिए ताकि समस्याओं का निदान हो और समुदायों को इसलिए ताकि वे जागरूक हों और आंदोलन कर सकें।

आमतौर पर ये वीडियो, सरकारी अनुदानों/सरकारी योजनाओं/कार्यक्रमों आदि पर होते हैं। उदाहरण के लिए खराब सड़कें, गैरहाज़िर शिक्षक, मनरेगा, भ्गतान न होना, बदहाल स्वास्थ्य केंद्र आदि | इस वीडियो में एक ठोस तर्क, एक मुख्य चरित्र, शानदार तस्वीरें और सीक्वेंस होते हैं। यह सरकारी योजनाओं के बारे में जानकारी देते हैं और स्पष्ट तौर पर बताते हैं कि समाधान क्या है।

इसमें वायस ओवर के जरिए और कैमरे के सामने आकर आप भी शामिल होते हैं। आपका जुनून, इस मुद्दे से आपका निजी जुड़ाव या आपका अनुभव, पत्रकार के तौर पर यही आपकी विश्वसनीयता का आधार है। अपनी बात को कहने के लिए आप जिन आंकड़ों/तथ्यों/सबूतों का सहारा लेते हैं वह विश्वसनीयता बरकरार रखने के लिए अहम है। इसके साथ साथ आपकी भावनाएं और निजी आकर्षण किसी को कार्रवाई करने को प्रेरित करती है।

आईयू वीडियो देखने वाले कौन हैं?

इसके मुख्य दर्शक समाज के लोग और उन संबंधित सरकारी विभागों के अधिकारी है जो समस्या को हल कर सकते | हैं

प्रभावशाली वीडियो बनाने के लिए आपको दो चीज़ें करनी होंगी:

1. यह मामले को साबित करता हो ताकि आप समस्या के समाधान के लिए वीडियो का इस्तेमाल कर सकें-यानी असर का पता लगाएं। यह रिसर्च और ठोस तर्क से आएगा।

2. जरूरी है कि यह आपके श्रोतावर्ग पर भावानात्मक तौर से असर डाले- झटका लगे, छुए, प्रेरित करे, आश्वर्यचिकत रह जाए | उनको रोने पर मजबूर करे, उन्हें हंसाए, सहानुभूति पैदा करे, उन्हें हमेशा याद रहे | एक अच्छी स्टोरी और अच्छे वीडियो की यही ताकत है।

3.2 आईयू वीडियों की सामग्री का एक उदाहरण

अगर आप चाहते हैं कि आपका वीडियो ठोस तर्क प्रस्तुत करे और विश्वसनीय हो तो आपको काफी रिसर्च करनी होगी। यह एक तरीका है ताकि आपकी बात (और आपका वीडियो) विश्वसनीय प्रतीत हो।

- 1. समस्या को विस्तार से समझाइए- बेहतर होगा आंकड़ों का इस्तेमाल करें। बताइए कि कितने लोग इस समस्या से प्रभावित हैं (गांव की इतने प्रतिशत आबादी, इतने लोग, कितने ज़िले, कबसे, कितना पैसा आदि) उदाहरण- एक कम्युनिटी सदस्य कहती है: "फैजाबाद के एक गांव में किसी भी विधवा को दो साल से पेंशन नहीं मिली है| मैं अकेली नहीं हुं, बल्कि पांच और वृद्ध महिलाएं हैं जिन्हे यह नहीं मिली है| "
 - केवल समस्या नहीं बताइए- इसे हल भी कीजिए | मौके पर इस समस्या के हर पहलू का वीडियो तैयार कीजिए | जैसे, वृद्ध महिला की रोजाना की ज़िंदगी और यह उसके लिए कितना कठिन है | आप दिखाइए कि आपके मुख्य चरित्र का दिन कैसे बीतता है|
- 2. आप कानून के बारे में और यह बताइए कि कितना पैसा मिलना है। अगर आपके पास किसी सरकारी योजना या कार्यक्रम की जानकारी नहीं है तो वीडियो वॉलंटियर्स के दफ्तर से हासिल कीजिए। लोगों को उनके हक के बारे में बताइए|

उदाहरण- पी2सी में: "केंद्र द्वारा प्रायोजित इंदिरा गांधी राष्ट्रीय विधवा पेंशन योजना भारत सरकार की है और यह विधवाओं को आर्थिक मदद देती है\ इस योजना के तहत गरीबी की रेखा के नीचे रहने वाली 40 वर्ष से अधिक उम्र की विधवा को हर महीने 300 रुपये मिलते हैं। 80 वर्ष से अधिक उम्र की विधवा को हर महीने 500 रुपये का प्रावधान है। "

3. आप बताइए की समस्या क्यों है। अक्सर, खासतौर पर भ्रष्टाचार के वीडियो में, ऐसी गड़बड़ी के लिए कोई एक व्यक्ति जिम्मेदार हो सकता है। लेकिन आप और तहकीकात कर सकते हैं, समस्या की असली वजह क्या है। असली वजह को जानने से तस्वीर और बड़ी हो जाती है।

उदाहरण- पी2सी में: "खंड विकास अधिकारी (बीडीओ) फैजाबाद में विधवाओं की सूची का नवीनीकरण न होने के लिए एक्सटेंशन अधिकारी को जिम्मेदार ठहरा रहे हैं। एक्सटेंशन अधिकारी का दावा है कि उसने

सूची बीडीओ को सौंप दी है| मुनीरा देवी जैसी गरीब महिलाएं नौकरशाही के इस दलदल में पिस रही हैं| अहम बात ये है कि मुनीरा देवी हाशिए पर खड़े लोगों का प्रतिनिधित्व करती है क्योंकि वह गरीब है, महिला है, विधवा है और दिलत भी है| उनकी आवाज़ कोई नहीं सुनता, कोई उनका प्रतिनिधित्व नहीं करता| क्या इसी वजह से अधिकारी एक दूसरे पर जिम्मेदारी थोप रहे हैं? अगर ये मामला प्रभावशाली व्यक्ति का होता तो भी क्या ये अधिकारी ऐसा बर्ताव करते?"

- 4. समाज ने इस बारे में क्या किया है- हम नहीं चाहते कि वह अशक्त दिखे

 उदाहरण- "2012 में फैजाबाद की सभी विधवाओं का प्रतिनिधिमंडल डिस्ट्रिक्ट कमिश्वर से मिला था|

 उन्होंने पैसा दिये जाने का भरोसा दिलाया था| एक साल बाद हमने फिर मुलाकात की लेकिन इस बार
 लोगों की संख्या कम थी क्योंकि वे उम्मीद खो बैठे हैं| हम सब अब इतने गुस्से में हैं कि लड़ाई ही छोड़ दी
 है|"
- 5. समाज इस बारे में क्या करने की सोच रहा है- वे कब ऐसा करेंगे और क्या आप शूट कर सकते हैं ? उदाहरण- आपका केंद्रीय पात्र कहता है, "अगर आप हमारी समस्या पर फिल्म बनाते हैं तो हम संघर्ष में शामिल होंगे| आप हमें नयी ऊर्जा दे रहे हैं|"
- 6. निशाने पर कौन- यानी बदलाव कौन ला सकता है- कार्रवाई क्या होगी: "कृपया इस नंबर पर बीडीओं को फोन करें और फैज़ाबाद गांव में मुनीरा देवी के साथ-साथ बाकी पांच विधवाओं की पेंशन जारी करने के लिए कहें।"

3.3 इंडिया अनहर्ड प्रक्रिया

अपनी स्टोरी तय कीजिए	रिसर्च कीजिए	संभावित बदलाव की बात कीजिए और बदलाव के अगुवा या अधिकारी की पहचान कीजिए
बदलाव लाये असर पता कीजिए	(बदलाव वडियो) असर का वीडियो बनाइए	एक लाइन में स्टोरी लिखिए और अपने सलाहकार से चर्चा कीजिए
बदलाव के अगुवा को राजी कीजिए चुनौतियों का अनुमान लगाइए चुनौतियों से निपटने की रणनीति	अपने समुदाय में दिखाइए ्री	वीडियो तैयार कीजिए

आईयू वीडियो तैयार करने में आप इनका पूरी तरह अनुसरण करेंगे।

- 1. अपनी स्टोरी तय कीजिए।
- 2. रिसर्च कीजिए।
- 3. संभावित बदलाव की बात कीजिए और बदलाव के अगुवा या अधिकारी की पहचान कीजिए |
- 4. एक लाइन में स्टोरी लिखिए और अपने सलाहकार से चर्चा कीजिए|
- 5. वीडियो तैयार कीजिए।
- 6. अपने सम्दाय में दिखाइए |
- 7. बदलाव के अगुवा को राजी कीजिए | चुनौतियों का अनुमान लगाइए | चुनौतियों से निपटने की रणनीति बनाइए
- 8. असर पता कीजिए।
- 9. असर का वीडियो बनाइए।

1. अपनी स्टोरी तय कीजिए

- 1. किसी एक स्टोरी को तय करने से पहले सामुदायिक बैठकों या सूत्रों से मिली जानकारी के आधार पर तमाम स्टोरी खंगालिए।
- 2. वह स्टोरी चुनिए जिसकी आप पड़ताल करना चाहते हैं। अक्सर यह स्टोरी से ज्यादा कठिन होता है।

2. रिसर्च कीजिए

- 1. अपनी स्टोरी का केंद्र बिंद् तय करने के लिए रिसर्च की तैयारी कीजिए
- 2. पहले चरित्र का फैसला कीजिए फिर उस पर रिसर्च कीजिए | पूछे जाने वाले सवालों की लिस्ट तैयार कीजिए।
- 3. अपनी विषय वस्त् पर रिसर्च कीजिए | यदि आपका वीडियो किसी योजना या कार्यक्रम पर है तो आपको उसके बारे में पूरी जानकारी होनी चाहिए।
- 4. यह तय कीजिए कि आपकी स्टोरी किस बड़े मुद्दे पर सब्से ज्यादा रोशनी डालेगी |
- 5. शूटिंग की योजना बनाइए जिसमें यह भी शाल हो कि कहां और क्या मुद्दे शूट करने हैं|
- 6. स्टोरी के बारे में पूरी रिसर्च कीजिए (आंकड़े आपकी स्टोरी को विश्वसनीय बनाएंगे)
- 7. इस रिसर्च की मदद से आप तय कर सकेंगे कि आप क्या बदलाव चाहते हैं, कार्रवाई कैसे हो और बदलाव के अगुआई कौन करेगा।

3. संभावित बदलाव की बात कीजिए और बदलाव के अगुवा या अधिकारी की पहचान कीजिए

- 1. कार्रवाई की बात कीजिए
- 2. जो बदलाव चाहते है उसकी बात कीजिए।
- 3. बदलाव के झंडाबरदारों को चिह्नित कीजिए|

4. एक लाइन में स्टोरी लिखिए और अपने सलाहकार से चर्चा कीजिए

स्टोरी के बारे में एक लाइन में बताइए : इसमें कौन, कब, कहां, और क्या के जवाब मिलने चाहिए |

5. वीडियो तैयार कीजिए

- 1. आप जहां-जहां शूट करेंगे वहां की सीक्वेंस शॉट लिस्ट तैयार कीजिए|
- 2. अपनी लोकेशन पर जाइए।
- 3. आसपास घूमिए और मौके का जायज़ा लीजिए।
- 4. आपने ने लोकेशन पर जो देखा उसके मुताबिक शॉट लिस्ट में बदलाव कीजिए | अपने किरदार और लोकेशन के स्थापित करने के लिए आप क्या शूट करेंगे?
- 5. अपने किरदार के सीक्वेंस शॉट लीजिए |
- 6. लोकेशन के अच्छे शॉट लीजिए।
- 7. ध्यान रहे कि आप संयोजन के सभी नियमों के मुताबिक शूट कर रहे हैं और वीडियो शूट की सर्वश्रेष्ठ टिप्स का अनुसरण कर रहे हैं।
- 8. लोकेशन छोड़ने से पहले फील्ड नोट तैयार कीजिए, ताकि आप भूलें नहीं |
- 9. काम की समीक्षा की प्रक्रिया के लिए वीडियों का फोल्डर तैयार कीजिए (यदि संभव हो अन्यथा बाद में भी किया जा सकता है)
- 10. एडिट नोट्स तैयार कीजिए
- 11. पी2सी और वॉयस ओवर या नैरेशन लिखिए।
- 12. डीवीडी और अनुवाद एडिट के लिए वीडिय़ो वॉलंटियर ऑफिस भेजिए|
- 13. अपने शूट का भ्गतान लीजिए।
- 14. अपने शूट की कॉपी लीजिए जो कि ऑनलाइन शेयर की गयी है|

6. अपने सम्दाय में दिखाइए

समुदाय में फिल्में दिखाने से उठाए गये मुद्दों पर समुदाय को अपने साथ जोड़ने में और विभिन्न समूहों और हिस्सेदारों के बीच संवाद शुरू करने में मदद मिलती है। फिल्में दिखाने और चर्चा से समुदायों को कार्रवाई करने की प्रेरणा मिलती है।

- 7. बदलाव के अगुवा को राजी कीजिए | चुनौतियों का अनुमान लगाइए | चुनौतियों से निपटने की रणनीति बनाइए बदलाव का अगुआ वह व्यक्ति है जिसके कदम से वह मुद्दा समाधान की राह पर आगे बढ़ा सकता है जिसे आपके वीडियो में उठाया गया है | अमूमन ये होते हैं:
 - सरकारी अधिकारी या विभागाध्यक्ष

- एनजीओ मुखिया या कार्यकर्ता
- कार्यकर्ता
- सरपंच या पंचायत सदस्य

आप जिन चुनौतियों की उम्मीद करते हैं उनसे निपटने की रणनीति भी तैयार करनी होगी। हो सकता है कि जो रणनीति आपने बनाई हो उसमें आगे और चुनौतियां हो | यानी आप को अपनी रणनीति लिखनी होगी और फिर विचार करना होगा कि इस रणनीति के अमल में क्या कोई और चुनौती आएगी। उदाहरण के लिए:

आपकी रणनीति: जिला कलेक्टर को आईयू वीडियो दिखाना |

इस रणनीति में चुनौती: जिला कलेक्टर मिलने का वक्त न दे क्योंकि उसके हिसाब से आपसे मिलना जरूरी नहीं है |

इस नयी चुनौती से निपटने की रणनीति: अपना वीडियो किसी मशहूर एनजीओ के मुखिया या सरपंच को दिखाइए और उसे जिला कलेक्टर के पास ले चलने के लिए कहिए।

चुनौती और उससे निपटने की रणनीति की प्रक्रिया तब तक जारी रखिए जब तक आगे बढ़ने का रास्ता साफ न हो जाए|

प्रश्न: मैं गावों या आसपास के इलाके में अपना नेटवर्क कैसे बना सकता हूं?

उत्तर: सामाजिक गतिविधियों में हिस्सेदारी या जुड़ाव की वजह से आप मे से ज्यादातर को अपने समाज का सहयोग मिलता है। हालांकि यदि आप के साथ ऐसा नहीं है तो आपको समाज में अपनी पहुंच बनानी होगी। इससे आपको स्टोरी मिलने और प्रभाव डालने में मदद मिलेगी।

- यह जरूरी है कि आप शर्मीले न होकर थोड़े बातूनी और अजनबियों से बातचीत में आत्मविश्वास से भरे हों | यही नहीं, अगर आप घबरा रहे हों तो भी खुद को एक सक्रिय कार्यकर्ता के तौर पर पेश करें | आपको एक मार्गदर्शक की तरह महसूस करना चाहिए। यह कठिन है लेकिन कोशिश करें। अपने समाज को बदलने की राह में आपको सिर्फ आपका भय रोक रहा है।
- अपना संपर्क जाल बिछाने के लिए आपको पता होना चाहिए कि आपको किसकी जरूरत है। एक अच्छे कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट के नेटवर्क में समाज के सदस्य, कार्यकर्ता, एनजीओ, पड़ोसी, दोस्त, सरकारी

अधिकारी, स्थानीय पत्रकार, शिक्षक, स्वास्थ्यकर्मी होते हैं। और यह नेटवर्क कई गांवों और यहा तक कि ब्लॉक स्तर पर फैला होता है। इसमें पहली प्रक्रिया 'पॉवर मैपिंग' कहलाती है। इसमें आप अपने इलाके के उन लोगों की लिस्ट तैयार करते हैं जो वीडियो वॉलंटियर्स द्वारा रिपोर्ट किये जाने वाले मुद्दों के समाधान में मदद कर सकते हैं। आप के इलाके में ऐसे कौन लोग हैं जो वीडियो वॉलंटियर्स द्वारा रिपोर्ट किये जाने वाले मुद्दों के समाधान में मदद कर सकते हैं?

- ्डस नेटवर्क के लोगों से लगातार संपर्क में रहिए। उनको वीडियो दिखाइए। उनके फोन नंबर लिखिए। समस्या के समाधान में इन लोगों की सलाह लीजिए | अपनी चुनौतियों के बारे में उनसे चर्चा कीजिए |
- ्हर साल बड़ी स्क्रीन पर कम से कम एक या दो रिपोर्ट दिखाइए और इन प्रभावशाली लोगों को बुलाइए|
- वीडियो वॉलंटियर्स और अपने बारे में हमेशा कायदे से जानकारी दें। अगर आप कायदे से बताएंगे तो वे जरूर मदद करेंगे। दिल से किये गये अच्छे काम को हर तरफ से सहयोग मिलता है।
- अपने वीडियो को अंतरराष्ट्रीय स्तर पर भी प्रसारित करें। अगर आपके वीडियो में कोई ऐसी समस्या बतायी गयी है जिसे वे जानते हैं तो कोई फायदा नहीं। समाज के ज्यादातर लोगों के यह नहीं मालूम कि क्या योजनाएं उपलब्ध हैं। वे नहीं जानते कि शिकायतों का निपटारा किस तरह होता है। ये जानकारी उन्हें दीजिए। उन्हें समाधान बताइए। तब उन्हें आपके वीडियों में रुचि पैदा होगी।
- उन्हें दूसरे गांवों के वीडियो दिखाइए। वे अपने गांव के बारे में जानते होंगे लेकिन दूसरे गांवों के बारे में नहीं | सफलता और असर डालने वाली स्टोरी से बेहतर प्रेरणादायक कुछ और नहीं होता | आपके पास हमेशा आपके राज्य से जुड़ी असर डालने वाली स्टोरी होनी चाहिए|

8. असर पता कीजिए

जब आप सभी जरूरी प्रक्रियाओं से गुजर चुके हों और अधिकारियों से मिल चुके हों, लोगों को लामबंद कर चुके हों, यहां तक कि स्थानीय अखबार को भी जोड़ लिया हो तो यही परिदृश्य आपकी और आपके समाज की वांछित स्थिति में बदल सकता है।

यही वह बिंदू है जहां आपने असर डाला है। बधाई!

9. असर का वीडियो बनाइए

- 1. अपने सलाहकार को असर वाले वीडियो की जानकारी दीजिए |
- 2. बी रोल और इंटरव्यू की मदद से एक वीडियो बनाइए जो असर को बताए |
- 3. इस बात का ख्याल रखिए कि आप का वीडियो बाकी कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट को ऐसे असर वाले वीडियो बनाने को प्रेरित करे |
- 4. हर असर वाले वीडियो के लिए भुगतान होगा |

4. स्टोरी की तलाश और उसे सुधारना

हम जानेंगे:

अच्छी स्टोरी की तलाश मुद्दों से जुड़े पहलुओं की पहचान एक असरदार स्टोरी तैयार करना

4.1 अच्छी स्टोरी कैसे मिलेगी?



प्रश्न: स्टोरी के लिए आइडिया कहां से मिल सकता है?

उत्तर:

- अमूमन स्टोरी 'केस स्टडी' से निकलती हैं, (यानी, किसी विभाग में एक ऐसे व्यक्ति का मामला बड़ी स्टोरी बनता है जिसने घूस मांगे जाने की शिकायत की हो) या अखबार की खबरों से, या भ्रष्टाचार का पर्दाफाश करने वाले यानी जानकारी रखने वाले अहम लोग।
- इसलिए ऐसे सूत्रों की लिस्ट तैयार कीजिए और लगातार इनके संपर्क में रहिए। स्थानीय एनजीओ या सामाजिक आंदोलन, सरकारी अफसर, पंचायतें, स्कूल या लाइब्रेरी, ज्यादा सफर करने वाले लोग, हर चीज जानने को उत्सुक दोस्त। सरकारी दफ्तरों में आनाजाना रखिए ताकि नयी जानकारी मिलती रहे।
- पहले ऐसी स्टोरी कीजिए जो आपके आसपास ही आसानी से मिल जाए: उदाहरण के लिए आप अपने गांव का प्रोफाइल तो तैयार कर ही सकते हैं या फिर कोई ऐसा व्यक्ति जो आपके समुदाय में सफलता की सीढ़ियां चढ़ा हो |
- अखबार जरूर पढ़िए। रेडियो सुनिए। टीवी पर खबरें देखिए।
- अपने पास हर वक्त एक नोटबुक रखिए | हर रोज एक या दो स्टोरी आइडिया लिखने की कोशिश कीजिए | जब आइडिया की जरूरत हो तो नोटबुक देखिए |
- प्रशिक्षकों द्वारा दी गयी टिप्स को हमेशा पढ़ते रहें। मां का स्वास्थ्य और जबरन बेदखली जैसे अभियानों के संक्षिप्त वीडियो में स्टोरी आइडिया भरे पड़े हैं। जेंडर मैन्अल वीडियो आइडिया से भरा हुआ है। इन्हें ध्यान से पढ़िए।
- जब आप आवाज दे फोन संदेश सुनें तो उन्हें लिख लें। इनमें स्पेशल स्टोरी के आइडिया होते हैं जो हम चाहते हैं। उदाहरण के लिए हम किसानों पर पांच वीडियो तलाश रहे हों और फिर हम जो चाहते हैं उनकी एक लिस्ट भेज देंगे- जैसे 'किसान और कीटनाशक', 'किसान और खुदक्शी' आदि |
- वीडियो वॉलंटियर अभियानों पर चर्चा कीजिए। साथ ही कैलेंडर पर नजर जरूर रखें और देखें कि क्या कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट किसी खास तारीख (जैसे पर्यावरण दिवस) के बारे में वीडियो तैयार कर सकता
- सरकार में अपने सूत्रों से कहिए कि आप के सामने क्या चुनौतियां हैं? क्या कोई ऐसी योजना है जिसके बारे में वे जागरूकता बढ़ाना चाहते हें? मैं वीडियो बना सकता हूं।

4.2 स्टोरी आइडिया ढूंढने के लिए कुछ टिप्पणीया

- जहां भी आप जाएँ अपने साथ एक नोट बूक जरूर रखें | हर दिन एक दो कहानियो के आइडिया को जरूर लिखें। इन लिखे हुए आइडिया को आप कभी भी जरूरत होने पर देख सकते हैं।
- अपने आस पास की कहानियों को करें। जैसे की: आप ही के गाँव पर एक प्रोफ़ाइल विडियों या फिर आपके समुदाय के किसी सफल व्यक्ति पर।
- प्रशिक्षकों द्वारा किए गए सभी नोट्स को साथ रखें। अभियानों के विडियों बनाने के लिखे गए संक्षेप नोट्स या टिप्पणीयो - जैसे के मातृ-स्वस्थ्य, जबरन विस्थापन आदि – आपको यहा से कहानी की लिए बह्त से विचार मिलेंगे। इनका प्रयोग करें।
- जब भी आप 'आवाज़ दे' फोन मैसेज को सुने, उन्हें कहीं पर लिख लिजिए | उसमे स्पेशल विडियो, जो हमे चाहिए, को लेकर आपको विचार मिलेंगे। उधारण के लिए, अगर हमको किसानो के ऊपर पाँच विडियो चाहिए तो हम आपको उसके साथ उप विषयों की सूची भी बताएँगे। जैसे की: ''किसान और कीटनाशक', 'किसान और आत्महत्या' आदि |
- कहानियों के लिए जानकारी के अपने स्रोत के पास जाएँ (NGO's) स्थानीय संगठन या सामाजिक आंदोलन जिन्होंने आपको IU के लिए प्रोत्साहित किया, और कोई भी जिन्हे आप जानते हैं|
- अपने सरकारी संपर्को के पास जाए और उनसे पूछे, 'आप किन चुनौतियों का सामना कर रहे हैं? क्या कोई ऐसे मुद्दे हे जिनके बारे मे आप सामुदाए में जागरूकता बढ़ाना चाहते हैं? में एक विडियो बना सकता हूँ.

4.3 स्टोरी आइडिया को सुधारना

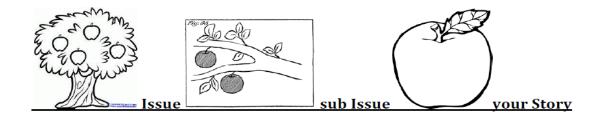
एक बार स्टोरी तय हो जाने पर आपको उसकी समस्याओं से लेकर गौण मुद्दों का स्पष्टीकरण और एक चरित्र की तलाश करनी होगी।

अक्सर गांवों में लोग आपको स्टोरी की बजाय समस्याएं गिनाएंगे। जैसे, 'गांव में स्वास्थ्य सेवा की स्थिति दयनीय है|' यह स्टोरी नहीं बल्कि एक समस्या है| इस समस्या से जुड़े कई मुद्दे हो सकते हैं| जैसे- स्वास्थ्य सेवा खराब है क्योंकि स्वास्थ्य केंद्र हमेशा बंद रहता है या स्वास्थ्य सेवा खराब है क्योंकि स्थानीय प्राथमिक स्वास्थ्य केंद्र में डॉक्टर नहीं है या स्वास्थ्य सेवा खराब है क्योंकि जाति या लिंग के आधार पर मरीज के साथ भेदभाव होता है। इन सभी गौण मुद्दों में संभावित स्टोरी है औप को इनमें से एक को चुन कर आगे बढ़ना होगा। इसके बाद आपको अपनी स्टोरी के लिए एक चरित्र तलाशना होगा। माना आपने पहले गौण मुद्दे को चुना तो आपकी स्टोरी कुछ ऐसे लिखी जाएगी|

ओडिशा के कटक जिले के कोचीनुआ गांव में 26 वर्षीय प्रमिला बीबी के मरा हुआ बच्चा पैदा हुआ क्योंकि स्थानीय प्राथमिक स्वास्थ्य केंद्र हमेशा की तरह बंद था और जिला अस्पताल पहुंचने के लिए 6 घंटे बस का इंतजार और फिर तीन घंटे सफर करना पड़ा | डॉक्टरों के मुताबिक उसके बच्चे को बचाया जा सकता था अगर वह वक्त पर पहुंच जाती∣

ध्यान रहे कि आप उलटे तरीके से भी कर सकते हैं। हो सकता है आप को सेब यानी चरित्र पहले मिले। जैसे वह विधवा जिसे पेंशन नहीं मिली। आपको महसूस होगा कि वह अकेली नहीं है। बह्त से लोग हैं जिन्हे भ्रष्टाचार झेलना पड़ता है। जैसे ही आप समस्या की मूल वजह जानने की कोशिश करते हैं आपको वह 'पेड़' ही मिल जाएगा जहां से समस्याएं शुरू होती हैं – एक भ्रष्ट पंचायत।

4.3.1 छोटा फल. बडा पेड



मुद्दा, गौण मुद्दा, आपकी कहानी

4.4 भावनात्मक और सशक्त स्टोरी तैयार करनाः चरित्र, टकराव, बदलाव

आपको ऐसी स्टोरी करनी चाहिए जो केवल उबाऊ आंकड़े न बताएं बल्कि आपके दर्शकों को सोतने पर मजबूर करें। अच्छी स्टोरी में एक मुख्य चरित्र होता है जो अपनी समस्या की वजह से पैदा हुए टकराव को झेलता है। जिसने भी बॉलीवुड की फिल्में देखी हैं, उसे समझ सकता है।

चरित्र – आपकी स्टोरी का स्टार कौन है?

- आपकी स्टोरी में एक मुख्य चरित्र होना चाहिए
- अगर बह्त ही जरूरी हो तो स्टोरी में दो चरित्र भी हो सकते हैं। बाकी चरित्र सहयोगी भूमिका में होंगे और वे सभी मुख्य चरित्र से जुड़े रहेंगे।
- शूटिंग से पहले अपने मुख्य चरित्र को समझने के लिए उसके साथ कुछ वक्त बिताइए | वह क्या करता है? कैसे करता है? वह कहां जाता है? क्या हो रहा है? चरित्र के बारे में रोचक बात क्या है?

संघर्ष

- समस्या या मुद्दा क्या है?
- चरित्र को उसकी वजह से क्या दिक्कत या नुकसान हो रहा है?
- द्निया के लिए यह जानना जरूरी क्यों है?
- क्या मुख्यधारा के मीडिया ने पहले ही इसे कवर किया है?
- यदि हां, तो मेरी स्टोरी इससे अलग या खास कैसे होगी?

बदलाव

- मुख्य चरित्र इस समस्या या मुद्दे या संघर्ष से निपटने के लिए क्या कर रहा है?
- यदि मुख्य चरित्र कुछ नहीं कर रहा है तो इसकी क्या वजह है?
- यह वीडियो देखने के बाद मेरे समाज को क्या करना चाहिए?
- मैं यह समस्या हल करने की प्रतिबद्धता क्यों दिखा रहा हूं?
- यह वीडियो देखने के बाद लोगों को क्या करना चाहिए?

4.5 अच्छी स्टोरी की चेकलिस्ट

अब तक आप को एक अच्छी स्टोरी मिल गयी है। लेकिन आपको कैसे मालूम कि ये स्टोरी अच्छी है? यदि आप नीचे दी गयी लिस्ट में सभी पर सही का निशान लगाते हैं तो आप को पता चल जाएगा कि आपकी स्टोरी अच्छी है:

- मुझे मुख्य चरित्र, संघर्ष और बदलाव मिल गया है|
- मेरा मुख्य चरित्र बात कर लेता है और मुझे अच्छा इंटरव्यू मिलने का भरोसा है |
- मैं संघर्ष के बारे में स्पष्ट हूं और वीडियो के जिरए इसे बता सकूंगा |
- मैं बदलाव ला सकता हूं यानी इसका असर होगा |
- मेरी स्टोरी खबर लायक है (यानी अभी तक कहीं नहीं छपी है, इससे लोग चौंक जाएंगे, उन्होंने पहले कभी ऐसा सोचा भी नहीं होगा)
- मेरी स्टोरी से झटका लगेगा (हकों के अतिक्रमण के वीडियों में यह खासतौर पर जरूरी है। अफसोसजनक ये है कि भारत में लाखों लोगों के हकों का अतिक्रमण होता है, इसलिए हमें ऐसा मामला खोजना होगा जहां नुकसान या द्श्वारियां सबसे बेहतर तरीके से पता चल सकें।
- मैं निजी तौर पर स्टोरी से जुड़ा महसूस करता हूं | (यह अहम है क्योंकि अगर आप जुड़ाव महसूस करते हैं तो आप बेहतर स्टोरी बता सकते हैं। आपका निजी जुड़ाव ही आपकी विश्वसनीयता है। साथ ही यह रोचक स्टोरी या डॉक्यूमेंटरी बनेगी। मीडिया भी बिना शर्त इसे पसंद करेगा)
- मेरी स्टोरी बढ़ते चलन या बड़ी समस्या का उदाहरण है (यानी पेड़ पर सेब वाला मामला) और यह कोई अकेला मामला या अपवाद नहीं है|

अगर आप सब पर सही का निशान नहीं लगा पा रहे हैं तो आपको और रिसर्च करनी होगी और नजर दौड़ानी होगी। हकों के अतिक्रमण की स्टोरी में अगर आपको लगता है कि यह काफी फैला हुआ है तो खुद से पूछिए, 'क्या यह याद ताजा कराने वाला मामला है?' अगर नहीं तो कोई और केस खोजिए और पुछिए, 'जो चरित्र मैंने खोजा है वह क्या इस मामले में सबसे बेहतर चरित्र है? ' यदि नहीं तो और खोजिए।

एक उबाऊ और कमजोर वीडियो कोई नहीं देखेगा।

4.6 अपनी स्टोरी संक्षेप में देखिए

पत्रकारिता के 6 मूल नियम- 5 W और 1 H या 6 'क':

यह किसके (Who) बारे में है?

क्या (What) ह्आ? (यानी स्टोरी क्या है?)

कहां (Where) हुआ?

कब (When) हुआ?

क्यों (Why) हुआ?

कैसे (How) ह्आ?

इन्हें 'फाइव डब्ल्यू एंड वन एच' कहते हैं। स्टोरी करने से पहले इन सवालों का जवाब हासिल करना श्रूआती रिसर्च का हिस्सा होता है। अगर आपके पास इन सवालों के जवाब हैं तो आप कोई भी स्टोरी कर सकते हैं।

वन लाइनर: आप अपनी स्टोरी को संक्षेप में बताने के लिए इन्हें लिखेंगे जिसे हम 'वन लाइनर' कहते हैं। ज्यादातर 'वन लाइनर' चार डब्ल्यू – कौन(Who), क्या (What), कहां (Where) और कब (When) का उत्तर देते हैं|

उदाहरण: छत्तीसगढ़ के बस्तर जिले की 12 वर्षीय पारूल सैयद को अपने दो छोटे भाई-बहनों की देखभाल करने की वजह से स्कृल छोड़ना पड़ा

ऊपर दिये गये 'वन लाइनर' में

कौन(Who) - 12 वर्षीय पारूल

क्या (What) - दो छोटे भाई-बहनों की देखभाल करने की वजह से एक लड़की को स्कूल छोड़ना पड़ा

कहां (Where) - बस्तर, छतीसगढ़

कब (When)- इस सवाल का जवाब वन लाइनर में नहीं है

4.7 निजी अनुभव या निजी जुड़ाव को अपनी स्टोरी में शामिल करना

आपकी स्टोरी में आप भी होने चाहिए।

अपने समुदाय का प्रतिनिधित्व करने का क्या अर्थ है? मैं ऐसा क्या दिखाने जा रहा हूं जो खास है और किसी और के पास नहीं है? मेरे निजी अनुभव और मेरी जानकारी का किसी और के लिए कितना महत्व है? मेरी विश्वसनीयता का स्रोत क्या है?

ये कुछ वो सवाल हैं जो आपको वीडियो तैयार करते वक्त खुद से बार बार पूछते रहने होंगे। जैसे-जैसे आप इन सवालों का जवाब देंगे, आपको क्म्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट (सी. सी.) के तौर पर खुद की ताकत का अहसास होगा इसीलिए हम आपसे वीडियो में निजी अनुभव शामिल करने को कहते हैं। कम्युनिटी जर्नलिस्ट होने का यही अर्थ है। कोई बाहरी पत्रकार कहेगा, 'वे लोग', लेकिन एक कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट कहेगा, 'हम' या 'हमारे लोग'।

क्या आपने या आपके किसी जानने वाले ने आपकी स्टोरी जैसी या कुछ इसी तरह की समस्या झेली है? इस बारे में भी वीडियो में बताइए।

आप अपनी बीती जिंदगी के पन्ने भी पलट कर ऐसी स्टोरी पा सकते हैं जो आप लोगों को बताना चाहते हैं। उदाहरण के लिए जिस शख्स ने छुआछूत को भ्गता हो वह इस बारे में ज्यादा बेहतर तरीके से बता पाएगा। आपके साथ क्या अन्याय ह्आ? आपको किस तरह की दिक्कतों का सामना करना पड़ा? इससे आपने क्या सबक लिया? अपनी स्टोरी को द्निया को बताने के लिए अपने भीतर की ताकत को पहचानिए और आप को अपनी आवाज मिलेगी। और आपकी आवाज सबसे बेहतर होगी।

अपने निजी अनुभवों को बताना काफी डरावना हो सकता है लेकिन इसकी अहमियत है। क्यों? क्योंकि अपना अन्भव बांटने से:

- कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट के तौर पर आपकी विश्वसनीयता स्थापित होती है- आपका निजी अनुभव एक ऐसी 1. चीज है जिसमें विशेषज्ञ पत्रकार भी आपकी बराबरी नहीं कर पाएगा।
- इससे लोग आपके सामने इंटरव्यू देने और सहयोग करने के लिए आगे आएंगे। अपने दिल की बात कहिए 2. और फिर देखिए... लोग भी ऐसा ही करेंगे।
- 3. ये आपको एक बेहतर स्टोरीटेलर बनाता है।

आप अपने निजी अनुभव को अपनी रिपोर्टिंग में कैसे शामिल कर सकते हैं? खुद पर और अपने परिवार पर वीडियो तैयार कीजिए | हमे अपनी ज़िंदगी की कहानी बताइए | किसी और विषय पर भी आप अपना निजी अनुभव इस फिल्म में डाल सकते हैं- 'पीस टू कैमरा(P2C)' के जरिए। इसके बारे में अगले अध्याय में बताया गया है।

विडियो में आपके निजी अन्भव बताने से ये मतलब नहीं है की आप कंहें "मुझे उनके प्रति गुस्सा/दया/अफसोस होता है | इस वीडियों को बनाने से दर्शक को अनुभव हो जाता है की आप उनकी चिंता करते हैं | तो उसके बाद ऐसा कहना वक्त बरबाद करना है।

5. रिसर्च करना और शूट की योजना बनाना

हम जानेंगे:

रिसर्च में 5 W और 1 H की अहमियत शूट के लिए लोकेशन और इंटरव्यू

किसी मुद्दे के बारे में सुनने या चश्मदीद बनने के बाद कम्युनिटी कॉरेस्पॉन्डेंट के तौर पर हम स्टोरी करते हैं। जब हम किसी स्रोत के जरिए किसी मुद्दे या समस्या के बारे में सुनते हैं तो जो हमने सुना उसकी हकीकत परखने के लिए कुछ और स्रोतों से बात करना जरूरी है और मुद्दे की गहराई तक जाया जाए | ये स्रोत सरकारी अधिकारी, कार्यकर्ता, पड़ोसी, परिवार और मित्र, स्थानीय एनजीओ भी हो सकते हैं। जांच कीजिए कि समस्या क्यों बनी हुई है और क्या यह बड़े पैमाने पर भी है। यह न केवल आपकी स्टोरी के लिए अहम है बल्कि असर प्रक्रिया के लिए भी जरूरी है। ये प्रक्रिया रिसर्च कहलाती है जिसमें, विभिन्न स्रोतों से बातचीत, योजनाएं या कानून के प्रावधानों को पढ़ना और आकड़ों की जाच|

स्टोरी विश्वसनीय बनाने, सभी पहलू समेटने और समस्या की जड़ तक पहुंचने के लिए यह रिसर्च जरूरी है। हालांकि गहराई में जाने से पहले यह सुनिश्वित करना जरूरी है कि आप के पास कुछ शुरूआती सवालों के जवाब हैं।

श्रूआती रिसर्च : बिना 5 W (Who, What, When, Where Why) और 1 H (How) या इनमे से किसी एक के भी गायब रहने पर आपकी स्टोरी अधूरी रहेगी। इनमें से रिसर्च के लिहाज़ से Why और H (How) सबसे अहम है। नीचे बताया गया है कि इनमे से हर एक के तहत आपको और क्या जानने की जरूररत है और यह जानकारी हासिल करने के लिए आप कैसे काम कर सकते हैं।

1. यह **किसके** (Who) बारे में है?

- यह समाज के किसी एक व्यक्ति की स्टोरी है या यह स्टोरी ऐसी समस्या के बारे में है जिससे बड़ी तादाद में लोग प्रभावित हैं? अगर हां, तो कितने लोग इससे प्रभावित हैं? आप इस बारे में समाज के सदस्यों, इस मुद्दे पर काम करने वाले एनजीओ कार्यक्रताओं से यह बात कर कि आप इस बारे मे वीडियो बना रहे हैं, जानकारी हासिल कर सकते हैं।
- आपके पात्र का नाम. उम्र, पेशा

2. क्या (What) हुआ? (यानी स्टोरी क्या है?)

- घटनाक्रम की जानकारी और कैसे और क्या उल्लंघन हो रहे हैं और किस तरह की समस्या सामने आ रही है? यदि आप कानून के उल्लंघन और हकों के अतिक्रमण पर स्टोरी बना रहे हैं तो इन्हें पढ़िए।
- इस समस्या का लोगों पर क्या असर पड़ा है?

3. **क्यों** (Why) ह्आ?

- इस घटना या समस्या की वजह क्या है?
- समस्या की मूल वजह क्या है? क्यों (Why) तब तक पूछते रहिए जब तक आप को भरोसा न हो जाए कि आपको समस्या की मूल वजह पता चल गयी है। ज्यादा जानकारी के लिए आगे दिये गये डीप डाईव हिस्से को जरूर पढ़ें।
- कोई समस्या क्यों बरकरार है यह जानने के लिए आप संबंधित अधिकारी या कार्यालय में जा सकते हैं। यदि जवाब नहीं मिलता है तो आप आरटीआई दाखिल कर सकते हैं।

4. कैसे (How) ह्आ और यह किसी व्यक्ति या पूरे समाज को कैसे प्रभावित करता है|

किसी व्यक्ति या समुदाय पर इसका कैसे असर पड़ा?

5. **कहां** (Where) हुआ?

- यह जानना जरूरी है कि किस गांव या कस्बे में घटना हो रही है | यह जानकारी असर वाली प्रक्रिया के लिए खासतौर पर अहम है।
- 6. कब (When) ह्आ? (कई स्टोरीज़ में यह पूछना भी अहम है कि ऐसा कबसे हो रहा है)
 - सबूत: एक ठोस तर्क के लिए सबूत इकट्ठा करना अहम है और आगे चल कर यह बदलाव लाने की प्रक्रिया में आपका मददगार साबित होगा।
 - विज्ञअल: जिस समस्या की रिपोर्टिंग आप कर रहे हैं अगर उसे शूट किया जा सकता है तो वीडियो बनाइए | जैसे- प्राथमिक स्वास्थ्य की छत टूटी हुई है
 - दस्तावेज: आरटीआई के जवाब, खर्चे, ठेके से जुड़े सरकारी दस्तावेज़
 - गवाहियां: प्रभावित लोगों के इंटरव्यू

आंकड़े जुटाना: आंकड़ों से समस्या की गंभीरता का पता लगाने में आसानी होती है | आपके जिले से संबंधित आंकड़े संबंधित दफ्तर या एनजीओ से मिल जाएंगे। इंटरनेट से राष्ट्रीय और राज्य के स्तर पर आंकड़े हासिल करने में मदद मिल सकती है। इन आकड़ों से यह साबित करने में आसानी होगी कि समस्या सिर्फ आपके गांव या ब्लॉक या जिले तक ही सीमित है या फिर यह राज्य या देश के स्तर पर भी मौजूद है।

वीडियो शीट करने से पहले आपको कार्रवाई के आह्वान, वांछित बदलाव और बदलाव के अगुवा के बारे में भी रिसर्च करनी होगी। इस बारे में ज्यादा जानकारी के लिए असर वाला अध्याय देखें।

किसको इंटरव्यू करें: इंटरव्यू शूट करने से पहले यह जानना जरूरी है कि अपनी स्टोरी के लिए आपको किसका इंटरव्यू करना है | आपके आईयू वीडियो में इन लोगों के इंटरव्यू होंगे- 1) पात्र, 2) समुदाय के सदस्य, 3) सरकारी अधिकारी | आपकी स्टोरी में कुछ सहयोगी चरित्र भी हो सकते हैं जैसे परिवार के सदस्य, मुख्य चरित्र के अलावा अन्य प्रभावित लोग, कार्यकर्ता या सामाजिक कार्यकर्ता जो इन मुद्दों पर काम करते हों |

यह आम बात है कि सरकारी अधिकारी कैमरे पर बात करने से मना कर दे। सरकारी अफसर का इंटरव्यू करने से पहले अपने समुदाय के लोगों और सामाजिक कार्यकर्ताओं से बातचीत कर उसके बारे में जानकारी हासिल करना जरूरी है। इससे अंदाज़ा लग सकता है कि वह मददगार है या भ्रष्ट है और क्या वह आपसे कैमरे के सामने या कैमरे के बिना बात करेगा/करेगी।

अगर कोई सरकारी अफसर कैमरे पर बात करने से मना कर दे तो निराश मत हों। आप समस्या के बारे में उससे कैमरे के बिना बात करने की अपील कर सकते हैं।

अब आपको विषयवस्तु पता है, आपको विज़्अल क्या चाहिए, ये तय करना है| एक स्टोरीटेलर/वीडियोमेकर के तौर पर अपने वीडियो की योजना बनाने के लिए आपको रिसर्च करवी होगी और तय करना होगा:

कहां शूट करें: क्या कोई कार्यक्रम है जिस शूट करना चाहिए? स्टोरी से संबंधित कोई एक्शन है? इसमे रैली, सरकारी दफ्तर जाता लोगों का समूह या आपके मुख्य चरित्रों में से एक की शादी या स्वास्थ्य से जुड़ी स्टोरी में चरित्र का डॉक्टर तक पहुंचना | इससे बुरा कुछ नहीं होता कि आप किसी शानदार कार्यक्रम को शूट करने में कुछ दिन से चूक गये क्योंकि आप सही सवाल पूछना भूल गये थे।

डीप डाइव: यह किसी समस्या के बारे में एक साथ कई सारे 'क्यों' वाले सवाल पूछने की कला है ताकि समस्या की जड़ तक पहुंचा जा सके | एक बार समस्या की मूल वजह पता चलने पर समाधान की संभावना बन जाती है | ऐसा नहीं करने पर समस्या को लेकर समझ अधूरी और सतही रहती है। वीडियो वॉल्टियर्स के निदेशक स्टालिन के मानते हैं कि ज्यादातर मामलो में 5 से 8 'क्यों' वाले सवाल पूछ कर समस्या की वजह तक पहुंचा जा सकता है| उदाहरण के लिए:

समस्याः लड़कों के म्काबले लड़कियां ज्यादा स्कूल छोड़ती हैं।

लड़कों के मुकाबले ज्यादा लड़कियां क्यों स्कूल छोड़ती हैं?

क्योंकि माध्यमिक स्कूल गांव से बहुत दूर है

इसी वजह से लड़के स्कूल क्यों नहीं छोड़ते? क्योंकि वे साइकिल चलाकर स्कूल आ सकते हैं।

लड़कियों के पास स्कूल जाने के लिए साइकिल क्यों नहीं होती? क्योंकि उनका परिवार केवल एक ही साइकिल जुटा सकता है|

परिवार की एकमात्र साइकिल लड़कों को ही क्यों मिलती है? क्योंकि अभिभावक लड़कियों के मुकाबले लड़कों को पढ़ाना ज्यादा जरूरी मानते हैं और लड़की तो शादी के बाद दूसरे घर चली जाएगी।

शादी के बाद लड़कियों को ही क्यों घर छोड़ना पड़ता है लड़कों को क्यों नहीं? क्योंकि यही परंपरा है और ऐसा ही चलता आ रहा है।

मूल वजह: परंपरा (दूसरे शब्दों में मूल वजह पितृसत्ता और लिंग आधारित भेदभाव)

5.1 सामुदायिक बैठक का आयोजन

रिसर्च के दौरान गांव में एक छोटी बैठक का आयोजन काफी अच्छा विचार है। यह छोटी (3 लोग जिनसे आप सड़क पर मिलते हो) या बड़ी, पूर्व नियोजित या एकाएक भी हो सकती है। अपनी फिल्म के प्रचार के लिए यह अच्छा तरीका है। आपके राज्य स्तरीय कार्यालयों में वीडियो प्रोजेक्टर हैं, बड़ी स्क्रीन हैं और आडियो सिस्टम हैं जिन्हें आप गांव में फिल्मे दिखाने में इस्तेमाल कर सकते हैं।

6 वीडियो बनाना

हम जानेंगे:

फिल्म-मेकिंग टर्म्स बी-रोल और सीक्वेंस रूल ऑफ़ थड़र्स शॉट के अकार शॉट लिस्ट लाइटिंग

6.1 कुछ महत्वपूर्ण और जानने योग्य फिल्म-मेकिंग के शब्द

इस अध्याय में आप एक अच्छी वीडियो बनाने के बारे में सीखेंगे. लेकिन उससे पहले कुछ अक्सर प्रयोग में आने वाले शब्दो की जानकारी अनिवार्य है.

फ्रेम- फ्रेम का मतलब एकल चित्र होता है, यह कैमरा द्वारा फिल्माए गए फिल्म कि सबसे छोटी इकाई होती है, इसको हम इस तरह से भी समझ सकते है कि कैमरा के स्क्रीन पर जो आपको नजर आता है उसको हम फ्रेम कहते 춤.

लोकेशन- हर एक जगह जंहा फिल्म बनेगी, उसे लोकेशन कहते हैं.

कॉपोज़िशन - एक फ्रेम मे अलग अलग पात्र, वस्तु, और खाली जगह के बीच का रिस्ता. इसके अलावा प्रकाश, छाया, हेडस्पेस/ हेडरूम, ल्कस्पेस/ नोसस्पेस, और जिस कोण से चित्र लिया गया है एस पर भी चित्र का कॉपोज़िशन निर्भर करता है. सबसे बेहतर कॉपोज़िशन के नियम को रूल ऑफ थर्ड्स कहते हैं. इसका उल्लेख अध्याय 6.2.1 मे है.

शॉट - यह वीडियो की मूल इकाई है. कॅमरा से एक बार मे ली गयी लगातार चित्रे, शॉट कहलाती हैं. दरअसल एक शॉट तब शुरू होता है जब आप रेकॉर्ड बटन दबाते हैं और पॉज़ बटन दबाने से अंत होता है. कृपया ये निश्चित कर ले की हर एक शॉट १५-२० सेकेंड्स से छोटा ना हो. जब कभी भी कोई एक्शन या किसी गतिमान लोग या वस्तु की

शूटिंग करते वक़्त; जैसे की एक साइकिल का रोड से गुजरना, पूरी प्रकिया ख़त्म होने पर भी स्टॉप का बटन दबाएँ. इसका मतलब को आप साइकल की फ्रेम से बाहर निकलने दे और शॉट की अवधि पर ध्यान ना दे.

बी रोल्स- वीडियो से संबंधित सभी दृश्य (कहानी और पात्र) को ऑडियो के उपर मिलाया जाएगा (साक्षात्कार और वी ओ) और इस वीडियो की सचित्रा व्याख्या को वी रोल्स कहते हैं.

सभी वी रोल्स तो एक सीक्वेन्स या क्रम से फिल्माया जाना चाहिए.

सीक्वेन्स - यह किसी भी एक्शन या प्रक्रिया के शॉट्स का एक क्रम है जिसे एक साथ एडिट या काटा जा सकता है जिससे एक पूरी घटना का सार्थक चित्रण हो सके. उधहरण के तौर पर एक महिला के रोटी बनाने के दृश्या में सिर्फ़ एक महिला के रोटी बनता हुआ का पूरा शॉट नहीं होगा बल्कि एक रोटी बेलटी हुए हाथ का क्लोज-अप, उसके काम करते समय चेहरे का का क्लोज-अप, रोटी बेलने का क्लोज अप, रोटी बेलने का पात्र के कंधे के ऊपर से शॉट. (विस्तार से जानने के लिए पढ़ें अध्याय 6.4.1 पांच मूल शॉट्स)

हर अलग एक्शन का एक अपना सीक्वेन्स होता है

सीक्वेन्स किसी लोकेशन का भी बनाया जा सकता है. जैस अगर आपका वीडियों किसी खराब सड़क के विषय में है तो आपको एक पूरा सीक्वेन्स उस रोड पर होने वाली गतिविधियों और क्रियाओं को शूट करना होगा. सिर्फ़ एक किसी गाड़ी के जाने और आने का 'पूरा शॉट' पर्याप्त नहीं है. इसके अलावा आपको एक रोड से टाइयर के गुजरने का 'क्लोज अप', रोड पर ऐसे चिन्ह, लिखावट, फोटो, बैनर या बोर्ड का 'क्लोज-अप शॉट' जो कहानी के सन्दर्भ को स्थापित कर सके, और कंही दूर या उपयुक्त जगह से से रोड का एक स्थापना या माहोल शॉट इत्यादि.

6.1.1 सीक्वेन्स पर आगे

एक स्थान पर क्रम से लिए गये सीक्वेन्स (घटना और क्रिया) एक सीन बनाते हैं. (जैसे एक जैसे एक रेस्ट्ररेंट के सीन में कई सीक्वेन्स होंगे (घटना और क्रिया), लोग खाते हुए, वेटर परोसते हुए, इत्यादि एक सीक्वेन्स लगातार लिए गये शॉट्स की एक शृंखला है जिसे एडिट या काटते समय एक कहानी बयान करती है या कोई गतिविधि बताती है. आपके वीडियों में लगातार होने वाली घटना के सीक्वेन्स ज़रूरी हैं, जो फिल्म के पात्र से संबंधित हो. यह अक्सर हर प्रकार क शॉट्स से बनते हैं; क्लोज़ उप, आधा शॉट, लॉन्ग शॉट, पॉइंट ऑफ व्यू (पढ़ें अध्याय 6.4.2 दो और जानने योग्य शॉट्स इत्यादि). नीचे एक काम करती महिला का उदहारण है. पांच शॉट्स का क्रम मिलकर वीडियों में एक नाटिकया घटना को पूरी करता है. उसी तरह सीक्वेंसों की शृंखला (घटना और कार्य) एक जगह पर एक सीन बनाती है. (जैसे रेस्तूरंत एक सीन में कई सीक्वेंस होते हैं, लोगों का कहना, वेटर का परोसना, इत्यादि) इनमें एक सीक्वेंस का संबंध वीडियों के पात्र या उसकी किठनाई से या फिर इसके विषय से होना चाहिए.











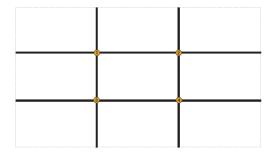
बार बार होने वाला कार्य - यह सारी प्रक्रिया पात्र एक बार नहीं परंतु बार बार करता है. एक घर के प्री दृश्या मे आपका मुख्या पात्र रोजमर्रा के कार्य करेगा . जैसे, किसान गायों को ले जाएगा, कोई रोटी बनाएगा, घर की सफाई, स्कूल के लिए बच्चों को तैयार करना. फिल्म मेकर्स के लिए इन सब घटनाओ और कार्यों को कैमरे में कैद करना एक लय प्रदान करता है और फिल्म को और भी रोचक बनता है.

प्री रोल - हमेशा अपने P2C बोलने से ३ सेकण्ड्स पहले कैमरा चालू करें ताकि आपके के द्वारा कही गयी कोई बात न कटे.

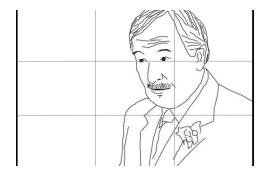
पोस्ट रोल - P2C में बोलना समाप्त करने और शॉट कट करने के बीच ३ सेकण्ड्स का अंतर रखना जरूरी है. इसका ध्यान बी रोल और सीक्वेंस लेते वक़्त भी रखना चाहिए. जैसे की अगर आपका शॉट साइकिल के गुजरने का पूरा शॉट है , तो जल्दीबाज़ी में इसे ख़त्म या कट न करें . साइकिल के फ्रेम से गुजरने का इंतजार करें , ३ सेकण्ड्स होने दे और फिर शॉट कट करें.

6.2 एक अच्छी कम्पोजीशन के लिए क्या करें

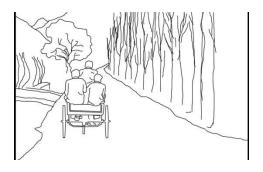
6.2.1. रूल ऑफ थर्ड्स अनुकरण करें



यह एक प्रक्रिया है जिसके द्वारा हम शॉट्स और फ्रेम्स को समझते हैं और एक अच्छी शॉट सही फ्राम में लेना सीखते हैं. इसके लिए हम फोटो को समानांतर और लंबवत रेखाओ से 9 भाग में बांटते हैं और इससे बने ग्रिड और भागों के आधार पर हम शॉट की बनावट को समझते हैं.



ऊपर के चित्र में एक रेखा इस व्यक्ति के आँख की रेखा से गुजरती है, वंही एक कटाव शरीर से मिलती हुई ग्रिड की दाहिने दिशा को छूती है, यह व्यक्ति किसी को विपरीत दिशा में देख रहा है जंहा पर खाली जगह है, एक संतुलित कम्पोजीशन बनाता है.



इस तस्वीर में नाव लगभग दाहिने-निचे के कटाव से मिलती है और सूरज बाएं -ऊपर, जिससे एक सुन्दर दृश्य बनता है.



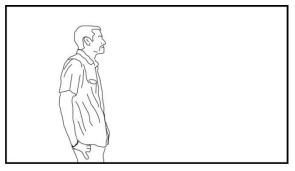


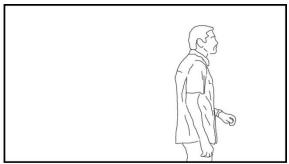
6.2.2. हेड रूम और नोज रूम दे

हेड रूम किसी व्यक्ति या वास्तु के ऊपर की खली जगह को कहते हैं.



नोज रूम उस खाली जगह को कहते हैं जंहा व्यक्ति फ्रेम में देख रहा हो या फिर जा रहा हो. इसे वाकिंग रूम भी कहते ぎ.



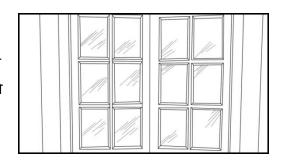


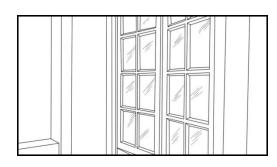
बात करते वक़्त नोज रूम जरूरी है

चलते समय भी नोज रूम आवश्यक है

6.3 सीधी और तिरछी रेखायं

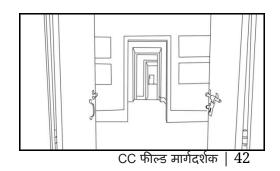
सीधी रेखायं - यह रेखाएं तस्वीर की दिशा में सामानांतर चलती हैं. (चित्र देखें) अक्सर ये सीधी और सामानांतर रेखाएं चित्र के चपटे होने का अहसास कराती हैं और इसमें कोई गहराई नहीं जान पड़ती है . इन तस्वीरों को दख कर ऐसा मालूम होता है जैसे इनमे किसी प्रकार की गतिविधि या चलने/हिलने की गुंजाइश नहीं है.

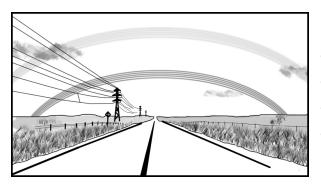




तिरछी रेखाएं – यह रेखाएं तस्वीर की दिशा से तिरछी चलती हैं. (चित्र देखें) ये तिरछी रेखाएं एक गहराई का आभास कराती हैं और चित्र चिपटा नहीं प्रतीत होता है. ऐसा लगता है जैसे चित्र में चलने/घूमने की जगह है.

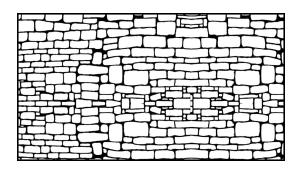
नोट - लेकिन यह सही नहीं है की हमेशा तिरछी रेखहैं ही गहराई या सेंस ऑफ़ डेप्थ का बोध कराती हैं. कभी कभी सीही और लम्बी रेखाएं भी यह अहसास करा सकती हैं. (चित्र देखें)



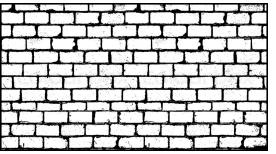


घ्मावदार रेखा - इस चित्र में हम देख सकते है कि इन्द्रधनुष ने एक सुन्दर घुमावदार रेखा और खेत कि सीधी रेखा चित्र को दो भागो में बाट रही है, और हम फ्रेम के अंदर फ्रेम भी देख सकते है

जिग-ज़ैग रेखा - फ्रेम में जिग-ज़ैग रेखा कि रचना एक प्रकार का अववास्था या असमानता दिखलाता है, आलग अलग दिशाओं से आणि वाली लाइन का उदहारण आप इस चित्र में देख सकते है







पैटर्न (स्वरुप) - पैटर्न (स्वरुप) भी चित्रों कि बनावट में महत्वपूर्ण करक होता है, काफी काफी एक पैटर्न (स्वरुप) मजबूत फोटोजेनिक भावना देता है, पर कभी कभी पैटर्न कि असमानता भी रोचक और नाटकीय भाव देता है.

6.4 जानने योग्य वीडियो शॉट्स

6.4.1 पांच मूल शॉट्स

१. स्थापना / माहौल शॉट (ELS)

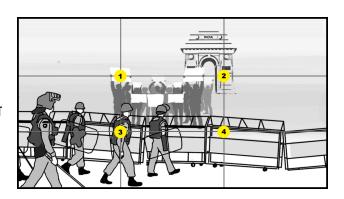
यह शॉट हमें उस स्थान की जानकारी देता है और अक्सर ये शॉट एक्सट्टीम लॉन्ग शॉट या ई.एल.एस लिया जाता है.

पॉइंट 1.प्रदर्शनकर्ता, इस कहानी में और भी कौन जरूरी है, यह बतलाती है

पॉइंट 2. ईमारत बताती है कँहा और क्यों

पॉइंट 3. पुलिस भी जरूरी है जो कहानी में कौन है बताती ह्र

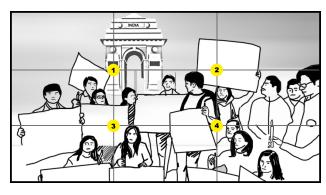
पॉइंट 4. इस प्रकार से स्टैब्लिशिंग शॉट हमें यह बताता है की ये कहानी एक ईमारत के पास विरोध की है जो राजधानी क्षेत्र में पड़ता है.



२. लॉन्ग शॉट/पूरा शॉट (LS)

लॉन्ग शॉट कहानी के पात्रों को दर्शाता है और उनके पूरे शरीर को भी विशिष्ट रूप से दिखता है

पॉइंट 1. जगह का बोध कराती है, की यह कँहा है पॉइंट 2. प्रदर्शनकर्ता भी इस कहानी का एक एक महत्वपूर्ण हिस्सा है जो बता है की यह किसे बारे में है पॉइंट 3. बैनर या पोस्टर यह बताता है की यह प्रदर्शन किसलिए हैं और प्रदर्शनकर्ता की क्या मांग हैं पॉइंट 4.प्रदर्शनकर्ता इस कहानी के एक महवपूर्ण भाग है जो बताते हैं की ये कहानी किसके बारे में है



इस प्रकार से एक लॉन्ग शॉट विरोध करने वाले मुख्या पात्रों से परिचय करता है और उनके मांगों को भी बताता है. यह पुलिस और प्रदर्शनकर्ता के बीच का रिस्ता भी दर्शाता है.

३. मध्यम शॉट/ आधा शॉट (MS)

माध्यम शॉट एक व्यक्ति विशेष पर केंद्रित होता है और उसे आधा शरीर दिखाता है

पॉइंट 1. बैनर पर लिखा स्लोगन बतलती है कि किस के लिए प्रदर्शन हो रहा है .

पॉइंट 2. जगह का बोध कराती है, की यह कँहा है पॉइंट 3 और 4. प्रदर्शनकर्ता इस कहानी के एक महवपूर्ण भाग है जो बताते हैं की ये कहानी किसके बारे में है



यह मध्यम शॉट एक विशेष प्रदर्शनकर्ता पर केंद्रित है जो

यह बताती है की वो क्यों इस विरोह का हिस्सा है. इसके अलावा यह फिर से दर्शाती है की ये किस जगह पर हो रहा है. मस्जिद और प्रदर्शनकर्ता के बीच की जमीं बतलाता है की वो क्या समझाना चाह रही है.

४. क्लोज अप शॉट/चेहरा शॉट/नजदीक शॉट (CU)

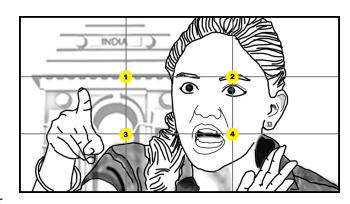
क्लोज शॉट एक व्यक्ति विशेष के भावनाओं को दर्शाता है. एक व्यक्ति के लिए शॉट, सर से उसके ऊपर के तीसरे बटन तक होगा

पॉइंट 1. जगह का बोध कराती है, की यह कँहा है पॉडंट 2. प्रदर्शनकर्ता, जो कैमरे से बात कर रहा है, बता रहा है की वो यंहा क्यों है जिससे ये पता चले की ये विरोध किस विषय से सम्बंधित है

पॉइंट 3. पॉइंट 1 देखें

पॉइंट 4. पॉइंट 2

क्लोज उप शॉट प्रदर्शनकर्ता की भावनाओं को दर्शाता है



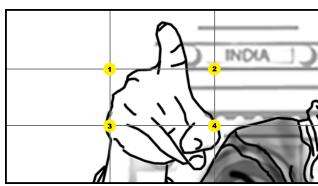
और यह जानकारी देता है की वो उस विरोध में क्यों शामिल है. हो सकता है की आप सभी चार पॉइंट का सही ढंग से उपयोग न कर सकें, भावनाओं को कैद करना प्राथमिक जिम्मदारी होनी चाहिए , न की चारों पॉइंट का बिलकुल सही उपयोग करना.

५. एक्सट्रीम क्लोज अप शॉट / अति नजदीक शॉट (ECU)

एक एक्सट्रीम क्लोज अप शॉट किसी विशेष कार्य या भाग को दर्शाता है या इसमें कोई व्यक्ति है तो उसका चेहरा केवल सर से ठ्ड्डी तक दीखता है.

पॉइंट 1. कुछ नहीं पॉइंट 2. जगह का बोध कराती है, की यह कँहा है पॉइंट 3 और 4 .हाथो कि प्रतिक्रिया दर्शा रहा है की किस प्रकार का प्रोटेस्ट था और हुआ

एक्सट्रीम क्लोज उप शॉट दिखण म साधारण सा है लेकिन बह्त ही महत्वपूर्ण है. यह वो साडी जानकारी

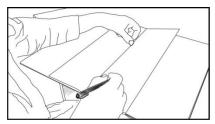


देता है जो अन्य शॉट में नहीं मिलता है या फिर खो जाता है. कोसिस करें की सबसे जरूरी जानकारी को इन चार में से किसी पॉइंट प रखें.

6.4.2 दो और जानने योग्य शॉट्स

पॉइंट ऑफ़ व्यू (सिर्फ इंसान के लिए)

इसे POV भी कहते हैं या फिर सब्जेक्टिव कैमरा, जो यह बताता है की पात्र (या सब्जेक्ट) क्या देख रहा है



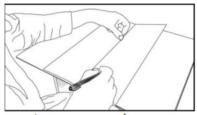




OTS: कंधे के ऊपर से लिया गया शॉट

यह शॉट किसी व्यक्ति या वस्तु का किसी दूसरे व्यक्ति के कंधे के ऊपर से बने कोण से लिया जाता है

6.4.3 एक एक्शन में पांच शॉट्स का उदहारण



पात्र के हाथ का क्लोज उप यह दर्शाता है की क्या हो रहा है.



पात्र का मिड शॉट यह दर्शाता है की कौन कर रहा है. यह दर्शाता है की यह कँहा हो रहा है.



एस्टाब्लिसंग शॉट



OTS पहले के सरे शॉट्स की एक साथ बंद देता है.



एक अगल सा साइड/लो शॉट जो कहानी का प्रसंग बताता है.

6.5 शॉट की सूचि बनाना

शूट के पहले, हर एक लोकेशन पर एक शॉट की सूचि बनानी चाहिए शॉट की सूचि का एक उदाहरण:

- लोकेशन क्या है
- मेरा मुख्य पात्र कौन है
- किस तरह के सीक्वेन्स हो सकते हैं?
- कौन सा शॉट लोकेशन को स्थापित करेगा
 - ० स्टैब्लिशिंग
 - ० लॉन्ग
 - ० मध्यम
 - ० क्लोज उप
 - ० ब्यौरा
- कौन से शॉट्स पात्र को स्थापित करेंगे
 - एस्टाब्लिशिंग शॉट

- कंधे के ऊपर से शॉट
- हाथ का क्लोज उप
- चेहरे का क्लोज उप
- ० एक्सट्रीम क्लोज उप
- ० रोचक तिरछे शॉट्स
- ० गतिविधि/कार्य के शॉट

6.6 प्रकाश/ लाइटिंग

ऐसे जगह पर शूट करनी चाहिए जंहा सबसे अधिक प्राकृतिक प्रकाश उपलब्ध हो. शूट कारण का सबसे उपयुक्त वक़्त सूर्योदय और सूर्यास्त होता है क्योंकि प्रकाश सर के ऊपर नहीं होता है. रंग भी सुंदर और प्राकृतिक आते हैं, न ही गंभीर परछाई, या फिर वस्तु कभी ज्यादा प्रकाशित और कभी कम प्रकाशित नज़र आते हैं.

आपका कैमरा कम रौशनी में ठीक से नहीं कम करता है. जितना संभव हो, बाहर खुले में शूट करनी चाहिए. अगर रात में शूट करना जरूरी है तो एक बैटरी से चलने वाली लाइट का उपयोग करें. यह उचित है की ऐसे शूट से पहले इस प्रकाश में एक छोटा सा टेस्ट शूट कर ले और फिर उसके बाद ही पूरे रात/ कम प्रकाश में शूट को अंजाम दे.

कभी भी खिड़की के पास से पात्र को फ्रेम करते वक़्त यह ध्यान रखें की कंही इनके पीछे से आने वाली रौशनी आपके पात्र तो गहरा/ काला न कर दे. कभी भी साक्षात्कार के समय अपने पात्र के पीछे प्रकाश का श्रोत न रखें . प्रकाश का श्रोत, जो व्यक्ति कैमरा उपयोग कर रहा है उसके पीछे होना चाहिए अन्यथा अगर आप व्यक्ति का परिचय गुप्त रखना चाहते हैं.





6.7 शूट के बाद नोट इकट्ठा करना

शूट ख़त्म होने के बाद उस क्षेत्र और शूट से सम्बंधित नोट लिखना एक अच्छी आदत है. एक खाली पन्ना ले और सबसे ऊपर ' शार्ट नोट्स' लिखें. बर्तालाप के दौरान हुए सबसे अच्छे चित्र और संवाद को लिखे. बाद में यह संपादक को भेजते समय काफी उपयोगी साबित होगा.

6.8 शूट से सम्बंधित कुछ सामान्य जानकारी

अच्छी आदतें

- एक वीडियो पत्रकार के तौर पर , यह जरूरी है की आप अधिक वक़्त सोचने पर दे, न की शूटिंग पर. जिससे हर एक शॉट उपयुक्त और मतलब का हो.
- अनुशासन के साथ काम करने से काम आसान और बेहतर होता है
- कैमरा आपके शरीर का एक हिस्सा होना चाहिए और प्राकृतिक तौर से आपकी आँखों का अनुकरण करें
- किसी भी जगह पर जा कर अचानक से शूट करना न शुरू करें . कैमरा हमेशा अपने बैग में रखें . अपने जगह को समझे , अपने पात्रों को जाने. उनको इस सब के बीच क आराम का अन्भव होने दे.
- एक आकलन कर ले की शूटिंग के दौरान क्या क्या होने वाला है. और उसे 7-8 भागों में बाँट ले. इनकी एक सूचि बना ले. कैमरा आपकी आँखों का अनुकरण करनी चाहिए.
- हर एक सीन को स्टिल शॉट्स की श्रृंखला में ले और हर एक सीन को सीक्वेंस में बांटे. जैसे- आप एक महिला को कहना बनाते हुए फिल्म कर रहे हैं. आप इसे इस तरह से शूट करें की यह उपयुक्त और मतलब का हो. इसलिए अपने स कुछ सवाल से पूछें (वह क्या बना रही है? केस बना रही है? इत्यादि) सीन को 5 भागों में बाटें और अपने सवालों के जवाब दे. (खाना बनाती महिला का माहोल/स्थापना शॉट , बनते खाने का एक्सट्रीम क्लोज अप शॉट , पात्र के चेहरे का क्लोज अप , महिला के बगल से मध्यम शॉट , महिला के कंधे के पीछे से ओवर द शोल्डर शॉट)
- सीक्वेंस की एक सूचि बनाना जो की वीडियों में सटीक लगे . इसे अपने वी वी मेंटर को दिखाएँ. इस मेंटर को यह जानकारी होगी की आप क्या और कैसे शूट करना चाह रहे हैं और वो आपको इससे सम्बंधित और सुझाव दे सकें

- कहानी में जितनी अधिक बी रोल होगा , वो उतनी ही आकर्षक होगी. 2 मिनट के वीडियो में 30 सेकंड्स का साक्षत्कार काफी उबाऊ हो सकता है. लोग उस स्थिति या जगह के चित्र देखना अधिक पसंद करेंगे . यह एक बेहतर ऑडियो - विसुअल अनुभव देगी और दर्शक भी इसे भतार हैंग से समझ पाएंगे.
- किसी भी दस्तावेज जैसे FIR, RTI आवेदन, प्रमाण पत्र इत्यादि के स्टिल चित्र लेना लाभकारी है. यह ध्यान रखें की हो सकता है की आपका कैमरा बह्त नज़दीक से लिए शॉट्स के दौरान ठीक से न काम करे. वो धुंधला हो सकता है. ऐसी स्थिति में कमरे को ऐसे जगह पर रखे जंहा से पेपर या वस्तु साफ़ साफ़ दिखे.
- अपने पुरे फुटेज में 50% क्लोज अप , 25% माध्यम शॉट्स , 25% पूरा शॉट्स/माहोल शॉट्स होना चाहिए; मतलब आधे शॉट्स क्लोज अप या एक्सट्रीम क्लोज अप, ¼ मध्यम शॉट और ¼ एक्सट्रीम क्लोज अप और पूरा शॉट होने चाहिए.
- एक अच्छी कहानी में 80:20 का अनुपात होना चाहिए. 80% विस्अल और 20 % वार्तालाप . बातचीत या तो साक्षत्कार हो या फिर पीटीसी. मतलब कहानी का 80% दृश्य और 20 % बातचीत/ पीटीसी.
- छोटी कहानिया सोचें य सबसे बेहतर होती हैं. हर कोई उस महिला को याद रखता है जिसने अपना घर खोया है. कोई भी अर्थ व्यवस्था को नहीं याद रखता है. बह्त बा सोचने से बचें
- शूट कहानी के हिसाब से होनी चाहिए. स्क्रिप्ट को ध्यान से दखें और उसके अनुसार शूट करें . जो कुछ भी वौइस् ओवर या पीटीसी में है, विस्अल्स उसी के हिसाब से डालें.

तकनिकी जानकारियां

- हर शॉट को कम से कम 10-15 सेकंड्स के लिए स्थिर रखें
- कोई ज़ूम नहीं हो, और ना ही टिल्ट (ऊपर/नीचे)
- हर शॉट को काम से काम 10-15 सेकंड्स के लिय स्थिर रखें
- मोटिवटेड पैन- अगर आपको कैमरा मूव करना है तो इन बातों का ध्यान रखें
 - विश्वित कर ले की आप मुविंग कैमरा के साथ साथ उसे स्थैतिक कैमरा से भी शूट करें
 - o कैमरा की लय वस्त् या व्यक्ति के हिसाब से हो . कैमरा को आमी की गतिवधि क्या साइकिल के चलने के साथ मूव करें . कैमरा क हिलने या रोकने का ऐसे में काम पता चलता है.
 - o कैमरा की एक साफ़ श्रुआत और अंत हो. फ्रेम को कम से कम १० सेकंड्स के लिए स्थिर रखें और फिर कैमरा मूव करें. यही प्रक्रिया हमेशा दोहराएं.
 - सब्जेक्ट को फ्रेम से निकलने दे. अगर आप साइकिल चलना शूट कर रहे हैं, आप कैमरे क साथ मूव करें और इक सही जगह और वक़्त पर साइकिल तो फ्रेम से निकलने दे. स्ब्जक्ट क फ्रेम से निकलने के 10 सेकंड्स बाद तक कैमरा स्थिर रखें.

- o जब भी संभव हो , सब्जेक्ट को फ्रेम में प्रवेश करने दे. अगर आप एक पानी हार्न जाती हुई महिला का अनुकरण कर रह हैं तो आप अपने फ्रेम को स्थापित करें और महिला को फ्रेम में आने दे.
- एक ही स्थिति और लोकेशन के बावजूद विस्अल्स को विभिन्न कोणों से शूट करें.
- ऐसे जगह पर शूट करनी चाहिए जन्हा सबसे अधि प्राकृतिक प्रकाश उपलब्ध हो. शूट कारण का सबसे उपयुक्त वक़्त सूर्योदय और सूर्यास्त होता है क्योंकि प्रकाश सर के ऊपर नहीं होता है. रंग भी सुंदर और प्राकृतिक आते हैं, न ही गंभीर परछाई , या फिर वास्तु ओवर एक्सपोज्ड / अंडर एक्सपोज्ड आते हैं.
- कभी भी खिड़की के पास के सुब्जक्ट को फ्रेम करते वक़्त यह ध्यान रखें की कंही इनके पीछे से आने वाली रौशनी आपके सुब्जक्ट तो गहरा/ काला न कर दे. कभी भी साक्षात्कार के समय अपने पात्र के पीछे प्रकाश का श्रोत न रखें . प्रकाश का श्रोत, जो व्यक्ति कैमरा उपयोग कर रहा है उसके पीछे होना चाहिए. अन्यथा अगर आप व्यक्ति का परिचय गुप्त रखना चाहते हैं.
- आपका कैमरा कम रौशनी में ठीक से नहीं कम करता है. जितना संभव हो, बाहर खुले में शूट करनी चाहिए. रात में शूट कारण से बचें.
- अगर शूट के दौरान पत्र के अभिनय से सम्बंधित आपके दिमाग में कोई सवाल है तो उसे अवश्य पूछें. यह एक अच्छा वातावरण उत्पन्न करेगा.
- फ्रेमिंग के साथ साथ वक़्त भी उतना ही महत्वपूर्ण है. ये निशित कर लें की आपने पूरा एक्शन/दृश्य अपने कैमरे में रकॉर्ड किया है. एक शॉट से पूरी एक्शन बयां हो सकती है. किसी भी एक्शन को दिखाने से पहले आप उसके पहले और बाद भी रखें, यह कहानी समझने में मदद करती है. ऐसा करने के लिए 10-15 सेकंड्स पहले और 10-15 सेकण्ड्स बाद तक शूट करें. एक्शन जितना भी छोटा क्यों न हो, शॉट्स कम से कम 30 सेकण्ड्स के होने चाहिए.
- प्राकृतिक आवाज़ का बी रोल पर होना बह्त जरूरी है. कृपया बी रोल फिल्म करते समय कोई बातचीत या सवाल न पूछे.

1. साक्षत्कार करना

हम जानेंगे:

मुख्य किरदार स्वीकृति लेना साक्षात्कार की तैयारी साक्षात्कार करना अच्छा ऑडियो लेना

साक्षत्कार करने की पीछे का मकसद है की हम उन आवाज़ों को बहार ल सकें और यह बता सके की क्या कठिनाई है, उसका क्या असर है, और इसे कैसे दूर किया जा सकता है. साक्षत्कार किसका हो, और यह आवाज़ें कौन सी होनी चाहिए, इसका निष्कर्ष शोध के दौरान होगा.

7.1 मैंन करैक्टर - मुख्य किरदार

एक अच्छे साक्षत्कार के लिए क रोचक विषय का होना अनिवार्य है. कहानी में मजबूत व्यक्तित्व का होना भी जरूरी है. आप किस तरह से दर्शक और विषय के बीच में एक सम्बन्ध स्थापित करते हैं. यह पात्र पर ध्यान रखकर किया जा सकता है

- एक ऐसे व्यक्ति का चुनाव जिसकी कहानी मजबूत और रोचक हो
- एक ऐसे व्यक्ति का चुनाव जो अपनी बात साफ़ साफ़ और स्पष्ट तौर से कह सके.

7.2 स्वीकृति लेना

एक सामुदायिक संवाददाता (सी. सी) होने के नाते सामुदायिक मीडिया के कुछ मूलभूत नीतियों को समझने का दावित्य आप पर है- अपने वीडियो में आने वाले हर एक व्यक्ति से स्वीकृति ले और इससे हों वाले हर संभव परिणाम से भी अवगत कराएं. अगर कोई आपके विडियो फ्रेम में साफ़ साफ़ दिख रहे है तो आप उनसे उनकी मर्ज़ी जान लें. अगर कभी असमंजस की स्थिति हो, तो स्वीकृति जरूर ले.

- 1. शूट शुरू करने से पहले स्वीकृति ले
- 2. हमेशा इससे होने वाली संभव परिणामो की जानकारी दे. 'कुछ नहीं होगा' , ऐसा कभी नहीं कहें
- 3. संभव परिणामो की जानकारी दे. उन्हें यह बताएं की वीडियो गाओं और देश विदेश के लोगों द्वारा भी देखा जा सकता है
- 4. किस प्रकार की सहायता उपलब्ध है, ये भी बताएं . अपना फ़ोन नंबर दे और क्सिस भी परिस्थिति में फ़ोन करने के लिये बोलें. वीडियो वॉलंटियर्स (वी. वी) आपकी हर संभव मदद करेंगे लेकिन वो सुरक्षा की पर जिम्मेदारी नहीं लेंगे.
- 5. स्वीकृति लेने का सबसे अच्छा उपाय है उनको प्रेरित कर. उन्हें यह बता कर की वीडियो में भाग ले कर वो बदलाव का हिस्सा बन सकते हैं. उन्हें यह बताएं की साक्षत्कार किस तरह से प्रयोग में लगा जायेगा और इससे किस प्रकार के बदलाव संभव हैं. उन्हें और आईयू वीडियो उदाहरण के तौर पर दिखाएँ.
- 6. निर्माता उस विषय से अपना संबंध बताएं. अगर आप उस विषय पर खुलकर बात करते हैं तो हो सकता है की अन्य लोग भी आपकी बात स्न कर प्रेरित हो और खुद भी खुल कर बात करें.
- 7. अगर कोई अचानक से वीडियों के सामने आने से मना कर देता है तोह ऐसी परीस्थिति में गाँव में कोई समरूप कहानी ढूंढे ताकि आपको खाली हाथ न आना पड़े.
- 8. अगर कोई कैमरा पर आने से मना करता है तो एक रचनतमक दांग से कहानी कहें. उदाहरण के तौर पर अगर आपका संवाद है - मेरा एक दोस्त है जिसका बलात्कार हुआ था. मैं उसका परिचय नहीं दे सकता क्योंकि वो थोड़ी सी डरी हुई है और याद बिल्किल समझने योग्य बात है. भले ही वो स वीडियो में नहीं होगी, फिर भी मै उसकी कहानी बताऊंगा ताकि हम लोग इसके बार म जाने और सही कदम उठा सके. या फिर अगर कोई सरकारी कर्मचारी हमसे नहीं बात करना छह रहा है इसका मतलब है वो कुछ छुपा रहा है.
- 9. अगर कोई संवेदनशील मामला है जैसी की बलात्कार या फिर बेश्यावृति, किसी के घर जान स पहले अपना कैमरा और माइक हमेशा बैग में रखें. सावधानी बरतें.
- 10. साक्षत्कार तभी शुरू करें जब और जंहा व्यक्ति सहज महसूस करे
- 11. उन्हें चेहरा दिखाने का विकल्प दे . वंहा अँधेरा भी हो सकता है जिससे उनका चेहरा न दिखे. कुछ सेकण्ड्स के वीडियों ले और उनको दिखा कर पूरी तसल्ली करा दे. यह बह्त जरूरी है की उनको आप पर पूरा भरोसा हो. अगर उनमे में घबराहट है तोह अच्छा साक्षत्कार मुश्किल है.
- 12. निजी या दर्दनाक कहानी करते समय फाइनल विडियो व्यक्ति को ज़रुरु दिखाए शूट लोकेशन से जाने से पहले.

स्त्री और बच्चों के प्रति हिंसा और उनकी स्वीकृति से सम्बंधित जानकारी के लिए वीडियो वॉलंटियर्स (वी. वी) का जेंडर मैन्य्अल - खेल बदल - देखें

7.3 किस तरह से साक्षत्कार की योजना तैयार करें

शोध के दौरान साक्षत्कार में पूछ जान वाली हर एक प्रश्न की सूचि बना ले .

निश्चित कर ले की हर एक सवाल विषय से सम्बंधित है.

यह बह्त जरूरी है की आपका पात्र इंटरव्यू के पहले कोई असमंजस की स्तिथि में न हो; इसलिए उनको पहले से बता दें की इंटरव्यू करने का मकसद क्या है और उसमें किस तरह के सवाल होंगे.

ऐसे सवाल पूछने से बचे जिसका जबाब सिर्फ हाँ या न में हो. जैसे की- क्या आपके बच्चे स्कूल जाते हैं- इसका जबाब हाँ या ना में होगा. आपके बच्चे पढाई की तरह करते हैं ? इसका जवाब हमें उनकी पढाई की स्थिति के बारे में अधिक जानकारी दे सकता है . यह एक ओपन-एंडेड (खुला प्रश्न) सवाल का उदाहरण है जो अक्सर कैसे, क्यों, इसके बारे में बताईये से शुरू होता है.

दुसरा उदाहरण - सिवाय यह पूछने की - क्या आपको इस इलाके में रहना पसंद है , हमें यह पूछना चाहिए की - इस इलाके में रहना किस प्रकार का है?

हमारे कुछ कोशिशें समाधान/ असर पर केंद्रित हैं , इसलिए साक्षत्कार में भी यह बाहर निकल कर आना चाहिए की समस्याओं के क्या संधान होने चाहिए, कैसा बदलाव आये, कौन कौन सी कठिनाइयां हैं, इत्यादि. यंहा पर सामुदायिक संवाददाता (सी. सी) का कम एक प्रेरक का होना चाहिए ताकि लोग मिल जुलकर और उम्मीद के साथ सम्दाय में एक बदलाव ला सकें.

कुछ सवाल

- इस समस्या को दूर करने के लिए क्या किया जा सकता है?
- क्या समुदाय एक साथ मिल कर समस्या का निदान कर सकती है?

- आपने बदलाव लाने के लिय कितनी कोशिश की है? या आप कठिनाइयों से किस प्रकार से हल करेंगे.
- बदलाव आपकी जिंदगी में क्या परिवर्तन लाएगा. ? या परिवर्तन आपकी ज़िन्दगी में क्यों जरूरी **\$**?

7.4 साक्षत्कार को शूट करने की विधिवत प्रक्रिया



निश्चित कर ले की उम्मीदवार आराम से बैठा हो. कैमरा रोल करने से पहले उसे सहज कर लें. संवदेनशील कहानियों में यह बह्त जरूरी है.

शॉट को एक सही हेड रूम के साथ, अच्छी बैकग्राउंड, और पर्याप्त लाइट क साथ फ्रेम में कर लें. उचित फ्रेम निश्चय करने से पहले कमरे में और कई फ्रेम भी आजमा ले.

एक शांत जगह का चुनाव करें जंहा पर कोई भी पार्श्व आवाज़ न हो, जैस की मशीन इत्यादि की. एक शांत जगह का चुनाव करें जंहा पर कोई भी पार्श्व आवाज़ न हो, जैस की मशीन इत्यादि की . रिकॉर्डिंग शुरू करने से पहले यह भी निश्वित कर ले की कोई भी मशीन या पंखा का स्विच बंद है और अचानक से साक्षत्कार के बीच में कोई बढ़ा नहीं पह्चायेगा.

अगर साक्षत्कार के दौरान समुदाय के अन्य सदस्य भी उपस्थित हैं तो उन्हें कृपया शांति बनाये रखने के लिए बोलें. इस जरूरी है की व्यक्ति साक्षत्कार में खुद से बोले और न की समुदाय के सदस्य के इशारे पर.

अगर संभव हो तो साक्षत्कार आदमी के काम करते करते लें, इस तरह से एक स्वाभाविक जवाब मिलेगा और न की औपचारिक और अभ्यास किया हुआ जवाब.

अगर आप किसी सरकारी अधिकारी से प्रश्न पूछ रहे हो तो सुनिश्चित करें की उनके जवाब वो तथ्य आधारित हो; वन्ही पात्र जब जवाब दे रहे हों तब यह कोशिश करें की वो अपने भावनाओं को व्यक्त कर रहे हों. एक अच्छे विडियो में पात्र/मुद्दे कहानी का विवरण रहता है तो कोशिश करें वो सारे महत्वपूर्ण जानकारी दे रहे हों.

इंटरव्यू लेते वक़्त यह भी ध्यान रखें पात्र जवाब देते वक़्त कंही मुद्दे से भटक न जाए; ऐसा होने पर आप अपना ध्यान मुद्दे के ऊपर से न हटायें और उनके जवाब को मुद्दे पर वापिस लाने के लिए फिर से सवाल करें.

जवाब को हमेशा ध्यान से सुने . जब उम्मीदवार बोल रहा है तोह यह मत सोचे की अगला सवाल क्या पूछना है, या फिर आपने सूचि के सारे सवाल पूछ हैं या नहीं. हालाँकि ये जरूरी है की आप सारे सवाल पूछें पर ये भी महत्वपूर्ण है आप सारे जवाबों को अच्छी तरह से सुने. उनके जवाब आपको वंही पर कुछ नए सवाल पूछने को बाधित करेंगे जो आपकी सूचि में नहीं है. ये सवाल एक अच्छे साक्षत्कार के लिए काफी निर्णायक साबित हो सकते हैं.

7.5 साक्षत्कार में अच्छी आवाज कैसे आये



अपना कैमरा शुरू करे और 10 सेकंड्स तक अपनी आवाज़ रिकॉर्ड करें. उसके बाद उसे सुन कर यह सुनिश्चित कर ले की आवाज़ ठीक है या नहीं.

कोई भी आवाज़ रकार्ड करते समय जैसे की साक्षत्कार, गीत, P2C, या VO, एक शांत जगह प्रयोग में लायें.

रिकॉर्डिंग करते समय अपने सब्जेक्ट को सही आवाज पकड़ने

के लिए कैमरे से ६ फीट की अधिक दूरी पैर न रखें.

कैमरा रोल होते समय खुद से या फिर और किसी सदस्य बातचीत ना करें. इस बात का खास ध्यान रखें जब बी रोल शूट कर रहे हों जैसे प्रकिर्तिक आवाजें, एक ब्यस्त सड़क, या झरना , जो की शूट के लिए काफी आवश्यक है.

खाली कमरे के अन्दर शूट न करें क्यों इससे इको (प्रतिध्वनि) पैदा होती है.

आप रूम की बहार आँगन, वरन्दाह , बालकनी में शूट कर सकते हैं. लेकिन इसके पहले सरे पंखे, AC, मोटर, या आवाज़ करने वाली कोई भी मशीन बंद कर ले. और किसी द्रबेलिघ्ट या बल्ब क नजदीक न बैठे क्योंकि यी भी स्थैतिक अवाज उत्पन्न करती है.

साक्षत्कार के बिच में 'हाँ ' या 'हम्म' की आवाज़ न करें. उम्मीदवार से आँख मिलाकर रखें जिससे पता चले की आप उन्हें अच्छी तरह से सून रहे हैं.

अपने उम्मीदवार को उची आवाज़ में बोलने की लिय कहें जब आप VO या P2C रिकॉर्ड कर रहे हों.

सवाल- कभी कभी व्यक्ति कैमरा के सामने आने से घबराते हैं. उन्हें कैमरा पे लेन क लिए क्या करना चाहिए?

जवाब –

- अक्सर ये डर के कारण होता है. उन्हें बताएं की आप उनका परिचय गुप्त रखते हे भी फिल्म कर सकते हैं.
- ऐसा आप अपने सब्जेक्ट को प्रकाश की विपरीत दिशा में रखकर कर सकते हैं. जैसे की खिड़की . (उपर के चित्र देखें) ऐसे प्रकाश में एक छोटा सा शूट करें और उसे उम्मीदवार को दिखा कर उन्हें निश्चिन्त कर लें.
- आप अपने सुब्ज्क्ट को पीछे से भी शूट कर सकते हैं. ऐसा करते वक़्त थोडा रचनात्मक हो और यह निश्चित कर ले की उनके सामने क्या होगा. आप उनके सामने भी बैठ सकते हैं, इससे आपका चेहरा दिखेगा, जबिक आपके सब्जेक्ट का पीछे का हिस्सा नज़र आएगा. इसके लिए आपको त्रिपोद की जरूरत पड़ेगी या फिर कोई और व्यक्ति शूट करगा.

- अगर इनमें से कोई भी विधि उम्मीदवार को संतोषजनक नहीं प्रतीत होती है, और वो बाद आपको अपनी कहानी बताना चाहते हैं, तोह आप उनसे पूछ ले ली क्या आप उनके स्टोर के नोट्स ल सकते हैं और बाद में उसे आपनी आवाज़ में बता सकते हैं?
- कोशिस करें की अगर आप मुख्या व्यक्ति के परिवार में से अन्य किसी सदस्य का साक्षत्कार कर सकें.

8. संरचना, कथानक,फोलडर

शूटिंग समाप्त करने के बाद ,आपके पास ढेर सारा फूटेज (फिल्म का हिस्सा) बाक़ी रहेगा। उस फूटेज को व्यवस्थित कर उसकी संरचना करें।

अपनी कहानी को व्यवस्थित करने के लिए इन बिन्दुओं का अनुसरण करें:-

- 1) अपनी 'शूट नोट्स' का अध्ययन करें जो आपको आपकी "फिल्म-शॉट्स " की जानकारी देगा।
- 2) अपने आप से ये प्रश्न पूछें---
 - मेरे द्वारा खींचे गए दृश्यों में से श्रेष्ट चित्र कौन-कौन से हैं?
 - मेरे पास फिल्म में से ध्विन के श्रेष्ट अंश (भाषण/वार्तालाप आदि)कौन से हैं?
 - मेरी विडिओ फिल्म का पहला शॉट कौन सा होगा?
- 3) अपनी कहानी के घटना-क्रम को विस्तार से लिख लें।
- 4) लिए गए साक्षात्कारों(इंटरच्यू) को विदेशी भाषा या बोलियों में अभिलेखन कर लें।
- 5) संपादन लेख (एडिट नोट) तैयार करें|
- 6) फूटेज (फिल्म का हिस्सा) का फोल्डर बनाएं।

8.1 कहानी के घटनाक्रम का विवरण

उनको कहानी के घटनाक्रम के विवरण में फिल्म का हर सीन-दर-सीन लिखा जाता है, जिनका साक्षात्कार आदि में भली भाँती विवरण नहीं हो किया जा सकता हैं। ये विवरण लिखने के पश्चात आप,ये निर्णय ले सकते हैं कि आपको इस फिल्म को फिल्माना हैं या नहीं। यानी परदे पर डालना चाहते या परदे के पीछे ही रखना चाहते हैं। (ओन केमेरा -ऑफ केमेरा)

जिनको आप केमेरे पर उतारना चाहते हैं उसको पी 2सी (P2C), कहा जाता है, और जिसको केमेरे पर नहीं लाना चाहते उसे वी ओ (VO) कहा जाता है|

8.1.1 विषय वीडीओ पीटूसी (P2C)



कहानी के कथावाचक के तौर पर केमेरे पर दिखाई देने वाला आपके के लिए भूमिका जैसा है। आपने अपने विडिओ वृतांत (VO) में और साक्षात्कार (bite-- भाषण के अंश) में जो भी लिखा है ,वो विषय-वस्त् यहां पर दोहराई नहीं जानी चाहिए। अतः, मुख्य शूटिंग और साक्षात्कारों को रिकार्ड करने के पश्चात ही आप अगर अपनी पीटूसी (P2C) लिखते हैं तो बेहतर रहेगा। तब आप अपनी कहानी के बहाव पर नज़र रख सकते हैं। पीटूसी (P2Cs) और कहानी के घटनाक्रम की व्याख्या की मदद से आप अपनी कहानी को बढ़िया बना सकते हैं।

पीटूसी (P2Cs) का विभाजन दो भागों में किया जाता है— ओपनिंग पीटूसी (P2Cs) और क्लोजिंग पीटूसी (PTCs)|

ओपनिंग पीट्सी (P2C)	क्लोजिंग पीटूसी (P2C)
इसके भाग निम्नलिखित हैं	इसके दो मुख्य भाग हैं
विषय-वस्तु का परिचय : कहानी के मूल तत्व - कहानी में कौन, क्या,कहाँ और कब की भूमिका सी सी (CC) का निजी कथन-: विषय-वस्तु के बारे में आपका निजी दृष्टी कोण और आपको क्यों सोचते हैं कि दुनिया आपका ये वीडीओ देखें	कार्यवाही के लिए बुलावा(CTA) समुदाय या समाज की ओर से संक्षिप्त मांग है ये ऐसी तबदीली को दर्शाता है जो समाज और सी सी करना और देखना चाहती हैं इस वीडीओ में उन जिम्मेदार अफसरों और प्राधिकरण के लोगों के नंबर होते हैं जिनका तालुख,वीडीओ में दिखलाये मुद्दे से सीधे जुड़े होते हैं; या इसमें बदलाव लाने के लिए "साइन दी पेटिशन' को भी सम्मिलित कर सकते हैं कोई भी समस्या हो उस पर समाज के बाधित लोगों और जिम्मेदार

साइन इन (इंगित करें) Sign In: "मेरा नाम ..रोहिणी है.... और ये मेरा समुदाय /गाँव/ मित्र/ पडोसी ...है।"

उदाहरण:

"भारत के अनेक गाँवों में क्यूंकि आज भी महिला मज़दूरों को पुरुषों की तुलना में उनके जितना काम और उतने ही घंटे काम करने पर भी अपने पुरुष सहकर्मियों से भी आधी से भी कम मज़द्री मिलती है । और ये असमानता अब एक परंपरा में बदल चुकी है,पर मेरा मानना है कि समय आ चुका है कि हम इस असमानता पर प्रश्न उठायें। मेरा नाम रोहिणी है, और ये मेरा समाज है।

अफसरों से बदलाव की इच्छा जताने पर ,चर्चा करने के उपरान्त ही कार्यवाही के लिए बुलावे को अंतिम रूप दिया जाता है। वीडीओ में अफसरों के फोन नंबर जांच करने के बाद ही पी 2सी (P2C) में दिखाने चाहिए | समाप्त करना (Sign off:) -- ये वीडीओ का अंतिम अंश है जहाँ CC, इंडिया अनहर्ड, संवाददाता के बतौर अपनी बात को -- अपना नाम,जगह का नाम (गांव/ब्लॉक/ जिला /राज्य) बताकर ख़त्म करता है।

" मैं...(सी सी का नाम)से (गाँव/ब्लाक/जिल्ला/राज्य का नाम) इंडिया अनहर्ड के लिए"

उदाहरण :

इस समाज का सदस्य होने के कारण,'लिंग पर पक्षपात की समस्या पर महिलाओंको बह्त यातना सहनी पड़ती है | मैं चुपचाप एक मूक दर्शक बनकर नहीं बैठ सकती। मैं आप सब से आग्रह करती हूँ की इस अन्याय का अंत करें और आगे बढकर बागानों के मालिकों के विरुद्ध इस याचिका पर उस महिलाओं के समर्थन में हस्ताक्षर करें,जो इन बागानों में काम करतीं हैं। इस मुहीम में मेरी मदद करें कि इन महिलाओं को भी समानांतर मेहनताना मिले।

'मैं रोहिणी ,वल्हे गाँव,महाराष्ट्र से, इंडिया अनहर्ड के लिए|"

8.1.2 P2Cs लिखने और रिकॉर्ड करने के लिए कुछ संकेतः

P2C लेखन

- o आपके वाक्य छोटे संक्षित और साफ़ लिखे हों |
- आपके लेखन ऐसा हो,कि ऐसा महसूस हो जैसे उस समस्या से भावपूर्ण रूप से जुड़ा हुआ है। जो उस समस्या, उसके हाव-भाव और समाज को दर्शाता हो |
- कार्यवाही के लिए बुलावा ऐसा हो कि दर्शक कुछ कार्यवाही करने के लिए प्रेरित हो जाएँ |
 - P2C का आरम्भ और समापन करते समय, वर्तमान काल का उपयोग करें
- अपने सलाहकार से तभी मदद मांगें जब आपको बह्त ज़रूरी ही,वरना ,लेखन का काम खुद ही करें∣

रेकॉर्डिंग पिट्रसी

- 1. केमेरा के सामने आने से पहले अपने स्क्रिप्ट (आलेख) को कई बार पढ़ें. ये बह्त ज़रूरी है कि आप अपने पूरे आलेख को अच्छी तरह याद रखें।
- 2. अपने वीडीओ के कथानक को ध्यान में रखते हुए अपनी बात को उसी उत्तेजना और भावात्मक ढंग से पेश करें।.
- 3. केमेरे के सामने निधड़क और स्पष्ट रूप से अपनी बात कहें। आपकी बात प्रेरक और आवाज़ में प्रेरणा होनी चाहिए जिससे बदलाव आ सके।
- 4. P2C की रिकॉर्डिंग के लिए वहां समूह में से ही किसी व्यक्ति को मदद करने के लिए कहें। उनको केमेरा फ्रेम करना भी सिखाएं।
- 5. इस बात का ध्यान रखें कि फ्रेम करते समय'रूल ऑफ थर्ड ' का पालन ज़रूर हो | 'लुक स्पेस' दायें तरफ हो क्यूंकि वी वी का प्रतीक चिन्ह भी दाई तरफ के ऊपरी कोने में है।
- 6. अपने P2C का एक नमूना (क्लिप) हमेशा रिकॉर्ड करें और फिर उस (क्लिप) को एक बार चला कर देखें। अनिवार्य रूप से जांच लें की फ्रेमिंग सही की गयी है और आवाज़ सही और स्पष्ट आ रही है ।.
- 7. P2Cs के क्लिप को रेकॉर्ड और पुनः रेकॉर्ड तब तक करके देखें , जब तक ,आप अपने P2C के काम पर पूर्ण रूपेण विश्वास और संतुष्टि ना हों।.।

8.1.3 पाशर्व स्वर Voice Over (VO):

आपके वीडीओ में और अधिक जानकारी और गहनता प्रदान करने के लिए पाशर्व स्वर बहुत कारगर है,जो केमेरे पर दिखता नहीं है। पाशर्व स्वर को दृश्यों के क्रमान्सार (Brolls (sequenced)) पीछे से सुना जा सकता है, जो दृश्यों के अनुसार सूचना देता है |

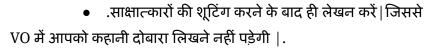
पाशर्व स्वर (VO) की खूबियां क्या हैं?

एक अच्छे पाशर्व स्वर (VO) की खूबियां निम्न हैं----:

- आपके द्वारा समस्या पर किये गए अनुसंधान के तहत समस्या के विवरण में आंकड़े और तथ्य होने चाहिए। और सरकार की अगर कोई योजनाएं हों तो उनकी पात्रता का ज़िक्र होना चाहिए।
- अदृश्य सूचना और महत्वपूर्ण कड़ियाँ। ऐसा अक्सर होता है की साक्षात्कार करने वाले,प्रमुख तारीखों,व्यवहार और घटनाओं को बताना भूल जाते हैं। उनको आप लिख सकते हैं। आपके वीडीओ की दो कड़ियों को जोड़ना हो,तो पार्शव स्वर (VO) की मदद ले सकते हैं जिससे पारगमन आसानी से हो सके|
- कभी ऐसा भी होता है की साक्षातकार करने वाले ने घटना की बह्त लम्बी जानकारी दी है जिसको 20-30 सेकण्ड में भी दोहराया जा सकता है। ऐसे मौकों पर,आप उस घटना का सारांश, पाशर्व स्वर (VO) में बता सकते हैं।
- िकसी भी समस्या का मूल कारण और आपका विश्लेषण और अभिप्राय आप पाशर्व स्वर (VO) के हवाले से दे सकते हैं। ऊपर उल्लेख किया गया "डीपडाइव"तरीका आपका सहायक होगा। VO के माध्यम से आप द्निया को अपने विचारों को ,उससे मिलती-जुलती धारणाओं और समस्याओं और अभिप्रायों को प्रकट कर सकते हैं।

जब कहानी के मुख्य पात्र ने सभी समस्याओं और पहलुओं का ज़िक्र कर दिया हो तो, पाशर्व स्वर (VO) की कोई आवश्यकता नहीं है।

8.1.4 एक अच्छा पाशर्व स्वर (VO) कैसे लिखा जाए





- हमेशा याद रखें की आप बोलने के लिए लिख रहे हैं इसलिए इसको आप बोलचाल की भाषा में ही लिखें. लेकिन इसको रिकॉर्ड करते वक्त ध्यान रहे की आप नियंत्रित ढंग से साफ़-साफ़ बोल रहे हैं.
- VO लिखने से पहले अपने मुख्य साक्षात्पर एक नज़र ज़रूर डालें,जिससे अगर कोई मुख्य घटना या क्रम छूट जाए तो उसको अपने आलेख में सम्मिलित कर सकते हैं।.
- लम्बे वाक्यों को लिखने से बचें | अपने वाक्यों को सटीक और छोटे रखें | अतिरिक्त शब्दों को हटा दें जो आपके कथन के लिए जरूरी नहीं प्रतीत होते।.
- VO में डालने से पहले अपने तथ्यों और आंकड़ों की जांच करें। ऐसे कोई भी तथ्य या आंकड़े ना लिखने जिनकी सरकारी सूत्रों द्वारा पृष्टि ना की गई हो |.
 - रूढ़िबद्धता से बचें | आपकी भाषा निष्पक्ष हो ,खासकर लिंग भेद भाषा का उपयोग ना करें |
- किसी व्यक्ति के समक्ष ,अपना आलेख ज़ोर से पढ़ने का अभ्यास करें या रेकॉर्ड करें। सुनकर सभी पहलुओं को आँकें और पता करें की स्नने में कैसा लग रहा है, कुछ अर्थ निकल रहा है या नहीं और स्नने वालों पर इसका कितना और क्या प्रभाव होगा।

815 VO की रेकॉर्डिंग:

- किसी व्यक्ति के समक्ष अपना आलेख जोर से पढ़ने का अभ्यास करें या रेकॉर्ड करें। सुनकर सभी पहलुओं को आँकें की सुनने में कैसा लग रहा है, कुछ अर्थ निकल रहा है या नहीं और सुनने वालों पर इसका कितना और क्या प्रभाव होगा
- एक शांत और निःशब्द स्थान का चयन करें: ध्यान रखें कि पंखे, ऐ सी ,मोटर और आवाज़ करने वाले सारे यंत्र बंद हों। और ये ध्यान दें कि प्रतिध्वनि एवं गूँज ना हो,इसलिए किसी खाली कमरे या हॉल में भी रिकॉडिंग ना करें।.



- अपनी कथनी में थोड़ी संवेदना लाएं। ऐसा बोलें जैसे आप अपनी मित्र या सम्बन्धी को ये वाक्य सूना रहे हों |.
- अगर आप चाहते हैं की पूरा VO एक P2C की तरह रिकॉर्ड करना चाहिए (यानी केमेरे पर),तो आप वैसे भी कर सकते हैं। इससे, एडिटरों के पास ये विकल्प रहेगा की आपको ज़रुरत के अनुसार स्क्रीन पर लिया जाए या नहीं।

8.2 फूटेज का प्रतिलेखन

ऐसा प्रायः होगा कि, आपको प्रांतीय भाषा में साक्षात्कार लेना पडेगा | हम इस बात को बह्त बढ़ावा देते हैं कि लोग अपनी भाषा में, जिसमे वो अपनी बात आसानी से आराम से कह पाएं उसमें ही बात करें। पर ये बात आपको समझने के लिए है,की कभी कभी हमारे एडिटरों को प्रांतीय भाषा का ज्ञान नहीं होता | वो उनको समझ नहीं पाते | ऐसे समय पर,जहां इंटरव्यू प्रांतीय भाषा में है,तब आपको उसका सही अनुवाद करके एडिटरों को भेजना पडेगा ताकि एडिटर ये समझ पाएं की वहां पर क्या लिखा है। हमारे एडिटरों को हिंदी ,मराठी, कोंकणी.गुजरती,उड़िया,बंगाली,कश्मीरी और अंग्रेजी भाषाएँ बखूबी समझ आती हैं।

किसी अन्य भाषा या बोली में किये गए साक्षात्कार का प्रतिलेखन करना अनिवार्य है। अक्षर दर अक्षर प्रतिलेखन होना चाहिए और वीडीओ 'क्लिप' पर नाम ज़रूर लिखें|

8.3 एडिट नोट्स

आपके ये नोट ,यानी आपकी टिप्पणियाँ,जो आप अपनी एडिटर को पढ़ने के लिए देते हैं जिससे उसको पता लगे की आप फिल्म के बारे में क्या सोचते हैं और उस फिल्म कि संरचना कैसी हो | इसके समबन्ध में आप को इन बिन्दुओं का ध्यान रखना पडेगा:

- आप अपनी फिल्म कि शुरुवात कैसे करना चाहते हैं। फिल्म का पहला शॉट और ध्विन का हिस्सा(साउंड बाईट) के बारे में लिखें,जिससे आप फिल्म कि श्रुवात करना चाहते | है
 - आप अपनी फिल्म को किस तरह आगे बढाना चाहते हैं
 - फिल्म में ओपनिंग P2C कहाँ होना चाहिए
 - फिल्म में VO कहाँ होना चाहिए
 - आप फिल्म को किस तरह से समाप्त करना चाहते हैं
- ि फिल्म के दौरान आप किसी ख़ास संगीत का बाइट चाहते हैं। अगर ऐसा है तो अपनी फूटेज के साथ उसको भी भेजें या स्पष्ट करें कि संगीत किस तरह का होना चाहिए |

• आप के दिमाग में फिल्म को लेकर कोई ख़ास प्रशोधन हो | उदहारण के लिए आप ऐसा कोई वीडीओ बनाना चाहें जिसमें कोई P2C या VO नहीं हो | या आप ऐसी फिल्म बनाना चाहते हैं जो मुक हो | .

आप अपनी एडिट नोट्स , को वर्ड डॉक्युमेंट में लिखें या अपनी हस्त लिखित टिप्पणियों का साफ़ फोटो खींचें और निम्नलिखित फ़ोल्डरों में रखें।

8.4 फूटेज को फोल्डर करें

अब आपका IU 'इश्यू वीडीओ' का सारा काम समाप्त हो गया है। अब समय है. कि आप अपनी फूटेज को कम्प्यूटर में स्थानांतरित (ट्रांसफर) करके अपनी एडिटो के पास भेजें। आप के पास जितना भी फूटेज है उसको इस प्रकार से विभिन्न फोलडरों में संघटित करें---

- 1. पी2सी P2C
- 2. **旬** 新 VO
- 3. साक्षात्कार Interview
- 4. ब्रॉल्स Brolls
- 5. एडਿਟ ਜੀਟ Edit Note

फिल्म के क्लिप के स्थानांतरण और पुनः नामकरण की तकनीकी जानकारी के लिए 'निर्माण के बाद' ,"पोस्ट प्रोडक्शन " अध्याय से जानकारी लें|

9. इम्पेक्ट

हम जानेंगे:

बदलाव या परिवर्तन के कारको को पहचानना कार्यवाही के लिए अच्छा बुलावा या अपील सामुदायिक स्क्रीनिंग (चित्रपट) चुनोतियो पर विजय पाना

बदलाव- इससे हमारा आशय समुदायों में हमारे सामुदायिक संवाददाताओं की वीडियो संबंधी सक्रियता द्वारा लाए जाने वाले परिवर्तनों से है-हमारी इंडिया अनहर्ड विचारधारा का अंतिम साकार लक्ष्य है। यही चीज हमें उस परंपरागत पत्रकारिता से अलग करती है, जिसमें केवल रिपोर्ट कर देने के बाद परिस्थिति से पल्ला झाड़ लिया जाता है। सामुदायिक मीडिया का उद्देश्य न केवल मामले उजागर करना बल्कि इन मसलों को स्थायी रूप से हल करने में मदद करना भी है।

वीडियो वालंटियर्स में हमारे कार्य में बदलाव को केंद्रबिंद् बनाने वाला अन्य कारण यह है कि सामुदायिक संवाददाता और उनके समुदाय, सदैव उन प्लेटफार्मों ((जैसे, यु ट्यूब) को नहीं देखते जहां ये वीडियो पहले वितरित होते हैं। इसलिए बदलाव इसका साक्ष्य बन जाता है की जो कार्य सामुदायिक संवाददाताओं द्वारा किया गया है वो परिवर्तन लाएगा। तब इसके परिणामस्वरूप सामुदायिक संवाददाताओं को परिवर्तन के संवाहकों और सच्चे सामुदायिक पत्रकारों के रूप में मान्यता प्राप्त होती है। तब न केवल उनका कार्य ज्यादा आसान हो जाता है, बल्कि सत्यापन और पुरस्कार का तत्व भी है जो सामुदायिक संवाददाताओं को यह कार्य करते रहने के लिए प्रेरित करता है।

'इश्यू वीडीओ' में किसी भी प्रकार की कठिनाईयों को स्वतः सुलझाना 'इम्पैक्ट" कहलाता है। इस अध्याय में आपको इम्पैक्ट पाने के तरीके बताये जाएंगे।

9.1 परिवर्तन के कारकों को पहचानिये

ऐसा कौन सा व्यक्ति है जिसको समस्या का समाधान ढूंढने के लिए पहले,पूरी कहानी मालूम होनी चाहिए? प्रभाव डालने के लिए और वीडीओ के दौरान आई मुश्किलों को सुलझाने के लिए ,आपको पहले उस व्यक्ति या व्यक्तियों की खोज करने पड़ेगी जिनमें परिवर्तन लाने की क्षमता हो | वो इनमें से हो सकते हैं----

- सरकारी कर्मचारी और महकमे
- एन जी ओ के कर्मचारी
- एक्टिविस्टस
- सरपंच/ पंचायत के सदस्य
- समाज/समुदाय के लोग
- स्थानिक मीडिया

इस सब लोगों से कैसे संपर्क कर सकते हैं?

- इनको आप वीडीओ दिखा सकते हैं
- उनसे फोन पर संपर्क करें या किसी और को उनसे मिलने के लिए भेजें
- संपर्क बनाने के लिए वी वी की सहायता लें।

प्रश्न: सरकारी कर्मचारियों से मेल-मिलाप म्श्किल है ,क्यूंकि:

- मुझे कार्यवाही के लिए पुकार के लिए सम्बंधित सरकारी कर्मचारी का फोन नंबर मिलने में परेशानी हो रही है
- सरकारी कर्मचारी वी वी के कार्य से अनिभज्ञ हैं इसलिए मुझे सहयोग नहीं दे रहे
- कई बार,कर्मचारी बह्त विरोधी हो जाते हैं और मेरे और समाज/समुदाय के बीच मन-मुटाव पैदा कर रहे हैं
- कर्मचारी वैरी हो गए हैं और मेरा सम्मान नहीं कर रहे हैं
- मुझे कर्मचारियों से बातचीत करने में डर लगता है

उत्तर:

रिश्ते बनाएं! अपनी बात को स्पष्ट रूप से व्यक्त करें! भविष्य की योजनाएं बनायें! सलाहकार की सलाह लें!

- वी वी 'हैंडआउट'' का प्रयोग करें जिसमें लिखा है,कि कौन कौन किस किस योजनाओं के उत्तरदायी हैं। इससे आपको आपको किसे संपर्क मदद मांगें की कर बात करनी है। किन कर्मचारियों से संपर्क साधना है ये जानकारी वी वी के गोवा ऑफिस से प्राप्त करें।
- अगर आपने जिल्ला कलक्टर को देने के लिए अभी तक वी वी से पत्र नहीं लिया हो तो ज़रूर ले लें। वी वी से पत्र लेकर त्रंत ही कार्यालय में दें और उन्हें वी वी की वेबसाइट देखने को भी कहें।

प्रश्न: स्थानिक मीडिया मेरे काम का समर्थन नहीं कर रही है। अगर उनका समर्थन मिले तो ज्यादा प्रभाव पड़ सकता है।

उत्तर:: प्रेस समुदाय के साथ एक गठबंधन स्थापित करें। इलाके के प्रेस-रिपोर्टर और केबल टीवी वालों से संपर्क स्थापित करें। वी वी के सहयोग से एक प्रेस-कॉन्फरेंस का आयोजन करें। प्रेस लोगो वाले वी वी हैंडआउट को सामान्य लोगों को वितरित करें, बताएं कि,ये अवगत कराएं कि ये एक राष्ट्रीय मुद्दा है। और ये भी जतलायें की आप एक वैकल्पिक मीडिया का हिस्सा हैं।

- कर्मचारियों से द्श्मनी मोल ना लें|उन्हें समझाएं कि आप सरकार और समुदाय/समाज के बीच सम्बन्ध बेहतर बनाने का एक सेत् हैं। आप उनकी ज़िन्दगी बेहतर बनाना चाहते हैं। प्रायः एक्टिविस्ट्स यही मानते हैं कि हम सरकार के खिलाफ हैं-- पर ये बात ठीक नहीं है,और उपयोगी भी नहीं है।
- प्रमाणित करने के लिए उन को केस देने के लिए कहें। उनसे ही पूछें की समाज में सबसे बड़ी गंभीर समस्या कौन सी है। उनकी बात ध्यान से सुनें और दर्ज़ कर लें। आप उनको बताएं कि आप उस मुद्दों पर एक कहानी बना सकते हैं। उनको प्रेरित करें कि वो अपनी समस्याओं को आपके साथ बाँट सकते हैं।
- उनका फोन नंबर लें। उनसे कहें की क्या आप उनको कुछ हफ़्तों में एक बार,नए मुद्दों के लिए फोन पर संपर्क कर सकते हैं।
- समाज पर निगरानी रखने के लिए बनाये वीडीओ पर उनका समर्थन देने के लिए उनसे विनती करें|

परिचय का दायरा बढ़ाएं और उसका सद्पयोग करें | वी वी के पास स्वयंसेवकों (वोलन्टीयर) का बड़ा सा जाल है जो सरकार के अंदर और बाहर दोनों जगह काम करते हैं। अपनी एस सी से मदद लेकर अन्य सी सी को भी पहचानें ,जो आपको और अनेक लोगों के बारे में बता सकते हैं और महकमों के साथ आपका समबन्ध अच्छा और बेहतर बनाने में मदद कर सकते हैं।

9.2 कार्यवाही के लिए बुलावा लिखें(सी टी ऐ - कॉल टू एक्शन)

कार्यवाही के लिए बुलावा एक ऐसा कथन जो आपके श्रोताओं को समस्या पर कुछ कदम उठाने के लिए मजबूर करता है | आपके साथ उनको मुहीम में जोड़ने के लिए प्रेरित करता है |

- हम चाहतें हैं की श्रोता/समाज/समुदाय के सदस्य अपनी समस्याओं का समाधान खुद ही निकालें
- कोई भी एक्शन लेने के लिए श्रोता/समाज/समुदाय को प्रेरित करें और ऐसा करने के लिए उनको विभिन्न मार्ग सुझाएं
- केवल जागरूकता बढ़ाना काफी नहीं है| लोगों को एक्शन पॉइंट्स की आवश्यकता है| और लोगों को सही एक्शन दिखाना , सी टी ऐ का मुख्य काम है जिससे समस्या का समाधान हो सके |.

प्रश्न: प्राधिकारी मेरे समुदाय/कॉलनी में आने से मना करते हैं। मेरे समुदाय/कॉलनी के लोग जिससे बह्त हतोत्साहित हो गए हैं क्यूंकि वो विकास का प्रभाव खुद नहीं देख पा रहे हैं |

उत्तर: विडियो वालंटियर्स के यूपी ऑफिस ने एक सजनात्मक अग्वाई की है, जहाँ वो प्राधिकारिकारियों से पंचायत के स्तर पर जूझते हैं।प्राधिकारियों को पंचायत के करयकय में बुलाया जाता है ताकि समुदाय/समाज के सब लोग भी इस संघर्ष में शामिल हो सकें। जब सारे लोग इस मुहीम से जुड़ते हैं तो वो प्रेरित रहते हैं और प्रत्यक्ष रूप से सीखते और समझते हैं।

9.2.1 एक उत्तम 'कार्यवाही के लिए बुलावा' कैसे बनायें ?

- प्रेरक,प्रेरणादायक और सृजनात्मक हो|
- सटीक और कडा हो ,जो अपनी बात सब तक पहंचा सके |
- लोगों को समाधान देने के लिए मार्गदर्शक बने। इस कार्यवाही के लिए बुलावा में लोगों को समस्याओं का समाधान मिलना चाहिए।
- ऐसे कार्यकलापों को सुझाये जिनको तुरंत कर सकें और जिनको करना आसान हो | सीधा और सरल उपाय जिस पर लोग तुरंत अमल कर सकें।
- उनके एक कदम से कैसे-कैसे बदलाव आ सकते हैं। असकरात्मक सन्देश। प्रत्येक व्यक्ति कुछ ना कुछ करने का सामर्थ्य रखता है।

दायित्व लेते हुए लोगों को बताओ की समस्या को सुलझाने के लिए आप स्वयं क्या-क्या करोगे और फिर लोगों को मुहीम से जुड़ने के लिए प्रेरित करो।

9.3 चुनौतियों पर काबू पाने के लिए युक्तियाँ बनाना

हर एक चुनौती को पार करने के लिए आपको योजना बनानी पड़ेगी। उदहारण के लिए,एक कठिनाई ये हो सकती है की आप अकेले ही जूझ रहे हैं। इस चुनौती को पार करने के लिए युक्ति ये हो सकती है की आप सब लोगों को एकत्रित कर बड़ा सा झुण्ड बनाकर उस कार्यालय में जाएँ |

कभी कभी ऐसा भी होता है कि आपकी जो योजना है उसकी सम्मुख भी और चुनौतियां हो सकती हैं,जिसका मतलब ये है की आपको अपनी योजनाओं को लिखित रूप से रखना पड़ेगा और गौर करना होगा की क्या इन योजनाओं का कर्यान्वयन करते समय, उन युक्तियों को काम में ला सकते हैं या नहीं। इसी कार्यप्रणाली को आगे बढ़ाते रहें जब तक कि पूरी व्यवस्था ठीक ना हो |

कार्य प्रणाली क्या थी--- लोगों को प्रेरित करना |

इस कार्य प्रणाली में दो चुनौतियाँ थीं | लोगों को एकत्रित करना कठिन है क्यूंकि---

- नायक के रूप में उनको आपपर अभी विशवास नहीं हुआ है|
- समुदाय/समाज के लोगों को सरकारी मुलाज़िम पर भी अविश्वास है कि वो शायद ही सकारात्मक रूप से काम करेगा।

उपर्लिखित चुनौतियों को लिए कुछ और कार्यप्रणालियाँ--

- घर घर जाकर लोगों को अनुवीक्षण के लिए इकठा करना|
- समस्या के ऊपर आपकी बनाई वीडीओ दिखाएँ और फिर 'कार्यवाही पर बुलावा' पर चर्चा करवाएं और अपने नेता होने का परिचय दें।
- लोगों को प्रेरित करने के लिए अपने या अपने साथियों द्वारा बनाये गए वीडीओ दिखाएँ जिससे वो इस बात को समझें की वास्तव में बदलाव आएगा।

प्रश्न : मैंने एक 'इशू वीडीओ बनाया है। पर मुझे उसका प्रभाव कहीं पर भी नहीं दिख रहा। मैं कैसे प्रभाव डालूं?

समाधान

- ि निराश ना हों | याद रखें की प्रत्येक सामाजिक परिवर्तन में समय लगता है | रातों रात कुछ नहीं बदलता | आप बहुत हिम्मतवाला कार्य कर रहे हो और ऐसा हो सकता है की कई लोग आपकी राह को रोके खड़े होंगे | पर आप याद रहें की ये एक मुहीम है | हमें पता है की आप खुद को अकेला महसूस कर रहे हो पर याद रखें की देश भर आपके बह्त से भाई -बहिन ,आपके समर्थन में खड़े हैं।.
- ये सब कुछ केवल प्रभाव डालने केलिए ही नहीं है वरन, बदलाव ना लाने पर भी अनसुनी कहानियों भी बहत मायने रखती हैं। ऐसी कई कहानियां जिनको सुनना और कहना है--- ऐसी समस्याएं जिनको लेकर आप किसी का स्वर बन सकते हैं। जैसे किसी लिंग भेद समस्या पर या जातिवाद पर आदि | आसान समाधान कहीं नहीं है जिनको हम मदद दे सकें |.
- सी सी के साथ मिलकर एक प्रभावशाली योजना बनायें। अगर स्थानिक सहायता कि ज़रूरत हो तो सीसी के साथ एक फील्ड विजिट पर भी जाएँ। सी सी को प्रेरित करें कि लोगों कि साथ समुदाय/समाज में और परिचय बढ़ाएं | उनकी मदद से सरकारी कर्मचारियों के साथ मिलें ताकि प्रभाव पड़े। वी वी एवं सी सी के कामों का ब्यौरा उन अफसरों को दें और दोनों कि बीच एक अच्छे रिश्ते को क़ायम होने में कारगर बनें और उनको प्रेरित करें।

9.4 कम्युनिटी स्क्रीनिंग

प्रभावित करने के लिए ,आपकी योजना में स्थानीय लोगों के लिए वीडीओ दिखाना एक एहम हिस्सा हो सकते है| इसकार्यक्रम को आयोजित करने में आपके सलाहकार और आपके ऑफिस के 'इम्पेक्ट मैनेजर ' आपकी बह्त मदद कर सकते हैं

9.4.1 स्क्रीनिंग के लिए काम में आने वाले उपकरणः

- आपका मोबाइल फोन
- आपका अपना केमेरा,जिसमें आप उन वीडियो को दिखा सकते हैं जिनकी काट=छांट नहीं हुई है। एडिटिंग से पहले का बयान
- टेबलेट कम्प्यूटर
- छोटे हस्त चलित डी वी डी प्लेयर
- लोगों में से ही किसी एक का टी वी और डी वी डी प्लेयर
- प्रोजेक्टर के साथ डी वी डी प्लेयर ,एक माइक और बड़ा सा पर्दा--- थोड़ा महंगा है पर ज्यादा लोगों तक पहंचाने के लिए बह्त प्रभावशाली
- स्थानीय केबल वाला--- लोकल टी वी नेटवर्क के साथ मिलकर आप अपनी आई यू डी वी डी वीडियो को दिखाना का प्रस्ताव रख सकते हैं।.
- वीडीओ को ब्लूट्रथ द्वारा सबको भेज सकते हैं।
- स्थानीय इंटरनेट कैफे को वीडीओ दे सकते हैं,जो कि इन वीडीओ को अपनी होमपेज पर लोगों को दिखा सकते हैं।
- मित्र का लैपटॉप
 - दूरदर्शन

छोटे समूहों में वीडीओ दिखाने के लिए ज्यादा योजना बनाने की ज़रुरत नहीं है, ये कार्यक्रम अचानक ही बन सकते हैं। जब कभी आप को लगे कि कोई आपके काम मैं दिलचस्पी दिखा रहा है तो उसको अपना वीडीओ दिखा दीजिये! बड़े समूहों में दिखाने के लिए पहले योजना बनाना आवशयक है।

9.4.2 एक बड़े से जन-समूह के लिए स्क्रीनिंग का आयोजन

स्क्रीनिंग से पहले

- जिस गाँव में आप स्क्रीनिंग का आयोजन करना चाहते हैं ,पहले उसगाँव के बारे में जानें--- घरों की संख्या, लोगों की संख्या ,क्या आपको प्रोजेक्टर मिल सकते है, बिजली की व्यवस्था, खुली जगह आदि |
- प्रचार करें
- एस एम एस या वॉट्सएप्प कर संदेश भेजें
- घर घर जाकर स्क्रीनिंग के आयोजन के बारे में बतायें
- एन जी ओ के वॉलंटीर को स्क्रीनिंग के आयोजन के बारे में बताने के लिए उनके कार्यक्षत्र के इलाके में प्रचार कार्य में लगाएं
- कुछ चुनिंदा पंचायत स्तर के और जिल्ला स्तर के अफसरों को पोस्टकार्ड /एस एम एस द्वारा संदेसा भेजें
- स्क्रीनिंग के आयोजन से पहले आप एक बार जगह को देखें

स्क्रीनिंग की अवस्था

स्क्रीनिंग से पहले आप एक वक्तव्य देंगे जिसमें आप काम के बारे में बताएँगे, वीडीओ के विषय में कुछ कहेंगे और इस फिल्म को देखना क्यों ज़रूरी समझते हैं। ये ज़रूर बताएं की इसमें सब लोगों को परस्पर भाग लेना है और सबको मिलकर समस्या का समाधान ढूंढना है।

स्क्रीनिंग के बाद

फिल्म दिखाने के बाद चर्चा करने के लिए लोगों को उत्साहित करें। लोगों को एक आम मंच दें जिपर चर्चा कर वो सब मिलकर समस्या का समाधान और बदलाव ला सकें। लोगों से ऐसे प्रश्न पूछें जो समस्या से जुड़े हों और चर्चा से कुछ समाधान निकल सके |

फॉलो-अप

स्क्रीनिंग की फोटो और वीडीओ वी वी ऑफिस को भेजें \ आपके वीडीओ के लिए आपको मुआवज़ा दिया जाएगा|

प्रश्न: स्क्रीनिंग आयोजित करना मेरे लिए मुश्किल है क्यूंकि:

- मेरे पास स्क्रीनिंग करने के लिए और वीडीओ भेजने के लिए सही उपकरण नहीं हैं (जैसे कम्प्यूटर,प्रोजेक्टर,साउंड सीस्टम आदि)
- मेरे इलाके में बिजली नहीं है या बार-बार बिजली चली जाती है।

• मेरे पास स्क्रीनिंग करने के लिए एडिटेड वीडीओ भी नहीं हैं

उत्तर: प्रत्येक राज्य के हर ऑफिस में लैप-टॉप और प्रोजेक्टर हैं ,आप उनका उपयोग कर सकते हैं। राज्यों में उपकरणों की कोई कमी नहीं है।

वी वी के पास बड़ी स्क्रीनिंग करने के लिए काफी बजट है। सी सी और सलाहकार मिलकर चर्चा करके बजट बनाकर ,वी वी को खबर कर सकते हैं की कितना खर्चा आएगा। जैसे जनरेटर, लाने लेजाने और घूमने का खर्चा आदि। ये संभव भी हो सकता है |वी वी के पास 400 वीडीओ का डाटाबेस भी है! किसी भी मसले पर हम आपको वीडीओ भिजवा सकते हैं। आप गोवा के ऑफिस से संपर्क कर सकते हैं और उनसे किसी भी मुद्दे पर आधारित वीडीओ भिजवाने को कह सकते हैं, जिसे आप बड़े समूह के आगे दिखा सकते हैं।

आपके इलाके में इंटरनेट की व्यवस्था कहाँ है इसकी जानकारी लें। जहां जहां आप जाते हैं उन इलाकों की जानकारी भी लें। आप पता लगाएं की ऐसे कौन से एन जी ओ हैं जिनके इंटरनेट हैं, । इंटरनेट कैफे कहाँ-कहाँ हैं। कौन से सलाहकारों और सरकारी दफ्तरों में इंटरनेट है। तब आप वहाँ जाकर आसानी से कोई भी विषय-वस्तु डाउनलोड कर सकते हो |

10. इम्पैक्ट (प्रभाव) वीडियो

हम जानेंगे:

इम्पैक्ट (प्रभाव) वीडिओ में क्या होना चाहिए? प्रभाव वीडियो के लिए पीट्रसी लिखना सफल कहानिया और विडियो फॉलो अप वीडियो

एक बार आपने ऊपर बताई प्रक्रियाओं का पालन करते हुए वीडियो बनाया और उसका प्रभाव देखा, फिर आप अपना इम्पैक्ट (प्रभाव) वीडियो बनाएंगे और उसका प्रभाव देखेंगे। यह ऊपर बताये गए वीडियो उत्पादन के निर्देशों के अनुसार फिल्माया जायेगा |

10.1 इम्पेक्ट (प्रभाव) वीडिओज़ में क्या होना चाहिए?

एक इम्पैक्ट (प्रभाव) वीडियो में प्रभाव का साक्ष्य (प्रूफ ऑफ़ इम्पैक्ट) और प्रक्रिया का साक्ष्य (प्रूफ ऑफ़ प्रोसेस) होना चाहिए।

आप अपने प्रभाव वीडियो के म्ख्य किरदार हैं और आपको जारी किये गए वीडियो (इशू वीडियो) का मुख्य किरदार पहला सहायक किरदार होगा।

प्रूफ ऑफ़ इम्पैक्ट (प्रभाव का साक्ष्य) - दृश्य/विज्ञाल:

बदले हुए परिदृश्य का दृश्य सबूत अनुक्रम में सुंदरता से फिल्माया गया. उदाहरण, आपका जारी किया गया वीडियो एक जन स्वास्थ्य केंद्र के बारे में है जो बंद रहता है. ऐसी स्थिति में आपके प्रभाव वीडियो में एक कार्यरत जन स्वास्थ्य केंद्र के बह्त सारे बी-रोल (अनुक्रम में) होने चाहिए | बाहर खड़े मरीज़ों का, मरीज़ों को जांचते हुए डॉक्टरों का ब्रोल, दवाई देते ह्ए आदि. हमें अपने दर्शकों को साफ़ तौर पर दिखाना है कि बातें बदल गयी हैं.

प्रूफ ऑफ़ इम्पैक्ट (प्रभाव का साक्ष्य) - साक्षात्कार/इंटरव्यू :

आपको जारी किए गए वीडियो के मुख्य किरदार का साक्षात्कार करें यह बताते हुए कि क्या बदल गया है और उस बदलाव ने कैसे उसके/उसकी ज़िन्दगी को प्रभावित किया है.

द्सरे समुदाय के सदस्यों का साक्षात्कार जिन्हें इस प्रभाव से लाभ हासिल हुए हैं.

प्रूफ ऑफ़ प्रोसेस (प्रक्रिया का साक्ष्य) - दश्य/ विज्अल:

प्रभाव हासिल करने के लिए जो उपाय किये उन सबका बी-रोल। इसमें निम्नलिखित दृश्य शामिल किये जा सकते 충:

- कहानी में मौज़ूद लोगों से आप चर्चा करते हुए.
- सामुदायिक बैठक
- सामुदायिक प्रदर्शन, प्रदर्शन के पहले जो आपने चर्चा की वो सम्मिलित
- आप सरकारी दफ्तर जाते हुए और अधिकारी से मिलते हुए
- आप अपना जारी किया हुए वीडियो सरकारी अधिकारी को दिखाते हुए

ध्यान रहे आप अनुक्रम (सीक्वेंस) फिल्माएं न की एक- एक अलग -अलग शॉट.

चूँकि आप प्रभाव वीडियो के मुख्य किरदार हैं और आपको वीडियो में दिखने की ज़रूरत है आपको एक साथी की आवश्यकता होगी जो कैमरा चला सके.

प्रूफ ऑफ़ प्रोसेस (प्रक्रिया का साक्ष्य) - साक्षात्कार:

"एजेंट ऑफ़ चेंज/ परिवर्तन के कारक" (सरकारी अधिकारी या एनजीओ कार्यकर्ता) का साक्षात्कार, जिसने प्रभाव लाने में आपकी सहायता की. उन्हें ये बतलाने की आवश्यकता है कि वे बदलाव क्या थे और वे कैसे ह्ए. उन्हें यह भी बतलाना चाहिए की आप उस परिवर्तन के लिए कैसे जिम्मेदार थे कम से कम कुछ के लिए.

जारी किये हुए वीडियो में मुख्य चरित्र का साक्षात्कार जो कि परिवर्तन की संपूर्ण प्रक्रिया और उस परिवर्तन को लाने में आपकी भूमिका बतला सके.

प्रश्न: अधिकारी मुझे सरकारी दफ्तर के अंदर शूट करने (फिल्माने) नहीं देते |

उत्तर: जब तक कहीं ये चेतावनी नहीं दी गयी है कि "शूट करना प्रतिबंधित है", हर भारतीय नागरिक को सार्वजनिक जगहों को फिल्माने का अधिकार है. अगर कोई भी अधिकारी आपको शूट करने से रोकें या इज़ाज़त न दें तो उन्हें बताएं कि ये आपका अधिकार है.

अगर वाकई में ये चेतावनी इंगित की गयी है कि शूट करना प्रतिबंधित है तो आपको शूट नहीं करना चाहिए | आप खुद को उस परिसर में घुसते हुए फिल्मा सकते हैं और अपना विवरण या वक्तव्य वहीं रिकॉर्ड कर सकते हैं और दर्शकों को बता सकते हैं क्यों उन्हें परिसर के अंदर की बैठक नहीं दिखाया जा सकता।

सभी सामुदायिक संवाददाताओं (सी.सी) को प्रोत्साहित किया जाता है की वे निम्नलिखित प्रश्नों के साथ एक आरटीआई (सूचना का अधिकार) फाइल करें: "कृपया अ ब स (नाम) जिले के सभी सरकारी परिसरों, परियोजनाओं और प्रतिष्ठानों की सूची प्रदान करें जहाँ फोटो लेना और वीडियो फिल्माना वर्जित है". इस आरटीआई का जवाब आपको ऐसे सभी "प्रतिबंधित" जगहों की सूची दे देगा। अगर कोई आपको वीडियो फिल्माने से रोके तो आप इस सूची के हवाले से ये जान सकते हैं कि आप वीडियो फिल्माने के अपने अधिकारों के अंतर्गत हैं की नहीं।

10.2 प्रभाव वीडियों के लिए पी टू सी लिखना

प्रारंभिक पी टू सी

सारांश: संक्षिप्त में समझाएं कि मुद्दा क्या था (अपना इशू वीडियो ध्यान में रखें), आपने उसे कब बनाया था और कैसे आपका समुदाय उसकी वजह से कष्ट सह रहा था. दर्शक गण, जिन्होंने आपका इशू वीडियो नहीं देखा है, उन्हें भी ये अंदाज़ा होना चाहिए कि प्रभाव हासिल करने से पहले परिस्थिति कैसी थी.

परिवर्तन का वक्तव्यः ये बदलाव/प्रभाव कब हुआ और उसमें कितना समय लगा.

समापन पी टू सी

बदलाव का समापन: इसमें सामुदायिक संवाददाता (सी सी) समापन करते हुए बताता है कि कैसे बदलाव हुआ, लेकिन जो साक्षात्कार, पार्शव-आवाज़ (वौइस्-ओवर) या प्रारंभिक पी टू सी में कहा जा चूका है, उसे दोहराया नहीं जाता।

अध्ययन वक्तव्य (लर्निंग स्टेटमेंट) : इस प्रक्रिया में जो आपने सीखा यह उसे अभिव्यक्त करने का अवसर है, जो भी सकारात्मक या प्रेरक बात निकल कर आई

हस्ताक्षर (साइन इन): "मेरा नाम ------ और ये है मेरा समुदाय/गाँव/मित्र/पड़ोसी"

हो उसे यहाँ बताना चाहिए। इससे दूसरों में परिवर्तन के लिए प्रयत्न करने का आत्म-विश्वास बढ़ता है.

धन्यवाद वक्तव्य: यह अवसर सरकारी अधिकारी आदि सभी को धन्यवाद प्रेषित करने का है, जिन्होंने आपको ये परिवर्तन लाने में सहायता की.

समाप्ति (साइन ऑफ): अपना नाम, जगह का नाम (गाँव, ब्लॉक, जिला, राज्य) बताते हुए इंडिया अनहर्ड संवाददाता के तौर पर समाप्त (साइन ऑफ) करें|

"रोहिणी पवार, वल्हे गाँव, महाराष्ट्र से इंडिया अनहर्ड की रिपोर्ट"

उदाहरण: भारत के प्रायः गाँवों में लैंगिक असमानता एक सामान्य बात है. छः महीने पहले मैंने महाराष्ट्र में अपने गाँव की महिला कृषि मज़दूरों के ऊपर एक वीडियो बनाया था, जिन्हें पुरुष मज़दूरों की तुलना में आधे से भी काम दैनिक मज़द्री मिलती है. ३ महीनों के संघर्ष और सरकारी दफ्तरों के चक्कर काटने के बाद मैं इस स्थिति को बदलने में सक्षम हुआ.

मेरा नाम रोहिणी है और इस तरह मैं बरसों पुरानी एक भेदभावपूर्ण परंपरा को ख़त्म करने में सक्षम हुई.

उदाहरण:

अपने समुदाय की सहायता के द्वारा मैं अपने गाँव में बदलाव लाने में सक्षम ह्आ/ह्ई और एक बरसों पुरानी भेदभाव पूर्ण वेतन व्यवस्था को समाप्त करने में सक्षम हो सका/सकी.

जब भैंने इस मुद्दे पर महिलाओं को संगठित करना शुरू किया तब वे डरी हुई थीं कि इस मुद्दे को उठाने से काम से हाथ धोना पड़ सकता है. मैं खुद डरा ह्आ था क्योंकि मैं खुद कृषि मजदूर हूँ. लेकिन मैं अन्याय होते देख मुंह नहीं मोड़ सकता था. सभी महिलाएं मेरे साथ कड़ी थीं और एक दूसरे के साथ भी. उन्होंने ये साबित कर दिया कि सामूहिक प्रयत्न से परिवर्तन में गति आ सकती है.

मुझे उम्मीद है कि मेरा काम अन्य पुरुष और महिलाओं को अन्याय के खिलाफ लड़ने में प्रेरणा देगा | मैं, रोहिणी इस प्रयत्न में समर्थन करने के लिए सभी लोगों की आभारी हूँ.

पार्श्व आवाज़ (वौइस् ओवर) में निम्नलिखित बातें सम्मिलित होंगी:

इस प्रभाव (इम्पैक्ट) वीडियो में काम करते हुए आपका अनुभव | परिवर्तन कैसे घटित हुआ उसका संपूर्ण ब्यौरा | पूरी प्रक्रिया का व्याख्या करें: आप किनसे -िकनसे मिले, किन चुनौतियों का सामना किया, कैसे उन चुनौतियों से बाहर आये, कौन-कौन मदद किया, बदलाव लाने ले लिए आप कितनी दफा समुदाय या सरकारी दफ्तरों गए / म्लाक़ात की.

आंकड़े (डाटा): प्रभावित लोगों की संख्या, प्रभावित गाँवों की संख्या, प्रभाव प्रक्रिया में शामिल लोगों की संख्या | प्रायः आपके "प्रभाव" के परिणाम पड़ोसी गाँवों में भी फैलते हैं. यह दर्ज करना बहुत आवश्यक है.

10.3 सफल कहानियाँ और वीडियो

कई बार आप प्रभाव की पूरी प्रक्रिया किए बिना ही प्रभाव हासिल करने में सक्षम होगे। उदाहरणार्थ, आप एक टूटे हुए पुल की खबर पर काम कर रहे हैं और आप लोक निर्माण विभाग के अधिकारी का साक्षात्कार लेने जाते हैं और अधिकारी काम तुरंत शुरू करने का वायदा करते हैं और काम भी कर देते हैं.

ऐसे 'प्रभाव' महज़ कैमरे की उपस्थिति या आपकी उपस्थिति से हो जाते हैं (जिसे अधिकारी निरिक्षण के तौर पर देखते-समझते हैं). ऐसे प्रभाव को सफल माना जाता है.

कैमरा या सामुदायिक मीडिया को सफल वीडियो के मुख्य किरदार के तौर पर देखें।

प्रारंभिक पी टू सी और वौइस् ओवर कमोबेश प्रभाव वीडियो में जैसे होता है, वैसे होगा| समापन पी टू सी थोड़े अलग अंदाज़ में लिखा जायेगा जहाँ आप सामुदायिक मीडिया का महत्त्व, सरकारी अधिकारीयों की जवाबदेही और नागरिक निगरानी का महत्त्व आदि बताएँगे।

अगर आपने प्रभाव प्रक्रिया (सामुदायिक बैठक, सामुदायिक लामबंदी, अधिकारीयों और समुदाय को वीडियो प्रदर्शन करना) का पूरा पालन करते ह्ए प्रभाव हासिल किया है लेकिन आप उपरोक्त बताये प्रक्रिया के तहत फिल्माने में असफल रहे हैं और आपको फीडबैक भेजने के बावज़ूद "प्रभाव के साक्ष्य" और "प्रक्रिया के साक्ष्य" मौज़ूद नहीं है ऐसी स्थिति में मौजूदा प्रभाव को सफल वीडियो माना जायेगा और तदन्सार भ्गतान किया जायेगा |

10.4 फॉलो अप वीडियो

कुछ प्रकरणों में सामुदायिक संवाददाता (सी सी) प्रभाव हासिल करने में बह्त समय लग जाता है. ऐसी स्थिति में आप फॉलो अप वीडियो बना सकते हैं.

जब आप अपने दीर्घकालीन प्रभाव प्रक्रिया में आंशिक प्रभाव हासिल कर लें या कोई मुख्य पड़ाव पार कर लें तब आप फॉलो अप वीडियो बना सकते हैं.

फॉलो अप वीडियो का ढांचा: यह इम्पैक्ट और इशू वीडियो के समान ही है और इसमें पी दू सी, वौइस् ओवर, ब्रोल और साक्षात्कार होने चाहिए। वौइस् ओवर (पार्श्व आवाज़) और साक्षात्कार में निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर तलाशने चाहिए:

मुद्दे पर वांछित परिवर्तन क्या था?

अभी तक क्या परिवर्तन हासिल किये गए हैं? कैसे किये गए हैं? और इसमें कितना समय लगा?

समुदाय और सामुदायिक संवाददाता द्वारा क्या योजना और प्रक्रिया अपनायी गयी है?

प्रभाव पूरा हासिल न कर पाने का कारण? संपूर्ण प्रभाव दिखने में कितना समय लगेगा।

प्रभाव प्रक्रिया का विस्तार में एक एक पहल को व्याख्या करते हुए रिकॉर्ड करें | अगर आपके पास समुदाय के साथ अधिकारीयों का दौरा करते हुए दृश्य (फुटेज) है तो वह अनुवर्ती (फॉलो अप वीडियो) का समर्थन करेगा।

फॉलो उप वीडियो का भी इशू वीडियो के दर से ही भ्गतान किया जायेगा।

11. पोस्ट प्रोडक्शन (उत्पादन के बाद)

हम जानेंगे:

फोल्डर बनाना और क्लिप्स को पुनर्नामित करना अपने डीवीडी को पैकेज बनाके वीडियो वालंटियर्स (वी वी) के दफ्तर पार्सल करना आपके इंडिया अनहर्ड (आई यू) वीडियो को इंटरनेट से डाउनलोड करना, परिवर्तित (कन्वर्ट) और स्थानांतरित (ट्रांसफर) करना

11.1 फोल्डर बनाना और क्लिप्स को पुनर्नामित करना

आपको सभी फुटेज को नीचे बताये पांच फ़ोल्डरों में व्यवस्थित करने की ज़रूरत है

- 1. पी टू सी
 - अ) ओपनिंग (प्रारंभिक) पी टू सी (अपने क्लिप को इस नाम से रखें)
 - ब) क्लोजिंग (समापन) पी टू सी (अपने क्लिप को इस नाम से रखें)
- 2. वी ओ (अपने क्लिप को इस नाम से रखें)
- 3. साक्षात्कार
- 4. ब्रौल्स (B-roll)
- 5. एडिट नोट (ये या तो एक वर्ड डॉक्यूमेंट है या हस्तिलिखित नोट की तस्वीर)

11.2 अपने डीवीडी को पैकेज बनाके वीडियो वालंटियर्स (वी वी) के दफ्तर पार्सल करना

11.2.1 डीवीडी बनाना

एक स्थान का चयन करें (इंटरनेट कैफ़े या दफ्तर) जहाँ आप कंप्यूटर का उपयोग कर सकें |

- डीवीडी बनाने के लिए नीरो या यूलीड जैसे डीवीडी बनाने के सॉफ्टवेयर का इस्तेमाल करें।
- डीवीडी को "डेटा फॉर्मेट" में ही बनाएं| कभी भी "मूवी डीवीडी" या "वीसीडी" न बनाएं|
- अगर आपके लिए डीवीडी बना रहे व्यक्ति को साफ़ तौर पर पता नहीं कि किस फॉर्मेट में डीवीडी बनाना है तो आप वीडियो वालंटियर्स (वी वी) के दफ्तर पर फ़ोन करें, दफ्तर से कोई उसे डीवीडी बनाने की प्रक्रिया समझा देगा।
- हमेशा दो डीवीडी बनाएं एक वीडियो वालंटियर (वी वी) के कार्यालय भेजने के लिए और दूसरा खुद के लिए. इस तरह अगर आपका पैकेज/पार्सल गूम भी गया तो आपके पास एक अतिरिक्त कॉपी रहेगा। ये बह्त बह्त आवश्यक है. कृपया इसका ध्यान रखें |

11.2.2 डीवीडी की पैकेजिंग करना

- अपने डीवीडी को एक डीवीडी कवर जिसे अंदर फोम या बबल शीट हो में डाल कर पैक कर लें ताकि डीवीडी टूटे न और खरोच न लगे. सामान्य कागज़ के लिफाफे में डीवीडी को कभी न भेजें।
- अगर आप एडिट नोट को वर्ड डॉक्यूमेंट या फोटो के तौर पर नहीं लगा पाएं हैं तो उसी लिफाफे में वास्तविक पेपर डाल दें.
- "राज्य संयोजक (स्टेट कोऑर्डिनेटर), वीडियो वालंटियर्स" का पता लिखें और राज्य कार्यालय में क्रियर द्वारा भेज दें. अपने राज्य संयोजक (स्टेट कोऑर्डिनेटर) को फ़ोन करें और अपना पता यहाँ लिखें:
- अगर आपको कोई गोवा मुख्य कार्यालय से निर्देशित कर रहा है तो अपना पैकेज्ड लिफाफा इस पते पर भेजें: वीडियो वालंटियर्स, हाउस नंबर १२२४ २६/३, सेंट जॉन रोड, गौम वड्डी, अंजुना, बर्देज़, गोवा ४०३५०९
- हमेशा अपना नाम, जिला, राज्य और भेजने की तारीख लिफाफे पर लिखें।

11.2.3 कूरियर सेवा का चयन करना

- भारत सरकार का स्पीड पोस्ट सेवा सबसे बढ़िया विकल्प है क्योंकि ये सभी डाक कार्यालयों में उपलब्ध होता है.
- अगर स्पीड पोस्ट उपलब्ध न हो तो तब किसी विश्वसनीय निजी कूरियर द्वारा भेजें | हमेशा रसीद/पावती लें, भूलें न. यह बहुत महत्त्वपूर्ण है. रसीद में कन्साइनमेंट नंबर या ट्रैकिंग नंबर लिखा होगा। जब भी आप पैकेज भेजें आपको अपने राज्य संयोजक (स्टेट कोऑर्डिनेटर) को ये नंबर ऑफ़ कूरियर सेवा का नाम देना चाहिए|

बह्त महत्त्वपूर्ण: ध्यान रहे कि बिना कन्साइनमेंट नंबर या ट्रैकिंग नंबर के पैकेज का पता लगाना संभव नहीं है.

11.3 आपके इंडिया अनहर्ड (आई यू) वीडियों को इंटरनेट से डाउनलोड करना, परिवर्तित (कन्वर्ट) और स्थानांतरित (ट्रांसफर) करना

11.3.1 आपके वीडियो को मोबाइल फ़ोन में चलने वाले फॉर्मेट में परिवर्तित करना

- सबसे पहले आपको अपने वीडियो को ऐसे फॉर्मेट में लाने की ज़रूरत है जिसे आप मोबाइल फ़ोन में चला सकें | इसे ३ जी पी कहते हैं. (एम पी 4 (MP4) फॉर्मेट में भी चल सकता है लेकिन इसका फाइल साइज बड़ा होता है जो की सिर्फ महंगे फोन में चलता है.) आप ये कई तरीकों से कर सकते हैं:
 - यूट्यूब डाउनलोडर सॉफ्टवेयर का इस्तेमाल करके अपने वीडियो को यूट्यूब से डाउनलोड कर लीजिये।
 - इंटरनेट कैफ़े या मोबाइल फ़ोन म्युजिक शॉप में किसी को इंडिया अनहर्ड डीवीडी को क्रैक करके अपने मोबाइल फ़ोन में ट्रांसफर करने को कहें। मूल्य: पचास रुपये।
 - वीडियो वालंटियर्स को अपना वीडियो ३ जी पी फॉर्मेट में ईमेल में भेजने को कहें। वीडियो ज्यादा से ज्यादा ६ एम बी का होगा तो ईमेल से डाउनलोड करने में बम्शिकल 15 मिनट का समय लगेगा |
 - वीडियो वालंटियर्स को अपना वीडियो ३ जी पी फॉर्मेट कूरियर करने को कहें |
- एक बार वीडियो एम पी 4 (MP4) फॉर्मेट में आ जाए उसे अपने पेन डाइव या डीवीडी या फ़ोन में ट्रांसफर करके सेव कर लें.
- अपने वीडियो का एक कॉपी इंटरनेट कैफ़े वाले या फ़ोन में गाने डालने वाले द्कानदार के पास छोड़ दें. उसे अपने वीडियो को निःशुल्क वितरित करने को कहें। इससे आपका वीडियो गाँव- गाँव में फैलने में आसानी होगी | एक सन्देश लगा सकते हैं- "यहाँ फ़ोन के लिए निःशुल्क वीडियो उपलब्ध है."

प्रश्न:

हमारे पास इंटरनेट की सुविधा नहीं है?

• मुझे इंटरनेट इस्तेमाल करना नहीं आता?

उत्तर: अपने फ़ोन में एक साधारण सा २ जी कनेक्शन ले लें. व्हाट्सएप्प या फेसबुक में अपना अकाउंट खोल लें. कुछ राज्यों में internet.org भी उपलब्ध है जो फ़ोन में फ्री इंटरनेट की सुविधा देता है. किसी भी तरह महीने में एक बार इंटरनेट इस्तेमाल करके अपना फेसबुक और ईमेल अकाउंट चेक करने की कोशिश करें। अपने ईमेल में वी वी के अपडेट भी पाएं। इंटरनेट पाने के लिए किसी स्थानीय NGO या साइबर कैफ़े का सहारा लें. अगर आपके पास whatsapp है तो हम आपको उसमें वीडियो भेज सकते हैं.

11.3.2 आपके फ़ोन में वीडियो स्थानांतरित (ट्रांसफर) करना

- आपके पास एक फ़ोन होना चाहिए जिसमें वीडियो प्लेयर चलता हो. साढ़े सात सौ (750) रुपये में आप एक चाइनीज़ फ़ोन ले सकते हैं जिसमें विडिओ चलता है.
- उसमें आपको 1 GB का मेमोरी कार्ड लगाने की भी ज़रूरत पड़ेगी जिसका मूल्य 200 रुपैये हैं (या 250 रुपये में 2 GB का मेमोरी कार्ड) और एक मेमोरी कार्ड रीडर (लगभग 60 रुपैये का).
- मेमोरी कार्ड रीडर को फ़ोन में से निकालकर, मेमोरी कार्ड रीडर में डाल दें. इसके बाद मेमोरी कार्ड रीडर को कंप्यूटर के USB खांचे में डाल दें.
- अब कंप्यूटर चालू करके, मेमोरी कार्ड को खोल कर, एक नया फोल्डर "IU videos" के नाम से बना लें.
- अपने वीडियो को इस फोल्डर में डालकर मेमोरी कार्ड को फ़ोन में दोबारा लगाएं|
- कुछ फ़ोन में आपको सेटिंग्स में जाकर मेमोरी कार्ड में जाकर रिफ्रेश करना पड़ेगा और आपका वीडियो उसमें दिखायेगा जिसे आप प्ले कर सकते हैं.

11.3.3 यूट्यूब डाउनलोडर सॉफ्टवेयर इस्तेमाल कर वीडियो डाउनलोड करना

- वीडियो वालंटियर्स द्वारा दिया गया सी डी कंप्यूटर के डीवीडी ड्राइव में डालकर सॉफ्टवेयर इनस्टॉल कर लें. अगर आप से सीडी गुम गयी है तो गूगल में यूट्यूब डाउनलोडर ढूंढे और सॉफ्टवेयर डाउनलोड करके इनस्टॉल कर लें.
- यूट्यूब डाउनलोडर सॉफ्टवेयर खोलें|
- यूट्यूब में अपना वीडियो ढूंढें |

- ब्राउज़र के एड्रेस बार से यूट्यूब वीडियो का लिंक निकल कर यूट्यूब डाउनलोडर सॉफ्टवेयर में चिपका (पेस्ट कर) दें. फिर सॉफ्टवेयर आपसे पूछेगा आपको किस फॉर्मेट में वीडियो सेव करना है. MP4 या 3GP फॉर्मेट में सेव कर लें. 3GP सर्वोत्तम फॉर्मेट है और वीडियो प्लेयर वाले लगभग सभी फोन में चलता है. MP4 तभी करें जब आप उसे एंड्राइड वाले किसी बढ़िया फ़ोन में चलने वाले हैं. MP4 फाइल बड़ी होती है और ज्यादा स्पेस लेती है.
- एक बार एक्सपोर्ट हो जाये फिर आपको फाइल का लोकेशन खोजना है और पेन ड्राइव या डीवीडी में कॉपी करना है या मेमोरी कार्ड के वीडियो फोल्डर में भी कॉपी कर सकते हैं ताकि आप उसे अपने फ़ोन में चला सकें|

12. संपादन (एडिटिंग)

हम जानेंगे:

एडिटिंग प्रोसेस और तकनीक

वीडियो संपादन, वीडियो शॉट्स को जोड़ तोड़ कर, पुनर्व्यवस्थित कर नया वीडियो बनाने की प्रक्रिया है. आमतौर पर वीडियो संपादन को पोस्ट-प्रोडक्शन प्रक्रिया का एक हिस्सा माना जाता है -- अन्य पोस्ट प्रोडक्शन कार्य में टाइटल देना, कलर करेक्शन और साउंड मिक्सिंग आदि शामिल हैं.

वीडियो संपादन का मकसद

एक वीडियों को एडिट करने के कई कारण होते हैं और आपका संपादन दृष्टिकोण (एडिटिंग एप्रोच) वांछित परिणाम (कैसा वीडियो चाहिए) पर निर्भर करता है. इससे पहले आप संपादन शुरू करें आपको अपना संपादन दृष्टिकोण साफ़ तौर पर परिभाषित कर लेना चाहिए, जो निम्नलिखित में से कुछ हो सकता है:

अवांछित फ्टेज हटा दें

यह सम्पादन का एक सामान्य और साधारण सा काम है. अवांछित फुटेज/ वीडियो क्लिप्स हटा देने से गुणवत्ता वाले फ्टेज बच जाते हैं जिनसे एक अच्छा वीडियो बनाया जा सकता है.

सर्वोत्तम फ्टेज का चयन करें

आवश्यकता से अधिक फुटेज शूट करना सामान्य बात है. इससे निर्णायक/अंतिम एडिट के लिए गुणवत्ता वाले फ्टेज ही शेष रहते हैं. अक्सर आप एक शॉट के कई टेक लेते हैं, कई तरीके से शूट करते हैं और संपादन के दौरान सर्वोत्तम चयन करते हैं.

एक प्रवाह/लय बनाएँ

कई वीडियो एक कहानी बताने या जानकारी देने का उद्देश्य पूरा करते हैं. संपादन, वीडियो में एक लय रहे इस उद्देश्य को स्निश्चित करने में, एक महत्वपूर्ण कदम है.

इफेक्ट्स/ग्राफ़िक्स/ म्यूजिक आदि जोड़ें

अक्सर यह संपादन का बेहतरीन हिस्सा होता है. अतिरिक्त तत्वों को जोड़कर बहुत से वीडियो सुधरे जा सकते हैं और उन्हें मनोरंजक भी बनाया जा सकता है.

वीडियो की शैली, गति या मूड को बदलें

एक अच्छा संपादक वीडियो में मूड परिवर्तन करने में सक्षम होता है. वीडियो में मूड के अनुसार संगीत और विसुअल इफेक्ट्स (दृश्य प्रभाव) का इस्तेमाल कर दर्शकों को आकर्षित किया जा सकता है.

वीडियो को एक विशेष एंगल दें

वीडियो, किसी विशेष दृष्टिकोण या एजेंडा का समर्थन करने या सन्देश देने के लिए बनाया जा सकता है.

13. प्रकाशन (पब्लिकेशन)

वीडियो वालंटियर्स IndiaUnheard नेटवर्क से कई ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर वीडियो प्रकाशित करता है. एक सामुदायिक संवाददाता द्वारा बनाई गई प्रत्येक वीडियो वी.वी. यूट्यूब चैनल पर अपलोड किया जाता है, और एक राज्य प्लेलिस्ट में जोड़ा जाता है। वीडिओज़ को समर्पित वेबसाइट Videovolunteers.org में भी इसे डाला जाता है. यहाँ वीडियो विभिन्न IU श्रेणियों में प्रकाशित होता है. इसके साथ ही वीडियो की व्याख्या करते हुए और सामुदायिक संवाददाता के उस अभियान को समर्थन आने का कारण समझते हुए एक लेख भी प्रकाशित किया जाता है. वी वी इन कहानियों को फेसबुक, ट्विटर और व्हाट्सप्प जैसे सोशल मीडिया चैनलों में भी प्रकाशित करता है.

सभी सामुदायिक संवाददाताओं का फेसबुक और ईमेल अकाउंट होना चाहिए | अगर मुमकिन हो तो आपको एक डेटा प्लान और एक साधारण स्मार्ट फ़ोन लेना चाहिए ताकि आप अपना वीडियो अपने ही फेसबुक पेज पर शेयर कर सकें और वीडियो वालंटियर्स से V V Whatsapp ग्रुप पर बातचीत कर सकें। यह संपर्क में रहने का प्राथमिक और सबसे आसान तरीका है.

जितने बेहतर आपके वीडियो होंगे उतना ही उनके देखे जाने की संभावना रहती है. तो अच्छे वीडिओज़ देखें!

14. बचाव और सुरक्षा

IndiaUnheard के इतिहास में कई बार ऐसा हुआ है जब सामुदायिक संवाददाताओं ने खुद को ऐसी स्थिति में पाया है जहाँ उनकी सुरक्षा खतरे में पड़ जाती है, विशेष रूप से उन इलाकों में जहाँ सरकार और कंपनियों के विरोध में जन आंदोलन चल रहे हैं. नीचे संवेदनशील ख़बरों को शूट करने के लिए कुछ सुझाव दिए गए हैं. गिरफ़्तारी और बंधक बनाये जाने की स्थिति में आपको भारत के नागरिक के रूप में अपने बुनियादी अधिकारों से परिचित होना चाहिए। आपके जानकारी में ये होना आवश्यक है कि हालाँकि वी वी फील्ड में आपकी सुरक्षा नहीं कर सकता लेकिन हमारी सीमाओं और सक्षमता के अंदर जितना होगा हम आपकी सहायता करने का आश्वासन देते हैं.

जहाँ हम हमारे द्वारा दिए गए प्रशिक्षण और दिशा निर्देशों के आधार पर हमारे संवाददाताओं द्वारा बनायीं गयी सभी सामग्रियों की जवाबदारी लेते हैं, वहीं यह इंगित करना भी आवश्यक है कि वीडियो वालंटियर्स सीमित साहयता ही प्रदान कर सकता है.

- वीडियो वालंटियर्स फील्ड में आपकी और आपके परिवार की स्रक्षा स्निश्वित नहीं कर सकता क्योंकि इस कार्य के लिए हमारी सक्षमता नहीं है.
- वीडियो वालंटियर्स सामुदायिक संवाददाताओं के कार्यों की जवाबदारी नहीं लेगा अगर व्यक्तिगत प्रतिशोध, अस्वस्थता, बेईमानी और वी.वी. टीम से तथ्यों को छपाने सम्बंधित कोई सबूत सामने आते हैं.

स्रक्षा के दृष्टिकोण से किसी भी खतरे को रोकने का सबसे अच्छा तरीका है कि आप जिस भी मुद्दे को सम्बोधित करना चाह रहे हैं उसके बारे में अंदर बाहर पूरी जानकारी रखें, स्वैच्छिक भागीदारी के लिए प्रतिभागियों को तैयार करें और उनसे सहमति प्राप्त कर लें और एक व्यवस्थित जोखिम विश्लेषण कर लें (अपने मार्गदर्शक के साथ विस्तृत बातचीत कर लें. अच्छी तैयारी बह्त आवश्यक है.

14.1 मुद्दे को जान-समझ लें

- हमेशा एक संघर्ष के कई पहलू और कारण होते हैं।जिस इलाके और परिस्थिति में फिल्मांकन करना है उसे अच्छी तरह समझ लें.
- जिस समुदाय के ऊपर फिल्म बनाया जा रहा है अगर आप उनमें से नहीं हैं तो उस समुदाय के सदस्यों, उनके आपसी संबंधों और संघर्षों के बारे में जितना अधिक हो सके पता कर लेना नितांत आवशयक है.
- हमेशा स्थानीय गैर सरकारी संगठनों, जन आंदोलनों और समाज सेवी संगठनों के साथ नेटवर्क बनाने की कोशिश करें क्योंकि स्थानीय परिस्थितियों के बारे में
- छोटी सी छोटी जानकारी प्रदान करने में और अपनी संगत में आपकी विश्वसनीयता बढाने में भी सक्षम होते हैं.
- आप जिस इलाके में फिल्मांकन कर रहे हैं वहां के कानून और अधिकारीयों के बारे में जानकारी रखना बेहद ज़रूरी है. साथ ही पत्रकारों और मानव अधिकारों के लिए काम कर रहे लोगों के प्रति जन और सरकारी रवैय्या कैसा है, ये समझने की भी ज़रूरत है. फ़ोटो और वीडियो उपकरणों के विषय में नियम क्या हैं? फिल्मांकन करने में गैर-क़ानूनी क्या है?

कभी-कभी कैमरे की उपस्थिति जान बचा सकती है। अन्य स्थितियों में, कैमरे के साथ लोगों को विशेष रूप से ध्यान आकर्षित करने के लिए लक्षित किया जाता है. आपको ये निर्धारित करने की आवश्यकता कि यह आपकी स्थिति में लागू होता है की नही.

14.2 सामुदायिक पत्रकारिता में सुरिक्षित रहने के लिए स्टालिन की दस प्रम्ख/याद रखने वाली बातें

- 1. आपको आपके समुदाय का समर्थन हासिल है की नहीं, ये स्निश्वित कर लें.
- 2. घबराओ नहीं। स्पष्ट अर्थ में सोचें। वीर/हीरो बनने की कोशिश मत करें। और सबसे महत्वपूर्ण बात, अपने जान की हिफाज़त करें। जान है तो जहाँ है.
- 3. अगर आपको लगे कि आप अस्रक्षित हैं तो त्रंत किसी स्रक्षित स्थान पर चले जाएं।

- 4. दोस्तों से संपर्क बनाये रखें और उन्हें विस्तृत जानकारी देते रहें।
- 5. क़ानूनी सलाह के लिए एक वकील के संपर्क में रहें। अगर आप सोच रहे हैं की वकील कहाँ ढूंढे तो जवाब है HRLN (HUMAN RIGHTS LAW NETWORK)
- 6. अपनी खबर को लेकर मीडिया तक पहुँचने की कोशिश करें।
- 7. रणनीति बनाकर काम करें, उदाहरण:- अगर आपको धमकी दी जा रही है और आप खतरे में हैं और भूमिगत/छुपे हुए हैं और आपको RTI फाइल करनी है या कोई आवेदन या पत्र भेजना है, ऐसी स्तिथि में किसी मित्र का सहारा लें और उसे देश के किसी अन्य हिस्से से ये काम करने कहें।
- 8. अपनी कहानी/खबर के साथ पीयूसीएल (पीपल्स यूनियन फॉर सिविल लिबर्टीज), पीयूडीआर (पीपल्स यूनियन फॉरडेमोक्रेटिक राइटस) और एमनेस्टी इंटरनेशनल इंडिया जैसे संगठनों से संपर्क करें।
- 9. जिला कलेक्टर / मजिस्ट्रेट, मुख्यमंत्री, डीजीपी और एसपी से संपर्क करें।
- 10. सुरक्षा के चलते भले ही आप खुल कर बाहर आने की स्थिति में न हो, लेकिन अपनी आवाज़ और बात पहुंचाते रहिये। सोशल मीडिया का पुरजोर इस्तेमाल करें।

प्रश्न: मुझे धमकी मिली है और मुझे अपने और अपने परिवार की जान पर खतरा दिख रहा है. नक्सली या सरकारी अधिकारी या मेरे समुदाय के असामाजिक तत्त्व मुझे मेरा काम करने से रोक रहे हैं.

उत्तर: यह एक महत्वपूर्ण मुद्दा है और राष्ट्रीय सम्मलेन (नेशनल मीट २०१५) में इस पर विस्तारपूर्वक चर्चा हुई है. इन चुनौतियों से निपटने के लिए निम्नलिखित समाधान हो सकते हैं:

1. जोखिम विश्लेषण: जब आप अपने मार्गदर्शक/ मेंटर के साथ किसी फिल्म के विचार पर चर्चा करते हैं तब उनकी मदद से वीडियो के निर्माण में संलग्न सभी संभावित खतरों की जाँच-पड़ताल कर लें. एक बार आपको सभी संभावित खतरों का अंदाजा हो जाये तो मुद्दे के पक्ष-विपक्ष सभी पहलुओं पर गौर से विचार कर लें और आकलन कर लें कि आप इन जोखिमों से निपटने के लिए तैयार हैं की नहीं।

- 2. वीडियो वालंटियर्स अपने संवाददाताओं को कभी भी वीडियो/फिल्म को सनसनीखेज बनाने का दबाव नहीं डालता। अगर आपको लगता है कि किसी मुद्दे को कवर करने में आपकी सुरक्षा को खतरा है तो मत करें।
- 3. वीडियो वालंटियर्स उन्हीं सामुदायिक संवाददाताओं को प्रोत्साहित करता है जिनका अपने जन-आंदोलनों में मजबूत नेटवर्क है. किसी आंदोलन में शामिल होना आपको सहयोगियों ,जो आपकी सुरक्षा को लेकर जागरूक हैं, का एक सुरक्षा तंत्र देता है.
- 4. तत्काल कार्रवाई की अपील प्रणाली: राष्ट्रीय बैठक में हमने एक व्यवस्था स्थापित की है जो कि खतरे और आपातकालीन स्थिति में तत्काल मदद मुहैय्या करा सकते हैं. तत्काल कार्यवाही शुरू करने के लिए आपको निम्नलिखित बुनियादी जानकारी देते हुए एक SMS करना पड़ेगा ताकि तत्काल मदद सुनिश्वित की जा सके.:
 - नाम
 - गाँव और ब्लॉक का नाम
 - समीपस्थ पुलिस स्टेशन का नाम
 - आपके इलाके के पुलिस महानिरीक्षक (सुपरिंटेंडेंट ऑफ़ पुलिस) का नाम (अगर पता हो)
- 5. ध्यान रखें, किसी भी आपात स्थिति में साफ़ और संक्षिप्त सन्देश भेजें।
- 6. अगर आपकी जान खतरे में हैं तो सीधे बिना समय ख़राब किये इन नम्बरों में संपर्क करें स्टालिन के (9923594635) भगवान केशभत (9221250399). इन नम्बरों को सेव कर लें.
- 7. वीडियो वालंटियर्स अपने सभी सामुदायिक संवाददाताओं के बीमा कवरेज के लिए जोर दे रहा है. हालाँकि, दस्तावेज और विस्तृत चिकित्सा रिपोर्ट एकत्रित करने जैसी तकनीकी कठिनाइयों के कारण यह महत्वाकांक्षी योजना अटकी हुए है. हालाँकि, जब तक हम इस योजना को शुरू नहीं कर लेते हम सभी राज्य संयोजकों (स्टेट कोऑर्डिनेटर) को सामुदायिक संवाददाताओं के बीमा कवरेज के लिए आवेदन करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं. राज्य संयोजकों की तरफ से सामूहिक आवेदन प्रक्रिया को गति प्रदान करेगा।
- 8. कृपया मार्गदर्शक पुस्तिका के बचाव और सुरक्षा अनुभाग को देखें।

15 प्रोत्साहन (इन्सेन्टिट्स)

IndiaUnheard सामुदायिक संवाददाताओं को जिस महीने वीडियो उत्पादन ह्आ है उसके बाद वाले महीने में भुगतान किया जायेगा। अपने राज्य संयोजक या गोवा में आधारित मार्गदर्शक से सुनिश्चित करें की आपका बैंक अकाउंट विवरण सही है.

वीडियो	राशि (रु)
सामुदायिक संवाददाता जिन्होंने 2010 में शुरुआत की	3250
सामुदायिक संवाददाता जिन्होंने 2011 में शुरुआत की	3000
सामुदायिक संवाददाता जिन्होंने 2012 में शुरुआत की	2750
सामुदायिक संवाददाता जिन्होंने 2013 या उसके बाद	2500
शुरुआत की	
CVU इन्टेक	2750 या 3250 वी वी के साथ बिताए समय पर
	आधारित
सफल कहानियाँ (सक्सेस स्टोरीज़)	3500
इम्पैक्ट (प्रभाव) वीडिओज़	7000
स्क्रीनिंग्स (प्रदर्शन)	500

*नोट: उत्कृष्ट वीडियो, यानि वो वीडियो जिसे हर महीने के अंत में कार्यकारी निर्माता द्वारा उत्कृष्ट मूल्यांकन किया जायेगा उसे 500 रु की बोनस राशि से सम्मानित किया जायेगा। एक तिमाही के सभी उत्कृष्ट वीडियो के लिए इस बोनस का हर तीन महीने में भ्गतान किया जायेगा।

** विशेष परियोजनाओं के लिए ही आपको बोनस दिए जाते हैं क्योंकि वी वी की भी अधिक कमाई हुई होती है. कभी-कभी विशेष वीडियों का भ्गतान समय सीमा पर प्राप्त किये जाने पर ही किया जाएगा। विशेष परियोजनाओं के लिए बोनस का भ्गतान आमतौर पर तभी किया जाता है जब परियोजना की राशि प्राप्त होती है.

*** डीवीडी भेजने से पूर्व जिन ख़बरों की विचार/योजना पर चर्चा नहीं की गयी है उनका भ्गतान गुणवत्ता देखकर ही किया जायेगा।

प्रश्न: मेरा वीडियो हमेशा ठन्डे बस्ते में डाल दिया जाता है.

उत्तर:

- सामुदायिक संवाददाताओं को ये सुनिश्वित कर लेना चाहिए कि फुटेज ठीक से छंटे और नामित हों जिनमें वीडियो बनाने के सभी महत्वपूर्ण तत्व हों जैसे पर्याप्त और सुनाई देने योग्य वौइस्-ओवर (पार्श्व आवाज़), पी आगे मानक गुणवत्ता का टू सी और ऑडियो।
- वी.वी. मात्रा से अधिक गुणवत्ता प्रदान करने में विश्वास रखता है. फुटेज मानक गुणवत्ता का होना चाहिए, शोर गुल कम होना चाहिए और सुनाई देने योग्य वौइस्-ओवर होना चाहिए। एक वीडियो के इन आवश्यक घटकों पर समझौता आपके वीडियो को अपलोड करने के आड़े आ सकता है. अगर हमें लगता है कि आप सिर्फ पैसों के लिए वीडियो बना रहे हैं और मुद्दों से कोई सरोकार नहीं तो आपके वीडियो ठन्डे बस्ते में जा सकते हैं.
- अपने राज्य संयोजक या मार्गदर्शक से अपने खबर के बारे में बात करें।
- अगर आपके राज्य संयोजक ने आपके पिछले वीडियो पर कुछ सुझाव दिए हैं और आपने उनका पालन नहीं किया तो आप अपेक्षा कर सकते हैं की आपका वीडियो अपलोड होने से रोक दिया गया है. उदाहरण: आपके राज्य संयोजक ने आपसे बार-बार कहा है कि आप पर्याप्त बी-रोल शूट नहीं करते हैं, तो आपका वीडियो रोक दिया जायेगा।
- इन कुछ वजहों से वीडियो अपलोड होने से रोक दिया जाता है. ऐसी समस्याओं से बचें और आपका वीडियो ठन्डे बस्ते में नहीं जायेगा!